

ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES



ΣΧΟΛΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΕΘΝΩΝ, ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ & ΠΕΡΙΦΕΡΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΣΠΟΥΔΕΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ»

«Η στρατηγική αποτελεσματικότητα των Ψυχολογικών Επιχειρήσεων στη σύγχρονη
εποχή»

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Ιωάννης Φασιανός

Αθήνα, 2018

Τριμελής Επιτροπή

Κωνσταντίνος Κολιόπουλος, Αναπληρωτής Καθηγητής Παντείου Πανεπιστημίου (Επιβλέπων)

Κωνσταντίνος Αρβανιτόπουλος, Καθηγητής Παντείου Πανεπιστημίου

Κωνσταντίνος Υφαντής, Αναπληρωτής Καθηγητής Παντείου Πανεπιστημίου



Copyright © Ιωάννης Φασιανός, 2018

All rights reserved. Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος.

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας διπλωματικής εργασίας εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της διπλωματικής εργασίας για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς τον συγγραφέα.

Η έγκριση της διπλωματικής εργασίας από το Πάντειον Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών δεν δηλώνει αποδοχή των γνώμων του συγγραφέα.

Συντομογραφίες

Ελληνόφωνες

Α/ΓΕΕΘΑ: Αρχηγός Γενικού Επιτελείου Εθνικής Άμυνας

ΑΝΣΚ: Αντικειμενικός Σκοπός

ΑΣ: Ακροατήριο Στόχος

ΓΕΣ: Γενικό Επιτελείο Στρατού

ΔΕΚΠ: Διεύθυνση Εκπαιδύσεως

ΚΚΚ: Κομμουνιστικό Κόμμα Κίνας

ΜΜΕ: Μάσα Μαζικής Επικοινωνίας

ΠΕ: Πληροφοριακές Επιχειρήσεις

ΣΕ: Στρατηγική Επικοινωνία

ΥΠΕΘΑ: Υπουργείο Εθνικής Άμυνας

ΨΕΝ: Ψυχολογικές Ενέργειες

ΨΕΠ: Ψυχολογικές Επιχειρήσεις

ΨΠ: Ψυχολογικός Πόλεμος

Αγγλόφωνες

CIA: Central Intelligence Agency

ISAF: International Security Assistance Force

ISIS: Islamic State of Iraq and Syria

JPOTF: Joint Psychological Operation Task Force

MISO: Military Information Support Operations

NSA: National Security Agency

OEF: Operation Enduring Freedom

OIF: Operation Iraqi Freedom

PLA: People's Liberation Army

PSYOPS: Psychological Operations

RC: Regional Command

StratCom: Strategic Communication

UAV: Unmanned Air Vehicle

Περιεχόμενα

Γραφήματα	6
Εικόνες.....	6
Περίληψη.....	7
Abstract.....	8
Εισαγωγή	9
Γενικό υπόβαθρο	9
Καθορισμός του πλαισίου ανάλυσης του προβλήματος	10
Σκοπός.....	10
Ερωτήματα μελέτης.....	10
Προϋποθέσεις.....	10
Μεθοδολογία.....	11
Δομή διπλωματικής εργασίας.....	11
ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ: Επισκόπηση σχετικής θεωρίας.....	14
Κεφάλαιο «Α»: Ο σύγχρονος κόσμος	14
Το διεθνές σύστημα	14
Χαρακτηριστικά και τάσεις στη σύγχρονη εποχή	14
Η αβεβαιότητα στο παγκόσμιο περιβάλλον ασφαλείας αυξάνεται.....	14
Η αστικοποίηση του πληθυσμού παγκοσμίως αυξάνεται.....	15
Πληροφοριακή επανάσταση, κοινωνική δικτύωση και «Fake News».....	17
Συνοπτικά	21
Κεφάλαιο «Β»: Θεωρία περί ψυχολογικών επιχειρήσεων	23
Γενικά.....	23
Τι είναι οι ψυχολογικές επιχειρήσεις.....	24
Η Παρακίνηση στις επιχειρήσεις επηρεασμού.....	28
Το άτομο.....	28
Η ομάδα.....	30
Αρχές ψυχολογικών επιχειρήσεων.....	31
Επίπεδα διεξαγωγής ψυχολογικών επιχειρήσεων.....	34
Μέσα διεξαγωγής ψυχολογικών επιχειρήσεων	34
Μέτρηση αποτελεσματικότητας ψυχολογικών επιχειρήσεων	36
Σύνοψη πρώτου μέρους.....	39
ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ: Από τη θεωρία στην πράξη	41
Κεφάλαιο «Γ»: ΨΕΠ σε περιόδους ειρήνης.....	41
Η εκλογή Τραμπ στις ΗΠΑ και η Ρωσική ανάμειξη στις εκλογές.....	41
Οι ΨΕΠ της Κίνας και η περίπτωση της «ομάδας των 50 σεντ»	45
Συνοπτικά	49
Κεφάλαιο «Δ»: Οι Αμερικανικές ΨΕΠ στο Ιράκ και στο Αφγανιστάν.....	50
Οι πόλεμοι στο Ιράκ.....	50
Οι επιχειρήσεις στο Αφγανιστάν	56
Συνοπτικά	61

Κεφάλαιο «Ε»: Η Ρωσική επιχείρηση επηρεασμού στην Ουκρανία και στην προσάρτηση της Κριμαίας.....	62
Κεφάλαιο «ΣΤ»: Η περίπτωση ISIS/DAESH και η διεθνής τρομοκρατία.....	69
Σύνοψη δευτέρου μέρους	77
ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ: Συμπεράσματα – προτάσεις.....	79
Κεφάλαιο «Ζ»: Συνολική ανασκόπηση – Γενικά συμπεράσματα	79
Συνολική ανασκόπηση.....	79
Γενικά συμπεράσματα	82
Κεφάλαιο Η΄: Προτάσεις.....	84
Παράρτημα «Α»: Ορισμοί.....	85
Βιβλιογραφία	90

Γραφήματα

Γράφημα 1. Εξέλιξη αστικοποίησης του πλανήτη τα έτη 1950, 2014 και 2050.	16
Γράφημα 2. Διείσδυση Internet κατά περιοχή.	17
Γράφημα 3. Στατιστικά χρηστών Internet, κοινωνικών δικτύων και κινητών τηλεφώνων παγκοσμίως.	18
Γράφημα 4. Στατιστικά χρηστών Internet, κοινωνικών δικτύων και κινητών τηλεφώνων στην Ελλάδα.	20
Γράφημα 5. Στατιστικά χρηστών Internet, κοινωνικών δικτύων και κινητών τηλεφώνων στην Τουρκία.	21
Γράφημα 6. Ιεράρχηση αναγκών κατά Μάσλου.	29
Γράφημα 7. Ομάδες που Δηλώνουν Συνεργασία/Υποστήριξη στο DAESH.	72
Γράφημα 8. Παγκόσμια οργάνωση του DAESH.	73
Γράφημα 9. Παγκόσμια οργάνωση MME του DAESH.	74
Γράφημα 10. Περιφερειακή Οργάνωση του DAESH (Βιλαέτι της RAQQA).	75

Εικόνες

Εικόνα 1. Φυλλάδια που χρησιμοποιήθηκαν στο Ιράκ.	51
Εικόνα 2. Φυλλάδια που χρησιμοποιήθηκαν στο Ιράκ.	52
Εικόνα 3. EC-130 Commando Solo.	57
Εικόνα 4. Ραδιόφωνα Kaito που διανεμήθηκαν στον Αφγανικό πληθυσμό.	57
Εικόνα 5. Αφίσα που ωθεί τους πολίτες της Κριμαίας να ψηφίσουν στο δημοψήφισμα για την προσάρτηση της Κριμαίας από τη Ρωσία.	66

Περίληψη

Στο σύγχρονο πολυπολικό ασταθές σύστημα, οι δυνατότητες επικοινωνίας έχουν αυξηθεί δραματικά. Η όλο και αυξανόμενη δικτυοκεντρική οργάνωση του παγκόσμιου πληθυσμού, παρέχει όλες τις απαραίτητες προϋποθέσεις για καταγιστικά γρήγορη διάδοση οπτικοακουστικών μηνυμάτων σε ολόκληρο τον πλανήτη. Οι επιχειρήσεις ψυχολογικού επηρεασμού εκτελούνται σε όλο το φάσμα της σύγκρουσης (από την ειρήνη μέχρι και την μετά τον πόλεμο εποχή) και σε όλα τα επίπεδα, στρατηγικό, επιχειρησιακό και τακτικό. Αν και η αντικειμενική μέτρηση της στρατηγικής τους αποτελεσματικότητας είναι σε μεγάλο βαθμό προβληματική εξαιτίας διαφόρων παραγόντων, η παρατήρηση αλλαγής συμπεριφοράς των ΑΣ αποτελεί πάντα μία ασφαλή μέθοδο επιβεβαίωσης επιτυχίας ή αποτυχίας των ΨΕΠ.

Στην παρούσα εργασία, έγινε προσπάθεια ανάλυσης υπό το πρίσμα της σχετικής θεωρίας, συγκεκριμένων ιστορικών περιπτώσεων, κατά τις οποίες εκτελέστηκαν ΨΕΠ τόσο σε ειρήνη όσο και σε πόλεμο, με σκοπό να διαπιστωθεί ο βαθμός της στρατηγικής τους αποτελεσματικότητας. Εξετάστηκαν περιπτώσεις διεξαγωγής ΨΕΠ σε ειρηνική περίοδο, από ένα κράτος σε φίλια και σε αντίπαλα ΑΣ και περιπτώσεις διεξαγωγής ΨΕΠ σε περιόδους διατάραξης της ειρήνης από διαφορετικούς δρώντες, κρατικούς (ΗΠΑ, Ρωσία) και μη-κρατικούς (ISIS – διεθνής τρομοκρατία), σε συμβατικό πόλεμο (Ιράκ και Αφγανιστάν), υβριδικό πόλεμο (Κριμαία - Ουκρανία), διεθνή τρομοκρατία του ISIS, καθώς και επιχειρήσεις σταθεροποίησης μετά τη λήξη πολεμικών συγκρούσεων ευρείας κλίμακας (σταθεροποίηση στο Αφγανιστάν). Σε όλες αυτές τις περιπτώσεις, διαπιστώθηκε ότι οι ΨΕΠ είχαν επίδραση στην εξέλιξη της κατάστασης, η αποτελεσματικότητα των οποίων ποικίλε σε σχέση με κάποιους παράγοντες.

Τέλος, η εργασία συνοψίζοντας τα αποτελέσματα της ανάλυσης, καταλήγει σε μερικά γενικά συμπεράσματα σχετικά με τη στρατηγική αποτελεσματικότητα των επιχειρήσεων επιρροής και πως αυτήν μπορεί να βελτιωθεί, ενώ υποβάλλονται και προτάσεις αξιοποίησης των συμπερασμάτων αυτών καθώς και προτάσεις για περαιτέρω έρευνα.

Λέξεις-κλειδιά: Επηρεασμός, ψυχολογικές επιχειρήσεις, προπαγάνδα, ακροατήρια στόχος

The strategic effectiveness of Psychological Operations in the contemporary era

Ioannis Fasianos

Abstract

In the modern, multipolar, unstable international system, communication capabilities have increased dramatically. The ever-growing net-centric organization of the global population provides all the necessary prerequisites for extremely fast dissemination of audio-visual messages across the globe. Psychological influence operations are conducted throughout the conflict spectrum (from peace to post-war era) and at all levels, strategic, operational and tactical. Although objectively measuring their strategic effectiveness is largely problematic due to various factors, observing behavioral change in Target Audiences (TA) is always a safe method of confirming the success or failure of Psychological Operations (PsyOps).

In the present study, an attempt was made to analyze in the light of the relevant theory, specific historical cases, in which PsyOps were executed in peace-time as well as in war-time, in order to determine the degree of their strategic effectiveness. In this vein, different instances of PsyOps campaigns have been examined. PsyOps that were carried out during peace time from a state against a TA (which could be characterized either as friends or foe). Also cases of PsyOps in times of crisis or war conducted by different actors, states (US, Russia) and non-state entities (ISIS), in conventional wars (Iraq and Afghanistan), in hybrid war (Crimea - Ukraine), in the international terrorism campaign of ISIS, as well as in stabilization operations after the end of large scale military operations of high intensity conflicts (stabilization operations in Afghanistan). In all these cases, it was found that PsyOps had an impact on the evolution of the situation, the effectiveness of which varied in relation to some factors.

Summarizing the results of the analysis, the study concludes with some general deductions about the strategic effectiveness of the operations of influence in the contemporary era. In addition to that, some ways for the exploitation of those conclusions along with proposals for further research are presented.

Keywords: Influence, Psychological Operations, Propaganda, Target Audiences

Εισαγωγή

Γενικό υπόβαθρο

Ο άνθρωπος εκτός από σώμα και πνεύμα είναι και ψυχή. Οι διεργασίες σε κάθε μία από αυτές τις τρεις υποστάσεις παράγουν έργα που δύναται να επηρεάζουν και τις άλλες δύο. Η διεργασία του σώματος είναι τα υλικά έργα, η διεργασία του πνεύματος είναι η λογική σκέψη και η διεργασία της ψυχής είναι το συναίσθημα. Συνήθως κάποιο συναίσθημα (θετικό ή αρνητικό), κάποια λογική σκέψη ή ακόμη και συνδυασμός τους, είναι ο λόγος που ωθεί τους ανθρώπους ως άτομα ή και ως ομάδα να υιοθετήσουν μια συμπεριφορά έναντι κάποιας κατάστασης. Το γεγονός αυτό εργαλειοποιήθηκε, άλλοτε περισσότερο και άλλοτε λιγότερο οργανωμένα, κατά τη διεξαγωγή συγκρούσεων μεταξύ αντιπάλων. Σε όλο το φάσμα της σύγκρουσης από την ειρήνη έως τον πόλεμο, οι λεγόμενες ψυχολογικές επιχειρήσεις (ΨΕΠ) χρησιμοποιήθηκαν κατά κόρον, ώστε ο ένας αντίπαλος να επηρεάσει τον άλλον και παράλληλα να προστατευτεί ο ίδιος από αντίστοιχες ενέργειες. Στα γραπτά διαφόρων θεωρητικών του πολέμου (Σουν Τζου, Μαυρίκιος, κ.α.), περιγράφεται η αξιοποίηση του ψυχολογικού παράγοντα για επίτευξη αποτελεσμάτων στο πεδίο.

Αν και η χρήση αυτού του εργαλείου γινόταν από την αρχαιότητα, μόνο μετά το 19αι που αναπτύχθηκε η επιστήμη της ψυχολογίας άρχισαν οι ΨΕΠ να λαμβάνουν πιο οργανωμένη μορφή και να αποκτούν μεθοδικότητα, τουλάχιστον στο δυτικό κόσμο. Η «Ψυχολογία των Μαζών» του Gustave Le Bon(1841-1931) στη Γαλλία παρουσίασε ιδέες με τρομερή διεισδυτικότητα στον πολιτικό κόσμο και τους ηγέτες του 20^{ου} αι. Οι ιδέες αυτές αξιοποιήθηκαν ως «φιλοσοφικό» υπόβαθρο από τον Mussolini για την οικοδόμηση του φασισμού ενώ ο Hitler και ο Goebbels τις αντέγραψαν ασύστολα εφαρμόζοντάς τες στην πράξη¹.

Στη σύγχρονη εποχή, τα κράτη αλλά και μη κρατικοί δρώντες, χρησιμοποιούν όλο και περισσότερο τον ψυχολογικό επηρεασμό είτε συγκεκριμένων ληπτών αποφάσεων ή μεγάλων ομάδων του πληθυσμού εχθρικών, ουδετέρων και φίλων, για την προώθηση των συμφερόντων τους, άλλοτε φανερά και άλλοτε πιο κεκαλυμμένα.

¹ Gustave Le Bon, Ψυχολογία των Μαζών, Εκδόσεις Ζήτρος, Ειδική έκδοση για την εφημερίδα ΤΟ ΒΗΜΑ, 2010, σ.16

Καθορισμός του πλαισίου ανάλυσης του προβλήματος

Σκοπός. Σκοπός αυτής της μελέτης είναι να εξεταστεί η στρατηγική αποτελεσματικότητα των ψυχολογικών επιχειρήσεων στη σύγχρονη εποχή. Ειδικότερα, θα εξεταστούν περιπτώσεις εκτέλεσης επιχειρήσεων ψυχολογικού επηρεασμού στη μεταψυχροπολεμική εποχή, τόσο σε περίοδο ειρήνης όσο και σε περίοδο συγκρούσεων για να εξαχθούν συμπεράσματα σχετικά με τις επιπτώσεις που αυτές είχαν στη γενικότερη εξέλιξη της κατάστασης. Τελικός στόχος είναι να προσδιοριστούν κάποιοι γενικοί κανόνες για το πώς μπορεί να επιτευχθεί η μεγέθυνση της στρατηγικής αποτελεσματικότητας των ΨΕΠ στην εποχή μας.

Ερωτήματα μελέτης. Προκειμένου να υλοποιηθεί ο σκοπός της μελέτης, θα απαντηθούν τα ακόλουθα ερωτήματα:

Κύρια ερωτήματα:

- Πόσο αποτελεσματικές είναι οι ΨΕΠ στη σύγχρονη εποχή;
- Τι διαφοροποιεί τις σύγχρονες ΨΕΠ από αυτές του παρελθόντος;

Δευτερεύοντα ερωτήματα:

- Πως ορίζεται ο όρος «στρατηγική αποτελεσματικότητα»;
- Πως μετριέται η αποτελεσματικότητα των ΨΕΠ;
- Μπορούν οι ΨΕΠ να υποκαταστήσουν τις «κινητικές» επιχειρήσεις στο μέλλον;
- Πως μεγεθύνεται η στρατηγική αποτελεσματικότητα των ΨΕΠ;

Προϋποθέσεις. Οι όροι «ψυχολογικός επηρεασμός» ή «ψυχολογικές επιχειρήσεις» χρησιμοποιούνται στην παρούσα, υπό την ευρεία τους έννοια. Στο Παράρτημα «Α», αναλύονται λεπτομερώς οι χρησιμοποιούμενοι όροι, σε διεθνές επίπεδο.

Οι κύριοι δρώντες στο διεθνές σύστημα θα εξακολουθήσουν να είναι τα εθνικά κράτη, τα οποία λειτουργούν ορθολογικά, ως ανεξάρτητες διεθνείς νομικές οντότητες, με ξεχωριστά εθνικά συμφέροντα. Παράλληλα όμως, ο ρόλος μη-κρατικών δρώντων στο διεθνές σύστημα θα συνεχίσει να αυξάνει.

Η θρησκευτική, πολιτική, πολιτισμική, οικονομική και κοινωνική διαφοροποίηση των διαφόρων δρώντων του διεθνούς συστήματος θα εξακολουθήσει να υπάρχει.

Ο ανταγωνισμός είναι το κύριο χαρακτηριστικό του άναρχου διεθνούς συστήματος και συνεπώς, οι περιφερειακές συγκρούσεις μικρής ή μεσαίας κλίμακας θα συνεχισθούν

και στον 21ο αιώνα. Οι αρχές του πολέμου θα συνεχίσουν να εφαρμόζονται στο πεδίο της μάχης.

Η ανάπτυξη όλο και μεγαλύτερων και πιο πολύπλοκων δικτύων θα αποτελέσει το δεύτερο χαρακτηριστικό του διεθνούς συστήματος στο άμεσο και απώτερο μέλλον, το οποίο με τη σειρά του θα επηρεάσει ανάλογα τον τρόπο έκφρασης του κύριου χαρακτηριστικού, του διεθνούς ανταγωνισμού.

Η επιστήμη αποτελεί σημαντικό παράγοντα στην εξέλιξη της δυνατότητας ψυχολογικού επηρεασμού. Εξέλιξη της επιστήμης σε συγκεκριμένους τομείς (π.χ. κοινωνιολογία, ψυχολογία, πληροφορική, επικοινωνία, κ.α.) τόσο σε θεωρητικό όσο και σε τεχνολογικό επίπεδο, θα αξιοποιηθεί αντίστοιχα για τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας των ΨΕΠ.

Τα κράτη θα συνεχίσουν να διακρίνονται από κάποιας μορφής λειτουργική οργάνωση που να διασφαλίζει την εσωτερική τάξη και συνοχή των πολιτών τους. Βασικά στοιχεία συνοχής ενός κράτους είναι η ομοψυχία του πληθυσμού και η ισχύς των ενόπλων δυνάμεων και σωμάτων ασφαλείας του.

Οι άνθρωποι, παρά την όποια εξέλιξη της επιστήμης, θα συνεχίσουν ως τρισυπόστατα όντα να διακατέχονται από τις ίδιες ανάγκες και να εφαρμόζουν την ίδια ιεράρχηση αναγκών που είχαν σε όλη την περίοδο της καταγεγραμμένης ανθρώπινης ιστορίας.

Μεθοδολογία. Η μελέτη θα βασιστεί στην εξέταση συγκεκριμένων ιστορικών περιπτώσεων με βάση τη σχετική θεωρία. Τα δεδομένα, τόσο για τη θεωρία όσο και για τις εξεταζόμενες περιπτώσεις, θα αναζητηθούν από τη διεθνή βιβλιογραφία, τη σχετική επιστημονική αρθρογραφία αλλά και έρευνες - αναφορές στο διαδίκτυο.

Δομή διπλωματικής εργασίας. Η υπόλοιπη εργασία χωρίζεται σε τρία κύρια μέρη με συνολικά οκτώ κεφάλαια. Σε γενικές γραμμές, το πρώτο μέρος αφορά την επισκόπηση της σχετικής θεωρίας περί ψυχολογικών επιχειρήσεων. Στο δεύτερο μέρος, εξετάζεται πώς αυτή η θεωρία εφαρμόστηκε στην πράξη στη σύγχρονη εποχή και ιδιαίτερα στο μεταψυχροπολεμικό κόσμο. Στο τρίτο μέρος, η μελέτη καταλήγει στην εξαγωγή γενικών συμπερασμάτων και στην υποβολή προτάσεων. Αναλυτικότερα:

Στο πρώτο μέρος «Επισκόπηση σχετικής θεωρίας», γίνεται μία επισκόπηση της θεωρίας με αναφορά σε σχετική βιβλιογραφία ώστε να τεθεί το θεωρητικό πλαίσιο και η

επιστημονική βάση επί της οποίας θα εξετασθούν στη συνέχεια κάποιες περιπτώσεις ΨΕΠ στη σύγχρονη εποχή. Περιλαμβάνει δύο κεφάλαια:

Στο Κεφάλαιο «Α», «Ο σύγχρονος κόσμος», γίνεται μία περιγραφή του σύγχρονου διεθνούς συστήματος, καθώς και κάποιων βασικών χαρακτηριστικών και τάσεων της εποχής μας τα οποία έχουν άμεση επίπτωση στη διεξαγωγή και αποτελεσματικότητα των ψυχολογικών επιχειρήσεων.

Στο Κεφάλαιο «Β», «Θεωρία περί ΨΕΠ», αναλύονται οι επιχειρήσεις ψυχολογικού επηρεασμού. Ειδικότερα, γίνεται μία γενική περιγραφή και οριοθέτηση του τι είναι και τι δεν είναι ψυχολογικές επιχειρήσεις, αναλύεται ο ρόλος της παρακίνησης σε αυτές, περιγράφονται οι βασικές αρχές που τις διέπουν, τα επίπεδα στα οποία διεξάγονται και τα μέσα που χρησιμοποιούνται για την εκτέλεσή τους, ώστε να οριστεί το θεωρητικό πλαίσιο εντός του οποίου σχεδιάζονται και εκτελούνται. Επιπλέον, αναλύεται η δυσκολία που υπάρχει στο να εκτιμηθεί αντικειμενικά η αποτελεσματικότητα των επιχειρήσεων αυτού του τύπου ακόμη και σήμερα.

Το δεύτερο μέρος «Από τη θεωρία στην πράξη», αφορά την εξέταση συγκεκριμένων ΨΕΠ που εκτελέστηκαν ή εκτελούνται στη σύγχρονη μεταψυχροπολεμική εποχή υπό το πρίσμα της θεωρίας που αναλύθηκε. Περιλαμβάνει τέσσερα κεφάλαια:

Στο Κεφάλαιο «Γ», «ΨΕΠ σε περιόδους ειρήνης», εξετάζονται η περίπτωση επηρεασμού των αμερικανικών προεδρικών εκλογών από τη Ρωσία και η περίπτωση αξιοποίησης των «ομάδων των 50 σεντ» από την Κίνα για έλεγχο του πληθυσμού της.

Στο Κεφάλαιο «Δ», «Οι Αμερικανικές ΨΕΠ στο Ιράκ και το Αφγανιστάν», εξετάζονται οι ομώνυμες επιχειρήσεις.

Στο Κεφάλαιο «Ε», «Η Ρωσική επιχείρηση επηρεασμού στην Ουκρανία και στην προσάρτηση της Κριμαίας», εξετάζεται επίσης η ομώνυμη επιχείρηση της Ρωσίας.

Στο Κεφάλαιο «ΣΤ», «Η περίπτωση ISIS/DAESH και η διεθνής τρομοκρατία», εξετάζεται ο τρόπος διεξαγωγής ΨΕΠ παγκοσμίως από μη κρατικούς δρώντες και κυρίως από τη διεθνή τρομοκρατία.

Το τρίτο μέρος, «Συμπεράσματα – προτάσεις», αφορά την εξαγωγή συμπερασμάτων και την υποβολή προτάσεων όπως αυτά προκύπτουν από την ανάλυση των συγκεκριμένων περιπτώσεων που παρουσιάστηκαν στο δεύτερο μέρος, υπό το πρίσμα της θεωρίας που αναλύθηκε στο πρώτο μέρος. Περιλαμβάνει δύο κεφάλαια:

Στο Κεφάλαιο «Ζ», «Συνολική ανασκόπηση – γενικά συμπεράσματα», αναγράφονται γενικά συμπεράσματα που εξήχθησαν από τη μελέτη.

Στο Κεφάλαιο «Η», «Προτάσεις», υποβάλλονται κάποιες προτάσεις τόσο για την αξιοποίηση των επιχειρήσεων επηρεασμού από τη χώρα μας στο μέλλον όσο και για την περαιτέρω μελέτη πτυχών του θέματος.

Τέλος, στο Παράρτημα, υπάρχουν οι ορισμοί όρων που σχετίζονται με τις ψυχολογικές επιχειρήσεις για να βοηθήσουν στην καλύτερη κατανόηση των αναγραφόμενων στην εργασία αυτή.

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ: Επισκόπηση σχετικής θεωρίας

Κεφάλαιο «Α»: Ο σύγχρονος κόσμος

Το διεθνές σύστημα

Το παγκόσμιο σύστημα στη μεταψυχροπολεμική εποχή έχει υποστεί σειρά μεταβολών. Από αυστηρά διπολικό την περίοδο του ψυχρού πολέμου, μετατράπηκε ευθύς αμέσως μετά τη λήξη του και για μία δεκαετία περίπου σε μονοπολικό όπου δέσποζε η ηγεμονία των ΗΠΑ. Ακολούθως, νέες δυνάμεις άρχισαν να διεκδικούν όλο και μεγαλύτερο ρόλο στην παγκόσμια κατανομή ισχύος και το διεθνές σύστημα άρχισε να κινείται προς μία πολυπολικότητα για να φθάσει στην εκδοχή που ζούμε σήμερα και που όμως ακόμη εξελίσσεται. Αυτός ο σύγχρονος κόσμος έχει κάποια συγκεκριμένα χαρακτηριστικά γνωρίσματα που τον διακρίνουν από το παρελθόν.

Χαρακτηριστικά και τάσεις στη σύγχρονη εποχή

Η αβεβαιότητα στο παγκόσμιο περιβάλλον ασφαλείας αυξάνεται. Το παγκόσμιο περιβάλλον ασφαλείας συνεχώς μεταβάλλεται. Τα τελευταία χρόνια οι βεβαιότητες που συνόδευαν τη σύγκρουση μεγάλων δυνάμεων (κρατών ή/και συνασπισμών κρατών) παύουν να κυριαρχούν. Οι ξεκάθαρες γραμμές που έκαναν εύκολα κατανοητό τον κόσμο με το διαχωρισμό του σε φίλους και εχθρούς έχουν ξεθωριάσει και τα όρια δεν είναι πλέον εύκολα διακριτά. Εμφανίζονται πιο πολύπλοκες διαδράσεις μεταξύ κρατικών και μη κρατικών οντοτήτων. Η παγκοσμιοποίηση, ο ανταγωνισμός για πρόσβαση σε φυσικούς πόρους και εντάσεις σε πολιτικές και κοινωνικές δομές, συνδυάζονται με ιδεολογικές, θρησκευτικές και πολιτισμικές διαφορές ή και διακρίσεις και αυξάνουν την αβεβαιότητα. Ο πόλεμος όπως τον ξέραμε αλλάζει. Η εξάπλωση της τρομοκρατίας σε συνδυασμό με το φόβο διασποράς όπλων μαζικής καταστροφής σε μη ελεγχόμενες ομάδες, ενισχύουν ακόμη περισσότερο αυτήν την αβεβαιότητα και το φόβο που συνοδεύει συνήθως το άγνωστο.

Παράλληλα, σε κάποιες δυτικές κυρίως κοινωνίες, υπάρχει η εντύπωση (η οποία ίσως ενισχύεται και από την προβολή από τα ΜΜΕ γεγονότων που αποκτούν παγκοσμιότητα), ότι η παγκόσμια πολεμική σύγκρουση ως μέθοδος επίλυσης διαφορών, συνεχώς θα δυσκολεύει ως επιλογή για τις εκάστοτε ηγεσίες, λόγω της συνεχώς αυξανόμενης αλληλεξάρτησης των κοινωνιών και των νομικών υποχρεώσεων που αυξάνονται αντιστοίχως και ρυθμίζουν το παγκόσμιο σύστημα. Η πειθώ και ο

εξαναγκασμός θα πρέπει να βρίσκουν άλλους τρόπους έκφρασης, αφού όλο και πιο δύσκολα οι ηγεσίες θα νομιμοποιούνται από τις κοινωνίες τους να προσφύγουν στη βία. Αυτό δε σημαίνει φυσικά ότι θα εκλείψει η σύγκρουση. Κάθε άλλο. Σύμφωνα με τον Π. Κονδύλη αυτήν αναμένεται να ενταθεί στο μέλλον². Ο τρόπος επιβολής της θέλησης των διεθνών δρώντων ίσως διαφοροποιηθεί.

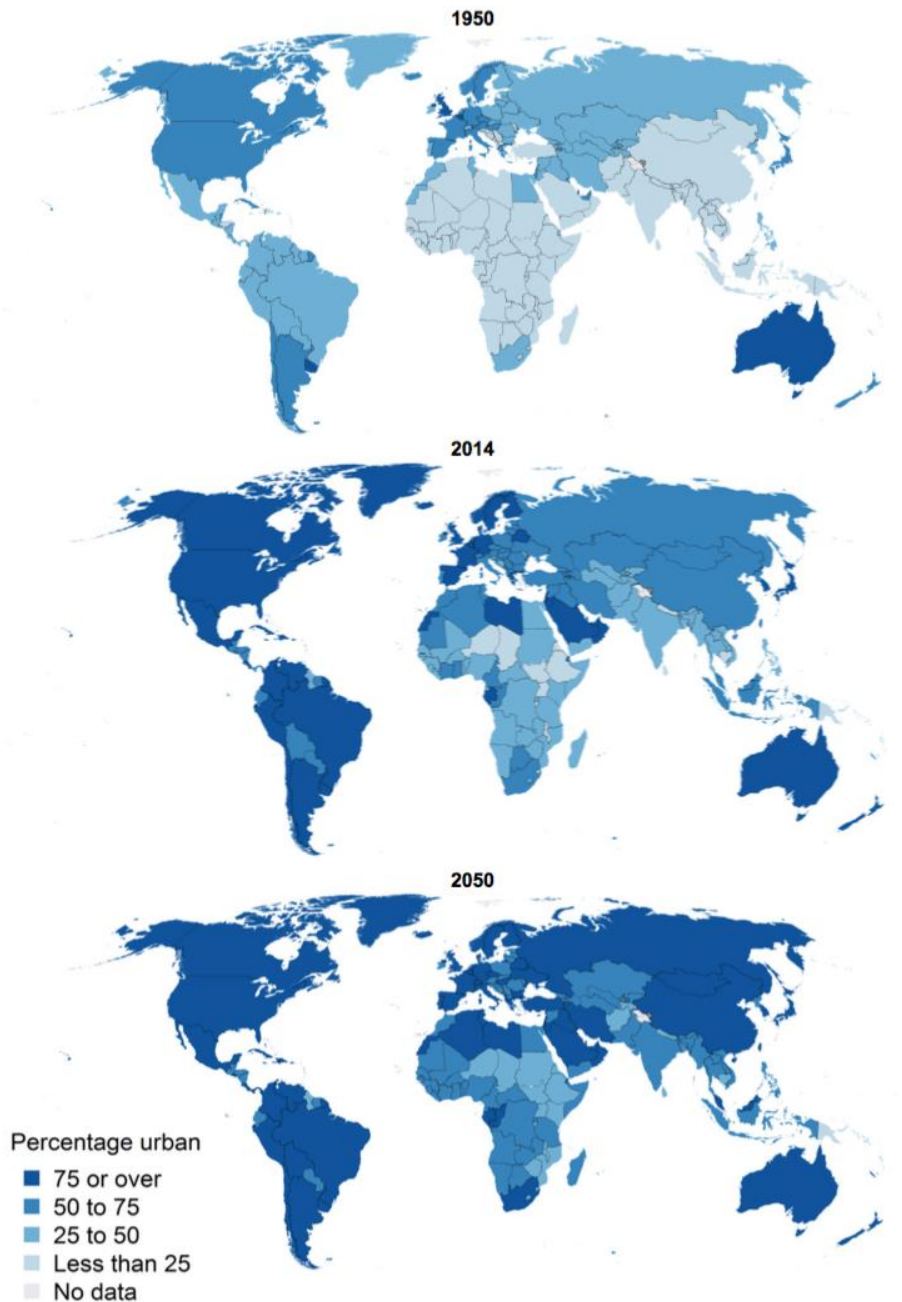
Η αστικοποίηση του πληθυσμού παγκοσμίως αυξάνεται. Στην εποχή μας, όλο και περισσότεροι άνθρωποι ζουν σε αστικό παρά σε αγροτικό περιβάλλον. Το 2007 ήταν η πρώτη φορά στην ανθρώπινη ιστορία που ο παγκόσμιος πληθυσμός που κατοικεί σε αστικό περιβάλλον ξεπέρασε αυτόν που ζει σε αγροτικές περιοχές και από τη στιγμή εκείνη και μετά, το ποσοστό αστικοποιημένου πληθυσμού σε παγκόσμιο επίπεδο παραμένει κυρίαρχο. Το 2014, το 54% του παγκόσμιου πληθυσμού κατοικούσε σε αστικό περιβάλλον, όταν το 1950 το αντίστοιχο ποσοστό ήταν 30%, ενώ η εκτίμηση του Ο.Η.Ε. για το 2050 ανεβάζει το αντίστοιχο ποσοστό στο 66%. Οι πιο αστικοποιημένες περιοχές του πλανήτη βρίσκονται στη Βόρεια Αμερική (82% του πληθυσμού σε αστικό περιβάλλον το 2014), στη Λατινική Αμερική και την Καραϊβική (80%) και στην Ευρώπη (73%). Αντιθέτως, η Αφρική και η Ασία παραμένουν κυρίως αγροτικές περιοχές, όπου μόνον το 40% και το 48% του πληθυσμού είναι αστικοποιημένο. Ακόμη όμως και εκεί, ο ρυθμός αστικοποίησης των πληθυσμών αυξάνει γρήγορα και η εκτίμηση για το 2050 είναι ότι στην Αφρική η αστικοποίηση του πληθυσμού θα φτάσει το 56% ενώ στην Ασία το 64%³.

