

УДК 159.9

**Пашкин Сергей Борисович**

доктор педагогических наук, профессор  
профессор кафедры гуманитарных дисциплин  
Российский государственный педагогический университет имени А.И. Герцена  
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация  
sergejppashkin@mail.ru

**Турчин Анатолий Степанович**

доктор психологических наук, доцент  
профессор кафедры общей и прикладной психологии  
Санкт-Петербургский военный ордена Жукова институт войск национальной гвардии  
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация  
ast55@mail.ru

**Диц Сергей Дмитриевич**

психолог  
Российский государственный педагогический университет имени А.И. Герцена  
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация  
skyfall1505@yandex.ru

## ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОПЕРАЦИИ С ПРИМЕНЕНИЕМ ЛИСТОВОК АРМИЕЙ США С 1917 ПО 2003 ГОДЫ

**Для цитирования:**

Пашкин С.Б., Турчин А.С., Диц С.Д. Психологические операции с применением листовок армией США с 1917 по 2003 годы // Вестник Санкт-Петербургского военного института войск национальной гвардии. 2021. № 1 (14). С. 81–89. URL: <https://vestnik-spvi.ru/2021/03/020.pdf>

**Аннотация.** В статье приводятся результаты теоретико-эмпирического исследования особенностей подготовки и проведения психологических операций специальными подразделениями армии США по подрыву боеготовности противника с помощью листовок. В работе описаны периоды с 1917 по 2003 годы.

**Ключевые слова:** воинская деятельность, армия США, психологические операции, морально-психологическое обеспечение, листовки.

В современных условиях в системе массовых коммуникаций и образовании заметно возрастает роль интернета и социальных сетей, активно включаемых и применяемых различными сообществами в качестве средств психологической войны. Целевая аудитория их может быть различной – от школьников и до военнослужащих. Цели, как правило, представляются «справедливыми и гуманными», что, однако, не отменяет скрытого результата, когда «благими намерениями выстлана дорога в ад». Тем не менее, информация на бланковых носителях может оказывать достаточно сильное воздействие, если она подается оперативно и с соответствующим образным (внетекстовым) сопровождением. В частности, при блокировании Интернета и применения в боевых условиях оружия, основанного на мощном электромагнитном излучении, листовки могут оказаться практически единственным средством, оперативность и эффективность применения которого весьма значима. В этом плане данная статья является логиче-

ским продолжением наших предыдущих исследований [30–33], касающихся проблематики средств ведения психологической войны.

Сброс листовок с воздуха на позиции противника, нейтральных сил или на гражданское население используется давно и его можно считать одной из старейших форм массовых психологических операций, но на эту тему было написано не так много статей. Большинство американских историков военно-воздушных сил (ВВС) предпочитают такие темы, как особенности стратегических бомбардировок, тактическая поддержка с воздуха, использование ВВС в стратегических операциях и др. Однако, как только в начале XX века самолёты стали появляться над полем боя, американские политики и военные предложили сбрасывать листовки вместе с бомбами. Следовательно, исторический и историко-психологический обзор этой темы поможет лучше понять психологические составляющие использования американских ВВС в конфликтах, а также эффект подобных психологических операций.

Анализ соответствующих операций в этой статье будет выполнен в хронологическом порядке, начиная с Первой мировой войны и заканчивая операцией «Иракская свобода». В статье будет представлен историко-психологический анализ сброса листовок, как средства проведения именно психологических операций. Мы не ставим в качестве исследовательской задачи рассмотреть в этом плане все гуманитарные или миротворческие операции, поскольку их было слишком много в истории XX века. Целесообразно проанализировать лишь некоторые крупные конфликты, в которых военно-воздушные силы играли ключевую роль в достижении успеха в операции или выполняли важную оперативнотактическую роль. При этом не будем также рассматривать идеологическую составляющую (было бы странным оправдывать или рационализировать американские психологические операции с учетом истинных целей их разработчиков).

Так, до Первой мировой войны не было прецедентов целенаправленных операций по сбросу листовок. Известны лишь единичные случаи использования листовок воюющими сторонами методом проб и ошибок. Все страны, начиная с 1914 года, вели пропаганду с применением напечатанных листовок, которые сбрасывались с самолётов, воздушных шаров или доставлялись с применением пустых артиллерийских снарядов. В частности, сержант Моррис Пигмэн писал о содержании немецкой листовки, сброшенной на позиции американского корпуса германским самолётом. Он оценивал это как жалкую попытку морально разложить и убедить сдать в плен, в то время как американские парни лишь смеются и собирают эти бумажки в качестве сувениров. То, что не все было так весело и безобидно, вытекает из дальнейших слов сержанта о том, что они падают на нас каждое утро, как дождь, и засыпают всё вокруг, но их никто не трогает [1]. Скорее всего, офицеры специально следили за поведением военнослужащих, тем более что среди них могли оказаться потомки немецких эмигрантов, которых и в настоящее время среди белых американцев, по опросам 2000 года, – каждый седьмой.

