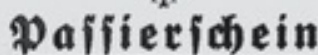


**психологическая**

# ВОЛНА



The German power which carries this safe conduct is

Skorpion  
Informa[illegible]

### Teilnahme an den Ferien

Die gegenwärtige Situation im Westen ist die schlimmste, die das Fortkommen menschlicher Kultur ist. Die Menschen sind fast überall abgewandert worden. (Dietrich)

„Es ist nicht zu verstehen, daß auch die Alltätigkeit, die in der Arbeit besteht, die den Fortschritt der Menschheit bringt, weniger der Kunst als der Natur ist, und daß — außer der allernatürlichsten Pflanze — die deutsche Capaschnecke die Fortschritt der Menschheit bringt.“

Das Versteuern in den angloamerikanischen Rechtskreisen steht von dem Schenkungsrecht abgetrennt. Einmalige Beschenkte über den allfälligen Freimut.

Пол Лайнбарджер

**Психологическая война.  
Теория и практика обработки  
массового сознания**

«Центрполиграф»

1948

## **Лайнбарджер П. М.**

Психологическая война. Теория и практика обработки массового сознания / П. М. Лайнбарджер — «Центрполиграф», 1948

Видный американский ученый-политолог и психолог, ведущий специалист по психологической войне, разведчик и писатель Пол Лайнбарджер в своем основополагающем труде обобщает опыт своей работы в качестве гражданского эксперта в пропагандистских учреждениях США, занятых ведением психологических войн. На основе опыта двух мировых войн и войны в Корее автор излагает взгляды на содержание, формы и методы подрывной пропаганды в борьбе с противником наряду с мерами военного, политического и экономического характера. В формате PDF A4 сохранен издательский макет.

© Лайнбарджер П. М., 1948

© Центрполиграф, 1948

# Содержание

Предисловие	5
Часть первая	6
Глава 1	6
Глава 2	32
Конец ознакомительного фрагмента.	39

# **Пол Майрон Энтони Лайнбарджер**

## **Психологическая война. Теория и практика обработки массового сознания**

### **Предисловие**

Эта книга основана скорее на личном опыте автора, чем на исследовательской работе, на консультациях, а не на работе с книгами. В ней обобщен опыт пятилетней работы автора в качестве гражданского эксперта и армейского офицера в американских пропагандистских учреждениях, занятых ведением психологической войны всех уровней – от планирования операций в Объединенном комитете начальников штабов США до подразделений, действующих в прифронтовых условиях. Эта книга – не мое оригинальное исследование, поскольку в нее включены концепции и доктрины, на которых основывали свою работу люди, занимавшиеся пропагандой. Ответственность лежит на мне, но достижения – общие.

Психологическая война – это захватывающее занятие, развивающее ум. Она привлекает находчивых и сообразительных людей, которые фонтанируют идеями. Я обсуждал психологическую войну с самыми разными людьми – от Мао Цзэдуна в Яньане и посла Джозефа Дэвиса в Вашингтоне до ефрейтора инженерных войск в Новой Зеландии и уборщика отхожих мест в американском штабе в Чунцине. Мне приходилось видеть, как один адвокат в Нью-Йорке растерялся, не зная, каким образом справиться с поставленной задачей, а другой тут же нашел ее решение; как писатели, награжденные Пулицеровской премией, не могли выдать ни единой идеи, и их выручили простые стенографисты. Я учился у всех этих людей и попытался сделать эту книгу отражением коллективного опыта. К счастью, материал, с которым я работал, не защищен авторским правом; к сожалению, я не могу назвать авторов большинства идей и комментариев. Но, может, это и к лучшему – не все люди, возможно, захотели бы, чтобы я раскрыл их авторство.

Я многим обязан своему отцу, судье Полу М.У. Лайнбарджеру (1871–1939), который в течение своей жизни познакомил меня со всеми стадиями международной политической войны, открытой или тайной, которая была связана с его деятельностью на благо китайского националистического движения и его вождя Сунь Ятсена. Обладая весьма ограниченными средствами (многие годы финансировал свою работу из собственного кармана), он вел борьбу, порой на четырех-пяти языках одновременно, с империализмом и коммунизмом. Он выступал за китайско-американскую дружбу и развитие демократии в Китае. В течение пяти с половиной лет я был его секретарем, и верю, что эта работа способствовала тому, что я писал свою книгу, основываясь не на одном лишь американском опыте. Нет лучшего способа научиться пропагандистской работе, чем когда тебя подстегивает чужая пропаганда.

Я многим также обязан офицерам Генерального штаба военного департамента, которые посвятили меня в подробности психологической войны. Обстоятельства для США сложились очень удачно – этой работой в штабе руководили умные, сознательные и одаренные люди, и мне очень повезло, что я служил под их начальством с 1942 по 1947 год.

Материал, изложенный в этой книге, не нашел возражений со стороны службы безопасности военного департамента, но он ни в коем случае не отражает взгляды, мнения или точку зрения этого департамента. Не отвечает департамент и за точность фактического материала. Вся ответственность за достоверность изложенного в этой книге материала лежит на мне.

## **Часть первая**

# **Определение психологической войны и ее история**

*Женевьеве, моей жене, с любовью*

## **Глава 1**

### **Исторические примеры психологической войны**

Психологическая война ведется перед началом боевых действий, в течение их и после окончания. Она не направлена против специалистов по психологической войне в стане противника; она не подчиняется законам, приемам и традициям войны и не зависит от территории, хода боевых действий или состава воюющих армий. Психологическая война – непрерывный процесс. *Победа или поражение* в этой войне проявляется только через несколько месяцев или даже лет после проведения той или иной операции. Тем не менее успех, который нельзя выразить никакими количественными показателями, может привести к победе в войне, а провал, ничем внешне себя не проявивший, может породить сокрушительный разгром.

Психологическая война не вписывается в обычные концепции войны. Военная наука точностью и определенностью своих выводов во многом обязана тому, что предмет ее изучения четко определен – это организация законного насилия. Офицеры или солдаты участвуют в массовом законном насилии против врага, который назначен им свыше. Развязывание войны, определение врагов или нейтральных сторон, заключение мира – все эти вопросы считаются политическими и не входят в круг обязанностей солдат. И даже в ходе войны солдаты вступают в бой только после того, как получают приказ от руководства страны, и после того, как враг определен командованием, имеющим на это полное право. И только в психологической войне природа боевых операций характеризуется полной неопределенностью.

Психологическая война, в силу самого характера методов и задач, начинается задолго до объявления боевых действий. Она продолжается и после их окончания. В психологической войне врага часто даже не называют по имени; большей частью действия прикрывают зовом родины, Богом, верой или сочувствующей делу прессой. Боец психологической войны сражается с противником, от которого никогда не получит ответа, – народом вражеской стороны. Этот боец не может нанести удар тому, кто ему противостоит, – бойцу психологической войны противника, однако тот только и ждет момента, чтобы дать ему сдачи. Ни победу, ни поражение в этой войне предопределить невозможно. Психологическая стратегия разрабатывается на грани ночного кошмара.

### **Понятие психологической войны**

Для того чтобы дать определение этой загадочной составляющей обычной войны, можно применить метод Евклида, когда ученый переходит от одного определения к другому и вычленяет суть определяемого предмета с помощью логики. Интересно применить также исторический подход, описав развитие методов психологической войны на протяжении веков.

Однако самый продуктивный результат даст, пожалуй, сочетание логического и исторического подходов. В качестве конкретных примеров приведем случаи применения методов психологической войны начиная с древних времен и завершая окончанием Второй мировой войны.



Рис. 1. ОСНОВНАЯ ФОРМА ПРОПАГАНДЫ

Американская листовка, выпущенная во время высадки американских войск на Филиппинах. Их сбрасывали над населенными районами Филиппин, чтобы обеспечить помощь гражданского населения американской армии. Эту форму пропаганды можно отнести к типу акций, которые предназначены для воздействия на гражданское население («гражданские акции»).

Благодаря этому мы сможем вычленить задачи и приемы этой войны, а имея их в виду, более подробно и критично опишем операции Первой и Второй мировой войны. Если эту книгу прочитает историк или философ, он, конечно, решит, что со многими выводами можно

поспорить, но при описания предмета, который с таким трудом поддается определению, это вполне простиительно.

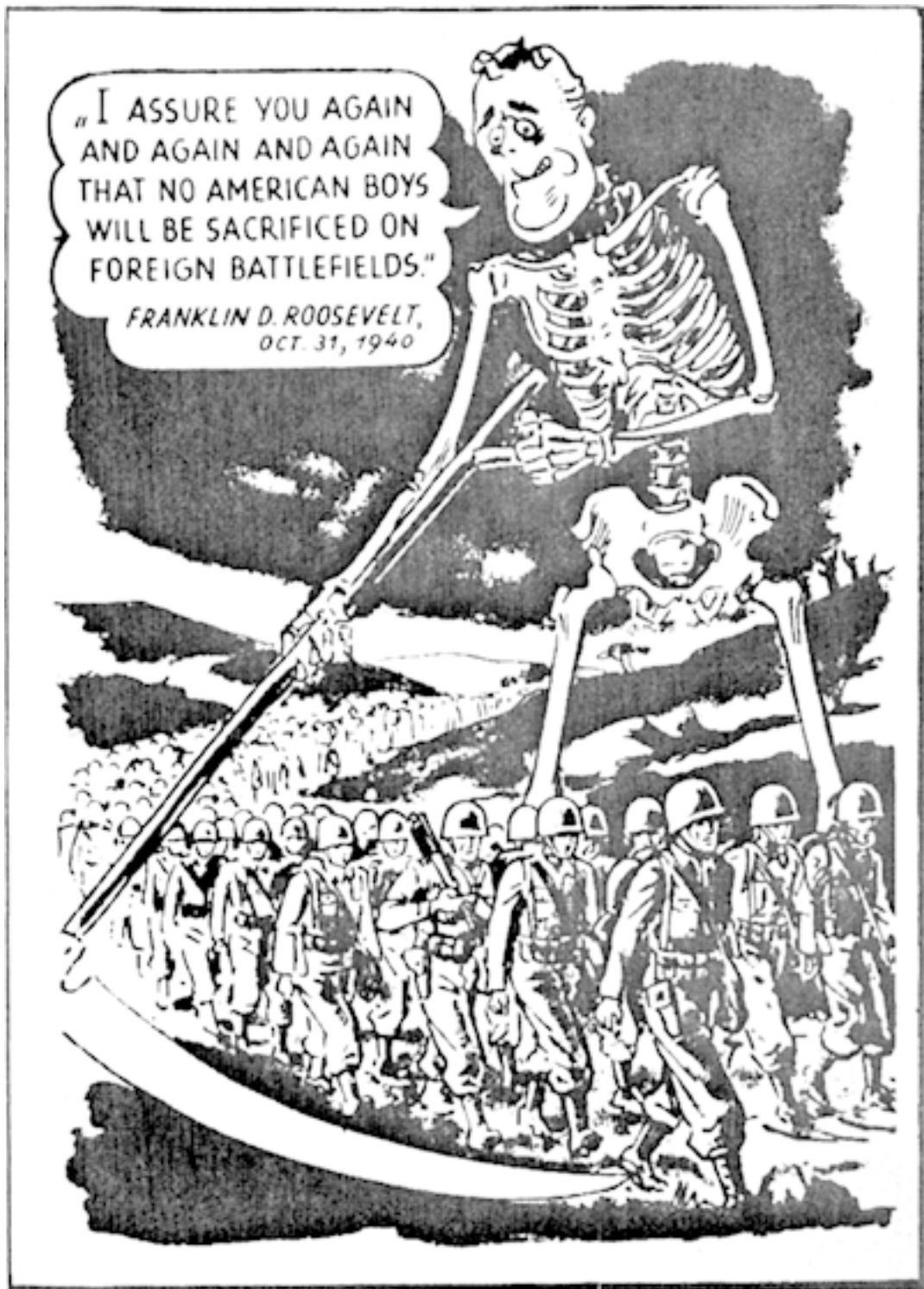


Рис. 2. НАЦИСТСКАЯ ЛИСТОВКА, НАПРАВЛЕННАЯ НА ПОДРЫВ БОВОГО ДУХА ПРОТИВНИКА

В таких листовках, которые разбрасывались на итальянском фронте в 1944 году, нацисты не призывают американских солдат совершать какие-либо действия. Задачей немцев было лишь подорвать боевой дух американцев, после чего к делу должна была подключиться пропаганда, призывавшая уже к конкретным действиям. Обратите внимание на А исключительно примитивный смысл этой листовки. В ходе Второй мировой войны нацисты были введены в заблуждение тенденциозными отчетами своей политической разведки и сильно переоценивали



размах и силу американской оппозиции Франклину Д. Рузвельту. Они принимали жалобы жителей за подстрекательство к бунту, поэтому такие листовки казались немцам очень действенными.

