

ПРЕДИСЛОВИЕ

18 августа 1948 года Совет национальной безопасности США утвердил директиву 20-1 «Цели США в отношении России». Эта директива несла с собой войну качественно нового типа, где оружием служит информация, а борьба ведется за целенаправленное изменение общественного сознания. Задача заключалась во внедрении в общественное сознание таких ложных представлений об окружающем мире, которые позволили бы в дальнейшем манипулировать как населением страны, так и ее правящей элитой.

В предлагаемой книге делается попытка последовательного изложения событий информационной войны, результатом которой стали разгром и расчленение СССР. В этой войне использовались не танковые атаки, не бомбардировки с воздуха, а непрерывная серия ударов по общественному сознанию. События этой войны происходили как бы за кадром, их истинный смысл не осознавался окружающими. Многие даже не поняли, что с ними произошло, все случилось как бы помимо их воли.

Если США опирались в информационной войне на крупномасштабные научные разработки, детально изучали методы воздействия и характеристики общественного сознания, то в СССР не было даже настоящего по-

нимания сути происходящего. Специалисты КГБ были поставлены в такие условия, что не могли действовать на решающих участках информационной войны (частично об этом говорится в книге генерала КГБ В. Широнина «Агенты перестройки», М., «Алгоритм», 2010). Честные люди в руководстве страны (как следует, например, из книги Е. К. Лигачева «Кто предал СССР», М., «Алгоритм», 2009, и Н. И. Рыжкова «Главный свидетель», М., «Алгоритм», 2009) не ориентировались в реальных механизмах и эффективности применяемых средств информационной войны. Для характеристики ситуации приведем только один пример. Идет 1990 год, когда на заключительном этапе информационной войны все действия СМИ четко скоординированы, запрограммированы и направлены на дезинформацию населения. Глава правительства Н. И. Рыжков пишет о сложившейся ситуации:

«Как еще много людей, не способных за яркой словесной оберткой увидеть историческую фальшь, теоретическое убожество, неприкрытый популизм! Никого не виню в этой интеллектуальной инфантильности, а лишь думаю, сколько труда еще предстоит положить обществу, чтобы воспитать поколения, которые никто, никакие политические наперсточники не сумеют обмануть и повести за собой в никуда, в пропасть».

Но ведь проблема не в людях, а в тотальной информационной войне, жертвами которой они стали. К концу 80-х годов страна была подведена к порогу разрушения. У многих людей возникло понимание или, лучше сказать, предчувствие надвигающейся трагедии, но предотвратить ее, организовать отпор они были бессильны, поскольку не располагали знаниями о методах и способах манипуляции общественным сознанием и не могли адекватно оценить обстановку. В завершающей стадии использовалась мощная концентрация

средств воздействия на общество. Информационная война была проиграна.

После того, как сверхдержава — Советский Союз — и весь социалистический лагерь рухнули, происходят трагические перемены. На территории России (и практически всего бывшего СССР) более чем наполовину разрушена современная промышленность, в значительной мере уничтожен когда-то блестящий научно-технический потенциал, большинства населения нищает, идет массовое вымирание людей (убыль составила 8 млн. человек), страна распродается с молотка, процветают казнокрадство и коррупция.

* * *

Вот как охарактеризовал итоги информационной войны против СССР митрополит Санкт-Петербургский и Ладожский Иоанн:

«Иисус Христос был предан Иудой — неверным учеником, предан безвинно на жестокую, позорную смерть. Преступление Богоубийства свершили те, для кого непостижимой оказалась нравственная высота Его учения, кто поставил сребролюбивые и тщеславные вождения выше велений совести, велений своего гражданского и религиозного долга. Россия тоже оказалась преданной безумцами, не сумевшими понять в силу изменности и черствости души, хранителем каких великих духовных сокровищ являлась русская жизнь на протяжении столетий».

А крупный немецкий философ Эрнст Кассирер писал еще в 1945 году:

«Чтобы победить врага, мы должны знать его. В этом один из принципов правильной стратегии».

В данной книге проводится реконструкция событий информационной войны, анализ ее механизмов и

средств воздействия на сознание людей. Опыт психологической войны, методы уничтожения СССР необходимо изучать, чтобы дать отпор разрушителям России, чтобы трагедия не повторилась ни в Китае, ни в Индии, ни в Юго-Восточной Азии и ни в одной другой стране.

В работе широко используется документальный материал: выдержки из докладов, статей, постановлений, выступлений.

ВВЕДЕНИЕ

Методы и приемы информационно-психологической войны

Информационно-психологическая война имеет существенные отличия от обычной войны, направленной на физическое подавление противника. Ее суть — воздействие на общественное сознание таким образом, чтобы управлять людьми и заставить их действовать против своих интересов. Это можно рассматривать как определенный аналог вирусного заболевания. Так, вирус, внедрившийся в клетку, встраивается в управляющие процессами молекулы ДНК. Клетка внешне остается такой же, как и была и даже процессы в ней идут такого же типа, но управляет ею вирус. Болезнь проходит три фазы: внедрение, выделение токсинов и гибель клетки. В психологической войне без внедрения аналога вируса внутрь системы противника нельзя ожидать каких-либо существенных результатов. В таких условиях пропаганда, шпионаж, диверсии могут иметь лишь вспомогательное значение.

Роль вируса в нашем случае играет управляемая извне «пятая колонна» внутри страны, Помимо внедрения своих людей во властные структуры и в идеологическую сферу, западным спецслужбам нужно было знать и продвигать дураков, карьеристов, обиженных властью, а также создавать условия для пропаганды тупиковых идейных течений и поддерживать их носителей. Отметим в этой связи, что «революционная» идеология Троц-

кого (после победы в Гражданской войне) представляла собой тупик, в конечном счете неизбежный конец СССР. Поэтому Запад, хотя и в неявной форме, всегда его поддерживал.

«Пятая колонна» должна была, как вирус в ДНК, быть неотличимой от своего окружения. Представителей «пятой колонны» как бы и нет. В СССР они делали то же, что и все. Встраиваясь в процессы, они не только не критиковали существующие порядки, но, напротив, выглядели «суперпатриотами» или «сверхкоммунистами», выражали высшую преданность режиму, клеймили империализм.

Еще одна аналогия. Вирусное заболевание имеет скрытый латентный период, но после его окончания наступает острая стадия — организм переходит в возбужденное неустойчивое состояние. И именно в этот период возникает вероятность гибели организма. Точно так же при организации изменения существующего строя необходимо подвести общество к неустойчивости. Примером служат действия гитлеровцев в начале 30-х годов и действия горбачевской команды в конце 80-х. Любой переворот должен осуществляться в обстановке неустойчивости, только тогда он имеет реальный шанс на успех.

Принцип вируса применялся и в отдельных мероприятиях. Так, в операциях Горбачева по уничтожению СССР использовалась та же вирусная триада: исправление ошибок прошлого (внедрение), углубление (выделение токсинов), разрушение. Все эти операции, четко подчиняющиеся принципу вируса.

Ниже кратко рассмотрен арсенал информационной войны — конкретные методы воздействия на общественное сознание. Изложение строится на основе перехода от относительно простых методов к более сложным и изощренным.

* * *

Прямые и косвенные методы воздействия на сознание. Традиционный прямой способ воздействия на сознание основан на убеждении людей, обращении к их разуму с применением рациональных аргументов, логики. Необходимой составной частью проведения такой разъяснительной работы, обращенной к разуму людей, должен быть учет реальной обстановки. При этом важно понимать расстановку сил, интересы людей, проводить научный анализ. Вместе с тем необходимо учитывать состояние общественного сознания, т. е. дать четкие, броские, понятные лозунги; бороться за людей, за их сознание повседневно.

Наряду с рациональными способами воздействия на сознание существуют способы, которые можно назвать иррациональными. Они могут оказывать разрушительное воздействие, подавлять рациональное начало и заставлять людей служить своим целям. Здесь в свое время большие наработки сделало ведомство Геббельса.

Один из эффективных методов — метод большой лжи, успешно примененный и обоснованный Гитлером, который писал:

«Восприимчивость масс довольно ограничена, их понимание — незначительно, зато забывчивость чрезмерно велика... Только того, кто тысячекратно будет повторять ординарные понятия, масса пожелает запомнить. Если уж врать так врать нагло: в большую ложь охотнее верят, чем в малую... Люди сами иногда врут в мелочах, однако большой лжи они стесняются. Следовательно, им и в голову не придет, что их так бессовестно обманывают... В случае любой неудачи следует незамедлительно искать врагов. Если их нет, надо придум-

мать. Большая ложь дает выигрыш во времени, а потом о ней никто не вспомнит».

В основе другого метода, использованного гитлеровской пропагандой лежит ограниченность восприятия людей. Человек не успевает перерабатывать массив данных и его оперативная память ограничена, избыточную информацию он воспринимает как шум. Поэтому действительно важную роль играют простые формулировки, повторение, закрепление определенного набора положений. Достаточно эффективными оказываются периодические, сменяющие друг друга (хотя бы и пустые) кампании, занимающие внимание людей, например, из нашего недавнего прошлого: суверенизация, ваучеризация, приватизация, конституция. Безрезультатность старых забывалась, и все начиналось снова. Последовательность кампаний не оставляла времени для размышлений и оценок.

Третий метод, использованный Гитлером, основан на том, что в подсознании человека заложено определенное, коррелирующее поступки отдельных лиц, «стадное» чувство принадлежности к определенной общественной группе, которое стимулирует моду, синхронизацию поступков, подчинение лидерам. На его основе можно успешно пропагандировать расовую и религиозную исключительность, преимущества «образа жизни», выделенность «интеллектуалов» над серой массой нецивилизованных «совков» и т. п.

Важно подчеркнуть, что действия гитлеровской пропаганды относились к нестационарным условиям, быстро меняющимся событиям. Именно тогда эффективны и ложь и быстро сменяющиеся друг друга кампании. Аналогичная ситуация была во второй половине 80-х годов в СССР, когда «проходили» любые домыслы и одна кампания сменяла другую.

* * *

Во всех случаях воздействия на сознание людей незримо присутствует фактор *проверяемости* (или принцип фальсифицируемости Поппера). Система большой (и малой) лжи дает эффект только на определенное ограниченное время. В подсознании человека и животных заложено сомнение, необходимость проверки, подкрепления информации. Даже птицы, отпугивавшиеся от аэродрома записанными на пленку голосами хищных птиц, не получая подкрепления сигналов об опасности другим путем, перестают обращать на них внимание и вновь летают над тем же местом. Поэтому при информационном воздействии в статических условиях посылка заведомо ложной информации невыгодна. Весьма эффективен метод, часто используемый в рекламе:

«Всегда говорите правду, говорите много правды, говорите гораздо больше правды, чем от вас ожидают, никогда не говорите всю правду».

Согласно этому методу отождествляются негативные стороны явления (а они неизбежны, поскольку история делается не ангелами, а людьми) с самим явлением. Негатив можно, что называется, пощупать, а само отождествление отодвигалось в тень. Так, например, телевизионные репортажи о событиях, которые нужно представить в негативном свете, несут в себе элемент документальности, но внимание сосредоточивается на кадрах, выхватывающих из большой толпы лица дебилов, стариков, нелепые лозунги, хотя бы они и содержались в пропорции 1:100. При хорошей, профессиональной компоновке кадров можно создать для многомиллионной аудитории впечатление о событии, по сути противоположное реальности. В этом случае сила эффекта присутствия оказывается настолько большой, что

непосредственному очевидцу одного из трагических событий в Москве, который рассказывал о том, что он наблюдал своими глазами, пришлось услышать в ответ: «Как ты можешь так говорить, ведь я сама все видела по телевизору».