Исходя из текста его письма, можно судить о том, что эффективность этих первых листовок была невелика. Используя их, немцы пытались убедить британцев, что Англия опустится на место страны второго сорта, если Америка победит в войне (что в итоге и произошло двумя десятилетиями позже). В одной из листовок говорилось, что Северо-Американским Соединенным Штатам (САСШ) будет мало одного лишь падения Германии, так как Америка стремится к контролю всей мировой экономики. Всемирное доминирование – вот что ей нужно [2]. Попытка по-

сеять недоверие внутри альянса (Антанты) было единственным вариантом для психологических операций Рейха кайзера Вильгельма II. Американские же военные оценили важность психологических операции для получения военного преимущества, и с этой целью для операций с применением листовок армия САСШ создала подразделение психологической войны при департаменте войны и пропаганды в Генштабе экспедиционных сил (*Psychological Warfare Subsection in the War Department and the Propaganda Section within the General Headquarters, American Expeditionary Forces*) [3]. О точном количестве напечатанных листовок нет достоверной информации. По некоторым подсчётам к концу войны Первой мировой войны Союзниками (Антанта) сброшено 50 млн листовок с призывом к капитуляции [4]. Полковники Фрэнк Голдштейн и Дэниэл Якововиц заявляли, что в последние месяцы войны в результате психологических операций солдаты противника стали сдаваться в плен [5]. Массовый сброс листовок с призывами сдаваться так же создал прецедент для их использования в ходе будущих конфликтов.

Хотя сброс листовок с воздуха находился в этапе зарождения, многие наблюдатели со стороны союзников и их противников (Германии и Австро-Венгрии) отмечали их эффективность уже после войны. Наиболее успешные немецкие генералы Гинденбург (*Paul Ludwig Hans Anton von Beneckendorff und von Hindenburg*) и Людендорф (*Erich Friedrich Wilhelm Ludendorff*) тоже признали факт, что листовки союзников сыграли важную роль в разрушении боевого духа и морали их солдат [6].

Период между двумя мировыми войнами дал время на рефлексии средств психологической войны. Многие сторонники военно-воздушных сил, такие как Жулио Дуэ и Уильям («Билли») Митчелл говорили о том, что все будущие конфликты будут выигрываться в воздухе. Теоретики стратегической авиации писали о том, что уничтожение морали вражеских солдат и гражданского населения будет достигаться физическими разрушениями важных объектов, а не «падающими с воздуха бумажками». Однако во время Второй мировой войны доктрина Дуэ в целом себя не оправдала, в то время, как отношение к психологическим операциям изменилось. Они стали неотъемлемой частью военных операций в Европе и на тихоокеанском театре военных действий. Сброс листовок составил значительную часть воздушных операций в этот период.

В частности, 8-я воздушная армия США и Королевские ВВС Великобритании начали операции по сбросу листовок летом 1943 года над оккупированными фашистами территориями. С 1944 года британские и американские психоло-

гические операции управлялись дивизией психологических операций главного командования союзных сил (*Psychological Warfare Division of the Supreme Headquarters, Allied Expeditionary Forces*). Количество стратегических и тактических сбросов листовок увеличилось после высадки в Нормандии. Так, в одной из листовок информировала о том, что тяжёлые бомбардировщики союзных сил нацелены на фабрики, которые производят патроны, на железные дороги, которые обеспечивают снабжение, и на мосты, которые соединяют немецких солдат с их домом. Они заставят немцев сражаться с парализованной Рейнской областью за спиной. Призывали подумать о разрушениях, которые несут бомбардировки. Содержалось предупреждение о том, что американцы скоро вернуться.

Другая листовка предупреждала немецких солдат о том, что они, по сути, «живут в мишенях». Снова и снова немецкие солдаты попадают в котлы на всех фронтах. Только как военнопленные они смогут избежать уничтожения [7, с. 45]. Тактическая авиация доставляла эти и прочие «быстро достигающие» или ситуативные послания вражеским бойцам, застрявшим в зонах активных боевых действий. Вместе с ними сбрасывали специальные пропуска в плен (*Passierschein*) [8].

Историк Джеймс Эрдманн писал, что американские военные считали тактическую доставку листовок «самым эффективным» методом воздействия на боевой дух противника. С развитием операций по сбросу листовок (и с началом сброса листовок на немецкие города) сообщения, напечатанные в них, стали короче и более простыми для понимания. Многие из них содержали рисунок или пару простых фраз. Технологические методы доставки листовок улучшились. Вместо «ручного» сброса стали применять листовочные бомбы Монро и бомбы пропаганды («Т»), которые можно было сбрасывать с более безопасной высоты. Их подрыв на определённой высоте обеспечивал относительно точное покрытие земли листовками. Всё это делало операции более безопасными и минимизировало риск атаки ПВО противника. Эрдманн предположил, что до дня «Д» (операция «Оверлорд») Королевские ВВС сбросили 2 151 000 000 листовок, а 8-я воздушная армия США – 500 000 000. После дня «Д», когда большинство психологических операций выполняли американские ВВС, во время которых было сброшено ещё 3 240 000 000 листовок над оккупированными частями Европы [9].