Надпись на листовке: «Уверяю вас снова, снова и снова – ни один американский парень не погибнет на чужой земле». Франклин Д. Рузвельт, 31 октября 1940 года.

Психологическая война и пропаганда стары как мир; но отдельными предметами изучения они стали только в наше время. Примеры их использования встречаются в тысячах книг, поэтому коротко рассказать о них невозможно. Многие читатели-военнослужащие, уйдя в отставку, могли бы заняться этим предметом. История пропаганды поможет не только пролить свет на доселе необъяснимые или незначительные события, но и лучше понять ход истории в целом. Однако существует целый ряд примеров, которые позволяют понять, какие методы психологической войны применялись в разные века.

### Использование паники Гедеоном

Одним из древнейших примеров психологического воздействия на врага является использование Гедеоном светильников и кувшинов в крупной битве с мидийцами.

Об этой истории рассказывает нам седьмая глава Книги Судей. Войска Гедеона находились в худшем положении, чем противник. Мидийцы превосходили их в живой силе и собирались окончательно разгромить. На обычные методы ведения войны надежды было мало, поэтому Гедеон – действуя по наитию, чего обычно не позволяют себе современные полководцы, – решил пойти на хитрость, использовав современные ему методы оценки численности войск.

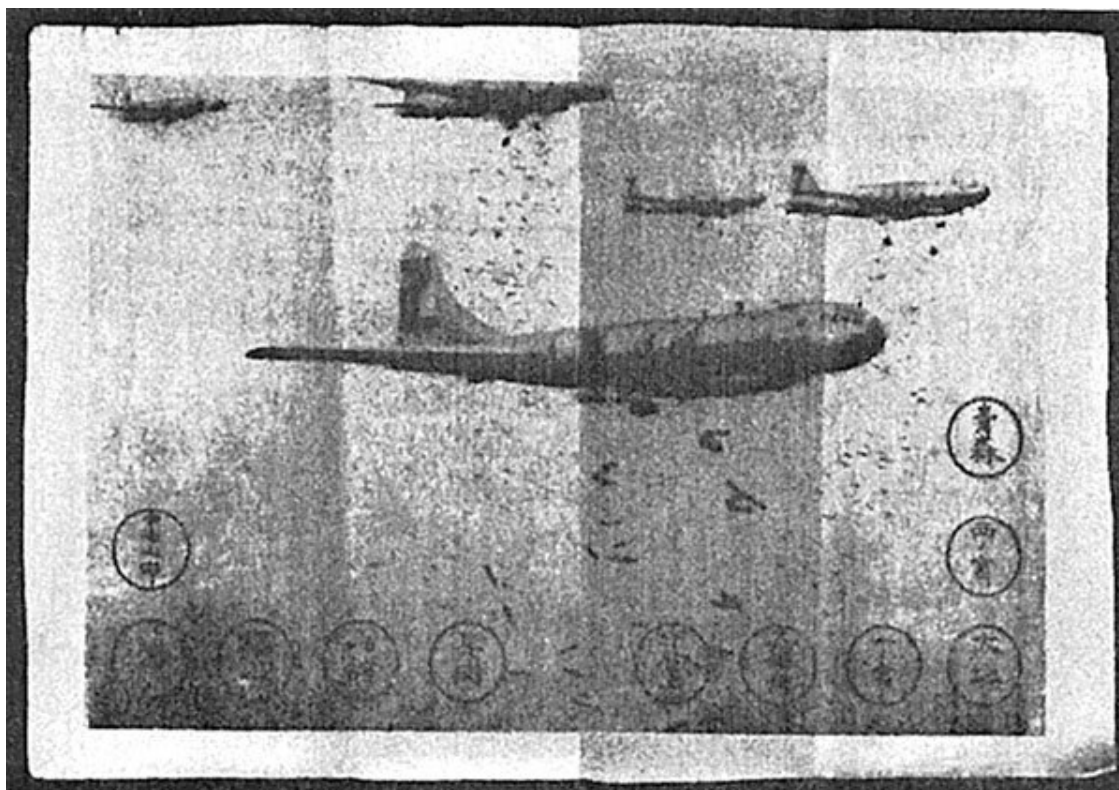


Рис. 3. ОДНА ИЗ САМЫХ УДАЧНЫХ ЛИСТОВОК ВТОРОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ

Она была подготовлена в 1945 году для разбрасывания с самолетов В-29, бомбивших Японию. В ней указаны одиннадцать японских городов, важнейшие стратегические центры страны – цель американских бомбежек, которые должны быть уничтожены для подавления

японского сопротивления. Листовка предназначалась для мирного населения и призывала японцев спасти свою жизнь. При этом она должна была создать американцам репутацию гуманных воинов, а также опровергнуть обвинения врага в том, что американская авиация бомбит японские города без разбора.

Отобрав три сотни солдат, он придумал, как вызвать смятение в стане врага. Тактика того времени требовала, чтобы на каждую сотню воинов приходился один человек со светильником и один трубач. Если дать тремстам воинам светильники и трубы, то враг подумает, что на него идет войско численностью 30 тысяч человек. А поскольку в те времена нельзя было включать и выключать свет, как сейчас, то надо было накрыть факелы кувшинами, чтобы достичь эффекта внезапности.

И Гедеон велел снабдить всех отобранных воинов светильниками и кувшинами. Кроме того, каждый солдат, помимо накрытого кувшином светильника, нес еще и трубу. Гедеон приказал этим воинам окружить вражеский лагерь. Затем по его команде – а он сам подал пример – все кувшины были разбиты, и воины громко затрубили в трубы.

Мидийцы в панике проснулись и, не понимая, что происходит, набросились друг на друга. Еврейский летописец искренне полагал, что разгром в лагере произошел по воле Бога. Потом мидийцы бросились бежать, а люди Израиля стали их преследовать. На какое-то время евреи избавились от угрозы со стороны мидийцев, позже Гедеон окончательно разгромил Мидию.

Этот метод психологического воздействия – использование необычных приспособлений для создания паники – применялся во всех странах Древнего мира. В Китае император Ван Ман, который захватил власть в результате переворота, решил однажды уничтожить племена гуннов с помощью войска, в состав которого входили крупные соединения колдунов, хотя правящий в ту пору император династии Хань считал, что привычные методы боевых действий более надежны. Задумка Ван Мана оправдала себя.



Рис. 4. ЛИСТОВКА – ПРОПУСК ДЛЯ СДАЧИ В ПЛЕН

Немцы любят, чтобы все их поступки оформлялись официальными документами, даже в самый разгар хаоса, катастрофы и разгрома. Союзники решили воспользоваться этим и напечатали специально для немцев несколько видов «пропусков для сдачи в плен», которые выглядят вполне официально. Это – один из таких «пропусков». Оригинал был напечатан красным шрифтом, точно таким же, как и на банкнотах, а поэтому пропуск очень походил на премиальный купон на мыло. (Западный фронт, 1944–1945, выпущено штабом Верховного командования союзными экспедиционными силами.)

Надпись на пропуске:

«Этот пропуск, предъявленный немецким солдатом, свидетельствует о его искреннем желании сдаться. Его следует разоружить, тщательно осмотреть, накормить и, в случае необходимости, оказать ему медицинскую помощь, а также как можно скорее вывезти из опасной зоны». Подпись: Дуайт Д. Эйзенхауэр, главнокомандующий союзными экспедиционными силами в Западной Европе.

Но страсть Ван Мана к нововведениям была неистребима. В 23 г. н. э., пытаясь подавить мятеж, угрожавший смести его с трона, он собрал в императорских зверинцах всех зверей – тигров, носорогов, слонов – и приказал натравить их на врага. Но мятежники ударили первыми, убили императорского генерала Ван Суна, а животные в суматохе битвы набросились на армию самого императора, которую охватила паника. В то же время на поле битвы обрушился ураган, который внес еще большую сумятицу. Армия императора оказалась разбита, а военная пропаганда его противников была столь ликующей по тону и успешной, что главная задача всякой пропаганды «вывести из себя командующего вражескими войсками и лишить его возможности трезво мыслить» была решена с блеском. Вот что случилось с Ван Маном, когда он увидел, что враг наступает: «Император пал духом... Он стал много пить, ел одних устриц и пустил все на самотек. Он, будучи не способен разогнуться, спал сидя на скамье». В том же году Ван Ман был убит, и Китай прожил без экономических реформ до эпохи правления императора Ван Аньши (1021–1086), то есть целую тысячу лет. Если бы Ван Ман применил более успешные методы психологической войны, история Китая, возможно, пошла бы по другому пути<sup>1</sup>.

### **Пропаганда афинян и китайцев династии Хань на поле боя**

Более успешное применение методов психологической войны отмечает Геродот, греческий историк: «Фемистокл, отобрав лучшие афинские корабли, отправился туда, где имелась пригодная для питья вода, и велел высечь на камнях надписи, которые прочитали ионийцы, прибывшие на следующий день на мыс Артемизий. Надписи гласили: «Люди Ионии, вы творите зло, воюя против своих отцов и помогая поработить Грецию. Поэтому вам лучше прийти к нам, а если вы не можете сделать это, то откажитесь от борьбы и убедите каринцев поступить точно так же. Но если это невозможно, если вы связаны суровой необходимостью, тогда в бою против нас сражайтесь как можно хуже, помня, что произошли от нас и что союз варваров, направленный против нас, был создан вами».

Эта листовка по содержанию очень похожа на листовки, которые во время Второй мировой войны были сброшены в распоряжение не слишком рьяно сражавшихся войск – итальянских частей, китайских марионеточных соединений и др. (Ср. этот отрывок с листовкой на рис. 5.) Обратите внимание, что авторы этого текста пытаются взглянуть на проблему глазами тех, кто будет его читать, сочувствуют им и заботятся об их благополучии. А предлагая каринцам воевать как можно хуже, Фемистокл проводит уже другую линию – черную пропаганду среди персов, которая должна заставить их подумать, что любой иониец, который сражается

---

<sup>1</sup> Wieger L., S.J. Textes Historiques. Hsien-hsien, 1929. V. 1. P. 628–633.

спустя рукава, тайно сочувствует афинянам. И этот прием соответствует всем современным стандартам боевых листовок.

