

ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES



ΣΧΟΛΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΕΘΝΩΝ, ΕΥΡΩΠΑΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΣΠΟΥΔΕΣ»

«Επιχειρήσεις Επιρροής: παρελθόν, παρόν και μέλλον»
“Influence Operations: past, present and future”

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Χαρίκλεια Θωμοπούλου

Αθήνα, 2022

Με ατομική μου ευθύνη και γνωρίζοντας τις κυρώσεις, που προβλέπονται από τις διατάξεις της παρ. 6 του άρθρου 22 του Ν.1599/1986, δηλώνω ότι:

Η εργασία που παραδίδω είναι αποτέλεσμα πρωτότυπης έρευνας και δεν χρησιμοποιεί πνευματική ιδιοκτησία τρίτων χωρίς αναφορές. Αναλαμβάνω όλες τις νομικές και διοικητικές συνέπειες σε περίπτωση που αποδειχθεί ότι η εργασία μου αποτελεί προϊόν λογοκλοπής ή προϊόν τρίτων.

Τριμελής Επιτροπή

Χαράλαμπος Παπασωτηρίου, Καθηγητής Παντείου Πανεπιστημίου (Επιβλέπων)

Κωνσταντίνος Κολιόπουλος, Καθηγητής Παντείου Πανεπιστημίου

Κωνσταντίνος Λάβδας, Καθηγητής Παντείου Πανεπιστημίου



Copyright © Χαρίκλεια Θωμοπούλου, 2022

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 τη συγγραφέα.

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

Συντομογραφίες

ΑΝΣΚ : Αντικειμενικός Σκοπός

Β' ΠΠ : Δεύτερος Παγκόσμιος Πόλεμος

Ε.Ε. : Επιχειρήσεις Επιρροής

ΕΣΣΔ : Ένωση Σοβιετικών Σοσιαλιστικών Δημοκρατιών

ΗΠΑ : Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής

ΚΚΚ : Κομμουνιστικό Κόμμα Κίνας

ΜΚΔ : Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

ΜΜΕ : Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης

ΟΗΕ : Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών

A.I. : Artificial Intelligence

CIA : Central Intelligence Agency

I.O. : Influence Operations

IDF : Israel Defense Forces

Περιεχόμενα:

1) Γραφήματα & εικόνες.....	7
2) Περίληψη.....	8
3) Abstract.....	9
4) Εισαγωγή.....	10
4.1.Ορισμός.....	10
4.2.Θεωρητικές βάσεις.....	11
5) Κατηγορίες επιχειρήσεων επιρροής	14
5.1. Πληροφοριακές επιχειρήσεις.....	14
5.2. Ψυχολογικές επιχειρήσεις.....	15
5.3. Δραστηριότητες στρατηγικής επικοινωνίας.....	16
6) Μελέτες περιπτώσεων.....	18
6.1. Η περίπτωση των παλαιστινιακών επιχειρήσεων επιρροής.....	18
6.2. Η περίπτωση των ενεργών μέτρων της ΕΣΣΔ.....	23
6.3. Η περίπτωση της δημόσιας διπλωματίας στις ΗΠΑ.....	27
6.4. Η περίπτωση της βρετανικής αποικιακής επιρροής.....	34
6.5. Η περίπτωση των ψυχολογικών επιχειρήσεων στη Νικαράγουα.....	38
6.6. Η περίπτωση προπαγάνδας της Κίνας.....	40
7) Συμπεράσματα.....	45
8) Πηγές.....	48
8.1. Βιβλιογραφία.....	48
8.2. Ηλεκτρονική Βιβλιογραφία.....	49
8.3. Πηγές Γραφημάτων & Εικόνων.....	49

1. Γραφήματα & Εικόνες

Γράφημα 1. Στοιχεία Επιχειρήσεων Επιρροής κατά RAND.....	11
Γράφημα 2. Γνωστική Ασυμφωνία.....	12
Γράφημα 3. Πληροφοριακές Επιχειρήσεις.....	15
Γράφημα 4. Στρατηγική επικοινωνία.....	17
Εικόνα 1. Χάρτης Ισραήλ & Δυτικής όχθης.....	18
Εικόνα 2. Ματριόσκα meme.....	26
Εικόνα 3. Πράγα, 1968.....	29
Εικόνα 4. Χάρτης Αποαποικιοποίησης της Αφρικής.....	35
Εικόνα 5. Κόντρας.....	38

2. Περίληψη

Μέρος της ήπιας ισχύος που μπορεί να ασκήσουν κρατικοί και μη δρώντες, είναι και οι επιχειρήσεις επιρροής (E.E.). Λαμβάνοντας υπ' όψη τον ορισμό της δεξαμενής σκέψης RAND για τις επιχειρήσεις επιρροής και χρησιμοποιώντας το εργαλείο της στρατηγικής ανάλυσης, η ερευνητική αυτή εργασία έχει ως σκοπό να εξετάσει τη συνάφεια της ανεξάρτητης μεταβλητής των μέσων που χρησιμοποιούνται (ειδικά των αναδυόμενων τεχνολογιών) σε σχέση με την εξαρτημένη μεταβλητή της αποτελεσματικότητας των E.E. Η υπόθεση εργασίας είναι ότι τα μέσα των αναδυόμενων τεχνολογιών έχουν επηρεάσει θετικά την αποτελεσματικότητά τους. Για τα απαραίτητα παραδείγματα θα χρησιμοποιηθούν μελέτες περιπτώσεων (case studies) που θα αντληθούν από τη διαθέσιμη βιβλιογραφία. Οι μελέτες περιπτώσεων αυτές είναι ενδεικτικές και σε καμία περίπτωση δεν εξαντλούν τη βιβλιογραφία. Στην παρούσα εργασία, εξετάζονται κυρίως έξι περιπτώσεις επιχειρήσεων επιρροής, που ανήκουν σε διάφορες υποκατηγορίες. Στο τέλος, παρατίθενται τα συμπεράσματα που αντλήθηκαν από τις μελέτες περιπτώσεων, λαμβάνοντας υπ' όψη τους πρακτικούς περιορισμούς της εργασίας αυτής.

Λέξεις-κλειδιά: επιχειρήσεις επιρροής, προπαγάνδα, ψυχολογικές επιχειρήσεις, πληροφοριακές επιχειρήσεις, στρατηγική επικοινωνία, αναδυόμενες τεχνολογίες

3. Abstract

Influence operations (I.O.) are a kind of soft power that state or no-state actors can exercise. After taking into consideration the definition for influence operations of the RAND think tank and through the prism of strategic analysis, this research paper aims to examine the pertinence of the independent variable of the means used (especially the emerging technologies) in relation to the dependent variable of the efficiency of the I.O. The working hypothesis is that the means of emerging technologies have positively influenced the I.O.'s effectiveness. Case studies from the available bibliography will be used as examples in order to examine the issue. These case studies are indicative and in no way exhaust the literature. In this research paper, mainly six cases of influence operations are being examined, that belong to a variety of different sub-categories. Finally, the conclusions drawn from the case studies are listed, taking into account the practical limitations of this research paper.

Key-words: *influence operations, propaganda, psychological operations, information operations, strategic communication, emerging technologies*