В своей книге «Психологическая Война против Нацистской Германии» историк психологических операций Дэниэл Лернер приводит хронику Союзнической кампании «*Skyewar*» в 1944 - 1945 гг., во время которой операции с листовками были лишь одним из многих элементов психологиче-

ской войны. И хотя воздушные операции стали намного легче после («исчезновения») Люфтваффе, предпочтение для доставки листовок стали отдавать артиллерийским снарядам. У артобстрелов было преимущество в том, что они исключали риск воздействия средств ПВО и решали вопрос с точностью операций. Многие листовки, сброшенные авиацией, просто не достигали своих целей и были потрачены впустую [10, с. 133]. Однако артиллерийские снаряды содержали в себе гораздо меньше листовок. Один 105-мм снаряд имел в себе максимум 500 листовок [6, с. 11].

Оценка средств доставки не была однозначной. Так, когда командование психологических операций считало артобстрелы невозможными, маловероятными или нежелательными, в небо поднимались самолёты с листовками. При этом появилось понимание необходимости перевода части листовок на английский, а также письменного обоснования военного применения этих листовок для солдат, которые их сбрасывали [10, с. 232–233]. Командиры считали, что для тех, кто доставляет эти листовки, важно знать их содержание, и для чего они идут на риск, при доставке. Точность сброса листовок с применением бомбы Монро увеличивалась [10, с. 47–51; 233–234], и доставлялось намного больше листовок, чем артиллерийскими снарядами (бомба Т-3, которую сбрасывали истребители, несла 14 000 листовок, а бомба Т-1 для тяжёлых бомбардировщиков содержала 80 000) [6, с. 11–12].

Командование психологических операций в период войны с Японией на Тихом океане применяло знания, полученные в Европе, хотя листовки для японцев фокусировались меньше на общественном мнении и призывах дезертировать. Вместо этого листовки пытались вызвать страх. Одновременно с массированными воздушными огненными рейдами на японские города в 1945 году генерал-майор Куртис ЛеМэй приказал начать лимитированные психологические операции с применением листовок. Некоторые листовки предупреждали граждан, что хоть бомбы и нацелены на военные объекты, «у бомб нет глаз» [11, с. 12]. Листовки призывали граждан покинуть все города из списка (всего их было 11) в надежде создать кризис с беженцами на территории Японии и таким образом нарушить общественный порядок и помешать функционировать индустриальному комплексу. Листовки, которые призывали к эвакуации и предупреждали о неминуемой смерти, усугубляли психологическую травму, вызванную бомбардировками зажигательными бомбами [11].

На тактическом уровне ВВС США сбрасывали бомбы с призывами сдаваться на японскую армию так же, как и на немецкую, но с гораздо меньшим успехом из-за оскорбительной для японцев фразы «я сдаюсь». Со временем аме-

риканцы поняли, что японские солдаты на культурном уровне были воспитаны так, что сдача в плен оценивалась страшнее, чем смерть, и заменили фразу «я сдаюсь» на «я прекращаю сопротивление» с рисунками счастливых японских военнопленных [8]. Вопрос об эффективности этого метода воздействия в период кровавых кампаний на Тихоокеанском фронте остаётся открытым. В своей книге «Психологическая война» Пол Лайнбаргер подробно рассказывает о сбросе листовок на Японские Острова во время переговоров о капитуляции летом 1945 года. Лайнбаргер считает, что после отказа США от первоначальных японских условий, «Б-29 несли листовки во все части Японии с текстом официального японского призыва сдаться», действие, которое «не позволило бы японскому правительству вернуть японский народ в состояние самоубийственного безумия для продолжения войны». Он писал, что в истории ещё не было примеров, когда целому народу передали такое решительное сообщение, всем одновременно, в самом конце войны [12, с. 42]. На самом деле японские граждане были деморализованы уже довольно давно из-за лишений войны, и всё, чего военные хотели добиться этой операцией, было сохранение низкого боевого духа.

Поскольку психологические операции сыграли важную роль во Второй мировой войне (листовки и прочие методы убеждения), они оставили серьёзный отпечаток на будущем военной доктрины и вариантах планирования. Через 5 лет после психологической операции начали проводиться вновь. Сброс листовок был основным методом психологического воздействия на вооружённые силы Северной Кореи и Народной Армии Китая, а также на гражданское население в 1950–1953 гг. За этот период на Северную Корею ВВС США сбросили более 2 млрд листовок [13, с. 37]. 1-я группа радиопередатчиков и листовок печатала более 200 вариантов листовок в неделю [14, с. 27]. Б-26 и Б-29 сбрасывали кластерные бомбы, каждая из которых содержала в себе от 22 500 до 45 000 листовок, в зависимости от её размера [13, с. 37].

