



УДК 32.019.5(430):37.014]:305

[https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-12\(30\)-1507-1516](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-12(30)-1507-1516)

**Ковальчук Вікторія Василівна** викладач, Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, м. Київ, тел.: (063) 737-63-76, <https://orcid.org/0000-0001-7428-9124>

## **ДІЯЛЬНІСТЬ МІНІСТЕРСТВА НАРОДНОЇ ПРОСВІТИ ТА ПРОПАГАНДИ В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ГЕНДЕРНОЇ ПОЛІТИКИ ТРЕТЬОГО РЕЙХУ**

**Анотація.** У статті здійснено спробу дослідити ключову роль Міністерства народної освіти та пропаганди Третього Рейху у формуванні та пропаганді нацистської гендерної ідеології. Зосереджуючись на діяльності цього державного органу, було проаналізовано, яким чином основні відділи міністерства формували суворо регламентовані ролі для жінок та чоловіків у суспільстві.

Було розглянуто організаційну структуру міністерства та її зміни, а також проаналізовано завдання міністерства у сфері ідеологічної роботи. Особлива увага приділяється ролі Йозефа Геббельса як очільника міністерства та його впливу на формування гендерної політики та пропаганди в цілому.

Також було відмічено загальну складність системи пропаганди Третього Рейху, оскільки схожі, а часом й ідентичні функції, могли виконувати відразу декілька інституцій.

В контексті вивчення окремих відділів міністерства, детально розглянуто Відділ радіомовлення. Радіо стало одним з найефективніших інструментів для поширення нацистської ідеології серед населення. Регулярні трансляції, що прославляли нацистський режим та його лідерів, формували громадську думку та забезпечували постійний контроль над інформаційним простором. Особливу увагу приділено аналізу поглядів Ойгена Гадамовського як програмного директора німецького радіо.

Аналізуючи Відділ кіноіндустрії, було здійснено спробу простежити, як через візуальні образи та наративи створювалися ідеалізовані образи арійської родини, де жінки були обмежені роллю домогосподарок, а чоловіки – роллю захисників нації. Стаття розкриває, як кіно, у поєднанні з іншими формами пропаганди, сприяло закріпленню гендерних стереотипів та легітимізації нацистської політики.

З'ясовано, що преса активно використовувалася нацистами для формування громадської думки та поширення пропаганди. Аналізується, як



засобами преси нацисти пропагували ідею про біологічну детермінованість жіночої ролі як матері та домогосподарки, а також ідеал арійського чоловіка як воїна і годувальника.

Аналізуючи трансформації німецького образотворчого мистецтва під впливом нацистської ідеології, було відмічено, що нацисти активно використовували образотворче мистецтво для утвердження в суспільній свідомості образів багатодітних сімей, працюючих в парі чоловіків та жінок, а також здорового способу життя. Мета таких зображень полягала у створенні ідеалізованого образу «арійської раси» та заохоченні до народження більшої кількості дітей.

**Ключові слова:** гендер, пропаганда, інформаційна політика, Третій Рейх.

**Kovalchuk Viktoriia Vasylivna** lecturer, Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University, Kyiv, tel.: (063)737-63-76, <https://orcid.org/0000-0001-7428-9124>

### THE ACTIVITIES OF THE MINISTRY OF PUBLIC ENLIGHTENMENT AND PROPAGANDA IN THE CONTEXT OF THE IMPLEMENTATION OF GENDER POLICE IN THE THIRD REICH

**Abstract.** This article attempts to investigate the key role of the Ministry of Public Enlightenment and Propaganda of the Third Reich in shaping and promoting Nazi gender ideology. Focusing on the activities of this state body, the analysis examines how the main departments of the ministry formed strictly regulated roles for women and men in society.

The organizational structure of the ministry and its changes were examined, as well as the ministry's tasks in the field of ideological work. Particular attention is paid to the role of Joseph Goebbels as the head of the ministry and his influence on the formation of gender policy and propaganda as a whole.

In the context of studying the individual departments of the ministry, the Radio Broadcasting Department was examined in detail. Radio became one of the most effective tools for spreading Nazi ideology among the population. Regular broadcasts glorifying the Nazi regime and its leaders shaped public opinion and ensured constant control over the information space. Particular attention is paid to the analysis of the views of Eugen Hadamovsky as the program director of German radio.