4. Εισαγωγή

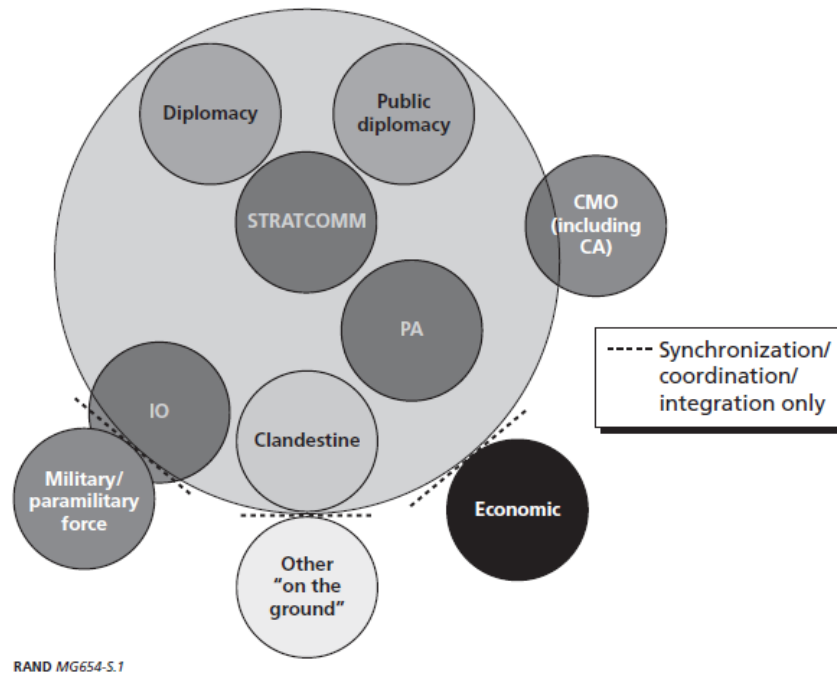
4.1.Ορισμός

Οι επιχειρήσεις επιρροής δεν είναι καινούργια έννοια στις μεθόδους άσκησης ήπιας ισχύος. Λαμβάνοντας υπ'όψη τον ορισμό που δίνει η δεξαμενή σκέψης RAND¹ (Larson, και συν., 2009, σσ. 2-4), ως επιχειρήσεις επιρροής μπορούμε να ορίσουμε «απόπειρες που έχουν ως σκοπό να επηρεάσουν ένα στοχευμένο κοινό —είτε πρόκειται για κάποιον μεμονωμένο ηγέτη, είτε για μέλη ομάδας λήψης αποφάσεων, στρατιωτικών οργανισμών και του προσωπικού τους, συγκεκριμένες υπο-ομάδες του πληθυσμού, είτε για το ευρύτερο κοινό». Πιο συγκεκριμένα, οι επιχειρήσεις επιρροής είναι «η οργανωμένη, κατάλληλα προσαρμοσμένη και χρονισμένη εφαρμογή διπλωματικών, πληροφοριακών, στρατιωτικών και οικονομικών δεξιοτήτων (ανάμεσα σε άλλες), σε περιόδους ειρηνικές, κρίσεως, συγκρούσεων και μετασυγκρουσιακές, με σκοπό να προωθήσουν στάσεις, συμπεριφορές ή αποφάσεις ξένων στοχευμένων κοινών», που προάγουν τα συμφέροντα και τους στόχους του Χ δρώντα.

Γενικές γραμμές, οι επιχειρήσεις επιρροής περιλαμβάνουν δημόσιες σχέσεις, πληροφοριακές και ψυχολογικές επιχειρήσεις, δραστηριότητες στρατηγικής επικοινωνίας και το κομμάτι των στρατιωτικο-πολιτικών επιχειρήσεων που αφορά τις δημόσιες σχέσεις. Πρόκειται για δραστηριότητες που «σκοπεύουν να επηρεάσουν τα γνωστικά, ψυχολογικά, παρακινητικά, ιδεατικά, ιδεολογικά και ηθικά χαρακτηριστικά ενός στοχευμένου κοινού». Η διεξαγωγή τους μπορεί να γίνεται από δρώντες στρατιωτικούς και μη και κρατικούς και μη.

Διαχρονικά, ο γενικότερος άμεσος αντικειμενικός σκοπός (ΑΝΣΚ) των επιχειρήσεων επιρροής, αυτός της άσκησης επιρροής, δεν έχει αλλάξει. Ο ειδικότερος έμμεσος αντικειμενικός σκοπός, το τι θέλει δηλαδή να πετύχει κάποιος δρων μέσω της άσκησης επιρροής, εξαρτάται από την περίπτωση.

¹ Η αμερικανική δεξαμενή σκέψης διεθνούς πολιτικής RAND (**R**esearch **A**nd **D**evelopment) ιδρύθηκε το 1948, με σκοπό να προσφέρει υπηρεσίες έρευνας και ανάλυσης στις ένοπλες δυνάμεις των Ηνωμένων Πολιτειών. Όντας ΜΚΟ, συνεργάζεται επίσης με άλλες κυβερνήσεις, διεθνείς οργανισμούς, ιδιωτικές εταιρίες και ιδρύματα.



Γράφημα 1. Στοιχεία Επιχειρήσεων Επιρροής κατά RAND²

4.2. Θεωρητικές βάσεις

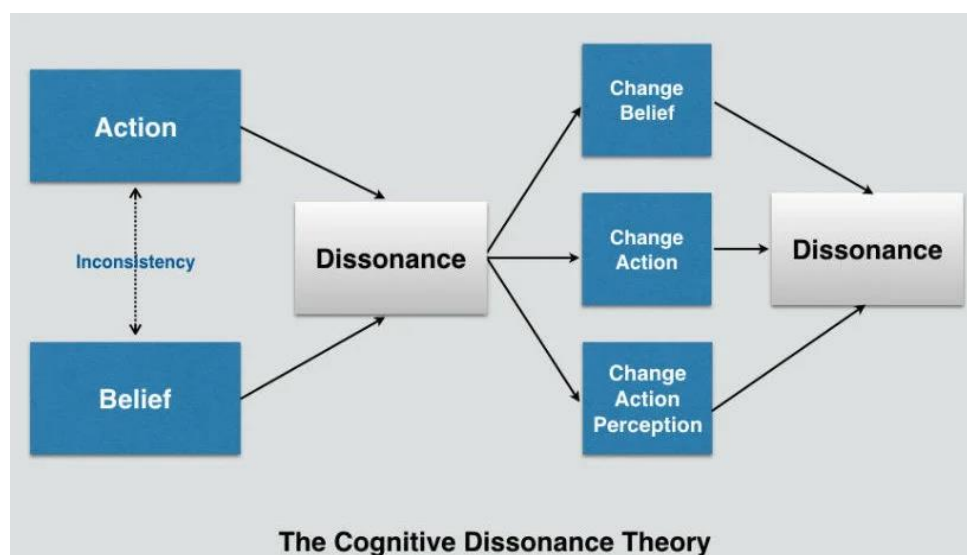
Τα θεμέλια των επιχειρήσεων επιρροής αξιοποιούν κάποιες βασικές επιστημονικές θεωρίες και παραδοχές, όπως αυτές που αντλούνται από τον κλάδο της Ρητορικής και της Ψυχολογίας, ξεκινώντας από τον όρο της πειθούς. Ως πειθώ ορίζεται η «δύναμη και η ικανότητα να πείθει κανείς τους άλλους» (Μπαμπινιώτης, 2008, σ. 1365), ενώ ως επιρροή ορίζεται «η επίδραση σε πρόσωπο ή στη διαμόρφωση αποτελέσματος» (Μπαμπινιώτης, 2008, σ. 655). Με βάσεις στο έργο του Αριστοτέλη, στη θεωρία έκθεσης (ΤΣΟΛΑΚΗΣ, και συν., σσ. 7-41) συναντάμε πέντε τρόπους πειθούς: επίκληση στη λογική, στο συναίσθημα του δέκτη, στο ήθος του πομπού, επίθεση στο ήθος του αντιπάλου και επίκληση στην αυθεντία. Σύμφωνα με τον Blaise Pascal, «η τέχνη της πειθούς συνδέεται αναπόφευκτα με τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι αποδέχονται αυτό που τους λέει κάποιος, καθώς και με τη φύση όσων θέλει κάποιος να καταστήσει πιστευτά» (Pascal, 2011, σ. 59). Σε αυτό το σημείο, έρχεται να συνδράμει επικουρικά η Ψυχολογία.

Στην Ψυχολογία λοιπόν, και ειδικότερα στην Κοινωνική Ψυχολογία, συναντάμε ανάμεσα σε άλλα τις θεωρίες και τα πειράματα της κοινωνικής επιρροής

² Ανακτήθηκε από <https://www.rand.org/pubs/monographs/MG654.html> (τ.π. 6.9.2022)

(πλειοψηφικής και μειονοτικής), τη θεωρία της γνωστικής ασυμφωνίας του Festinger, τη θεωρία του εμβολιασμού των McGuire & Papageorgis, κ.α.. Επιγραμματικά, σύμφωνα με τις σχετικές επιστημονικές μελέτες όσον αφορά την πλειοψηφική επιρροή, «σε πλήθος διαφορετικών καταστάσεων και έργων τα άτομα συμφωνούν πολύ συχνά με την πλειοψηφία, ακόμα κι αν πιστεύουν ότι η κρίση της είναι στην πραγματικότητα εσφαλμένη» (Martin & Hewstone, 2013, σ. 29). Σχετικά με τη μειονοτική επιρροή, η θεωρία της βασίζεται στη σύγκρουση που προκαλεί κάποια μειονότητα χάρη στη σταθερότητα της συμπεριφοράς της κατά τη διαδικασίας επιρροής, σε συγχρονικό (όλα τα μέλη της μειονότητας μαζί) και διαχρονικό (καθ' όλη τη διάρκεια της διαδικασίας) επίπεδο. Το στοιχείο της σταθερότητας της συμπεριφοράς αυτής σε βάθος χρόνου είναι άκρως σημαντικό.