Составители текстов листовок рассчитывали играть на настроении вражеских солдат и гражданских жителей. Например, в операции «Фермер» листовки призывали фермеров КНДР, которым надоели высокие налоги и продразвёрстка, прятать свой урожай и потом продавать его на чёрном рынке [13, с. 82]. В текстах, адресованным военным, призывали покинуть свои позиции, обещая альтернативу – встретить неминуемую смерть. Подобную тактику использовали ещё во время Второй мировой войны в Европе. Так, одна из листовок изображала истребитель Ф-80, стреляющим по убегающему китайскому солдату с подписью: «Смерть разного вида ждёт

вас на чужой земле». Другая листовка изображала мертвого китайского солдата, а также другого, улыбающегося, стоящего рядом с женой и ребёнком [15, с. 86]. Помимо наведения страха, были также и листовки, обещающие награды. Например, одна листовка предлагала 50 000 долларов любому коммунисту-предателю, который сбежит с «МиГ-15 в рабочем состоянии» [8].

Как и в Японии, листовки также предупреждали о надвигающихся военных действиях и призывали к эвакуации. Двумя такими операциями были план «Удар» (Strike) и план «Взрыв» (Blast). Начиная с середины июля 1952 года, в ожидании массированных бомбардировок самолётами Б-26, план «Удар» призывал людей в 78 городах бежать подальше от военных объектов. Перед операцией по бомбардировке Пхеньяна план «Взрыв» призывал городских жителей к эвакуации и просил держаться подальше от военной и индустриальной инфраструктуры [11, с. 122–125; 13, с. 82–83]. Госдепартамент США так же организовал сброс листовок на южнокорейских беженцев, чтобы пригласить к возвращению в их разрушенные дома [13, с. 142–143; 16, с. 36].

Поскольку американские политики смотрели на Корейскую Войну с точки зрения холодной войны, они считали крайне необходимым поддерживать стабильность Южной Кореи, одновременно с этим вызывая политическую смуту в Северной. И хотя позже во Вьетнаме социальная, политическая и военная ситуация сильно отличалась от ситуации в Корее, правительство США относилось к ней, как к борьбе против коммунистической агрессии. США применили полученные ранее знания на практике и в новом конфликте, адаптируя их для социально-политических и военных целей.

Исходя из политической ситуации в Южном Вьетнаме в 1960-х гг., американцы уделяли особое внимание психологическим операциям. Поскольку военные США воспринимали вьетнамских партизан, как введённых в заблуждение коммунистов, они пришли к выводу, что проведение более эффективных психологических операций, чем пропаганда Севера, поможет устранить эффект этой пропаганды в принципе. Так, программа листовок «Возвращайтесь домой», также известная как «Открытые руки», началась ещё до введения постоянного контингента войск США в Южный Вьетнам. Главной задачей этой программы было склонить партизан прекратить попытки сопротивления американским военным [17, с. 126–133]. Этого можно было достичь, используя один, или комбинацию трёх методов. Первым методом была взятка, или «покупка» повстанцев. Эти листовки, например, предлагали комбатантам денежное вознаграждение за безопасное возвращение сбитых американских пилотов или сдачу

оружия. Обещали платить от 800 \$ за стрелковое оружие и до 20 000 \$ за артиллерию [8]. Вторым методом было внушение страха, что у американских военных был «настолько полный контроль над ситуацией, что они могут предложить два выхода: либо полная капитуляция, либо смерть. Наконец, американцы проявляли «щедротность» и обещали помилование всем партизанам, если они сдадутся и помогут американским военным.

На первом этапе программа «Возвращайтесь домой» страдала от недостаточных результатов. Американцы считали, что в 1963 году по этой программе вернулось 11 000 вьетконговцев, но уже в 1964 году их количество снизилось до 5 400, а в первой половине 1965 года их было всего 3 000. Благодаря новому марионеточному правительству под руководством Нгуен Као Ки и созданию ощущения его стабильности, во второй половине 1965 года по программе вернулось 11 000 человек. В 1966 году общее количество вернувшихся оценивалось американцами в 20 000 человек [18, с. 143]. Программа начала меняться во второй половине 60-х гг., в основном из-за того, что листовки стали писать сами перебежчики, а не американцы [18, с. 145]. С середины 1965 года США также сбросили миллионы антикитайских, антикоммунистических листовок и листовок с призывами сдаваться прямо на Северный Вьетнам. Одна из листовок в мае 1965 года призывала правительство Севера прекратить убийство своих соотечественников и остановить незаконное вторжение в Южный Вьетнам [19].