В основе социологии массовых коммуникаций лежит схема: кто говорит, что сообщает, по какому каналу, кому и с каким эффектом. Последний момент имеет особую значимость. Вся схема информационного воздействия может работать вхолостую, если не принимать в расчет динамику сдвигов в сознании, а также возможностей неожиданности, непредсказуемости, поэтому в развитых странах происходит непрерывный зондаж общественного мнения. Существует целая система опросов, велика активность общения депутатов различных уровней с избирателями, большое внимание уделяется репрезентативности, точному выяснению умонастроений конкретных групп населения. Это позволяет вносить своевременные коррективы в пропаганде, устранять возникающие рассогласования официальной идеологии и общественного сознания.

Изучение опосредованного воздействия средств массовой информации, получившее название концепции многоступенчатого потока информации, показало, что параллельно каналам массовой коммуникации, действующим на «лидера мнения», функционируют межличностные неформальные каналы информации. Все это в западной социологии стало объектом пристального внимания и изучения.

Сказанное выше относилось к прямым (или информационным) методам воздействия на сознание. Но существуют и косвенные методы, связанные с воздействиями на условия функционирования мозга, на регулятивные функции. Так, в мозгу осуществляется химическое регу-

лирование на основе нейромедиаторов и нейропептидов, которое может быть нарушено с помощью наркотиков и алкоголя. Организация наркосбыта в стане противника может рассматриваться как один из приемов психологической войны. На сознание людей также могут существенно влиять электромагнитные и акустические поля, особенно в диапазоне инфрачастот. Обращая их на людей, сосредоточенных на относительно малом пространстве, можно существенно изменять их поведение, приводить к неадекватным, аномальным решениям.

Действие таких полей может носить и глобальный характер за счет иницилирующей их солнечной активности. На время максимума солнечной активности (период в среднем составляет 11 лет) приходится максимум возбуждения людей на планете (в среднем). На это же время приходятся революции и общественные катаклизмы. Это видно из краткого перечня соответствующих годов: 1789; 1804; 1816; 1830; 1837; 1848; 1860; 1870; 1883; 1893; 1905; 1917; 1928; 1937; 1947; 1958; 1969; 1980; 1990.

С учетом этого перечня можно программировать и концентрацию действий психологической войны. Так, в проводившейся психологической кампании по разгрому СССР для получения наибольшего эффекта максимум усилий приходился именно на период 1990 года.

* * *

Техника мифов. Мифы были характерны для древних, примитивных обществ и казалось бы ушли в прошлое, но сложность, непредсказуемость судеб людей в современном мире имеет с психологической точки зрения прямую аналогию с древним миром. И совершенно неожиданно для многих мифы с их иррациональной властью проявились в XX веке. Совокупности мифов вошли в мировоззрение и изменили объективную «карти-

ну мира», приводя к неадекватному искаженному пониманию реальности, своего рода психическим сдвигам.

Рассмотрим особенности структуры, содержания и действия мифов на примере мифа «рынок». Материальная основа мифа «рынок» — трудности советской экономики, многократно усиленные и углубленные группировкой Горбачева. Интерпретация мифа — 80-летнее движение по неправильному пути; выход — переход к капитализму Адама Смита (т. е. возвращение назад на 100 — 200 лет). Научная основа мифа — модное слово самоорганизация, взятое из современной науки — синергетики. Все должно быть предоставлено самому себе, ни во что не нужно вмешиваться, рынок сам все организует.

Другая основа — экономические модели Фридмена (чикагская школа), которые имеют крайне ограниченные пределы применимости, в частности они предполагают существование только одного состояния равновесия экономики при рыночных отношениях, что противоречит той же синергетике и всей совокупности научных знаний.