Όσον αφορά τον Festinger, σύμφωνα με τη θεωρία του «το άτομο έχει την τάση να μειώνει την ασυμφωνία που μπορεί να δημιουργηθεί μεταξύ δύο αντιφατικών μεταξύ τους γνωστικών στοιχείων» (Παπαστάμου, 2008, σ. 306). Για να μειωθεί η κατάσταση αναταραχής και ανισορροπίας που βιώνει το άτομο, θα πρέπει να αλλάξει τη στάση³ του για ένα από αυτά τα αντιφατικά στοιχεία, ώστε να υπάρξει συμβιβασμός. Η αλλαγή στάσης οδηγεί έτσι σε αλλαγή συμπεριφοράς.



Γράφημα 2. Γνωστική Ασυμφωνία⁴

³ Η στάση αποτελεί α) γνωστικό στοιχείο (τι πιστεύει κάποιος σχετικά με κάτι), β) συναισθηματικό στοιχείο (τι νιώθει κάποιος σχετικά με κάτι) και στοιχείο συμπεριφοράς ή πρόθεσης συμπεριφοράς (στερεότυπα, προκαταλήψεις, διακρίσεις).

⁴ Ανακτήθηκε από: <https://elearningindustry.com/apply-cognitive-dissonance-theory-elearning> (τ.π. 13.11.2022)

Όσον αφορά τη θεωρία εμβολιασμού, ένα πρωτοπόρο πείραμα των Lumsdaine & Janis (Παπαστάμου, 2008, σσ. 147-148), απέδειξε ότι αν έχουμε ένα κοινό που θα αποτελέσει στόχο πειθούς αντίθετης άποψης από τη δική μας, ο καλύτερος τρόπος για να το προετοιμάσουμε να αντισταθεί είναι τα αμφίπλευρα επιχειρήματα. Κατά τους McGuire & Parageorgis, «ο λόγος για τον οποίο πολλοί άνθρωποι αλλάζουν σχετικά εύκολα γνώμη είναι διότι δεν διαθέτουν επιχειρήματα υπέρ των απόψεών τους, καθώς δεν έχουν συνηθίσει να τις υπερασπίζονται» (Παπαστάμου, 2008, σ. 148). Για να αντισταθεί το άτομο, θα χρειαστεί ανοσοποίηση διά εμβολιασμού, δηλαδή να κατέχει μια «ελαφρότερη μορφή των επιχειρημάτων που πρόκειται να συναντήσει στο πλαίσιο επαφής του με την αντιπροπαγάνδα». Αυτός ο τύπος άμυνας έχει διαπιστωθεί ότι είναι πιο αποτελεσματικός από την απλή παροχή αποθέματος αντεπιχειρημάτων (μονόπλευρων).

Οι παραπάνω θεωρίες και παραδοχές, είναι μόνο ενδεικτικές του συνόλου αυτών που πλέον υπάρχουν διαθέσιμες και προσφέρουν τα μέγιστα στην κατανόηση του τρόπου λειτουργίας της ανθρώπινης ψυχοσύνθεσης, στην κατανόηση του φαινομένου της επιρροής και στον σχεδιασμό αποτελεσματικών επιχειρήσεων επιρροής.

5. Κατηγορίες επιχειρήσεων επιρροής

Οι επιχειρήσεις επιρροής μπορούν να κατανεμηθούν σε διάφορες κατηγορίες. Σε γενικές γραμμές, δεν συμφωνούν όλοι οι οργανισμοί — κρατικοί και μη — σε μια μοναδική κατηγοριοποίηση. Επίσης, αρκετά συχνά οι διαχωριστικές γραμμές ανάμεσα σε αυτές τις κατηγορίες μπορούν να γίνουν δυσδιάκριτες, με τις έννοιες και τους ορισμούς τους να επικαλύπτονται σε ορισμένα σημεία. Για πρακτικούς λόγους, στα πλαίσια αυτής της ερευνητικής εργασίας, οι επιχειρήσεις επιρροής θα χωριστούν στις κύριες κατηγορίες των πληροφοριακών επιχειρήσεων, των ψυχολογικών επιχειρήσεων και των δραστηριοτήτων στρατηγικής επικοινωνίας.

5.1. Πληροφοριακές επιχειρήσεις

Οι πληροφοριακές επιχειρήσεις, που αποβλέπουν στην επίτευξη κάποιου στρατηγικού πλεονεκτήματος σε σχέση με κάποιον άλλο δρών, είναι η συνεχής και προσαρμοστική χρήση πληροφοριακών δυνατοτήτων στα πλαίσια νοητικού, ηλεκτρονικού και φυσικού πεδίου. Στόχος είναι να εξαναγκάσουν έναν δρώντα, εχθρικό ή μη, ή ένα ευρύτερο κοινό, να αλλάξουν αποφάσεις (γνωστική επίδραση) και συνεπώς και συμπεριφορά (Johnson & Clark, 2021, σ. 9). Η αλλαγή συμπεριφοράς γίνεται είτε λόγω πληροφοριακών αλλαγών, είτε πληθώρας επιλογών, είτε φυσικών (υλικών) αλλαγών, είτε επειδή ο στόχος αντιλαμβάνεται την πραγματοποίηση μιας αλλαγής η οποία έχει καταστήσει πλέον λανθάνουσες τις αρχικές του εικασίες. Οι πληροφορίες, είτε αντιστοιχούν στο φάσμα της επικοινωνίας είτε εντάσσονται στο φάσμα της κατήχησης, μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να υπονομεύσουν εμπιστοσύνη, να ενισχύσουν συναισθηματική απήχηση, ή να αναδιαμορφώσουν ταυτότητες. Μπορούν να αντιμετωπίσουν την παραπληροφόρηση, να ενισχύσουν το έργο των Υπηρεσιών Πληροφοριών και γενικότερα να επιτρέψουν την εκπλήρωση δύο σημαντικών αρχών του πολέμου· τη συγκέντρωση δυνάμεων και την εξοικονόμηση προσπάθειας που καταβάλλεται. Στις πληροφοριακές επιχειρήσεις εντάσσονται οι επιχειρήσεις στρατηγικής παραπλάνησης, επιχειρησιακής ασφάλειας, ηλεκτρονικού πολέμου, αντικατασκοπίας, ενώ πολλοί οργανισμοί τείνουν να εντάσσουν σε αυτές και τις ψυχολογικές επιχειρήσεις.



Source: GAO analysis of Department of Defense (DOD) information. | GAO 21-525T

Γράφημα 3. Πληροφοριακές Επιχειρήσεις⁵

5.2. Ψυχολογικές επιχειρήσεις

Οι ψυχολογικές επιχειρήσεις (ΨΕΠ) μπορούν να οριστούν ως η προσχεδιασμένη χρήση επικοινωνιακών μέσων με σκοπό την επιρροή ανθρώπινων στάσεων και συμπεριφορών (Paddock Jr., 1990, σ. 19). Πρόκειται για πολιτικές, στρατιωτικές και ιδεολογικές ενέργειες που στοχεύουν συγκεκριμένα άτομα για να προκαλέσουν κάποια επιθυμητή συμπεριφορά, συναισθήματα και στάσεις. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν για αποθάρρυνση, αποπροσανατολισμό και πρόκληση σύγχυσης σε αντίπαλη ομάδα ατόμων. Στον αντίποδα, μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν για ενίσχυση ηθικού φίλιας ομάδας ατόμων. Ο ορισμός τους είναι παραπλήσιος των πληροφοριακών επιχειρήσεων, σε αντίθεση όμως με άλλες επιχειρήσεις επιρροής, οι ψυχολογικές επιχειρήσεις επικεντρώνονται περισσότερο στην αντίληψη του στοχευμένου κοινού, παρά στη συμπεριφορά (Clark & Mitchell, 2019, σ. 12).

Οι επιχειρήσεις που διεξάγονται στα πλαίσια ψυχολογικού πολέμου, έγιναν ιδιαίτερα δημοφιλείς κατά τη διάρκεια του Β' ΠΠ και μετά. Άρχισαν να χρησιμοποιούνται σε τέτοιο βαθμό, ώστε πλέον μεταβλήθηκε το ύφος, αν όχι και ο χαρακτήρας του πολέμου γενικότερα (Λαϊνμπάρτζερ, 2022, σ. 280). Μάλιστα, ο στρατηγός Eisenhower είχε επισημάνει κατά το τελευταίο διάστημα των επιχειρήσεων σε ευρωπαϊκό έδαφος, ότι ο «ψυχολογικός πόλεμος εξελίχθηκε σ' ένα εξειδικευμένο

⁵ Ανακτήθηκε από: <https://www.gao.gov/products/gao-21-525t> (τ.π. 13.11.2022)

και αποτελεσματικό όπλο». Ο ψυχολογικός πόλεμος γενικότερα, δεν έχει τα όρια του συμβατικού. Διεξάγεται και πριν από πόλεμο και κατά τη διάρκειά του, αλλά και μετά. Είναι μια διαδικασία συνεχής.

Οι ΨΕΠ έχουν αλλάξει αρκετά τα τελευταία χρόνια. Μέχρι και τις δεκαετίες του '50 και του '60, οι ΨΕΠ ήταν κυρίως στρατιωτικής φύσεως, με ρίψη φυλλαδίων από αεροπλάνα ή ραδιοφωνικές και τηλεοπτικές εκπομπές που στόχευαν ξένα ακροατήρια. Από τη δεκαετία του '90 και μετά, οι γραμμές ανάμεσα σε στρατιωτικές επιχειρήσεις και πολιτικές έχουν θολώσει και ακόμη και τα εγχώρια ακροατήρια δεν είναι εκτός λίστας. Χάρη στις τεχνολογικές εξελίξεις, όπως αυτή των αλγόριθμων που αξιοποιούν μεγάλη ποσότητα δεδομένων (data), πλέον τέτοιες επιχειρήσεις έχουν περάσει από τη μακροστόχευση στη μικροστόχευση (González, 2022, σ. 78).

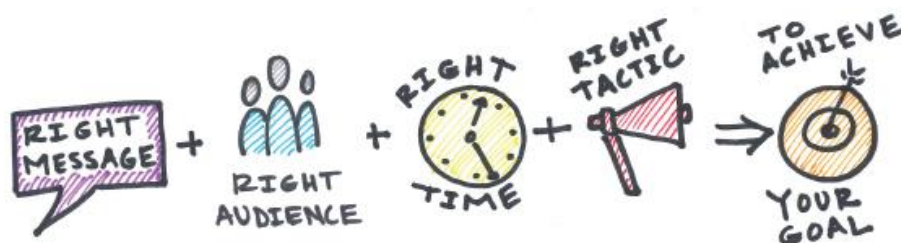
5.3. Δραστηριότητες στρατηγικής επικοινωνίας

Γενικά, ο όρος των επιχειρήσεων στρατηγικής επικοινωνίας είναι στην ουσία συνώνυμος με αυτόν της προπαγάνδας. Ως προπαγάνδα ορίζεται «η επιστημονική τεχνική της διαδόσεως ιδεών με σκοπό τον επηρεασμό της κοινής γνώμης» (Γεωργαλάς, 2008, σ. 16). Η προπαγάνδα κατά τον Γεωργαλά, μπορεί να διακριθεί σε είδη ανάλογα με την προέλευσή της (λευκή, φαιά, μαύρη), το κοινό στο οποίο απευθύνεται (σταθεροποιητική, μεταπειστική, διασπαστική ή διαλυτική, ειδική), τον στόχο που έχει (στρατηγική, τακτική) και την προέλευσή της (απλή προπαγάνδα, αντιπροπαγάνδα).

Λευκή είναι η προπαγάνδα που έχει φανερό κι επίσημο χαρακτήρα. Έχει το πλεονέκτημα του κύρους, γιατί είναι ενυπόγραφη και υπεύνη, αλλά έχει και το μειονέκτημα του περιορισμένου εύρους επιρροής, γιατί δεν χαίρει αποδοχής από όσους δεν δέχονται την πηγή προέλευσής της. Η φαιά προπαγάνδα, σε αντίθεση με τη λευκή, δεν έχει φανερή κι επίσημη πηγή. Είναι ανώνυμη και συγκαλύπτει πηγές, προέλευση και σκοπούς. Έχει το πλεονέκτημα του μεγαλύτερου εύρους επίδρασης λόγω της ανωνυμίας της, αλλά αυτό της δίνει και το μειονέκτημα της έλλειψης εγκυρότητας σε σχέση με τη λευκή. Η μαύρη προπαγάνδα παρουσιάζει ψευδή στοιχεία προέλευσης και πηγών και πλαστές πληροφορίες. Η σταθεροποιητική προπαγάνδα έχει ως στόχο να σταθεροποιήσει πεποιθήσεις και να διατηρήσει ενθουσιασμό και μαχητικότητα σε φίλιο κοινό, ενώ η μεταπειστική προπαγάνδα στοχεύει στην προσέλκυση και προσάρτηση αμφιταλαντευόμενων ατόμων με σκοπό την μετατροπή τους σε φιλικά

προσκειμένους δρώντες. Η διασπαστική ή διαλυτική προπαγάνδα απευθύνεται σε αντίπαλους δρώντες, με σκοπό να προκαλέσει διένεξη και διαίρεση στο σύνολό τους, ενώ η ειδική προπαγάνδα στοχεύει άτομα ή ομάδες που αποτελούν ειδική περίπτωση (π.χ. κάποιον ουδέτερο). Η στρατηγική προπαγάνδα αποτελεί τον μόνιμο πυρήνα κάθε προπαγάνδας και υπηρετεί τον απώτερο στρατηγικό σκοπό των χρηστών της, διαδίδοντας σταθερά βασικές θεμελιώδεις αρχές μιας ιδεολογίας, ενώ η τακτική προπαγάνδα επικεντρώνεται σε άμεσους στόχους και είναι ελυσσόμενη, προσαρμόζεται διαρκώς και διαδίδει ευκαιριακά συνθήματα. Τέλος, η απλή προπαγάνδα διαδίδει τις ιδέες των χρηστών της, ενώ η αντιπροπαγάνδα έχει ως σκοπό την καταπολέμηση της προπαγάνδας αντίπαλων δρώντων, συμπεριλαμβανομένου και της μεταπειστικής προπαγάνδας των αντιπάλων. Επιπλέον, υπάρχουν δύο τύποι προπαγάνδας, αυτός της κύριας προπαγάνδας και αυτός της Αγκιτάτσια (Γεωργαλάς, 2008, σσ. 93-98). Η κύρια προπαγάνδα έχει ως σκοπό τον ιδεολογικό προσηλυτισμό, στοχεύει το άτομο (ως επί το πλείστον το μορφωμένο) και το λογικό του ατόμου (συνειδητό) μέσω της πειθούς με τη χρήση επιχειρημάτων (συλλογισμών). Η Αγκιτάτσια έχει ως σκοπό την κινητοποίηση για άμεσους πρακτικούς σκοπούς, στοχεύει τη μάζα και το συναίσθημά της (υποσυνειδητό) μέσω της υποβολής με τη χρήση αξιωμάτων (συνθημάτων).

Ειδικά στις δυτικές χώρες όμως, ο όρος προπαγάνδα έχει αποκτήσει πλέον αρνητική χροιά και αποφεύγεται η ευρεία χρήση του, μιας και το κοινό (οι δέκτες του μηνύματος) τείνουν να τον αντιλαμβάνονται ευθέως ως κάτι το αναληθές (Larson, και συν., 2009, σ. 133). Έτσι λοιπόν χρησιμοποιούνται πλέον άλλοι όροι, όπως αυτός της δημόσιας διπλωματίας και των δημοσίων σχέσεων. Οι επιχειρήσεις δημόσιας διπλωματίας στοχεύουν άτομα εκτός συνόρων μιας χώρας ή ομάδας, ενώ των δημοσίων σχέσεων εντός. Συνήθως και οι δύο ανήκουν στην κατηγορία της λευκής προπαγάνδας.



Γράφημα 4. Στρατηγική επικοινωνία⁶

⁶ Ανακτήθηκε από: <https://reefresilience.org/communication/communication-planning-process/> (τ.π.13.11.2022)

6. Μελέτες περιπτώσεων

Σε κάθε περίπτωση από αυτές που θα αναλυθούν στη συνέχεια, θα γίνεται αποτίμηση της κατάστασης από την άποψη της στρατηγικής ανάλυσης, περιγραφή των διαθέσιμων μέσων που χρησιμοποιήθηκαν, καθώς και τα αποτελέσματα που επέφεραν, στο βαθμό που έγιναν ευρέως γνωστά. Οι συγκεκριμένες μελέτες περιπτώσεων, επιλέχθηκαν ενδεικτικά ως οι πληρέστερες από την περιορισμένη διαθέσιμη βιβλιογραφία της παρούσας ερευνητικής εργασίας.