Η αστικοποίηση του παγκόσμιου πληθυσμού έχει συνέπειες. Η ζωή σε μία πόλη χαρακτηρίζεται από τους γρήγορους ρυθμούς εξέλιξης των γεγονότων. Η φυσική εγγύτητα των ανθρώπων που αυξάνει σε αστικό περιβάλλον, αποδυναμώνει τυχόν φράγματα επικοινωνίας μεταξύ τους. Φράγματα φυσικά, που οφείλονταν στη γεωγραφική απόσταση και τα φυσικά εμπόδια μεταξύ πληθυσμιακών ομάδων στις αγροτικές περιοχές, καθώς και φράγματα πολιτισμικά που οφείλονταν στις διαφορετικές κουλτούρες που αναπτύσσονταν μεταξύ κατοίκων αστικών και αγροτικών περιοχών. Ως αποτέλεσμα, ενισχύεται η δυνατότητα επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων και άρα διευκολύνεται και

² Παναγ. Κονδήλης, Από τον 20ο στον 21ο Αιώνα, Τομές στην Πλανητική Πολιτική περί το 2000, ΘΕΜΕΛΙΟ, 2000, σ.93-146

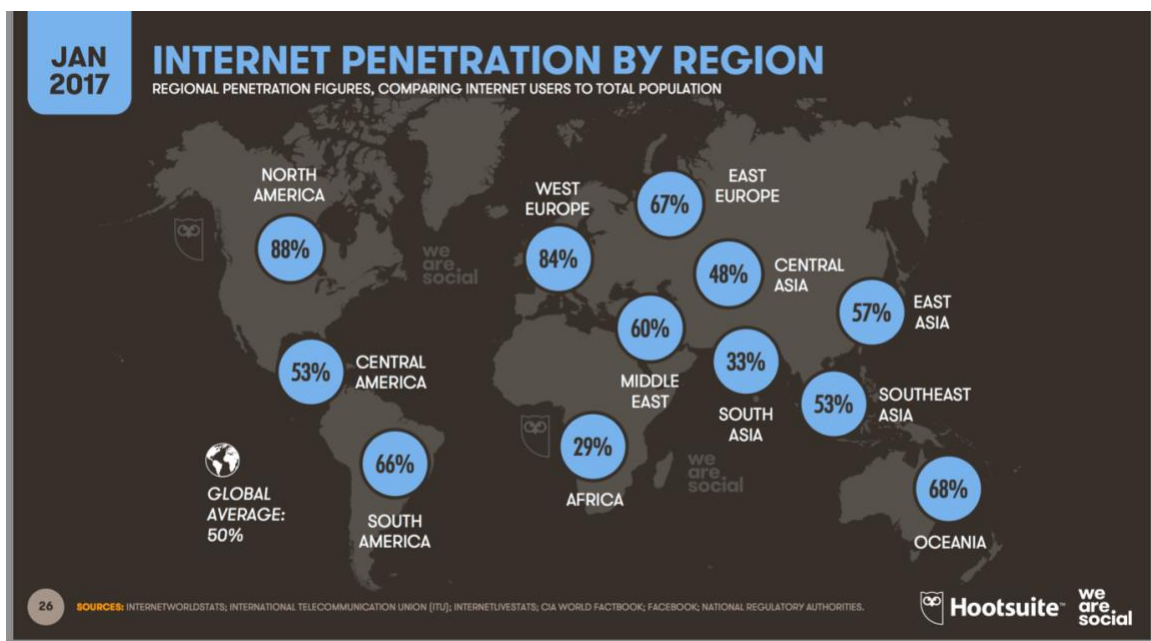
³ Τα στοιχεία από United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division, World Urbanization Prospects The 2014 Revision (2015), σ. Xxi, ανάκτηση από <https://esa.un.org/unpd/wup/Publications/Files/WUP2014-Report.pdf>

πολλαπλασιάζεται η διάχυση ιδεών σε μεγαλύτερους πληθυσμούς, σε μικρότερο χρόνο και με μικρότερο κόστος. Οι κάτοικοι υποβάλλονται σε καταιγισμό μηνυμάτων και πληροφοριών που δύναται να οδηγούν σε νέα ή να ενισχύουν την ήδη υφιστάμενη ιδεολογική σύγχυση.



Γράφημα 1. Εξέλιξη αστικοποίησης του πλανήτη τα έτη 1950, 2014 και 2050. Αναδημοσίευση από United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2015). *World Urbanization Prospects: The 2014 Revision*, (ST/ESA/SER.A/366), σ.8.

Πληροφοριακή επανάσταση, κοινωνική δικτύωση και «Fake News». Όπως συνέβη το 19αι με τη βιομηχανική επανάσταση που άλλαξε τη μορφή του κόσμου όπως τον γνώριζαν μέχρι εκείνη την εποχή, την τελευταία εικοσαετία περίπου, ο παγκόσμιος πληθυσμός βιώνει μία νέα επανάσταση, την πληροφορική. Το διαδίκτυο, η μαζική χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών σε διάφορες μορφές και τα κινητά τηλέφωνα, άλλαξαν ξανά τον κόσμο και συνεχίζουν με καταγιστικό ρυθμό να τον μετασχηματίζουν χωρίς να είναι ακόμη πλήρως κατανοητό πως θα διαμορφωθεί τελικά. Ένας νέος χώρος, ο κυβερνοχώρος, δημιουργήθηκε. Η πληροφορία διακινείται με ιλιγγιώδεις ταχύτητες και δύναται να φθάσει στις πιο απομακρυσμένες περιοχές.

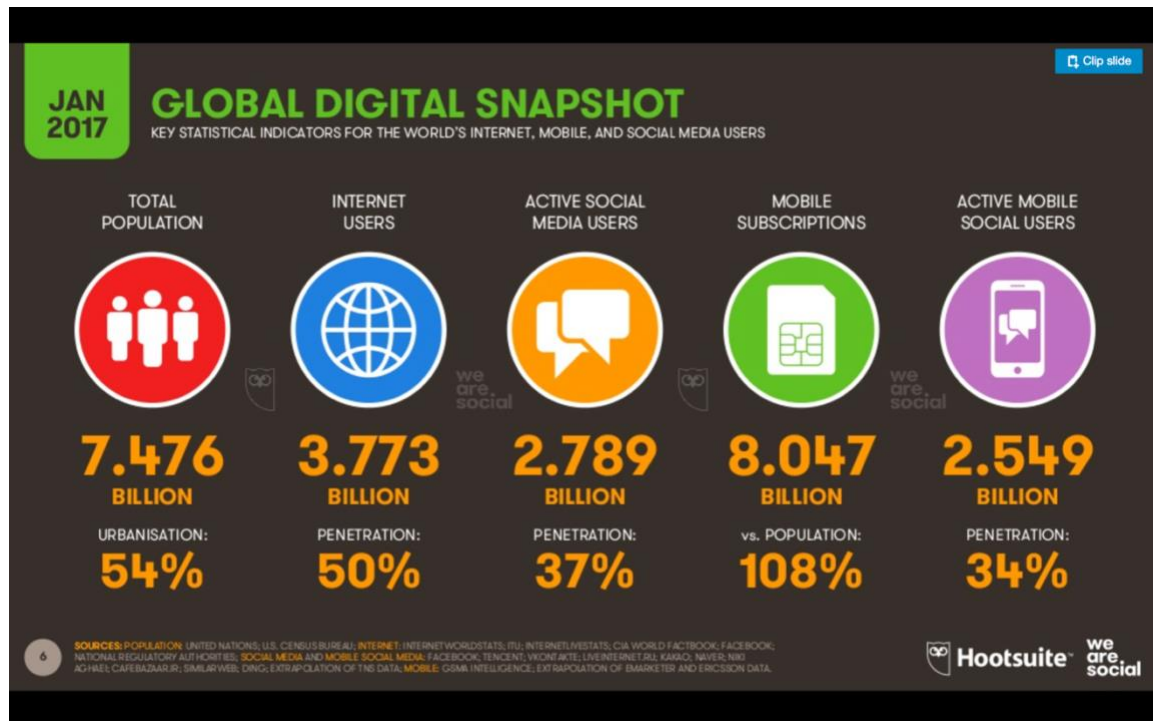


Γράφημα 2. Διείσδυση Internet κατά περιοχή. Ανάκτηση την 12 Μαρ 18 από: <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>.

Η διείσδυση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στον παγκόσμιο πληθυσμό συμβάλλουν τα μέγιστα σε αυτό. Τα στατιστικά στοιχεία⁴ που αφορούν ειδικά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παγκοσμίως για το έτος 2017 είναι εντυπωσιακά. Σύμφωνα με τα στοιχεία Ιανουαρίου 2017, σε έναν παγκόσμιο πληθυσμό 7,5 δις ανθρώπων περίπου, τα 3,8 δις (50%) περίπου είναι χρήστες του Διαδικτύου, ενώ 2,8 δις (37%) περίπου είναι ενεργοί χρήστες εφαρμογών κοινωνικής δικτύωσης. Από αυτούς, το 1,87 δις περίπου (18%

⁴ Dave Chaffey, Global social media research summary 2017, 2017, ανάκτηση από <https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/> την 15 Ιαν 2018

της συνολικής αγοράς) είναι χρήστες Facebook. Ξεπερνούν δηλαδή τον πληθυσμό οποιουδήποτε κράτους στον πλανήτη. Επιπλέον υπάρχουν 8 δις (108%) περίπου συνδρομητές κινητής τηλεφωνίας στον πλανήτη, εκ των οποίων 2,4 δις (34%) είναι ενεργοί χρήστες κοινωνικής δικτύωσης μέσω κινητών συσκευών.



Γράφημα 3. Στατιστικά χρηστών Internet, κοινωνικών δικτύων και κινητών τηλεφώνων παγκοσμίως. Ανάκτηση την 12 Μαρ 18 από: <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>.

Η τάση σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά είναι αυξητική. Οι χρήστες Internet αυξήθηκαν από τον Ιανουάριο 2016 κατά 354 εκατομμύρια (10%), οι ενεργοί χρήστες εφαρμογών κοινωνικής δικτύωσης κατά 482 εκατομμύρια (21%), οι συνδρομητές κινητής τηλεφωνίας κατά 222 εκατομμύρια (5%) και οι ενεργοί χρήστες κοινωνικής δικτύωσης μέσω κινητών συσκευών κατά 581 εκατομμύρια (30%). Αν δούμε τα στοιχεία πριν 10 έτη για παράδειγμα στις ΗΠΑ, 7% του πληθυσμού χρησιμοποιούσε μία ή περισσότερες σελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Το 2017, το ποσοστό αυτό αυξήθηκε κατά 69% φθάνοντας έτσι το 76% του πληθυσμού των ΗΠΑ να είναι χρήστες σελίδων κοινωνικής δικτύωσης.

Τα παραπάνω δεδομένα καταδεικνύουν τη μεγάλη διείσδυση και μάλιστα με τρομακτικούς ρυθμούς, της συγκεκριμένης ψηφιακής τεχνολογίας επικοινωνίας στον παγκόσμιο πληθυσμό. Το 2016, ο μέσος χρήστης Facebook, είχε κατά μέσο όρο 330 εγγεγραμμένους φίλους στο λογαριασμό του. Αυτό σημαίνει ότι κάποιο μήνυμα που ο

χρήστης αυτός αναρτά στη σελίδα του, γίνεται άμεσα αποδεκτό από 330 άτομα και για κάθε έναν από αυτούς, άλλοι 330 χρήστες θα το λάβουν κ.ο.κ.. Ενδεικτικό παράδειγμα της ταχύτητας και του μεγέθους της διείσδυσης μηνυμάτων παγκοσμίως, είναι η περίπτωση διάδοσης της ιδέας της αλληλεγγύης (solidarity) το 2015, μετά το τρομοκρατικό χτύπημα στο Παρίσι. Τότε, περισσότεροι από 4 εκατομμύρια χρήστες στο Twitter εξέφρασαν σε ένα 24ωρο την ενότητά τους με το μήνυμα #PrayForParis⁵.

Στην αναφορά έτους 2017 για την ψηφιακή ενημέρωση, που κοινοποίησε την 28 Αυγ 2017 το ινστιτούτο Reuters (Reuters Institute Digital News Report 2017)⁶, υπάρχουν ενδιαφέροντα στοιχεία, ενδεικτικά τάσεων που διαμορφώνονται στην εποχή μας όπως, η αύξηση της επιφυλακτικότητας ως προς την εγκυρότητα των social media σε σχέση με τα εξειδικευμένα ψηφιακά ειδησεογραφικά πρακτορεία, η αυξανόμενη διείσδυση κινητών συσκευών που ενσωματώνουν εφαρμογές ενημέρωσης και οι διαφορετικές προτιμήσεις τρόπου ενημέρωσης των πληθυσμών.

Η έρευνα διεξήχθη σε 70.000 καταναλωτές που λαμβάνουν ενημέρωση «online» από 36 χώρες συμπεριλαμβανομένων των ΗΠΑ και του Ηνωμένου Βασιλείου. Από τους ερωτηθέντες, μόνο το 24% πιστεύει ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι αποτελεσματικά στο να διαχωρίζουν τα πραγματικά γεγονότα από τις φήμες και τα «ψεύτικα νέα» (fake news) σε αντίθεση με το 40% που πιστεύει ότι αυτό γίνεται από τα ψηφιακά ειδησεογραφικά πρακτορεία. Θεωρούν ότι η έλλειψη κανόνων και κατάλληλων αλγορίθμων, ενθαρρύνουν τη χαμηλή ποιότητα και υποβοηθούν τη γρήγορη εξάπλωση των fake news. Η εμπιστοσύνη στα ψηφιακά νέα ποικίλει κατά περιοχή. Στη Φινλανδία είναι η υψηλότερη (62%) και στην Ελλάδα και τη Νότια Κορέα η χαμηλότερη (23%). Υπάρχει ισχυρή διασύνδεση μεταξύ έλλειψης εμπιστοσύνης στα ΜΜΕ και ύπαρξης πολιτικών προκαταλήψεων, ιδίως σε χώρες με υψηλά επίπεδα πολιτικής πόλωσης του πληθυσμού (όπως π.χ. στις ΗΠΑ, Ιταλία και Ουγγαρία). Οι ειδοποιήσεις ειδήσεων που εμφανίζονται στα κινητά τηλέφωνα αυξήθηκαν 4-8% την τελευταία χρονιά, ενώ τα smartphones πλέον είναι εξίσου σημαντικά για την ενημέρωση τόσο εντός όσο και εκτός

⁵ Michael Holloway, How Russia Weaponized Social Media in Crimea, 2017, ανάκτηση από <https://thestrategybridge.org/the-bridge/2017/5/10/how-russia-weaponized-social-media-in-crimea> την 14 Ιαν 2018

⁶ Newman, Nic and Fletcher, Richard and Kalogeropoulos, Antonis and Levy, David A. L. and Nielsen, Rasmus Kleis, Reuters Institute Digital News Report 2017 (June 2017). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3026082>

σπιτιού. Οι εφαρμογές συγκερασμού πληροφορήσης (κυρίως το Apple News και το Snapchat Discover) διπλασίασαν τη διείσδυσή τους κυρίως στις νεότερες ηλικίες. Λιγότεροι από τους μισούς μπορούν να θυμηθούν ακριβώς από που έλαβαν μία συγκεκριμένη πληροφορία (το internet path που ακολούθησαν). Τέλος, στην Αυστρία και στην Ελβετία προτιμούν περισσότερο τον έντυπο τύπο, στη Γερμανία και την Ιταλία τις τηλεοπτικές ανακοινώσεις, ενώ στη Λατινική Αμερική τα κοινωνικά δίκτυα και chat apps για την ενημέρωσή τους.



Γράφημα 4. Στατιστικά χρηστών Internet, κοινωνικών δικτύων και κινητών τηλεφώνων στην Ελλάδα. Ανάκτηση την 12 Μαρ 18 από: <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>.

Ο συνδυασμός της αστικοποίησης με αυτές τις δυνατότητες επικοινωνίας που παρέχει η σύγχρονη τεχνολογία, δίνει πολλαπλασιαστικό τελικό αποτέλεσμα, σε επίπεδα που κανείς στο παρελθόν δε μπορούσε να φανταστεί. Το βεληγεκές που μπορεί να φθάσει ένα μήνυμα που εκπέμπει κάποιος «πομπός» (είτε αυτός είναι ένας απλός άνθρωπος ή ομάδα ανθρώπων ή κρατικός δρών ή πολυεθνικός οργανισμός, κ.α.) καλύπτει πλέον σχεδόν ολόκληρο τον πλανήτη, ενώ ανάλογα με το περιβάλλον εντός του οποίου βρίσκονται οι «αποδέκτες» του μηνύματος, δύναται να δημιουργηθούν ασύμμετρα αποτελέσματα. Ενδεικτικό παράδειγμα αποτελεί το αποτυχημένο πραξικόπημα στη Τουρκία το βράδυ της 15 Ιουλ 2016, το οποίο απετράπη κατόπιν μηνύματος με το οποίο ο

Τούρκος πρόεδρος Ταγίπ Ερντογάν, μέσω twitter και Facetime κινητοποίησε μεγάλες μάζες πληθυσμού στην Κωνσταντινούπολη και στην Άγκυρα⁷. Οι επιπτώσεις της κινητοποίησης από έναν πολιτικό ηγέτη, μέρους του πληθυσμού αυτών των μεγάλων αστικών κέντρων, με τη βοήθεια και της τεχνολογίας, επέβαλαν μία κατάσταση σε ολόκληρη τη χώρα των 80 εκατομμυρίων κατοίκων, ανατρέποντας ακόμη και μία εξέλιξη που βασιζόταν σε μεγάλο βαθμό στη χρήση στρατιωτικής βίας.



Γράφημα 5. Στατιστικά χρηστών Internet, κοινωνικών δικτύων και κινητών τηλεφώνων στην Τουρκία. Ανάκτηση την 12 Μαρ 18 από: <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>.

Συνοπτικά

Το διεθνές σύστημα μετά από μία περίοδο σχετικής διπολικής σταθερότητας κατά τον Ψυχρό Πόλεμο, πέρασε σύντομα από τη φάση του μονοπολισμού της ηγεμονίας των ΗΠΑ και βρίσκεται σε περίοδο διαμορφούμενου πολυπολισμού όπου η αστάθεια αυξάνεται. Κύρια χαρακτηριστικά της εποχής όπως η αβεβαιότητα, η αυξανόμενη αστικοποίηση του παγκόσμιου πληθυσμού σε συνδυασμό με την πληροφοριακή επανάσταση, την αυξανόμενη δικτύωση, την όλο και μεγαλύτερη διείσδυση νέων τεχνολογιών, συγκερασμένων σε όλο και πιο εύκολα διαχειρίσιμες μικρότερες συσκευές, τη συνεχή ανάπτυξη όλο και πιο εξειδικευμένων ψηφιακών εφαρμογών αλλά και η δυσκολία

⁷ CNN Greece Newsroom, Πραξικόπημα στην Τουρκία: Το timeline της ανατροπής του Ερντογάν που δεν έγινε, 2016

διάκρισης από τον πληθυσμό των Fake News, δημιουργούν τις προϋποθέσεις για ταχύτατη διάδοση πληροφοριών και εξέλιξη καταστάσεων υπό μορφή αλυσιδωτής αντίδρασης σε όλον τον πλανήτη.

Κεφάλαιο «Β»: Θεωρία περί ψυχολογικών επιχειρήσεων

Γενικά

Στην καθημερινή γλώσσα ακούγονται πολλοί διαφορετικοί όροι που έχουν λιγότερο ή περισσότερο σχέση με αυτό που ονομάζουμε «Ψυχολογικές Επιχειρήσεις». Κάνοντας μία μικρή ιστορική αναδρομή⁸ διαπιστώνουμε ότι η προσπάθεια επηρεασμού φίλων και εχθρών αρχικά λέγονταν «Προπαγάνδα» από το λατινικό ρήμα *propago* που σημαίνει διαδίδω.⁹ Περί το 1920, η ονομασία άλλαξε σε «Ψυχολογικός Πόλεμος» και περί το 1945 άλλαξε ξανά σε «Ψυχολογικές Επιχειρήσεις». Ο όρος δεν τύγχανε λαϊκής αποδοχής μέχρι τη δεκαετία του 1960 οπότε και φάνηκε ότι πολλές επιχειρήσεις επηρεασμού (όπως π.χ. να ζητείται από τον πληθυσμό να υποστηρίξει μία νέα κυβέρνηση) γινόταν ακόμη και σε περίοδο ειρήνης. Έτσι ο Αμερικανικός Στρατός περί το 2003 πειραματίστηκε με τον όρο «Πληροφοριακές Επιχειρήσεις» και τότε άρχισαν να θολώνουν οι διαχωριστικές γραμμές μεταξύ Ψυχολογικών Επιχειρήσεων, Στρατιωτικής Παραπλάνησης, Ηλεκτρονικού Πολέμου, Κυβερνοεπιχειρήσεων, κ.α.. Το 2010, Ο Αμερικανικός Στρατός αποφάσισε να υιοθετήσει τον όρο «Στρατιωτικές Πληροφοριακές Επιχειρήσεις Υποστήριξης»¹⁰ (Military Information Support Operations - MISO) και τον χρησιμοποιεί μέχρι σήμερα.

Όροι όπως προπαγάνδα, ψυχολογικός πόλεμος, επιχειρήσεις ενημέρωσης κοινού, στρατηγική επικοινωνία, πληροφοριακές επιχειρήσεις, αντιπροπαγάνδα, δημόσιες υποθέσεις, κ.α. είναι μερικοί από αυτούς που ακούγονται ακόμη και σήμερα. Οι όροι αυτοί, έχουν τόσο ομοιότητες όσο και αρκετά στοιχεία που τους διαφοροποιούν μεταξύ τους. Οι διαχωριστικές γραμμές μεταξύ τους είναι πολύ θολές όμως υπάρχουν μερικά στοιχεία που δημιουργούν έναν κοινό παρονομαστή. Ο κοινός τύπος είναι το στοιχείο του επηρεασμού κάποιας συγκεκριμένης πληθυσμιακής ομάδας που είναι ο «αποδέκτης» κάποιων μηνυμάτων που αποστέλλονται με κάποιο μέσο μεταφοράς από κάποιον που είναι ο «πομπός». Ο επηρεασμός αυτός έχει περισσότερο ή λιγότερο ευθεία αναγωγή στην ψυχολογική παράμετρο. Αν τολμήσουμε να εκφράσουμε το παραπάνω σχήμα με όρους στρατιωτικής επιχείρησης, ο πομπός αποτελεί τον επιτιθέμενο, ο αποδέκτης αποτελεί το στόχο που προσβάλλεται και το μήνυμα – οποιασδήποτε μορφής – είναι το πυρομαχικό με

⁸ Herbert A. Friedman, *Psychological Operations in Afghanistan, Operation Enduring Freedom*, 2001 ανάκτηση από <https://www.psywar.org/content/afghanistan02> την 10 Φεβ 2018.

⁹ ΓΕΣ/ΔΕΚΠ, ΕΕ 125-1 Ψυχολογικές Επιχειρήσεις, 1996, Τυπογρ. Ελληνικού Στρατού, σ.15

¹⁰ Η μετάφραση δική μου

το οποίο γίνεται η προσβολή. Ανάλογα με το αποτέλεσμα που θέλει ο επιτιθέμενος να επιφέρει στο στόχο, διαλέγει το κατάλληλο πυρομαχικό και το κατάλληλο μέσο μεταφοράς αυτού.

Η διαφοροποίηση των εκάστοτε πομπών ή/και αποδεκτών (π.χ. εάν αυτοί είναι φίλιοι, ουδέτεροι ή αντίπαλοι), των μηνυμάτων που εκπέμπονται (π.χ. εάν αφορούν πληροφορίες αληθείς ή ψευδείς, πλήρεις ή εσκεμμένα ελλιπείς, κ.α.), τον τρόπο που μεταδίδονται αυτά, το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα κάθε φορά, ακόμη και το ιστορικό χρονικό πλαίσιο εντός του οποίου αναφερόμαστε σχετικά, είναι τα στοιχεία που δημιουργούν την ανάγκη υιοθέτησης διαφορετικών όρων για να περιγράψουν παρόμοιες αλλά όχι πανομοιότυπες ενέργειες / καταστάσεις.

Τι είναι οι ψυχολογικές επιχειρήσεις

Αν και οι ορισμοί των όρων που είναι σχετικοί με το αντικείμενο παρατίθενται όπως προαναφέρθηκε στο Παράρτημα «Α» της παρούσης, είναι χρήσιμο να αναλυθεί επακριβώς ο όρος «Ψυχολογικές Επιχειρήσεις» (ΨΕΠ) ώστε να γίνουν κατανοητά κάποια βασικά του στοιχεία.

Ανατρέχοντας στο ελληνικό στρατιωτικό Εγχειρίδιο Εκστρατείας ΕΕ125-1 «Ψυχολογικές Επιχειρήσεις», διαβάζουμε ότι Ψυχολογικές Επιχειρήσεις «είναι σχεδιασμένες ψυχολογικές δραστηριότητες κατά τη διάρκεια της ειρήνης, της εντάσεως και του πολέμου κατευθυνόμενες σε εχθρικές, φίλιες ή ουδέτερες κοινωνικές ομάδες, με σκοπό να δημιουργήσουν τέτοια στάση και συμπεριφορά, ώστε να μας ευνοούν στην επίτευξη πολιτικών και στρατιωτικών αντικειμενικών σκοπών. Περιλαμβάνουν Ψυχολογικές Ενέργειες (ΨΕΝ), Ψυχολογικό Πόλεμο (ΨΠ), Ψυχολογικές Επιχειρήσεις Σταθεροποιήσεως, Ψυχολογικές Δραστηριότητες για Διατήρηση Ειρήνης και Ενημέρωση (κοινού, στρατεύματος). Διεξάγονται με πολιτικές, στρατιωτικές, οικονομικές, ιδεολογικές δραστηριότητες, που αποσκοπούν στην επίτευξη του επιθυμητού ψυχολογικού αποτελέσματος».

Σύμφωνα με τον ορισμό του NATO¹¹ [που είναι λίγο πιο γενικός ώστε να είναι αποδεκτός από τα 29 Κράτη - Μέλη (Κ-Μ) του], ψυχολογικές επιχειρήσεις είναι «σχεδιασμένες ψυχολογικές δραστηριότητες οι οποίες χρησιμοποιώντας μεθόδους

¹¹ NATO Standardization Agency, Allied Joint Doctrine For Psychological Operations [AJP-3.10.1(A)],2007, η μετάφραση δική μου.

επικοινωνιών και άλλα μέσα κατευθύνονται σε εγκεκριμένα ακροατήρια με σκοπό να επηρεάσουν αντιλήψεις, θέσεις και συμπεριφορές, δημιουργώντας επιπτώσεις για την επίτευξη πολιτικών και στρατιωτικών Αντικειμενικών Σκοπών(ΑΝΣΚ)». Από τους ορισμούς συγκρατούμε τα ακόλουθα στοιχεία:

- Αφορούν ψυχολογικές δραστηριότητες.
- Κατευθύνονται σε συγκεκριμένες ομάδες ανθρώπων.
- Είναι σχεδιασμένες.
- Αφορούν όλο το φάσμα της σύγκρουσης (ειρήνη έως πόλεμο).
- Επιδιώκουν διαμόρφωση συγκεκριμένων συμπεριφορών.
- Έχουν στόχο την επίτευξη πολιτικών και στρατιωτικών ΑΝΣΚ.

Αναλύοντας τα παραπάνω, οδηγούμαστε σε κάποια απορρέοντα συμπεράσματα για τις ΨΕΠ. Ως ψυχολογικές δραστηριότητες που επιδιώκουν τη διαμόρφωση συμπεριφορών, εμπλέκουν το στοιχείο της ανθρώπινης παρακίνησης (θετικής ή αρνητικής). Χρησιμοποιούν ως «πυρομαχικά» πληροφορίες και ιδέες με τα οποία επιτίθενται σε συναισθήματα φιλίας, εμπιστοσύνης, μίσους, ανασφάλειας, κ.α. και δύναται να τροφοδοτούν παρερμηνείες¹².

Η κατεύθυνσή τους έναντι συγκεκριμένων πληθυσμιακών ομάδων απαιτεί πολύ καλή γνώση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών των ομάδων αυτών και άρα επισταμένη ανάλυσή τους. Έτσι, οι ΨΕ επιδιώκουν να εξασθενήσουν τη θέληση του αντιπάλου, να ενισχύσουν την υποστήριξη και δέσμευση των φίλιων και να κερδίσουν την υποστήριξη των ουδετέρων¹³.

Η απαίτηση για σχεδίαση που θα οδηγήσει στην επίτευξη πολιτικών και στρατιωτικών ΑΣΝΚ, υποδηλώνει ύπαρξη συγκεκριμένης βούλησης για τον τρόπο με τον οποίο θα διεγερθεί η ψυχολογική διάσταση του ΑΣ, ώστε στη συνέχεια να αντιδράσει κατάλληλα για να επιτευχθούν οι συγκεκριμένοι ΑΝΣΚ. Προσπαθούν να πλήξουν τη συνοχή του αντιπάλου υπονομεύοντας το ηθικό και τους πνευματικούς δεσμούς των ηγετών με τους ακολούθους τους, δημιουργώντας στο μυαλό των αντιπάλων την αντίληψη

¹² 15 (United Kingdom) Psychological Operations Group Annual Report 2007/08, 2008

¹³ ό.π.

ότι π.χ. αυτό που επιθυμεί ο ηγέτης είναι αδύνατο να υλοποιηθεί και οι προσπάθειες γι' αυτό θα έχουν υψηλό κόστος¹⁴.

Στο παρελθόν όπως προαναφέρθηκε, οι ΨΕΠ ήταν γνωστές και με την ονομασία προπαγάνδα. Ο όρος όμως δεν είναι απόλυτα σωστός διότι ενώ οι ΨΕΠ αφορούν ένα ευρύ φάσμα ψυχολογικών δραστηριοτήτων, η προπαγάνδα αφορά μόνο μία μέθοδο διάδοσης πληροφοριών. Συγκεκριμένα ορίζεται ως «η επιστημονική τεχνική της διαδόσεως οποιασδήποτε πληροφορίας ή ιδέας, οποιουδήποτε δόγματος ή ειδικής παροτρύνσεως, που τίθεται εσκεμμένα, άμεσα ή έμμεσα σε κυκλοφορία για να επηρεάσει ευμενώς τη σκέψη, τα αισθήματα, τη στάση και τη συμπεριφορά, οποιασδήποτε συγκεκριμένης ομάδας-στόχου, προς όφελος αυτού που θέτει αυτά σε κυκλοφορία» ενώ για να είναι αποτελεσματική πρέπει, τόσο αυτός που την θέτει σε κυκλοφορία, όσο και το περιεχόμενό της, να θεωρούνται αξιόπιστα από το ΑΣ. Η προπαγάνδα διακρίνεται σε λευκή, όταν αυτήν που εμφανίζεται ως πηγή της είναι η πραγματική, φαιά, όταν δεν είναι δυνατόν να προσδιοριστεί η πηγή της και μαύρη, όταν η πραγματική πηγή της είναι διαφορετική από αυτήν που εμφανίζεται ως τέτοια¹⁵. Επιπλέον, επειδή στο ρου της ιστορίας ο όρος προπαγάνδα έχει φορτιστεί αρνητικά (π.χ. Ναζιστική Γερμανία, Σοβιετική Ένωση κατά την περίοδο του Ψυχρού Πολέμου), στη σύγχρονη εποχή έχει επικρατήσει να χρησιμοποιείται κυρίως για να περιγράψει τις ΨΕΠ που διενεργούνται από αντίπαλες δυνάμεις.

Είναι χρήσιμο να διαχωρίσουμε τις «ψυχολογικές επιχειρήσεις» - οι οποίες έχουν σχεδιαστεί και εκτελεστεί ως τέτοιες - από άλλες επιχειρήσεις των οποίων ο σχεδιασμός στόχευε αλλού, αλλά η εκτέλεσή τους μπορεί παράλληλα να επέφερε και κάποιο μικρό ή μεγάλο ψυχολογικό αποτέλεσμα. Η διαφορά έγκειται στην διαφορετικότητα της πρόθεσης. Στην πρώτη περίπτωση, η πρόθεση της επιχείρησης είναι να επιφέρει πρωτίστως ψυχολογικό αποτέλεσμα μέσω του οποίου το ΑΣ θα οδηγηθεί να υιοθετήσει κάποιες απόψεις, θέσεις, αντιλήψεις και συμπεριφορές οι οποίες θα του υπαγορεύσουν εκτέλεση ή αποχή από συγκεκριμένες δράσεις. Στη δεύτερη περίπτωση, η πρόθεση της επιχείρησης είναι να επιφέρει πρωτίστως κάποιο καταστροφικό συνήθως αποτέλεσμα επί συγκεκριμένου «σκληρού στόχου». Το καταστρεπτικό αυτό αποτέλεσμα δύναται

¹⁴ ό.π.

¹⁵ ΓΕΣ/ΔΕΚΠ, 1996, σ.3-4

δευτερευόντως να έχει και ψυχολογικό αντίκτυπο σε κάποιο ακροατήριο που το πληροφορείται, ως παράπλευρο όφελος για τον εκτελεστή. Αν και ο ψυχολογικός αυτός αντίκτυπος δεν μπορεί να θεωρηθεί αμελητέος, εν τούτης δεν έχει υπολογιστεί εξ αρχής στο σχεδιασμό της ευρύτερης ψυχολογικής εκστρατείας ώστε να τύχει της δέουσας αξιοποίησης και να μην είναι ευκαιριακό αποτέλεσμα του παράγοντα τύχη. Με λίγα λόγια, όλες οι επιχειρήσεις («κινητικές» αλλά και μη-στρατιωτικές) επιφέρουν κάποιο ψυχολογικό αποτέλεσμα σε συγκεκριμένο ΑΣ, όμως δεν είναι όλες οι επιχειρήσεις «ψυχολογικές».

Επίσης είναι σημαντικό να διαχωρίσουμε τις ΨΕΠ από τις επιχειρήσεις των ΜΜΕ και τις συνεντεύξεις τύπου. Τα ΜΜΕ μπορούν να δημοσιεύουν οποιαδήποτε πληροφορία επιθυμούν, όμως οι οργανωμένες ΨΕΠ βασίζονται σε προσχεδιασμένα μηνύματα που βρίσκονται σε συμφωνία με πραγματικά γεγονότα και στοχεύουν σε συγκεκριμένους επιχειρησιακούς στόχους.

Το μεγάλο εύρος της χρήσης των ΨΕΠ, που καλύπτει όλο το φάσμα της σύγκρουσης, οδηγεί σε «θόλωση» των ευκρινών διαχωριστικών γραμμών μεταξύ των διαφόρων φάσεων, αλλά και σε πιθανή έλλειψη απόλυτης αντιστοίχισης μεταξύ του επιπέδου έντασης στην οποία βρίσκεται η φυσική σύγκρουση δύο αντιπάλων και αυτού στο οποίο βρίσκεται η επιχείρηση επηρεασμού, με σύνηθες φαινόμενο οι ΨΕΠ να προηγούνται της φυσικής σύγκρουσης.

Οι ΨΕΠ δεν αντικαθιστούν τα κλασσικά μέσα διεξαγωγής πολέμου ενώ η αποτελεσματικότητά τους εξαρτάται από την έκβαση των λοιπών στρατιωτικών επιχειρήσεων με τις οποίες συνδυάζονται. Η αξία τους είναι περισσότερο σημαντική, εφόσον συνδυασθούν κατάλληλα με διάφορες στρατιωτικές ενέργειες και με την αποτελεσματικότητά των μέσων πυρός¹⁶. Η σχέση λοιπόν ΨΕΠ και «κινητικών» επιχειρήσεων¹⁷ είναι συμπληρωματική. Στο πλαίσιο αυτό, είναι λογικό ότι κάθε αντίπαλος θα προσπαθήσει να εκμεταλλευτεί με τον καλύτερο τρόπο τις δυνατότητες εκείνες που θεωρεί ότι αποτελούν το «συγκριτικό του πλεονέκτημα». Στην περίπτωση δύο αντιπάλων που ο ένας έχει στρατιωτική υπεροπλία (π.χ. ΗΠΑ) και ο άλλος έχει αυξημένες

¹⁶ ΓΕΣ/ΔΕΚΠ, 1996, σελ 1

¹⁷ Οι επιχειρήσεις που περιλαμβάνουν τη χρήση σκληρής ισχύος (ελιγμό και πυρά) για την επίτευξη άμεσου αποτελέσματος.