В апреле 1966 года правительством США были изданы официальные методические рекомендации к психологическим операциям во Вьетнаме, что придавало программе политическую и институциональную легитимность. Однако, хотя до начала 70-х гг. сами военные называли программу слабой и ненадёжной, но все же незаменимой, они предпочитали фокусироваться на проблемах, которые могут появиться после отмены программы. Кроме количественных показателей были и другие свидетельства успеха программы психологической войны. Так, полковник ВВС США Бенджамин Финдли в книге «Психологические операции Вьетконга» и «США во Вьетнаме» приводил два примера удачных операций программ – операция «Облава» (Roundup) и операция «Падающие листья» (Falling Leaves), проходивших в дельте реки Меконг в период 1970 - 1971 гг. По официальным данным, операция «Облава» помогла склонить сотни повстанцев на сторону США в провинции Киен Хоа. Операция «Падающие листья» дала похожий результат в регионе Киен Джанг, а также показала возможный потенциал объединенных психологических операций сил Южного Вьетнама и США [20, с. 233–235].

По американским данным, с 1963 по 1972 гг.

более 200 000 солдат Северного Вьетнама и партизан дезертировали, а также многие тысячи просто сдавались в плен (правда данных о том, не ушли ли они потом опять в партизаны, как позднее бывало в Афганистане, авторы не приводят). Так, Роберт Уильям Чандлер говорил, что в дополнение к огромной огневой мощи вооружённых сил США листовки и радиотрансляции создавали определённые проблемы для режима Северного Вьетнама, но он же признавал, что нет данных о том, сколько солдат сдерживали себя в бою, не подчинялись приказам и не доверяли своим командирам благодаря психологическим операциям США. Причиной провала данных операций официально признано считать не реалистичность ожиданий от психологических операций в регионе [21]. Так, даже самая лучшая подготовка психологических операций не могла помочь силам США в условиях их провальной национальной стратегии во Вьетнаме.

Несмотря на ценные уроки, США не смогли достичь своей цели в регионе. Война ими была проиграна, а «вьетнамизация» лишь ненадолго отсрочила объединение Вьетнама. В результате этого провала перед военными встал вопрос: какие доктрины ведения войны нужно оставить, а от каких отказаться. Однако при этом ценность психологических операций никто не отрицал. В 1980-е гг. оборонительные программы стали лучше финансироваться, и психологические операции получили новые вложения благодаря инициативам Рональда Рейгана. Возможность протестировать новую американскую машину войны вскоре появилась на Ближнем Востоке.

В 1990 году президент Джордж Буш отправил американские войска для войны с Ираком во время вторжения армии Ирака в Кувейт. С декабря 1990 по март 1991 гг. силы коалиции сбросили 19 млн листовок на Кувейт, Южный Ирак и Багдад в рамках операций «Щит пустыни» и «Буря в пустыне». Ещё примерно 10 млн листовок было сброшено на Северный Ирак [22]. 4-я группа психологических операций под командованием начальника Центкома генерала Нормана Шварцкопфа возглавляла массовую кампанию по созданию этих листовок. И хотя их содержание сильно зависело от времени, обстановки и места сброса, они несли в себе давно известные темы: глупость сопротивления вооружённым силам США, рекомендации сдать, обещание предоставления еды, воды и порядочного обращения в плену, призывы подумать о своём доме. Также листовки уверяли арабское население региона, что США являются всего лишь членом международной коалиции и не собирались захватывать и оккупировать регион [23]. Уже после войны Командование Специальных Операций США называло психологические операции решающим фактором в захвате 87 000 пленных

вражеских солдат [22].

В конце 90-х гг. психологические операции играли серьёзную роль в Балканских конфликтах. Силы НАТО вели контрпропаганду против сербских вооружённых сил и слухов ими распространяемыми. В сентябре 1997 года в сербской радиопередаче, направленной против НАТО, было заявлено о применении НАТО ядерного оружия малой интенсивности во время авиаударов по сербским позициям в районе Сараево и Маевичы в 1995 году (действительно, коалиция неоднократно применяла боеприпасы с обедненным ураном, что выяснилось позже). Предпочтительным методом проведения контрпропаганды было использование радио- и телетрансляций, которые выполнялись с самолётов ЕС-130Е. Этот метод встретил некоторые трудности в восточной и северной Боснии потому, что радиосигнал туда просто не доходил. Поэтому силы НАТО в регионе разработали и распространяли листовки, призванные бороться с сербской пропагандой. В текстах листовок были приведены цитаты таких мыслителей, как Томас Джефферсон, Джон Локк и Платон. Также листовки акцентировали внимание на том, что полиция должна защищать закон, а не быть «политической полицией». Как и раньше, некоторые листовки содержали угрозы уничтожить Сербию авиабомбардировками с Б-52, если сербы продолжат свою политику геноцида в Косово. Другие листовки предлагали 5 млн. долларов за информацию, которая могла привести к поимке Слободана Милошевича, Радована Караджича или Ратко Младича, объявленных архитекторами сербского геноцида [8]. В сумме вертолёты НАТО сбросили примерно 43 000 листовок на северо-восток Боснии. Это маленькое число по сравнению с другими операциями, которое, однако, показывает, что предпочтение отдавалось телевидению и радио [24], и что листовки не всегда были самым надёжным способом достижения целевой аудитории.

