

Լիլիթ Մկրտչյան

ԱՌԱՋԻՆ ՀԱՄԱՇԽԱՐՀԱՅԻՆ ՊԱՏԵՐԱԶՄԸ ՈՐՊԵՍ ՏԵՂԵԿՈՒԹԱՅՐՈՒԹՅԱՆ ԱՎԱՆՈՒԹՅԱՆ ՊԱՏԵՐԱԶՄԻ ՕՐԻՆԱԿ

Բանալի բառեր - համաշխարհային պատերազմ, քարոզչություն, պարտություն, հակամարտություն, քաղաքական գործիչ, հոգեբանական պատերազմ, պատմություն:

Հոգեբանական պատերազմն ու քարոզչությունը նույնքան հին են, որքան և մարդկությունը, սակայն ներկայումս հոգեբանական պատերազմը և քարոզչությունը առանձնացել են որպես ինքնուրույն ուղղություններ: Պատմության մեջ շատ են հոգեբանական պատերազմների իրականացման օրինակները: Դեռևս Զ.ա. VI դարում չին մտածող և փիլիսոփա, ռազմական գործիչ ու զորավար Սուն-Ցըզին (Սուն Ու) իր «Երկ ռազմական արվեստի մասին» աշխատության մեջ նշել է, որ «լավագույնը ստիպելն է հակառակորդին, որ հնազանդվի ամբողջությամբ, երկրորդ տեղում՝ այդ պետությունը ջախջախելն է:

...Հարյուր անգամ մարտնչել և հարյուր անգամ հաղթել՝ դա լավագույններից լավագույնը չէ: Լավագույններից լավագույնը զորքերին հնազանդեցնելն է առանց ճակատելու»¹:

Անգլիացի հոգեբան Ն. Կոուպլենդը, կարևորելով հոգեբանական գործոնի դերը պատերազմը վարելու արվեստում, դեռևս անցած դարի 20-ական թվականներին իր աշխատություններից մեկում նշել է. «Բանակը չի ջախջախված, քանի դեռ այն չի ներծծվել պարտության գիտակցությամբ: Պարտությունը մտքի եզրահանգում է, այլ ոչ թե ֆիզիկական վիճակ»²:

Ահա այս համատեքստում մենք քննության ենք առել 1914-1918 թթ. Առաջին համաշխարհային պատերազմի ժամանակ պայթարի միջոցներից մեկին՝ տեղեկատվական-հոգեբանական պատերազմին:

XX դարի սկզբին զանգվածային տեղեկատվության աղբյուրները դարձան տևտեսապես զարգացած երկրների առօրյա կյանքի բաղկացուցիչ մասը³: Առևտուրը, քաղաքականությունը, մշակույթը, հասարակական կյանքը արդեն չէին կարող կարգավորվել առանց թերթերի, ամսագրերի և առանց տպագիր գովազդի, որոնց օգտագործումը ռազմական նպատակներով անխուսափելի էր: Այդ պատճառով որևէ երկրի,

¹ Սուն Ցզի, Երկ ռազմարվեստի մասին, <http://grapaharan.org/index.php/11.06.2015/>:

² Պոդոլյան Ի., «Հոգեբանական պատերազմ» հիմնական գործոնները, Երևան, Չանգակ-97, 2009, էջ 145:

³ Տե՛ս Крыско В., Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт), <http://www.naturalworld.ru/>, /01. 02. 2014/.