δυνατότητες πειθούς, για διάφορους λόγους, (π.χ. ISIS που συνδέει τον αγώνα του με μεταφυσικές ανησυχίες των ακολούθων του) είναι μάλλον λογικό ο πρώτος, να χρησιμοποιεί τις ΨΕΠ υποστηρικτικά των «κινητικών» επιχειρήσεων που θα διεξάγει (δηλ. οι ΨΕΠ συμπληρωματικές των «κινητικών» επιχειρήσεων) και ο δεύτερος, να εκτελεί μερικές «κινητικές» επιχειρήσεις για να υποστηρίξει την όλη εκστρατεία ψυχολογικού επηρεασμού που εκτελεί (δηλ. οι «κινητικές» επιχειρήσεις συμπληρωματικές των ΨΕΠ) όπως θα αναλυθεί στο δεύτερο μέρος.

Είναι ενδιαφέρουσα η διαφορά που τονίζουν οι Βρετανικές ένοπλες δυνάμεις μεταξύ των ΨΕΠ και των υπολοίπων στρατιωτικών δραστηριοτήτων. Ενώ ο εξαναγκασμός (δηλαδή η απειλή χρήσης βίας ως τεχνική επιβολής της θέλησης επί του αντιπάλου) είναι σίγουρα ψυχολογική δραστηριότητα που μπορεί βραχυπρόθεσμα να έχει σημαντικά αποτελέσματα, μόλις αυτός παύσει, οι εμπλεκόμενοι μπορεί να επιστρέψουν στο προηγούμενο μοντέλο συμπεριφοράς. Αντίθετα στις ΨΕΠ, όπως αναγράφεται σε σχετικά κείμενα του Βρετανικού στρατού, η τελική συμπεριφορά ενός ΑΣ είναι συναινετική¹⁸. Αυτό σημαίνει ότι οι ΨΕΠ έχουν δυνατότητα να δημιουργούν αποτελέσματα που αντέχουν στο χρόνο.

Η Παρακίνηση στις επιχειρήσεις επηρεασμού

Το άτομο. Η όλη φιλοσοφία των ΨΕΠ βασίζεται στον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι λαμβάνουμε αποφάσεις. Σημαντικός παράγοντας σε αυτή τη διαδικασία λήψης απόφασης από τον καθένα είναι μεταξύ άλλων η παρακίνηση. Η παρακίνηση γενικά αποτελεί ένα άμεσο και δυναμικό συστατικό της συμπεριφοράς, η οποία καθορίζεται από ένα συνδυασμό βιολογικών, κοινωνικών, πολιτισμικών και μαθησιακών παραγόντων. Δεν ταυτίζεται με τη συμπεριφορά αλλά το αποτέλεσμα της παρακίνησης είναι πάντα κάποιο είδος δραστηριότητας. Η παρακίνηση σχετίζεται με τον όρο ανάγκη. Η ανάγκη μπορεί να περιγραφεί σαν «έλλειψη που αισθάνεται το άτομο και που το ωθεί να προβεί σε συγκεκριμένη ενέργεια με την οποία θα περιορισθεί ή θα εξαλειφθεί η έλλειψη αυτή¹⁹». Η παρακίνηση ενεργοποιεί συμπεριφορές με επιδίωξη την ικανοποίηση συγκεκριμένων στόχων. Όταν ένας στόχος επιτευχθεί, η αντίστοιχη ανάγκη καλύπτεται. Μόλις μία ανάγκη

¹⁸ 15 (UK) PSYOPS Group (2008)

¹⁹ ΕΕ125-1, 1996, σ. 17

καλυφθεί, μία άλλη ανάγκη παρουσιάζεται και έτσι η παρακίνηση και η απαίτηση κάλυψης αναγκών είναι μία ατέρμονη διαδικασία.



Γράφημα 6. Ιεράρχηση αναγκών κατά Μάσλοου. Ανάκτηση την 14 Μαρ 2018 από: <http://anthologion.gr/2017/04/01/ιεραρχική-απεικόνιση-ανθρώπων-ανα/>

Το εύρος των ανθρωπίνων αναγκών ποικίλει και η ταξινόμησή τους ακολουθεί την ιεραρχία της πυραμίδας του Maslow²⁰ όπου οι πιο βασικές και πρωτόγονες ανάγκες βρίσκονται στη βάση της πυραμίδας ενώ οι πιο πολύπλοκες και εξελιγμένες στην κορυφή της. Παρόλα αυτά, κάθε άνθρωπος αξιολογεί με δικά του κριτήρια τις ανάγκες του και έτσι κάποιος μπορεί να θεωρεί την ανάγκη π.χ. για «εκτίμηση» σημαντικότερη από ότι θα τη θεωρεί κάποιος άλλος στη συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Επίσης η κάλυψη μίας ανάγκης δεν θα οδηγήσει όλους να εστιάσουν στην κάλυψη ανάγκης αναγκαστικά από το επόμενο ιεραρχικά επίπεδο – υπάρχει περίπτωση το ενδιαφέρον να παραμένει στο ίδιο επίπεδο αναγκών.

Εδώ μπλέκουν δύο έννοιες που λειτουργούν μάλλον ανταγωνιστικά σε συνάρτηση και με τη διάσταση του χρόνου. Η λογική και το συναίσθημα. Είναι γενικά παραδεκτό, ότι «η λογική πείθει ενώ το συναίσθημα δίνει κίνητρα και κινητοποιεί». Δηλαδή, εκκλήσεις

²⁰ Έλλη Γκαλτέμη, Η ιεραρχική απεικόνιση των αναγκών του ανθρώπου κατά τον Μάσλοου, E-Psychology.gr, 2017

στη λογική είναι πιθανότερο να παράγουν αποτελέσματα με μεγαλύτερη διάρκεια ζωής στο χρόνο, επειδή το ΑΣ πείθεται για το «ορθόν» του θέματος και δέχεται συνειδητά να λειτουργήσει ανάλογα. Αντιθέτως, εκκλήσεις στο συναίσθημα είναι πιθανότερο να παράγουν πιο άμεσα αποτελέσματα μεν, αλλά με μικρότερη διάρκεια ζωής²¹ αφού η απόφαση για τον τρόπο αντιμετώπισης του θέματος βασίζεται στο θυμικό και δεν είναι προϊόν ώριμης σκέψης. Στις ΨΕΠ που διεξάγονται καθαρά στο στρατιωτικό πλαίσιο και κυρίως σε περιβάλλον μάχης, το ενδιαφέρον επικεντρώνεται κυρίως στα τακτικά αποτελέσματα. Εκεί, λόγω και της ταχύτητας εξέλιξης της τακτικής κατάστασης, εάν η έκκληση σε κάποιο συναίσθημα, σε αντίθεση με την έκκληση στη λογική, φέρει το επιθυμητό αποτέλεσμα, τότε αυτή θα είναι μία αποδεκτή τακτική ΨΕΠ. Όμως σε ΨΕΠ με στρατηγική στόχευση, όπου απαιτείται μόνιμη αλλαγή συμπεριφοράς ενός ΑΣ προς συγκεκριμένη κατεύθυνση, ο σχεδιασμός της επιχείρησης πρέπει να βασίζεται στη παράθεση τέτοιων λογικών επιχειρημάτων που να ωθούν το ΑΣ στη συνειδητή υιοθέτηση της επιθυμητής συμπεριφοράς.

Η ομάδα. Οι άνθρωποι όμως δε ζούμε αποκομμένοι από το περιβάλλον μας. Είμαστε «κοινωνικά όντα» κι αυτό σημαίνει ότι έχουμε ανάγκη τους άλλους ανθρώπους και επιδιώκουμε να ζούμε σε κοινωνικά σύνολα. Εντός των κοινωνικών αυτών συνόλων υπάρχει διάδραση και αλληλεπίδραση καθενός μέλους με τα υπόλοιπα. Οριοθετούνται έτσι τα πλαίσια συμπεριφορών που είναι κοινωνικώς αποδεκτά. Όμως στο ρου της ανθρώπινης ιστορίας, έχει παρατηρηθεί ότι διάφορα κοινωνικά σύνολα, σε συγκεκριμένες χρονικές περιόδους και κάτω από συγκεκριμένες συνθήκες που ίσχυαν τις περιόδους εκείνες, υιοθέτησαν συμπεριφορές που διέφεραν από αυτές που θα θεωρούταν «τυπικές» και κοινωνικά αποδεκτές, ακόμη και από τα ίδια τα μέλη τους. Για παράδειγμα, η συμπεριφορά κάποιου λαού κατά την περίοδο έκρηξης μίας επανάστασης, όπως η Γαλλική ή η Οκτωβριανή, σε σχέση με την ειρηνική περίοδο. Ή ακόμη η συμπεριφορά της πλειοψηφίας του Γερμανικού λαού απέναντι στην ηγεσία του Χίτλερ την περίοδο πριν και κατά τη διάρκεια του Β'ΠΠ και ο τρόπος με τον οποίο υποστήριζαν τις επιλογές του, σε σχέση με την άποψη που είχαν για αυτόν και την ιδεολογία του τα χρόνια μετά τη λήξη του πολέμου μέχρι και σήμερα. Παρόμοια παραδείγματα μπορούμε να βρούμε άπειρα στην

²¹ Christopher J. Lamb, Review of Psychological Operations Lessons Learned from Recent Operational Experience, NDU Press, Washington, D.C., 2005, σ.41

ανθρώπινη ιστορία και αφορούν περιπτώσεις που η ατομική συμπεριφορά του κάθε μέλους διαφοροποιείται από τα «συνηθισμένα» σε βαθμό και κατεύθυνση τέτοια που να διαφοροποιείται τελικά χαρακτηριστικά η συνολική συμπεριφορά όλου του κοινωνικού συνόλου.

Το 1895, ο Γάλλος ψυχολόγος και διεθνολόγος Gustav Le Bon θεμελιώνει τη θεωρία του για την επίδραση της μάζας στην ψυχολογία του ατόμου, θέτοντας τις βάσεις για την επιστήμη της Κοινωνικής Ψυχολογίας. Το μνημειώδες έργο του «Ψυχολογία των Μαζών», διαβάστηκε και υμνήθηκε από πληθώρα πολιτικών όπως τον Roosevelt, τον Poincaré και τον Clemenceau και χρησιμοποιήθηκε από τον DeGaulle αλλά κυρίως από τον Mussolini και τον Hitler. Για τον Le Bon, «μέσα σε κάποιες δεδομένες συνθήκες και μόνο μέσα σε αυτές, μία συσσώρευση ανθρώπων αποκτά καινούργιους χαρακτήρες πολύ διαφορετικούς από αυτούς του κάθε ατόμου που τη συνθέτει. Η συνειδητή προσωπικότητα εξαφανίζεται, τα αισθήματα και οι ιδέες όλων των μονάδων είναι προσανατολισμένα στην ίδια κατεύθυνση και έτσι διαμορφώνεται μία προσωρινή συλλογική ψυχή, αλλά που εμφανίζει χαρακτήρες πολύ σαφείς» και ο Le Bon την ονομάζει «μάζα ψυχολογική». Και συνεχίζει λέγοντας ότι «αυτή η συλλογικότητα, δεν προϋποθέτει πάντα την ύπαρξη πολλών ατόμων σε έναν μοναδικό τόπο. Χιλιάδες απομονωμένων ατόμων, μπορούν σε μία δεδομένη στιγμή και κάτω από την επίδραση βίαιων συγκινήσεων, ενός μεγάλου εθνικού γεγονότος, για παράδειγμα, να αποκτήσουν τους χαρακτήρες μίας ψυχολογικής μάζας²².» Δηλαδή η συνύπαρξη πολλών ανθρώπων στο ίδιο χώρο είναι ικανή αλλά όχι αναγκαία συνθήκη για τη δημιουργία της ψυχολογικής μάζας. Και από την άλλη, μόνον το γεγονός ότι κάποιος βρίσκεται σε γεωγραφική απόσταση από κάποιους που έχουν συγκροτήσει μία ψυχολογική μάζα κάπου αλλού, δεν του απαγορεύει να γίνει κι αυτός μέλος της συγκεκριμένης μάζας εάν ικανοποιούνται άλλες πολύ συγκεκριμένες συνθήκες. Επιπλέον, η συμμετοχή σε μία συγκεκριμένη ομάδα δεν είναι αποκλειστική. Ένα άτομο μπορεί να ανήκει σε περισσότερες από μία ομάδες²³.

Αρχές ψυχολογικών επιχειρήσεων

Για την επιτυχία των ΨΕΠ, πρέπει να ακολουθούνται οι παρακάτω αρχές²⁴ :

²² Gustave Le Bon, 2010, σ.34

²³ ΓΕΣ/ΔΕΚΠ, 1996, σ. 20

²⁴ Όπως αυτές αναγράφονται στα σχετικά εγχειρίδια EE125-1, σ.6 και NATO AJP-3.10.1, 2006, σ.1-5, 1-6

α. Συγκεντρωτική διεύθυνση

Δηλαδή ύπαρξη ενιαίου φορέα, υπεύθυνου για παροχή κατευθυντηρίων οδηγιών, τη διεύθυνση, το συντονισμό και τον έλεγχο των ΨΕΠ, ώστε να εξασφαλίζεται η συμφωνία τους με τους πολιτικούς και στρατιωτικούς ΑΝΣΚ και γενικά με την εθνική πολιτική της χώρας. Η ύπαρξη τέτοιου φορέα εξασφαλίζει ταυτότητα επιδιώξεων, ταχύτητα ενέργειας, συντονισμό με άλλες παρεμφερείς διπλωματικές, οικονομικές και πολιτικές ενέργειες, ενώ αποφεύγεται η σύγχυση και επιτυγχάνεται μεγαλύτερη απόδοση των μέσων και μεθόδων.

β. Ευκαμψία

Πρέπει να επιδιώκεται ικανότητα προσαρμογής σε μεταβαλλόμενες καταστάσεις όπως προκύπτουν από λεπτομερή ανάλυση των ΑΣ, ώστε αξιοποιώντας τις κατάλληλες δυνατότητες κάθε φορά, να διασφαλίζονται τα επιδιωκόμενα αποτελέσματα.

γ. Έρευνα, εκτίμηση και κατανόηση

Τα θέματα, οι δραστηριότητες και τα σύμβολα που θα χρησιμοποιηθούν σε μία ΨΕΠ, πρέπει να βασίζονται σε μία πολύ καλή ανάλυση των ΑΣ και των δυνατοτήτων ΨΕΠ τόσο των φίλιων όσο και των αντιπάλων. Ελλιπής κατανόηση αυτών, πιθανόν να οδηγήσει τα ΑΣ σε μη επιθυμητές συμπεριφορές. Αν π.χ. το ΑΣ αντιμετωπίζει πρόβλημα στέγης και η παρακίνηση της ΨΕΠ αφορά κάλυψη αναγκών εκπαίδευσης, η διείσδυση και η αποδοχή των μηνυμάτων της ΨΕΠ δε θα επιτευχθεί και η αποτελεσματικότητά της θα είναι μικρή αν όχι μηδενική. Η εκτίμηση των αποτελεσμάτων κάθε ΨΕΠ πρέπει να είναι συνεχής, ώστε να είναι εφικτή η γρήγορη ανατροφοδότηση.

δ. Αξιοπιστία και ειλικρίνεια

Διευκολύνουν την πειθώ του ΑΣ ενώ υπάρχει συσχετισμός μεταξύ τους. Είναι γενικά αποδεκτό ότι η αξιοπιστία μίας πηγής είναι μεγαλύτερη όταν η πηγή θεωρείται ειλικρινής και αντίστροφα, η τάση να θεωρείται ότι η πηγή λέει την αλήθεια είναι μεγαλύτερη όταν το ΑΣ θεωρεί την πηγή αξιόπιστη²⁵. Αλλά η αλήθεια και η αξιοπιστία δε συμπίπτουν πάντα. Μπορεί π.χ. να γίνεται γνωστό ότι μία πηγή παραποιεί ή διαστρεβλώνει τα γεγονότα με τρόπο που την εξυπηρετεί και πάλι αυτή να θεωρείται αξιόπιστη, απλά και μόνο επειδή απηχεί συναισθηματικά το ΑΣ. «Το περιεχόμενό της είναι

²⁵ C.J.Lamb, 2005, σ.40

αληθινό, όχι γιατί περιέχει αληθινά γεγονότα και ιδέες, αλλά γιατί αυτά γίνονται αποδεκτά από το ΑΣ, με βάση τα δικά του κριτήρια»²⁶. Όμως εδώ θα πρέπει να λάβουμε υπόψη ένα γεγονός. Στις περιπτώσεις που μία αντιπαράθεση δύο αντιπάλων εξελίσσεται σε στρατιωτική επιχείρηση, η απειλή χρήσης βίας ή ακόμη και η πραγματική χρήση βίας ίσως προηγούνται των ΨΕΠ τακτικού επιπέδου στο πεδίο επιχειρήσεων. Έτσι, από μία χρονική στιγμή και μετά, η σύγκρουση συμφερόντων γίνεται ξεκάθαρα εμφανής. Αυτό τοποθετεί τον εκτελών τις ΨΕΠ, στην «απέναντι πλευρά» από τα αντίπαλα ΑΣ και κατά συνέπεια ξεκινά από θέση χαμηλής αξιοπιστίας στα μάτια αυτών των ΑΣ. Για να ισοσκελίσει αυτό το έλλειμα αξιοπιστίας, δύναται να καταφύγει σε επιδέξιες εκκλήσεις στο συναίσθημα ή τα ατομικά συμφέροντα των ΑΣ ή να υπογραμμίζει την αλήθεια συγκεκριμένων ισχυρισμών του, μέσω επίδειξης ότι αυτοί είναι σε ισχύ²⁷. Συνοπτικά, η χρήση της αλήθειας κατά τη διεξαγωγή ΨΕΠ είναι ικανή συνθήκη για την επίτευξη αποτελεσματικότητας αλλά όχι και απαραίτητη.

ε. Εμμονή

Υλοποιείται με συνεχή επανάληψη και συγκεντρωτική χρησιμοποίηση των φορέων ή μέσω μαζικής επικοινωνίας, σε τόπο και χρόνο σε μία ΨΕΠ. Δεν πρέπει όμως να παραβιάζονται ορισμένα όρια για αποφυγή αρνητικών συνεπειών.

στ. Αποφυγή ψυχικού κορεσμού του ΑΣ

Για αποφυγή αντίθετων αποτελεσμάτων από ανία, κόπωση, ενόχληση.

ζ. Επικαιρότητα

Τα ψυχολογικά θέματα πρέπει να χρησιμοποιούνται σε κατάλληλο χρόνο ώστε να εκμεταλλεύονται τυχόν παρουσιαζόμενες ευκαιρίες για ευκολότερο επηρεασμό του ΑΣ, πριν αυτές χαθούν.

η. Έγκαιρη ενσωμάτωση και συντονισμός

Η όλη δραστηριότητα ΨΕΠ πρέπει ενσωματωθεί πλήρως και από την αρχή στη γενικότερη διαδικασία επιχειρησιακής σχεδίασης και να συντονίζεται συνεχώς κατά την εκτέλεση ώστε να εξασφαλίζεται ότι υποστηρίζει τους ΑΝΣΚ.

²⁶ ΓΕΣ/ΔΕΚΠ, 1996, σ. 16

²⁷ C.J.Lamb, 2005, σ.40

Επίπεδα διεξαγωγής ψυχολογικών επιχειρήσεων

Οι ΨΕΠ διεξάγονται σε όλα τα επίπεδα μίας σύγκρουσης αλλά από διαφορετικό προσωπικό, με διαφορετικό σκοπό και στόχευση κάθε φορά. Γενικά διακρίνονται τρία επίπεδα διεξαγωγής²⁸:

α. Στρατηγικές ΨΕΠ και υποστήριξη στη δημόσια διπλωματία.

Ο όρος αναφέρεται περισσότερο στο γεωγραφικό εύρος των ΨΕΠ. Οι στρατηγικές ΨΕΠ δε διεξάγονται από τις ένοπλες δυνάμεις αλλά από άλλες αρμόδιες υπηρεσίες του κράτους, συνήθως μη στρατιωτικές. Όποια πληροφορία δίδεται από στρατιωτικές πηγές σε ένα τόσο ευρύ ΑΣ υπάγεται στην «Υποστήριξη στη δημόσια διπλωματία» ή την «Ενημέρωση Κοινού» (εφόσον το ΑΣ περιλαμβάνει και φίλιο κοινό).

β. Επιχειρησιακές ΨΕΠ ή ΨΕΠ θεάτρου επιχειρήσεων.

Αυτές κατευθύνονται σε Γενικά ΑΣ και προσπαθούν να τροποποιήσουν γενικές ομάδες στάσεων ζωής περισσότερο ως προοίμιο για αλλαγή συμπεριφοράς παρά να προσπαθήσουν άμεσα την αλλαγή συμπεριφοράς. Η κυρίαρχη προσέγγιση είναι μέσω λογικής επιχειρηματολογίας που είναι σχεδιασμένη έτσι ώστε να επιτευχθούν συναινετικά αποτελέσματα διαρκείας που να αντέχουν στο χρόνο.

γ. Τακτικές ΨΕΠ.

Αυτές που σχετίζονται με δυνάμεις και δραστηριότητες υπό τον άμεσο έλεγχο των Διοικητών στο πεδίο επιχειρήσεων. Συνήθως αφορούν πολύ καθορισμένα ΑΣ και στοχεύουν σε πολύ συγκεκριμένες επιθυμητές συμπεριφορές μέσω της πειθούς. Τα μηνύματα στην περίπτωση αυτή επιχειρούν πρωτίστως τη βραχυπρόθεσμη αλλαγή συμπεριφοράς συγκεκριμένου ΑΣ παρά μια πιο βαθιά αλλαγή στις πεποιθήσεις ή στάσεις ζωής του ΑΣ.

Μέσα διεξαγωγής ψυχολογικών επιχειρήσεων

Στην όλη διαδικασία προσπάθειας επηρεασμού ενός ΑΣ είναι πολύ σημαντική η απόφαση που αφορά στην επιλογή από αυτόν που εκτελεί την ΨΕΠ, των μέσων που είναι πιο κατάλληλα να μεταφέρουν το μήνυμα στο ΑΣ. Λάθος επιλογή μέσου δύναται να ακυρώσει την όλη ΨΕΠ. Αν για παράδειγμα επιλεγεί το ραδιόφωνο για να αποσταλεί ένα μήνυμα σε ένα ΑΣ που πολλά μέλη του δεν έχουν συσκευές ραδιοφώνου, τότε αυτό δε θα φθάσει ποτέ στο στόχο και δε θα μπορέσει να επιτελέσει το έργο του. Η γενική κατηγοριοποίηση των

²⁸ C.J.Lamb, 2005, σ.8-9

μέσων τα διακρίνει σε οπτικά, ηχητικά και οπτικοακουστικά και κάθε ένα από αυτά έχει τα δικά του πλεονεκτήματα και περιορισμούς.

Σε κάθε περίπτωση, κρίσιμα κριτήρια για την επιλογή του πιο κατάλληλου μέσου αποτελούν κάθε φορά παράγοντες²⁹ όπως η αποδοχή και η αξιοπιστία του μέσου από το ΑΣ, τεχνολογικοί περιορισμοί ή/και δυνατότητες του ΑΣ σε συνδυασμό με τη διαθεσιμότητα του μέσου στο ΑΣ (π.χ. σε ΑΣ που δεν έχει τηλεόραση δεν θα χρησιμοποιηθεί τηλεοπτικό μήνυμα), το κόστος χρήσης του μέσου, η καταλληλότητά του (π.χ. δεν έχει νόημα να στείλουμε γραπτό κείμενο σε αναλφάβητο ΑΣ), η έγκαιρη μετάδοση του μηνύματος (όχι μόνον όσον αφορά την ταχύτητα μετάδοσης αλλά και την «ακρίβεια» του χρόνου μετάβασης – κυρίως για ένα ψυχολογικό θέμα ευκαιρίας που πρέπει να φτάσει το ΑΣ συγκεκριμένη χρονική στιγμή), πολιτισμικοί – κοινωνικοί παράγοντες (π.χ. η σημαία του Αφγανιστάν τυπωμένη σε ποδοσφαιρική μπάλα που μοιράστηκε σε παιδιά θεωρήθηκε εκ των υστέρων αποτυχία διότι στη σημαία αυτή υπάρχει στίχος από το κοράνι και από την τοπική κοινωνία θεωρήθηκε βλασφημία να τον κλωτσάνε τα παιδιά), κ.α., ώστε να μεγιστοποιείται κάθε φορά η διεισδυτικότητα του μηνύματος στα ΑΣ. Πολλές φορές επιβάλλεται η χρησιμοποίηση περισσότερων του ενός μέσων για μετάδοση του ίδιου μηνύματος ώστε να εξασφαλιστεί ότι αυτό θα φτάσει σίγουρα στο ΑΣ και θα έχει τη μεγαλύτερη δυνατή αποτελεσματικότητα σε αυτό.

Στο μέλλον εκτιμάται ότι το στοιχείο της τεχνητής νοημοσύνης θα ενσωματωθεί και στα μέσα διεξαγωγής ΨΕΠ. Ηλεκτρονικοί υπολογιστές θα χρησιμοποιούνται για την κατεύθυνση μη επανδρωμένων οχημάτων (UAV) και τον έλεγχο των αισθητήρων τους. Έτσι τα UAV θα μπορούν κατά τη διάρκεια μίας πτήσης να αναγνωρίζουν συγκεκριμένους στόχους και να εκπέμπουν μηνύματα ή να απελευθερώνουν φυλλάδια πριν την επιστροφή στη βάση τους. Εκτιμάται μάλιστα ότι τα φυλλάδια θα ενσωματώνουν τεχνολογίες αιχμής, ήχου και εικόνας ομοιάζοντας πιθανόν με τις ευχετήριες κάρτες γενεθλίων που ήδη κυκλοφορούν στο εμπόριο. Και η διείσδυση της τεχνολογίας δε σταματά. Σύμφωνα με κάποιες αναφορές, το Εθνικό Εργαστήριο Λώρενς των ΗΠΑ στο Λίβερμορ της Καλιφόρνια, ανέπτυξε μία μέθοδο προβολής ολογραφικής εικόνας στα σύννεφα για να

²⁹ ΓΕΣ/ΔΕΚΠ, 1996, σ.31-32

χρησιμοποιηθεί σε ΨΕΠ. Οι προβολές εμφάνιζαν κάποιους μάρτυρες του Ισλάμ οι οποίοι φαινόντουσαν να μιλούν στους μαχητές μέσα από τα σύννεφα³⁰.

Μέτρηση αποτελεσματικότητας ψυχολογικών επιχειρήσεων

Γενικά με τον όρο «στρατηγική αποτελεσματικότητα» μίας δύναμης ή ενός οπλικού συστήματος, εννοούμε τη συνολική επίδρασή τους στην πορεία και το αποτέλεσμα μίας σύγκρουσης³¹. Ειδικότερα στη μελέτη αυτή, εξετάζεται κατά πόσον οι ΨΕΠ συνεισφέρουν στην επίτευξη των πολιτικών αντικειμενικών σκοπών που θέτει η εκάστοτε πολιτική ηγεσία.

Η έννοια της μέτρησης στην περίπτωσή μας σχετίζεται με δύο βασικούς όρους, το «αποτέλεσμα» και την «αποτελεσματικότητα»³². Ο όρος «αποτέλεσμα» αναφέρεται στη μεταβολή που επήλθε στο περιβάλλον, πιθανόν εξαιτίας των ΨΕΠ (αν και υπάρχει πιθανότητα επιπλέον παράγοντες να οδήγησαν στο παρατηρούμενο αποτέλεσμα). Ο όρος «αποτελεσματικότητα» αναφέρεται στο βαθμό κατά τον οποίον οι συγκεκριμένες ΨΕΠ συνετέλεσαν την παρατηρούμενη αλλαγή. Το «αποτέλεσμα» μπορεί να θεωρηθεί ως αυτοσκοπός, οπότε τι το προκάλεσε είναι μάλλον ασήμαντο, αρκεί που αυτό επετεύχθη. Όμως όταν μιλάμε για «αποτελεσματικότητα», η απάντηση στο πώς επετεύχθη η αλλαγή, είναι καθοριστικής σημασίας. Δεν αρκεί το ότι συνέβη η αλλαγή, πρέπει να διερευνηθεί τι ακριβώς την προκάλεσε: οι ΨΕΠ ή κάτι άλλο άσχετο.

Η εκτίμηση του πόσο αποτελεσματικές είναι οι διεξαγόμενες ΨΕΠ είναι πάντα δύσκολη. Συνήθως οι άνθρωποι έχουμε την τάση να απλοποιούμε τις καταστάσεις για να τις κατατάσσουμε σε κατηγορίες τόσο ξεκάθαρες, όσο είναι το «άσπρο – μαύρο» με στόχο να τις κατανοήσουμε. Όμως ο κόσμος είναι περισσότερο διάφορες αποχρώσεις του «γκρι». Σε ένα τέτοιο «γκρι» κόσμο λειτουργούν οι ΨΕΠ και συνήθως στόχο δεν έχουν να μεταμορφώσουν το γκρι σε άσπρο ή μαύρο αλλά να συμβάλουν στην αλλαγή του τόνου της απόχρωσής του σε πιο σκούρο ή πιο ανοιχτό. Αυτή η διαφοροποίηση της απόχρωσης είναι πολύ δύσκολο να μετρηθεί. Η δυσκολία αυτή σχετίζεται σε μεγάλο βαθμό, με την αδυναμία αντικειμενικής καταγραφής της σχέσης αιτίου - αιτιατού στην ανθρώπινη

³⁰ Timothy L. Thomas, *New Developments in Chinese Strategic Psychological Warfare*, FMSO/CALL, 2003, σ.8

³¹ Κων/νος Κολιόπουλος, *Η Στρατηγική Σκέψη από την Αρχαιότητα έως Σήμερα*, Ποιότητα, 2008

³² NATO, *How to Improve your Aim: Measuring the Effectiveness of Activities that Influence Attitudes and Behaviors*, 2011, σ.2-1

συμπεριφορά, δηλαδή μεταξύ προϊόντων και δράσεων ΨΕΠ αφενός και παρατηρούμενης στάσης ή/και συμπεριφοράς των ΑΣ από την άλλη³³. Έτσι είναι δύσκολο να καθοριστεί πρώτον, εάν οι διεξαγόμενες ΨΕΠ επηρέασαν κυρίως τα επιθυμητά ΑΣ και όχι άλλα. Δεύτερον, εάν οι στάσεις που επηρεάστηκαν έφεραν πραγματικά ως αποτέλεσμα την επιθυμητή συμπεριφορά. Τέλος, απόπειρες να μετρηθούν αυτές οι στάσεις – και οι αλλαγές σε αυτές τις στάσεις – αντιμετωπίζουν πολλές μεταβλητές που συμπλέκουν μεταξύ τους.

Στην κλινική ψυχολογία, η μέτρηση «συναισθημάτων, κινήτρων, αντιλήψεων και συμπεριφορών» μεμονωμένων ατόμων είναι καλά ανεπτυγμένη τέχνη, που γίνεται με προσωπικές συνεντεύξεις, ερωτηματολόγια προσωπικοτήτων, τεστ προβολής κ.α. και έχει συνήθως πολύ ακριβή αποτελέσματα. Αντίθετα, οι μέθοδοι εκτίμησης των αντιλήψεων κάποιου πληθυσμού ή κοινωνίας ανθρώπων είναι πολύ λιγότερο ανεπτυγμένες και πολλές φορές οι εφαρμοζόμενες τεχνικές έχουν αμφιλεγόμενα αποτελέσματα (π.χ. τα γνωστά μας exit polls πριν τις εκλογές, κ.α.). Επιπλέον, στο συλλογικό επίπεδο, οι αντιλήψεις τείνουν να είναι πιο περίπλοκες. Οι ομάδες αντανakλούν διαφορετικές γνώμες και στάσεις από ότι τα μεμονωμένα μέλη τους³⁴, ενώ λαμβάνουν αποφάσεις με διαφορετικούς τρόπους και καταλήγουν σε διαφορετικό αποτέλεσμα από αυτά των μελών τους. Οπότε δεν μπορούμε να βασιζόμαστε απόλυτα στη μέτρηση της ατομικής συμπεριφοράς μεμονωμένων μελών ενός ΑΣ για να βγάλουμε συμπεράσματα για τη συνολική συμπεριφορά του ΑΣ.

Εξαιτίας αυτής της δυσκολίας μέτρησης στάσεων, οι περισσότερες ακολουθούμενες μέθοδοι εστιάζονται σε συμπεριφορές και ειδικότερα στην αλλαγή τους. Οι μέθοδοι που συνήθως υιοθετούνται περιλαμβάνουν τον καθορισμό συγκεκριμένων ενδεικτών στη συμπεριφορά των ΑΣ και συγκέντρωση δεδομένων για στατιστική ανάλυση (μέσω συνεντεύξεων από άτομα που ανήκουν στα συγκεκριμένα ΑΣ, ερωτηματολόγια ή απλή παρατήρηση, κ.α.). Για παράδειγμα, οι διαμορφωτές πολιτικής μίας κυβέρνησης, αντί να διεξάγουν μία δύσκολη σφυγμομέτρηση της κοινής γνώμης μέσω ερωτηματολογίων σχετικά με τη στάση των πολιτών απέναντι σε μία νέα πολιτική, μπορούν να μετρήσουν τα ποιοτικά και ποσοτικά χαρακτηριστικά της παρουσίας του κόσμου σε μία εκδήλωση σχετική με την υπόψη πολιτική. Όμως ακόμη και η μέτρηση

³³ Arturo Munoz, U.S. Military Information Operations in Afghanistan Effectiveness of Psychological Operations 2001–2010, RAND, 2012, σ.28

³⁴ D. Myers and H. Lamm, "The Group Polarization Phenomenon," Psychological Bulletin, No. 83, 1975; Moscovici (1985).

αλλαγής συμπεριφοράς πολλές φορές είναι προβληματική. Για παράδειγμα, πολλοί Ιρακινοί στρατιώτες παραδόθηκαν στις συμμαχικές δυνάμεις κατά την επιχείρηση ΟΙΦ (Operation Iraqi Freedom). Ήταν τα φυλλάδια, που έπεσαν από τη συμμαχία με μηνύματα που τους προέτρεπαν να παραδοθούν, αυτά που επηρέασαν τη συμπεριφορά τους και τους ώθησαν σε παράδοση; Ή τα φυλλάδια απλά τους διευκόλυναν να εκτελέσουν μία ήδη προαποφασισμένη συμπεριφορά εξηγώντας τους πως να το κάνουν³⁵;

Επιπλέον, δεν είναι εύκολο να διαπιστωθεί ο βαθμός συνεπίδρασης του «τυχαίου». Αν δηλαδή η τελική συμπεριφορά των ΑΣ είναι αποτέλεσμα αποκλειστικώς των ΨΕΠ (ή τουλάχιστον σε τί ποσοστό οφείλεται στις ΨΕΠ) ή είναι συνάρτηση μιας κατάστασης που διαμορφώνεται στο επιχειρησιακό περιβάλλον με την αλληλεπίδραση και άλλων παραγόντων, εν πολλοίς άσχετων, μη σχεδιασμένων και μη συνυπολογισμένων από την πλευρά που σχεδίασε και εκτέλεσε τις συγκεκριμένες ΨΕΠ. Αν δηλαδή στην περίπτωση των Ιρακινών, η παράδοσή τους οφείλεται πρωτίστως στα καταγιγιστικά πυρά και τους βομβαρδισμούς της συμμαχίας και όχι στις ΨΕΠ που εκτέλεσε παράλληλα. Μήπως υπήρχαν και άλλα αίτια; Ποιος ήταν τελικά ο συνδυασμός παραγόντων που οδήγησε στο συγκεκριμένο αποτέλεσμα σε επίπεδο συμπεριφοράς αυτών των Ιρακινών;

Άλλος ένας παράγοντας που δυσκολεύει την αντικειμενική μέτρηση είναι το γεγονός ότι η διαδικασία δεν είναι δυνατόν να επαναλαμβάνεται όσο απαιτείται. Προκειμένου να μετρηθεί η αλλαγή συμπεριφοράς και οι τάσεις στην περίπτωση εκτέλεσης ΨΕΠ, θα πρέπει η καταγραφή να συμβεί στο ίδιο ΑΣ, στην ίδια γεωγραφική περιοχή και με τον ίδιο τρόπο τουλάχιστον δύο φορές, μία πριν την εκτέλεση της ΨΕΠ και μία μετά³⁶, κάτι που δεν είναι εύκολα εφικτό.