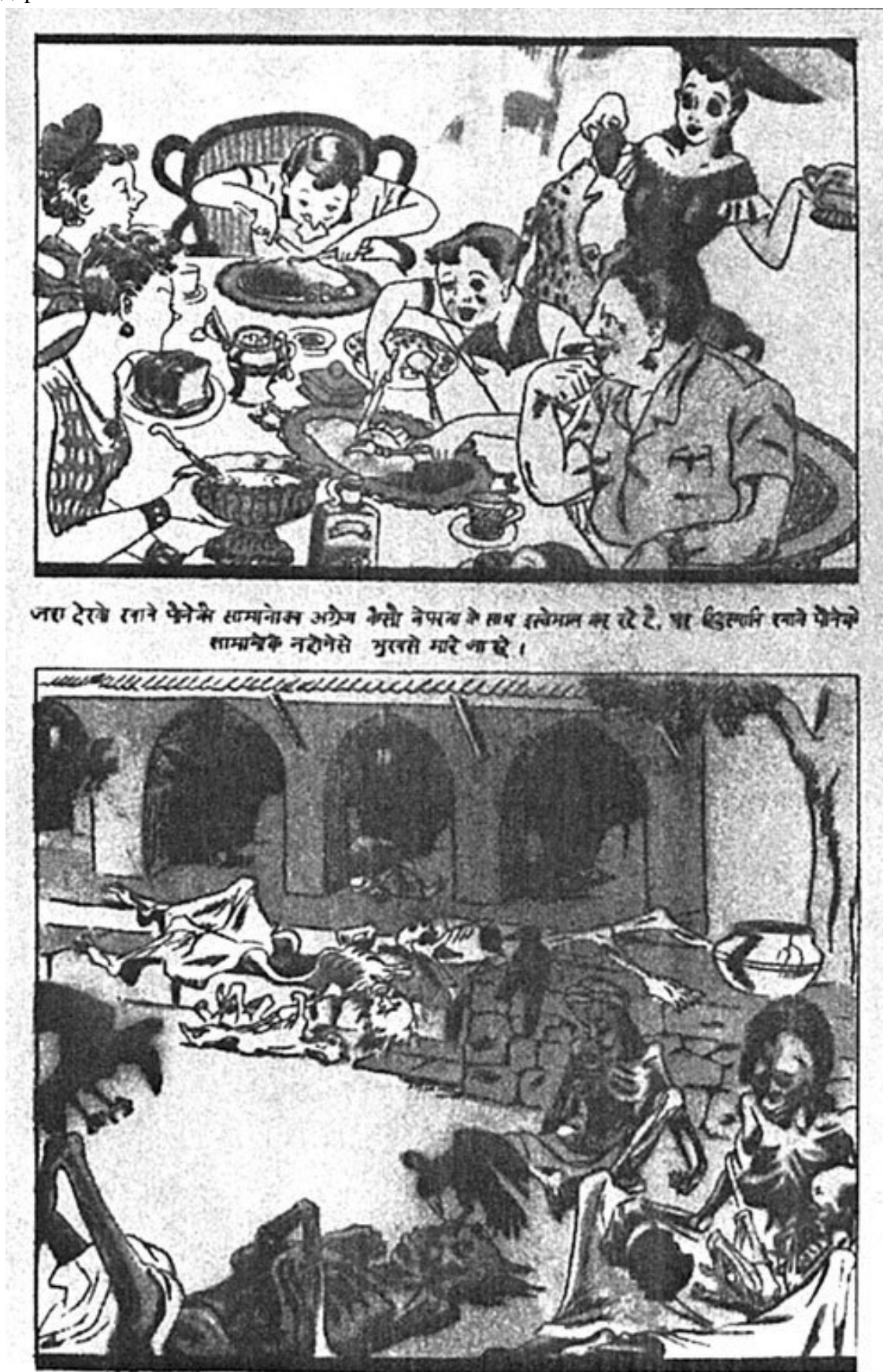


Рис. 5. РЕВОЛЮЦИОННАЯ ПРОПАГАНДА

Когда происходит революция, а за ней начинается война, пропаганда становится инструментом, который одно правительство использует против другого. Эта листовка была выпущена Индийской освободительной армией японской марионетки Субхаса Чандры Боса в Сингапуре, который в 1943 и 1944 годах назывался Шонан. В листовке прямо не упоминаются японцы, так что это пример черной пропаганды. Ее тема проста – британцы объедаются, в то время как индийцы голодают. В ту пору этот аргумент был весьма убедительным. В Бенгалии разразился голод, но среди тысяч людей, умерших от истощения, не было ни одного белого.







Рис. 6. ПРОПАГАНДА ДЛЯ НЕГРАМОТНЫХ

Пропаганда приобрела в годы Второй мировой войны огромную аудиторию. Наиболее интересные изобретения в этом плане были сделаны сотрудниками Индийской радиовещательной компании и их японскими конкурентами. На изображенных здесь рисунках рассказана история на языке хиндустани (она записана буквами деванагарского алфавита) или на романизированном хиндустани. Брошюра предназначалась для индусов, которые могли читать обе формы шрифта, а картинки были нарисованы для неграмотных. Она начинается с изображения британского флага и заканчивается флагом конгресса, который был знаменем марионеточного прояпонского правителя Индии Субхаса Чандры Боса.

Другим методом древней военной пропаганды были политические разоблачения, которые, будучи заявлены в самом начале войны, цитировались потом в качестве юридического и этического оправдания той или иной стороны. В китайском романе Сан-Го-Джи, или «Романе о трех царствах», который, вероятно, прочитало больше людей, чем любое другое произведение художественной литературы, сохранился текст прокламации, которую выпустила группа

мятежников, стремившихся восстановить власть династии Хань, накануне начала военных действий (ок. 200 г. н. э.). Текст этой прокламации представляет большой интерес, поскольку сочетает в себе несколько удачных пропагандистских методов: 1) точное обозначение врага; 2) обращение к «лучшим людям»; 3) сочувствие простым людям; 4) требование поддержать законное правительство; 5) заявление о своей силе и высоком боевом духе; 6) призыв к объединению и 7) обращение к религии. Выпуск прокламации был связан с весьма сложной официальной церемонией.

«Для дома Хань наступили тяжелые времена – связи императорской власти ослабли. Вождь мятежников, Дун Чжо, воспользовался этим, чтобы сотворить зло, и на благородные семьи обрушилась беда. Простой люд погряз в жестокости. Мы, Шао и его соратники, опасаясь за сохранность имперских прерогатив, собрали войско для спасения Государства. Сейчас мы клянемся напячь все свои силы и применить всю полноту власти, которой мы облечены. Несогласованных или эгоистичных действий быть не должно. Пусть же тот, кто нарушит эту клятву, лишится своей жизни и не оставит потомства. Да будут в этом свидетелями Всемогущие небеса и Всеобщая Мать-земля и просвещенные духи наших предков».

В истории любой страны можно найти примеры подобных воззваний. Те случаи, когда их сознательно использовали наряду с боевыми действиями, можно с полным правом назвать великой пропагандой.

### Упор на идеологию

В определенном смысле опыт прошлого, к несчастью, может пролить свет на будущее. В течение двух последних мировых войн возрастала роль идеологии, или политической веры (определение идеологии дается ниже), как ведущей силы в войне, а роль холодного расчета, называемого дипломатией, уменьшалась. Войны стали более кровавыми и менее джентльменскими; к человеку в них относились не как к живому существу, а как к фанатику. К обычной преданности солдата своей части или армии – не важно, на чьей она воюет стороне, на правой или неправой, – добавилась преданность какому-нибудь *изму* или лидеру. Таким образом, современные войны стали напоминать войны за веру. Поэтому очень полезно рассмотреть психологические методы, применявшиеся в ходе войн христиан с мусульманами и протестантов с католиками. Это поможет вычлениить те проблемы, которые подходят в психологическом и военном отношении к нашему времени. С какой скоростью можно обратить завоеванный народ в свою веру? При каких обстоятельствах можно доверять честному слову врага? Как уничтожить еретиков (по-нынешнему «людей, ведущих подрывную деятельность»)? Есть ли в вере врага слабые стороны, которые в подходящее время можно будет использовать против него? Как следует писать о предметах, священных для врага, но неприемлемых для нас?

В ходе распространения исламской веры и расширения империи были созданы такие формы пропаганды, которые нельзя не учитывать и в наше время. Магомет, например, утверждал, что веру других людей не следует уничтожать насилием, поскольку одной только силы недостаточно, чтобы изменить умы людей. Если бы это было верно, то в Германии никогда бы не удалось уничтожить нацизм, а у людей демократических стран, захваченных тоталитарными режимами, не было бы надежды, что они смогут приспособиться к требованиям новых хозяев, а приспособившись, смогут потом вернуться к свободным принципам. В реальной жизни военачальники Магомета и его последователи применили два принципа долговременной психологической войны, которые актуальны и сейчас.



FÜR HITLER UND PARTEI STERBEN—  
ODER FÜR HEIMAT UND FAMILIE LEBEN??  
**ENTSCHEIDET EUCH!!**

---

**TOD UND  
VERNICHTUNG**  
oder  
**LEBEN UND  
RÜCKKEHR  
? ?**

Ok./1934

**Tagesnachrichten**  
FÜR DEUTSCHE TRUPPEN AUF Kreta  
UND DEN AEGAEISCHEN INSELN

Vertrieb: Die R.A.F. 11.70 1944

---

**CHURCHILL UND EDEN  
IN MOSKAU**

Begleitet von ihren militärischen Ratgebern, treffen Churchill und Eden in Moskau ein, um mit Stalin und Molotov Besprechungen abzuhalten.

**WIEDER 1.100  
"FLIEGENDE FESTUNGEN"  
ÜBER DEUTSCHLAND. UNTER  
DEN ZIELEN WAREN: SCHWEINFURT, KOBLENZ UND MAINZ.**

**AACHEN VOR DER  
EINKESSELUNG**

Durch das grossangelegte Umgebungsmanöver der Alliierten ist Aachen fast eingeschlossen. Den deutschen Truppen in Aachen steht nur noch ein 11 km breiter Rückzugsweg offen. Im Rahmen ihres Umgebungsmanövers besetzen die alliierten Truppen Schaumburg, 11 km östlich von Aachen.

**GROSSE RUSSISCHE  
OFFENSIVE IM NORDEN  
DER OSTFRONT**

Die Rote Armee ist im Balkan um breitere Front durchgebrochen. Die russischen Verbände rücken auf 300 km breiter Front in den letzten 4 Tagen 100 km weit vor. Die Armeen General Bogromovs steht dadurch nur noch 70 km vor Mangel während der Durchbruch General Chersichows die gesamte deutsche Armee im Norden der Ostfront einschneiden droht.

**Neue alliierte Landung in  
der Scheldte Mündung**

Im Rücken der in der Scheldte Mündung stehenden deutschen Truppen, in der Nähe von Tonnaren, führen alliierte und kanadische Verbände eine erfolgreiche Landung durch. Es gelang diesen Truppen, die von der See aus landeten, drei kleine Brückköpfe in der Gegend von Tonnareich zu errichten.

[illegible][illegible]

Рис. 7. ПРОПАГАНДА С ПОМОЩЬЮ ГАЗЕТНЫХ НОВОСТЕЙ

Новости – один самых эффективных методов психологической обработки врага. Одна из этих газет выпускалась для немецких войск, оккупировавших Эгейские острова; вторая – немцами для американцев во Франции. Из них обеих газета союзников [на немецком языке]

делалась более профессионально. Обратите внимание, как отделяются обращения от статей, как отделяются друг от друга колонки новостей, а также на указание вверху, сделанное на греческом языке, что эта газета предназначена для немцев.

Человека можно быстро обратить в другую веру, если поставить его перед выбором – обращение или смерть. Так можно быстро устранить неподдающихся. Чтобы помочь человеку перейти в новую веру, надо заставить его участвовать в общественных церемониях и освоить формальный язык этой веры. Необходимо также ни на минуту не выпускать новообращенных из виду, чтобы они не вернулись к прежней вере. Но формальное обращение станет искренним только в том случае, если все средства информации перестанут упоминать о прежней вере.