Analyzing the Film Industry Department, an attempt was made to trace how, through visual images and narratives, idealized images of the Aryan family



were created, where women were limited to the role of housewives, and men - to the role of defenders of the nation. The article reveals how cinema, in conjunction with other forms of propaganda, contributed to the consolidation of gender stereotypes and the legitimization of Nazi policy.

It was found that the press was actively used by the Nazis to shape public opinion and spread propaganda. It is analyzed how, through the media, the Nazis promoted the idea of the biological determination of a woman's role as a mother and housewife, as well as the ideal of the Aryan man as a warrior and breadwinner.

Analyzing the transformations of German fine art under the influence of Nazi ideology, it was noted that the Nazis actively used visual art to establish in the public consciousness images of large families, working couples of men and women, and a healthy lifestyle. The goal of such images was to create an idealized image of the "Aryan race" and encourage the birth of more children.

**Keywords:** gender, propaganda, information policy, The Third Reich.

**Постановка проблеми.** Дослідження гендерної політики у Третньому Рейху, зокрема ролі Міністерства народної освіти та пропаганди, є надзвичайно актуальним завданням сучасної історичної науки. Зокрема, зважаючи на те, що Міністерство народної освіти та пропаганди нацистської Німеччини, оперуючи інструментами освіти, культури та масової інформації, сприяло формуванню та утворенню нацистської гендерної ідеології, яка суворо регламентувала ролі чоловіків і жінок у суспільстві.

Дослідження цього питання дозволяє глибше зрозуміти, як тоталітарні режими використовують гендер як інструмент ідеологічної обробки та соціального контролю. А також дозволяє проаналізувати, як соціальні інститути, такі як культура та масова комунікація, можуть бути використані для маніпуляції суспільною свідомістю і формування відповідних соціальних норм.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню історії та окремих аспектів діяльності Третього Рейху свого часу свої праці присвятили низка світових та вітчизняних дослідників. В контексті даного дослідження було розглянуто праці Велча Д., в яких він проаналізував нацистську політику та пропаганду, а також детально розглянув німецький кінематограф 1933-1945 років. Значний внесок у вивчення нацистського кінематографу здійснив Фокс Дж., який присвятив свою працю аналізу ролі жінок в націонал-соціалістичному кіно. Ґрунтовне дослідження мистецтва Третього Рейху в своїй праці здійснив Бертольд Х. Також було використано праці вітчизняних дослідників. Зокрема, розгляд окремих аспектів

діяльності Міністерства народної освіти і пропаганди в своїй праці здійснила Салата О. Становлення німецької жінки періоду нацистської Німеччини в своїй праці розглянув Давлетов О. Такі автори як Перевертун О. та Ловейко Т. зосередилися на вивченні засобів впливу геббельсівської пропаганди.

**Мета статті** – визначити місце гендерної ідеології в системі цінностей Третього Рейху та дослідити гендерний аспект діяльності основних відділів Міністерства народної освіти і пропаганди, з обов'язковим розглядом особистого внеску Й. Геббельса.

**Виклад основного матеріалу.** Задовго до приходу до влади у Німеччині, нацисти розробляли ідеологічні та інституційні основи майбутньої націонал-соціалістичної держави. Важливе місце в цій системі було відведено тим державним органам, які мали відповідати за ідеологічну перебудову суспільної свідомості. Розпочинаються міркування про створення необхідного міністерства. Офіційно Міністерство народної освіти та пропаганди бере свій початок від 12 березня 1933 року, коли було підписано відповідний президентський указ. Цей же ж указ визначав завдання нового Міністерства, які полягали у поширенні освіти та пропаганди серед громадян Третього Рейху [1, С. 28].

Також відразу постала проблема поділу Міністерства народної освіти і пропаганди на необхідні відділи, які б охопили всі потрібні сфери. На момент 1933 року Міністерство було поділено на сім основних відділів: законодавство та правові проблеми; координація народної освіти і пропаганди («активна пропаганда»); радіомовлення; національна та зарубіжна преса; кіноіндустрія; театр, образотворче мистецтво та народна культура [1, С. 31]. З жовтня 1934 року було створено окремих восьмий відділ літератури [2, С. 21]. Діяльність кожного з цих відділів Міністерства настільки була просякнута гендерної ідеологією, що навіть не потребувалося створення окремого підрозділу, який би відповідав за гендерну політику [3, С. 704].