Αλλά ακόμη και αν κατορθώσουμε να κάνουμε αυτές τις μετρήσεις αλλαγής συμπεριφοράς, το επόμενο ερώτημα είναι πόση αλλαγή θεωρείται αρκετή; Πότε δηλαδή μπορούμε να θεωρήσουμε ότι η ΨΕΠ ήταν επιτυχής; Για να απαντηθεί αυτό, πρέπει να καθοριστούν κάποια «κατώφλια»³⁷. Όταν η αλλαγή σε κάποιον ενδείκτη συμπεριφοράς φτάσει σε κάποιο συγκεκριμένο επίπεδο, μπορεί να θεωρηθεί ότι η ΨΕΠ ήταν επιτυχημένη. Το επίπεδο αυτό μπορεί να είναι σχετικό (π.χ. 20% λιγότερες βομβιστικές

³⁵ Arturo Munoz, 2012, σ.28

³⁶ RTO/NATO, 2011, σ.2-2

³⁷ RTO/NATO, 2011, σ.2-2

επιθέσεις σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά) ή πιο συγκεκριμένο (π.χ. λιγότερες από δύο επιθέσεις την εβδομάδα). Όπως είναι κατανοητό, η μέτρηση αυτή αφορά όχι μόνον στην επιβεβαίωση ή όχι της αποτελεσματικότητας αλλά επιπλέον στην επίδοση αυτής. Δηλαδή το πόσο πολύ ή λίγο αποτελεσματική ήταν η ΨΕΠ.

Τέλος, υπάρχουν και κάποιοι παράγοντες που σχετίζονται με τη γραφειοκρατία που επίσης προσθέτουν στη δυσκολία μέτρησης της αποτελεσματικότητας μίας ΨΕΠ. Επειδή συνήθως οι επιχειρήσεις επηρεασμού είναι πολιτικά «ευαίσθητες» ή αντιμετωπίζονται από το κοινωνικό σύνολο με αρνητισμό και προκατάληψη που μπορεί να κυμαίνεται από τη σκληρή κριτική έως την απόλυτη άρνηση εφαρμογής τέτοιας επιχείρησης ως επιλογή δράσης, οι ΨΕΠ χαρακτηρίζονται σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό ως διαβαθμισμένες. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα είτε να μην τηρούνται αρχεία σχετικά με σημαντικές παραμέτρους της επιχείρησης ή τα αρχεία αυτά να μην είναι εύκολα προσβάσιμα για μελέτη, εξαγωγή συμπερασμάτων και ανατροφοδότηση.

Γενικά, η εκτίμηση της αποτελεσματικότητας μίας ΨΕΠ είναι ευκολότερη όταν επιζητείται να παρατηρηθεί μία συγκεκριμένη συμπεριφορά ενός ΑΣ. Μια ενδελεχής εκτίμηση της αποτελεσματικότητας μίας ΨΕΠ απαιτεί ανθρώπινο δυναμικό αλλά και σημαντικούς οικονομικούς πόρους που θα χρηματοδοτούν συστηματικές έρευνες με ερωτηματολόγια στα ΑΣ, ειδικούς μεταφραστές, κ.α. ώστε να λαμβάνονται αξιόπιστες μετρήσεις των αποτελεσμάτων. Για το λόγο αυτό, η προσπάθεια να εκτιμήσουμε τα γενικά αποτελέσματα συγκεκριμένων ΨΕΠ, βασίζεται κυρίως σε καταγραφή ανέκδοτων ενδείξεων, περιγραφές από άτυπες ομάδες που ανήκουν σε κάποια ΑΣ και γενικά διάφορες πληροφορίες που συλλέγονται από τα ΜΜΕ.

Σύνοψη πρώτου μέρους

Στο σύγχρονο πολυπολικό ασταθές σύστημα, οι δυνατότητες επικοινωνίας έχουν αυξηθεί δραματικά. Η όλο και αυξανόμενη δικτυοκεντρική οργάνωση του παγκόσμιου πληθυσμού, παρέχει όλες τις απαραίτητες προϋποθέσεις για καταγιστικά γρήγορη διάδοση οπτικοακουστικών μηνυμάτων σε ολόκληρο τον πλανήτη. Αν αυτό στο παρελθόν ήταν προνόμιο των κρατών και μάλιστα των ισχυρών, η τεχνολογία σήμερα παρέχει αυτή τη δυνατότητα ακόμη και στο μεμονωμένο άτομο, καθιστώντας το δρώντα με επιρροή ακόμη και σε πλανητικό επίπεδο. Οι προϋποθέσεις για ψυχολογική επιρροή συγκεκριμένων στόχων (είτε μεμονωμένων ατόμων ή μεγάλων πληθυσμιακών ομάδων – όχι αναγκαστικά

ευρισκόμενων στον ίδιο γεωγραφικό χώρο) από κρατικούς και μη-κρατικούς δρώντες, είναι πολύ πιο εύκολα εκπληρούμενες στην εποχή μας σε σχέση με το παρελθόν.

Οι επιχειρήσεις ψυχολογικού επηρεασμού εκτελούνται σε όλο το φάσμα της σύγκρουσης (από την ειρήνη μέχρι και την μετά τον πόλεμο εποχή) και σε όλα τα επίπεδα, στρατηγικό, επιχειρησιακό και τακτικό. Αν και όλες οι επιχειρήσεις («κινητικές» αλλά και μη-στρατιωτικές) έχουν κάποιο ψυχολογικό αποτύπωμα, δεν μπορούν να χαρακτηριστούν όλες ως ΨΕΠ. Οι ΨΕΠ για να είναι αποτελεσματικές, πρέπει να πειθαρχούν σε συγκεκριμένες αρχές ενώ υπάρχει ποικιλία μέσων διεξαγωγής τους, η οποία αναμένεται να αυξηθεί ακόμη περισσότερο στο μέλλον, ενσωματώνοντας εξωτικές τεχνολογίες. Αν και η αντικειμενική μέτρηση της στρατηγικής τους αποτελεσματικότητας είναι σε μεγάλο βαθμό προβληματική εξαιτίας διαφόρων παραγόντων, η παρατήρηση μεταβολής συγκεκριμένων και προκαθορισμένων ενδεικτών που πιστοποιούν αλλαγή συμπεριφοράς των ΑΣ αποτελεί πάντα μία ασφαλή μέθοδο επιβεβαίωσης επιτυχίας ή αποτυχίας των ΨΕΠ.

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ: Από τη θεωρία στην πράξη

Κεφάλαιο «Γ»: ΨΕΠ σε περιόδους ειρήνης

Οι ΨΕΠ εφαρμόζονται σε όλο το φάσμα της σύγκρουσης ξεκινώντας από την περίοδο της ειρήνης και φτάνοντας μέχρι τον πόλεμο και τη σταθεροποίηση μετά από αυτόν. Ανάλογα με τη φάση στην οποία βρίσκεται η σύγκρουση, το είδος, η ένταση και τα μέσα των ΨΕΠ διαφοροποιούνται, διότι διαφορετικοί αντικειμενικοί σκοποί πρέπει να υλοποιηθούν κάθε φορά.

Η εκλογή Τραμπ στις ΗΠΑ και η Ρωσική ανάμειξη στις εκλογές

Ένα παράδειγμα πιθανόν υψηλής στρατηγικής αποτελεσματικότητας μίας συνδυασμένης εκστρατείας επηρεασμού που εκτελέστηκε σε περίοδο ειρήνης, από ένα κράτος στους πολίτες ενός άλλου, ίσως αποτελεί η περίπτωση των αμερικανικών εκλογών του 2016. Την 8 Νοε 2016, Ο Ντόναλντ Τράμπ εξελέγη 45^{ος} πρόεδρος των ΗΠΑ προς έκπληξη κάποιων και απογοήτευση κάποιων άλλων, τόσο εντός των ΗΠΑ όσο και στο εξωτερικό. Μέχρι τότε, διάφοροι δημοσκόποι, δημοσιογράφοι, πολιτικοί αναλυτές αλλά και σύμφωνα με κάποιες ανεπιβεβαιώτες φήμες του ιδίου του Ντόναλντ Τράμπ συμπεριλαμβανομένου, πίστευαν ότι η αντίπαλός του στη διεκδίκηση της προεδρίας των ΗΠΑ, Χίλαρι Κλίντον ήταν φαβορί για να υπερισχύσει στις εκλογές. Μετά την απροσδόκητη εκλογή του προέδρου Τραμπ, υπήρξαν δυνατές φωνές στις ΗΠΑ που κατηγορούσαν τη Ρωσία ότι παρενέβη στις εκλογές για να επηρεάσει το εκλογικό αποτέλεσμα υπέρ της υποψηφιότητας Τραμπ. Οι φωνές ήταν τόσο δυνατές που η αμερικανική κοινότητα των υπηρεσιών πληροφοριών της χώρας προέβη σε έρευνα, τα αποτελέσματα της οποίας κοινοποιήθηκαν την 6 Ιαν 2017.

Σύμφωνα με το πόρισμα της συγκεκριμένης έρευνας,³⁸ στην οποία συμμετείχαν η CIA, το FBI και η NSA, η Ρωσία, η οποία επεδίωκε ανάκαθεν να επηρεάσει το εκλογικό σώμα των ΗΠΑ δυσφημίζοντας υποψηφίους που θεωρούταν εχθρικοί για το Κρεμλίνο, επεδίωξε με πιο ευθύ και άμεσο τρόπο και αυτήν τη φορά, να επηρεάσει το εκλογικό αποτέλεσμα. Το γεγονός συνιστά σύμφωνα με τις εν λόγω υπηρεσίες, σημαντική κλιμάκωση όσον αφορά στην αμεσότητα, στο επίπεδο δραστηριότητας και στο εύρος της όλης προσπάθειας, συγκρινόμενο με παρόμοιες προσπάθειες στο παρελθόν.

³⁸ ICA, Assessing Russian Activities and Intentions in Recent US Elections, The Washington post, 2017, σ.15

Στο πόρισμα της έρευνας, οι Αμερικανοί αναλυτές εκτιμούν ότι ο Ρώσος πρόεδρος Βλαδίμηρος Πούτιν, διέταξε το 2016, μία εκστρατεία επηρεασμού (φαϊά προπαγάνδα) με στόχο τις αμερικανικές προεδρικές εκλογές. Στόχος της Ρωσίας ήταν να υπονομεύσει την πίστη της αμερικανικής κοινής γνώμης στις δημοκρατικές διαδικασίες, απαξιώνοντας την υποψήφια υπουργό Χίλαρι Κλίντον και προσβάλλοντας την ικανότητα και πιθανότητα εκλογής της για το προεδρικό αξίωμα. Εκτιμούν επίσης ότι παράλληλα, η Ρωσική πλευρά είχε αναπτύξει μία ξεκάθαρη προτίμηση για την εκλογική επικράτηση του Ντόναλντ Τράμπ. Οι CIA και το FBI έχουν υψηλό ποσοστό εμπιστοσύνης σε αυτήν την εκτίμηση ενώ η NSA μέτριο³⁹. Η Ρωσική προσέγγιση κατά τη διάρκεια της όλης εκστρατείας ήταν δυναμική και προσαρμοζόταν, ακολουθώντας την καλύτερη κατανόηση από τους Ρώσους επιτελείς των εκλογικών προοπτικών των δύο υποψηφίων. Όταν έγινε εμφανές στη Μόσχα ότι η υπουργός Χ. Κλίντον πιθανόν θα κέρδιζε τις εκλογές, η ρωσική εκστρατεία επηρεασμού άρχισε να εστιάζει περισσότερο στο να υπονομεύσει τη μελλοντική της θητεία ως προέδρου των ΗΠΑ.

Η όλη εκστρατεία ακολούθησε μία στρατηγική διάδοσης μηνυμάτων που αναμείγνυε κεκαλυμμένες πληροφοριακές επιχειρήσεις– όπως δραστηριότητες στον κυβερνοχώρο – με φανερές προσπάθειες Ρωσικών κυβερνητικών υπηρεσιών, MME που χρηματοδοτούταν από το κράτος, διαμεσολαβήσεις τρίτων, καθώς και πληρωμένους χρήστες μέσων κοινωνικής δικτύωσης ή «trolls». Οι Αμερικανοί αναλυτές εκτιμούν, (με υψηλό ποσοστό εμπιστοσύνης στην εκτίμηση), ότι η GRU χρησιμοποίησε την προσωπικότητα «Guccifer 2.0» και το DCLeaks.com για να απελευθερώσουν δημόσια, πληροφορίες που συνέλεξαν με κυβερνοεπιχειρήσεις. Επίσης διέδωσαν σχετικό υλικό σε αποκλειστικότητα σε ορισμένες εκδόσεις των MME καθώς και στην ομάδα των WikiLeaks. Ο κρατικός μηχανισμός προπαγάνδας της Ρωσίας χρησιμοποιήθηκε ως η πλατφόρμα διάδοσης μηνυμάτων του Κρεμλίνου σε ρωσικά και διεθνή ΑΣ. Υποστηρίζουν επίσης ότι η εμπειρία που αποκτήθηκε από τη Ρωσική υπηρεσία κατά την επιχείρηση, θα αξιοποιηθεί από τη Ρωσία στο μέλλον σε παγκόσμιο επίπεδο και εναντίον των συμμάχων των ΗΠΑ κατά τις δικές τους εκλογικές διαδικασίες.

³⁹ ICA, 2017, σ.7

Στον αντίποδα των κατηγοριών αυτών, η Ρωσική πλευρά μέσω της εκπροσώπου του Ρωσικού ΥΠΕΞ χαρακτήρισε τους ισχυρισμούς των Αμερικανών ως ψευδείς⁴⁰. Το κύριο επιχείρημα είναι πως αν και η Αμερικανική πλευρά ισχυρίζεται τώρα ότι για δεκαετίες η Ρωσία παρενέβαινε, ποτέ στο παρελθόν δεν είχε προβεί σε σχετικές δηλώσεις ή διαμαρτυρίες, γεγονός που έγινε μόνον μετά την εκλογή Τραμπ. Επιπλέον, επειδή το κατηγορητήριο επικεντρώνεται σε δεκατρείς Ρώσους που όπως λέγεται δραστηριοποιήθηκαν στην επιχείρηση αυτή, η ΥΠΕΞ της Ρωσίας Μαρία Ζαχάροβα σε ανάρτησή της στο Facebook ανέφερε ότι η όλη κατηγορία είναι απλά παράλογη⁴¹. Δεν είναι δυνατόν δεκατρία άτομα να κατόρθωσαν να νικήσουν τις μυστικές υπηρεσίες των ΗΠΑ που έχουν προϋπολογισμούς δισεκατομμυρίων δολαρίων και τις πιο σύγχρονες τεχνολογίες και να επηρέασαν το αμερικανικό εκλογικό σύστημα και το εκλογικό σώμα. Ένας δε εκ των κατηγορουμένων, αποδίδει την όλη κατάσταση στη μεροληψία της Αμερικανικής πλευράς έναντι των Ρώσων, λέγοντας ότι «οι Αμερικανοί βλέπουν ότι θέλουν να δουν» και όχι την πραγματικότητα⁴².

Επειδή μέχρι τέλος Ιανουαρίου 2018 δεν έχει ολοκληρωθεί η έρευνα και δεν υπάρχει τελικό εμπεριστατωμένο πόρισμα για το θέμα, δεν μπορούμε να γνωρίζουμε εάν υπήρξε πράγματι Ρωσική εμπλοκή και σε ποιο βαθμό αυτήν πέτυχε να επηρεάσει τις Αμερικανικές εκλογές. Μπορούμε όμως να κάνουμε κάποιες εκτιμήσεις εξετάζοντας δύο υποθέσεις εργασίας. Η μία είναι ότι η Ρωσία έκανε ΨΕΠ και η άλλη ότι η Ρωσία δεν έκανε ΨΕΠ. Αν δεχθούμε την πρώτη υπόθεση, δηλαδή ότι υπήρξε Ρωσική ψυχολογική εκστρατεία επηρεασμού του Αμερικανικού εκλογικού σώματος υπέρ της υποψηφιότητας Τραμπ, εκ του αποτελέσματος η εκστρατεία αυτή φαίνεται επιτυχημένη. Όμως δε μπορούμε με σιγουριά να αποφανθούμε ότι αυτήν επηρέασε καθοριστικά την εκλογική συμπεριφορά των Αμερικανών ή απλά συνέπεσε με μία γενικότερη στάση που ήδη υπήρχε στην Αμερικανική κοινωνία και θα καθόριζε έτσι κι αλλιώς το τελικό αποτέλεσμα στην κατεύθυνση εκλογής του Ν. Τραμπ.

⁴⁰ iefimerida.gr, Ρωσία: Οι ΗΠΑ «ανακάλυψαν» το χέρι του Κρεμλίνου στις εκλογές μόνο μετά την εκλογή Τραμπ, 08 Ιαν 2018

⁴¹ Newpost.gr, Russia - Gate: Παραπέμπονται 13 Ρώσοι για εμπλοκή στις εκλογές των ΗΠΑ - Δεν κάναμε κάτι μεμπτό απαντάει ο Τραμπ, 16 Φεβ 2018

⁴² newpost.gr, ό.π.

Εάν δεχθούμε τη δεύτερη υπόθεση – ότι δεν υπήρξε εμπλοκή της Ρωσίας – και συνεξετάζοντας την μέχρι σήμερα διαχείριση του θέματος από κύκλους στις ΗΠΑ, οδηγούμαστε σε δύο πιθανά σενάρια. Είτε ότι κάποιος άλλος δρών (πλην Ρωσίας) εκτελεί ΨΕΠ στο Αμερικανικό κοινό (μαύρη προπαγάνδα) ή ότι δεν συμβαίνει αυτό.

Ξεκινώντας από το δεύτερο σενάριο, δηλαδή ότι δεν εκτελείται ΨΕΠ στο Αμερικανικό κοινό (δηλαδή δεν υπάρχει πολιτική βούληση κάποιου δρώντα για επίτευξη συγκεκριμένου ψυχολογικού αποτελέσματος στον Αμερικανικό λαό) και με δεδομένο ότι η Ρωσία δεν ενεπλάκη στις εκλογές(η βασική υπόθεση εργασίας στην περίπτωση αυτή), το θέμα θα πρέπει να λήξει άμεσα, καθόσον δεν εξυπηρετεί συγκεκριμένο πολιτικό στόχο. Κάτι τέτοιο όμως δεν φαίνεται να συμβαίνει ακόμη. Απεναντίας, το θέμα συντηρείται στην επικαιρότητα και ως αποτέλεσμα, έχουν υπάρξει αμερικανικές κυρώσεις έναντι της Ρωσίας. Άρα το σενάριο μάλλον δεν ισχύει.

Εάν δεχθούμε το πρώτο σενάριο, ότι κάποιος δρών (πλην Ρωσίας) εκτελεί μαύρη προπαγάνδα στον αμερικανικό λαό, μπορούμε τότε να υποθέσουμε με σχετική ασφάλεια, ότι το γενικό ΑΣ είναι οι Αμερικανοί πολίτες και πιθανοί στρατηγικοί ΑΝΣΚ είναι, πρώτον, είτε η αποδυνάμωση της προεδρίας Τραμπ, (αφού σύμφωνα με το αφήγημα του κατηγορητηρίου φέρεται αυτός να υποστηρίχθηκε από τη Ρωσία, έναν αντίπαλο των ΗΠΑ) ή δεύτερον, η ενδυνάμωση της πεποίθησης ότι η Ρωσία είναι όχι απλά αντίπαλος αλλά εχθρός και μάλιστα ισχυρός και επικίνδυνος (αφού εμπλέκεται τόσο αποφασιστικά και αποτελεσματικά στις αμερικανικές εκλογές). Σύμφωνα με στατιστικές έρευνες για το θέμα στις ΗΠΑ⁴³, ένα ποσοστό 88% των Αμερικανών έχουν ακούσει τις κατηγορίες περί εμπλοκής της Ρωσίας στις αμερικανικές εκλογές μέσω υποκλοπών (hacking) της προεκλογικής εκστρατείας της Χίλαρι Κλίντον. Από αυτούς, το 72% είναι απόλυτα ή πολύ σίγουροι ότι η Ρωσία πραγματικά ενεπλάκει στις εκλογές ενώ, το 73% αυτών που γνωρίζουν τις κατηγορίες, συμφωνούν με τις αμερικανικές κυρώσεις έναντι της Ρωσίας (εσωτερική νομιμοποίηση). Φαίνεται δηλαδή ότι εφόσον ισχύει, αυτό το σενάριο πετυχαίνει τους στρατηγικούς ΑΝΣΚ όπως περιγράφηκαν και άρα έχει υψηλή στρατηγική αποτελεσματικότητα.

⁴³ Jocelyn Kiley, U.S. public sees Russian role in campaign hacking, but is divided over new sanctions, Pew Research Center, 10 Ιαν 2017

Συνοψίζοντας, είτε η Ρωσία προσπάθησε και μπόρεσε να επηρεάσει το αποτέλεσμα των αμερικανικών εκλογών (άρα είχε υψηλή στρατηγική αποτελεσματικότητα), ή δεν ενεπλάκη σε αυτές. Στην δεύτερη περίπτωση, υπάρχουν δύο σενάρια. Είτε κάποιος άλλος (πλην Ρωσίας) εκτελεί ΨΕΠ έναντι των Αμερικανών πολιτών (μαύρη προπαγάνδα), ή δεν εκτελείται ΨΕΠ γενικά από κανέναν. Εάν εκτελείται μαύρη προπαγάνδα, εκ των στατιστικών στοιχείων φαίνεται ότι αυτήν είναι επιτυχημένη, άρα έχει υψηλή στρατηγική αποτελεσματικότητα. Το σενάριο ότι δεν εκτελείται ΨΕΠ από κανέναν μάλλον δεν ευσταθεί, αφού οι ενδείξεις της διαχείρισης της υπόθεσης μέχρι τώρα δεν το υποστηρίζουν.

Οι ΨΕΠ της Κίνας και η περίπτωση της «ομάδας των 50 σεντ»

Ένα άλλο παράδειγμα υψηλής στρατηγικής αποτελεσματικότητας ΨΕΠ που εφαρμόζει ένα κράτος σε ειρηνική περίοδο, αυτή τη φορά στο εσωτερικό του με σκοπό την εσωτερική του σταθερότητα, αποτελεί η Κίνα. Γενικότερα η Κίνα ελπίζει να κερδίζει μελλοντικούς πολέμους ακόμη και χωρίς έστω «μία τουφεκιά». Πώς σκοπεύει να το κάνει αυτό; Χρησιμοποιώντας ΨΕΠ, για να επηρεάσει τους ηγέτες ενός κράτους και τον πληθυσμό του, χειραγωγώντας τη διαδικασία σκέψης τους και το γνωστικό πλαίσιο εντός του οποίου λαμβάνονται οι αποφάσεις, τόσο των φιλίων όσο και των αντιπάλων της. Σε διάφορα συγγράμματα του Κινεζικού στρατού [People's Liberation Army (PLA)], τονίζεται ότι η σύγχρονη πληροφοριακή τεχνολογία θολώνει τις διαχωριστικές γραμμές μεταξύ ειρήνης και πολέμου, στρατιωτών και πολιτών, καθώς και ανάμεσα στη στρατηγική, τις επιχειρήσεις και τις τακτικές στο πεδίο. Εκτός από το σχεδιασμό «κινητικών» επιχειρήσεων, ο PLA προετοιμάζεται να διεξάγει το λεγόμενο «πολιτικό πόλεμο», ο οποίος περιλαμβάνει αυτό που προσδιορίζει ως «τριπλό πόλεμο»: τον πόλεμο της κοινής γνώμης, το νομικό πόλεμο και τον ψυχολογικό πόλεμο. Για το λόγο αυτό, υπάρχουν πέντε γενικοί σκοποί που συσχετίζονται με τις ΨΕΠ⁴⁴:

α. Παρουσίαση της κινεζικής θέσης ως δίκαιης, ώστε να δύναται να επιτύχει εσωτερική νομιμοποίηση και να κινητοποιήσει τις λαϊκές μάζες. Ταυτόχρονα, με τον τρόπο αυτό θα αποτρέψει την αποτελεσματικότητα της εχθρικής προπαγάνδας στον κινεζικό πληθυσμό.

⁴⁴ Dean Cheng, *Winning Without Fighting: The Chinese Psychological Warfare Challenge*, The Heritage Foundation, Washington, Backgrounder No 2821, Ιουλ 2013, σ.4

β. Τονισμός των πλεονεκτημάτων της σε κάθε ένα από τους τομείς: διπλωματικό, πολιτικό, οικονομικό και στρατιωτικό (συμπεριλαμβανομένων της τεχνολογίας και του πολιτισμού). Έτσι, θα ενισχύσει την εμπιστοσύνη και τη θέληση της φίλιας πλευράς ενώ παράλληλα θα επηρεάζει την αντίληψη των αντιπάλων της για τις σχετικές της δυνατότητες.

γ. Υπονόμευση της θέλησης του αντιπάλου να αντισταθεί, πλήττοντας το ηθικό του και αδυνατίζοντας τις συμμαχίες του σε βαθμό που να μην δύναται να εκμεταλλευθεί τυχόν ευκαιρίες που θα παρουσιαστούν.

δ. Ενθάρρυνση των διαφωνιών στις αντίπαλες γραμμές ενισχύοντας τα αντιπολεμικά στοιχεία και την πολεμική κόπωση, ώστε τοπικά στοιχεία στο εχθρικό στρατόπεδο να ενωθούν ενάντια στην ηγεσία.

ε. Εφαρμογή ψυχολογικής άμυνας ενάντια εχθρικών ΨΕΠ με εξουδετέρωση και αποκάλυψή τους, ώστε να αποδυναμωθεί ηθικά ο αντίπαλος με την αποκάλυψη της ματαιότητας των σχεδίων του.

Ο PLA, στα πλαίσια του διττού του ρόλου, αφενός ως υπερασπιστή του Κομμουνιστικού καθεστώτος στο εσωτερικό της χώρας και αφετέρου ως προστάτη της Κίνας από εξωτερικές απειλές, έχοντας κληρονομήσει μεγάλη παρακαταθήκη στον τομέα των ΨΕΠ από τις διδαχές της «Τέχνης του Πολέμου» του Σουν Τζου, διεξάγει ήδη από τον καιρό της ειρήνης ανάλογες επιχειρήσεις. Μάλιστα, Κινέζοι θεωρητικοί φαίνεται να υποστηρίζουν πως επειδή ο σύγχρονος ψυχολογικός πόλεμος μπορεί να βοηθήσει να εξασφαλιστεί η σταθερότητα και να διαμορφώσει τη νοοτροπία της εθνικής ασφαλείας, έχει μεγαλύτερη εφαρμογή στην ειρήνη παρά στον πόλεμο⁴⁵. Έτσι για παράδειγμα υπήρχε η εκτίμηση ότι περίπου 2.000.000 άνθρωποι ακολουθούν «τη γραμμή» του κόμματος στην Κίνα κατά τις συζητήσεις τους στο διαδίκτυο. Οι κινέζοι χρήστες του διαδικτύου τους ονομάζουν: «η ομάδα των 50 σεντ», βασισμένοι στη φήμη ότι η κυβέρνηση τους πληρώνει 50 σεντ (\$0,08) για κάθε σχόλιο που αναρτούν⁴⁶. Αλλά νεότερη έρευνα έδειξε ότι η άποψη περί υπάρξεως αυτής τη ομάδας είναι μάλλον ανακριβής. Ένας διακεκριμένος πολιτικός επιστήμονας στο πανεπιστήμιο του Χάρβαρντ, ο Γκάρι Κίνγκ, ειδικευμένος στην ανάλυση

⁴⁵ Timothy Thomas, 2003, σ.9

⁴⁶ Gary King, Jennifer Pan, Margaret Roberts, How the Chinese Government Fabricates Social Media Posts for Strategic Distraction, not Engaged Argument, Απρ 2017, σ.484

δεδομένων στον έλεγχο πληροφοριών και επικεφαλής μίας ομάδας τριών ερευνητών, εξέφρασε την άποψη ότι δεν υπάρχει τέτοια ομάδα πολιτών αλλά στην πραγματικότητα αυτοί οι «σχολιαστές» είναι κυβερνητικοί έμμισθοι υπάλληλοι, οι οποίοι πιστεύεται ότι εργάζονται πέραν της κανονικής τους εργασίας, με καθεστώς μερικής απασχόλησης⁴⁷ (part-time job) εκτελώντας κατ' ουσίαν φαιά προπαγάνδα.

Τα αποτελέσματα της μελέτης τους δημοσιεύθηκαν τον Μάιο 2016, κατόπιν ανάλυσης άνω των 2.000 emails (που διέρρευσαν από ένα από τα Κινεζικά γραφεία περιοχής διαδικτυακής προπαγάνδας) και ταυτοποίησης άνω των 43.000 σχολίων με τους συντάκτες τους. Επιπλέον, η μελέτη υπολογίζει ότι ένας αστρονομικός αριθμός αναρτήσεων – 488 εκατομμύρια περίπου – είναι κατασκευασμένα από αυτούς τους κυβερνητικούς υπαλλήλους σε όλη την Κίνα σε διάστημα ενός έτους. Οι «σχολιαστές» βασίζονται σε μία ποικιλία παραγόντων που περιλαμβάνουν τον πληθυσμό και το βαθμό διείσδυσης του διαδικτύου σε αυτόν⁴⁸.

Ακόμη και οι συγγραφείς αιφνιδιάστηκαν όταν σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνάς τους, αυτοί οι «κυβερνητικοί σχολιαστές» δεν έρχονταν σε αντιπαράθεση με άλλους χρήστες, αλλά ενδιαφέρονταν περισσότερο να λειτουργούν ως άτομα που προωθούσαν το κράτος, διαλαλούσαν τον πατριωτισμό τους, διαφήμιζαν την ιστορία του Κομμουνιστικού Κόμματος της Κίνας (ΚΚΚ), ενώ παράλληλα απέφευγαν να συζητούν αμφιλεγόμενα θέματα. Η εξαίρεση σε αυτόν τον κανόνα, ήταν όταν υπήρχαν αναρτήσεις στο διαδίκτυο που καλούσαν τον κόσμο σε κάποιου είδους δράση, ως αποτέλεσμα κάποιας κατάστασης που απαιτούσε κατεπείγουσα αντιμετώπιση. Σε τέτοιες περιπτώσεις αντιδρούσαν και επιβάλλοντας ακόμη και λογοκρισία σε αυτές τις αναρτήσεις, προσπαθούσαν να αποτρέψουν κάποια πιθανή συλλογική αντίδραση κατά του καθεστώτος. Ο λόγος που δεν έρχονταν σε αντιπαράθεση με άλλους χρήστες το υπόλοιπο διάστημα ήταν διότι η κριτική που λάμβαναν ήταν χρήσιμη: Με τον τρόπο αυτό, έβγαζαν συμπεράσματα σχετικά με το ποιοι «σχολιαστές» γίνονταν αποδέκτες των περισσότερων παραπόνων και ποιοι προωθούνταν περισσότερο και έτσι ο κρατικός μηχανισμός μπορούσε να κρατά αρχεία με το ποια ήταν η πραγματική άποψη του πληθυσμού σε αμφιλεγόμενα θέματα.

⁴⁷ Gary King κ.α., 2017, σ. 497

⁴⁸ Beimeng Fu, China's Paid Internet Trolls Aren't Who You Think They Are, BuzzFeedNews, 21 Μαϊ 2016

Από την περιγραφή των παραπάνω, γίνεται αντιληπτό ότι η κεντρική διοίκηση της Κίνας, έχοντας ως γενικό ΑΣ τον Κινεζικό πληθυσμό και ως στρατηγικούς ΑΝΣΚ αφενός τη διατήρηση της εξουσίας από το ΚΚΚ και αφετέρου την τήρηση της εσωτερικής τάξης στη χώρα με όσο το δυνατό λιγότερες αντιδράσεις, εκτελεί σχεδιασμένες επιχειρήσεις επηρεασμού (φαιά προπαγάνδα), οι οποίες μέχρι τώρα εκ του αποτελέσματος κρίνεται ότι έχουν υψηλή στρατηγική αποτελεσματικότητα. Επιπλέον, φαίνεται ότι ακολουθούνται οι περισσότερες (αν όχι όλες) αρχές ΨΕΠ. Έτσι, υπάρχει συγκεντρωτική διεύθυνση αφού 2.000.000 δημόσιοι υπάλληλοι σε όλη τη χώρα λειτουργούν με κοινό μοτίβο και συγκεκριμένες οδηγίες, ανεξάρτητα που βρίσκονται γεωγραφικά. Είναι εύκαμπτοι καθώς παρακολουθούν την επικαιρότητα, ακολουθούν τις τάσεις της κοινωνίας και προσαρμόζονται σε αυτές, ενώ δεν προκαλούν αντιπαραθέσεις παρά μόνο αν η τάση του ΑΣ είναι να ξεφύγει από κάποια όρια. Εμμένουν στο στόχο τους προωθώντας πάντα το πατριωτικό αίσθημα και τα ιδεώδη του ΚΚΚ. Αποφεύγοντας τις αντιπαραθέσεις κατά τις οποίες θα προσπαθούσαν να περάσουν τη γραμμή του καθεστώτος, αποφεύγουν τον πιθανό κορεσμό του ΑΣ. Ερευνούν και προσπαθούν να κατανοούν πάντα το ΑΣ στο οποίο απευθύνονται αφού μετρούν τον «πραγματικό σφυγμό» της κοινωνίας για τα διάφορα θέματα. Τέλος, η διοικητική οργάνωση, με γραφεία περιοχής διαδικτυακής προπαγάνδας σε όλη την επικράτεια, εξασφαλίζει την έγκαιρη ενσωμάτωση και τον απόλυτο συντονισμό των μηνυμάτων ΨΕΠ που εκπέμπονται από το καθεστώς ως απάντηση σε θέματα επικαιρότητας.

Γενικά εκτιμάται⁴⁹ ότι η Κίνα θα συνεχίσει να ενεργεί σύμφωνα με τα βασικά χαρακτηριστικά του Κινεζικού Δόγματος ΨΕΠ: ισχυρή εμπιστοσύνη στη χρήση της πολεμικής εμπειρίας, στις βαθιές πολιτισμικές ρίζες, στην επιρροή της Μαρξιστικής υλιστικής διαλεκτικής και στο ρόλο της στρατηγικής παραπλάνησης. Αμερικανοί αναλυτές εκτιμούν ότι θα χρησιμοποιήσει προβολή ισχύος για να επηρεάσει τις δραστηριότητες άλλων κρατών. Το συγκεντρωτικό σύστημα διοικήσεως θα συνεχίσει να ασκεί έλεγχο στη ροή των ειδήσεων, την προπαγάνδα και την κοινή γνώμη. Αλλά το πιο σημαντικό από όλα είναι ότι οι Κινέζοι έχουν ένα ξεχωριστό στρατηγικό τρόπο σκέψης που δεν έχουν οι Δυτικοί.

⁴⁹ Timothy Thomas, 2003, ο.π. σ.10

Συνοπτικά

Τόσο στην περίπτωση ρωσικής εμπλοκής στις αμερικανικές προεδρικές εκλογές όσο και στην περίπτωση των «ομάδων των 50 σεντ» στην Κίνα, διεξήχθησαν ΨΕΠ μέσω φαιάς και μαύρης προπαγάνδας, οι αρχές των ΨΕΠ ακολουθήθηκαν και επετεύχθη υψηλή στρατηγική αποτελεσματικότητα.

Κεφάλαιο «Δ»: Οι Αμερικανικές ΨΕΠ στο Ιράκ και στο Αφγανιστάν

Οι πόλεμοι στο Ιράκ

Στο Ιράκ, οι γενικοί στόχοι που τέθηκαν από τις αμερικανικές ένοπλες δυνάμεις για τις κύριες πολεμικές επιχειρήσεις κ τις επιχειρήσεις σταθεροποίησης ήταν η απομόνωση του αντιπάλου από την εσωτερική και τη διεθνή υποστήριξη, η μείωση της αποτελεσματικότητας των Ιρακινών δυνάμεων μέσω της υπονόμησης του ηθικού τους και της θέλησης να εκτελέσουν τις αποστολές τους, η αποτροπή κλιμάκωσης του αγώνα από την αντίπαλη ηγεσία και η ελαχιστοποίηση παράπλευρων απωλειών και παρεμβολής στις αμερικανικές επιχειρήσεις⁵⁰.

Ο 1^{ος} Πόλεμος του Κόλπου, (Operation Desert Storm) εισήγαγε ένα νέο στοιχείο στον τομέα των ΨΕΠ. Ήταν ο πρώτος πόλεμος που καλυπτόταν σε παγκόσμια κλίμακα, 24 ώρες το εικοσιτετράωρο⁵¹ και τοπικά νέα γινόντουσαν παγκόσμια. Τόσο το Ιράκ όσο και οι ΗΠΑ, είδαν τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ) ως την ευκαιρία να τα χρησιμοποιήσουν ως μέσα διεξαγωγής των στρατηγικών τους ΨΕΠ εξαιτίας της παγκόσμιας κάλυψης που είχαν.

Το Ιράκ είχε ως στρατηγικό στόχο της ψυχολογικής του εκστρατείας, να δικαιολογήσει την εισβολή του στο Κουβέιτ, να κερδίσει την υποστήριξη των Αραβικών μαζών, να αποθαρρύνει τα κράτη από το να συμμετάσχουν στο εμπάργκο που επέβαλε ο ΟΗΕ και να αποθαρρύνει αν όχι να εμποδίσει μία επίθεση στο Ιράκ⁵². Στην αρχή είχε κάποιες επιτυχίες. Τα παγκόσμια ΜΜΕ περιέγραφαν το ΙΡΑΚ ως μία τρομερή δύναμη, κάτι που οδήγησε τις συμμαχικές δυνάμεις να υπερεκτιμήσουν λανθασμένα όπως αποδείχτηκε, τον αριθμό των αναμενόμενων απωλειών τους. Στη συνέχεια όμως, μία σειρά από λάθη και ασυμφωνία λόγων στις ΨΕΠ και πράξεων στο πεδίο, μείωσαν την αποτελεσματικότητα των Ιρακινών ΨΕΠ.

Στην άλλη πλευρά, οι Αμερικανοί, προσπαθώντας να αποφύγουν λάθη του παρελθόντος (σχετικά με καθυστερημένη εμπλοκή των ΨΕΠ σε επιχειρήσεις), μόλις εννέα ημέρες μετά την εισβολή του Ιράκ στο Κουβέιτ, συγκρότησαν μία ομάδα δώδεκα ειδικών

⁵⁰ Christopher J. Lamb, 2005, σ. 48

⁵¹ Daniel A. Castro, Do Psychological Operations Benefit From The Use Of Host Nation Media?, NPS Monterey, 2007, σ.50

⁵² F.L.Goldstein, B.F.Findley Jr, Psychological Operations Principles and Case Studies, Air University Press, Alabama, Sep 1996, σ.342

στον ψυχολογικό πόλεμο, με στόχο να αρχίσουν το σχεδιασμό στρατηγικών ΨΕΠ για πιθανές επιχειρήσεις στη ΝΑ Ασία⁵³. Επωφελήθηκαν τα μέγιστα από τη φιλική – πατριωτική στάση των ΜΜΕ προς τις ΗΠΑ και την ταυτόχρονη δαιμονοποίηση του Σαντάμ Χουσεϊν. Το σωρευτικό αποτέλεσμα της όλης κάλυψης, επέφερε ένα πολύ υψηλό ποσοστό αποδοχής του πολέμου στην αμερικανική κοινή γνώμη, της τάξεως του 89%⁵⁴.

Στο επιχειρησιακό – τακτικό επίπεδο, κατά τη διάρκεια της επιχείρησης διανεμήθηκαν 29 εκ φυλλάδια στις εχθρικές ΕΔ και τον Ιρακινό πληθυσμό⁵⁵, ενώ υπήρξαν 17 ώρες την ημέρα ραδιοφωνικές εκπομπές και 19,5 ώρες την ημέρα τηλεοπτικές εκπομπές από αέρα.



Εικόνα 1. Φυλλάδια που χρησιμοποιήθηκαν στο Ιράκ. Ανάκτηση την 05 Μαρ 2018 από <http://www.iwar.org.uk/psyops/resources/iraq/index.htm>

Η Δυτική Συμμαχία χρησιμοποίησε μεγαφωνικές συσκευές των Ομάδων ΨΕ στο πεδίο επιχειρήσεων και εκπομπές έξι ραδιοφωνικών σταθμών, τρεις από επίγειους σταθμούς και τρεις από εναέρια εκπομπή από το ειδικά διασκευασμένο αεροσκάφος ψυχολογικών επιχειρήσεων EC-130 (“Volant Solo”). Ο στόχος ήταν να διαδώσει ένα μήνυμα στους Ιρακινούς, σύμφωνα με το οποίο, το αφήγημα του καθεστώτος του Σαντάμ

⁵³ Daniel A. Castro, 2007, σ. 51

⁵⁴ Daniel A. Castro, 2007, σ.55

⁵⁵ Torsti Sirén, Winning Wars Before They Emerge: From Kinetic Warfare to Strategic Communications as a Proactive and Mind-Centric Paradigm of the Art of War, Universal-Publicers, Boca Raton, 2013,σ. 111

περί της «Μητέρας όλων των Μαχών» σύντομα θα μετατρέπονταν σε «Μητέρα όλων των Ηττών», προσπαθώντας να σπείρει τον πανικό στα Ιρακινά μάχιμα τμήματα. Το εγχείρημα ήταν αποτελεσματικό. Σύμφωνα με κάποιες πηγές, 73.000 Ιρακινοί στρατιώτες ήταν δέκτες των μηνυμάτων αυτών των ΨΕΠ ενώ, σε ένα ποσοστό 70% περίπου, οι αιχμάλωτοι πολέμου δήλωσαν ότι αν και τα μηνύματα των ΨΕΠ δεν ήταν ο μοναδικός λόγος της παράδοσής τους, έπαιξαν σημαντικό ρόλο σε αυτήν⁵⁶.



Εικόνα 2. Φυλλάδια που χρησιμοποιήθηκαν στο Ιράκ. Ανάκτηση την 05 Μαρ 2018 από <http://www.iwar.org.uk/psyops/resources/iraq/index.htm>

Από τη στιγμή εκείνη και μετά, οι Αμερικανοί θεώρησαν ότι οι ΨΕΠ αποτελούν «Πολλαπλασιαστική Ισχύος» ο οποίος μπορεί να σώζει ανθρώπινες ζωές στο πεδίο της μάχης. Η φήμη τους ανανεώθηκε καθώς ο μη-θανατηφόρος ψυχολογικός επηρεασμός έδειξε τη δυνατότητά του να αλλάξει το πρόσωπο του πεδίου της μάχης χωρίς την ανάγκη καταφυγής σε θανατηφόρες κλασικές «κινητικές» επιχειρήσεις με χρήση ελιγμού και πυρών. Οι ΨΕΠ μπορούσαν να σώσουν ζωές και από τις δύο πλευρές των αντιπάλων, με μικρότερο κόστος από αυτό των σύγχρονων και ακριβών όπλων υψηλής τεχνολογίας. Επιπλέον, ήταν και πιο αποδεκτό να πείσεις τους Ιρακινούς να σταματήσουν τον αγώνα

⁵⁶ F.L.Goldstein, B.F.Findley Jr,1996, σ.349

τους και να παραδοθούν, από το να στέλνεις πίσω στο σπίτι τους πτώματα στρατιωτών σε σάκους νεκρών μετά από «κινητικές» επιχειρήσεις.

Ο 2^{ος} Πόλεμος του Κόλπου (Operation Iraqi Freedom - OIF), θεωρήθηκε από πολλούς η επιτομή του σύγχρονου συμβατικού πολέμου και των ΨΕΠ ιδιαίτερα. Σύμφωνα με Κινέζους αναλυτές, οι ΨΕΠ στην περίπτωση αυτή εκτελέστηκαν σε ανεπανάληπτη κλίμακα και ένταση, από το τακτικό μέχρι και το στρατηγικό επίπεδο και ενέπλεξαν ένα μεγάλο εύρος τόσο στρατιωτικών όσο και μη-στρατιωτικών μέτρων. Ειδικότερα οι αναλυτές πιστεύουν ότι, οι Αμερικανοί ενσωμάτωσαν τον ψυχολογικό πόλεμο στο συνολικό τρόπο σκέψης τους, από τις στρατηγικές αποφάσεις μέχρι την εκπόνηση επιχειρησιακών σχεδίων και τις μάχες στο τακτικό επίπεδο. Είναι χαρακτηριστικό δε ότι λόγω έλλειψης σύγχρονης πολεμικής εμπλοκής και άρα σχετικής εμπειρίας, οι Κινέζοι μελέτησαν επισταμένως τη συγκεκριμένη εκστρατεία για να βγάλουν συμπεράσματα για το σύγχρονο ψυχολογικό πόλεμο⁵⁷.

Σύμφωνα λοιπόν με την ανάλυση αυτή, οι ΗΠΑ ξεκίνησαν τις ΨΕΠ πολύ πριν το Μάρτιο του 2003. Σε στρατηγικό επίπεδο, ξεκίνησαν με τη λήξη της επιχείρησης Desert Shield/Desert Storm. Οι δύο δεκαετίες διεθνών κυρώσεων, είχαν ως αποτέλεσμα όχι μόνο τη δυσκολία συντήρησης αξιόμαχων δυνάμεων από το Ιράκ αλλά και μία «επικοινωνιακή πολιορκία» στο πληθυσμό της χώρας, που ενισχύονταν από τις συνεχείς κατηγορίες ότι το Ιράκ κατείχε όπλα μαζικής καταστροφής. Η στρατηγική απομόνωση (διπλωματική και οικονομική) σε συνδυασμό με την επιβολή απομόνωσης από στρατηγικές πληροφορίες μέσω άρνησης πρόσβασης των Ιρακινών στα διεθνή ΜΜΕ και τις διεθνείς επικοινωνίες, επέφεραν φοβερή πίεση στην ηγεσία και τον πληθυσμό της χώρας, πολύ πριν ξεκινήσουν οι εχθροπραξίες. Η στρατηγική ψυχολογική πίεση συνεχίστηκε και με την έναρξη των επιχειρήσεων. Όπως σημειώνει ένας Κινέζος αναλυτής, ακόμη και η απόφαση να ονομαστεί η εκστρατεία «Operation Iraqi Freedom» ήταν «αριστοτεχνικό ψυχολογικό τέχνασμα⁵⁸». Το όνομα υπονοούσε ότι οι ΗΠΑ ξεκίνησαν τον πόλεμο με μόνο αλτρουιστικό κίνητρο την απελευθέρωση του Ιρακινού λαού και τίποτε άλλο.

⁵⁷ Dean Cheng, 2013, σ.9

⁵⁸ Hu Fengwei, *Psychological Warfare in the Iraq War* (Shenyang, PRC: White Mountain Press, 2004), σ.94–95

Ο σχεδιασμός της ΨΕΠ ξεκίνησε εννέα με δώδεκα μήνες πριν την έναρξη των κυρίων πολεμικών επιχειρήσεων και συμμετείχαν σε αυτόν 600 με 700 περίπου άτομα από το ειδικό προσωπικό ΨΕΠ⁵⁹, αν και μόνον ένας μικρός αριθμός αυτών αναπτύχθηκε στο πεδίο. Καθώς πλησίαζε η έναρξη των εχθροπραξιών, οι ΗΠΑ προχώρησαν τις ΨΕΠ σε ατομικό επίπεδο ηγεσίας. Καλούσαν ανώτατους Ιρακινούς αξιωματούχους απευθείας στα κινητά τους τηλέφωνα, τους έστελναν μηνύματα sms και έστελναν e-mails στους προσωπικούς τους λογαριασμούς, προσπαθώντας να τους πείσουν είτε να παραδοθούν ή να επιδείξουν μειωμένη απόδοση στα καθήκοντά τους. Η επιδίωξη ήταν να σπείρουν ασυμφωνία και δυσπιστία στα ανώτερα στρώματα της Ιρακινής ηγεσίας, διαλύοντας την αλληλεγγύη και την εμπιστοσύνη στην κορυφή της⁶⁰. Η επιπλέον εμπλοκή Ιρακινών εξόριστων και αποστατών επέτεινε το δημιουργούμενο χάος. Μόλις οι πολεμικές επιχειρήσεις ξεκίνησαν, οι ΨΕΠ άρχισαν να εφαρμόζουν πιο εξαναγκαστικές μεθόδους σε τακτικό επίπεδο. Για παράδειγμα, η «αποκεφάλιση» του Ιράκ ήταν μία προσπάθεια που αποσκοπούσε στο να ωθήσουν τους ντόπιους να σκοτώσουν τον Σαντάμ Χουσεϊν από τις πρώτες κιόλας ώρες της σύγκρουσης. Αν και οι επιθέσεις αυτές δεν είχαν επιτυχία, οι Αμερικανοί συνεχώς διέδιδαν ότι ο Σαντάμ ήταν νεκρός.

Για την εκτέλεση των ΨΕΠ χρησιμοποιήθηκαν ραδιοφωνικές εκπομπές, διανομή φυλλαδίων (άνω των 20 εκατομμυρίων μέχρι την έναρξη των πολεμικών επιχειρήσεων) και ειδικά διασκευασμένα οχήματα. Επιπλέον εκτελέστηκαν αεροπορικές εκπομπές ραδιοτηλεοπτικού σήματος από το EC-130E «Commando Solo» και ναυτικές εκπομπές από αεροπλανοφόρα στον Αραβικό Κόλπο⁶¹. Τα φυλλάδια που διανεμήθηκαν τα χαρακτήριζε η ευθύτητα στο λόγο, η απλότητα του μηνύματος και ήταν πάντα «εντός θέματος». Σε αντίθεση με τις ΨΕΠ στο Αφγανιστάν (Operation Enduring Freedom - OEF), τα περισσότερα από αυτά κατευθύνθηκαν προς στρατιωτικές μονάδες, γεγονός που αντικατόπτριζε ότι η κύρια ανησυχία στο ΙΡΑΚ ήταν οι συμβατικές στρατιωτικές δυνάμεις του Σαντάμ και όχι η απειλή ατάκτων όπως στο Αφγανιστάν. Τα μηνύματα γενικά έδειχναν μία συμπάθεια προς τους Ιρακινούς στρατιώτες και υπονοούσαν ότι η συμμαχία θα

⁵⁹ Christopher J. Lamb, 2005, σ.48

⁶⁰ Wang Yongming, Liu Xiaoli, et al., *Research on the Iraq War* (Beijing, PRC: Academy of Military Science Press, 2003), σ. 86.

⁶¹ Christopher J. Lamb, 2005, σ.49

προτιμούσε να μην τους σκοτώσει εάν είχε αυτήν την επιλογή⁶². Επίσης σε αντίθεση με τις ΨΕΠ στην ΟΕΦ, τα φυλλάδια επιχειρηματολογούσαν υπέρ της νομιμότητας της συμμαχικής επιχείρησης, τονίζοντας τη νομική βάση της που ήταν και ο λόγος που τα Ιρακινά ΑΣ υπέφεραν της κυρώσεις του ΟΗΕ, ενώ δεν είχαν ιδιαίτερη πολιτισμική χροιά όπως αυτά στο Αφγανιστάν (θα μπορούσαν δηλαδή να χρησιμοποιηθούν και σε άλλες περιοχές εκτός Ιράκ). Οι ραδιοφωνικές εκπομπές εστίασαν περισσότερο στις στρατιωτικές επιχειρήσεις και σε πολιτικά μηνύματα.

Οι Αμερικανοί δεν ήταν όμως οι μόνοι που εξασκούσαν ΨΕΠ. Το ίδιο έκανε και η Ιρακινή πλευρά για να εμψυχώσει τους υπηκόους της ώστε να συνεχίσουν την αντίσταση έναντι των εισβολέων αλλά και για να μπορέσει να συγκεντρώσει περισσότερη υποστήριξη από το εξωτερικό ή τουλάχιστον να πετύχει μία διεθνή καταδίκη της Αγγλοαμερικανικής ηγεσίας. Έτσι, σύμφωνα με την κινεζική οπτική⁶³, οι Ιρακινοί επέλεξαν να υιοθετήσουν μία παθητική στάση το διάστημα πριν την έναρξη των πολεμικών επιχειρήσεων, προσπαθώντας να δείξουν ξεκάθαρα ότι δεν έχουν καμία πρόθεση να ξεκινήσουν εχθροπραξίες. Όταν ξεκίνησαν οι συγκρούσεις, ο Σαντάμ εμφανιζόταν συχνά στην τηλεόραση για να ακυρώνει ως ψευδείς τις συμμαχικές ειδήσεις που τον ήθελαν νεκρό.

Με την ολοκλήρωση των πολεμικών επιχειρήσεων την 01 Μαΐου 2003, ξεκίνησε η επόμενη φάση της ΟΙΦ, η σταθεροποίηση. Στη φάση αυτή, η προσπάθεια των Αμερικανών επικεντρώθηκε στο να απομονώσουν τον αντίπαλο από την εγχώρια και διεθνή υποστήριξη και γι' αυτό οι ΨΕΠ αυτής της φάσης, θεωρήθηκαν πολύ πιο κρίσιμες σε σχέση με τις ΨΕΠ στη φάση των πολεμικών συγκρούσεων. Απαιτούσαν «πρόσωπο με πρόσωπο» επικοινωνία του προσωπικού ΨΕΠ με τον ντόπιο πληθυσμό, συνεχή παρακολούθηση των πληροφοριών που διαχέονταν στα ΑΣ από τον αντίπαλο και ανάλογες δράσεις αντιμετώπισης των πιθανών επιπτώσεών τους, καθώς και συνεχή παραγωγή καλά μελετημένων προϊόντων ΨΕΠ⁶⁴.

Ως γενικό συμπέρασμα θα λέγαμε ότι, οι εκτιμήσεις αρκετών αναλυτών των ΨΕΠ στους δύο πολέμους στο Ιράκ, καταδεικνύουν ότι σε μεγάλες πολεμικές αναμετρήσεις

⁶² Christopher J. Lamb, 2005, σ. 50

⁶³ Dean Cheng, 2013, σ.10

⁶⁴ Christopher J. Lamb, 2005, σ.19-20

όπου υπάρχει εμπλοκή σημαντικών στρατιωτικών δυνάμεων, οι ΨΕΠ λειτουργούν συμπληρωματικά ως σημαντικοί πολλαπλασιαστές ισχύος μέσω της υποβάθμισης της αποτελεσματικότητας των αντίπαλων δυνάμεων και της αποτροπής κλιμάκωσης της έντασης της σύγκρουσης από την αντίπαλη ηγεσία. Σε επιχειρήσεις σταθεροποίησης που ακολουθούν την πολεμική αναμέτρηση, ο ρόλος των ΨΕΠ αναβαθμίζεται σε κρίσιμο επίπεδο, αφού υπάρχει έντονη διάδραση με τον τοπικό πλέον πληθυσμό και η προσπάθεια επικεντρώνεται στην απομόνωση των αντιπάλων και αποστέρησή τους από την τοπική και διεθνή υποστήριξη. Οι ΨΕΠ στη φάση αυτή έχουν αυξημένες απαιτήσεις σε πόρους.

Οι επιχειρήσεις στο Αφγανιστάν

Από την αρχή της πολεμικής εμπλοκής των ΗΠΑ στο Αφγανιστάν το 2001 (Operation Enduring Freedom - OEF), οι Αμερικανοί ηγέτες αναγνώριζαν τη σπουδαιότητα του να αποκτήσουν την υποστήριξη του Αφγανικού πληθυσμού, έχοντας δεδομένη και την ιστορική αντιπάθεια της χώρας αυτής σε ξένους στρατούς εισβολής. Στον αντίποδα, η κυβέρνηση των Ταλιμπάν και η ηγεσία της al-Qaida προσπάθησαν να πείσουν τον Αφγανικό λαό ότι οι Αμερικανοί επιτίθεντο στη θρησκευτική πίστη του Αφγανικού έθνους.

Η εμπλοκή των ΨΕΠ στην OEF ξεκίνησε την αμέσως επόμενη ημέρα της επίθεσης στους δίδυμους πύργους, όταν μία ομάδα ΨΕΠ (TPD 940), ξεκίνησε ανάλυση ΑΣ συμπεριλαμβανομένων των Ταλιμπάν, της al-Qaida και του Αφγανικού πληθυσμού⁶⁵. Την 4 Οκτ 2001, ενεργοποιήθηκε ένα Διακλαδικό Κλιμάκιο ΨΕΠ (JPOTF) 95 ατόμων στο Fort Bragg της νότιας Καρολίνας και άρχισε τον επιχειρησιακό σχεδιασμό για την επικείμενη εκστρατεία. Οι ΑΝΣΚ που είχε αναλάβει⁶⁶ ήταν να μετατοπίσει το θέμα της αντιπαράθεσης από το Ισλάμ στην τρομοκρατία και να αντιμετωπίσει την αντίπαλη προπαγάνδα, να αποθαρρύνει την παρεμβολή σε ανθρωπιστικές δραστηριότητες, να υποστηρίξει τους στόχους που θα τεθούν ενάντια στους κρατικούς και μη-κρατικούς δρώντες που στηρίζουν την τρομοκρατία και να διακόψουν την υποστήριξη προς ή τις σχέσεις με τρομοκρατικούς οργανισμούς.

⁶⁵ Christopher J. Lamb, 2005, σ.45-46

⁶⁶ Christopher J. Lamb, 2005, σ.45-46

Δύο ημέρες πριν την έναρξη των «κινητικών» επιχειρήσεων, το αεροσκάφος EC-130E «Commando Solo» ξεκίνησε να εκπέμπει ραδιοφωνικές εκπομπές στο Αφγανιστάν ενώ, περίπου μία εβδομάδα μετά την έναρξη αυτών έπεσαν τα πρώτα φυλλάδια.



Εικόνα 3. EC-130 Commando Solo. Ανάκτηση την 05 Μαρ 2018 από: <https://www.psywar.org/content/afghanistan02>

Παράλληλα, τα τμήματα ΨΕΠ που επιχειρούσαν στο πεδίο σε συνεργασία και με τμήματα Ειδικών Επιχειρήσεων, μοίρασαν πάνω από 7.500 ραδιοφωνάκια μπαταρίας στον τοπικό πληθυσμό, για να μπορεί να ακούει τα μηνύματα που εκπέμπονταν από τους Αμερικανικούς ραδιοφωνικούς σταθμούς στην περιοχή⁶⁷.



Εικόνα 4. Ραδιόφωνα Kaito που διανεμήθηκαν στον Αφγανικό πληθυσμό. Ανάκτηση την 05 Μαρ 2018 από: <https://www.psywar.org/content/afghanistan02>

⁶⁷ Christopher J. Lamb, 2005, σ.46

Όσο οι επιχειρήσεις στο έδαφος προχωρούσαν, οι Αμερικανοί άρχισαν να παρέχουν στον πληθυσμό ανθρωπιστική βοήθεια, μοιράζοντας φάρμακα στα νοσοκομεία, εξοπλισμό σε σχολεία και κουβέρτες στον πληθυσμό. Συνδύαζαν δε αυτές τις αποστολές με τις ΨΕΠ, περνώντας το μήνυμα ότι όσο δεν υπάρχει σταθερότητα, δυσχεραίνει η παροχή ανθρωπιστικής βοήθειας, ενώ υπογράμμιζαν ότι υπήρχε ανάγκη για ένα ενιαίο Αφγανιστάν, το οποίο θα ευδοκιμήσει με πρόεδρο τον Χαμίντ Καρζάϊ, σε αντίθεση με την κυβέρνηση των Ταλιμπάν.

Γενική επιδίωξη των Αμερικανών ήταν να κερδίσουν την υποστήριξη του τοπικού πληθυσμού, τόσο στην προσπάθειά τους να ανατρέψουν το Ισλαμικό Εμιράτο και να δημιουργήσουν μία δημοκρατική εθνική κυβέρνηση στη θέση του, όσο και για την παρουσία ξένων στρατιωτικών τμημάτων στη χώρα. Αρχικές προσπάθειες στην κατεύθυνση αυτή ήταν επιτυχείς, χωρίς όμως αυτό να εξασφαλίσει παρόμοια συνέχεια και για τα επόμενα χρόνια. Υπήρξαν λόγοι για αυτό.

Με την αμερικανική εισβολή στο Ιράκ το 2003, η ικανότητα των αμερικανικών τμημάτων ΨΕΠ στο Αφγανιστάν να διασπείρουν «Στρατηγική Επικοινωνία» μέσω των τοπικών ΜΜΕ μειώθηκε σταθερά. Ο λόγος ήταν η μετάγχιση του ειδικού προσωπικού ΨΕΠ από το θέατρο επιχειρήσεων του Αφγανιστάν στο θέατρο επιχειρήσεων του Ιράκ όπου κρίθηκε ότι υπήρχαν μεγάλες απαιτήσεις. Έτσι η δυνατότητα ΨΕΠ στο Αφγανιστάν υπέστη σταθερές μειώσεις εξειδικευμένου προσωπικού την περίοδο 2003 – 2007. Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι τον Απρίλιο 2006, η δυνατότητα ανάπτυξης προϊόντων τακτικών ΨΕΠ στο Αφγανιστάν, μειώθηκε από τα 25 στα 8 άτομα⁶⁸.

Παράλληλα, η απογοήτευση για την κυβέρνηση Καρζάϊ μεγάλωνε και επιδεινώνονταν ακόμη περισσότερο με την αυξημένη δυσαρέσκεια για τις τακτικές του ΝΑΤΟ και των αμερικανικών δυνάμεων, που επηρέαζαν αρνητικά τον ντόπιο πληθυσμό. Ως αποτέλεσμα, το κίνημα των Ταλιμπάν άρχισε να ξαναδυναμώνει, επεκτείνοντας τον έλεγχό του σε αγροτικές περιοχές και αυξάνοντας τις τρομοκρατικές επιθέσεις σε κυβερνητικά στελέχη και υποστηρικτές τους. Το 2009, ο στρατηγός ΜακΚρίσταλ ανέλαβε τη διοίκηση της ISAF και αντελήφθη ότι ήταν κρίσιμο να αντιστραφεί η μείωσης υποστήριξης από τον τοπικό πληθυσμό εάν ήθελαν η αμερικανική προσπάθεια να επιτύχει τελικά.

⁶⁸ A. Munoz, 2012, σ.2

Σε μία ομιλία του ο Αμερικανός Α/ΓΕΕΘΑ Ναύαρχος Μούλλεν, αν και μιλούσε για «Στρατηγική Επικοινωνία», ανέφερε ότι οι γραμμές μεταξύ στρατηγικού, επιχειρησιακού και τακτικού επιπέδου στον σύγχρονο κόσμο της επικοινωνίας, όπου τα βίντεο και οι φωτογραφίες στο διαδίκτυο εφελκούν τους λήπτες απόφασης, είναι πολύ θολές και πλέον δυσδιάκριτες, φωτογραφίζοντας με αυτόν τον τρόπο τις ΨΕΠ. Προσδιόρισε το πρόβλημα διείσδυσης της αμερικανικής «Στρατηγικής Επικοινωνίας» στην έλλειψη αξιοπιστίας τους. Τα μηνύματά τους δε θεωρούνταν αξιόπιστα διότι οι Αμερικανοί δεν επένδυσαν αρκετά στο να χτίσουν σχέσεις εμπιστοσύνης και δεν υλοποίησαν πάντα τις διάφορες υποσχέσεις τους⁶⁹.

Το πρόβλημα των επικαλυπτόμενων τομέων μεταξύ των τριών λειτουργιών [Στρατηγική Επικοινωνία (ΣΕ), Πληροφοριακές Επιχειρήσεις (ΠΕ), ΨΕΠ] ως αποτέλεσμα της σύγχυσης στην ονοματολογία, οδήγησε σε αντίστοιχα μεγάλη σύγχυση μεταξύ των διαφόρων επιχειρησιακών παραγόντων για τα όρια λειτουργίας του καθενός από αυτούς, παρά τις προσπάθειες του αμερικανικού ΥΕΘΑ να διευκρινίσει τους ξεχωριστούς αυτούς ρόλους μεταξύ τους⁷⁰. Δημιουργήθηκαν έτσι επικαλύψεις αλλά και μεγάλα κενά στην όλη Αμερικανική εκστρατεία επηρεασμού, γεγονός που αναγνωρίστηκε και από έναν άλλον υψηλό αξιωματούχο, τον Αμερικανό ειδικό εκπρόσωπο στο Αφγανιστάν, τον Ρίτσαρντ Χόλμπρουκ⁷¹. Το 2010, το Αμερικανικό ΥΕΘΑ άλλαξε την ονομασία των ΨΕΠ σε «Στρατιωτικές Πληροφοριακές Επιχειρήσεις Υποστήριξης» [Military Information Support Operations (MISO)] λόγω αρνητικής φόρτισης του όρου ΨΕΠ, γεγονός που επέτεινε την ήδη διαμορφωμένη αντίληψη του προσωπικού ΨΕΠ ότι ο ρόλος του ήταν υποτιμημένος από την ιεραρχία σε σχέση με το ρόλο των ΠΕ που τον θεωρούσαν υπερτιμημένο.

Πέρα από τα λειτουργικά προβλήματα που αναφέρθηκαν και επηρέασαν την αποτελεσματικότητα των ΨΕΠ (μειώσεις προσωπικού, γενικότερη μείωση αξιοπιστίας Αμερικανικών δυνάμεων στα μάτια του τοπικού πληθυσμού, σύγχυση ονοματολογίας λειτουργιών που οδηγούσε σε σύγχυση αρμοδιοτήτων και δημιουργία επιχειρησιακών

⁶⁹ A. Munoz, 2012, σ.4. Επιπλέον, ως παράδειγμα σε αυτό μπορεί να αναφερθούν οι ΨΕΠ που διεξήχθησαν από τους Αμερικανούς και τη Δυτική Συμμαχία στον 1^ο πόλεμο του Κόλπου: Οι ραδιοφωνικοί σταθμοί που υποστηρίζονταν από τη CIA, κ.α., ενθάρρυναν του Σίιτες του Ν. Ιράκ και τους Κούρδους του Β. Ιράκ να επαναστατήσουν ενάντια στο καθεστώς του Σ. Χουσεΐν, αλλά η Δυτική Συμμαχία δεν τους υποστήριξε όταν τελικά αυτοί επαναστάτησαν και τους άφησε στο έλεος του Σαντάμ.

⁷⁰ A. Munoz, 2012, σ.9

⁷¹ A. Munoz, 2012, σ.4

κενών), επιπλέον παράμετροι δυσχέραναν τη δυνατότητα μέτρηση της αποτελεσματικότητας των ΨΕΠ που εκτελούνταν και κατά συνέπεια τη δυνατότητα ανατροφοδότησης και προσαρμογής τους στις καταστάσεις που παρουσιάζονταν.

Δεν υπήρχε μία κεντρική βάση δεδομένων όπου να φυλάσσονται όλα τα στοιχεία που αφορούσαν στην εξέλιξη συγκεκριμένων ΨΕΠ (δηλ. θέματα, διασπορά μηνυμάτων, ειδικές επιχειρήσεις και επιπτώσεις τους στα ΑΣ) ενώ, οι ΨΕΠ στο πεδίο χαρακτηρίζονταν από μεγάλη διακύμανση μεταξύ των διαφόρων συντελεστών που τις εφάρμοζαν. Κάτι που για παράδειγμα αποτελούσε ακριβή παρατήρηση για την Τοπική Διοίκηση Ανατολής (RC East) μπορεί να μην ίσχυε για την Τοπική Διοίκηση Νότου (RC South). Κανείς δεν συγκέρασε σε ένα συνολικό αρχείο όλες αυτές τις αποκεντρωμένες ΨΕΠ. Επιπλέον, για να προστατευθούν τα μέλη του τοπικού πληθυσμού που συνεργάζονταν με τους Αμερικανούς από αντίποινα και για να μειωθεί το Αμερικανικό αποτύπωμα στον τοπικό πληθυσμό, οι δραστηριότητες ΨΕΠ σταδιακά χαρακτηρίζονταν όλο και περισσότερο διαβαθμισμένες, με αποτέλεσμα να δυσκολεύεται η σύγκριση μεταξύ παλαιότερων και νεότερων τεχνικών.

Από την άλλη πλευρά, οι Ταλιμπάν εκτελούσαν με τη σειρά τους και αυτοί ΨΕΠ. Σύμφωνα με τις ενδείξεις, η Αμερικανική πλευρά πλην εξαιρέσεων, στάθηκε αδύναμη να αντιμετωπίσει αποτελεσματικά τις εχθρικές ΨΕΠ, ιδίως στα θέματα των απωλειών ζώων αθώων Αφγανών πολιτών και έλλειψης σεβασμού στο Ισλάμ⁷².

Συνολικά θα λέγαμε ότι κατά τη διάρκεια των πρώτων ετών της εκστρατείας στο Αφγανιστάν, οι επιχειρήσεις επηρεασμού δεν ήταν συντονισμένες μεταξύ τους με μία διαδικασία που να έχει συνοχή, ενώ στόχευαν κυρίως στον εχθρό. Οι κύριες μέθοδοι που χρησιμοποιήθηκαν ήταν οι ρίψεις φυλλαδίων και οι ραδιοφωνικές εκπομπές. Περί τα μέσα του 2006, οι Αμερικανοί συνειδητοποίησαν ότι η επικοινωνιακή στρατηγική θα έπρεπε να στοχεύει όλα τα σχετικά ΑΣ στη χώρα διότι όλα ήταν εμπλεκόμενα μεταξύ τους. Οργανωτικά και λειτουργικά προβλήματα δυσχέραναν την ανατροφοδότηση και κατά συνέπεια περιόριζαν τη βελτίωση των ΨΕΠ ενώ η Αμερικανική πλευρά, πλην κάποιων εξαιρέσεων, δεν μπόρεσε να αντιμετωπίσει αποτελεσματικά την εχθρική προπαγάνδα και βρέθηκε εκτεθειμένη στους τομείς των παράπλευρων απωλειών αμάχων και έλλειψης σεβασμού στο Κοράνιο.

⁷² A. Munoz, 2012, σ.109

Συνοπτικά

Οι Αμερικανικές ΨΕΠ στο Ιράκ και στο Αφγανιστάν, όπου υπήρξε πολεμική αναμέτρηση και απώλειες ανθρώπινων ζώων, λειτούργησαν συμπληρωματικά των «κινητικών» επιχειρήσεων ως πολλαπλασιαστές ισχύος. Στο βαθμό που ακολουθήθηκαν οι αρχές διεξαγωγής ΨΕΠ, αυτές ήταν περισσότερο ή λιγότερο αποτελεσματικές.