В ответ на теракт 11 сентября 2001 г. США объявили начало глобальной войны с терроризмом. Практически сразу после теракта военные приказали 4-й группе психологических операций и 3-му батальону психологических операций (БПО) начать печатать листовки для сброса в Афганистане. В октябре, до начала массовой печати, 3-й БПО высадился в Кувейте для поддержки операции «Несокрушимая свобода». Батальон начал печатать листовки, обещающие 25 млн долларов за информацию о местоположении Усамы бен Ладена. Для распространения листовок использовались бомбы M129, которые сбрасывали над афганскими поселениями [25]. В первые месяцы войны с Талибаном<sup>1</sup> более 75 млн листовок, рассказывающих о преступлениях Аль-Каиды<sup>1</sup> и неминуемой победе Коалиции, были сброшены

<sup>1</sup> Деятельность организации признана террористической и запрещена на территории Российской Федерации.

с помощью Б-52 и С-130 [26]. Бойцы Талибана не знали, какие бомбы на них летят, – настоящие или с листовками [27]. Одна из листовок предупреждала, что бойцы Талибана и Аль-Каиды – наши цели и не смогут спрятаться [8]. Члены 3-го БПО заявляли, что «создание листовок было критически важно для воздушной и наземной кампании в Афганистане, для свержения правительства движения Талибан и уничтожении Аль-Каиды» [28, с. 149].

Вторая фаза войны с терроризмом началась в марте 2003 года, когда Джордж Буш-младший ввёл войска в Ирак под предлогом поиска и ликвидации оружия массового поражения. Но война за общественное мнение началась задолго до боевых действий. Сначала целью психологических операций в Ираке было противостоять проарабской, происламской и пробаасистской пропаганде, которую распространяла администрация Саддама Хусейна [29, с. 95]. Пропаганда одной стороны всегда встречала ответную контрпропаганду другой. Распространение листовок и радиотрансляции были основными методами ведения ранних психологических операций в регионе. Источники на территории Ирака подтверждали, что американские листовки вызвали серьёзное беспокойство властей. Обеспокоенность Хусейна успешностью влияния листовок США привело к созданию специального комитета, чьей задачей было собирать американские листовки и уничтожать их. Гражданам Ирака было запрещено иметь или передавать листовки, сброшенные силами коалиции на Ирак. Военные и политики угрожали посадить в тюрьму или убить любого, кто имел при себе эти листовки. Правительство не хотело, чтобы люди увидели обещания американцев, поэтому требовали их собирать и сжигать. В дополнение к этому правительство Ирака запустило серию слухов, конспирологических теорий заговора и лжи, которые должны были противодействовать американским листовкам. Американская разведка также нашла официальные «формы слухов», которые использовались для того чтобы находить, анализировать и оценивать успех новых слухов.

21 марта 2003 г. в соответствии с началом воздушной кампании «Шок и трепет» ВВС США сбросили больше 2 млн листовок на Багдад, Тикрит, Мосул и Киркук. Листовки содержали одно из 17 сообщений, включая 1 пропуск для дезертира. В нем был призыв: чтобы избежать уничтожения, надо следовать указаниям представителей коалиции. На технике должны быть закреплены белые флаги. В реальности же, сразу после того, как военные США высадись в Ираке, гораздо меньше внимания уделялось листовкам с призывом сдаваться, в отличие от войны в Персидском заливе, поскольку командование считало, что большое количество военнопленных снизит скорость наступления. Поэтому стали использоваться другие сообщения, в которых сдержались призывы к иракским военнослужащим покинуть

системы вооружения ради собственной безопасности. С экипажем или без – они будут уничтожены. К маю 2003 года и к концу основных военных операций на Ирак был сброшен 31 млн буклетов и листовок [8]. Как только наступательные операции замедлили свой ход и стали более эпизодическими, психологические операции продолжились, но уже наземными силами.

Можно отметить, что, хотя, начиная с Первой мировой войны и заканчивая операцией «Иракская свобода», сообщения в листовках были ситуативными, они, как правило, фокусировались на одной или более основной идее. Первой идеей обычно был призыв сдаваться и покинуть свои посты, отказаться от политических взглядов. Если эти листовки хорошо влияли на целевую аудиторию, – американские военные достигали своих целей с меньшими потерями и меньшей тратой ресурсов. Такой подход был эффективным во время войны в Персидском заливе. Другой была идея неминуемой гибели или просто угрозы и предупреждения об опасности. Этот способ использовался для снижения потерь среди гражданского населения, и чтобы убедить вражеских военных сдаться. Также важной идеей было обещание денежной награды, как это было в Афганистане, Вьетнаме, Боснии и Корее. И, наконец, одной из идей было описание американских солдат, как благодетелей и спасителей, а их противников, – как преступников и злодеев. В той или иной форме этот метод воздействия применялся в каждом конфликте, но самыми яркими примерами являются Вьетнам, воздушная операция в Сер-

бии и глобальная война с терроризмом.