6.1. Η περίπτωση των παλαιστινιακών επιχειρήσεων επιρροής



Εικόνα 1. Χάρτης Ισραήλ & Δυτικής όχθης⁷

Μια ενδιαφέρουσα περίπτωση χρήσης ψυχολογικών επιχειρήσεων, είναι αυτή των Παλαιστίνιων εναντίον των Ισραηλινών. Ισραηλινοί αναλυτές αποδίδουν σε αυτές τις μεγαλύτερες επιτυχίες των Παλαιστίνιων στο να πετύχουν τους πολιτικούς τους σκοπούς (Schleifer, 2013, σ. 39). Η επιτυχία αυτή, ήταν και ο λόγος που θεωρούσαν την διεξαγωγή τους προτεραιότητα. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον δε, παρουσιάζουν οι επιχειρήσεις που διεξήχθησαν κατά τα χρόνια 1993-2008, από τις Συμφωνίες του Όσλο δηλαδή, μέχρι και το τέλος της προσωρινής ανακωχής (Tahadiyeh) μεταξύ του Ισραήλ και της Χαμάς στη Γάζα.

⁷ Ανακτήθηκε από: <https://www.drishtiias.com/daily-updates/daily-news-analysis/west-bank-settlements-israel> (τ.π. 13.12.2022)

Κατά τον Schleifer⁸, οι Παλαιστίνιοι χρησιμοποιούν τις Ψυχολογικές Επιχειρήσεις σε στρατηγικό και σε τακτικό επίπεδο. Και στα δύο επίπεδα υπηρετούνται πολιτικοί στόχοι· το πρώτο μεν αποτελεί σημαντικό μέρος των πολιτικών τους δραστηριοτήτων με σκοπό την διευκόλυνση της επίτευξης των πολιτικών στόχων, το δεύτερο δε επικεντρώνεται στην ενίσχυση των στρατιωτικών τους επιχειρήσεων. Η χρήση βίας αποτελεί αναπόσπαστο μέρος των ΨΕΠ τους. Το ακροατήριο που στοχεύουν μπορεί να χωριστεί σε τρεις κατηγορίες: το εχθρικό, το εγχώριο και το ουδέτερο.

Γενικά, για τις εκστρατείες ψυχολογικών επιχειρήσεων αξιοποιούνται όλα τα διαθέσιμα μέσα για διανομή του προκαθορισμένου μηνύματος στο στοχευμένο κοινό. Το τι μέσα επιλέγονται εξαρτάται από τη διαθεσιμότητα υλικών και πόρων, ενώ το εύρος των επιλογών επαφίεται συχνά στη δημιουργικότητα των δρώντων. Οι Παλαιστίνιοι έδειχναν πάντα ιδιαίτερη εφευρετικότητα στο πώς ξεπέρασαν τα εμπόδια που τους έθετε το Ισραήλ στο να περάσουν το μήνυμά τους. Κατά την πρώτη Ιντιφάντα, χρησιμοποίησαν φυλλάδια και μηνύματα φαξ, ενώ ελλείψει πρόσβασης σε ραδιοφωνικό σταθμό, συγχρόνισαν μεταδόσεις πανομοιότυπων μηνυμάτων από μεγάφωνα σε τζαμί (Schleifer, 2013, σ. 43).

Με την έλευση των φορητών βιντεοκάμερων στην αγορά, σηματοδεύτηκε η ευρεία χρήση των ηλεκτρονικών οπτικοακουστικών μέσων από τους Παλαιστίνιους. Ήδη από τις Συνθήκες του Όσλο, ο παλαιστινιακός τηλεοπτικός και ραδιοφωνικός σταθμός άρχισαν να αποτελούν ένα ιδιαίτερα αποτελεσματικό εργαλείο για ΨΕΠ. Από τα μέσα της δεκαετίας του '90 δε, με την ευρεία μετάδοση της χρήσης του Διαδικτύου, η διανομή μηνυμάτων ΨΕΠ κατέστη ακόμα πιο εύκολη, μιας και είναι και πιο οικονομικό μέσο, γρήγορο και πιο πρακτικό για να στοχεύσει κανείς συγκεκριμένα ακροατήρια, είτε εντός είτε εκτός συνόρων. Επίσης, το διαδίκτυο διευκολύνει ιδιαίτερα τη φαιά και μαύρη προπαγάνδα, λόγω των δυνατοτήτων ανωνυμίας που προσφέρει.

Οι πιο συνηθισμένες τεχνικές που χρησιμοποιήθηκαν σε παλαιστινιακές ΨΕΠ, είναι: 1) της δημιουργίας και εκμετάλλευσης ευκαιριών, 2) της διέγερσης συναισθημάτων, 3) της οξυμένης επιβάρυνσης του εχθρικού συστήματος, 4) των MME και των Δημοσίων Σχέσεων. Στην πρώτη περίπτωση, υπάρχουν δύο μέθοδοι: ή να

⁸ Ron Schleifer (10 September 1957-), Ισραηλινός ακαδημαϊκός και συγγραφέας, με εξειδίκευση στον Ψυχολογικό Πόλεμο. Ιδρυτής του Ερευνητικού Κέντρου Άμυνας και Επικοινωνίας του Πανεπιστημίου Ariel (Ariel Research Center for Defence and Communication).

σκηνοθετηθεί ένα περιστατικό από την αρχή μέχρι το τέλος, ή να εργαλειοποιηθεί ένα περιστατικό ευκαιριακά μέσω δημοσίων σχέσεων.

Μια χαρακτηριστική περίπτωση δημιουργίας και εκμετάλλευσης ευκαιριών, είναι αυτή του θανάτου ενός παλαιστίνιου αγοριού με τ' όνομα Muhammad al-Durrah (Killing of Muhammad al-Durrah, Wikipedia). Το δωδεκάχρονο αγόρι σκοτώθηκε στη Λωρίδα της Γάζας κατά τη διάρκεια εκτεταμένων διαδηλώσεων από τους Παλαιστίνιους τη δεύτερη μέρα της δεύτερης Ιντιφάντα (30/11/2000). Ο Παλαιστίνιος κάμεραμαν που δούλεψε ως ελεύθερος επαγγελματίας για το γαλλικό τηλεοπτικό δίκτυο FRANCE 2, παρέδωσε πλάνα που παρουσίαζαν το παιδί με τον πατέρα του εν μέσω της αναταραχής που επικρατούσε, κατόπιν μια σειρά από πυροβολισμούς και σκόνη και μετά το πλάνο πάλι επιστρέφει στο παιδί που είναι πλέον τραυματισμένο θανάσιμα. Ο τρόπος που παρουσιάστηκε, υπονοούσε χωρίς αμφιβολία ότι οι σφαίρες που ευθύνονται για το θάνατο του παιδιού προήλθαν σίγουρα από όπλο του Ισραηλινού Στρατού (IDF). Δεδομένου όμως ότι αυτό δεν διαφαίνεται ξεκάθαρα στα πλάνα, πλέον ο ισχυρισμός αυτός έχει τεθεί επίσημα υπό αμφισβήτηση από διάφορες Αρχές. Οι Παλαιστίνιοι όμως, αξιοποίησαν στο έπακρο αυτό το περιστατικό, για να κινητοποιήσουν το εγχώριο κοινό και να κλιμακώσουν τη βία ενάντια στον IDF.