Το Ιράκ, ήταν η πρώτη περίπτωση μεταψυχροπολεμικής σύγκρουσης κρατών με συμβατικές δυνάμεις, με παγκόσμια και εικοσιτετράωρη τηλεοπτική κάλυψη. Όπου οι ΗΠΑ ακολούθησαν τις αρχές ΨΕΠ (σε αντίθεση με την Ιρακινή πλευρά), επετεύχθη η παράδοση πολλών χιλιάδων Ιρακινών μαχητών και η στρατηγική αποτελεσματικότητα των αμερικανικών ΨΕΠ ήταν υψηλή.

Στο Αφγανιστάν, όσο στα πρώτα στάδια της επιχείρησης οι αρχές ΨΕΠ εφαρμόζονταν από την αμερικανική πλευρά, οι στρατηγικοί ΑΝΣΚ εκπληρώνονταν. Όταν όμως κάποιες αρχές άρχισαν να μη γίνονται σεβαστές (όπως για παράδειγμα η συγκεντρωτική διεύθυνση, η καλή έρευνα και κατανόηση των ΑΣ, ο συντονισμός των φορέων που εκτελούσαν επιχειρήσεις επηρεασμού μεταξύ τους, κ.α.) η αποτελεσματικότητα των αμερικανικών ΨΕΠ περιοριζόταν. Τα αποτελέσματα των «κινητικών» επιχειρήσεων, που σε ορισμένες περιπτώσεις δε συμφωνούσαν με τα διαφημιζόμενα μηνύματα από τις ΨΕΠ, λειτουργούσαν ανταγωνιστικά στην αμερικανική προσπάθεια και αδυνάτιζαν ακόμη περισσότερο την αποτελεσματικότητα των αμερικανικών ΨΕΠ.

Στη φάση που οι μεγάλες πολεμικές συγκρούσεις περιορίστηκαν και ξεκίνησαν επιχειρήσεις σταθεροποίησης, οι ΨΕΠ αποδείχθηκαν κρίσιμες για την επίτευξη των στόχων, αλλά και πολύ απαιτητικές σε πόρους για συνεχόμενο μεγάλο διάστημα.

Κεφάλαιο «Ε»: Η Ρωσική επιχείρηση επηρεασμού στην Ουκρανία και στην προσάρτηση της Κριμαίας

Μέχρι το πρωί της 22 Φεβ 2014, η κυβέρνηση του προέδρου της Ουκρανίας Βίκτωρα Γιανουκόβιτς κατέρρευσε εν μέσω σοβαρών διαδηλώσεων και ταραχών, που προκλήθηκαν από μεγάλη μερίδα του πληθυσμού της χώρας. Την αντίδραση αυτή προκάλεσε η απόφαση του προέδρου, η χώρα του να μην προσεγγίσει και να μην αναπτύξει στενότερες σχέσεις με την ΕΕ. Την όλη ανώμαλη κατάσταση στο εσωτερικό, την οποία οι υποστηρικτές του προέδρου χαρακτήρισαν ως «πραξικόπημα», εκμεταλλεύτηκε η Ρωσία με τη στρατιωτική της υπηρεσία κατασκοπίας, την επονομαζόμενη GRU⁷³, για να εκτοξεύσει μία μυστική επιχείρηση επηρεασμού ως τμήμα μίας γενικότερης εκστρατείας επιθετικής προπαγάνδας εναντίον της νέας κυβέρνησης και των διαδηλωτών που υποστήριζαν τη δυτική προσέγγιση της χώρας. Υπήρχαν γενικά τρεις στρατηγικοί ΑΝΣΚ κατά την εκστρατεία επηρεασμού για την προσάρτηση της Κριμαίας⁷⁴:

- α. Να απαξιωθεί η νέα κυβέρνηση της Ουκρανίας.
- β. Να υπερτονιστεί ο σοβαρός κίνδυνος που διατρέχουν οι Ρωσικής καταγωγής κάτοικοι στην Ουκρανία.
- γ. Να προβληθεί ευρέως ότι τυγχάνει πολύ μεγάλης υποστήριξης η προοπτική για την Κριμαία «να επιστρέψει στο σπίτι της», στην ασφάλεια της Ρωσίας.

Ο στόχος της εκστρατείας, σύμφωνα με μία διαβαθμισμένη αναφορά της GRU που ήρθε στην κατοχή της αμερικανικής εφημερίδας «The Washington Post»⁷⁵, ήταν να επηρεαστούν συγκεκριμένα ΑΣ, όπως οι κρίσιμοι λήπτες αποφάσεων αλλά και το ευρύτερο κοινό παγκοσμίως, ώστε να είναι ψυχολογικά έτοιμοι να δεχθούν τη Ρωσική στρατιωτική δράση που ξεκίνησε την 27 Φεβ 2014, με την κατάληψη του Ουκρανικού κοινοβουλίου από ενόπλους και κατέληξε τελικά στην προσάρτηση της Κριμαίας από τη Ρωσία.

⁷³ Συντομογραφία της Glavnoye Razvedyvatel'noye Upravleniye (Κύρια Διεύθυνση Πληροφοριών). Είναι η Υπηρεσία Στρατιωτικών Πληροφοριών των Ενόπλων Δυνάμεων της Ρωσικής Ομοσπονδίας. Για περισσότερα στο <https://www.reuters.com/article/us-russia-medvedev-intelligence-gru-sb/factbox-five-facts-about-russian-military-intelligence-idUSTRE53N3K820090424>

⁷⁴ Kofman, et al., Lessons from Russia's Operations in Crimea and Eastern Ukraine, RAND, 2017, σ.13

⁷⁵ Ellen Nakashima, Inside a Russian disinformation campaign in Ukraine in 2014, The Washington Post, 25 Δεκ 2017

Σύμφωνα με την εφημερίδα, στη συγκεκριμένη αναφορά (όπου δίδεται μία πολύ καλή εικόνα της επιχειρησιακής δράσης μίας ομάδας της GRU, διάρκειας 6 ημερών), εξηγείται πώς την επομένη της πτώσης της κυβέρνησης Γιανουκόβιτς, οι στρατιωτικοί κατάσκοποι της GRU δημιούργησαν ένα μεγάλο αριθμό λογαριασμών ψεύτικων προσωπικοτήτων (fake personas), σε διάφορες πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Facebook και το αντίστοιχο ρωσικό VKontakte (VK). Η επιδίωξη ήταν, οι προσωπικότητες αυτές να παρουσιάζονταν ως συνηθισμένοι άνθρωποι από όλη την επικράτεια της Ουκρανίας, οι οποίοι εμφανίζονταν απηυδισμένοι από τις αντιδράσεις διαμαρτυρίας της αντιπολίτευσης στην κεντρική πλατεία του Κιέβου, την πλατεία Μείντάν. Το πρωί του Σαββάτου 22 Φεβ 2014, ένας άντρας που αυτοσυστηνόταν ως «Ιβάν Γκαλίτσιν», ανάρτησε ένα σχόλιο σε ένα άρθρο μίας βρετανικής εφημερίδας. Αφορούσε τον ηγέτη της Ουκρανικής αντιπολίτευσης και πρώην πρωθυπουργό Ηλία Τιμοσένκο, που απελευθερώθηκε από τη φυλακή την ίδια ημέρα. Σε αγγλική γλώσσα ο «Γκαλίτσιν» έγραψε: «Έγινε πραξικόπημα στην Ουκρανία. Ζώ στο Κίεβο. Ήμουν στη Μείντάν, αλλά οι ειρηνικές διαδηλώσεις τερματίστηκαν πριν δύο μήνες, όταν αντικατασταθήκαμε από ένοπλους εθνικιστές. Ήταν εφιάλτης. Οι φασίστες επανήλθαν σε μας 70 χρόνια μετά τον 2^ο Παγκόσμιο Πόλεμο. Δε θέλω αυτό το μέλλον για τη Ουκρανία.»

Σύμφωνα με τα έγγραφα, ο «Γκαλίτσιν» ήταν δημιούργημα ενός αξιωματικού ΨΕΠ της GRU. Το προφίλ του δημιουργήθηκε την 22 Φεβ 2014 και ο αξιωματικός χρησιμοποίησε ως φωτογραφία προφίλ, μία φωτογραφία πραγματικού προσώπου, κάποιου Κωνσταντίνου Γιαροσένκο, ενός καταδικασμένου Ρώσου εμπόρου ναρκωτικών που εξέτιε ποινή σε φυλακή των ΗΠΑ. Η ανάρτηση του «Γκαλίτσιν» εμφανίστηκε επίσης και σε άλλες αγγλόφωνες εκδόσεις.

Σύμφωνα πάντα με τη συγκεκριμένη αναφορά, η ομάδα της GRU στοχοποίησε συνολικά, περισσότερες από 30 Ουκρανικές ομάδες και πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, καθώς και 25 αγγλόφωνες εκδόσεις που ηγούνται στο χώρο της ενημέρωσης. Παριστάνοντας συνηθισμένους Ουκρανούς της καθημερινότητας, οι αξιωματικοί της GRU εξέδωσαν πολλά σχόλια με στόχο να παρακινήσουν πολίτες της χώρας οι οποίοι διέκειντο θετικά υπέρ της Ρωσίας, να εναντιωθούν στους διαδηλωτές, τους οποίους ονόμαζαν «zapadentsy» («δυτικόφρονους» στα ρωσικά). Για να το πετύχουν αυτό, διέδιδαν μηνύματα - φήμες μίσους και φόβου. Ένα σχόλιο για παράδειγμα έλεγε:

«Ταξιαρχίες zapadentsy έρχονται τώρα να μας ληστέψουν και να μας σκοτώσουν. Είναι ξεκάθαρο ότι αυτοί οι άνθρωποι δεν έχουν «αερό και όσιο.» Ένα άλλο: «Η άνοδος της αντιπολίτευσης εδώ θα είναι καταστροφική. Αυτοί οι άνθρωποι είναι εντελώς διαφορετικοί. Έχουν ένα εντελώς διαφορετικό όραμα για το μέλλον της Ουκρανίας». Οι διαδηλωτές στη Μειντάν περιγράφονταν ως «Ναζί» και «φασίστες», ονοματολογία καθόλου τυχαία, αφού οι κάτοικοι της χώρας έχουν υποφέρει ιδιαίτερα από αυτούς στο παρελθόν και για το λόγο αυτό ξυπνούν μνήμες και ενεργοποιούν πιο εύκολα συλλογικά αντανακλαστικά.

Οι αξιωματικοί της GRU ανάρτησαν επίσης στα κοινωνικά δίκτυα απειλές κατά της φυσικής ακεραιότητας των συμμάχων του Γιανουκόβιτς στη Νοτιοανατολική Ουκρανία. Στόχος τους ήταν να ενισχύσουν τους ισχυρισμούς της Μόσχας ότι, ακραίοι Ουκρανοί υποκινούσαν τη βία εναντίον Ρωσόφωνων στην περιοχή. Σε μία περίπτωση μόνο, από ένα ψεύτικο προφίλ με το όνομα Βόβα Κράβετς, εκτοξεύθηκαν απειλές στο Facebook εναντίον 14 πολιτικών. Αρκετές από τις φήμες που διαδίδονταν, παρότι αποδείχθηκαν ψευδείς, γινόταν πιστευτές από πολλούς διότι διαδίδονταν γρήγορα στον πληθυσμό. Οι υποστηριχτές της απόσχισης της Κριμαίας δέχονταν την ιστορία ως αληθή διότι συμβάδιζε με την προκατάληψη που είχαν εναντίον των Ουκρανικών δυνάμεων στην περιοχή. Αξίζει να αναφερθεί μία φήμη που αφορούσε τη σταύρωση ενός τρίχρονου παιδιού από Ουκρανούς στρατιώτες στην πλατεία του Σλοβγιάνσκ που αν και γρήγορα διαψεύστηκε από ανεξάρτητες πηγές έγινε πιστευτή από πολλούς⁷⁶. Παρόμοιες ιστορίες διαδόθηκαν επίσης γρήγορα. Μία αφορούσε έναν υποτιθέμενο εντατικόλογο ιατρό με το όνομα Ιγκόρ Ροσόβσκυ, ο οποίος βρισκόταν στο επίκεντρο των βίαιων επεισοδίων το Μάιο 2014 στην Οδυσσό και ισχυρίστηκε ότι Ουκρανοί φανατικοί επιτέθηκαν σε εθνικούς κατοίκους Κριμαίας και προσπάθησαν να τους κάψουν ζωντανούς. Όταν ο «Ιγκόρ» προσπάθησε να τους περιθάλλει, οι Ουκρανοί μαχητές τον εμπόδισαν και έκαναν δυσφημιστικά αντισημικά σχόλια εναντίον του. Η συγκεκριμένη ανάρτηση στο Facebook διαδόθηκε πολύ γρήγορα στα Ρωσικά κοινωνικά δίκτυα, όπως το VK, όπου οι χρήστες μοιράστηκαν την ιστορία 5.000 φορές σε 24 ώρες έστω κι αν κι αυτή διαψεύστηκε γρήγορα από ανεξάρτητες δυτικές πηγές⁷⁷.

⁷⁶ M. Holloway, 2017

⁷⁷ M. Holloway, 2017

Την 27 Φεβ 2014, όταν κατελήφθη το κτήριο του Ουκρανικού κοινοβουλίου, η ομάδα της GRU σύμφωνα με την αναφορά τους, δημιούργησε 4 ομάδες στο Facebook και το VK, με στόχο να παρακινήσει τους κατοίκους της Κριμαίας να υποστηρίξουν την απόσχιση της χερσονήσου από την Ουκρανία⁷⁸.

Η GRU εξέδωσε έναν «μπούσουλα» για την εκμετάλλευση του Facebook από το προσωπικό των ΨΕΠ, αν και οι οδηγίες ήταν πολύ γενικές. Μία οδηγία έλεγε ότι το προσωπικό ΨΕΠ δε χρειαζόταν να χρησιμοποιεί τις φωτογραφίες του. «Μπορείς να ψάξεις για μία φωτογραφία στο ίδιο το Facebook. Βρες κάποιον που έχει πολύ λίγους φίλους και δεν είναι πολύ ενεργός χρήστης.» Σύμφωνα με την ίδια αναφορά, η GRU έκανε επίσης χρήση πληρωμένων διαφημίσεων στο Facebook για να αυξήσει την δημοσιότητα των ομάδων. Ως αποτέλεσμα, οι ομάδες όλες μαζί έλαβαν μόνο την 27 Φεβ 2014, σχεδόν 200.000 θεάσεις (views) στο Facebook. Το περιεχόμενο ήταν αναδημοσιευμένο σε άλλες ομάδες στο Facebook, το VK και το LiveJournal, ένα άλλο Ρωσικό site κοινωνικής δικτύωσης. Το ποσοστό διάδρασης σε αυτές τις πλατφόρμες κυμαίνονταν από 2 έως 70 διαδράσεις για κάθε ανάρτηση ανά 1.000 χρήστες⁷⁹. Η Ρωσική κυβέρνηση δαπάνησε περισσότερα από 19 εκατομμύρια δολάρια για να χρηματίσει 600 ανθρώπους ώστε να σχολιάζουν συνεχώς άρθρα ειδήσεων, να γράφουν σε blogs και γενικώς να λειτουργούν σε όλο το φάσμα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης⁸⁰. Αν και είναι δύσκολο να μετρήσουμε τον ακριβή αντίκτυπο και να εκτιμήσουμε επακριβώς την αποτελεσματικότητα της εκστρατείας προπαγάνδας της GRU στην Ουκρανία, οι επιχειρησιακοί παράγοντες της εν λόγω υπηρεσίας στην αναφορά τους εκτιμούν ότι «η συντριπτική πλειοψηφία των χρηστών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης συμφώνησαν με τα αναρτώμενα επιχειρήματα και υποστήριξαν τις θέσεις των συγγραφέων τους.»

Η αποτελεσματικότητα της συγκεκριμένης ψυχολογικής εκστρατείας οφείλεται σε συγκεκριμένο παράγοντα επιτυχίας. Αυτός ήταν οι απόψεις του πληθυσμού που συγκροτούσαν το ΑΣ στην περιοχή. Η εθνολογικά Ρωσική περιοχή, αρνήθηκε να αναγνωρίσει την κυβέρνηση του Κιέβου ως νόμιμη. Μία συντριπτική πλειοψηφία 71,3% κατοίκων της Κριμαίας είδε την προσάρτηση στη Ρωσία ως θετική εξέλιξη για την

⁷⁸ E. Nakashima, 2017

⁷⁹ M. Holloway, 2017

⁸⁰ M. Holloway, 2017

περιοχή, ενώ το 66,4% των Ουκρανών εκτός της περιοχής έκριναν το ρόλο της Ρωσίας πολύ πιο αρνητικά και τον αποδοκίμασαν⁸¹. Έτσι, ένα δεκτικό ΑΣ επέτρεψε στους επιτιθέμενους να διαδώσουν το αφήγημα πολύ εύκολα σε αυτούς που υποστήριζαν την προοπτική που περιέγραφε, ενώ ταυτοχρόνως δαιμονοποιούσε όλους αυτούς που αντιτίθεντο στην Ρωσική προσάρτηση.

Φυσικά, η όλη εκστρατεία ψυχολογικού επηρεασμού συνδυάστηκε επιπλέον με κυβερνοεπιθέσεις, που το εύρος τους ξεπερνούσε την απλή διάδοση μηνυμάτων στα κοινωνικά δίκτυα. Κατάρρευση κρατικών δικτύων πληροφοριών, μπλοκάρισμα των ναυτικών επικοινωνιών, κατάρρευση του δικτύου κρατικών τηλεφώνων των μελών της Ουκρανικής κυβέρνησης που λειτουργούσαν με πρωτόκολλα Internet κ.α., δημιούργησαν ένα πληροφοριακό αποκλεισμό στην περιοχή. Αυτό το εκμεταλλεύτηκαν οι δρώντες που υποστήριζαν την προσάρτηση της χερσονήσου από τη Ρωσία, ενεπλάκησαν γρήγορα στην περιοχή, κέρδισαν και διατήρησαν πληροφοριακή υπεροχή και μπόρεσαν να επιβάλουν το αφήγημά τους στον τοπικό πληθυσμό, δεχόμενοι μικρή παρεμβολή από εξωτερικές επιρροές.



Εικόνα 5. Αφίσα που ωθεί τους πολίτες της Κριμαίας να ψηφίσουν στο δημοψήφισμα για την προσάρτηση της Κριμαίας από τη Ρωσία. Ανάκτηση την 05 Μαρ 2018 από <https://www.theguardian.com/world/2014/mar/17/crimea-crisis-russia-propaganda-media>

⁸¹ M. Holloway, 2017

Συνοψίζοντας, το μοντέλο που ακολουθήθηκε θα μπορούσε να περιγραφεί με τρία στάδια: Πρώτον, ο συνδυασμός κυβερνοεπιθέσεων με τις Ρωσικές ειδικές δυνάμεις δημιούργησαν επικοινωνιακό αποκλεισμό στην περιοχή, αποκόβοντάς την από τον υπόλοιπο κόσμο. Δεύτερον, η στρατολόγηση «trolls» και οι κυβερνοεπιθέσεις σε δίκτυα κοινωνικής δικτύωσης στόχευσαν συγκεκριμένα ΑΣ και πέτυχαν τα επιθυμητά αποτελέσματα πόλωσης του πληθυσμού. Τρίτον, με τον πληθυσμό πολωμένο σε επίπεδο έκρηξης βίας και με περιορισμένη την επικοινωνία του με τον έξω κόσμο, η προσάρτηση επετεύχθη με τη μικρότερη άμεση εμπλοκή των συμβατικών Ρωσικών ενόπλων δυνάμεων.

Από την Ρωσική αυτή επιχείρηση, βγαίνουν κάποια χρήσιμα συμπεράσματα:

α. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δύναται να έχουν σημαντική επίπτωση στην έκβαση κάθε μελλοντικής σύγκρουσης και αυτό θα πρέπει να το λάβει υπόψη κάθε εμπλεκόμενος ώστε να αξιοποιήσει αυτές τις πλατφόρμες προς όφελός του. Η γρήγορη και μεγάλη αστικοποίηση σε παγκόσμιο επίπεδο, δημιουργεί προκλήσεις σε αυτάρκεια φυσικών πόρων και σε θέματα διακυβέρνησης που μπορούν να πυροδοτήσουν συγκρούσεις. Οι προκλήσεις αυτές μπορεί να περιλαμβάνουν ελλείψεις σε καλής ποιότητας πόσιμο νερό ή ένα μέγεθος πληθυσμού τόσο μεγάλο που να είναι δύσκολο για μία κυβέρνηση να ασκήσει αποτελεσματικό έλεγχο. Μέσα σε τέτοιες αστικές περιοχές, τα κοινωνικά δίκτυα μπορεί να παρέχουν μία «φωνή ελπίδας» για κάποια φιλικά προσκείμενα ΑΣ ή να προσπαθούν να πείσουν άλλα ΑΣ που είναι ουδέτερα ή ακόμη και εχθρικά. Σε περιβάλλοντα που η διείσδυση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι επικρατούσα τάση, οι ΨΕΠ δύναται να επιτύχουν ή να αποτύχουν βασιζόμενες στην χρήση αυτών των κοινωνικών δικτύων.

β. Η διαμόρφωση του αφηγήματος που θέλει κάποιος εμπλεκόμενος να περάσει, πρέπει να ενσωματωθεί στη στρατιωτική διαδικασία λήψης απόφασης για την επιχείρηση. Συνήθως παρατηρείται τα τμήματα ειδικών δυνάμεων να λαμβάνουν περισσότερο υπόψη το αφήγημα κατά την επιχείρηση, από τις συμβατικές δυνάμεις που δεν ενσωματώνουν τα απαραίτητα μέσα για να επηρεάσουν έναν πληθυσμό. Για να βελτιωθεί αυτό, πρέπει οι ανώτεροι Διοικητές να ενθαρρύνουν τα υφιστάμενα τμήματα να συλλέγουν στοιχεία (φωτογραφίες και βίντεο) από το πεδίο επιχειρήσεων, ώστε να χρησιμοποιούνται από τα κατάλληλα τμήματα στον κυβερνοχώρο και να διαμορφώνουν το επιθυμητό αφήγημα. Στρατιώτες εξοπλισμένοι με κάμερες στο πεδίο και τραβώντας

βίντεο και ηχητικά ντοκουμέντα κατά τις επιχειρήσεις με τον τοπικό πληθυσμό, δημιουργούν τη δυνατότητα να αντιμετωπιστεί αποτελεσματικά η αντίστοιχη χρήση των κοινωνικών δικτύων από τον αντίπαλο ή να ενισχυθούν προηγούμενα μηνύματα που διέδωσαν οι φίλιες δυνάμεις.

γ. Παρά την αυξανόμενη δυναμική για επίδειξη μεγαλύτερης υπευθυνότητας από κάθε στρατιώτη στο έδαφος, οι στρατιώτες πρέπει να καταλάβουν ότι περισσότερα μάτια είναι πλέον στραμμένα πάνω τους από ότι παλαιότερα. Κάθε «ατόπημα» διαδίδεται ως είδηση αστραπιαία σε πληθυσμούς που είναι συνδεδεμένοι σε δίκτυα, ενώ ψευδείς ιστορίες ή φήμες και μισές αλήθειες εμφανίζονται λόγω της φυσικής εξέλιξης της ιστορίας. Σε τέτοιο περιβάλλον, ο αντίπαλος απλά χρειάζεται να επιταχύνει αυτή την εξέλιξη προς όφελός του. Εξαιτίας αυτού, οι μικροί ηγέτες (ομαδάρχες, διμοιρίτες), πρέπει να παίρνουν τη σωστή απόφαση στο σωστό χρόνο έχοντας στο μυαλό τους την περίπτωση του «στρατηγικού δεκανέα»⁸². Η Ρωσία στην περίπτωση της Κριμαίας, έδειξε στον κόσμο την αποτελεσματικότητα των ΨΕΠ και της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως οπλικό σύστημα του κυβερνοχώρου. Με το να στρέψει ένα μέρος του πληθυσμού εναντίον του άλλου, κατόρθωσε να πετύχει το στρατηγικό της στόχο προσαρτώντας εδάφη από ένα άλλο κυρίαρχο κράτος, χωρίς την εμπλοκή μεγάλων συμβατικών δυνάμεων. Οι μελλοντικές συγκρούσεις πιθανόν να εμπλέκουν πληθυσμούς πολιτών διασυνδεδεμένους περισσότερο ή λιγότερο σε δίκτυα και τότε η χρήση των δικτύων κοινωνικής δικτύωσης ως μέσο για τη διάδοση μηνυμάτων θα είναι θεμελιώδης στη διαμόρφωση του αφηγήματος της μίας ή της άλλης πλευράς.

⁸² Όταν μία ενέργεια που εκτελείται στο κατώτατο τακτικό επίπεδο από έναν χαμηλόβαθμο στρατιώτη δύναται να έχει στρατηγικές επιπτώσεις στη γενική εξέλιξη της σύγκρουσης.

Κεφάλαιο «ΣΤ»: Η περίπτωση ISIS/DAESH και η διεθνής τρομοκρατία

Η σαλαφιστική τρομοκρατική οργάνωση DAESH, γνωστή και ως ISIS ή ISIL ή Ισλαμικό Κράτος εμφανίστηκε με μία μοναδική Αξιακή Πρόταση (Value proposition): Ανακοίνωσε ότι θέλει να εγκαθιδρύσει ένα παγκόσμιο χαλιφάτο, να ενώσει όλον τον μουσουλμανικό κόσμο με σκοπό την εμπειρία ενός καλύτερου τρόπου ζωής, όντας μέλος της Ummah, της κοινότητας των πιστών του νεοδιακηρυγμένου κράτους και να εξαλείψει όλους τους αντιπάλους του. Με αυτή την πρόταση μπόρεσε να προκαλέσει και να συγκρατήσει την προσοχή συγκεκριμένων ΑΣ. Παράλληλα με τις λοιπές στρατιωτικές του επιχειρήσεις, το DAESH ξεκίνησε και μία εξαιρετικά εκλεπτυσμένη πληροφοριακή εκστρατεία στοχεύοντας διάφορα ΑΣ, επιδιώκοντας διάφορα αποτελέσματα.

Οι στρατηγικοί ΑΝΣΚ του DAESH μπορούν να χωριστούν σε βραχυπρόθεσμους, μεσοπρόθεσμους και μακροπρόθεσμους⁸³. Ο πρώτος βραχυπρόθεσμος στόχος, που επετεύχθη τον Ιουν 2014 όταν καταλήφθηκε η Μοσούλη, ήταν η ανακήρυξη της δημιουργίας του νέου Χαλιφάτου ως κρατικού δρώντα. Στην αρχική ομιλία προκήρυξης, ο ηγέτης της οργάνωσης Abu Bakr al-Baghdadi μίλησε για το Χαλιφάτο. Με τους ακολούθους του, αυτοπροσδιορίστηκαν ως «Ισλαμικό Κράτος» (ISIS) διεκδικώντας έτσι να ενώσουν και να αντιπροσωπεύσουν όλους τους «πραγματικούς Μουσουλμάνους» απανταχού της Γης, υπό το νεοϊδρυθέν Χαλιφάτο ως νόμιμη κρατική οντότητα. Αυτό αποτέλεσε και το κύριο μήνυμα της πληροφοριακής του εκστρατείας, ενώ από την επιλογή του ονόματος της οργάνωσης, διαπιστώνεται το υψηλό επίπεδο της πληροφοριακής της στρατηγικής⁸⁴. Οι μεσοπρόθεσμοι στόχοι είναι αφενός η αποτροπή εξωτερικών απειλών μέσω τρόμου και βίας και αφετέρου η νίκη επί των εσωτερικών αντιπάλων (Σιίτες, Γιαζέντι, κ.α.). Διαδίδει υλικό ΨΕΠ⁸⁵ μέσω του οποίου τονίζει τη βαρβαρότητά του ώστε, αφενός να πείσει τους εξωτερικούς εχθρούς ότι είναι αδύνατο να ηττηθεί από αυτούς,

⁸³ NATO StratCom COE, DAESH Information Campaign and its Influence, 2016, σ.27

⁸⁴ Το όνομα DAESH (ακρωνύμιο του ad-Dawlah al-Islāmiyah 'l-'Irāq wa-sh-Shām) ακούγεται σαν αραβική λέξη που δύναται να έχει διάφορες ερμηνείες και φέρει διαφορετικό «φορτίο» για ακροατήρια της Μ. Ανατολής και τις αραβόφωνες μειονότητες που διαβιούν στην Ευρώπη και αλλού από ότι για ακροατήρια του δυτικού κόσμου. Τα μέλη της οργάνωσης δεν επιθυμούν να αποκαλούνται με αυτό το όνομα διότι στα μάτια τους αυτό υποδηλώνει ατιμώση και περιφρόνηση της οργάνωσης. Αντί αυτού προτιμούν την ονομασία «Ισλαμικό Κράτος», το οποίο παραπέμπει σε κρατική οργάνωση και η χρήση του όρου και από τους δυτικούς «νομιμοποιεί» την επιθυμία των μαχητών του για ίδρυση Χαλιφάτου.

⁸⁵ Μεταξύ των διαφόρων προϊόντων ΨΕΠ που παράγει και διακινεί, εκδίδει ηλεκτρονικά σε περιοδική βάση και σε μορφή pdf το περιοδικό Dabiq σε διάφορες γλώσσες.

αφετέρου να εξαναγκάσει τους εσωτερικούς εχθρούς του από φόβο ή να εγκαταλείψουν τα εδάφη στα οποία βρίσκονται ή να υποταχθούν πλήρως στην κυριαρχία του. Ο μακροπρόθεσμος στόχος είναι η νίκη στην «Τελική Μάχη», ιδέα που είναι συνδεδεμένη με τη θρησκευτική παράμετρο, ώστε οποιαδήποτε μελλοντική ανάπτυξη δυτικών ή Σιιτικών δυνάμεων εναντίον του να θεωρηθεί εκπλήρωση της προφητείας και να προσελκύσει ντόπιους και ξένους μαχητές προς υποστήριξή του. Για να διαφημίσει την καλή του οργανωτική δομή, παρουσιάζει δράσεις που εκτέλεσε κατά την επέκτασή του στη Μ. Ανατολή και δηλώσεις υποστήριξης από διάφορους οργανισμούς.

Η προσπάθεια της ισλαμιστικής προπαγάνδας, στοχεύει πρώτα από όλα στις καρδιές των υπονήφγιων προς στρατολόγηση μελλοντικών μαχητών. Δεύτερον, επιθυμεί να κατευθύνει τις τρομοκρατικές επιχειρήσεις του σε παγκόσμιο επίπεδο. Τρίτον, δίνει συνεχώς ώθηση στο «τρομακτικό» brand name της οργάνωσης, ενισχύοντας την αντίληψη που έχει η δύση για το ISIS και τους πιστούς του, ως απόλυτα άσπλαχνους πέραν ανθρώπινης λογικής. Όλες οι τρομοκρατικές ομάδες προσπαθούν έτσι κι αλλιώς να καλλιεργήσουν στον κόσμο αυτού του είδους την εικόνα για τον εαυτό τους διότι αντλούν ισχύ από την ικανότητά τους να προκαλούν τρόμο δυσανάλογο της πραγματικής απειλής που αποτελούν για την κοινωνία.

Η ιδιαιτερότητα του Daesh έγκειται στο γεγονός ότι έχει υπάρξει στρατηγικά αποτελεσματικό σε αυτό το πεδίο. Ποτέ στο παρελθόν δε μπορούσαν οι τρομοκράτες να έχουν τόσο εύκολη πρόσβαση στα «μάτια και το μυαλό» εκατομμυρίων ανθρώπων στον πλανήτη. Έχει κατορθώσει να ωθήσει τα περισσότερα κράτη της δυτικής Ευρώπης στο να αναπτύξουν το στρατό τους, (ένα όργανο του σκληρού πυρήνα της ισχύος τους που προορίζεται κυρίως για την άμυνα της χώρας έναντι επίθεσης άλλου κρατικού δρώντα), στο εσωτερικό των συνόρων τους, ώστε να αντιμετωπίσουν την απειλή ασφαλείας που αισθάνονται. Με τον τρόπο αυτό, τα δυτικά κράτη κατ' ουσίαν αποδέχονται de facto 3 πράγματα:

α. Αποδέχονται ότι η εκστρατεία τρομοκρατίας του ISIS είναι νικηφόρα, αφού το αίσθημα του τρόμου είναι τόσο διάχυτο στις κοινωνίες των δυτικών κρατών που αυτά πρέπει να κινητοποιηθούν σε επίπεδα που υπερβαίνουν τις συνήθεις διαδικασίες και νόρμες, διαφοροποιώντας την καθημερινότητα των πολιτών τους, με τρόπο ίσως και μη αναστρέψιμο.

β. Αναγνωρίζουν το ISIS ως κρατική οντότητα με ισχυρές ένοπλες δυνάμεις αφού για να το αντιμετωπίσουν χρησιμοποιούν τις δικές τους ένοπλες δυνάμεις. Το στοιχείο της ασυμμετρίας ως προς τον αριθμό των δυνάμεων που μπορεί να επικαλεστεί κάποιος δεν αφαιρεί από το γεγονός αυτής της παραδοχής.

γ. Αναγνωρίζουν στο ISIS ισχύ υπερδύναμης, η οποία δύναται να κάνει προβολή της ισχύος της στο εσωτερικό τους, μεταφέροντας εκεί το θέατρο επιχειρήσεων. Στο παρελθόν, όταν τα κράτη αντιμετώπιζαν αντάρτικες ομάδες, αυτές συνήθως προέρχονταν από τον πληθυσμό που κατοικούσε ήδη στη χώρα και άρα το πρόβλημα ήταν συνήθως περιορισμένο γεωγραφικά. Επιπλέον, σε όλη τη διάρκεια του Ψυχρού Πολέμου, οι τρομοκράτες που δραστηριοποιούνταν σε παγκόσμιο επίπεδο, διακατέχονταν από συγκεκριμένη ιδεολογία (π.χ. κομμουνιστική) και υποστηρίζονταν ηθικά ή/και υλικά, από την υπερδύναμη που ήταν η «πηγή» αυτής της ιδεολογίας (ΕΣΣΔ). Ακόμη και τότε όμως, τα δυτικά κράτη που ήταν θύματα της παγκόσμιας κομμουνιστικής τρομοκρατίας, δεν ανέπτυσαν το στρατό τους στο εσωτερικό των συνόρων τους, αλλά χρησιμοποιούσαν περισσότερο την αστυνομία και ίσως κάποια ειδικά τμήματα των ενόπλων δυνάμεων. Και στις περιπτώσεις που κάποιο κράτος χρησιμοποιούσε το στρατό του για να αντιμετωπίσει κάποιο αντάρτικο κίνημα, τα γειτονικά κράτη δε χρειαζόταν να κάνουν το ίδιο. Θα αναρωτηθεί λοιπόν κάποιος: Αν στη σύγχρονη εποχή τα δυτικά κράτη χρησιμοποιούν το στρατό τους για να αντιμετωπίσουν την τρομοκρατική απειλή, μήπως αυτό σημαίνει ότι η «πηγή» της τρομοκρατίας σήμερα είναι ακόμη ισχυρότερη από αυτήν κατά τον Ψυχρό Πόλεμο;

Πως όμως το Daesh το πέτυχε αυτό; Το Ισλαμικό κράτος από πολύ νωρίς αναγνώρισε την ισχύ των ψηφιακών μέσων ενημέρωσης όταν ο γεννήτοράς του, ο Ιορδανός τζιχαντιστής Abu Musab al-Zarqawi, ανακάλυψε τη χρησιμότητα του να «ανεβάζει» στο διαδίκτυο βίντεο με τις θηριωδίες που διέπραττε⁸⁶. Έτσι ενσωμάτωσε πολύ νωρίς την πληροφοριακή εκστρατεία επηρεασμού στη γενικότερη στρατηγική της επέκτασής του. Καθώς η ομάδα εξελισσόταν, οι προπαγανδιστές του Daesh ξεπέρασαν τους ανταγωνιστές τους στην al Qaeda, δίδοντας βαρύτητα στην καινοτομία. Μεγιστοποίησαν τη διεισδυτικότητά τους στον κόσμο, εκμεταλλευόμενοι μία μεγάλη ποικιλία από διαδικτυακές πλατφόρμες: δίκτυα κοινωνικής δικτύωσης όπως το Twitter, το

⁸⁶ Brendan I. Koerner, Why ISIS Is Winning the Social Media War, WIRED, 2016, σ.3

Facebook, εφαρμογές ανταλλαγής μηνυμάτων peer-to-peer όπως οι Telegram και Surespot και συστήματα μοιράσματος περιεχομένου με άλλους χρήστες, όπως το JustPaste.it.



