

ІСТОРІЯ

УДК 94(430):[32.019.5:7]

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/63-2-1>**Вікторія КОВАЛЬЧУК,***orcid.org/0000-0001-7428-9124**аспірантка кафедри всесвітньої історії
Київського університету імені Бориса Грінченка
(Київ, Україна) viktoriya.koval4uk@gmail.com*

МИСТЕЦТВО НА СЛУЖБІ ГЕНДЕРНИХ ІНТЕРЕСІВ ТРЕТЬОГО РЕЙХУ

У статті проаналізовано, якими засобами пропаганди в різних сферах мистецтва націонал-соціалістичні лідери намагалися запровадити нову гендерну політику. Було виявлено, що формування нових гендерних моделей відбувалася в нерозривному зв'язку з ідеями концепції «народного співтовариства». Мистецтво було нацифіковано та очищено від присутності в ньому закордонних проявів. Виконання цих обов'язків покладалося на новоутворену Імперську палату культури, очолювану Й. Геббельсом.

З'ясовано, що музична культура переважно орієнтувалася на давню традицію німецької народної та художньої музики, яка в рамках побудови «народного співтовариства», в якому б усі німці являли собою єдність, зводилася до ідеї «співочої нації». З цією метою видавалися збірки пісень зі словами та музикою, які були наповнені гендерною пропагандою. Нацисти утвердилися у важливості пісні як ефективного засобу навчання.

Визначено, що задля нацифікації художнього мистецтва Третього Рейху у 1937 р. було засновано Велику художню німецьку виставку, обов'язковою складовою якої була тема «жіночності і мужності». Основою образотворчого мистецтва та скульптури стала ідея природних ролей чоловіків і жінок, в якій особливе місце відводилося виконанню обов'язків.

З'ясовано, що задля формування нової німецької колективної пам'яті було пропаговано використання камер в щоденному житті, що також сприяло поширенню візуальної гендерної пропаганди.

Простежено нерозривний зв'язок літератури та ідеології. Тобто книги формували ідеологію, а розвиток ідеології, в свою чергу, виливався в написання книг. Література Третього Рейху поширювала гендерні ідеї через конкретну тематику.

Виявлено, що високу ефективність проникати у приватне життя своїх громадян мав кінематограф нацистської Німеччини, зокрема, фільми жанру мелодрами.

Націонал-соціалістичні лідери утвердилися в думці використання в культурному житті суспільства церемоній, які перетворюючись на певне таїнство, сприяли поширенню нацистської ідеології.

Ключові слова: мистецтво, пропаганда, народне співтовариство, гендер, Третій Рейх.

Viktoriia KOVALCHUK,*orcid.org/0000-0001-7428-9124**Graduate student at the Department of World History
Borys Grinchenko Kyiv University
(Kyiv, Ukraine) viktoriya.koval4uk@gmail.com*

ART AT THE SERVICE OF GENDER INTERESTS OF THE THIRD REICH

The article analyzes the means of propaganda used by the National Socialist leaders in various spheres of art to introduce a new gender policy. It was found that the implementation of new gender models was inextricably linked with the ideas of the concept of "national community". Art was nazified and cleansed of the presence of foreign manifestations in it. The newly formed Imperial Chamber of Culture, headed by J. Goebbels, was entrusted with the fulfillment of these duties.

It was found that the musical culture was mainly oriented towards the ancient tradition of German folk and art music, which, within the framework of building a "folk community" in which all Germans would represent unity, came down to the idea of a "singing nation". To this end, songbooks with words and music were published, which were filled with gender propaganda. The Nazis established themselves in the importance of song as an effective teaching tool.

It was determined that in order to nazify the art of the Third Reich, the Great German Art Exhibition was founded in 1937, the theme of "femininity and masculinity" was an obligatory component of it. The basis of fine art and sculpture was the idea of the natural roles of men and women, in which a special place was given to the fulfillment of duties.

It was found that the use of cameras in everyday life was promoted in order to form a new German collective memory, which also contributed to the spread of visual gender propaganda.