պետության հոգեբանական պատերազմ վարելու հնարավորությունը կախված էր նրանում տպագիր մամուլի զարգացման աստիճանից:

Առաջին համաշխարհային պատերազմի ժամանակ հոգեբանական պատերազմը պատահական միջոցից վերածվեց ռազմական պայթյարի հիմնական գեներ: Ավելի ուշ այն անվանեցին պատերազմում հաղթած գեներ¹: Այսպիսի կարծիք ձևավորվեց որովհետև գերմանացիները իրենց պարտությունը արդարացնելու համար սիրում էին ասել, թե իրենց համոզել են դրանում, և, երկրորդ, որ դաշնակից երկրների քարոզչական կենտրոնները պնդում էին, թե իրենց ճկունությունն է հանդիսացել հաղթանակի գրավականը: Եթե հոգեբանական պայթյարը դիտարկենք լայն իմաստով, ապա ակնհայտ է դառնում, որ 1914-1918 թթ. Պատերազմում այն հիմնական եղանակներից մեկն էր: Պատերազմի ժամանակ քարոզչությունը նշանակալի տեղ զբաղեցրեց, քանի որ մարդկանց գիտակցության և զգացմունքների վրա ազդեցության զանգվածային միջոցները պատերազմող երկրներում տարածում ունեին դեռևս խաղաղ պայմաններում²: Խոշոր թերթերը, գովազդը, քաղաքական հարցերի լայն արծագանքը, հասարակական կարծիքի ձևավորումը հանգեցին խաղաղ պայմաններում ձևավորված փորձի՝ պատերազմական նպատակներով օգտագործմանը:

Հոգեբանական պայթյարում մեծ հաջողություններ ունեցավ Անգլիան, փոքր չափով նաև ԱՄՆ-ը: 1914 թ. անգլիացիները ունեին աշխարհում ամենաշատ արհեստավարժ լրագրողներ, տպիչ սարքեր և հիանալի մամուլ³: Բացի այդ անգլիացիները ունեին դիվանագիտական, կոնսուլական, փոստային և հեռախոսային ծառայություններ աշխարհի գրեթե բոլոր կետերում: Այս ամենը օգտագործում էին ռազմական կարիքների համար և բավական ճկուն կերպով:

Գերմանիան այս առումով զգալիորեն զիջում էր Բրիտանական կայսրությանը: Գերմանական արհեստավարժ լրագրողների, առևտրական և դիվանագիտական ներկայացուցիչների թիվը համեմատաբար փոքր էր: Բացի այդ, գերմանական տպագիր տեղեկատվության կենտրոններում գերիշխում էր քյուրակրատական համակարգը: Գերմանիայում արգելվում էր թերթիկների տպագրումը և տարածումը, քանի որ դա ըստ հրամանատարության հակասում էր պատերազմի կանոններին⁴:

Պատերազմի հենց սկզբից անգլիացիները իրենց ձեռքը վերցրեցին հոգեբանական պայթյարի առավելությունը: Անգլիացիները ցույց տվեցին ռազմական գործողությունների համակարգման և լրատվամիջոցների ներկայացուցիչների փոխգործակցության հիանալի օրինակ: Անգլիական կառավարությունը ամբողջ պատերազմի ընթացքում հետևում էր, որ կառավարական բոլոր կենտրոնները, մասնավոր կառույցները և կազմակերպությունները, ինչպես նաև լրատվության կենտրոնները միևնույն քաղաքականությունը վարեին այս կամ այն երկրի նկատմամբ: Գրեթե միշտ այս քարոզչությունը հասնում էր իր նպատակին: Պատերազմի ընթացքում մասնակից երկրների կառավարությունների մեծ մասը, իսկ Գերմանիան միայն 1918 թ., եկան այն համոզման, որ պետք է ստեղծել քարոզչության հատուկ մարմին, որը կգործի հա-

¹ Ст'у Лайнбарджер П., Психологическая война., М.,1962, с. 95, <http://www.rutracker.org/>, /27.03.2014/:

² Երկրը, էջ 96:

³ Ст'у Винокуров И., Гуртовой Г., Психотронная война: От мифов- к реалиям., М. 1993. <http://www.bookap.info/>, /01.02.2014/:

⁴ Доценко Е., Психологические манипуляции, М. 1997, <http://www.log-in.ru/>, /01.02.2014/:

կառակորդի զինված ուժերում, ինչպես նաև կազդի չեզոք երկրների հասարակական կարծիքի վրա: Գերմանացիները իրենց համարում էին կիրթ ազգ և իրենց միամտության համար թանկ վճարեցին: Դրանից հետո, երբ արդեն արգելքը հանված էր և Գերմանիան, ինչպես մյուս երկրները, կարող էր զբաղվել քարոզչությամբ, պահը բաց էր թողնված: Գերմանական քարոզչությունը անգլիական, ամերիկյան կամ ֆրանսիական ուժերի վրա ցանկալի արդյունք չունեցավ: Այն, ինչ գերմանացիները չկարողացան սովորել Առաջին համաշխարհային պատերազմի ժամանակ, կիրառեցին երկրորդ համաշխարհային պատերազմի ժամանակ:

Ռադիոն, որպես համընդհանուր հաղորդակցության միջոց այդ ժամանակ դեռ չէր օգտագործվում, իսկ բարձրախոսները շատ պարզունակ էին և իրենց արդյունավետությամբ քիչ էին տարբերվում լսափողից: Այդ պատճառով քարոզչական ներգործությունը իրականացվում էր հիմնականում տպագիր մամուլի՝ թերթերի, բրյոշուրների, թերթիկների, բացիկների, պաստառների, նամակների, ամսագրերի միջոցով¹: Չինվորների շրջանում մեծ հետաքրքրություն էին վայելում հատկապես պատկերազարդ բուկլետները, բաժանում էին հսկայական տպաքանակով: Այսպիսով, 1918 թվականին միայն Անգլիայում տպագրվեցին 5 մլն. 360 հազար տարբեր թերթիկներ: Սկզբում քարոզչական նյութերը տարածում էին դրա համար հատուկ առանձնացված ինքնաթիռներով:

1918 թ. Անգլիայում ստեղծվեցին և օգտագործվեցին քարոզչական նռնակներ: Դրանց համակարգը քիչ էր տարբերվում ժամանակակիցներից: Սակայն ռազմական ղեկավարությունը հրաժարվեց ընդունել քարոզչական այդ միջոցը: Առավելությունը տրվեց փուլիկներին, որպես հեշտ և տնտեսող միջոց տպագիր նյութերի տարածման համար: Այն ղեկավարում էին պայթող լարի միջոցով, որը այրում էին թողնելուց հետո: Այսպիսով, արդեն 48 ժամվա ընթացքում տեքստը, որ գրվել էր Լոնդոնում, ընկնում էր գերմանացի զինվորների ձեռքը: Թերթիկների հաջողությունը առաջին հերթին կախված էր դրանց բովանդակությունից: Թղթերը, որ կոչեր, կամ էլ զրպարտություն էին պարունակում, դատապարտված էին ձախողման: Յետաքրքրություն էին առաջացնում այն թղթերը, որոնք պարունակում էին գործնական տեղեկատվություն, օրինակ՝ խորհուրդներ՝ ինչպես շրջանցել ռազմաճակատի գիծը, մարտընկերոջ վիճակի մասին տեղեկությունը, հաշտության պայմանները, նաև՝ ուրախ պատմություններ, բամբասանքներ, անեկդոտներ: Առաջին մասը կազմում էին անգլիական ճամբարներում պահվող գերմանական ռազմագերիների նամակները, որ ուղղված էին իրենց հարազատներին:

Անգլիայում նամակների պատճենները շատ մանրամասն էին արվում, նույնիսկ թանաքի գույնն էր նույնը²: Գերմանացիները հաճախ այս թղթերը որպես իրողություն ընդունելով՝ ուղարկում էին գերու հարազատներին: Նամակները չէին ենթարկվում գեղարվեստական ձևավորման: Նախընտրությունը տրվում էր այն նամակներին, որոնցում խոսվում էր ռազմագերիների հետ լավ վարվելու մասին: Բացի այդ, նամակների հեղինակների վրա ճամբարների ղեկավարությունը ճնշում չէր գործադրում:

¹ Ст'у Крыско В., указ. соч., <http://www.naturalworld.ru/>:

² Ст'у Винокуров И., Гуртовой Г., указ. соч., <http://www.bookap.info/>:

Գոյություն ունեին հատուկ ճամբարներ, որոնք աչքի էին ընկնում գերիների հետ լավ վարմունքով: Թղթերի մեջ հաճախ պատերազմի ամբողջ պատասխանատվությունը գցում էին գերմանական կայսեր վրա: Ճամբարներում գերիներին կարդալու համար տալիս էին այնպիսի գրականություն, որ արգելված էր գերմանական բանտերում: Դրանց մեջ էին Կառլ Լիբկներխտի հողվածները, գերմանական սոցիալական բնույթի բրյոշուրներ, և այլ նմանատիպ գրականություն: Այս ամենը արվում էր նրա համար, որ կարդացածը իր արդյունքը գտնի գերիների կողմից գրված նամակներում, որոնք նրանք պետք է ուղարկեին Գերմանիա՝ իրենց հարազատներին¹: Անգլիական քարոզչության հանդեպ վստահության աճը նպաստեց անգլիացիների հանդեպ ատելության կրճատմանը: Այս ամենը հանգեցրեց նրան, որ գերմանացիները արդեն մինչև վերջ չէին պայքարում և ավելի հաճախ գերի էին հանձնվում անգլիացիներին, քան ֆրանսիացիներին:

1915 թ. ֆրանսիայի պաշտպանության նախարարության երկրորդ բաժանմունքում ստեղծվեց ռազմական քարոզչության ծառայության բաժինը որի նպատակն էր հակառակորդի վրա ազդել թերթիկների միջոցով²: Յուրաքանչյուր ֆրանսիական բանակ ուներ ինքնաթիռ, որը օգտագործում էր հատուկ թերթիկներ բաժանելու համար: Իտալիան, Ռուսաստանը ևս փորձում էին այս կամ այն կերպ ազդել հակառակորդի հասարակական մտքի և բանակում տիրող տրամադրությունների վրա, սակայն այդ ազդեցությունը զգալիորեն զիջում էր անգլիականին և ֆրանսիականին: Զարոգչության համակարգում մեծ դեր ունեցավ Անգլիայում կիրառված օվսեթային տպագրությունը, որը հետագայում կիրառվեց նաև մյուս երկրներում:

Պատահական չէ, որ պատերազմի ավարտից հետո գերմանական հրամանատարությունը բազմիցս նշում էր, որ Գերմանիայի պարտությունը պայմանավորված էր ոչ թե բանակի թուլությամբ, այլ նրանով, որ կործանվեց թիկունքը, քանի որ այլասեր և ռադիկալ ուժերը դարձան օտարերկրյա քարոզչության զոհ: Կարելի է ընդգծել, որ պատերազմում հաղթանակած երկրների համար մեծ նշանակություն է ունեցել նաև հոգեբանական պայքարի ճիշտ կազմակերպումը³:

Ամերիկացիների քարոզչության մեջ շատ էին սևնդի թեմայով նյութերը: Միայն մեկ օրվա սևնդի ցուցակը, որ ներկայացնում էին գերիները, գերմանացի սովահար զինվորների շրջանում մեծ արձագանք էր գտնում, որոնք գիտեին, որ թիկունքում իրենց ընտանիքները սովահար են: ԱՄՆ-ը հոգեբանական պատերազմին միացավ 1917 թվականին: Յետախուզական բաժնում ստեղծվեց հոգեբանական բաժանմունք: Ամերիկական քարոզչությունը, որից վախենում էին գերմանացիները, երկու կառույցների միջոցով էր իրականացվում՝ քաղաքացիական և ռազմական: Զաղաքացիական մարմինը կոչվում էր Հասարակական տեղեկատվության կոմիտե կամ Կրիլի կոմիտե՝ իր ներկայացուցիչ Ջորդան Կրիլի անունով: Ռազմական մարմինը կոչվում էր Զարոգչական սեկցիա կամ Հոգեբանական բաժանմունք: Հասարակական տեղեկատվության կոմիտեն մեծ առավելություն ուներ, որովհետև նրա ղեկավարը վայելում էր