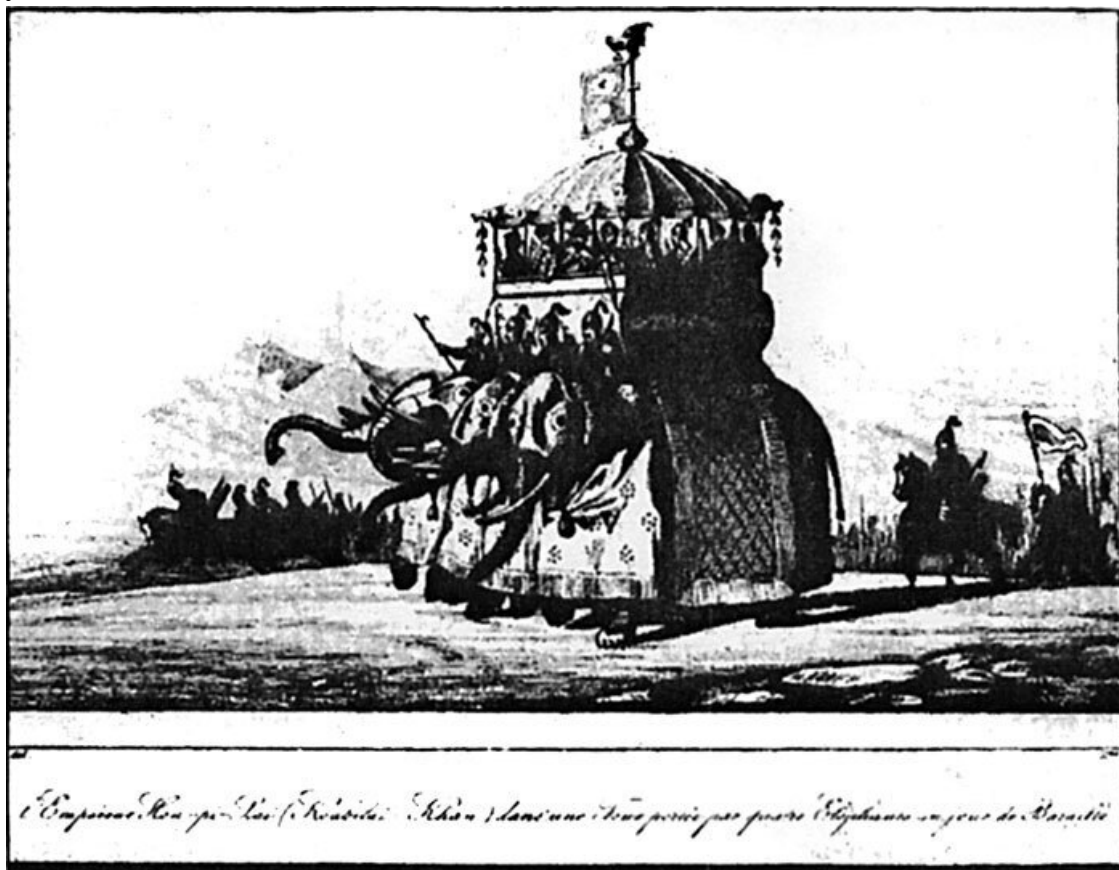
Если для быстрого массового обращения людей требуются крупномасштабные и жестокие военные меры, то нужного результата можно достичь и другим путем – сохранив прежнюю религию, но установив многочисленные привилегии для последователей новой веры. Пусть люди завоеванной страны отправляют обряды и обычаи своей прежней веры скромно и у себя на дому. Участие же в общественной жизни – политической, культурной или экономической – возможно только для тех, кто принял новую веру. При таких условиях потомки несогласных с новыми порядками через несколько поколений обратятся в новую веру, желая стать богатыми, образованными и могущественными, а к последователям старой будут относиться с подозрением, и у тех не будет ни власти, ни силы.

Оба этих принципа в свое время помогли исламу широко распространиться на земле. В годы Второй мировой войны они широко применялись нацистами – первый на территории Польши, Украины и Белоруссии, второй – в Голландии, Бельгии, Норвегии и других западных странах. Возможно, они снова станут востребованными. Осуществление первого принципа связано с большими трудностями и большой кровью, но зато результатов можно достичь очень быстро. Осуществление второго надежно как паровой каток – он сметает на своем пути все. Если христиан, демократов или прогрессивных людей – как бы мы ни называли свободных людей – поставить в такие условия, что из-за своих убеждений они лишатся всех привилегий и подвергнутся позору, и если у них будет возможность по своему желанию принять новую религию, чтобы каждый, кто хочет, мог перейти на сторону победителей, то победившая сторона, рано или поздно, обратит в свою веру тех, кто способен создать для нее какие-нибудь проблемы. (Вильфредо Парето, вероятно, назвал бы это «племенем новой элиты»; на языке современных марксистов это можно назвать «использование для управления кадров, выросших в семьях исторически подавляемых классов»; а на языке практической политики это звучит как «отделение умных парней от оппозиции для того, чтобы они сами смогли заняться рэкетом».)

### **Черная пропаганда Чингисхана**

Психологическая война другого завоевателя прошлого оказалась настолько эффективной, что ее результаты сказываются по сей день. До сих пор считается, что величайший завоеватель всех времен и народов – Темуджин, или Чингисхан, – совершил свои захваты с помощью «бесчисленных орд» диких татарских всадников, которые покорили мир одним своим числом. Однако недавние исследования показали, что редконаселенные районы Центральной Азии не могли дать такого количества воинов, которое сумело бы подчинить себе густонаселенные страны за пределами Монголии. Империя Чингисхана была построена на очень удачных нововведениях – использовании высокоомобильных сил и отлично налаженной разведки, а также координации стратегии захвата доброй половины мира и применении пропаганды во всех ее формах. Монголы сражались с войсками династии Сун в Китае и Священной Римской империей в Пруссии. Эти страны отстояли друг от друга на расстоянии четыре тысячи миль (6,5 тыс. км), и одна из них не знала о существовании другой (до них доходили только слухи).

При планировании своих походов монголы опирались на данные разведки и специально распускали слухи, преувеличивая свою численность, глупость и жестокость. Их не волновало, что будут думать о них враги, – главное, чтобы они испугались. Европейцы называли легкую кавалерию татар, наносившую смертельные удары по врагу, которая была весьма *немногочисленна*, «несметной» ордой, потому что на улицах европейских городов об этом шептались монгольские шпионы. Большинство европейцев до сих пор не может поверить в то, что силы монголов, которые обрушились на них семьсот лет назад, были относительно невелики, но командовали ими умные и холодные головы.



**Рис. 8. СЕКРЕТНОЕ ОРУЖИЕ МОНГОЛОВ** Чтобы облегчить себе завоевание других народов, монголы использовали слухи и страх. Придя к власти, они для подавления воли покоренных народов к сопротивлению широко применяли демонстрацию силы. На этой французской гравюре изображен военный отряд на спинах четырех слонов. Предполагается, что таких чудищ использовал Хубилайхан, правнук Чингисхана и друг венецианского купца Марко Поло. Конечно, использовать такое сооружение в бою было невозможно, но оно очень подходило для демонстраций во время парадов, и само упоминание о нем было фактором проводимой монголами психологической войны.

Для того чтобы напугать врага, Чингисхан использовал даже его собственных шпионов. Когда они попадали ему в руки, он внушал им, как сильно его войско. Пусть первый европейский биограф Чингисхана расскажет своими словами, как хан запустил в Хорезм «пчелиный рой»:

«И историк, чтобы описать их силу и число, заставляет шпионов, которых правитель Хорезма подослал в их лагерь, произнести такие слова: все они, говорят шпионы султану, настоящие мужчины, энергичные и выглядят как борцы. Они дышат только войной и кровью и так сильно рвутся в бой, что генералы с трудом могут их удержать; хотя они и проявляют нетерпение, но держат себя в границах строгого подчинения командирам и безраздельно преданы

своему хану; они довольствуются любой пищей и не интересуются, какую тварь им приходится есть, в отличие от мусульман [магометан], так что поддержание их сил не доставляет особых хлопот; они не только едят свиную плоть, но и волков, медведей и собак, когда нет никакого другого мяса, не задумываясь о том, что можно есть, а что запрещено. Необходимость поддерживать жизнь в своем теле избавляет их от того отвращения, которое магометане испытывают ко многим животным. Что касается их числа (заклучают они), войско Чингисхана похоже на саранчу, которую невозможно пересчитать.

На самом деле этот принц, осмотрев свое войско, обнаружил, что оно насчитывает семьсот тысяч человек...»<sup>2</sup>

Шпионаж в наши дни – как и в древние времена – приносит свои плоды в том случае, если с его помощью удастся понизить боевой дух врага. Правитель и люди Хорезма, несмотря на то что они ожидали нападения бесчисленных орд пожирателей волков, оказали монголам ожесточенное сопротивление, но оставили инициативу в руках Чингисхана и были обречены.

Но какой бы удачной ни была стратегическая и тактическая пропаганда монголов, они так и не смогли решить проблему подчинения себе покоренных народов. Они не сумели добиться искренней преданности этих народов, в отличие от китайцев, которые изгоняли побежденных с принадлежавших им земель и заселяли китайцами, или мусульман, которые обращали жителей покоренных стран в ислам, монголы просто поддерживали закон и порядок, собирали налоги, и несколько поколений сидели на вершине мира. Потом народы, покоренные ими, восстали, и их власти пришел конец.

### Слепота Джона Мильтона

Листая страницы истории в поисках примеров, мы доходим до Джона Мильтона, автора «Потерянного рая» и других бесценных книг англоговорящего мира, и узнаем, что он ослеп, отдавая все свое время и силы психологической войне Кромвеля. Он не обращал внимания на предостережения докторов и в конце концов утратил зрение. Но самое грустное во всей этой истории заключается в том, что его методы пропаганды оказались совершенно неудачными.

Мильтон стал жертвой распространенной ошибки – он, пункт за пунктом, опровергал взгляды врага, давая ему возможность опровергать его аргументы и усиливать свои позиции. Мильтону надо было дать убедительное изложение своей веры, которое стало бы поучительным для сторонников короля. Он был латинским секретарем Совета Английского Содружества, которое – для его современников в Европе – было совершенно новой, пугающей и мятежной формой правления. Англичане казнили своего короля по приговору проведенного без всякой подготовки суда, после чего в стране воцарилась диктатура Кромвеля. Их оппоненты нападали на них сразу с двух сторон. Сторонники монархии называли англичан кровавыми убийцами короля (а в те времена такое обвинение было не менее страшным, чем в наши дни обвинение в анархизме или свободной любви); а сторонники порядка и свободы называли жителей Британии рабами тирании. Француз по имени Клод де Сомез (по-латыни Клавдий Сальмазий) написал книгу, в которой подверг англичан резкой критике, и Мильтон, по-видимому, потерял голову от гнева и лишился способности рассуждать здраво.

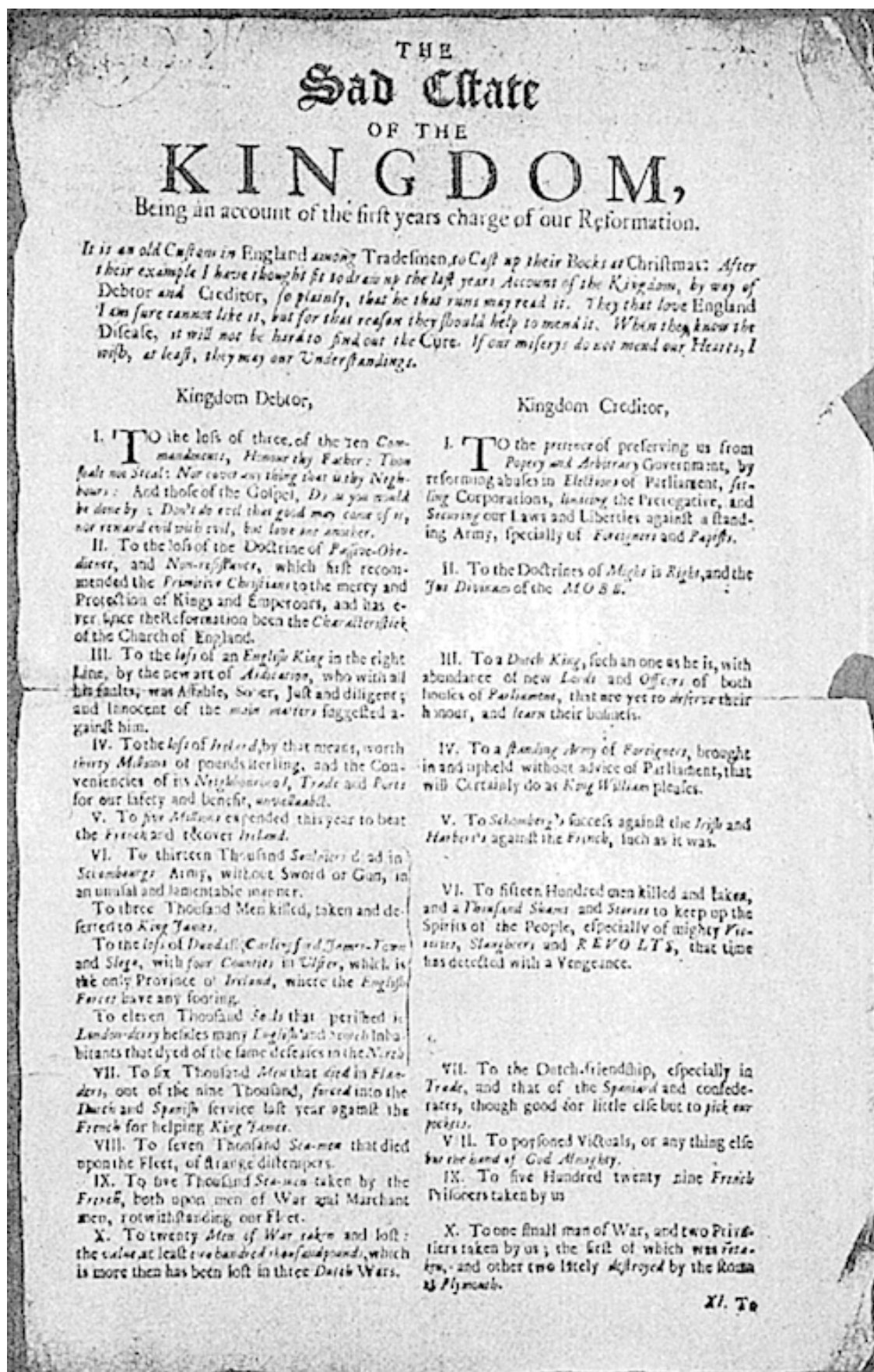
В двух своих книгах, направленных против Сальмазия, Мильтон совершил все ошибки, которые можно было совершить. Он обрушил критику на личность своего врага. Он писал ужасно длинными предложениями. Он выливал на Сальмазия потоки грязи, каких не найдешь больше ни в одном произведении мировой литературы. Он подробнейшим образом описывал пороки и недостатки Сальмазия. Он поливал грязью всех и вся. В наши дни эти его книги читают люди, готовые сдать экзамены на звание доктора философии, и то только потому,

---

<sup>2</sup> Croix P. de la. The History of Genghizcan the Great, First Emperor of the Antient Moguls and Tartars. London, 1722. P. 154.

что они входят в программу. Никто другой к ним не прикасается. Мы не можем сказать, имели ли творения Мильтона какое-либо влияние на умы людей того времени. (В этих книгах, написанных Мильтоном на латыни, но сейчас переведенных на английский, военные, которым надоела их однообразная брань, могут найти множество выражений, способных сильно обогатить их словарь.) Разочарованный Милтон после этих произведений обратился к поэзии, и мировая литература пополнилась новыми шедеврами.

Выражения, которые использовала пропаганда XVII века, были весьма оскорбительными и грубыми. К сожалению, это становится характерным и для XX века. Следующие эпитеты очень напоминают те, которыми Американский легион награждает коммунистов, а коммунисты – польских демократов. А ведь эти выражения взяты из книги о квакерах, которую написал Милтон! Уже в ее названии мы находим такие перлы: «...описание... новых квакеров, из которых можно узнать об их многочисленных высказываниях, опасных действиях, безбожных преступлениях, попытках критиковать гражданские правительства в церкви и в общественной жизни людей, а также их дурацких играх, смехотворных поступках и поведении, от которых у любого трезвомыслящего христианина голова пойдет кругом, и которые смерти подобны, и которые представят нам медленно разлагающиеся трупы их фанатичных идей...»





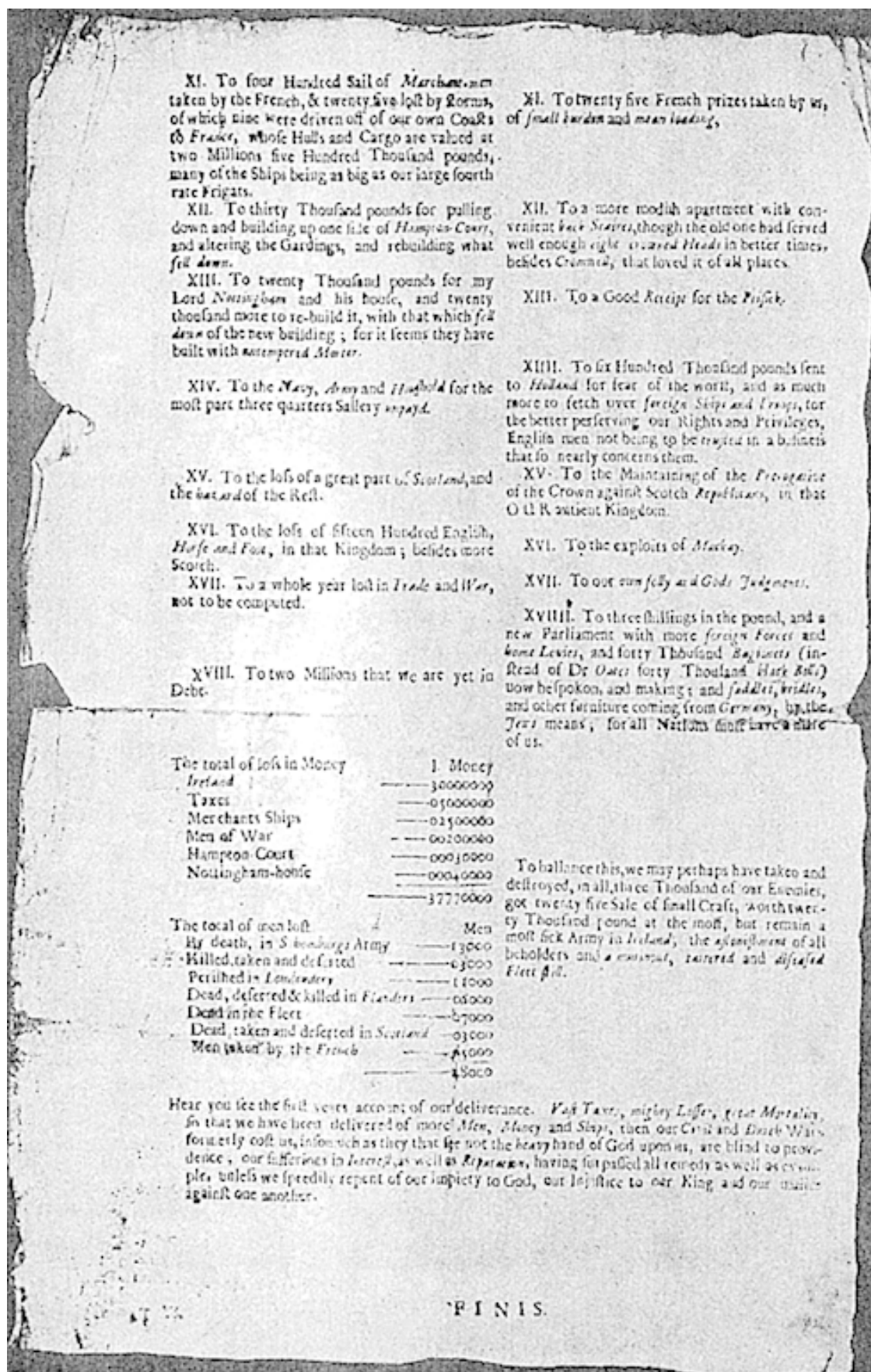


Рис. 9. ЧЕРНАЯ ПРОПАГАНДА БРИТАНСКОГО ПОДПОЛЬЯ, 1690 год

Когда Вильгельм Оранский отобрал у застенчивого негодяя Иакова II английскую корону, он столкнулся с оппозицией роялистов, которая осталась преданной Стюартам. Этот

плакат относится к ранней форме черной пропаганды. Он также служит примером расположения материала в хорошо знакомой читателю форме – в виде купеческой таблицы дебета и кредита.



## Address to the Soldiers.

GENTLEMEN,

YOU are about to embark ~~for France~~, to compel your Fellow Subjects there to submit to POPERY and SLAVERY.

It is the Glory of the British Soldier, that he is the *Defender*, not the *Destructor*, of the Civil and Religious Rights of the People. The English Soldier is immortalized in History, for their Attachment to the Religion and Liberties of their Country.

When King JAMES the Second endeavoured to introduce the Roman-catholic Religion and arbitrary Power into ~~the~~ *Britain*, he had an Army encamped on *Huissin*, to terrify the People. Seven Bishops were seized upon, and sent to the Tower. But they appealed to the Laws of their Country, and were set at Liberty. When this News reached the Camp, the Shouts of Joy were so great, that they resounded in the Royal Palace. This, however, did not quite convince the King, of the Aversion of the Soldiers to be the Instruments of Oppression against their Fellow Subjects. He therefore made another Trial. He ordered the Guards to be drawn up, and the Word was given, that those who did not chuse to support the King's Measures, should ground their Arms. When, behold, to his utter Confusion, and their eternal Honour—the whole Body grounded their Arms.

You, Gentlemen, will soon have an Opportunity of shewing equal Virtue. You will be called upon to imbrue your Hands in the Blood of your Fellow Subjects in *America*; because they will not admit to be Slaves, and are alarmed at the Establishment of Popery and Arbitrary Power in ~~our~~ *this* Country.

Whether you will draw those Swords which have defended them against their Enemies, to butcher them into a Renunciation of their Rights, which they hold as the Sons of *England*, is in your Breasts. That you will not stain the Laurels you have gained from *France*, by dipping them in Civil Blood, is every good Man's Hope.

There will no doubt be used to persuade you, that it is your Duty to obey Orders; and that you are sent upon the just and righteous Errand of crushing Rebellion. But your own Hearts will tell you, that the People may be so ill treated, as to make Resistance necessary. You know, that Violence and Injury offered from one Man to another, has always some Pretence of Right or Reason for it. So it is between the People and their Rulers.

Whatever hard Names and heavy Accusations be bestowed upon your Fellow Subjects, be assured they have not deserved them; but by the most cruel Treatment, into Despair. In this Despair they are compelled to defend their Liberties, after having tried, in Vain, every peaceable Means of obtaining Redress of their manifold Grievances.

*Before God and Man they are right.*

Your Honour then, Gentlemen, as Soldiers, and your Humanity as Men, forbid you to be the Instruments of forcing Chains upon your injured and oppressed Fellow Subjects. Remember that your first Obedience is due to God, and that whoever bids you shed innocent Blood, bids you act contrary to his Commandments.

I am, GENTLEMEN,

your sincere Well-wisher,

AN OLD SOLDIER.

**Рис. 10. ЛИСТОВКА ТАЙНОЙ АМЕРИКАНСКОЙ ПРОПАГАНДЫ, НАПРАВЛЕННОЙ НА АНГЛИЙСКИЕ ВОЙСКА**

Люди, читавшие великий роман Чарльза Диккенса «Барнаби Рудж», должны знать, что в годы Американской революции в Англии велась активная антикатолическая пропаганда. В этой американской листовке тема независимости американских штатов не затрагивается, поскольку англичане были едины в непринятии этой независимости. Вместо этого авторы стремились разложить британские войска с помощью критики католицизма (оригинальный источник неизвестен; листовка хранится в архиве военного департамента. Она появилась, вероятно, в 1775 году).