Использование листовок в психологических операциях актуально даже при наличии других, более современных средств ведения психологической войны. До сих пор на планете есть места, где нет интернета или телевидения, и поэтому единственным методом психологического воздействия в таких регионах до сих пор остаются листовки. Американские военные ценят и реализуют этот подход с тех пор, как авиация изменила методы ведения войны. Но в целом можно сказать, что ценность этих операций понимают не все и не всегда, и они всё ещё расцениваются как часть «настоящих» военных операций.

Прикладное значение данного опыта заключается в том, что военнослужащие, отвечающие за морально-психологическую подготовку подразделений российской армии и силовых структур, должны быть готовы к адекватной оценке всех средств психологического воздействия на мирное население и своих сослуживцев, как в условиях подготовки агрессии, так и после ее начала, чтобы предотвратить и существенным образом снизить дезорганизующий эффект применения противником новых и традиционных средств психологического воздействия на личность и воинское подразделение.

Деятельность организации признана террористической и запрещена на территории Российской Федерации.

Деятельность организации признана террористической и запрещена на территории Российской Федерации.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Letter from Sergeant Morris Pigman to unknown recipient, 4 November 1918 / American Letters and Diary Entries, World War One, 1917–1919 // National World War One Museum Research Center. URL: <https://www.libertymemorialmuseum.org/FileUploads/AmericanLettersandDiaryEnt.doc> (дата обращения: 04.02.2021).
2. New York Times. 25 September 1918. // New York Times Article Archive [Сайт]. URL: <https://archive.nytimes.com/www.nytimes.com/ref/membercenter/nytarchive.html> (дата обращения: 01.02.2021).
3. Paddock A. No More Tactical Information Detachments: U.S. Military Psychological Operations in Transition, in Frank Goldstein and Benjamin Findley // Psychological Operations: Principles and Case Studies. Maxwell Air Force Base: Air University Press, 1996. P. 26.
4. Berger C. An Introduction to Wartime Leaflets. Washington, DC: Special Operations Research Office, American University, 1959. P. 3–4; Pease S. Psywar: Psychological Warfare in Korea, 1950–1953. Harrisburg, PA: Stackpole Books, 1992. P. 4–5.
5. Goldstein F., Jacobowitz D. Psychological Operations: An Introduction // Psychological Operations. № 13.
6. Kehm H.D. The Methods and Functions of Military Psychological Warfare // Military Review. January 1947. № 4.
7. Connolly R.D. The Principles of War and Psywar // Military Review. March 1957. № 39.
8. Friedman H.A. Falling Leaves // Print magazine [Сайт]. URL: <https://www.psywar.org/fallingleaves.php> (дата обращения: 01.02.2021).
9. Erdman J. Leaflet Operations in the Second World War: The Story of the How and Why of the 6,500,000,000 Propaganda Leaflets Dropped on Axis Forces and Homelands in the Mediterranean and European Theaters of Operations // Reproduced by Denver Instant Printing. Fort Leavenworth, KS: Combined Arms Research Library, 1969. P. 1–7.
10. Lerner D. Psychological Warfare against Nazi Germany: The Skywar Campaign, D-Day to VE-Day. Cambridge and London: The M.I.T. Press, 1971. 377 p.
11. Конрад К. Крейн. Американская военно-воздушная стратегия в Корее, 1950–1953 гг. // Журнал военной истории. 2000. № 64(3). 381 с.