¹ Ст'у Доценко Е. указ. соч., <http://www.log-in.ru/>:

² Ст'у Крыско В., указ. соч., <http://www.naturalworld.ru/>:

³ Ст'у Лайнбарджер П., указ. соч., <http://www.rutracker.org/>:

Ամերիկայի Նախագահի վստահությունը: Տեղեկատվության աղբյուրը Վաշինգտոնում էր: Հիմնական շեշտը դրված էր արտաքին լսարանի վրա¹:

1918 թ. սեպտեմբերից անգլիացիները սկսեցին տպագրել խրամատային թերթեր, որոնցում հաճախ տեղադրվում էր կայսեր նկարը: Այս թերթերը հիմնալի ընթերցանության նյութ էին այն գերմանացի զինվորների համար, որոնք ցանկանում էին ընթերցանությամբ ժամանակ անցկացնել²: Հոգեբանական պատերազմ վարելիս անգլիական քարոզչամեթոդային հաջողության գրավականը պետական նշանակության գործ էր համարվում: Տեղեկատվական Նախարարությունը սերտորեն կապված էր և համագործակցում էր վարչապետի, արտաքին գործերի Նախարարության և ռազմական ուժերի հետ:

Առաջին համաշխարհային պատերազմի ժամանակ քարոզչությունը իրականացվում էր նաև լուսանկարների միջոցով: Առաջին համաշխարհային պատերազմի ավարտից հետո խոշորագույն երկրների ռազմաքաղաքական ղեկավարությունը մեծ հետաքրքրություն հանդես բերեց հոգեբանական պայքարի քարոզչամեթոդային հանդես, որը կիրառվել էր ռազմական գործողությունների ժամանակ, հաշվի էին առնվում քարոզչության ժամանակ թույլ տրված սխալները և բացթողումները³:

Այսպիսով, պատերազմում Անտանտի երկրների հաղթանակի և գերմանական բլոկի պարտության մեջ ի թիվս այլ գործոնների մեծ դեր է խաղում նաև քարոզչական պայքարը:

Օգտագործվել են նաև այլ միջոցներ: Օդանավերից հեծելագործի վրա նետում էին երկու կողմից անցք ունեցող տակառներ, որտեղով անցնող օդի հոսքը սարսափազդու ոռնոց էր արձակում և խրտնեցնում ձիերին ու ցրում զորքը: Գերմանացիները «Յունկերս-87» խոյընթաց ռմբակոծիչների վրա տեղադրում էին շչակներ, որոնց ոռնոցը ահ ու սարսափ էր տարածում ռմբակոծության տակ հայտնված բնակավայրերի բնակչության, երբեմն նաև անփորձ զինծառայողների վրա⁴:

Առաջին և Երկրորդ աշխարհամարտերի ամենավճռորոշ պահերին մարտի դաշտում բազմիցս կիրառվել է մարտավարական այնպիսի հնարք, ինչպիսին «հոգեբանական գրոհն» է: Այս դեպքում գրոհող զորքը թատերական անհոգությամբ և անթաքույց, քայլերգի, թմբկահարության ռիթմի տակ, զորահանդեսային քայլերով մոտենում էր հակառակորդին՝ ցուցադրելով բացարձակ համոզվածություն իր ուժի և հաղթանակի նկատմամբ, ինչպես նաև անտեսելով հակառակորդի գոյությունն իսկ: Նման մարտավարությունը երբեմն կաթվածահար էր անում հակառակորդի դիմադրելու կամքը և նրա շարքերում այնպիսի հոգեբանական անելանելի իրավիճակ առաջացնում, որ վերջիններս խուճապահար թողնում էին առաջավոր գիծը կամ զանգվածաբար գերի հանձնվում:

Հոգեբանական պայքարը քննարկելիս հետաքրքիր են հասարակ զինվորների ևամակները, որոնք ներկայացնում էին ճակատում տիրող տրամադրությունները: Հոգեբանական պայքարի դիտանկյունից այդ տրամադրությունները առաջանում էին

¹ St'u Hall Barden, The Failure to Prevent World War 1, The Unexpected Armageddon, Military Strategy and Operational Art, 2015, p. 164. <https://books.google.am/ /11.07.2015/>:

² St'u Доценко Е., указ. соч., <http://www.log-in.ru/>:

³ St'u Винокуров И., Гуртовой Г., указ. соч., <http://www.bookap.info/>:

⁴ St'u The encyclopedia of World War 1, 2005, p. 241, <https://books.google.am//11.07.2015/>:

հակառակորդ կողմի քարոզչության հետևանքով: Նամակները դառնում էին պատերազմի մասնակիցների հոգեբանության ուսումնասիրման աղբյուր, հաճախ նաև զինվորների զոհվելու վայրը պարզելու միջոց:

Այսպիսով, Առաջին համաշխարհային պատերազմի ժամանակ մեծ նշանակություն է ունեցել նաև նամակագրությունը, որ իրականացվել է ամենայն պատասխանատվությամբ և ուներ ինչպես բարոյահոգեբանական ազդեցություն, այնպես էլ հաղորդակցության միջոց: Այս և նմանօրինակ այլ նպատակների հասնելու համար տեղեկատվական-հոգեբանական պայթյալի ընթացքում որոշակի ուղղորդված տեղեկատվության միջոցով ազդում են հակամարտող կողմ հանդիսացող երկրի բնակչության, զինված ուժերի, հետևաբար՝ դրանց մասնիկը հանդիսացող ամեն մի կոնկրետ անձի հոգեբանության վրա այնպես, որ դրա շնորհիվ անկում ապրի նրա հոգեվիճակը, խաթարվի բարոյական նկարագիրը, ընկճվի կամքը և դիմադրելու ունակությունը:

Лилит Мкртчян, Первая мировая война как пример информационно-психологического воздействия, - Статья относится к психологической войне и пропаганде, которая стара как мир, но психологическая война и пропаганда разделены в качестве независимого измерения. В истории есть много примеров психологического упражнения оружия. В период информационной и психологической борьбы определенная направленная информация может повлиять на население, пострадавшее от сторон конфликта, вооруженные силы и, таким образом, на часть психологии каждого человека таким образом, что может произойти крах психологического состояния, моральных качеств, подавления воли и способности противостоянию. В этом контексте мы рассматриваем 1914-1918 годы - Первая мировая война, во время которой информация и психологическая война стали средством ведения войны.

Lilit Mkrтчyan, The First World War as an Example of Information and Psychological Warfare, - The article refers to the psychological war and propaganda, which are as old as mankind, but nowadays psychological war and propaganda are separated as independent dimensions. In history there are many examples of psychological warfare exercise. During informational and psychological struggle, population, armed forces and therefore each individual as part of them can be affected through certain directed information in such a way that it can collapse their psychological state, shake the moral qualities, depress the will and ability to resist. In this context, we will examine the First World War of 1914-1918, during which information and psychological war became one of the means of fighting the war.

Լիլիթ Սկրտչյան - պ.գ.թ., ԵՊՀ համաշխարհային պատմության ամբիոնի դոցենտ, Երիտասարդ պատմագետների ասոցիացիա ՀԿ-ի նախագահ:

