ЗМІСТ

Використання еротики, порнографії та інших сексуальних аспектів у пропагандистській діяльності

Подивитись анотацію та купити на **jurkniga.ua**

Анотація

У навчальному посібнику значну роль приділено використанню сексуальних аспектів у пропагандистській діяльності під час війн XX та XXI століття. Розкрито особливості використання сексуальної пропаганди при проведенні сучасного інформаційно-психологічного протиборства, зокрема на шкоду інтересам України з боку РФ.

Ця книга містить матеріали, що досліджують використання еротики, порнографії та інших сексуальних аспектів у пропагандистській діяльності в різних історичних та культурних контекстах. Всі зображення, приклади та інформація, представлені в цій роботі, мають виключно дослідницький та освітній характер.

Автори не мають на меті ображати, дискредитувати чи принижувати будь-яких осіб або групи осіб на основі їхніх особистих, культурних чи релігійних переконань. Вміст книги не відображає особисту думку авторів щодо поданих тем. Відповідальність за можливе непорозуміння або неправдиве трактування матеріалів несе виключно читач.

Автори також не несуть відповідальності за реакції на будь-які зображення чи інформацію, що можуть бути сприйняті як провокативні або суперечливі. Читачам рекомендується підходити до матеріалу з належною критичною оцінкою та розумінням контексту, в якому він використовується.

Посібник рекомендується для викладання навчальних дисциплін «Інформаційнопсихологічне протиборство» та «Інформаційна безпека держави». А також може використовуватися для викладання таких дисциплін, як: «Психологія», «Сексологія», «Основи захисту інформаційного простору України».

В. М. ПЕТРИК
В. І. КУРГАНЕВИЧ

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

ВИКОРИСТАННЯ ЕРОТИКИ, ПОРНОГРАФІЇ ТА ІНШИХ СЕКСУАЛЬНИХ АСПЕКТІВ У ПРОПАГАНДИСТСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Видавництво
«Центр учбової літератури»
Київ — 2024

УДК 614.8.01(075.8)
П 30

Рекомендовано до друку
Вченою радою Експертної лабораторії системної інформації

Рецензенти:
Новицька Наталія Борисівна — доктор юридичних наук, професор;
Цибулькін Володимир Володимирович — кандидат філологічних наук, доцент.

Науковий консультант:
Присяжнюк Микола Миколайович — кандидат технічних наук, старший науковий співробітник.

Петрик В. М., Курганевич В. І.
П 30 Використання еротики, порнографії та інших сексуальних аспектів у пропагандистській діяльності: навчальний посібник / В. М. Петрик, В. І. Курганевич. — Київ : «Центр учбової літератури», 2024. — 150 с.

ISBN 978-611-01-3410-1

У навчальному посібнику значну роль приділено використанню сексуальних аспектів у пропагандистській діяльності під час війн XX та XXI століття. Розкрито особливості використання сексуальної пропаганди при проведенні сучасного інформаційно-психологічного протиборства, зокрема на шкоду інтересам України з боку РФ.

Ця книга містить матеріали, що досліджують використання еротики, порнографії та інших сексуальних аспектів у пропагандистській діяльності в різних історичних та культурних контекстах. Всі зображення, приклади та інформація, представлені в цій роботі, мають виключно дослідницький та освітній характер.

Автори не мають на меті ображати, дискредитувати чи принижувати будь-яких осіб або групи осіб на основі їхніх особистих, культурних чи релігійних переконань. Вміст книги не відображає особисту думку авторів щодо поданих тем. Відповідальність за можливе непорозуміння або неправдиве трактування матеріалів несе виключно читач.

Автори також не несуть відповідальності за реакції на будь-які зображення чи інформацію, що можуть бути сприйняті як провокативні або суперечливі. Читачам рекомендується підходити до матеріалу з належною критичною оцінкою та розумінням контексту, в якому він використовується.

Посібник рекомендується для викладання навчальних дисциплін «Інформаційно-психологічне протиборство» та «Інформаційна безпека держави». А також може використовуватися для викладання таких дисциплін, як: «Психологія», «Сексологія», «Основи захисту інформаційного простору України».