12. Linebarger P. Psychological Warfare in Conolly (1948) // Leaflet Drops in America's Conflicts, 1917–2007. 332 p.
13. Pease S. Psywar. Psychological Warfare in Korea 1950–1953. Stack pole Books, Harrisburg, PA, 1992. 194 p.
14. Psychological operations: principles and case studies / Goldstein F.L., Findley B.F. // Psychological Operations. Air University. Press Maxwell Air Force Base, Alabama, 1996. 378 p.
15. Diffendorfer J. Give Up–It's Good For You. // Military Review. 1967.
16. Hungerford J. Reactions of Civilian Populations to Air Attacks by Friendly Forces // Research Memorandum 925. (Santa Monica, CA: RAND Corporation, 1952.
17. Abbot P., Katz P., McLaurin R. Critical Analysis of U.S. PSYOP / Goldstein F.L., Findley B.F. // Psychological Operations. Air University. Press Maxwell Air Force Base, Alabama, 1996. 378 p.
18. Brewer G. The Surrender Program. // Military Review. 1967. P. 141–145.
19. New York Times. 15 April 1965; 21 May 1965; 9 February 1966; 26 September 1967 // New York Times Article Archive [Сайт]. URL: <https://archive.nytimes.com/www.nytimes.com/ref/membercenter/nytarchive.html> (дата обращения: 03.02.2021).
20. Findley B. U.S. and Vietcong Psychological Operations in Vietnam / Goldstein F.L., Findley B.F. // Psychological Operations. Air University. Press Maxwell Air Force Base, Alabama, 1996. 378 p.
21. Chandler R.O. U.S. Psychological Operations in Vietnam. The George Washington University, 1974. P. 541–544.
22. Psychological Operations During Desert Shield/Storm: A Post-Operational Analysis // United States Special Operations Command publication, Macdill Air Force Base. Ap. 3-B-2. URL: [https://www.researchgate.net/publication/235024401\\_Operation\\_Desert\\_ShieldDesert\\_Storm\\_A\\_Summary\\_Report](https://www.researchgate.net/publication/235024401_Operation_Desert_ShieldDesert_Storm_A_Summary_Report) (дата обращения: 01.02.2021).
23. Johnson R. Seeds of Victory: Psychological Warfare and Propaganda. Atglen, PA: Schiffer, cop. 1997. 283 p.
24. Adams T. Psychological Operations in Bosnia // Military Review. December 1998 – February 1999. P. 35–36.
25. Briscoe C., Kiper R., Shroder J., Sepp K. Weapon of Choice: U.S. Army Special Operations Forces in Afghanistan/ Fort Leavenworth: Combat Studies Institute Press, 2003. P. 147–149.
26. Washington Post. 8 November. 2001. // Inopressa [Сайт]. URL: <https://www.inopressa.ru/today/08nov2001> (дата обращения: 01.02.2021).
27. Interview by Richard Kiper with members of C Company, 3rd Battalion, 75th Ranger Regiment. // Spec Ops Magazine. 28 March 2002. URL: <https://special-ops.org/75th-ranger-regiment/> (дата обращения: 01.02.2021).
28. Briscoe C. Weapon of Choice. Fort Leavenworth, Kansas: Combat Studies Institute Press, 2003. 417 P.
29. Woods K. Iraqi Perspectives Project: A View of Operation Iraqi Freedom from Saddam's Senior Leadership // Joint Center for Operational Analysis [JCOA]. Vol. 9. Is. 2, June 2007.
30. Пашкин С.Б., Мозеров С.А., Мозерова Е.С. Психолого-педагогические аспекты изучения индивидуальных особенностей военнослужащих // Военный инженер. 2018. №3 (9). С. 48–59.
31. Пашкин С.Б., Мозеров С.А., Мозерова Е.С., Вулич С.Н. О некоторых аспектах морально-психологического и медицинского обеспечения служебной деятельности / Под ред. В.Б. Коновалова // Актуальные проблемы военно-научных исследований: сборник научных трудов (г. Санкт-Петербург, 2019 г.). СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2019. С. 408–416.
32. Пашкин С.Б., Лисовская Н.Б. Психологические факторы успешности специалистов при исполнении служебных обязанностей // Актуальные научные проблемы военных исследований. СПб.: Изд-во «Военная академия материально-технического обеспечения имени генерала армии А.В. Хрулева», 2019. С. 341–353.
33. Пашкин С.Б., Турчин А.С., Саркисова Е.А. Система мероприятий психологической помощи военнослужащим в интересах укрепления, сохранения, восстановления психического здоровья // Вестник Санкт-Петербургского военного института войск национальной гвардии. 2020. № 1 (10). С. 82–88.

#### **Pashkin Sergey Borisovich**

Grand PhD in Pedagogy (Doctor of Pedagogical sciences), Professor  
Professor of the Department of Humanitarian Disciplines  
The Herzen State Pedagogical University of Russia  
Saint-Petersburg, Russian Federation  
[sergejppashkin@mail.ru](mailto:sergejppashkin@mail.ru)

#### **Turchin Anatoly Stepanovich**

Grand PhD in Psychology (Doctor of Psychological sciences), Docent  
Professor of the Department of General and Applied Psychology  
Saint-Petersburg Military Order of Zhukov Institute of the National Guard Troops  
Saint-Petersburg, Russian Federation  
[ast55@mail.ru](mailto:ast55@mail.ru)



**Ditz Sergey Dmitrievich**

psychologist

The Herzen State Pedagogical University of Russia

Saint-Petersburg, Russian Federation

skyfall1505@yandex.ru

## PSYCHOLOGICAL OPERATIONS USING SHEETS BY THE US ARMY FROM 1917 TO 2003

**Abstract.** The article presents the results of a theoretical and empirical study of the peculiarities of the preparation and conduct of psychological operations by special units of the US Army to undermine the enemy's combat readiness with the help of leaflets. The work describes the periods from 1917 to 2003.

**Keywords:** military activities, the US army, psychological operations, moral and psychological support, leaflets.