Умолчание мифа — план, регулирование и случайность (рынок) — две неразрывные стороны экономики и всей человеческой деятельности. Чисто рыночная стихия поставила в начале 30-х годов США и весь Запад на грань катастрофы и только использование регулирования экономики (по теории Кейнса) позволили Рузвельту выйти из кризиса.

Результаты внедрения мифа в СССР — катастрофа экономики. Как известно, в конце XVIII века в Англии возникло движение луддитов, разрушавших машины и станки, считавших их виновниками всех несчастий (движение было названо по имени легендарного подмастерья Лудда, который якобы первым разрушил свой станок). Через 200 лет в России под лозунгом перехода к рынку произо-

шел буквально погром передовых технологий, остановка и разрушение наукоемких предприятий.

Миф «рынок» сделал свое дело. Неолуддиты торжествовали.

Мифы, нарушая целостное мировоззрение, создают мозаичное, распадающееся мышление, формируют ложную картину мира. Люди как бы управляются мифами, которые буквально вдалбливаются СМИ в их сознание.

* * *

История и менталитет. Один из приемов психологической войны — подмена проблем современности историческим прошлым. Этот прием был широко использован в 80-е годы идеологами «перестройки», создавшими настоящую истерию вокруг исторического прошлого — событий 20-х — 30-х годов, вокруг имени Сталина. Причем из прошлого (не говоря уже об его искажении) выбиралось то, что выгодно. Так, игнорировались атомные бомбы США, уничтожившие около полутора миллиона японцев, или 1,5 млн. вьетнамцев, погибших в результате агрессии США, или, если обратиться к более далекому прошлому, тотальное истребление коренных жителей США — индейцев, а также рабство негров, создавших первоначальное накопление в США. Кроме того, не учитывалась обстановка прошлого и менталитет тогдашнего общества. Все было подчинено одной задаче — получить наибольший психологический эффект. Использование такого подхода внесло определенный вклад в разгром СССР.

Второй прием — проецирование современных проблем в прошлое, когда, исходя из интересов сегодняшнего дня, выискиваются исторические аргументы, подтверждающие предлагаемую точку зрения. На этом основано сталкивание народов между собой. Армяно-

азербайджанский конфликт — результат именно такого приема психологической войны. В истории обе стороны нашли массу данных, которые можно было трактовать как доказательство принадлежности Карабаха той или другой стороне. В свое время печать, руководимая пятой колонной Запада, буквально смаковала проблему перемещенных народов, по существу организовав осетино-ингушский и другие конфликты, принесшие большое число жертв.

Третий прием — «историческая» война, в ходе которой проводилась информационная моральная ликвидация всех героев и выдающихся людей, составлявших гордость русского народа. В писаниях пятой колонны в 80-х годах практически все герои Отечественной войны подвергались изощренным клеветническим обвинениям и надругательству, то же делалось и по отношению к более далекой русской истории, в том числе Петру I, Екатерине II, Ивану Грозному. Воспевались дебилы, типа Петра III. Вся русская история согласно версиям конца 80-х была историей ничтожеств. Так, постепенно, шаг за шагом внушалась идея о неполноценности русского народа.

Применение истории в качестве оружия в психологической войне опирается на ряд конкретных методологий. К ним, в частности, относятся канонизация и дьяволизация отдельных личностей и исторических периодов. Это может очень успешно проводиться с помощью современных СМИ. Широко применяется переписывание истории. Иллюстрацией может служить замена преступлений колонизаторов Запада, проводивших порабощение и массовое уничтожение незащитных народов, их, якобы, просветительской цивилизаторской миссией с установлением демократических идеалов. Один из наиболее эффективных приемов — «смешение эпох», т. е. использование положений, решавших конкретные задачи прошлого и не имеющим отношения к