ISBN 978-611-01-3410-1

© Петрик В.М., Курганевич В.І., 2024.
©Видавництво «Центр учбової літератури», 2024.

ЗМІСТ

ВСТУП 5

РОЗДІЛ 1. ПСИХОЛОГІЧНИЙ СТАН ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦЯ ПІД ЧАС ВОЄННИХ ДІЙ **9**

1.1 Переживання військовослужбовця 9
1.2 Потреби військовослужбовця 10

РОЗДІЛ 2. ВИКОРИСТАННЯ ПРОПАГАНДИ У ВІЙСЬКОВИХ КОНФЛІКТАХ **12**

2.1 Використання сексуальної пропаганди США 14
2.2 Використання сексуальної пропаганди країнами Європи 34
2.2.1 Німеччина 34
2.2.2 Британія 62
2.3 Використання сексуальної пропаганди Радянським Союзом 65
2.4 Використання сексуальної пропаганди країнами Далекого Сходу 71
2.4.1 Японія 71

РОЗДІЛ 3. ВИКОРИСТАННЯ СЕКСУАЛЬНОЇ ПРОПАГАНДИ ПРИ ПРОВЕДЕННІ СУЧАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ПРОТИБОРСТВА **78**

3.1 Справа Профьюмо 78
3.2 Скандал навколо Генпрокурора РФ. За що в 1999 році був звільнений Юрій Скуратов 82
3.3 Путін - гей чи педофіл 84
3.4 Антон Кулембет «це вам не корів цілувати 88
3.5 Сексуальний аспект пропаганди проти України часів Віктора Ющенка 89
3.6 Секс-скандал в Білому Домі 93
3.7 Секс-скандал Джо Байдена 96
3.8 Скандали з використанням сексуальних аспектів у Верховній Раді України 97

РОЗДІЛ 4.ВИКОРИСТАННЯ СЕКСУАЛЬНИХ АСПЕКТІВ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ ПРОПАГАНДІ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ ТА РФ ПІСЛЯ ПОЧАТКУ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ 103
4.1 Вторгнення в Україну 103
4.2 Нехай щастить 104
4.3 Скритий смисл символів «Z» та «V» 106
4.4 Російський військовий корабель 107
4.5 Чим страшні ПВК «Вагнер» ? 111
4.6 Сучасні вірші та пісні в пропаганді 113
4.7 Які вони «кадирівці»? 117
4.8 Пес Патрон 119
4.9 Тєсак 123
4.10 Велич путіна 124
4.11 Лукашенко не при справах 127

ВИСНОВОК 131

ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА 134

ДОДАТКИ. Критерії віднесення друкованої, аудіовізуальної, електронної та іншої продукції, а також переданих та отриманих по комунікаційних лініях повідомлень та матеріалів до продукції порнографічного характеру 138

Вплив сфабрикованої сексуальної пропаганди на суспільство . 142

ІМЕННИЙ ПОКАЖЧИК 148

ВСТУП

Всі люди різняться між собою власним сприйняттям світу, проте є речі, що нас об'єднують. Такими спільними речами є потреби, до яких можна віднести як духовні, так і тілесні. Філософська наука завжди визначала духовне ціннішим за матеріальне, що в свою чергу підтримують всі релігії світу.

Проте чи залишається місце для духовного в умовах воєнних дій? Бойові дії загострюють основні інстинкти, нівелюючи духовні цінності. До базових потреб людини можна віднести харчування, секс, соціалізацію.

Статевий потяг є одним з найсильніших мотиваторів людської поведінки. Використання еротичних тем в телебаченні, рекламі, газетах, книгах завжди може привабити широку аудиторію споживачів, тож не дивно, що протягом людської історії еротичні елементи можна було зустрічати і в пропаганді.

У традиційному військовому колективі під час бойових дій є гостра потреба у задоволенні сексуального потягу. Хтось тужить за своєю коханою, хтось у пошуках інших пригод, проте бажання задоволення цього інстинкту залишається, що у свою чергу має психологічний вплив на концентрацію військовослужбовця при виконанні покладених на нього службових обов'язків.