На первых страницах книги автор обвиняет квакеров в непристойности, разврате, организации общественных беспорядков, участии в заговорах, в богохульстве, подрывной деятельности и безумии. Демонстрируя дурные манеры в пропаганде, Мильтон вполне соответствовал духу своего времени. Очень жаль, что он не сумел подняться над требованиями своей эпохи.

### **Другие примеры из истории**

В исторических трудах можно найти многочисленные примеры использования пропаганды как в военных целях, так и в дипломатии, но они мало что дадут, если их представить как простые истории. Следует вычленивать культурные факторы; дать реальную оценку сложившейся военной ситуации. Кроме того, следует очень осторожно относиться к статьям, опубликованным в прессе с целью пропаганды. Только тогда примеры станут поучительными для нас. Вот наиболее интересные темы:

Методы психологической войны, которые применяли пираты Карибского моря для того, чтобы вселить страх в души своих потенциальных жертв.

Использование лошадей Кортесом для приведения ацтеков в ужас, а также эксплуатация мексиканских легенд о справедливом боге в целях подчинения индейцев.

Полный провал турецкой психологической войны в военной кампании 1683 года, из-за которого туркам пришлось положить на поле боя много людей и лишиться вожделенной гегемонии в Центральной Европе.

Методы пропаганды, применявшиеся британской Ост-Индской компанией при завоевании Индии. Эти методы помогли сломить сопротивление индийцев, хотя они имели подавляющий численный перевес в живой силе.

Система превентивной психологической войны, которую создали сёгуны Токугава после 1636 года. Она позволила организовать такой строгий контроль над умами японцев, какого не смогла достичь ни одна другая система цивилизованного мира.

Полевая психологическая война маньчжур, которые сумели завоевать Китай, несмотря на то что на одного маньчжура приходилось 400 китайских солдат. Захватчики использовали страх для ликвидации численного превосходства китайцев.

Пропаганда феодалов Европы против восставших крестьян, которая обвиняла крестьян в анархии, убийствах, жестокости и безнравственности. Инквизиция – метод психологической войны с еретиками в Испанской империи.

Агитационные воззвания французских революционеров.

Первоначальное использование ракет и воздушных шаров для создания психологического эффекта.

Начало издания листовок как вспомогательного средства в военных действиях.

Приведенный перечень тем еще ждет своих исследователей – сотрудников военных штабов или гражданских историков. Сбор материалов и создание научной теории психологической войны – задача весьма сложная.

## Американская революция

Психологическая война играла огромную роль в годы Американской революции. Пропандистская кампания вигов, которая привела к восстанию колоний против Британии, велась очень активно и со знанием дела. Боевые действия начались после того, как мирному населению были розданы листовки, призывающие жителей к борьбе за независимость. Американские войска в битве при Банкер-Хилл использовали одно из самых ранних средств пропаганды на поле боя (см. рис. 11). Эта листовка доходила до сердца каждого солдата. Она должна была сыграть на острых классовых противоречиях между британскими офицерами и солдатами. Для убеждения авторы использовали страх; язык листовки очень доходчив. Даже в наши дни эта листовка может служить классическим примером удачной полевой пропаганды.

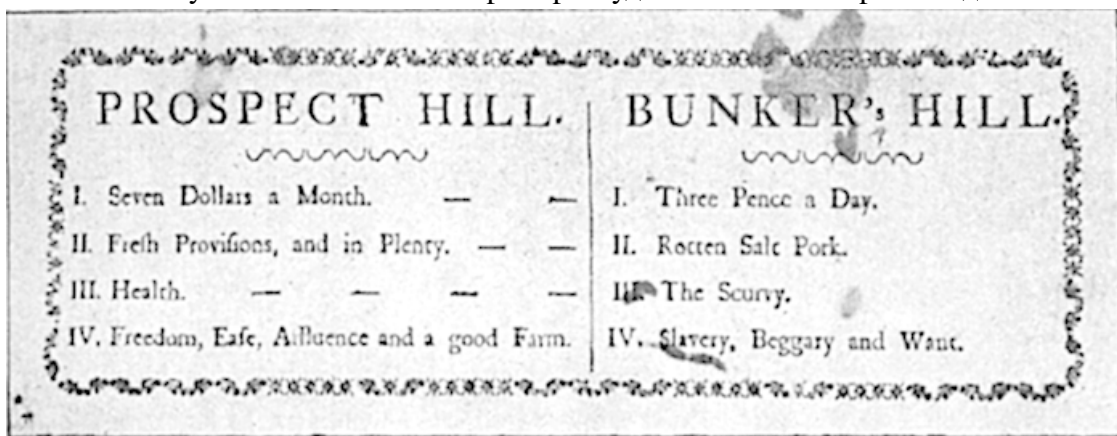


Рис. 11. ЛИСТОВКА, ПРИЗЫВАВШАЯ СОЛДАТ ВРАЖЕСКОЙ АРМИИ ДЕЗЕРТИРОВАТЬ

Такие листовки разбрасывали во время битвы при Банкер-Хилл. Эта листовка оказалась бы действенной и в наши дни. Никто не знает, кто ее создал, никто, однако, не утверждал, что это фальшивка. В современной терминологии такие листовки называют «серой» пропагандой. Дезертирам в ней обещают богатство, пищу, здоровье и высокий экономический статус. Сложные политические проблемы не обсуждаются – о них просто не говорят.

Надписи на листовке:

Перспектива Банкер-Хилл.

I. Семь долларов в месяц.

II. Свежая пища в изобилии.

III. Хорошее здоровье.

IV. Свобода, досуг, богатство и в будущем хорошая ферма.

Банкер-Хилл.

I. Три пенса в день.

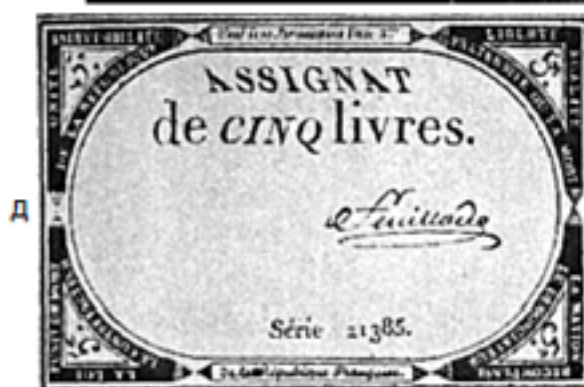
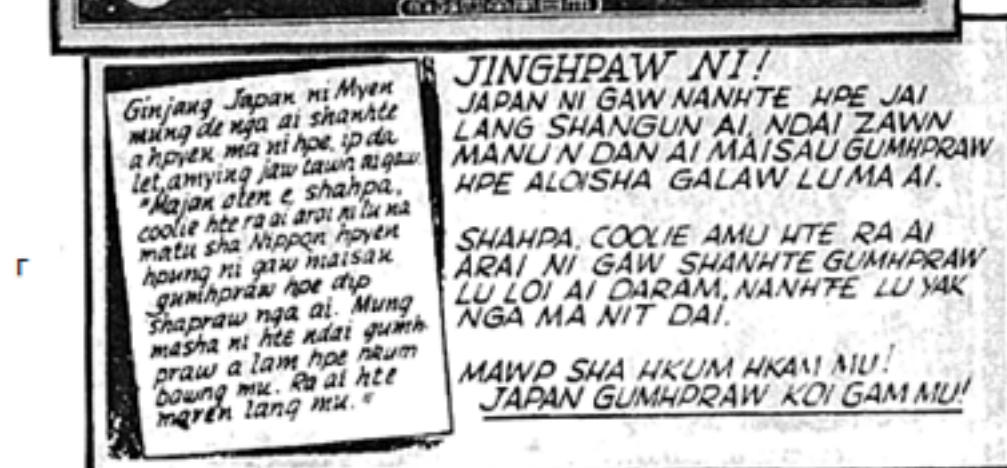
II. Протухшая солонина.

III. Цинга.

IV. Рабство, нищета и нужда.

Американцы широко использовали возможности прессы. Когда владельцы газет стали сползать на сторону лоялистов, их предупредили, чтобы они придерживались патриотического курса. Когда же лоялисты стали угрожать закрыть ту или иную газету, им было поставлено на вид, что приостановка публикаций будет рассматриваться как измена Америке. Виги до начала военных действий и их последователи – патриоты военного периода – были искренне заинтересованы в выпуске газет, благодаря которым их идеи становились известны людям и

быстро распространились по стране. В умении запугивать и контролировать газетчиков они превзошли британцев, газеты которых расходились только в больших городах, являвшихся британскими цитаделями в ходе войны. Политическая пропаганда, экономические аргументы, рассказы о ходе боевых действий и зверствах британцев – все это было пущено в ход.



**Рис. 12. ДЕНЬГИ КАК СРЕДСТВО ПРОПАГАНДЫ**

*а* и *б* – две японские купюры в 10 песо, на обратной стороне (*а*) имеют надписи, сделанные американцами и высмеивающие японцев; *в* – купюра в 5 рупий, которая имела хождение в Бирме во время японской оккупации; *г* – на захваченных деньгах Отдел психологической пропаганды во время Филиппинской кампании печатал свои лозунги и сбрасывал эти деньги на позиции врага; *д* – деньги революционной Франции. Обратите внимание на революционные лозунги на них; *е* – знаменитая русская купюра в 10 000 рублей с призывами к мировой революции на семи языках.

Сам Джордж Вашингтон, командующий континентальными войсками США, проявлял живой интерес к военной пропаганде и своими справедливыми и умеренными мерами создавал прочную основу для действий пропагандистов-патриотов.

На ход некоторых войн оказали огромное влияние определенные книги – американская война как раз относится к их числу. Книга Томаса Пейна «Здравый смысл» (широко разошедшаяся по стране в виде брошюр) воспламенила американское общественное мнение, словно костер. В ней обозначены некоторые принципы американского образа мышления, а смелые, но весьма здравые революционные идеи изложены таким понятным языком, что даже консерваторы, входившие в состав патриотических сил, не могли не использовать ее для своей пропаганды. «Здравый смысл» стал классикой американской литературы, но и в истории этот труд занимает не последнее место – это была «книга, которая выиграла войну». Большую пользу принесли и авторы других брошюр, среди которых ведущую роль сыграл небезызвестный нам Сэм Адамс.

Успехи американцев в войне с Мексикой были гораздо скромнее. Мексиканцы вели успешную психологическую войну против своего северного соседа, и дело кончилось тем, что американский артиллерист-изменник под городом Мехико уничтожил большое число американских солдат. Истории обеих стран рассказывают нам о многочисленных случаях предательства и перехода на сторону врага, имевших место в обеих армиях.

В годы Гражданской войны психологической войной занимался и Линкольн, и главы Конфедерации, стремясь приобрести союзников как в Англии, так и в других странах Европы. Создание северянами негритянских полков, за которыми в конце войны последовали планы конфедератов создать свои негритянские части, не стало таким крупным пропагандистским достижением, каким могло бы стать, потому что обе стороны относились к этому отрицательно. Кроме того, обе стороны плохо понимали цели этой войны (кроме, конечно, главной задачи северян – объединения страны и главной цели южан – создания самостоятельного государства). Сказывалось и то, что в бою Север и Юг придерживались политики «пусть все останется как было».

### **Англо-бурская война и война Бирмы за независимость**

В конце XIX века Британия вела две войны, которые показали, какое влияние на ход военных действий может оказать психологическая война. Британия завоевала Бирму и земли буров. Бирманцев было больше, чем буров, они населяли более крупную страну, и (если бы у них были такие лидеры, как у японцев в ту пору) они могли бы создать более крупную и более сильную армию. Но Бирма была завоевана Британией в ходе войны, которая проходила тихо и бесславно. Ни одна страна мира не пришла на помощь бирманцам. Им даже не пришлось сдаваться. Британцы просто завершили военные действия в самой середине войны, объявив, что бирманского правительства больше не существует, и сделав одностороннее заявление о том, что Бирма вошла в состав Индийской империи. Политическая смерть Бирмы наступила 1 января 1886 года, и об этом быстро забыли.