Особливістю сфери пропаганди в Третьому Рейху було те, що подібні функції відразу виконували декілька інституцій: Міністерство народної освіти і пропаганди, Центральний відділ пропаганди партії, а також Імперська палата культури [1, С. 29]. Тому досить часто ці інституції могли поділяти між собою схожі обов'язки, в деяких моментах конкурувати, а в деяких моментах, звісно ж, співпрацювати. Тому досить складно визначити лише ту діяльність, яку Міністерство здійснювало самостійно. Додаткову складність становить той факт, що більшість із згаданих інституцій очолював Йозеф Геббельс. Тому його вплив буде помітний в діяльності всіх цих інституцій, що теж становить складність для розмежування.



Важлива роль в поширенні гендерних ідеалів належала безпосередньо очільнику Міністерства народної освіти і пропаганди Йозефу Геббельсу. Аналізуючи діяльність Міністерства за перший рік роботи, один з чиновників міністерства, знаний нацистський радіоведучий та пропагандист Ганс Фріче відзначав особливий підхід, з яким Й. Геббельс підійшов до своєї діяльності на посаді міністра. Зокрема, він зазначив, що націонал-соціалісти вирішили захопити суспільну свідомість новими ідеалами не шляхом завоювання, а шляхом залучення народу на свій бік. Таким чином, нацисти прагнули замінити ліберальне мислення почуттям спільноти, ідея якого вкладалася в концепцію «народного співтовариства». Г. Фріче відзначав, що Геббельс чудово розумів потенціал використання засобів пропаганди в поширенні націонал-соціалістичних ідеалів, при цьому не нехтуючи всіма засобами, які могли б посприяти у досягненні цієї мети. Геббельс вбачав себе у ролі посередника між націонал-соціалістичною владою та народом Третього Рейху [4].

Одним із перших публічних виступів Геббельса на посаді міністра, в якому він виклав своє бачення гендерних ідеалів, які мали лягти в основу майбутньої гендерної політики, стала промова від 18 березня 1933 року на честь відкриття жіночої виставки в Берліні. Було розмежовано сфери, в яких чоловіки та жінки могли реалізувати себе: чоловіки – в політиці та військовій сфері, тобто в публічній сфері, а жінки – в приватній сфері. Основною сферою реалізації жінки Й. Геббельс вважав сім'ю, а її головний обов'язок полягав у народженні дітей та підтримці чоловіка. Геббельс здійснив спробу пояснити необхідність здійснення суспільних змін. Зокрема, нацистський міністр вбачав загрозу у фемінізації чоловіків, яка в підсумку призводила до маскулінізації жінок. Також необхідність змін пов'язували з демографічними проблемами, які переживала тогочасна Німеччина. За рахунок виведення жінки з публічної сфери та зосередження всіх її зусиль на материнстві, нацисти прагнули зламати тенденцію до старіння населення Німеччини та, в цілому, збільшити кількість населення. Ці зміни також мали на меті покращити соціальну нерівність та расову чистоту німецької нації [5].

Соратник Й. Геббельса по Міністерству, програмний директор німецького радіо Ойген Гадамовський в 1933 році видав збірник нацистських принципів пропаганди «Пропаганда та національна влада: організація громадської думки для національної політики». Праця складається з декількох основних розділів, які розглядають наступні питання: національна влада і громадська думка, пропаганда та влада (організована сила), масовість і потужна пропаганда, радіо, керівництво преси, національна монополія новин та заклади культури. Аналізуючи

існування держави, яка була побудована лише на пропаганді, він зазначає, що вона буде недовговічною, якщо до неї не додати силу організації. Будучи колегою Геббельса, він теж акцентував увагу на творчому підході, з яким Геббельс підійшов до пропаганди. На його думку, Геббельсу вдалося стати обличчям сучасної політичної пропаганди [6].

Розуміючи потенціал використання радіомовлення як одного із ключових каналів поширення пропаганди, одним з провідних відділів Міністерства народної освіти і пропаганди став Відділ радіомовлення. В 1938 році Й. Геббельс виголосив промову «Радіо як восьма велика сила» в честь відкриття радіовиставки, в якій зазначив, що радіо в руках націонал-соціалістів має стати посередником між духовним розвитком і нацією. «Мета радіо – навчати, розважати, підтримувати людей, а не поступово шкодити інтелектуальному та культурному життю нації [7]».