Загострення таких почуттів може деморалізувати підрозділ, підвищення психологічної напруги та рівня переживань може спричинити багато конфліктів, помилок, що матимуть тяжкі наслідки.

Дієвим засобом такого впливу виявилось використання сексуальних аспектів у пропагандистській діяльності.

Пропаганда – це систематичні зусилля маніпулювати переконаннями, відносинами чи діями інших людей за допомогою символів (слів, жестів, плакатів, монументів, музики, одягу, відмітних знаків, стилів зачісок, малюнків на монетах і поштових марках тощо).

За типологією джерела інформації пропаганда ділиться на білу, сіру та чорну.

Біла пропаганда посилається на офіційні джерела (наприклад, на інформацію урядових органів). Вона є відкритою, використовує перевірені дані і не маскує свої цілі.

Сіра пропаганда не завжди вказує свої джерела інформації, використовує як перевірені, так і неперевірені відомості, прагне підтасувати факти і думки, щоб нав'язати свої висновки і оцінки.

Чорна пропаганда завжди приховує свої справжні джерела інформації, ставить собі за мету введення масової свідомості в оману.

Умисність та відносно сильний натиск на маніпуляцію відрізняють пропаганду від звичайного спілкування чи вільного і легкого обміну ідеями. У пропагандиста є конкретна мета чи набір цілей. Щоб досягти їх, пропагандист навмисно відбирає факти, аргументи та символи і представляє їх так, щоб досягти найбільшого ефекту. У своїх пошуках він може звертатися до будь-яких тем: від релігійних та політичних, до побутових та особистих.

Правильно сформована та уміло реалізована пропаганда, що оперує такими поняттями як «кохання», «секс» та «задоволення» і акцентує увагу об'єктів впливу на матеріалах з еротичними елементами, здатна створювати фурор у суспільних масах, швидко поширюватися та легко запам'ятовуватися. Такі властивості можуть забезпечити її високу ефективність у досягненні цілей пропагандиста.

Завжди та всюди пропаганда прагнула використовувати сильні особисті відчуття солдатів для вирішення завдання згуртувати або, навпаки, розколоти «колектив», спочатку покликаний і навчений вбивати. Солдати особливо небезпечні, коли вони починають сумувати про залишених ними коханих. Любов, переплавлена в ненависть, збільшує це почуття в десятки разів. Залишається лише направити цю саму ненависть в потрібне русло.

Не секрет, що кулі та снаряди – це лише одна сторона війни. Паралельно завжди йде війна начебто непомітна, начебто нешкідлива, начебто і не війна зовсім – психологічна війна. Співвідношення «гарячої» і «холодної» війн залежить від цілого ряду супутніх чинників та може змінюватися навіть

протягом однієї кампанії. Елементами психологічної складової війни є чутки, брехня, дозована інформація, дезінформація і так далі.

Зрозуміло, використання сексуальних аспектів для пропаганди не було єдиним вмістом психологічних операцій в Другій світовій війні та зовсім не було пропагандистською домінантою, хоча і активно застосовувалося всіма головними протиборчими сторонами – не лише в піснях, але і, наприклад, в листівках, які скидалися на голови ворожих солдатів замість авіабомб.

У пропаганді з використанням сексуальних аспектів, розрахованій на противника, можна виділити наступні основні напрями:

- загальний напрям для всіх: деморалізація ворожих солдатів шляхом створення у них настрою приреченості, недосяжності колишнього мирного життя з їх коханими і люблячими жінками;

- загальний напрям для всіх: деморалізація ворожих солдатів шляхом перенаціленння їх ненависті на «тилових щурів», які розважаються з їх дружинами і нареченими, поки самі солдати «гниють» в окопах;

- загальний напрям для всіх: деморалізація ворожих солдатів шляхом дискредитації лідерів їх держав, які мають всі блага і статеві та інші розради, поки самі солдати воюють і ризикують життям;

- специфічний напрям для Німеччини з її політикою державного антисемітизму: розпалювання серед ворожих солдатів різко антисемітських настроїв, прагнення посіяти думку, що союзники воюють і гинуть ради прибутків єврейської верхівки;

- специфічний напрям для Німеччини і Японії, вимушених прямо або опосередковано, воювати на два фронти: розкол у рядах союзників шляхом втлумачення в голови ворожих солдатів думки, що їх союзники розважаються поки ті «гниють» в окопах.