Ακόμα και μετά από χρόνια, συνέχισε να χρησιμοποιείται για διέγερση συναισθημάτων, στοχεύοντας το παλαιστινιακό ακροατήριο με σκοπό την αναμόχλευση συναισθημάτων μίσους ενάντια στο Ισραήλ, στοχεύοντας άτομα με σκοπό τη στρατολόγησή τους ως βομβιστές αυτοκτονίας και στοχεύοντας το διεθνές ακροατήριο με σκοπό τη δαιμονοποίηση του Ισραήλ (Schleifer, 2013, σ. 61). Η χρήση ενός τέτοιου περιστατικού για επίκληση στο συναίσθημα δεν είναι μοναδική περίπτωση φυσικά. Ήδη από τα χρόνια της πρώτης Ιντιφάντα (1987-1991), όταν στόχευαν δυτικά ακροατήρια στα διεθνή ΜΜΕ, οι Παλαιστίνιοι επέλεξαν μια ρητορική που έκανε χρήση δεδομένων και εκλογίκευσης, με μια δόση συναισθήματος. Επισήμαναν σε συνεντεύξεις το πώς τα ισραηλινά μέτρα ασφαλείας επιδρούν αρνητικά στην καθημερινότητά τους και πρόβαλαν φωτογραφίες και εικόνες όπως αυτή ενός μικρού κοριτσιού που έχασε ένα μάτι έπειτα από τραυματισμό που προκλήθηκε από πλαστική σφαίρα⁹, με σκοπό να προκαλέσουν συναισθήματα συμπόνιας στο διεθνές ακροατήριο. Κατά τη δεύτερη Ιντιφάντα, αυτή η τακτική χρησιμοποιήθηκε σε ακραίο

⁹ Τέτοιες εικόνες, συμπεριλαμβανομένης της συγκεκριμένης, βρίσκονται διαθέσιμες στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.whale.to/b/israeli_apartheid.html.

βαθμό, με εικόνες από περιπτώσεις όπως του Muhammad al-Durrah ή του ιμάμη και πολιτικού Sheikh Yassin¹⁰, ο οποίος σκοτώθηκε από ισραηλινά πυρά το 2004. Η εργαλειοποίηση τέτοιων εικόνων είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση πίεσης προς την κυβέρνηση του Ισραήλ και από το εσωτερικό της χώρας αλλά και από δυτικές χώρες της Ευρώπης και της Αμερικής, με σκοπό τον περιορισμό των επιθετικών ενεργειών προς τον παλαιστινιακό πληθυσμό (Schleifer, 2013, σσ. 62-63).

Όσον αφορά την περίπτωση οξυμένης επιβάρυνσης συστήματος, ο απώτερος σκοπός είναι να προκληθεί δυσκολία στη σωστή λειτουργία τους και να οδηγηθούν σε περιττές αναλώσεις. Αυτό επιτεύχθηκε κατά την πρώτη Ιντιφάντα, με τη χρήση κινητικών και μη ενεργειών· συμφόρηση των στρατιωτικών δικαστηρίων στη Σαμάρια και στη Γάζα, ώστε να μην μπορέσει το Ισραήλ να δείξει εικόνα δημοκρατικής δικαιοσύνης, λανθασμένοι συναγερμοί προς τραυματιοφορείς, προς πυροτεχνουργούς, ψευδείς πληροφορίες προς τις αστυνομικές αρχές ώστε να προκληθεί συμφόρηση στο κυκλοφορικό δίκτυο έπειτα από κλείσιμο δρόμων, κ.α.. Τέτοιες επιβαρύνσεις δημιουργούν την εικόνα μιας ανίκανης και δυσλειτουργικής κυβέρνησης και αυτό ακριβώς προσπαθούσαν να κάνουν οι Παλαιστίνιοι, δημιουργώντας παράλληλα αρνητικά συναισθήματα στον ισραηλινό πληθυσμό. Με τη χρήση των MME (ράδιο και τηλεοπτικοί σταθμοί), διέδιδαν ανακοινώσεις για μελλοντικές επιθέσεις που θα ξεπέρναγαν την κλίμακα των προηγούμενων. Έτσι, με τον στρατό και την αστυνομία σε κατάσταση υψηλού επιπέδου συναγερμού, άδειες ακυρώθηκαν και προκλήθηκε ένταση και νευρική κατάσταση στις οικογένειες του προσωπικού των Υπηρεσιών αυτών, αλλά και κατ' επέκταση και στο ευρύτερο ισραηλινό κοινό (Schleifer, 2013, σ. 63).

Σχετικά με την περίπτωση των MME και των Δημοσίων Σχέσεων, η διευρυμένη εργαλειοποίηση MME, αλλά και στατιστικών ερευνών στις δημόσιες σχέσεις, φαίνεται να συμβάλει σημαντικά στις παλαιστινιακές ΨΕΠ. Σε καιρό πολέμου, η λειτουργία των MME περιορίζεται σημαντικά και ειδικά στην περίπτωση αυταρχικών καθεστώτων, τίθενται υπό αυστηρή επίβλεψη, ενώ σε δημοκρατικού τύπου φιλελεύθερα καθεστώτα, η επίβλεψη είναι πιο χαλαρή. Η Οργάνωση για την Απελευθέρωση της Παλαιστίνης (PLO) καλλιέργησε επαφές με τα MME από τη δεκαετία του '70, δημιουργώντας ένα δίκτυο από δημοσιογραφικά πρακτορεία, τα οποία τροφοδοτεί με υψηλής ποιότητας

¹⁰ Ο Sheikh Ahmed Ismail Hassan Yassin (1937 – 2004) ήταν παλαιστίνιος ιμάμης και πολιτικός, ιδρυτής και πνευματικός ηγέτης της Χαμάς. Από τα 12 του χρόνια, ήταν τετραπληγικός και καθηλωμένος σε αναπηρική καρέκλα. Κατά τη σύντομη περίοδο διαμονής του στην Αίγυπτο για σπουδές, επηρεάστηκε πολύ από το κίνημα της Μουσουλμανικής Αδελφότητας, το οποίο και ενέπνευσε το ιδεολογικό πλαίσιο για τη δημιουργία της Χαμάς.

υλικό, όπως μεταφράσεις, πολύγλωσσους συνεντευξιαζόμενους, διοργάνωση «εκπαιδευτικών εκδρομών», «καλά» θέματα προς δημοσίευση, πληροφορίες και προσφορά γνήσιας φιλοξενίας. Επίσης, δεν στόχευαν μόνο ουδέτερο (διεθνές) κοινό, αλλά και αυτό των ισραηλινών ΜΜΕ· γνωρίζοντας ότι το ισραηλινό κοινό είναι αρνητικά προϋδρασμένο όσον αφορά τα παλαιστινιακά ΜΜΕ, οι Παλαιστίνιοι διατηρήσαν καλές σχέσεις και με ισραηλινά δημοσιογραφικά πρακτορεία, τα οποία ήταν και το κύριο μέσο διανομής υλικού από τις Παλαιστινιακές Αρχές. Ειδικά μετά την απαγόρευση εισόδου Ισραηλινών πολιτών στην παλαιστινιακή επικράτεια, οι δημοσιογράφοι ισραηλινής υπηκοότητας βρέθηκαν ολοένα και πιο εξαρτημένοι από τους Παλαιστίνιους για πρόσβαση σε νέες πληροφορίες και υλικό (Schleifer, 2013, σσ. 64-65).

Επίσης, η αξιοποίηση στατιστικών ερευνών και δεδομένων πρόσδιδε μια χροιά αξιοπιστίας και επισημότητας στην παλαιστινιακή ρητορική, μιας και τα στατιστικά δεν είναι γνώση που μπορεί εύκολα να αναλυθεί αντικειμενικά και υπάρχει πάνω από ένας τρόπος ερμηνείας τους, ενώ τα αποτελέσματα είναι στην καλύτερη περίπτωση αμφιλεγόμενα αν οι ερωτήσεις που τέθηκαν αρχικά χαρακτηρίζονταν από προκατάληψη. Έτσι, δημιουργήθηκαν διάφορα ερευνητικά κέντρα στη Γάζα, στην Ιουδαία και στη Σαμάρια, μετά τις Συνθήκες του Όσλο (Schleifer, 2013, σ. 65), των οποίων το παραγωγικό έργο συμβάλλει σημαντικά στην ενίσχυση της πειστικής δυνατότητας των παλαιστινιακών επιχειρημάτων.

Συνοπτικά, κατά τον Schleifer, παρά τις δυσκολίες αξιολόγησης ψυχολογικών επιχειρήσεων, η συνολική εικόνα ισραηλινής επιχειρησιακής παράλυσης που παρατηρήθηκε την περίοδο των Συνθηκών του Όσλο μέχρι και τα μέσα της δεύτερης Ιντιφάντα, απορρέει αναμφίβολα από την επιτυχημένη στρατηγική ΨΕΠ των Παλαιστίνιων, που συνδυάστηκε με βιαιοπραγίες (χρήση βομβιστών αυτοκτονίας, εκτόξευση ρουκετών προς ισραηλινές πόλεις, υπονόμευση διεθνούς εικόνας του Ισραήλ και πρόκληση εκνευρισμού στον ισραηλινό πληθυσμό). Είναι προφανές ότι παρόλο που οι παλαιστινιακές μέθοδοι είναι λιγότερο εξελιγμένες σε σχέση με άλλες, είναι ένας σημαντικός παράγοντας στην προσπάθεια εξισορρόπησης ισχύος μεταξύ Παλαιστίνιων και Ισραηλινών (Schleifer, 2013, σσ. 65-66).

6.2. Η περίπτωση των ενεργών μέτρων της ΕΣΣΔ

Μια άλλη ενδιαφέρουσα περίπτωση επιχειρήσεων επιρροής, είναι τα λεγόμενα «ενεργά μέτρα»¹¹ που συντάχθηκαν επί ΕΣΣΔ. Ο σοβιετικός αυτός όρος χρησιμοποιήθηκε για να περιγράψει στην ουσία τη μεθοδολογία που ακολουθούσαν οι Σοβιετικοί προκειμένου να παρακινήσουν ένα στοχευμένο κοινό (άτομο ή ομάδα) να δράσει προς τα συμφέροντα της ΕΣΣΔ (Romerstein, 1990, σ. 36). Τα σοβιετικά ενεργά μέτρα έχουν τρεις κατηγορίες: μαύρα, φαιά και λευκά —ακριβώς όπως κατηγοριοποιείται συνήθως και η προπαγάνδα στην ευρύτερη βιβλιογραφία. Στα μαύρα ανήκουν οι συγκεκριμένες επιχειρήσεις που ως επί το πλείστον διεξάγονταν από την ΚGB¹². Σε αυτές συμπεριλαμβάνονταν πλαστογραφήσεις, πράκτορες επιρροής και διανομή αφηγημάτων παραπληροφόρησης μέσω συγκεκριμένων τοποθετήσεων σε ΜΜΕ. Στα λευκά ανήκουν οι φανερές επιχειρήσεις, που διεξάγονταν από επίσημα όργανα κατευθυνόμενα από το Τμήμα Ιδεολογίας της Κεντρικής Επιτροπής του Κομμουνιστικού Κόμματος της Σοβιετικής Ένωσης. Για λευκά ενεργά μέτρα, αξιοποιούνταν μέσα όπως ο Ραδιοφωνικός Σταθμός της Μόσχας, ξενόγλωσσα περιοδικά, βιβλία και εφημερίδες. Μέσω αυτών διανέμονταν οι θεματικές που εξυπηρετούσαν την σοβιετική παραπληροφόρηση προς τις άλλες χώρες. Στα φαιά ενεργά μέτρα, ανήκουν οι ημισυγκαλυμμένες επιχειρήσεις οι οποίες διεξάγονταν από τα όργανα που κατευθύνονταν από το Διεθνές Τμήμα της Κεντρικής Επιτροπής του Κομμουνιστικού Κόμματος της Σοβιετικής Ένωσης¹³. Τέτοια όργανα περιλαμβάνουν: ξένα Κομμουνιστικά κόμματα που βρίσκονταν υπό σοβιετική επιρροή, ένα δίκτυο διεθνών οργανισμών-βιτρίνα που ο καθένας στόχευε διαφορετικό ακροατήριο (π.χ. φοιτητές, γυναίκες, συγκεκριμένα κινήματα, κλπ) και τα διεθνή τμήματα σοβιετικών μαζικών οργανώσεων που διατηρούσαν ξένες επαφές.

Το σοβιετικό σύστημα ενεργών μέτρων δεν προέκυψε μέσα σε μια μέρα· τα θεμέλια των στοιχείων του —τα όργανα διεξαγωγής μαύρων, λευκών και φαιών μέτρων— προήλθαν από φορείς που δημιουργήθηκαν στις μέρες της επανάστασης των

¹¹ Στα ρωσικά: активные мероприятия.

¹² Επιτροπή για την Κρατική Ασφάλεια (ρωσ.: Комитет государственной безопасности, λατ.: КГБ).

¹³ Στα ρωσικά: Международный отдел ЦК КПСС.

Μπολσεβίκων. Η KGB προέκυψε από την Cheka¹⁴ και την OGPU¹⁵, το Διεθνές Τμήμα είναι ο απόγονος της Κομμουνιστικής Διεθνούς (Κομιντέρν) και το Τμήμα Ιδεολογίας προήλθε από το σύστημα προπαγάνδας του Λένιν. Η αλληλοσχέτιση των τριών στοιχείων του συστήματος των ενεργών μέτρων, θα μπορούσε να παρομοιαστεί με «μια καλά οργανωμένη ορχήστρα, στην οποία το κάθε μουσικό όργανο έχει ξεχωριστό ήχο και ηγείται του δικού του μουσικού μοτίβο ενώ επιτυγχάνεται αρμονία χάρη στην επιδέξια διεύθυνση ορχήστρας», όπως είχε πει ο Konstantin Chernenko¹⁶ το 1983 σε μια ομιλία του σε συνάντηση της Κεντρική Επιτροπής (Romerstein, 1990, σ. 37).

Ίσως η πιο γνωστή αλλά και η πιο παλιά σημαντική επιχείρηση ενεργών μέτρων, είναι αυτή της επιχείρησης Τραστ (операция “Траст”) (Κοζονοί, 2020, σ. 85), μιας επιχείρησης αντικατασκοπίας και παραπλάνησης που διεξήχθη στα χρόνια της Cheka και της OGPU. Σκοπός ήταν η ταυτοποίηση γνήσιων βασιλοφρόνων και αντι-μπολσεβίκων. Για να επιτευχθεί αυτό, δημιουργήθηκε μια ψεύτικη αντι-μπολσεβίκικη αντιστασιακή οργάνωση με τ’ όνομα «Ένωση Βασιλοφρόνων Κεντρικής Ρωσίας» (Монархическое объединение Центральной России, МОЦР), με 400 εικονικά μέλη. Ο επικεφαλής της Cheka, Felix Edmundovich Dzerzhinsky και ο επικεφαλής της Διεύθυνσης Αντικατασκοπίας, Artur Khristyanovich Artuzov, κατάφεραν να παγιδεύσουν τον Alexander Yakushev (πρώην γραφειοκράτη της τσαρικής Ρωσίας που πλέον εργαζόταν στον Εμπορικό Τομέα και είχε επαφές με βασιλόφρονες) και να τον πείσουν να συνεργαστεί, θέτοντάς τον «επικεφαλή» της Ένωσης αυτής (Rid, 2020, σσ. 21-25). Πολύ σύντομα, τα δίκτυα επικοινωνίας και οι γνωριμίες που είχε στη διάθεσή του ο Yakushev αξιοποιήθηκαν ικανοποιητικά κι έτσι καλλιεργήθηκε η παραπληροφόρηση και παραπλάνηση των Λευκών (φιλοβασιλικών) Ρώσων μεταναστών, μέσα από συναντήσεις του με άτομα-κλειδιά του χώρου. Παράλληλα, ο Yakushev ανέλαβε το έργο παραπλάνησης Δυτικών Υπηρεσιών Πληροφοριών, ειδικά όσον αφορά το status της σοβιετικής αμυντικής ισχύος την εποχή εκείνη (Rid, 2020, σ. 27). Ξεκίνησε με την Εσθονική Υπηρεσία Πληροφοριών, η οποία ήταν μικρού μεγέθους αλλά είχε αρκετές επαφές, «επιτρέποντας» την εικονική διαρροή

¹⁴ Πανρωσική Έκτακτη Επιτροπή για την Καταπολέμηση της Αντεπαναστάσεως και του Σαμποτάζ παρά το Συμβούλιο Λαϊκών Επιτρόπων της ΡΣΟΣΔ (ρωσ. Всероссийская чрезвычайная комиссия по борьбе с контрреволюцией и саботажем при Совете народных комиссаров РСФСР), η πρώτη σοβιετική υπηρεσία εσωτερικής ασφάλειας, γνωστή με τα αρχικά Τσε-κά (ЧК).

¹⁵ Joint State Political Directorate (OGPU; Russian: Объединённое государственное политическое управление), υπηρεσίες πληροφοριών, κρατικής ασφάλειας και μυστικής αστυνομίας της ΕΣΣΔ.

¹⁶ Σοβιετικός πολιτικός που υπηρέτησε ως Γενικός Γραμματέας του Κ.Κ. της Σοβιετικής Ένωσης από το 1984 έως το 1985.

πληροφοριών μέσα από την αλληλογραφία του —επέτρεψε την υποκλοπή γραμμάτων που περιείχαν υλικό (προσεχτικά διαμορφωμένο από τις σοβιετικές Υπηρεσίες) για τον Κόκκινο Στρατό. Κι έτσι ξεκίνησε μια μακροχρόνια επιχείρηση παραπληροφόρησης.