Вже згадуваний О. Гадамовський в своїх працях здійснював не лише комплексний аналіз системи нацистської пропаганди, а й значну увагу приділяв аналізу радіо як одного з ключових аспектів цієї системи. В одному з розділів своєї книги, яка була присвячена питанню радіо, він зазначав, що радіо стало одним з ключових політичних інструментів в руках націонал-соціалістичних пропагандистів. До здобутків радіо також відносили те, що радіо вдалося завоювати серця людей. О. Гадамовський навіть відзначав успішність того, наскільки радіо вдавалося реалізовувати нацистську пропаганду, і як інші галузі німецької культури, такі як кіно, музика та преса, не могли відзначитися подібними результатами [8]. Аналізуючи програму радіо одного із буденних днів існування Третього Рейху, О. Гадамовський відзначав, що типовими розділами були: музика та розваги, записи, література, лекції, звіти, ранкові святкування, дитяча година, жіноча година та час сільськогосподарських програм [6].

Кіно в нацистській ідеології слугувало ще одним джерелом поширення необхідної пропаганди, а подекуди навіть як джерело систематичної освіти різних категорій німецького населення [9, С. 316]. Особисто Й. Геббельс був упевнений, що кінематограф здатний впливати на думки, переконання, а подекуди навіть дії німецького населення [10, С. 21]. Міністерство народної освіти і пропаганди дбало про поширення необхідної пропаганди серед різних верств населення та на різні відстані. З цією метою було створено мережу пересувних кінопідрозділів, які подорожували країною, зокрема в сільську місцевість. Зазначені заходи мали на меті залучити на бік націонал-соціалістів молоде покоління [11, С. 3].

Ні в кого не виникало сумнівів щодо нерозривного зв'язку кіноіндустрії з ідеями націонал-соціалізму. Як ефективний засіб для навчання глядачів Міністерство народної освіти та пропаганди використовувало



такий різновид фільму як повнометражний. Згодом навіть було виявлено, що особливу ефективність у поширенні нацистської пропаганди мав художній фільм, оскільки окрім безпосереднього впливу, він також здійснював підсвідомий вплив. Тому Міністерство цим користувалося, особливо в ті моменти, коли потрібно було здійснити швидкі зміни в людській свідомості. Зокрема, з початком Другої світової війни німецькі кінематограф почав зображати жінок, які переживають тяжкості війни та розлуку з коханими. Відповідно до того, як розвивалися події на фронті та змінювалась жіноча ідентичність в умовах війни, відповідних змін зазнавали й жіночі образи в кінофільмах [11, С. 5]. Також з огляду на те, як все більше відчувалася нестача чоловічих робочих рук в умовах війни, натомість збільшувалася потреба у жінках, які могли перебрати на себе ці обов'язки. Образ жінки як домогосподарки почав відходити на другий план, а першість почав займати образ жінки-працівниці в ім'я перемоги [12, С. 50].

Ще одним ключовим інструментом впливу на маси слугувала преса. Починаючи з 1933 року нацистська влада розпочала процес національного об'єднання сфери преси. Зокрема, було ліквідовано ті видання, які суперечили нацистським ідеалам. Для ще більшого контролю цієї сфери, було видано низку декларацій, які регулювали зміст, характер та навіть довжину й місце розміщення статей в газетах [1, С. 48].

Також в сфері преси, як й в інших сферах суспільного життя, можливостей професійної реалізації було позбавлено ту частину населення держави, яка не відповідала націонал-соціалістичним расовим ідеалам. В цілому, нацисти змогли зосередити в своїх руках всі аспекти отримання та розповсюдження інформації [13, С. 155]. Важливу роль в цьому процесі відігравав Й. Геббельс, оскільки від його рішень залежав розвиток ЗМІ та особливості їхнього наповнення [14, С. 46]. Засоби масової інформації також слугували одним з ключових каналів поширення гендерної ідеології. Зокрема, вони сприяли поширенню очікуваних гендерних моделей.