Буры же всполошили весь мир. Они наладили контакты с немцами, ирландцами, американцами, французами, голландцами и со всеми другими нациями, которые были недовольны политикой Британии. Буры громко заявили о своем стремлении воевать с англичанами и часто повторяли его. Они развязали диверсионную войну, и бурское слово *commando* вошло в международный язык военных. Они засылали в тыл английских войск небольшие отряды, которые устраивали там большой шум. Вести об их действиях пресса разносила по всему миру. Когда же они в конце концов признали себя побежденными, то добились от англичан больших уступок, а репутация Британии в мире оказалась подмоченной.

Никто не помнит о бирманцах, зато все помнят буров. Буры использовали все средства, имевшиеся в их распоряжении; они сделали все, что могли. Они даже захватили в плен Уинстона Черчилля.

Эти примеры показывают, что роль военной пропаганды и связанных с ней операций не такая уж маленькая или незаметная, какой могла бы показаться. Их нельзя считать историей, но можно рассматривать как повод для написания исторических трудов. Современный опыт – это совсем другая тема. Мы перейдем к ней после определения понятия психологической войны, без которой не обходится ни одна современная армия.

## **Глава 2**

### **Функции психологической войны**

Психологическая война, в широком смысле этого слова, включает в себя применение достижений науки психологии в ходе боевых действий. В более узком смысле психологическая война заключается в использовании пропаганды против врага совместно с такими военными оперативными действиями, которые дополняют пропаганду. Пропаганду же, в свою очередь, можно назвать организованным убеждением людей с помощью ненасильственных действий, а саму войну, среди прочих вещей, можно назвать насильственным методом убеждения. Таким образом, когда американские бомбардировщики разрушают японский город, это делается для того, чтобы заставить японцев прекратить сопротивление путем лишения их средств ведения войны и одновременно нанесения такого ущерба, который заставит их сдаться. Если после бомбежки мы разбрасываем листовки с призывами прекратить борьбу, то пропаганду можно считать продолжением убеждения – менее жестоким и обычно менее эффективным, но все-таки неотъемлемым средством единого процесса, целью которого является прекращение вооруженного сопротивления врага.

И война, и психология появились очень давно. Они такие же древние, как и сам человек. Война, будучи более простым и более практичным методом, имеет древнюю письменную историю. А вот то, что мы сейчас называем психологией, когда-то было частью религии, этики, литературы, политики или медицины. Современная психологическая война сознательно использует методы современной научной психологии в качестве своих инструментов.

В годы Второй мировой войны враги Соединенных Штатов были более фанатичными, чем народ и руководители США. В результате этого американцы могли использовать любое подходящее психологическое оружие, которое подсказывала их наука и их собственный опыт. Американцам не надо было оглядываться на имперские мифы, на принципы фюрера или какую-нибудь другую негибкую, фанатичную философию. У врага было одно преимущество – его армия и народ были преданы идее; зато у американцев было другое преимущество – народ, обладавший критическим складом ума, и никакие идеологические штампы не мешали им разрабатывать свои пропагандистские операции. Возможность использовать новейшие достижения психологической науки смело и оперативно – это очень важное дело. Научный характер психологии позволяет американцам опережать врага, попавшего в ловушку своих догм, врага, который обязан проверять, соответствуют ли методы его пропаганды идее превосходства арийцев над неарийцами или гегелевской философии истории.

### **Психологическая война как часть психологической науки**

Люди, не имеющие научных знаний по психологии, тоже могут проводить эффективную пропаганду. Человеческое прикосновение, изобретательный ум, обаяние – все это мы находим в произведениях талантливых писателей. Томас Пейн не читал трудов Фрейда или Павлова, однако его аргументы в защиту революции отражали все насущные потребности людей, которые описаны во всех современных учебниках по психологии. Но война не может, выражаясь современным языком, ждать, когда появится талантливый пропагандист. Поэтому наука психология призвана помочь способному, но не гениальному государственному деятелю или офицеру проводить свою работу систематически и с помощью планирования своих действий получать такие же результаты, каких одаренный человек добивается с помощью своего таланта.

Чем же психология может помочь военным?



В первую очередь психолог может привлечь внимание солдат к тем элементам человеческого мышления, о которых многие просто не подозревают. Он может подсказать, как превратить вождение в презрение, индивидуальные опасения в трусость, сомнения в недоверие, а предрассудок – в ярость. Он укажет, что этого можно добиться, воздействуя на *подсознание* человека. (Во время Второй мировой войны при организации психологической войны был использован такой факт. Когда китайские дети в первые три года жизни ходят под себя, их никто за это не упрекает, а вот японских детей, если они сделают это не там, где нужно, ругают и наказывают. Подробнее об этом рассказывается в гл. 9.)

Во-вторых, психолог может, с помощью своих методов, узнать, что на самом деле чувствует враг. Самые сокрушительные поражения в мировой истории случились из-за того, что противник неправильно оценил боевой дух своего врага. Используя обычные статистические методы и анкеты, психолог может опросить небольшую группу военнопленных и по результатам этого опроса сделать вывод о состоянии умов всей вражеской армии в данный период. Если у него под рукой нет военнопленных, он может получить нужный результат, проанализировав прессу и другие средства пропаганды, которыми власти врага снабжают свои войска и мирное население. Выяснив мнение врага и определив, высок ли боевой дух его солдат, психолог может составить обоснованный прогноз того, как будет действовать вражеская армия в тех или иных условиях.

И в-третьих, психолог сумеет помочь организаторам психологической войны осознать важность своего дела и не впадать в крайности. Самая опасная вещь в пропагандистской работе заключается в том, что пропагандист варится в своем собственном соку. Эта стерильная и малоэффективная среда может привести к полному провалу пропаганды как *пропаганды*. Поучая кого-то, особенно противника, человек испытывает истинное удовольствие. Пропагандист, особенно во время войны, имеет возможность говорить врагу то, что он о нем думает, или высмеивать его слабость. Но если заявить, например, нацистам, что «вы, немцы, просто стая кровожадных обезьян, а ваш Гитлер – выживший из ума придурок, ваши женщины лентяйки, дети – полудурки, ваша литература – сплошная тарабарщина, а кухня – отвратительна» и т. д., то это заставит немцев сражаться еще решительней. Пропагандист может сообщать врагу только те вещи, которые тот способен принять; он должен держать свои эмоции под замком. И психолог подскажет ему, как быть объективным, систематичным и сдержанным. Для армейских пропагандистов не важно, как сильно командир дивизии ненавидит врага; для того чтобы психологическая война дала свои результаты, он должен думать, как убедить противника, хотя в душе может мечтать о его полном уничтожении. Ненависть солдата не всегда бывает продуктивной – одним она помогает, а другим – мешает. Его главная задача – подавить сопротивление врага, не важно, какими методами, военными или другими. Но когда солдат становится пропагандистом, он может испытывать нужду в советах психолога, как держать свои чувства в узде и не позволять им влиять на работу.

И наконец, психолог работает со средствами информации – радио, листовками, громкоговорителями, людьми, распускающими слухи, солдатами, которые возвращаются домой, и др. Он может подсказать, когда и как использовать то или иное средство. Он может, в сотрудничестве с пропагандистами и разведчиками, спланировать использование всех имеющихся психологических ресурсов. Он поможет так спланировать проведение пропагандистских акций, чтобы они соответствовали военной, экономической и политической ситуации в стране.

Но психологу совсем не обязательно присутствовать при этом самому. Ему не надо иметь степень доктора медицины или философии и несколько лет учиться в аспирантуре. Он присутствует в написанных им учебниках, проводит курсы повышения квалификации для офицеров-пропагандистов, рассказывает на радио о самых последних средствах пропаганды. Конечно, хорошо было бы всегда иметь его под рукой, особенно в штабе высшего командова-

ния, но это не обязательно. Без психолога можно обойтись, без методов научной психологии – нет.

Можно вести пропаганду, руководствуясь только житейским опытом. Но только гению удастся при этом добиться нужных результатов. Психологическая война может стать эффективной, научной по духу и развитой, как умение преподавать, только в том случае, если четко сформулированы основные идеи этой войны, определены ее цели, всегда находятся под рукой ее инструменты, а все операции подвергаются проверке жизнью, но на основе научных методов. Из всех других наук психология больше других способна дать пропагандисту, хотя антропология, социология, политология, экономика, география и другие науки тоже вносят свой вклад; но только психология может назвать потребности других.

### **Психологическая война как часть обычной войны**

Пехотный офицер не должен знать природу всей войны, чтобы найти себе применение. Он должен знать традиции, военное дело, четко представлять себе идею, за которую сражается, и соблюдать дисциплину. Сунь-цзы, Вегетий, Фридрих Клаузевиц и множество других авторов, писавших о войне, определили место солдата в войне и объяснили, какой она должна быть.

Никто не знает, изменятся ли традиционные представления о войне с появлением атомного оружия; но, хотя оружие и новое, применять его по-прежнему будут люди. Мотивы войны и человеческая слабость остались теми же самыми, что и в древние времена, какими бы современными и разрушительными ни были средства, находящиеся сейчас в руках военных.

Всем сейчас хорошо известно, что такое война, но что такое психологическая война, можно понять только в связи со всем процессом. Это не простое средство, которое можно использовать только в особых случаях. Психологическая война в наши дни пронизывает все поры военных и разведывательных организаций во всем мире.

Психологическая война – часть обычной войны. Самое простое и наиболее понятное определение войны – любой войны, в любом месте и в любое время – *это официально разрешенная борьба между людьми*. Поединки, убийства и иногда даже схватки больших групп встречаются и в мире животных, но войн они не знают. Все живые существа дерутся, но только люди объявляют, ведут и заканчивают войны, и делают это только в отношении других людей.

Формально войну можно определить как «взаимное применение насилия вооруженными группами людей».

Если это не *взаимное* насилие, это не война, поскольку убийство людей, которые не защищаются, нельзя назвать войной, это резня, бойня или наказание.

Если группы, принимающие участие в боевых действиях, не являются частью народа, то это тоже не война. Даже наши враги в годы Второй мировой войны хорошо понимали эту разницу, потому что они не знали, когда гнев за нарушение прав людей обрушится на их головы. Чтобы стать народными, воинские части должны быть законными, то есть сформированными государством. Согласно международным традициям, боевым частям достаточно иметь приемлемый минимум бойцов, заявить о себе и обозначить цель, которая должна быть политической. Если вы убьете своего соседа, вы станете обыкновенным убийцей, но если вы сколотите группу из двадцати или тридцати человек, наденете им на левую руку красную повязку, заявите, что ваша цель – свергнуть правительство Соединенных Штатов, и только *после этого* убьете своего соседа как контрреволюционера, мешавшего установлению нового порядка, тогда вы можете поздравить себя с тем, что вы развязали войну. (А это означает, что вас казнят не как простого убийцу, а как предателя и бунтовщика.)

И наконец, война должна означать *насилие*. Согласно законам всех современных государств, от Исландии до Йемена, экономическое, политическое или моральное давление – это не война. Война – это легализация от имени государства таких вещей, которые в мирное время

не позволяется делать никому. Кстати сказать, даже в военное время вы не имеете права убивать врага, если у вас нет на это разрешения государства. Если вы своими руками убьете своего японского кредитора или даже застрелите японского солдата, не будучи одетым в форму, вас законным образом казнят за убийство по приговору американского или вражеского суда. (Такие обвинения предъявлялись немцам и японцам после войны. Они убивали мирных людей, которых даже состояние войны не давало им права убивать.)

Правительства в современном мире очень ревностно относятся к сохранению своей монополии на насилие. Война – высшее проявление этого насилия, а современная война – не простое возвращение в эпоху варварства. Если бы война была простой кровавой оргией, чем-то вроде поры в жизни человека, когда он сходит с ума и принимается резать горло другим людям, тогда не нужны были бы никакие генеральные штабы. Как раз наоборот, современная война – как функция современного общества – это отражение политических противоречий, которые ее породили. Битва в наши времена – это формальная, церемонная и технически сложная операция. Вы должны убивать только тех, кого нужно, так, как нужно, правильно рассчитав время, в нужном месте и ради провозглашенных вами целей. Иначе вы испортите все представление, хуже того, вы проиграете.