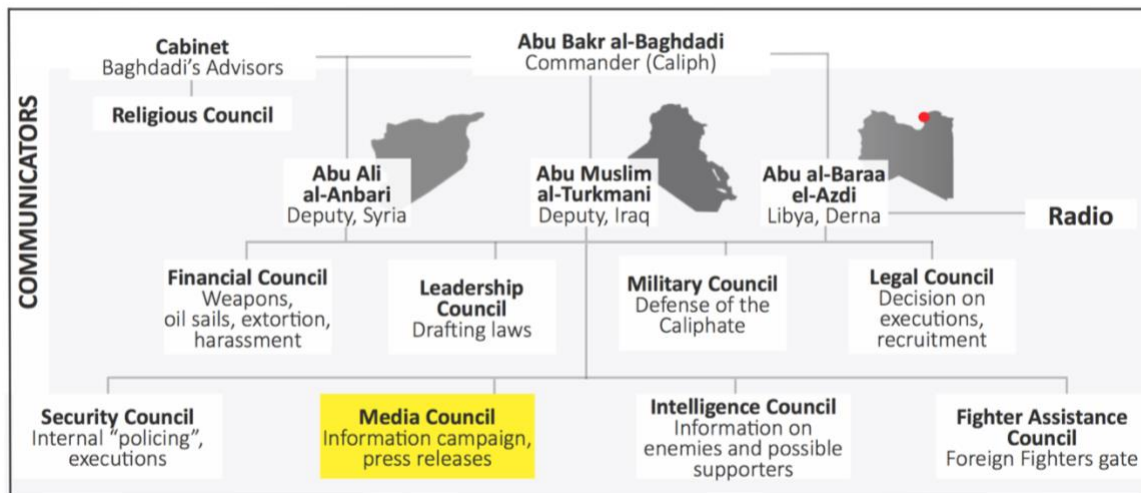
Γράφημα 7. Ομάδες που Δηλώνουν Συνεργασία/Υποστήριξη στο DAESH. Ανάκτηση την 14 Μαρ 2018 από: <https://www.stratcomcoe.org/daesh-information-campaign-and-its-influence>

Πιο σημαντικό ακόμη, το Daesh αν και κράτησε τη συγκεντρωτική διεύθυνση της προπαγάνδας όπως υποδηλώνει η κρατική του οργάνωση (Γράφημα 7), αποκέντρωσε τις επιχειρήσεις προπαγάνδας στο επιχειρησιακό και τακτικό επίπεδο, τροφοδοτώντας το διαδίκτυο συνεχώς, με υλικό προετοιμασμένο από αυτόνομες μονάδες παραγωγής οι οποίες βρίσκονταν από τη δυτική Αφρική μέχρι τον Καύκασο⁸⁷. Σύμφωνα με μία αναφορά του ιδρύματος Quilliam τον Οκτ 2015⁸⁸, η οργάνωση αποστέλλει κατά μέσο όρο 38 νέα θέματα την ημέρα (20λεπτα βίντεο, πλήρη ντοκιμαντέρ, ηχητικά αποσπάσματα, φωτογραφικό υλικό και φυλλάδια σε μεγάλη ποικιλία γλωσσών, που κυμαίνονται από Ρωσικά μέχρι Μπενγκάλι). Υιοθετούν δοκιμασμένες και επιτυχημένες τεχνικές που ακολουθούν μεγάλες δυτικές πολυεθνικές όπως η PepsiCo και η BuzzFeed για να προσεγγίσουν και να συνδεθούν με πελάτες τους. Μία από αυτές, αφορά στη χρήση του «narrowcasting» δηλαδή τη δημιουργία πληθώρας διαφορετικών περιεχομένων «κομμένα και ραμμένα» για πολύ συγκεκριμένα ΑΣ.

⁸⁷ B. Koerner, 2016, σ.3. Σύμφωνα με το συντάκτη του άρθρου, το γεωγραφικό αυτό εύρος καταδεικνύει επίσης γιατί ο όρος ISIS (Islamic State of Iraq and al-Sham) δεν είναι πλέον δόκιμος αφού υποβαθμίζει γεωγραφικά το σύγχρονο εύρος του κράτους.

⁸⁸ B. Koerner, 2016, σ.4

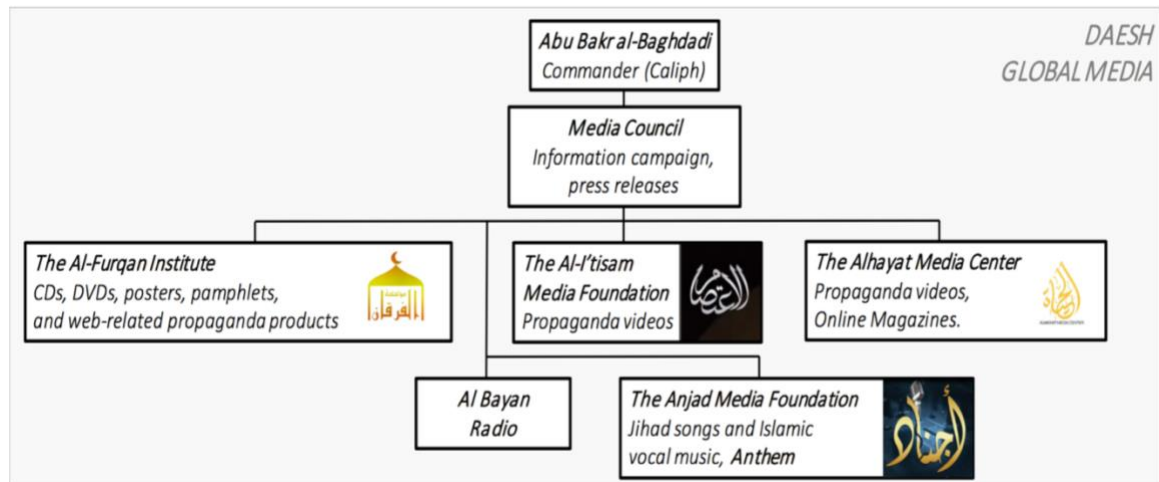
Στο επίπεδο της στρατολόγησης, για να πείσουν ξένους να μετοικήσουν στο χαλιφάτο, το Daesh παράγει κείμενα και βίντεο που υπογραμμίζουν τις υποτιθέμενες ουτοπιστικές πτυχές του, κυρίως την ελευθερία από οποιοδήποτε ίχνος θρησκευτικής δίωξης. Μέχρι στιγμής έχει πετύχει περισσότεροι από 30.000 άνθρωποι να γυρίσουν την πλάτη τους σε ότι έκαναν και γνώριζαν μέχρι τώρα και εγκαταλείποντας την προηγούμενη ζωή τους, να ταξιδέψουν χιλιάδες χιλιόμετρα μέσα από επικίνδυνες περιοχές για να φθάσουν εκεί που τους έταξαν ότι είναι ένας παραδεισένιος τόπος που τους περιμένει.



Γράφημα 8. Παγκόσμια οργάνωση του DAESH. Ανάκτηση την 14 Μαρ 2018 από: <https://www.stratcomcoe.org/daesh-information-campaign-and-its-influence>)

Με την αθρόα προσέλευση προσωπικού, έφτασαν και αρκετά νέα ταλέντα που ανέβασαν το επίπεδο δημιουργικότητας και καινοτομίας και στον τομέα της προπαγάνδας. Για παράδειγμα, κάμερες GoPro ενσωματώθηκαν σε όπλα μαχητών AK-47 και σε όπλα ελευθέρων σκοπευτών, με αποτέλεσμα την κινηματογράφηση σκηνών σε «πρώτο πρόσωπο», που θυμίζουν σκηνές βγαλμένες από ηλεκτρονικό παιχνίδι όπως το πασίγνωστο «Call of Duty». Επιπλέον, η προπαγάνδα του Daesh χρησιμοποιεί στα βίντεο και τα έντυπα που κυκλοφορεί, τις ιστορίες των απλών μαχητών, σε αντίθεση με την τακτική της al Qaeda που ήταν εστιασμένη σε προσωπικότητες που ανήκαν στην ελίτ της οργάνωσης. Αυτή η μετατόπιση της αφηγηματικής προοπτικής από την ελίτ στον απλό μαχητή, δείχνει μεγάλη κατανόηση από το Daesh των σύγχρονων τάσεων και ήρθε σε απόλυτο συγχρονισμό με τη σύγχρονη γενιά νέων που είναι εξοικειωμένοι στο να βιντεοσκοπούν και να «ανεβάζουν» στο διαδίκτυο, βίντεο από τη ζωή τους. Έτσι όταν

αυτοί βλέπουν τα βίντεο του Daesh, που είναι γυρισμένα σε «πρώτο πρόσωπο», μπορούν πολύ εύκολα να φανταστούν τον εαυτό τους στη σκηνή.

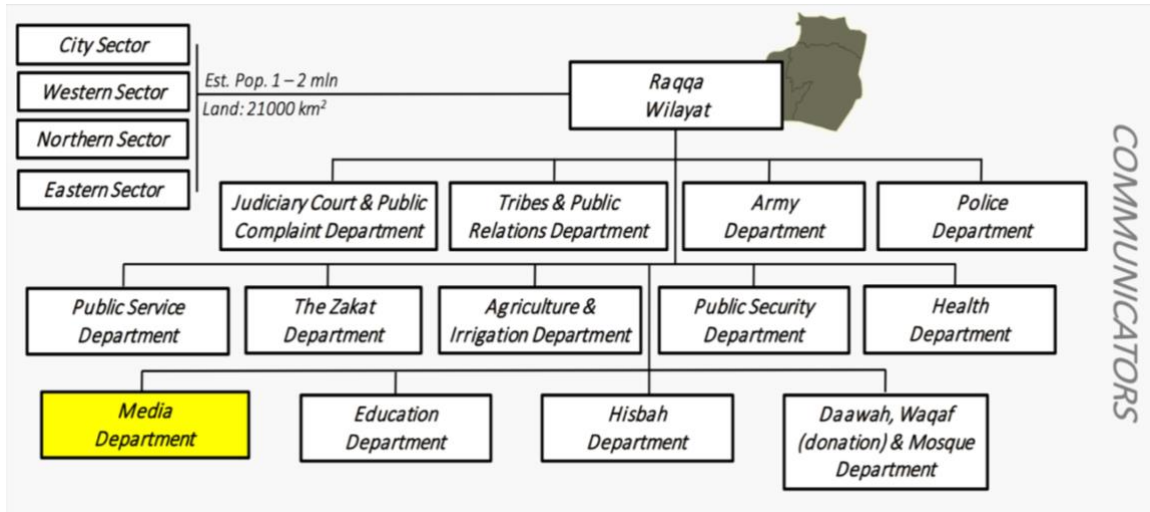


Γράφημα 9. Παγκόσμια οργάνωση MME του DAESH. Ανάκτηση την 14 Μαρ 2018 από: <https://www.stratcomcoe.org/daesh-information-campaign-and-its-influence>

Το πιο σημαντικό στοιχείο στην ψυχολογική εκστρατεία του Daesh είναι ότι την αποκέντρωσε και την «άνοιξε στο κοινό». Αντίθετα με την al Qaeda, που γενικά ήταν πολύ μεθοδική στην οργάνωση και τον έλεγχο των τρομοκρατικών πυρήνων της, το Daesh είναι πιο καιροσκοπικό: εφαρμόζει αυτό που στον επιχειρηματικό κόσμο λέγεται πληθοπορισμός⁸⁹ (ή «crowdsourcing») και αποκέντρωσε τη δραστηριότητά του στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε άτομα με τα οποία δεν έχει σταθερούς και μόνιμους δεσμούς, αποκτώντας έτσι μεγάλη ευκαμψία. Και μάλιστα δεν το κάνει κρυφά, απεναντίας το κάνει χρησιμοποιώντας τις πιο επισκέψιμες «περιοχές» του διαδικτύου, αυτές που έχουν γίνει κομμάτι της καθημερινής ρουτίνας εκατομμυρίων ανθρώπων στον πλανήτη. Η τεχνική του πληθοπορισμού επέτρεψε στο Daesh να αποκτήσει ακολούθους που η al Qaeda δεν μπορούσε να προσεγγίσει. Το brand name του ισλαμικού κράτους επεκτάθηκε τόσο πολύ, που έγινε συνώνυμο με μία ιδεολογική πλατφόρμα για όσους αισθάνονται καταπιεσμένοι και απογοητευμένοι, με θολά όρια, ώστε να δίνει τη δυνατότητα σε πολλούς να ταυτίζονται με το δικό τους αφήγημα οργής ή εκδίκησης με τους στόχους της οργάνωσης.

⁸⁹ Μορφή συλλογικής διαδικτυακής δραστηριότητας στην οποία ένα άτομο, ένα ίδρυμα, ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός ή μία εταιρεία προτείνει σε μία ομάδα ατόμων με ποικίλες γνώσεις, ετερογένεια και αριθμό, μέσω μίας ανοιχτής πρόσκλησης, να αναλάβουν εθελοντικά μια εργασία. Η ανάληψη της εργασίας, περιλαμβάνει αμοιβαίο όφελος και για τις δύο πλευρές. Περισσότερα από E. Estellés-Arolas & F. González Ladrón-de- Guevara. Towards an integrated crowdsourcing definition. Journal of Information Science (JCR: 1,41), 2012

Παρόμοιο μοντέλο αποκέντρωσης ακολούθησε το Daesh και στο εσωτερικό του κράτους. Από την αρχή της δημιουργίας του, όταν δημιούργησε τις πρώτες στοιχειώδεις κρατικές δομές, δημιούργησε και μία αποκεντρωτική υπηρεσία ΜΜΕ. Κάθε βιλαέτι ή επαρχία έχει το δικό του γραφείο ΜΜΕ, στελεχωμένο με εικονολήπτες και άλλο εξειδικευμένο προσωπικό που διοχετεύουν συνεχώς τοπικό υλικό στα μέσα.



Γράφημα 10. Περιφερειακή Οργάνωση του DAESH (Βιλαέτι της RAQQA). Ανάκτηση την 14 Μαρ 2018 από: <https://www.stratcomcoe.org/daesh-information-campaign-and-its-influence>)

Σύμφωνα με μαρτυρίες⁹⁰ από αποστάτες του ISIS, οι οποίοι δούλευαν στο μηχανισμό προπαγάνδας του και από τους οποίους πήρε συνεντεύξεις η εφημερίδα “The Washington Post” (το 2015 που ήταν τρόφιμοι πλέον φυλακής στο Μαρόκο), το προσωπικό που υπηρετούσε στο μηχανισμό προπαγάνδας του ισλαμικού κράτους απολάμβανε πολύ περισσότερα προνόμια από τους απλούς μαχητές. Κατείχαν υψηλότερη κοινωνική θέση, τους δίδονταν καλύτερο αυτοκίνητο, απολάμβαναν καλύτερες συνθήκες διαβίωσης και είχαν υψηλότερο μισθό από το μέσο μαχητή. Ο μισθός αυτός έφτανε τα 700 δολάρια το μήνα (επτά φορές υψηλότερος από το μισθό ενός μέσου μαχητή) και επιπλέον λάμβαναν χρήματα για τροφή, ρουχισμό και εξοπλισμό τα οποία ήταν επιπλέον αφορολόγητα στο φορολογικό σύστημα του ισλαμικού κράτους. Το Daesh αναγνωρίζει με τον τρόπο αυτό, ότι το συγκεκριμένο προσωπικό είναι πιο σημαντικό από τους μαχητές διότι επεκτείνουν τη δύναμή του εκτός συνόρων του χαλιφάτου. Ως παράδειγμα, ανέφεραν

⁹⁰ Greg Miller & Souad Mekhennet, Inside the surreal world of the Islamic State’s propaganda machine, TheWashingtonpost, 20 Νοε 2015

τις επιθέσεις στο Παρίσι, οι οποίες εκτελέστηκαν από ενόπλους που ανήκαν στη μεγάλη απροσδιόριστη ομάδα οπαδών του ISIS που διαβιούν σε δεκάδες άλλες χώρες και που οι δεσμοί τους με το χαλιφάτο είναι μόνον διαδικτυακοί. Σύμφωνα με τις μαρτυρίες στο άρθρο, υπήρχε ολόκληρος στρατός από εξειδικευμένο προσωπικό που εργαζόταν σε διάφορες θέσεις στην προπαγάνδα, ενώ εξοπλισμός όπως ηλεκτρονικοί υπολογιστές, κάμερες, κ.α. έφταναν με σταθερό ρυθμό από την Τουρκία.



Εικόνα 6. Διαδικτυακά περιοδικά του DAESH που προετοιμάστηκαν από το Alhayat Media Centre . Αναδημοσίευση από NATO StratCom COE (2016), *DAESH Information Campaign and its Influence*.

Συμπερασματικά, το ISIS/DAESH εφαρμόζει ΨΕΠ με υψηλή στρατηγική αποτελεσματικότητα, αφού πετυχαίνει τους στρατηγικούς του στόχους σε διάφορα μέρη του πλανήτη, γεωγραφικά απομακρυσμένα τόσο μεταξύ τους όσο και από τα εδάφη που η οργάνωση ελέγχει, με τις ελάχιστες δυνάμεις και ελάχιστο συγκριτικά κόστος. Η επιτυχία του οφείλεται στην εισαγωγή της καινοτομίας στις μεθόδους παραγωγής και εκτέλεσης προπαγάνδας, στην αποκέντρωση εργασιών και την προσέλκυση πόρων μέσω της μεθόδου του πληθοπορισμού, καθώς και στην υιοθέτηση βέλτιστων δοκιμασμένων πρακτικών πρόσβασης πελατών που ακολουθούν μεγάλες πολυεθνικές εταιρίες. Η χρήση της σύγχρονης τεχνολογίας είναι καθοριστικής σημασίας και πρακτικά μηδενίζει το κόστος εκτέλεσης των ΨΕΠ, ενώ ταυτόχρονα μεγιστοποιεί την αποδοτικότητά τους.

Σύνοψη δευτέρου μέρους

Οι ΨΕΠ έχουν ένα πολύ ευρύ φάσμα εφαρμογής, το οποίο εκτείνεται από την ειρήνη, διαπερνά τον πόλεμο και καταλήγει στη σταθεροποίηση μετά από αυτόν.

Ξεκινώντας από την ειρηνική περίοδο, εξετάστηκαν δύο περιπτώσεις πιθανών ΨΕΠ. Η μία αφορά στην περίπτωση ενός κράτους που προσπάθησε να επηρεάσει τους πολίτες ενός άλλου κράτους και να τους κατευθύνει στην υποστήριξη συγκεκριμένου υποψηφίου κατά τη διάρκεια εκλογικής διαδικασίας. Η άλλη, αφορά στην περίπτωση ενός κράτους που προσπαθεί να επηρεάσει τους δικούς του πολίτες, στο εσωτερικό της χώρας, για να διασφαλίσει την εσωτερική σταθερότητα. Επειδή η ανάλυση βασίζεται σε στοιχεία που προέρχονται από έρευνες οι οποίες στηρίχθηκαν σε ισχυρές ενδείξεις αλλά όχι σε αδιάσειστες αποδείξεις, δεν μπορούμε να αποφανθούμε με απόλυτη βεβαιότητα ότι οι συγκεκριμένες επιχειρήσεις επηρεασμού, στις ΗΠΑ και την Κίνα (εάν υπήρξαν όπως περιεγράφηκαν), έχουν υψηλή στρατηγική αποτελεσματικότητα και να αποκλειστεί έτσι η πιθανότητα, το παρατηρούμενο αποτέλεσμα να είναι σε μεγάλο βαθμό προϊόν της τύχης. Στο βαθμό όμως που οι ενδείξεις ευσταθούν, η στρατηγική αποτελεσματικότητα των ΨΕΠ αυτών είναι υψηλή καθώς επιτυγχάνονται οι ΑΝΣΚ που τίθενται κάθε φορά.

Συνεχίζοντας τη μελέτη σε περιόδους που έχει διαταραχθεί η ειρήνη, εξετάστηκαν περιπτώσεις εφαρμογής ΨΕΠ από τρεις διαφορετικούς δρώντες, δύο κρατικούς (ΗΠΑ, Ρωσίας) και μία μη-κρατικού (ISIS – διεθνούς τρομοκρατίας), σε διάφορες μορφές συγκρούσεων όπως, συμβατικό πόλεμο (Ιράκ και Αφγανιστάν), υβριδικό πόλεμο (Κριμαία της Ουκρανίας), διεθνής τρομοκρατία του ISIS, καθώς και επιχειρήσεις σταθεροποίησης μετά τη λήξη των πολεμικών συγκρούσεων ευρείας κλίμακας (σταθεροποίηση στο Αφγανιστάν). Σε αυτές τις περιπτώσεις, διαπιστώθηκε ότι οι ΨΕΠ λειτούργησαν συμπληρωματικά με τις «κινητικές» επιχειρήσεις είτε ως πολλαπλασιαστές ισχύος ή ως κρίσιμες επιχειρήσεις.

Στις πολεμικές επιχειρήσεις (τόσο οι συμβατικές όσο και οι υβριδικές) και στο βαθμό που ακολουθήθηκαν οι αρχές διεξαγωγής τους, οι ΨΕΠ θεωρήθηκαν επιτυχείς διότι επιτεύχθηκαν οι στρατηγικοί ΑΝΣΚ είτε με μικρότερο κόστος σε ανθρώπινες ζωές - τόσο φίλιων όσο και εχθρικών (Ιράκ) ή με εμπλοκή λιγότερων συμβατικών δυνάμεων από ότι θα απαιτούταν κανονικά (Κριμαία, διεθνής τρομοκρατία).

Στις επιχειρήσεις σταθεροποίησης, φάνηκε ότι οι ΨΕΠ έχουν κρίσιμο ρόλο για την επίτευξη των ΑΝΣΚ, απαιτούν όμως αυξημένους πόρους για μεγάλο διάστημα ενώ οι «κινητικές» επιχειρήσεις συνήθως τις υποστηρίζουν. Τυχόν ασυμφωνία των αποτελεσμάτων των «κινητικών» επιχειρήσεων με τα μηνύματα των επιχειρήσεων επηρεασμού, αδυνατίζει το αποτέλεσμα των τελευταίων.

Στη διεθνή τρομοκρατία, οι ΨΕΠ είναι το κύριο μέσο διαμόρφωσης μίας παγκόσμιας αντίληψης και υποστηρίζονται από περιορισμένης κλίμακας «κινητικές» επιχειρήσεις στο πεδίο σε όλο σχεδόν το δυτικό κόσμο.

Η διείσδυση της τεχνολογίας σε όλες τις περιπτώσεις είναι συνεχώς αυξανόμενη και πολλαπλασιάζει την αποτελεσματικότητα των ΨΕΠ, μειώνοντας παράλληλα το κόστος, σε ορισμένες περιπτώσεις μάλιστα εξαιρετικά.

ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ: Συμπεράσματα – προτάσεις

Κεφάλαιο «Ζ»: Συνολική ανασκόπηση – Γενικά συμπεράσματα

Συνολική ανασκόπηση

Καθ' όλη την ανθρώπινη ιστορία, οι επιχειρήσεις ψυχολογικού επηρεασμού χρησιμοποιήθηκαν σε όλο το φάσμα της σύγκρουσης, από την ειρήνη έως τον πόλεμο, τόσο επιθετικά, για να επηρεάσουν ο ένας αντίπαλος τον άλλον, όσο και αμυντικά, για να προστατευτούν οι ίδιοι από αντίστοιχες εχθρικές ενέργειες. Με την εξέλιξη των επιστημών, ο ψυχολογικός επηρεασμός ολόκληρων ομάδων πληθυσμών αλλά ακόμη και μεμονωμένων ατόμων εργαλειοποιήθηκε και εξελίχθηκε. Σε βαθμό μάλιστα που σε πολλές των περιπτώσεων να θεωρείται ότι είναι δυνατόν να παράγει δυσανάλογα θετικά αποτελέσματα σε σχέση με το κόστος που απαιτεί η εκτέλεσή του.

Στην παρούσα μελέτη έγινε προσπάθεια ανάλυσης συγκεκριμένων ιστορικών περιπτώσεων, κατά τις οποίες εκτελέστηκαν ΨΕΠ τόσο σε ειρήνη όσο και σε πόλεμο, με σκοπό να διαπιστωθεί ο βαθμός της στρατηγικής τους αποτελεσματικότητας.

Στο πρώτο μέρος της μελέτης, το αντικείμενο προσεγγίστηκε θεωρητικά μέσω επισκόπησης της σχετικής επιστημονικής βιβλιογραφίας και σχετικής αρθρογραφίας. Η μελέτη περιορίστηκε χρονικά στη μεταψυχροπολεμική εποχή, που το διεθνές σύστημα, περνώντας σύντομα από μία φάση μονοπολισμού με ηγεμονία των ΗΠΑ, βρίσκεται πλέον σε μία ταχέως εξελισσόμενη πολυπολικότητα. Στη σύγχρονη αυτή εποχή διακρίνονται ορισμένες τάσεις που την χαρακτηρίζουν και τη διαφοροποιούν από το παρελθόν. Η αβεβαιότητα στο παγκόσμιο περιβάλλον ασφαλείας με όλο και πιο πολύπλοκες διαδράσεις μεταξύ κρατικών και μη κρατικών οντοτήτων αυξάνεται και οδηγεί το διεθνές σύστημα σε αστάθεια. Η αστικοποίηση του παγκόσμιου πληθυσμού αυξάνεται επίσης και με τη σειρά της δημιουργεί νέες προκλήσεις επιβίωσης, ασφαλείας και κοινωνικής ολοκλήρωσης. Η πληροφοριακή επανάσταση αγγίζει πλέον ακόμη και τα φτωχότερα στρώματα στις διάφορες ανθρώπινες κοινωνίες με πολλαπλές επιπτώσεις, όπως για παράδειγμα την όλο και μεγαλύτερη διασύνδεση των ανθρώπων μεταξύ τους σε παγκόσμια κλίμακα, μέσω ηλεκτρονικών εφαρμογών κοινωνικής δικτύωσης και παράλληλα την ταχύτατη διάδοση της πληροφορίας απανταχού της Γης. Ο νέος αυτός κόσμος είναι πλήρης προκλήσεων αλλά και ευκαιριών προς εκμετάλλευση αν κάποιος αναλογιστεί ότι, ένα μεμονωμένο άτομο έχει πλέον τη δυνατότητα με σχεδόν μηδενικό κόστος, να επηρεάσει μεγάλες

πληθυσμιακές ομάδες που μπορεί να βρίσκονται σε διαφορετικά γεωγραφικά μήκη και πλάτη στον πλανήτη ή αντίστοιχα, ένα τοπικό γεγονός να αποκτήσει σε μηδενικό χρόνο παγκόσμιο χαρακτήρα, οδηγώντας σε περιφερειακές ή και παγκόσμιες εξελίξεις. Πράγματα που στο παρελθόν ήταν αδύνατο ή πολύ δύσκολο να συμβούν, σήμερα γίνονται πολύ εύκολα αλλά και αντίστροφα, οι «βεβαιότητες» στις οποίες «στηρίζονταν» πληθυσμοί στο παρελθόν, τείνουν πλέον με την διάδοση των «Fake News» να πάψουν να υπάρχουν.

Σε έναν τέτοιο κόσμο πλέον ζουν και αναπτύσσονται οι επιχειρήσεις ψυχολογικού επηρεασμού, οι οποίες κατά καιρούς αποκτούν διάφορες ονομασίες αλλά διακρίνονται από τα ίδια βασικά συστατικά. Έναν επιτιθέμενο «πομπό» που εκπέμπει ως πυρομαχικό με κάποιον τρόπο ένα «μήνυμα», στοχεύοντας συγκεκριμένο ακροατήριο ως «στόχο» επί του οποίου επιθυμεί να πετύχει συγκεκριμένο αποτέλεσμα. Εάν και όλες οι ενέργειες (πολεμικές και μη) αφήνουν ένα ψυχολογικό αποτύπωμα, δε χαρακτηρίζονται όλες ως ΨΕΠ, αφού λείπει η προαπαιτούμενη σχετική βούληση και η ανάλογη σχεδίαση για εκμετάλλευση συγκεκριμένου και αναμενόμενου ψυχολογικού αποτελέσματος. Μέσα σε ένα γκρι περιβάλλον οι ΨΕΠ προσπαθούν να ενισχύσουν συμπεριφορές φιλίων, να προσεταιριστούν ουδέτερους και να αποτρέψουν αντιπάλους από ανεπιθύμητες συμπεριφορές. Διεξάγονται σε τρία επίπεδα, στρατηγικό, επιχειρησιακό και τακτικό με διαφορετική στόχευση κάθε φορά. Όσο κινούνται από το τακτικό προς το στρατηγικό επίπεδο, τα επιδιωκόμενα αποτελέσματα πρέπει να χαρακτηρίζονται από μονιμότητα και για το λόγο αυτό επιδιώκεται όσο το δυνατόν συναινετική συμπεριφορά του ΑΣ. Για να επιτύχουν οι ΨΕΠ πρέπει να πειθαρχούν σε συγκεκριμένες αρχές, να γίνεται σωστή επιλογή των μέσων διεξαγωγής τους ενώ έχουν άμεση σχέση και αλληλοεπηρεάζονται με τις «κινητικές» επιχειρήσεις που διεξάγονται στο πεδίο. Η μεγάλη ευκολία αναλύσεων των ΑΣ σε συνδυασμό με το μικρό σχετικά οικονομικό κόστος σχεδίασης και διεξαγωγής ΨΕΠ, καθιστούν στην εποχή μας τη διεξαγωγή τους όλο και πιο ελκυστική ως εργαλείο διαμόρφωσης καταστάσεων. Αν και δεν μπορεί να αμφισβητηθεί η επίδρασή τους στη εξέλιξη καταστάσεων, υπάρχει μεγάλη δυσκολία στην αντικειμενική μέτρηση της αποτελεσματικότητάς τους λόγω διαφόρων παραγόντων. Στο βαθμό που υπάρχουν πρόνοιες καταγραφής συγκεκριμένων συμπεριφορών των ΑΣ, μπορούμε να πούμε ότι εξάγονται συμπεράσματα με σχετικά μεγάλη ασφάλεια.

Στο δεύτερο μέρος, αναλύθηκαν δύο περιπτώσεις διεξαγωγής ΨΕΠ σε ειρηνική περίοδο, από ένα κράτος σε φίλια και σε αντίπαλα ΑΣ και περιπτώσεις διεξαγωγής ΨΕΠ σε περιόδους διατάραξης της ειρήνης από τρεις διαφορετικούς δρώντες, κρατικούς (ΗΠΑ, Ρωσία) και μη-κρατικούς (ISIS – διεθνής τρομοκρατία), σε συμβατικό πόλεμο (Ιράκ και Αφγανιστάν), υβριδικό πόλεμο (Κριμαία της Ουκρανίας και διεθνής τρομοκρατία του ISIS), καθώς και επιχειρήσεις σταθεροποίησης μετά τη λήξη των πολεμικών συγκρούσεων ευρείας κλίμακας (σταθεροποίηση στο Αφγανιστάν). Σε όλες αυτές τις περιπτώσεις, διαπιστώθηκε ότι οι ΨΕΠ είχαν επίδραση στην εξέλιξη της κατάστασης, η αποτελεσματικότητα των οποίων ποίκιλε σε σχέση με κάποιους παράγοντες.

Κύριο χαρακτηριστικό των ΨΕΠ που διενεργήθηκαν σε ειρηνική περίοδο, ήταν η αμφιβολία για την ίδια την ύπαρξή τους και για το ποιος τις εφάρμοσε. Τόσο στην περίπτωση των αμερικανικών προεδρικών εκλογών με την εικαζόμενη εμπλοκή της Ρωσίας όσο και στην περίπτωση της Κίνας με την «ομάδα των 50 σεντ», δεν είναι απόλυτα ξεκάθαρο εάν και ποιος εκτέλεσε ΨΕΠ. Και στις δύο περιπτώσεις, οι ΨΕΠ εφόσον εκτελέστηκαν όπως λέγεται, αποδείχθηκαν εξαιρετικά αποτελεσματικές. Σημαντικό στοιχείο στην επιτυχία τους αυτή υπήρξαν τόσο το γεγονός ότι πειθαρχήσαν στις αρχές των ΨΕΠ, όσο και το ότι κινήθηκαν μεταξύ φαιάς και μαύρης προπαγάνδας, μειώνοντας το πραγματικό αποτύπωμα του εμπνευστή τους στα ΑΣ, με συνέπεια περιορισμό ή και μηδενισμό των αντιδράσεων από αυτά.

Στις ΨΕΠ που διεξήχθησαν από τους Αμερικανούς στο Ιράκ, τόσο σε στρατηγικό επίπεδο όσο και σε επιχειρησιακό και τακτικό, η στρατηγική αποτελεσματικότητα υπήρξε υψηλή. Οι πόλεμοι αυτοί υπήρξαν οι πρώτοι στην ανθρώπινη ιστορία με παγκόσμια εικοσιτετράωρη τηλεοπτική κάλυψη, ενώ οργανώθηκαν και εφαρμόστηκαν ΨΕΠ πολύ πριν την έναρξη των «κινητικών» επιχειρήσεων και από τις δύο πλευρές. Οι πολιτικοί ΑΝΣΚ επιτεύχθηκαν με μικρότερο σχετικά κόστος σε ανθρώπινες ζωές και καταστροφές από ότι θα απαιτούταν εάν οι πόλεμοι διεξάγοντο μόνον με «κινητικές» επιχειρήσεις. Οι ΨΕΠ λειτούργησαν συμπληρωματικά των «κινητικών» επιχειρήσεων, ως σημαντικοί πολλαπλασιαστές ισχύος, μέσω της υποβάθμισης της αποτελεσματικότητας των αντίπαλων δυνάμεων και της αποτροπής κλιμάκωσης της έντασης της σύγκρουσης από την αντίπαλη ηγεσία. Η πειθαρχία στις αρχές διεξαγωγής ΨΕΠ είναι απαραίτητη προϋπόθεση για την αποτελεσματικότητά τους. Το γεγονός επιβεβαιώθηκε και εκ του

αντιθέτου στο Αφγανιστάν, όπου για όσο διάστημα οι αρχές ακολουθούνταν, οι ΨΕΠ είχαν υψηλή αποτελεσματικότητα ενώ, όταν βασικές αρχές καταστρατηγούνταν η αποτελεσματικότητα των ΨΕΠ μειώνονταν.

Στις επιχειρήσεις σταθεροποίησης στο Αφγανιστάν, το κέντρο βάρους των επιχειρήσεων μετατοπίζεται σε μεγάλο βαθμό από τις «κινητικές» στις ψυχολογικές, οι οποίες αποκτούν πλέον κυρίαρχο ρόλο. Η επίτευξη υψηλής στρατηγικής αποτελεσματικότητας στη φάση αυτή, απαιτεί συνεχή διάθεση πόρων για μεγάλο διάστημα ενώ τυχόν ασυμφωνία των μηνυμάτων ΨΕΠ με τα αποτελέσματα «κινητικών» επιχειρήσεων υπονομεύει την αξιοπιστία των πρώτων και μειώνει την αποτελεσματικότητά τους.