The inextricable connection between literature and ideology was traced. That is, books formed ideology, and the development of ideology, in turn, spilled over into writing books. Literature disseminated gender ideas through specific topics.

It was revealed that the cinematography of Nazi Germany, in particular, films of the melodrama genre, had a high efficiency in penetrating the private lives of its citizens.

National Socialist leaders established themselves in the idea of using a ceremony in the cultural life of society, which turns into a certain sacrament, and contributed to the spread of Nazi ideology.

Key words: art, propaganda, national community, gender, the Third Reich.

Постановка проблеми. Багато в чому основи державної політики Третього Рейху були визначені ідеями самого очільника держави – Адольфа Гітлера. Він чудово розумів важливість мистецтва в побудові нової держави та нової людини зокрема. Тому мистецтву відводилося одне з цільних місць в системі пропагандистських ідей Третього Рейху, а особливо в побудові «народного співтовариства». Концепції, яку особисто розробляв А. Гітлер.

Починаючи з 1933 р. мистецтво Третього Рейху офіційно було нерозривно пов'язано з діяльністю Міністерства народної освіти і пропаганди. Тому будь-які впровадження в сфері мистецтва мали додатково слугувати і гендерним цілям. Адже гендерна політика розглядалася ідеологами нацизму як запорука виживання нації.

Аналіз досліджень. Вивчення мистецтва нацистської Німеччини загалом або ж його окремих сфер було актуальним напрямом дослідження серед іноземних вчених протягом останніх десятиліть. Загальну спробу дослідити мистецтво Третього Рейху здійснили Шульц В., Гінц Б. та Клайнфельтер Дж. Окремі аспекти діяльності кінематографу нацистської Німеччини в своїх працях розкрили Гофман Х., Велч Д., Шульте-Сасс Л., О'браєн М.-Е., Манн М. та Гайнс Л. Питання літератури Третього Рейху досліджували Леві Г. та Шепс К.-Г. Окрему працю дослідженню музичної сфери нацистської Німеччини присвятив Петерсон П. Цінну колекцію фотографій часів Третього Рейху зібрав Гарсон П. Ці праці чудово ілюструють як мистецтво може слугувати ефективним засобом утвердження пропаганди в людській свідомості, однак вони лише оглядово відображають те, як мистецтво може сприяти впровадженню гендерної політики держави.

Мета статті – на основі міждисциплінарного підходу дослідити, яким чином пропаганда в різних сферах мистецтва сприяла утвердженню нової гендерної політики Третього Рейху.

Виклад основного матеріалу. Зміни, що відбулися в культурному житті Німеччини з приходом до влади націонал-соціалістів були пов'язані з їхньою ідеологією. А. Гітлер вважав, що мистецтво повинно бути національним. Воно пови-

нно слугувати моральному, політичному й культурному ідеалу. Передбачалося, що мистецтво Третього Рейху буде очищене від будь-яких проявів закордонних мистецьких напрямів, оскільки вони вели лише до занепаду самого мистецтва (Spotts, 2009: 17–18).

Досить часто А. Гітлер у своїх міркуваннях звертався до тих народів, які увійшли в історію не лише своїми діями, а й культурою. Вони слугували для нього певним орієнтиром. Тому він хотів продовжити цю традицію – культура нацистської Німеччини мала бути на найвищому рівні та бути прикладом для інших народів (Spotts, 2009: 28).

Щоб мати можливість повноцінно контролювати всі сфери мистецтва, у вересні 1933 р. було створено Імперську палату культури, яка мала взяти під свою опіку усіх працівників творчих професій. Очолити палату мав вже на той час міністр народної освіти і пропаганди Йозеф Геббельс. В межах цієї палати було утворено палати літератури, преси, радіо, театру, музики та образотворчого мистецтва. Представленими в цих палатах могли бути лише расово чисті митці, які мали поділяти державну ідеологію. Щоб ці вимоги можна було успішно виконати, відтепер представники творчих професій мали отримати ліцензію на свою діяльність (Lewy, 2016: 29–30).

За основу для музичної культури було взято традицію німецької художньої та народної музики. Допомогти нацистам в процесі творення «нової людини» засобами музики мусила ідея «співочої нації», яка мала на меті створити в німців почуття єдності (Peterson, 2014: 1–2). Зазвичай народні пісні мали в своїй основі якусь суспільно важливу тему. Однією з таких тем була тема війни та солдатів, як активних її учасників. В цих піснях розповідалося про життя та цінності солдата, такі як обов'язок, вірність, доблесть і товариськість. Частина пісень розповідала про втрати, з якими стикається солдат ідучи на війну. Ця тема була важливою не так для самих солдатів, як для суспільства вцілому, а саме мала посилити розуміння суспільством жертвовності, на яку йдуть солдати. Популярністю користувалися і пісні про Батьківщину, які мали посилити почуття спільності між німцями (Peterson, 2014: 14–15).

Пісні як засіб навчання активно використовувалися в діяльності молодіжних організацій Третього Рейху, зокрема, Гітлерюгенду. У 1934 р. для учасників Гітлерюгенду було видано збірник пісень, який містив тексти та музику (Peterson, 2014: 14). Солдати та війна, націоналізм, а також гордість за Батьківщину – саме це були провідні теми цього збірника. Націонал-соціалісти вважали, що найкраще посилить бажання чоловіків вступати на військову службу прославлення війни (Peterson, 2014: 23).

Ще однією сферою мистецтва, яка сприяла зміні суспільної думки щодо гендерних ролей стало образотворче мистецтво. Тема «чоловіка і жінки» була актуальною в цій сфері протягом всього періоду існування Третього Рейху, але особливо помітною в публічному просторі вона стала починаючи з 1937 р., відколи бере свій початок Велика художня німецька виставка. Вже в цей рік кількість картин на виставці на цю тематику становила 15,5% відносно загальної кількості творів (Hinz, 1979: 17). Типовим стає зображення чоловіків і жінок як партнерів; жінок з дітьми, оскільки материнство шанується в суспільстві; різноманітні сімейні образи. Часто на картинах зображують чоловічі і жіночі тіла, які постають в гарній фізичній формі (Hinz, 1979: 78–79).

Чудово ілюструє бажане зовнішнє відображення «нової людини» Третього Рейху скульптура. Найяскравіше вона була представлена на щорічній Великій німецькій художній виставці. Спільним для чоловічої і жіночої скульптури є зображення здорового тіла. Чоловіча фігура відображала героїчний, подекуди навіть войовничий ідеал А. Гітлера (Spotts, 2009: 183). Жіноча фігура більше орієнтувалася на природні обов'язки жінки. Тобто, жіноче тіло зображали в такому вигляді, щоб пропагувати готовність жінки до материнства.

Популярним способом сформувати нову німецьку колективну візуальну пам'ять стало повсюдне використання камер простими громадянами Третього Рейху (Garson, 2012: 6). Фото допомагало утвердженню в суспільній думці типового образу чоловіка як солдата, а жінки як матері та дружини. Обов'язковими для жінок стали консервативні одяг та зачіски. Жінкам заборонялося наносити макіяж чи губну помаду, високі підбори та штани (Garson, 2012: 68). Багато уваги приділялося здоров'ю жінки, адже це була запорука її майбутнього здорового материнства. Всі ці заходи були спробами повернути жінок до їхньої природи, як про це говорили націонал-соціалістичні лідери. Подібні заходи проводилися і щодо чоловіків. Поширення набувала милітаризована модель маскулінності. Окрім відповідних особистісних

якостей, справжній чоловік мав носити військову форму. Засоби пропаганди навіть популяризували форму через симпатію, яка могла виникнути у жінок по відношенню до чоловіків у формі (Garson, 2012: 114). Взагалі, розподіл чоловічих і жіночих обов'язків відбувався відповідно до природних ролей обох статей.

Кінематограф Третього Рейху мав більше можливостей впливати на приватне життя своїх громадян. Такий жанр як мелодрама міг внести зміни в сімейне життя. Досить часто сюжети таких фільмів показували, якою є саме згубна поведінка подружжя. Відштовхуючись від цього, мелодрама могла спонукати чоловіків визнавати цінність жертвності своїх дружин, які жертвували своїм публічним життям, і не тільки, на користь родини. Піднімалося питання цінності жіночності та материнства. Націонал-соціалістичні мелодрами засуджували жінок, які прагнуть реалізувати свої власні бажання. На суспільну пошану заслуговували лише матері, які повністю жили лише сімейним життям (O'Brien, 2004: 164).

Націонал-соціалістична література була одним з основних джерел поширення ідеології. Нацисти починають розглядати книгу не як мовний витвір мистецтва, а як інструмент політичного навчання. Саме гендерну ідеологію література поширювала через конкретну тематику. Поети мали працювати в душі військової освіти, через свої твори вони мали утвердити німців у думці про свою непереборність (Schoeps, 2003: 43–44). Сприяли посиленню чоловічої готовності до самопожертви мемуари безпосередніх учасників першої світової війни. Наприклад, особливою популярністю користувався військовий щоденник Вальтера Флекса «Мандрівник між двома світами» (Schoeps, 2003: 18). Однією з найбільш популярних тем нацистських романів був досвід першої світової війни та військова товариськість (Schoeps, 2003: 69).

Ще з 1933 р. всі події, які організовувалися державою та проводилися на загальнодержавному рівні, окрім своїх основних цілей мали й додаткову – сформувати у населення почуття національної єдності та колективного підпорядкування державі. З цією метою було скасовано майже всі державні свята. Та ж частина, яка була збережена, була видозмінена відповідно до нацистської ідеології, а також доповнена частиною новоутворених подій. Також відтепер всі святкування, ювілеї чи пам'ятні дні, в більш чи менш помітній формі, слугують гендерній пропаганді через ілюстрацію відповідної гендерної моделі. Прикладом може слугувати «День Героїв», який обов'язково супроводжувався парадами, факельними ходами та про-

мова нацистських лідерів. Ця подія сприяла утвердженню в чоловічій свідомості ідеалу військового героїзму (Spotts, 2009: 100). Церемонія, яка мала вшанувати події 1923 р. і згодом перетворилася на певне таїнство, мала на меті посилити в чоловічого населення почуття жертвовності, а коли цього вимагав випадок, взагалі пожертвувати життям на благо держави (Spotts, 2009: 106).

Висновки. Таким чином, ідеологи нацизму покладали на мистецтво почесну місію підтримки морального та культурного ідеалу Третього Рейху. Це було можливим завдяки діяльності Й. Геббельса, який будучи очільником Міністерства народної освіти і пропаганди, також очолював й Імперську палату культури. Тобто, вся сила нацистської пропаганди була зосереджена в руках однієї людини.

Музична культура Третього Рейху сприяла утвердженню гендерних ідеалів через звернення до народних мотивів, які в своїй основі часто

мали суспільно важливі теми. Пропаганда в сфері музики була більше розрахована на учасників молодіжних організацій Третього Рейху, адже молодь мала стати головною рушійною силою всіх майбутніх звершень Третього Рейху.

Об'єднуючою рисою для творів образотворчого мистецтва, кіно, фотографії та скульптури нацистської Німеччини стало зображення чоловіків і жінок в їхніх природних ролях. Чоловік, будучи представником публічної сфери життя, був переважно представлений в ролі політичного солдата, або ж фермера, працівника – тих образів, які посилювали його зв'язок із землею. Жінці, як представниці приватної сфери життя, відводилася роль дружини та матері. Як зазначали ідеологи нацизму, успішній реалізації природних обов'язків обох статей мала сприяти їхня чудова фізична підготовка, яка проявилася у зображенні спортивних, підтягнутих чоловічих і жіночих тіл.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Clinefelter, J. Representing the Volksgemeinschaft: Art in the Third Reich. *In Life and Times in Nazi Germany*. 2016. 187–210 pp.
2. Heins L. *Nazi Film Melodrama*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press. 2013. 240 p.
3. Hinz B. *Art in the Third Reich*. Translated by R. and R. Kimber. New York: Pantheon Books. 1979. 268 p.
4. Hoffmann H. *The triumph of propaganda. Film and national socialism, 1933–1945*. Translated by J. A. Broadwin and V. R. Berghahn. Providence and Oxford: Berghahn Books. 1996. 259 p.
5. Lewy G. *Harmful and Undesirable: Book Censorship in Nazi Germany*. New York: Oxford University Press. 2016. 268 p.
6. Munn M. *Hitler and the Nazi Cult of Celebrity*. Robson Press. 2012. 290 p.
7. *New images of Nazi Germany: a photographic collection / compiled and with captions by Garson P. McFarland Press*, Jefferson, NC. 2012. 496 p.
8. O'Brien M.-E. *Nazi Cinema as Enchantment: The Politics of Entertainment in the Third Reich*. Rochester, NY : Camden House. 2004. 294 pp.
9. Peterson P. *Folk Songs, Youth, and Propaganda: Music of the Third Reich*. A thesis presented to the Department of Music Jordan College of Arts and The Honors Program of Butler University. 2014. 39 p.
10. Schoeps K.-H. *Literature and Film in the Third Reich*. Rochester, NY: Camden House. 2003. 371 p.
11. Schulte-Sasse L. *Entertaining the Third Reich: Illusions of Wholeness in Nazi Cinema*. Durham, NC: Duke University Press. 1996. 347 p.
12. Schulz W. *Basic Ideas of Nationalist Socialist Cultural Policy*. 1939. 109 p.
13. David W. *Propaganda and the German Cinema 1933–1945*. Oxford, Oxford University Press. 1983. 352 p.

REFERENCES

1. Clinefelter J. Representing the Volksgemeinschaft: Art in the Third Reich. *In Life and Times in Nazi Germany*. 2016. 187–210 pp.
2. Heins L. *Nazi Film Melodrama*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press. 2013. 240 p.
3. Hinz B. *Art in the Third Reich*. Translated by R. and R. Kimber. New York : Pantheon Books. 1979. 268 p.
4. Hoffmann H. *The triumph of propaganda. Film and national socialism, 1933–1945*. Translated by J. A. Broadwin and V. R. Berghahn. Providence and Oxford : Berghahn Books. 1996. 259 p.
5. Lewy G. *Harmful and Undesirable: Book Censorship in Nazi Germany*. New York: Oxford University Press. 2016. 268 p.
6. Munn M. *Hitler and the Nazi Cult of Celebrity*. Robson Press. 2012. 290 p.
7. *New images of Nazi Germany: a photographic collection / compiled and with captions by Garson P. McFarland Press*, Jefferson, NC. 2012. 496 p.
8. O'Brien M.-E. *Nazi Cinema as Enchantment: The Politics of Entertainment in the Third Reich*. Rochester, NY : Camden House. 2006. 294 pp.
9. Peterson P. *Folk Songs, Youth, and Propaganda: Music of the Third Reich*. A thesis presented to the Department of Music Jordan College of Arts and The Honors Program of Butler University. 2014. 39 p.
10. Schoeps K.-H. *Literature and Film in the Third Reich*. Rochester, NY: Camden House. 2003. 371 p.
11. Schulte-Sasse L. *Entertaining the Third Reich: Illusions of Wholeness in Nazi Cinema*. Durham, NC: Duke University Press. 1996. 347 p.
12. Schulz W. *Basic Ideas of Nationalist Socialist Cultural Policy*. 1939. 109 p. David Welch, *Propaganda and the German Cinema 1933–1945*. Oxford, Oxford University Press. 1983. 352 p.