Почему же вы должны сражаться тем или иным способом, здесь, а не там, сейчас, а не потом? Ответ прост – вы сражались против *людей*. Задача вашей борьбы – заставить их думать по-другому. Фигурально выражаясь, Вторая мировая война, которую мы выиграли, была своего рода рекламной кампанией, целью которой было заставить японцев полюбить американцев и их образ жизни. Американцев они не полюбили, но те показали японцам, что их ждет, если они не полюбят янки, и японцы прекратили сопротивление.

Есть люди, которые не поддаются никаким уговорам. Тогда их надо убить или нейтрализовать другими способами – изоляцией или тюремным заключением. (Впрочем, некоторые нацисты, включая, возможно, и самого фюрера, считали людей других стран упертыми и не поддающимися ни на какие убеждения, и погибли, потому что не могли заставить себя уступить. На Тихом океане пришлось убить многих японцев еще до того, как они прислушались к нашему мнению.) Но такова природа человека – большинство людей прекращают борьбу только в том случае, если понимают, что находятся на грани уничтожения. Эта грань достигается после того, как произойдут две вещи.

Либо разгромленная нация лишится чувства организации, но сумеет найти подходящих лидеров и методы руководства и прекратит сопротивление из-за того, что не сможет больше сражаться единым фронтом. Это случилось с американскими южанами в апреле 1865 года. Президент и члены кабинета Конфедерации американских штатов сели на поезд в Ричмонде. По пути они превратились в беглецов. С ними самими и с людьми, которые их окружали, что-то случилось, и мистер Дэвис перестал считать себя президентом, а подчиненные уже не выполняли его приказы. То же самое произошло и в Германии в апреле 1945 года, лишь адмиралу Дёницу удалось сохранить свой авторитет.

Либо побежденная нация сохранит чувство организации и сможет использовать политические органы страны для того, чтобы войти в контакт с врагом, завершить войну и выполнить требования победителей в ходе организованных мер. Это случилось, когда Британия признала независимость Америки, когда Финляндия подписала договор, навязанный ей Россией, и когда сдалась Япония.

Иногда эти два сценария переплетаются. Народ хочет мира, но тут выясняется, что враг не желает признавать их правительство. Или победители думают, что уничтожили правительство врага, но выясняется, что появилась новая организация – такая же, как и прежняя, хотя и носит слегка изменившееся название, но в ней по-прежнему задают тон старые лидеры и старые идеи.

Однако всем понятно, что, чем бы ни закончилась война, она велась для того, чтобы противник изменил свою психологию. Значит, войны ведутся с психологической целью; если это не так, значит, это война на уничтожение. Такие бывают редко. На земле нет ни единого народа, идеи и язык которого не были бы известны американцам. А там, где есть возможность коммуникации, всегда есть вероятность того, что одна из противоборствующих организаций (правительств) – которая уже вступила в переговоры с завоевателями, чтобы выяснить, готовы ли стороны воевать и дальше, – будет сотрудничать и дальше на условиях, выгодных победителю. Поскольку организации состоят из людей, а люди стараются делать дела по-человечески, в умах тех индивидуумов, которые составляют правительство, или в умах других людей, у которых хватит сил, чтобы сбросить это правительство, должны произойти определенные изменения.

Тот факт, что войны ведутся против человеческих умов, а не против их тел, подтверждается высказываниями военных писателей всех времен. Фраза Карла фон Клаузевица о том, что «война есть продолжение политики другими средствами», – это просто современное выражение истины, известной еще во времена Античности. Война – это средство убеждения – неэкономическое, опасное и очень неприятное, но весьма эффективное в тех случаях, когда все другие средства оказываются бесполезными.

## Идеология

Идеология – это система глубоко укоренившихся верований, касающихся фундаментальных вопросов человеческой жизни. Идеология играет определенную роль и в психологической войне. Различия в верованиях, которые не затрагивают фундаментальных вопросов, обычно определяются как различия во *мнениях*. Вы верите в необходимость крупных пошлин, а я – в то, что пошлины вообще не нужны. Вы верите в то, что существует один мир, а я в это не верю. Вы поддерживаете республиканцев, а я – демократов. Но, несмотря на все эти различия, мы верим в то, что зарплата должна выплачиваться в деньгах, что для создания семьи надо обязательно зарегистрировать свой брак или обвенчаться. Мы верим в то, что большая часть промышленных или личных товаров должна находиться в частной собственности, мы доверяем правительству, верим в то, что большинство всегда право, в то, что выборы должны быть демократическими, верим в свободу слова и т. д.

Если же наши различия во мнениях столь велики, что мы не можем договориться по одному из политических вопросов, тогда это уже не различия во мнениях, а различие *идеологий*. Идеология затрагивает сами основы нашей жизни. Вы, возможно, не захотите жить в одном городе со мной; мы не можем чувствовать себя безопасно в присутствии друг друга; каждый из нас может опасаться за то влияние, которое другой окажет на нравственный облик людей, живущих вместе с нами в одном городе. Если бы я был нацистом, а вы – демократом, вы, возможно, не хотели бы, чтобы мои дети жили рядом с вашими. Если бы я верил, что вы – хороший человек, но поддались влиянию Сатаны, и при этом знал, что вы не имеете права голосовать, что вам нельзя доверить имущество, что вам нельзя поручить командование солдатами, что вы в целом агрессивны и опасны, вам было бы очень трудно общаться со мной.

Во время религиозных войн вовсе не метафизические теории заставляли протестантов и католиков уничтожать друг друга как еретиков. В XVII веке протестанты прекрасно понимали, что будет с ними, если верх возьмут католики, а католики знали, что ждет их в случае прихода к власти протестантов. В обоих случаях новые правители, боясь своего свержения, казнили прежних правителей и использовали дыбу, виселицу и тюрьмы для борьбы с контрреволюцией. Люди, не разделявшие их идеологию, не имели права на свободу. И если противник не хочет уважать вашу личную безопасность, то вы, в свою очередь, не должны уважать его собственность, свободу слова и безопасность. Абсолютным минимумом любой идеологии является признание, что человек, живущий на идеологически однородной территории (то, что нацистский

генерал Хаусхофер, вслед за Рудольфом Кьелленом, называл *геопсихической* зоной), будет уважать личную безопасность и другие права индивидуумов, живущих на одной с ним территории.

В наше время мы наблюдали, как испанцы все меньше и меньше доверяли друг другу, и для того, чтобы одна из групп населения смогла почувствовать себя в безопасности, потребовалась ожесточенная гражданская война, продолжавшаяся много лет. За четыре года Испания из республиканской страны превратилась в диктатуру. Конечно, ни в том ни в другом случае правительство не имело единодушной поддержки населения, но для того, чтобы контролировать большую часть страны, оказалось достаточным сформировать однородное правительство и создать единую систему обучения. Другие страны мира имеют разную степень идеологической сплоченности. Скандинавия казалась всем весьма однородной, пока немецкое вторжение не выявило скрытые и не видные глазу разногласия, благодаря которым во главе Норвегии встал Квислинг. В России, Италии и Германии из идеологии сделали фетиш. В этих странах попытались четко определить, что есть ортодоксия, а что – ересь. Это было сделано для того, чтобы контролировать образ мыслей всего народа страны. Но большинство стран мира страдает от довольно сильной идеологической путаницы или нестабильности основных верований. У этих стран не только нет средств для исправления сложившегося положения, но они даже не ищут их.

## Образование

Процесс образования осуществляется обычно в специальных учреждениях, где люди передают своим детям чисто практическую информацию, необходимую в современной жизни. Кроме того, детей обучают тому, что нужно, чтобы стать хорошими людьми, гражданами, христианами или последователями других вер. В демократических государствах идеологическую нагрузку несет лишь незначительная часть образовательного процесса; в других частях, на уровне мнений, правительство контролирует идеологию только с помощью различных запретов – например, законов, карающих непристойное поведение, богохульство, подрывную деятельность и др.

В идеологизированных государствах, целью которых является формирование единого мировоззрения у всех жителей страны, процесс образования насыщен агитацией и строго регулируется, поэтому население живет в условиях постоянной психологической войны. Еретиков казнят или заставляют замолчать какими-нибудь другими способами. Исторический материализм или марксистская «объективность», народ, фашизм или «новая демократия» объявляются критериями добра и зла, даже в не связанных с идеологией отраслях знания. Образование и пропаганда превращаются в непрерывное промывание мозгов. И когда подобные государства начинают воевать с государствами, у которых нет такой мощной пропагандистской машины, либеральные страны оказываются в проигрыше, поскольку не имеют опыта в административном и механическом аспектах пропаганды. Образование и психологическая война – это все равно что ледник и лавина. В обоих случаях умы людей будут затронуты, но скорость и методы совершенно разные.

## Умение продавать идею

Умение торговать тоже связано с психологической войной. Пропаганду часто называют особым искусством нашего времени – умением продать свой товар с помощью печати, радио и телевидения. Это неудачное сравнение появилось из-за неумелой американской пропаганды за морем в начальный период Второй мировой войны. Некоторые из американских пропагандистов совершенно не понимали природу психологической войны.

Преданность своей стране в годы войны обеспечивает идеология, а не мнения. Человек, оставаясь во всех других аспектах порядочным гражданином, никогда не захочет, чтобы его страна потерпела поражение. Желание сдаться – даже сама мысль о возможной сдаче – это всегда трагедия для всякого ответственного, пребывающего в здравом уме человека. Немец, желавший рейху поражения, считался в Германии предателем, точно так же, как любой американец, мечтавший о выходе США из войны и об уничтожении американских евреев, считался бы предателем в своей стране. И эти желания никак нельзя сравнивать с выбором зубной пасты, дезодоранта или сигарет.

Реклама в мирное время достигает больших успехов потому, что она не затрагивает главного; выбор, который делает покупатель, для него не так уж и важен, он важен продавцу. Сигареты «Кэмел» и сигареты «Олд коин» – это всего лишь сигареты, человек все равно станет курить, даже если их не будет. Так что ему по большому счету не важно, какие покупать. Если «Кэмел» связан в его мозгу только с табаком, а «Олд коин» подсознательно вызывает в памяти настойчивый образ ножек актрисы, которая их рекламирует, то он выбирает «Олд коин». Поэтому в 1941–1942 годах большая часть американской пропаганды напоминала рекламу, поскольку американцы в своей повседневной жизни не могли без нее обойтись.

Тем не менее искусство продавать в определенном смысле помогает военной пропаганде, знакомя аудиторию с нужными идеями в прессе и по радио. В результате этого чужая реклама может достичь умов американцев только в условиях конкуренции с местной. Иностранной рекламе очень трудно привлечь внимание американцев, которые живут в окружении почти бесконечной коммерческой рекламы очень высокого качества. Коммунистическая и фашистская партии никогда не привлекут внимания общественности в Соединенных Штатах, если ограничатся только проведением своих «собраний», на которые является человек триста, или развешиванием нескольких дюжин плакатов в метро. Чтобы политический пропагандист добился внимания публики, он должен превзойти рекламу мыльных опер, прохладительных напитков и переплюнуть купающихся красоток, рекламирующих сырой пенсильванский или светлый табак. Поэтому чужая пропаганда либо проходит незамеченной, либо камуфлируется, стараясь стать похожей на местную рекламу и использовать все существующие средства массовой информации. Крикливая коммерческая реклама делает американцев глухими к пропаганде даже своего собственного правительства и в определенной степени снижает их бдительность. Но в то же самое время эта реклама воздвигла настоящую Великую стену в умах американцев, делая их невосприимчивыми к иноземным и сомнительным призывам, благодаря чему Соединенные Штаты никогда не поддаются идеологическому вторжению из-за моря.

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.