Помітних змін зазнає також німецьке образотворче мистецтво, яке набуває форми відродженого жанрового живопису. Як і в будь-якій іншій сфері культури, з приходом націонал-соціалістів, в сфері образотворчого мистецтва набувають поширення нові тенденції. В прагненні утвердити в людській свідомості нові гендерні ідеали, нацисти часто апелювали до славного німецького минулого з його традиційними ідеалами. Тому типовими стають зображення багатодітних сімей, а також чоловіків і жінок, які працюють разом на користь «народного співтовариства». Все частіше жінку можна побачити лише в ролі матері та дружини. Оскільки нацисти прагнули збільшити кількість німців, які б відповідали расовим ідеалам, вони не нехтували пропагандистськими можливостями образотворчого

мистецтва в досягненні вищезазначених цілей. Зокрема, досить часто молодих хлопців та дівчат зображали під час занять різними видами спорту. Таким чином, націонал-соціалісти пропагували гарну фізичну форму серед населення, яка була необхідна для подальшого продовження здорової німецької нації [15, С. 77-78].

**Висновки.** Дослідження діяльності Міністерства народної освіти і пропаганди Третього Рейху дозволило зробити ряд важливих висновків щодо ролі гендерної ідеології в системі цінностей нацистського режиму та впливу цього міністерства на формування суспільних уявлень про гендерні ролі. Зокрема, визначено, що гендерна ідеологія була невід'ємною частиною нацистської ідеології в цілому. Вона не була просто додатковим елементом, а служила фундаментальним інструментом для досягнення політичних цілей. Гендерні стереотипи використовувалися для мобілізації суспільства, легітимізації політики режиму, підтримки расової теорії та створення ідеалізованого образу арійської нації.

Міністерство народної освіти і пропаганди відіграло центральну роль у формуванні та поширенні нацистської гендерної ідеології. Через культуру та масову комунікацію воно створювало і підтримувало стереотипні уявлення про чоловіків і жінок. Йозеф Геббельс, як міністр пропаганди, зіграв вирішальну роль у формуванні та впровадженні гендерної політики. Його ідеї про роль жінки в суспільстві, як матері та домогосподарки, а також ідеал арійського чоловіка як воїна і годувальника, стали основою для нацистської гендерної ідеології. Геббельс розумів силу пропаганди і вмів використовувати її для маніпуляції масовою свідомістю.

Аналіз діяльності окремих відділів міністерства дозволив виявити, як різні інструменти пропаганди використовувалися для досягнення єдиної мети – формування бажаної гендерної моделі. Радіо, преса, кіно і образотворче мистецтво створювали потужний пропагандистський апарат, який формував свідомість мільйонів німців.

Дослідження гендерної ідеології в Третьюму Рейху відкриває широкий спектр перспектив для подальших наукових розробок. Основними напрямками, які вбачаються, як актуальні є: аналіз того, як гендерні стереотипи використовувалися в інших сферах нацистської ідеології, таких як расова теорія та культ фюрера; дослідження того, як гендерні відносини були інтегровані в нацистську модель держави.

**Література:**

1. Welch, D. The Third Reich: Politics and Propaganda. 2nd Edition. Routledge. 2002. 264 p.
2. Lewy, G. Harmful and Undesirable: Book Censorship in Nazi Germany. Oxford University Press, 2016. 280 p.





3. Ковальчук В. Питання гендерної політики в діяльності новоутвореного Міністерства народної освіти та пропаганди Третього Рейху. Наукові горизонти XXI століття: мультидисциплінарні дослідження [Електронний ресурс] : матеріали Міжнародної наукової конференції, 16-17 травня 2024 р., м. Ужгород / уклад. О.П. Адамчо ; УжНУ, УкрІНТЕІ. Ужгород ; Київ, 2024. С. 703-704.

4. Fritzsche, H. Dr. Goebbels and his Ministry. [Електронний ресурс]. Translated by R. Bytwerk. German propaganda archive. 1934. Режим доступу: <https://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/goeb62.htm>

5. Goebbels, J. German Women. [Електронний ресурс]. Translated by R. Bytwerk. German propaganda archive. 1934. Режим доступу: <https://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/goeb55.htm>

6. Hadamovsky, E. Propaganda and National Power: The Organization of Public Opinion for National Politics. [Електронний ресурс]. Translated by R. Bytwerk. German propaganda archive. 1933. Режим доступу: <https://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/hadamovsky.htm>

7. Goebbels, J. The Radio as the Eighth Great Power. [Електронний ресурс]. Translated by R. Bytwerk. German propaganda archive. 1938. Режим доступу: <https://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/goeb56.htm>

8. Hadamovsky, E. The Living Bridge: On the Nature of Radio Warden Activity. [Електронний ресурс]. Translated by R. Bytwerk. German propaganda archive. 1934. Режим доступу: <https://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/hada3.htm>

9. Ковальчук В. Гендерний аспект діяльності молодіжних організацій Третього Рейху. *Věda a perspektivy*. №8 (27) 2023. С. 308-319.