Στην περίπτωση των Ρωσικών υβριδικών επιχειρήσεων στην Κριμαία, οι ΨΕΠ συνδυάστηκαν και με άλλα στοιχεία αυτού του είδος πολέμου (π.χ. κυβερνοεπιθέσεις, «κινητικές» επιχειρήσεις ειδικών δυνάμεων χωρίς ταυτότητα, κ.α.) ενώ βασίστηκαν πολύ στη μεγάλη αποδοχή από τον τοπικό ρωσόφωνο πληθυσμό του ρωσικού αφηγήματος. Η χρήση του διαδικτύου και των ΜΜΕ ως μέσων διεξαγωγής ΨΕΠ κυριάρχησαν. Το ίδιο και στην περίπτωση του ISIS και της διεθνούς τρομοκρατίας όπου επιπλέον, η καινοτομία, η αποκέντρωση της εκτέλεσης με παράλληλη εξασφάλιση πόρων μέσω πληθοπορισμού και η υιοθέτηση από το ISIS, βέλτιστων δοκιμασμένων πρακτικών που ακολουθούν μεγάλες πολυεθνικές για διασύνδεση με τους πελάτες τους, χαρακτήρισαν τις ΨΕΠ οι οποίες πέτυχαν πολύ υψηλή στρατηγική αποτελεσματικότητα.

Γενικά συμπεράσματα

Από τη συμπύκνωση των παραπάνω μπορούμε να καταλήξουμε στα ακόλουθα:

- Στο σύγχρονο ασταθές πολυπολικό διεθνές σύστημα, η αβεβαιότητα και η αυξανόμενη δικτύωση σε όλα τα επίπεδα, σε συνδυασμό με την εύκολη και σχεδόν μηδενικού κόστους διάδοση μηνυμάτων και πληροφοριών παγκοσμίως, κάνει τη διεξαγωγή ΨΕΠ όλο και πιο ελκυστική. Ως αποτέλεσμα, οι κάθε είδους επιχειρήσεις επηρεασμού αναμένεται στο μέλλον να πολλαπλασιαστούν.

- Σε αντίθεση με το παρελθόν, σήμερα, κρατικοί αλλά και μη-κρατικοί δρώντες όπως ομάδες - ακόμη και μεμονωμένα άτομα - έχουν τη δυνατότητα εκτέλεσης επιχείρησης ψυχολογικού επηρεασμού σε παγκόσμια κλίμακα, με πιθανότητα επίτευξης υψηλής στρατηγικής αποτελεσματικότητας.

- Η ακριβής και αντικειμενική μέτρηση της στρατηγικής αποτελεσματικότητας των ΨΕΠ είναι εξαιρετικά δύσκολο εγχείρημα λόγω μίας σειρά παραγόντων. Η παρατήρηση όμως των τελικών συμπεριφορών των ΑΣ μας δίδει αρκετά ασφαλή συμπεράσματα για την αποτελεσματικότητά τους.

- Οι ΨΕΠ δύναται να επιτύχουν πολύ υψηλή στρατηγική αποτελεσματικότητα υπό συγκεκριμένων προϋποθέσεων κάθε φορά.

- Η στρατηγική αποτελεσματικότητα των ΨΕΠ αυξάνει όσο η τελική συμπεριφορά του ΑΣ είναι συναινετική.

- Σε ειρηνική περίοδο και σε περίπτωση υβριδικού πολέμου, η διεξαγωγή φαιάς και μαύρης προπαγάνδας περιορίζει τις αντιδράσεις αποδοχής της και διευκολύνει την επίτευξη υψηλής στρατηγικής αποτελεσματικότητας των ΨΕΠ.

- Σε περίοδο συμβατικών πολεμικών επιχειρήσεων, επιχειρήσεων σταθεροποίησης μετά τον πόλεμο και στις περιπτώσεις διεθνούς τρομοκρατίας, απαιτείται η διεξαγωγή λευκής προπαγάνδας για επίτευξη υψηλής στρατηγικής αποτελεσματικότητας των ΨΕΠ.

- Σε όλες τις περιπτώσεις, η πειθαρχία στις αρχές των ΨΕΠ είναι αναγκαία για την επίτευξη υψηλής στρατηγικής αποτελεσματικότητας.

- Στις περιπτώσεις συμβατικών πολεμικών συγκρούσεων, οι ΨΕΠ είναι συμπληρωματικές των «κινητικών» επιχειρήσεων στο πεδίο και λειτουργούν υποστηρικτικά ως πολλαπλασιαστές ισχύος.

- Στις περιπτώσεις διεθνούς τρομοκρατίας, υβριδικού πολέμου και επιχειρήσεων σταθεροποίησης, οι ρόλοι αντιστρέφονται και οι «κινητικές» επιχειρήσεις λειτουργούν ως συμπληρωματικές των ΨΕΠ, τα μηνύματα των οποίων υποστηρίζουν με τα αποτελέσματά τους στο πεδίο. Τυχόν ασυμφωνία μηνυμάτων ΨΕΠ και αποτελεσμάτων «κινητικών» επιχειρήσεων πλήττει την αξιοπιστία των ΨΕΠ και ακολούθως επιδρά αρνητικά στην επιτυχία της συνολικής εκστρατείας.

- Η διείσδυση της τεχνολογίας σε όλες τις περιπτώσεις είναι συνεχώς αυξανόμενη και πολλαπλασιάζει την αποτελεσματικότητα των ΨΕΠ, μειώνοντας παράλληλα το κόστος διεξαγωγής τους, σε ορισμένες μάλιστα περιπτώσεις εξαιρετικά.

- Η καινοτομία και η προσαρμοστικότητα στις εξελισσόμενες δυνατότητες κάθε εποχής, μεγιστοποιούν τη στρατηγική αποτελεσματικότητα των ΨΕΠ.

Κεφάλαιο Η΄: Προτάσεις

Όπως αναφέρθηκε, εκτιμάται ότι η χρήση των ΨΕΠ σε όλο το φάσμα της σύγκρουσης, αναμένεται να αυξηθεί παγκοσμίως. Η Ελλάδα βρίσκεται σε μία γεωγραφική περιοχή με «δύστροπους» και αναθεωρητικούς γείτονες. Για την ενίσχυση της θέσης της στο διεθνές σύστημα, θα πρέπει από την περίοδο της ειρήνης ακόμη να εκτελέσει κατάλληλες επιχειρήσεις επηρεασμού, σε γενικά αλλά και ειδικά ΑΣ, με στόχο να εξασφαλίζει την υποστήριξη των φίλων, να προσελκύει την υποστήριξη των ουδετέρων και να αδυνατίζει τις θέσεις των αντιπάλων της.

Προτείνεται, αφού καταρτιστεί μία Εθνική Στρατηγική με συγκεκριμένους πολιτικούς ΑΝΣΚ, να σχεδιαστεί ένα πλέγμα επιχειρήσεων επηρεασμού διαφόρων ΑΣ, οι οποίες να έχουν συμπληρωματική δράση μεταξύ τους και να είναι πλήρως ευθυγραμμισμένες με τη γενική στρατηγική κατεύθυνση. Για τη διεξαγωγή τους θα πρέπει να αξιοποιηθούν όλα τα μέσα που δύναται να παρέχει η σύγχρονη τεχνολογία και να ληφθούν υπόψη οι τάσεις της εποχής. Η έγκαιρη σχεδίαση και ενσωμάτωση των επιχειρήσεων επηρεασμού στην ευρύτερη στρατηγική της χώρας, είναι απαραίτητη προϋπόθεση για την επίτευξη υψηλής στρατηγικής αποτελεσματικότητας αυτών.

Επειδή όπως αναφέρθηκε η ακριβής και αντικειμενική μέτρηση της στρατηγικής αποτελεσματικότητας των ΨΕΠ, όσο και αν είναι απαραίτητη είναι ταυτοχρόνως πολύ δύσκολο να επιτευχθεί (τουλάχιστον μέχρι σήμερα), θα ήταν πολύ χρήσιμο να μελετηθεί η ανάπτυξη κάποιου μοντέλου – διαδικασίας μέτρησης αποτελεσματικότητας ΨΕΠ σε μικρό χρόνο.

Επιπλέον, θα ήταν πολύ χρήσιμο να μελετηθεί ένα πλαίσιο αξιοποίησης των Ελληνικών ΜΜΕ ώστε να διευκολύνεται η ανάσχεση της πιθανής διείσδυσης εχθρικής προπαγάνδας στον πληθυσμό της χώρας.

Παράρτημα «Α»: Ορισμοί

Παράρτημα «Α»

Ορισμοί

Οι ορισμοί που παρατίθενται στη συνέχεια με αλφαβητική σειρά, προέρχονται από το Εγχειρίδιο Εκστρατείας «Ψυχολογικές Επιχειρήσεις» (EE125-1) των ελληνικών ΕΔ:

Ακροατήριο Στόχος (Target Audience) (NATO). Για τις ψυχολογικές επιχειρήσεις, στόχος είναι άτομο ή ομάδα ατόμων, που έχουν επιλεγεί για να επηρεασθούν ή προσβληθούν με ψυχολογικές επιχειρήσεις (Μερικές φορές αναφέρεται ως "στόχος").

Αντιπροπαγάνδα (Counterpropaganda). Σύνολο ενεργειών, που έχουν σκοπό να αντικρούσουν ή να διαψεύσουν την εχθρική προπαγάνδα. Κατευθύνονται προς τον εχθρό ή προς άλλες ξένες ομάδες.

Απήχηση (Feedback). Οι αμέσως αισθητές αντιδράσεις ή οι εκτιμώμενες, μετά από συλλογή και επεξεργασία σχετικών πληροφοριών, αντιδράσεις, του ατόμου ή της ομάδας, στις ψυχολογικές προσπάθειες που γίνονται προς αυτή.

Διαμορφωτές Κοινής Γνώμης (Key Communicators). Πρόσωπα, που χαίρουν εκτιμήσεως λόγω γνώσεων σε ορισμένο τομέα, προς τα οποία απευθύνονται τα άτομα προς παροχή συμβουλών ή για να πληροφορηθούν την γνώμη τους για σχετικά με τις γνώσεις των θέματα. Απαντούν όταν ερωτηθούν, για θέματα που διάβασαν, άκουσαν ή είδαν (παρέχουν πληροφορίες από δεύτερο χέρι).

Διαφώτιση (Enlightenment).

- α. Σύνολο προσπαθειών για την μετάδοση γνώσεων προς διάλυση πλάνης.
- β. Προπαγανδιστικές προσπάθειες για ιδεολογικό προσηλυτισμό.

Δεικτικότητα (Receptivity) (NATO). Η ευαισθησία κάποιου σε ορισμένο μέσο ΨΕ.

Δυνατότητα Επηρεασμού (Susceptibility) (NATO). Η ευπάθεια κάποιου στόχου σ' ορισμένες μεθόδους ψυχολογικού επηρεασμού (Βλέπε "μέθοδος ψυχολογικού επηρεασμού").

Ενημέρωση Κοινού (Public Information) (NATO). Παρεχόμενες ή δημοσιευόμενες πληροφορίες, με κύριο σκοπό να τηρείται το κοινό πλήρως ενήμερο, ώστε να αντιλαμβάνεται την κατάσταση και να παρέχει υποστήριξη.

Μάζα (Mass). Η μάζα έχει τη μορφή του όχλου, διαφέρει όμως απ' αυτόν στο ότι, διαθέτει συνήθως εσωτερική οργάνωση με αρχηγό, που κατευθύνει τις ενέργειες της. Τα άτομα που

την συγκροτούν ενεργούν υπό την επήρεια φανατισμού. Οι ενέργειες αυτής πολλές φορές παίρνουν τη μορφή κατευθυνόμενης βίας.

Μέθοδος Ψυχολογικού Επηρεασμού (Psychological Operations Approach) (NATO).

Η μέθοδος που υιοθετήθηκε για τον επηρεασμό του στόχου, ώστε να αντιδράσει κατά επιθυμητό τρόπο.

Μήνυμα (Message). Άποψη, ιδέα, πληροφορία, πρόταση, επιθυμία ή συμβουλή, που μεταδίδεται από ένα άτομο σε άλλο άτομο ή ομάδα, με το γραπτό ή τον προφορικό λόγο, με ήχο, με μουσική ή με οποιοδήποτε σχήμα. Μπορεί να περιέχει περισσότερες από μία απόψεις, ιδέες κλπ (Κατά τις συνομιλίες ανταλλάσσονται μηνύματα μεταξύ των συνομιλούντων. Το σφύριγμα αποτελεί μήνυμα κλπ).

Όχλος (Mob). Συναθροισμένα άτομα, ανομοιογενή πολλές φορές κατά τον βίο, το φύλο, το χαρακτήρα, την πνευματική καλλιέργεια και την ηθική υπόσταση, τα οποία βρίσκονται υπό την επήρεια ψυχολογικών ελατηρίων και είναι δυνατόν να προβούν, σε δεδομένη στιγμή, σε ενέργειες, που μπορεί να καταλήξουν σε βιαιοπραγίες, καταστροφές ή εμπρησμό ξένης ιδιοκτησίας, συνήθως χωρίς προκαθορισμένο σχέδιο. Η προσωπικότητα κάθε ατόμου μέσα στον όχλο υφίσταται μεταβολή, με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά αυτής, την ευπιστία του ατόμου, την έξαψη της συναισθηματικότητας του, τη μείωση της κρίσεως του και την αποφυγή αντιρρήσεων, έτσι ώστε να επιβάλλονται σ' αυτό, ασυναίσθητα, τρόποι συμπεριφοράς τελείως ξένοι προς τις βασικές του απόψεις. Ο όχλος υπόκειται στην επίδραση των συναισθημάτων.

Περιβάλλον (Environment). Το περιβάλλον του ατόμου, περιλαμβάνει το φυσικό κόσμο γύρω του, τον εσωτερικό του κόσμο, τα άτομα με τα οποία συναναστρέφονται και τους νόμους υπό τους οποίους ζει και συναναστρέφεται με τα άλλα άτομα.

Πλήθος (Crowd). Τυχαία ή σκόπιμα συναθροισμένα άτομα, προς τα οποία δεν καταβάλλονται προσπάθειες για ψυχολογική επιρροή.

Πλύση Εγκεφάλου (Brainwashing). Η κατήχηση και ο εξαναγκασμός ενός ατόμου, να μεταβάλει τις πολιτικές, κοινωνικές, ιδεολογικές ή θρησκευτικές του πεποιθήσεις, με βίαιες ψυχολογικές μεθόδους, σύμφωνα με τις επιθυμίες εκείνου που εκφράζει τις μεθόδους στο άτομο.

Προπαγάνδα (Propaganda) (NATO). Η επιστημονική τεχνική της διαδόσεως οποιασδήποτε πληροφορίας ή ιδέας, οποιουδήποτε δόγματος ή ειδικής παροτρύνσεως, που

τίθεται εσκεμμένα, άμεσα ή έμμεσα σε κυκλοφορία για να επηρεάσει ευμενώς τη σκέψη, τα αισθήματα, τη στάση και τη συμπεριφορά, οποιασδήποτε συγκεκριμένης ομάδας-στόχου, προς όφελος αυτού που θέτει αυτά σε κυκλοφορία, είτε άμεσα είτε έμμεσα. Διακρίνεται σε :

α. Μαύρη Προπαγάνδα (BLACK PROPAGANDA). Προπαγάνδα, η οποία παρουσιάζεται σαν να προέρχεται από πηγή η οποία είναι διαφορετική από την πραγματική.

β. Φαιά Προπαγάνδα (GREY PROPAGANDA). Προπαγάνδα η οποία δεν φανερώνει ότι προέρχεται από ορισμένη πηγή.

γ. Λευκή Προπαγάνδα (WHITE PROPAGANDA). Προπαγάνδα η οποία τίθεται φανερά σε κυκλοφορία από αυτόν που την διεξάγει ή από όργανο εξουσιοδοτημένο απ' αυτόν.

Προσωπική Επαφή (Face To Face Communication). Συνάντηση δύο ή περισσότερων προσώπων, για συζήτηση πάνω σε ορισμένο θέμα, επίσημα ή ανεπίσημα.

Προτιμώμενα Μέσα (Receptivity) - (Δεικτικότητα) (NATO). Τα ψυχολογικά μέσα που προτιμά ο στόχος. (Η προτίμηση προς ορισμένο μέσο δεν συνεπάγεται και δυνατότητα επηρεασμού του στόχου με το μέσο αυτό). Βλέπε "Ψυχολογικά μέσα".

Στάση (Attitude). Οι πεποιθήσεις του ατόμου ή της ομάδας, σχετικά με ένα θέμα ή μία κατάσταση, που προδιαθέτουν το άτομο ή την ομάδα, να αντιδρά προς αυτά κατά ορισμένο τρόπο.

Στρατηγικός Ψυχολογικός Πόλεμος (Strategic Psychological Warfare). Ενέργειες με τις οποίες επιδιώκονται μακροχρόνιοι και κυρίως πολιτικοί αντικειμενικοί σκοποί, οι οποίες γίνονται σε περίοδο εντάσεως των σχέσεων της χώρας με άλλη ή με άλλες χώρες, ή σε περίοδο πολέμου, με σκοπό να υπονομεύσουν τη θέληση του εχθρού για πόλεμο, ή να περιορίσουν τις δυνατότητές του για διεξαγωγή πολέμου. Μπορεί να κατευθύνεται προς την πολιτική ομάδα που κυβερνά, την κυβέρνηση και τα όργανα της κυβερνήσεως του εχθρού, ή προς το σύνολο του εχθρικού πληθυσμού, ή προς ορισμένες ομάδες αυτού. Η πολιτική του στρατηγικού ψυχολογικού πολέμου καθορίζεται από την κυβέρνηση της χώρας.

Συμπεριφορά (Behavior) (Συνώνυμα: διαγωγή - τρόποι - φέρσιμο). Η αντίσταση του ατόμου, ή της ομάδας, απέναντι ορισμένης εξωτερικής επιδράσεως. Αυτή μπορεί να

συμφωνεί ή να μη συμφωνεί με τη στάση του.

Σύνθημα (Slogan). Το ψυχολογικό έναυσμα που δίνεται στη μάζα σε μία ορισμένη στιγμή. Είναι δυνατόν να δοθεί κατά την παρουσίαση ψυχολογικών θεμάτων σε κατάλληλη στιγμή ή να αποτελέσει ανεξάρτητη ψυχολογική ενέργεια. Αποτελείται από μία και μόνο λέξη ή μικρή φράση.

Τακτικός Ψυχολογικός Πόλεμος (Tactical Psychological Warfare) (NATO). Ενέργειες που έχουν σκοπό να ασκήσουν ψυχολογική πίεση στις ένοπλες δυνάμεις και τον πληθυσμό του εχθρού μέσα στη ζώνη μάχης, προς υποστήριξη τακτικών στρατιωτικών επιχειρήσεων, θαλασσιών και αεροπορικών επιχειρήσεων, στις περιοχές στις οποίες έχουν σχεδιασθεί ή διεξάγονται αυτές. Ο τακτικός ψυχολογικός πόλεμος πρέπει να είναι σύμφωνος προς την πολιτική του στρατηγικού ψυχολογικού πολέμου, διεξάγεται όμως σαν μέρος των τακτικών επιχειρήσεων.

Υποκινητής (Agitator). Καλά εκπαιδευμένο άτομο, μέσα στον όχλο ή τη μάζα το οποίο εκμεταλλεύεται τις εκδηλώσεις των άλλων ατόμων για να δημιουργήσει σ' αυτά ορισμένα συναισθήματα, που ωθούν, τόσο τον όχλο, όσο και την μάζα, σε προκαθορισμένες εκδηλώσεις ή ακόμη πράξεις βίας.

Ψίθυρος (Rumor). Ανακριβής είδηση ή πληροφορία, που τίθεται σε κυκλοφορία με σκοπό να πείσει όσους πληροφορηθούν αυτή, για ορισμένα γεγονότα, τα οποία παρουσιάζει σαν αναμφισβήτητα. Μεταδίδεται συνήθως από στόμα σε στόμα και δεν περιέχει λεπτομέρειες, από τις οποίες να είναι δυνατόν να ελεγχθεί εύκολα η αλήθεια της. Είναι δυνατόν επίσης να διαδοθεί με επιστολή, ή με άλλο τρόπο. Μερικές φορές αναφέρεται και σαν «διάδοση» ή «φήμη».

Ψυχολογικά Μέσα (Psychological Media) (NATO). Τεχνικά ή όχι μέσα, με τα οποία είναι δυνατόν, αυτός που διεξάγει ψυχολογικές επιχειρήσεις να έλθει σε επαφή με το στόχο, με οποιοδήποτε τρόπο (ραδιόφωνο, TV, προκήρυξη προσωπικές επαφές κλπ).

Ψυχολογικές Δραστηριότητες (Psychological Activities). Ενέργειες οι οποίες είναι δυνατόν να επιδράσουν ψυχολογικά πάνω στους στόχους των ψυχολογικών επιχειρήσεων. Τέτοιες ενέργειες είναι, η εκτέλεση κοινωφελών έργων, επισκέψεις προσωπικοτήτων, διεξαγωγή ασκήσεων, δολιοφθορές, τρομοκρατικές ενέργειες ή προπαγάνδα κλπ (βλέπε "ψυχολογική ενέργεια").

Ψυχολογική Ενέργεια (Psychological Action) (NATO). Η χρησιμοποίηση ψυχολογικών

μέσων και ψυχολογικών δραστηριοτήτων, σε καιρό ειρήνης και σε καιρό πολέμου, με σκοπό να περιορισθεί η ισχύς πιθανού ή πραγματικού εχθρού και η επιρροή αυτού, πάνω σε πιθανόν εχθρικά ή ουδέτερα κράτη, καθώς επίσης και να αυξηθεί η δική μας ή η φίλια επιρροή, ή θέση, πάνω στις χώρες αυτές.

Ψυχολογικές Επιχειρήσεις (Psychological Operations) (NATO). Σχεδιασμένες ψυχολογικές δραστηριότητες, σε καιρό ειρήνης και σε καιρό πολέμου, που κατευθύνονται προς εχθρικά, φιλικά ή ουδέτερα ακροατήρια, με σκοπό να επηρεάσουν τη στάση και τη συμπεριφορά αυτών ευνοϊκά σε πολιτικούς και στρατιωτικούς σκοπούς. Περιλαμβάνουν ψυχολογικές ενέργειες, ψυχολογικό πόλεμο και ψυχολογικές επιχειρήσεις σταθεροποίησης. Διεξάγονται με πολιτικές, στρατιωτικές, οικονομικές, ιδεολογικές και ενημερωτικές δραστηριότητες, οι οποίες αναλαμβάνονται ύστερα από σχεδίαση και προς επίτευξη επιθυμητού ψυχολογικού αποτελέσματος.

Ψυχολογικό Θέμα (Psychological Theme) (NATO). Είναι μία ιδέα ή ένα αντικείμενο συζητήσεως, πάνω στο οποίο βασίζεται η διεξαγωγή μιας ψυχολογικής επιχειρήσεως. Πολλές φορές αναφέρεται απλώς "ως θέμα".

Ψυχολογικός Πόλεμος (Psychological Warfare) (NATO). Ψυχολογικός πόλεμος είναι η άσκηση ψυχολογικής πίεσεως πάνω στον πληθυσμό και τις ένοπλες δυνάμεις του εχθρού, κατά την περίοδο εντάσεως των διεθνών σχέσεων, ή κατά τη διάρκεια του πολέμου, προς επηρεασμό της στάσεως και της συμπεριφοράς εχθρικών ομάδων και άλλων στόχων, σε περιοχές ελεγχόμενες από τον εχθρό. Χρησιμοποιείται κυρίως προς υποστήριξη όλων των προσπαθειών, που κατευθύνονται κατά του εχθρού, με σκοπό να εξασθενήσει η θέλησή του να εμπλακεί σε πόλεμο ή να συνεχίσει τις εχθροπραξίες και να περιορισθούν οι πολεμικές του δυνατότητες.

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

Ανθολόγιον, «Ιεραρχική απεικόνιση ανθρώπινων αναγκών κατά τον Μάσλοου», 01 Απρ 2017, ανάκτηση από: <http://anthologion.gr/2017/04/01/ιεραρχική-απεικόνιση-ανθρώπινων-ανα/>, (έγινε πρόσβαση την 05 Φεβ 2018).

Bon, Gustave Le, «Ψυχολογία των Μαζών», Ειδική έκδοση για την εφημερίδα ΤΟ ΒΗΜΑ, (Αθήνα: Εκδόσεις Ζήτρος, 2010).

ΓΕΣ/ΔΕΚΠ, «ΕΕ125-1 Ψυχολογικές Επιχειρήσεις», Αθήνα, Τυπογραφείο Ελληνικού Στρατού, 1996.

Γκαλτέμη, Έλλη, «Η ιεραρχική απεικόνιση των αναγκών του ανθρώπου κατά τον Μάσλοου», 2017, ανάκτηση από: <https://www.e-psychology.gr/diafora-themata-psychologias/2392-ierarhiki-apeikonisi-anagkon-tou-anthropou.html>, (έγινε πρόσβαση την 10 Δεκ 2017).

Iefimerida, «Ρωσία: Οι ΗΠΑ «ανακάλυψαν» το χέρι του Κρεμλίνου στις εκλογές μόνο μετά την εκλογή Τραμπ», 08 Ιαν 2018, ανάκτηση από: <http://www.iefimerida.gr/news/387740/rosia-oi-ipa-anakalypsan-heri-toy-kremlinoy-stis-ekloges-mono-meta-tin-eklogi-tramp>, (έγινε πρόσβαση την 18 Φεβ 2018).

Κονδήλης, Παναγιώτης, «Από τον 20ο στον 21ο Αιώνα, Τομές στην Πλανητική Πολιτική περί το 2000», (Αθήνα: ΘΕΜΕΛΙΟ, 2000).

Κολιόπουλος, Κωνσταντίνος, «Η στρατηγική σκέψη από την αρχαιότερα έως σήμερα», (Βάρη, Αττική: Ποιότητα, 2008).

Ξενόγλωσση

"15 (United Kingdom) Psychological Operations Group Annual Report 2007/08", 2008, ανάκτηση από: https://www.psywar.org/psywar/reproductions/15POG_Annual_Report_2008.pdf, (έγινε πρόσβαση την 20 Ιαν 2017).

Castro, Daniel A, "Do Psychological Operations benefit from the use of host nation media?", 2007, ανάκτηση από: https://calhoun.nps.edu/bitstream/handle/10945/3643/07Mar_Castro.pdf?sequence=1 (έγινε πρόσβαση την 2 Μαρ 2018).

Chaffey, Dave, "Global social media research summary 2017", Απρ 2017, ανάκτηση από: <https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/>, (έγινε πρόσβαση την 15 Ιαν 2018).

- Cheng, Dean, "Winning Without Fighting: The Chinese Psychological Warfare Challenge." The Heritage Foundation, 12 Ιουλ 2013, *ανάκτηση από:* <https://www.heritage.org/global-politics/report/winning-without-fighting-the-chinese-psychological-warfare-challenge> , (έγινε πρόσβαση την 10 Φεβ 2018).
- CNN Greece, «Πραξικόπημα στην Τουρκία: Το timeline της ανατροπής του Ερντογάν που δεν έγινε», Newsroom, 16 Ιουλ 2016, *ανάκτηση από:* <http://www.cnn.gr/news/kosmos/story/39515/praxikopima-stin-toyrkia-to-timeline-tis-anatropis-toy-erntogan-poy-den-egine>, (έγινε πρόσβαση την 10 Φεβ 2018).
- E. Estellés-Arolas, F. González Ladrón-de-Guevara, "Towards an integrated crowdsourcing definition.", Journal of Information Science (JCR: 1,41), 9 Μαρ 2012, *ανάκτηση από:* <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0165551512437638?journalCode=jisb>, (έγινε πρόσβαση την 27 Φεβ 2018).
- F.L.Goldstein, B.F.Findley Jr., "Psychological Operations Principles and Case Studies" *www.au.af.mil.*, Air University Press, Alabama, Σεπ 1996, *ανάκτηση από:* http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/au/goldstein/goldstein_b18.pdf, (έγινε πρόσβαση την 11 Μαρ 2018).
- Friedman, Herbert A., “*Psychological Operations in Afghanistan, Operation Enduring Freedom*”, 2001, *ανάκτηση από:* <https://www.psywar.org/content/afghanistan02>, (έγινε πρόσβαση την 10 Φεβ 2018).
- Fu, Beimeng, "China's paid internet trolls aren't who you think they are", BuzzFeed, Inc., 21 Μαι 2016, *ανάκτηση από:* https://www.buzzfeed.com/beimengfu/this-study-thinks-its-figured-out-how-chinas-internet-trolls?utm_term=.araeWPV2k#.mgKIRE983, (έγινε πρόσβαση την 8 Μαρ 2018).
- Holloway, Michael, “*How Russia weaponized social media in crimea*”, 10 Μαΐ 2017, *ανάκτηση από:* <https://thestrategybridge.org/the-bridge/2017/5/10/how-russia-weaponized-social-media-in-crimea>, (έγινε πρόσβαση την 14 Ιαν 2018).
- ICA., "Assessing Russian activities and intentions in recent US elections", *washingtonpost.com*, 6 Ιαν 2017, *ανάκτηση από:* <http://apps.washingtonpost.com/g/page/politics/the-intelligence-community-report-on-russian-activities-in-the-2016-election/2153/>, (έγινε πρόσβαση την 17 Φεβ 2018).
- Kiley, Jocelyn, “*U.S. public sees Russian role in campaign hacking, but is divided over new sanctions*”, Pew Research Center, 10 Ιαν 2017, *ανάκτηση από:* <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/01/10/u-s-public-says-russia-hacked-campaign/>, (έγινε πρόσβαση την 18 Μαρ 2018).

- King, Gary, Jennifer Pan and Margaret Roberts, "How the Chinese government fabricates social media posts for strategic distraction, not engaged argument", *gking.harvard.edu*. American Political Science Association, Απρ 2017, ανάκτηση από: https://gking.harvard.edu/files/gking/files/how_the_chinese_government_fabricates_social_media_posts_for_strategic_distraction_not_engaged_argument.pdf, (έγινε πρόσβαση την 03 Μαρ 2018).
- Koerner, Brendan I., "Why ISIS is winning the social media war", *www.wired.com*, Απρ 2016, ανάκτηση από: <https://www.wired.com/2016/03/isis-winning-social-media-war-heres-beat/>, (έγινε πρόσβαση την 21 Φεβ 2018).
- Kofman, Michael, Katia Migacheva, Brian Nichiporuk, Andrew Radin, Olesya Tkacheva and Jenny Oberholtzer, "Lessons from Russia's operations in Crimea and Eastern Ukraine", RAND Corporation, 2017, ανάκτηση από: https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/research_reports/RR1400/RR1498/RAND_RR1498.pdf, (έγινε πρόσβαση την 20 Ιαν 2018).
- Lamb, Christopher J., "Review of Psychological Operations Lessons Learned from recent operational experience", *www.au.af.mil*, NDU Press, Sep 2005, ανάκτηση από: http://www.au.af.mil/AU/AWC/awcgate/ndu/lamb_psyops_lesns_sep05.pdf, (έγινε πρόσβαση την 17 Δεκ 2017).
- Miller, Greg, and Souad Mekhennet, "Inside the surreal world of the Islamic State's propaganda machine", *The Washington Post*, 20 Νοε 2015, ανάκτηση από: https://www.washingtonpost.com/world/national-security/inside-the-islamic-states-propaganda-machine/2015/11/20/051e997a-8ce6-11e5-acff673ae92ddd2b_story.html?utm_term=.932e667cfe78, (έγινε πρόσβαση την 25 Φεβ 2018).
- Munoz, Arturo, "U.S. Military Information Operations in Afghanistan Effectiveness of Psychological Operations 2001–2010", RAND Corporation, National Defense Research Institute, 2012, ανάκτηση από: https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/monographs/2012/RAND_MG1060.pdf (έγινε πρόσβαση την 20 Δεκ 2017).
- Myers, D., and H. Lamm., "The Group Polarization Phenomenon" *Psychological Bulletin*, 1975.
- Nakashima, Ellen, "Inside a Russian disinformation campaign in Ukraine in 2014", *www.washingtonpost.com*, *The Washington Post*, 25 Δεκ 2017, ανάκτηση από: <https://www.washingtonpost.com/world/national-security/inside-a-russian-disinformation-campaign-in-ukraine-in-2014/2017/12/25/f55b0408-e71d-11e7-ab50->

- [621fe0588340_story.html?utm_term=.78a851328736](#), (έγινε πρόσβαση την 29 Ιαν 2018).
- NATO Standardization Agency, *Allied Joint Doctrine For Psychological Operations [AJP-3.10.1(A)]*, NSO, 2007.
- NATO StratCom COE, "DAESH Information Campaign and its Influence." www.stratcomcoe.org, NATO StratCom COE, Ιαν 2016, ανάκτηση από: <https://www.stratcomcoe.org/daesh-information-campaign-and-its-influence>, (έγινε πρόσβαση την 10 Φεβ 2018).
- Newsroom, «*Russia - Gate: Παραπέμπονται 13 Ρώσοι για εμπλοκή στις εκλογές των ΗΠΑ - Δεν κάναμε κάτι μεμπτό απαντάει ο Τραμπ*», 16 Φεβ 2018, ανάκτηση από: <http://newpost.gr/kosmos/655166/russia-gate-parapempontai-13-rwsoi-gia-emplokh-stis-ekloges-twn-hpa>, (έγινε πρόσβαση την 16 Φεβ 2018).
- Reuters Staff, "FACTBOX: Five facts about Russian military intelligence", www.reuters.com, 24 Απρ 2009, ανάκτηση από: <https://www.reuters.com/article/us-russia-medvedev-intelligence-gru-sb/factbox-five-facts-about-russian-military-intelligence-idUSTRE53N3K820090424>, (έγινε πρόσβαση την 01 Μαρ 2018).
- Sirén, Torsti, "*Winning wars before they emerge: From kinetic warfare to strategic communications as a proactive and mind-centric paradigm of the art of war*", Boca Raton, Florida: Universal-Publicers, 2013, ανάκτηση από: https://books.google.gr/books?id=gJ4SyIasRQC&pg=PA112&lpg=PA112&dq=PSYOP+cost+vs+kinetic+operations+cost&source=bl&ots=pEmN87CJh4&sig=W-41CHEkrqyoDM7byKPXkmK279A&hl=el&sa=X&ved=0ahUKEwi1zOPvrf_YAhUCBSwKHbONBroQ6AEIMzAC#v=onepage&q=PSYOP%20cost%20vs%20kinetic%20operations%20cost&f=false, (έγινε πρόσβαση την 12 Μαρ 2018).
- Task Groups HFM-160 and HFM-183, "How to improve your aim: Measuring the effectiveness of activities that influence attitudes and behaviors", www.rto.nato.int, NATO/RTO, Αυγ 2011, ανάκτηση από: <https://info.publicintelligence.net/NATO-MeasuringInfluence.pdf>, (έγινε πρόσβαση την 05 Ιαν 2018).
- Thomas, Timothy L., "New developments in Chinese Strategic Psychological Warfare", www.au.af.mil, FMSO/CALL, Fort Leavenworth, Απρ 2003, ανάκτηση από: http://www.au.af.mil/AU/AWC/awcgate/ndu/lamb_psyops_lesns_sep05.pdf, (έγινε πρόσβαση την 15 Φεβ 2018).
- United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division, "World Urbanization Prospects. The 2014 Revision (2015)", 2015, ανάκτηση από:

<https://esa.un.org/unpd/wup/Publications/Files/WUP2014-Report.pdf>,

(έγινε

πρόσβαση την 20 Ιαν 2018).

Wang Yongming, Liu Xiaoli, et al., "Research on the Iraq War", Beijing, PRC: Academy of Military Science Press, 2003.

Wei, Hu Feng, "Psychological Warfare in the Iraq War", PRC:White Mountain Press, Shenyang, 2004.