Мета дослідження посібника: дослідити та проаналізувати приклади пропаганди з використанням

сексуальних аспектів для визначення ступеню впливу на населення.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати приклади чорної, сірої та білої пропаганди в контексті теми дослідження.
2. Розробити класифікацію пропаганди з використанням сексуальних аспектів.
3. Виявити, що у військовий та мирний час відсоток порнографічного змісту в еротичній та не еротичній пропаганді різко змінюється.

Об'єкт дослідження – сексуальні аспекти в пропагандистській діяльності.

Предмет дослідження – психологічний вплив на населення пропагандистської діяльності з використанням сексуальних аспектів.

РОЗДІЛ 1.
ПСИХОЛОГІЧНИЙ СТАН ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦЯ ПІД ЧАС ВОЄННИХ ДІЙ

1.1 Переживання військовослужбовця

Негативні умови, які впливають на бойову діяльність, психологічну готовність і особистість воїна, умовно можна поділити на дві групи: ***загальні*** – які впливають на особовий склад, незалежно від військової спеціальності, роду, виду збройних сил (ЗС) та ***специфічні*** – обумовлені відмінностями службово-бойової діяльності особового складу (снайперів, саперів, військовослужбовців високомобільних десантних військ, підрозділів спеціального призначення тощо).

Загальними факторами впливу на умови бойової діяльності і особистість військовослужбовця є:

- відомості про супротивника;
- ступінь інформованості особового складу про обстановку і зміст завдань;
- погодні умови, пора року і доби, характер місцевості;
- наслідки бойових дій, наявність бойових або санітарних втрат, досвід подолання негативних психогенних станів, страху і паніки;
- тривалість ведення бойових дій, ступінь фізичної і психологічної виснаженості особового складу;
- сили і засоби, укомплектованість своєї частини;
- стан управління і керівництва (укомплектованість офіцерським складом, наявність бойового досвіду у офіцерів, рівень їх авторитету);
- наявність частин підтримки, взаємодії і забезпечення, результати їх дій;
- рівень злагодженості підрозділів та частин; рівень адаптованості та ступінь впливу на особовий склад факторів складної бойової обстановки, небезпеки і невизначеності.

Ці фактори носять різнополюсний характер та можуть впливати на особовий склад у цілому як позитивно так і негативно.

Негативно впливають на боєздатність військовослужбовців:

- непередбачуваність бойових дій та їх тривалість;
- наявність загрози для здоров'я і самого життя; дії на ворожій або замінованій території, під вогнем супротивника;

- оточення, загроза полону, жорстокість, брутальність ворога; складні погодні умови (холод, спека, опади, туман), складна місцевість (болото, гори, пустеля, тундра);
- зміна часу сну, виснаженість, наявність поранень, захворювань; нестача набоїв, води, ізоляція, відсутність зв'язку з командуванням; конфлікти у підрозділі або у родинах військовослужбовців; негативне ставлення до війни;
- почуття психічної (фізичної) безпомічності ("комплекс жертви");
- недостатній рівень соціального захисту військовослужбовців та їх родин.

Разом з тим, на психічну готовність і стійкість воїна позитивно впливають:

- добровільність участі у війні, переконання у справедливості війни;
- висока самооцінка та інтелект, сталість бойових навичок;
- інтегрованість до підрозділу, високий моральний клімат у підрозділі; релігійність.

При цьому, сучасні бойові дії, як правило, супроводжуються підвищеним стресогенним впливом на психіку військовослужбовців.

1.2 Потреби військовослужбовця

Відомий французький політик і письменник Андре Моруа в книзі "Чому пала Франція" визначав "Падіння Франції зумовили наступні причини: погане керівництво, відсутність духу товариства, низький моральний стан, брак ініціативи та недисциплінованість. Якщо дати час, то будь-яка з цих вад може повалити цивілізацію в прах".

Його висновки з поразки Франції у війні 1914 року були наступними:

1. Бути сильним. Якщо нація не готова померти за свободу, вона втратить її.
2. Діяти швидко. Десять тисяч літаків, побудованих своєчасно, краще, ніж п'ятдесят тисяч після битви.
3. Керувати громадською думкою. Керівник вказує шлях, а не йде на поводу.
4. Зберігати єдність країни. Політичні партії є пасажирами на борту одного корабля. Якщо вони потоплять його, то загинуть усі.

5. Вимагати від керівників вести чесне життя. Порок, яким би він не був, сприяє ворогові.

6. Непохитно вірити в ідеї і спосіб життя, за які борешся. Саме віра створює армії і навіть зброю. Свобода заслуговує більш ревного служіння, ніж тиранія.

Англійський військовий психолог Норман Коупленд у своїй книзі "Психологія і солдат" визначає найважливіші фактори психологічної стійкості військовослужбовців:

- індивідуум повинен вірити в себе;
- армія повинна вірити в свої сили;
- армія повинна вірити в свого командира;
- армія повинна вірити в свою країну;
- армія повинна вірити в справу своєї країни.

Сьогодні ми зможемо перемогти лише тоді, коли будемо враховувати всі фактори, які впливають на психологічну готовність особового складу до виконання бойових завдань, а також здійснювати уміле керівництво військовими колективами.

РОЗДІЛ 2
ВИКОРИСТАННЯ ПРОПАГАНДИ У ВІЙСЬКОВИХ КОНФЛІКТАХ

Пересічній людині конотації слова «порнографія» завжди створювали душевну картину розпустої людини, що схиляється до брудних знімків. Для науковця це слово означало просто «Опис повій та їх торгівля». Пізніше були додані інші визначення, намагаючись охопити термін «нецензурний». Зараз ми розглядаємо «Написання та малюнки, спрямовані на збудження сексуального бажання», як відповідний зміст. Всі основні учасники бойових дій, які брали участь у Другій світовій війні, використовували порнографію як частину стратегії психологічних операцій.

Про виправдання цих зусиль заявив у своїй книзі *«Психологічна війна»* («Піхотний журнал преси», Вашингтон, 1948) професор Пол М. А. Лінебаргер:

«Молоді люди, особливо молоді чоловіки, схильні приділяти значну увагу сексу. У районах військових операцій вони знімаються від подразників вторинних статевих посилань, які (в Америці) є прийнятною частиною повсякденного життя кожного: рекламування фотографій краси, обкладинки журналів, напівбожеств у рекламі тощо. Наші вороги намагалися використовувати отримане манірне захоплення в пропагандистських цілях, сподіваючись, що марне збудження еструму зменшить мораль».

У *Німецькій Психологічній Війні* (Арно Прес, Нью-Йорк, 1972) Ладіслас Фараго говорить:

«Оскільки молоді солдати перебувають у стані гіперактивного тілесного розвитку, їх безпосередні проблеми пов'язані з апетитом та сексом…. Сексуальна депривація може бути мотивом спроби самогубства солдата».

Усі учасники війни друкували листівки, використовуючи сексуальну тематику, намагаючись деморалізувати солдатів фронту на фронті. Однак усе спрацювало навпаки. «Збуджуючі» картинки стали предметами військових-колекціонерів, які жадібно збирали та обмінювали їх. Можна з впевненістю сказати, що листівки підняли мораль. Немає сумнівів, що вони були найбільш цінними пропагандистськими листівками, які використовувались у Другій

світовій війні. Напевно, можна стверджувати, що вони були найбільш читаними та розповсюдженими документами противника будь-якої війни.

Членом 10-ї гірської дивізії вказується, що кількість секс-листівок збільшується, але не знижується моральний стан військовослужбовців. Вони явно провалюються у своїй місії. Коментар знайдений у «*Підйомі до Підкорення»*, Пітера Шелтона. Саймон та Шустер, Нью-Йорк, 2003 рік. Так Буд Вінтер в листі до матері зазначав, що хоча б деякі ворожі нападки були приємними:
«Вони обстрілюють нас листівками із зображенням прекрасної дівчини з одного боку та черепом та хрестовими кістками з іншого. Одна сторона каже Життя, а інша Смерть… Ну, як би там не було, це, здається, піднімає мораль більшості людей, бо вони вішають стороною вгору з прекрасною дівчиною».

Більше доказів знайдемо в 29-й стрілецькій дивізії в Нормандії, Йозеф Балкоскі, Механіксбург, штат Пенсильванія, 1989:
«Ворожі листівки були ні чим іншим, як закликом до сексуальних інстинктів американського солдата. У типовому листі викладений ескіз привабливої та скупо одягненої жінки в обіймах щасливого цивільного чоловіка. Заголовок запитав, що б вони робили, якби були вдома, а не в армії. Він посміхнувся і сподівався, що німці відправлять більше через льотчиків. Листівки були набагато безпечнішими, ніж справжні артилерійські снаряди, а ескізи були досить цікавими».

Такі ж речі траплялися і на японському фронті, де листівки скидались ворогами на союзників. Деякі зауваження японських в'язнів, Гавана Доуса, Вільяма Морроу і компанії, Нью-Йорк, 1994 р. на цю тему:
«Японці скидали пропагандистські листівки… А для доброзичливого переконання, фотографії прекрасної блондинки – стриптизерки, приватні частини та все інше: «Ви теж можете насолоджуватися, якщо здастесь». Пропагандистські бомбардувальники прилітали щодня. Це було схоже на доставку паперу. Деякі з військовослужбовців почали торгувати листівками, як бейсбольними картками».

Едвард Доннерштейн говорить у «Журналі особистості та соціальної поведінки»:
«Коли чоловіки не гніваються або не зазнають слабкої еротики, агресивна поведінка знижується… Підсумовуючи ці результати, це

свідчить про те, що сильно збуджуючі неагресивно-еротичні подразники можуть бути посередником агресивної поведінки чоловіків до інших самців за певних умов».

Професор Лінебаргер зазначив, що непристойні фотографії, на яких зображені голі жінки, можуть деструктивно вплинути на війська настільки, що вони здалися б, - це японська ідея, яка не спрацювала.

Військові зберігали порнографію і зневажали японців як чудернацьких людей за те, що їх відправляли.

Сефтон Делмер, репортер з французької армії, згадує свій візит на французький фронт у 1939 році. Йому показали листівку:
«Зміст якої складався з невеликого малюнка на тонкому аркуші паперу, на якому зображений французький солдат, який виконує свій обов'язок на фронті. Однак, якщо хтось тримав картину на світлі, сцена зазнала повної зміни. На зміну Хороброму Солдату, приходить британський Томмі, який розважався, судячи з підпису, з нареченою француза».

Німці полюбили ці теми – «розділяй і завойовуй». Вони часто намагалися загнати клин між американськими та британськими військами, солдатами та цивільними «негідниками» вдома, християнами та євреями, навіть афро-американцями та кавказцями.

2.1 Використання сексуальної пропаганди США

США у свою чергу не залишалися осторонь пропагандистської боротьби і також активно використовували листівки еротичного характеру з метою деморалізації військ противника.

Жоден агент американської шпигунської установи офіційно не визнає виготовлення Сполученими Штатами подібних пропагандистських листівок. Використання явно виражених сексуальних листівок завжди суперечило офіційній політиці.

Однак, якщо приділяти достатньо часу, секрети з часом будуть розкриті. Саме так сталося, коли кілька файлів та записок записів військового часу Управління стратегічних служб (OSS) були запропоновані до продажу через тридцять років після закінчення Другої світової війни. Деякі з цих файлів були особистою власністю колишніх агентів ОСС. Інші – це записи, які були втрачені або відкинуті, коли американські окупаційні війська покинули Італію після війни. Вони були ретельно захищені протягом багатьох років, а потім їх розмістили на аукціонному блоці.

У минулому були різні натяки на те, що ОСС бере участь у «чорних» операціях з друку та розповсюдження порнографічних листівок. У звіті зазначається, що було вироблено 79 000, з розподілом 16 000 в Алжир, 3 800 в Барі, 41 500 в Бріндізі, 500 в Північну Італію, 3600 у Францію і 13 500 для різних спеціальних місій.

Так звана «секс-листівка» – це чорно-білий мультфільм високого нацистського чиновника, який пестить напівоголену жінку. Розмір листівки – 240 х 175мм. Текст у верхньому правому куті листівки:

«Для нас на фронті є лише страх і смерть. Для важливих чиновників вдома - наші жінки!»

На звороті є довше повідомлення:

«Товариші! Обман тривав досить довго! Ми, які роками були на фронті, відокремлені від наших найдорожчих, зараз маємо загинути незадовго до кінця. Тим часом, партійні боси вдома дуріють з нашими жінками: пора дати відсіч паразитам зі свастикою! Війна програна, але ми все ще можемо зберегти честь наших жінок! Тому йдіть додому, товариші! Наші жінки потребують нас! Наші жінки чекають нас! Підпис: Федерація бійців на фронті».

Рисунок 1 – Антинімецька американська пропаганда

Друга пропагандистська операція OCC із сексуальною темою була зазначена у «Підсумковому звіті» під заголовком «Секс-картки та конверти». Звіт показує, що було вироблено 70 000 комплектів, 65 025 були відправлені в Північну Італію, 350 – у Францію, а ще 3100 розповсюджені в невластивих «Спеціальних» операціях.
Конверт знайдено у довідковому файлі матеріалів OSS з німецьким текстом на передньому читанні In der Heimat da gibt's ein Wiederseh'n! (Ми знову зустрінемось вдома). Це стара німецька пісня, що датується Першою світовою війною. Під заголовком ми знаходимо менший шрифт: 6 Bilder, (шість зображень). Конверт коричневого кольору і розміром 150 х 100 міліметрів. Американський агент, який підготував цей довідковий файл, на конверті написано олівцем червоного кольору (лише для чоловіків). Безпосередньо під конверт на сторінці, він написав тим же червоним олівцем «Тільки для дорослих». Можна зробити висновок, що він хотів, щоб повідомлення було надруковано на конверті, щоб його випадково не відкрили діти.

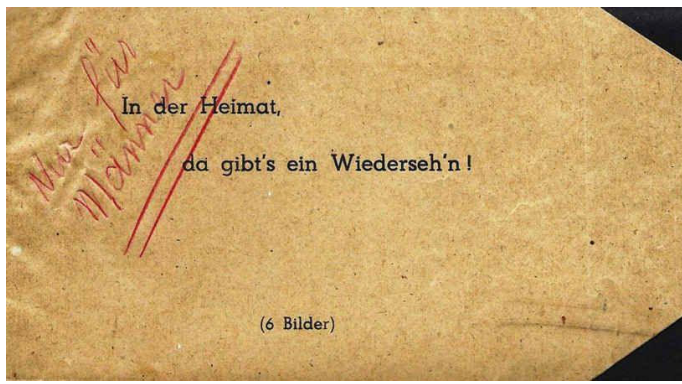


Рисунок 2

Листівки розміром 140 х 95 міліметрів і дуже щільно вміщуються в цей конверт із запасом лише декількох міліметрів. Листівки надзвичайно явні та порнографічні та не є предметами, які дитина повинна бачити. У них представлені теми гомосексуалізму, лесбійства та знущань над дітьми.

Кожна листівка містить досить грубу чорно-білу сексуальну карикатуру, назву готичного друку та чотири рядки тексту. Стиль тексту – це штучно придуманий вірш.

Рисунок 3

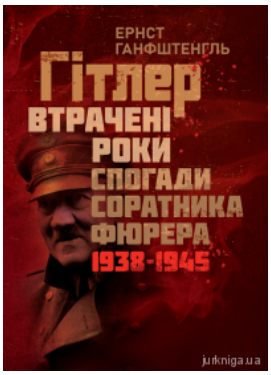
Рисунок 4

Рисунок 5

Рисунок 6

Книги, які можуть вас зацікавити

"Школа варварів". Виховання дітей у Третьому Рейху



Гітлер. Втрачені роки. Спогади соратника фюрера. 1938-1945

Перейти до галузі права
Військове право

ЮРКНИГА
від теорії до практики

Перейти на сайт →