10. Welch, D. Propaganda and the German Cinema 1933–1945. I.B.Tauris Publishers. London. 288 p.

11. Fox, J. *Filming Women in the Third Reich*. Berg. 2000. 224 p.

12. Давлетов О. Р. Від маленької дівчинки до справжньої фрау: етапи становлення німецької жінки в тоталітарному суспільстві Третього райху (антисемітський аспект). Проблеми історії Голокосту: український вимір. Реферований щорічний журнал. Дніпро. Інститут «Ткума». 2020. № 12. С. 35-56.

13. Салата О. О. Організація пропаганди в системі державних органів нацистської Німеччини у 1933-1941 рр. Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету (49). 2017. С. 153-159.

14. Ловейко Т. В., Перевертун О. П. Аналіз засобів впливу Геббельсівської пропаганди. *Молодий вчений*, 123 (11). 2023. С. 45-48.

15. Berthold, H. *Art in the Third Reich*. Pantheon Books, 1979. 268 p.

### **References:**

1. Welch, D. (2002). *The Third Reich: Politics and Propaganda (2nd ed.)*. Routledge.

2. Lewy, G. (2016). *Harmful and Undesirable: Book Censorship in Nazi Germany*. Oxford University Press.

3. Kovalchuk, V. (2024). Pytannia gendernoi polityky v diialnosti novoutvorenoho Ministerstva narodnoi prosvity ta propagandy Tretioho Reikhu [Questions of gender policy in the activities of the newly established Ministry of Public Enlightenment and Propaganda of the Third Reich]. In O. P. Adamcho (Ed.), *Naukovi horzonyty XXI stolittia: multidyscyplinarni doslidzhennia* (pp. 703-704). Uzhhorod: UzhNU, UkrINTEI [in Ukrainian].



4. Fritzsche, H. (1934). *Dr. Goebbels and his Ministry*. German propaganda archive. Retrieved from <https://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/goeb62.htm>
5. Goebbels, J. (1934). *German Women*. German propaganda archive. Retrieved from <https://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/goeb55.htm>
6. Hadamovsky, E. (1933). *Propaganda and National Power: The Organization of Public Opinion for National Politics*. German propaganda archive. Retrieved from <https://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/hadamovsky.htm>
7. Goebbels, J. (1938). *The Radio as the Eighth Great Power*. German propaganda archive. Retrieved from <https://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/goeb56.htm>
8. Hadamovsky, E. (1934). *The Living Bridge: On the Nature of Radio Warden Activity*. German propaganda archive. Retrieved from <https://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/hada3.htm>
9. Kovalchuk, V. (2023). Gendernyi aspekt diialnosti molodizhnykh orhanizatsii Tretioho Reikhu [The gender aspect of the activities of youth organizations of the Third Reich]. *Věda a perspektivy*, 8(27), 308-319 [in Ukrainian].
10. Welch, D. (2000). *Propaganda and the German Cinema 1933–1945*. I.B.Tauris Publishers.
11. Fox, J. (2000). *Filming Women in the Third Reich*. Berg.
12. Davletov, O. R. (2020). Vid malenkoi divchyny do spravzhnoi frau: etapy stanovlennia nimetskoï zhinky v totalitarnomu suspilstvi Tretioho reikhu (antysemitskyi aspekt) [From a young girl to a genuin Frau: stages of German woman formation within totalitarian society of the Third Reich (anti-Semitic aspect)]. *Problemy istorii Holokostu: ukrainskyi vymir*, 12, 35-56 [in Ukrainian].
13. Salata, O. O. (2017). Organizatsiia propagandy v systemi derzhavnykh orhaniv natsistskoï Nimechchyny u 1933-1941 rr. [Propaganda organization at the governmental system of Nazi Germany in 1933-1941]. *Naukovi pratsi istorichnoho fakultetu Zaporizkoho natsionalnoho universytetu*, 49, 153-159 [in Ukrainian].
14. Loveiko, T. V., & Perevertun, O. P. (2023). Analiz zasobiv vplyvu Hebbelskoï propagandy [Analysis of the means of influence of Goebbels' propaganda]. *Molodyi vchenyi*, 123(11), 45-48 [in Ukrainian].
5. Berthold, H. (1979). *Art in the Third Reich*. Pantheon Books.