Το κορυφαίο όμως σημείο της επιτυχίας της επιχείρησης Τραστ, ήταν η προσέλκυση και σύλληψη του Sidney Reilly στην ΕΣΣΔ. Ο Sidney George Reilly¹⁷ (c. 1873 – 1925) ήταν ρωσικής καταγωγής και είχε παραχωρήσει τις υπηρεσίες του στις βρετανικές υπηρεσίες πληροφοριών. Ο Reilly έτρεφε ισχυρά συναισθήματα κατά των Μπολσεβίκων, έτσι οι άνθρωποι του Dzerzhinsky κατάφεραν να τον πείσουν ότι μια επανάσταση ενάντια του καθεστώτος στη Ρωσία ήταν επικείμενη και στη συνέχεια, αφού ο Yakushev τον προσέλυσε μέχρι τα φινλανδορωσικά σύνορα, τον έπεισε να ταξιδέψει στη Ρωσία μέχρι τη Μόσχα, όπου θα συναντιόνταν υποτίθεται με την ηγεσία της Ένωσης Βασιλοφρόνων της Κεντρικής Ρωσίας. Στη Μόσχα όμως, τον συνέλαβε η σοβιετική κρατική ασφάλεια (Rid, 2020, σ. 29).

Η επιχείρηση Τραστ, σε βάθος χρόνου, άρχισε να προσομοιάζει μια κούκλα Ματριόσκα. Σχηματίστηκαν πολλαπλές στρώσεις παραπληροφόρησης, φωλιασμένες και στοιβαγμένες η μια μέσα στην άλλη. Ακόμη και οι πιο προσεκτικοί και καλύτερα ενημερωμένοι αναλυτές δυσκολεύονταν αρκετά να διακρίνουν το κατά πόσο είχαν φτάσει στο πιο «εσωτερικό κέλυφος της φωλιάς» σε αυτό το παιχνίδι εξαπάτησης και γενικότερα στο τέλος της όλης παραπλάνησης (Rid, 2020, σ. 33). Η ψεύτικη λευκή ρωσική αντεπαναστατική οργάνωση που δημιουργήθηκε κατά την επιχείρηση αυτή, θα χρησίμευε καθ' όλη τη διάρκεια του Ψυχρού Πολέμου, ως το ύψιστο παράδειγμα μιας τακτικής Υπηρεσιών Πληροφοριών με λαμπρό μέλλον: ένας τρόπος ανατροπής, υποστήριξης και εκμετάλλευσης πολιτικών ακτιβιστών, «σαν μια κολλώδης παγίδα για μύγες που προσελκύει έντομα», όπως έχει διατυπωθεί στην επίσημη ιστορία της SVR (Rid, 2020, σ. 34).

¹⁷ Έγινε γνωστός με το ψευδώνυμο Ace of Spies (Άσος των Κατασκόπων) και οι περιπέτειές του ενέπνευσαν τον γνωστό χαρακτήρα του συγγραφέα Ian Flemming, James Bond.



"Looks like an inside inside inside inside inside job."

Εικόνα 2. Ματριόσκα meme¹⁸

Σε γενικές γραμμές, τα ενεργά μέτρα αντανakλούσαν την εκάστοτε πολιτική της πολιτικής ηγεσίας της ΕΣΣΔ (Romerstein, 1990, σ. 37). Πρόκειται για ένα σύστημα υψηλής κατασκευής, που παρείχε θεματικές και σλόγκαν για οποιοδήποτε στοιχείο προπαγάνδας των σοβιετικών, προορισμένο για εντός και εκτός των συνόρων της χώρας. Τα ενεργά μέτρα μπορούσαν να είναι «κακόβουλα», «καλοπροαίρετα» ή ένας συνδυασμός και των δύο. Η στείρα παραπληροφόρηση κι επίθεση στην εικόνα του αντιπάλου, μπορούσαν άνετα να συνδυαστούν με φιλικές χειρονομίες και πιο ήπιες ιδέες, παρέχοντας στην σοβιετική κυβέρνηση έναν αποτελεσματικό και αποδοτικό μηχανισμό για να ασκεί επιρροή σε μια πληθώρα στοχευμένων κοινών (Romerstein, 1990, σ. 57).

Στην περίπτωση των Σοβιετικών λοιπόν, ναι μεν γινόταν εκτενή χρήση των διαθέσιμων τεχνολογικών μέσων της εποχής εκείνης για τη διεξαγωγή επιχειρήσεων επιρροής στα πλαίσια των ενεργών μέτρων, αλλά εξίσου σημαντικό —αν όχι σημαντικότερο— ρόλο έπαιζε και το ανθρώπινο δυναμικό. Και το προσωπικό των υπηρεσιών που εργαζόταν στις Υπηρεσίες που διεξήγαγαν τις Ε.Ε., αλλά και το ανθρώπινο δυναμικό που χρησιμοποιήθηκε για την επίτευξη των στόχων των Ε.Ε.

¹⁸ Ανακτήθηκε από: <https://condenastore.com/featured/an-inside-inside-inside-inside-inside-job-lars-kenseth.html> (τ.π. 13.12.2022)

αυτών (όπως ο Yakushev και οι γνωριμίες του), ήταν ο πυρήνας του σχεδιασμού των επιχειρήσεων αυτών και η σωστή αξιοποίησή τους ήταν το πραγματικό κλειδί για την επιτυχία.

6.3. Η περίπτωση της δημόσιας διπλωματίας στις ΗΠΑ

Στις ΗΠΑ, τείνει να επικρατεί παραδοσιακά η άποψη ότι η χρήση εθνικών επιχειρήσεων επιρροής μπορεί να δικαιολογηθεί μόνο σε καιρό πολέμου και ότι με τη λήξη του πολέμου, θα πρέπει να παύονται (Larson, και συν., 2009, σ. 133). Έτσι, ειδικά από το δεύτερο μισό του 20ου αιώνα, οι επιχειρήσεις αυτές έχουν μετονομαστεί επανειλημμένα, με την πεποίθηση ότι η αλλαγή ονομασίας θα αλλάξει και τον τρόπο που αντιλαμβάνονται οι Αμερικανοί πολίτες τέτοιες δραστηριότητες, με αποτέλεσμα να γίνουν πιο εύκολα αποδεκτές. Ως επί το πλείστον, οι επιχειρήσεις επιρροής συχνά ήταν συνώνυμες με δραστηριότητες δημόσιας διπλωματίας ή προπαγάνδας. Όμως όπως προαναφέρθηκε, ο όρος προπαγάνδα έχει πάρει πλέον αρνητική χροιά, οπότε συνήθως χρησιμοποιούνται εναλλακτικοί όροι από την αμερικανική κυβέρνηση για την περιγραφή τέτοιων ενεργειών. Παρά την αντίθεση με την κλασσική χρήση της έννοιας «προπαγάνδα» (που δεν έχει απαραίτητα αρνητική χροιά και δεν σημαίνει μόνο διανομή αναληθών μηνυμάτων), διατηρείται η διάκριση σε μαύρη, λευκή και φαιά προπαγάνδα όσον αφορά την προέλευση. Σε εθνικό επίπεδο λοιπόν στις ΗΠΑ, επίσημα, προτιμάται ο όρος δημόσια διπλωματία (ειδικά για λευκή προπαγάνδα που απευθύνεται σε κοινό εκτός αμερικανικών συνόρων).

Μία αξιοσημείωτη περίπτωση τέτοιων αμερικανικών επιχειρήσεων επιρροής, είναι αυτή ενάντια στη Σοβιετική Ένωση κατά τα πρώτα χρόνια του Ψυχρού Πολέμου. Οι απόπειρες επιρροής ξεκίνησαν σχεδόν αμέσως μετά την εγκαθίδρυση της στρατηγικής του περιορισμού (containment strategy), εμπνευστής της οποίας ήταν ο Αμερικανός διπλωμάτης George Kennan. Σκοπός ήταν ο περιορισμός της επιρροής των σοβιετικών στον ευρωατλαντικό χώρο, ώστε, σε συνδυασμό με οικονομικές και στρατιωτικές ενέργειες, να έρθει σε μειονεκτική θέση η ΕΣΣΔ και να της ασκηθεί πίεση ώστε να προβεί εν τέλει σε διαπραγματεύσεις. Η στρατηγική της επιρροής αυτής δεν προέβλεπε ακριβώς να κερδηθούν οι καρδιές και ο νους των πολιτών της Ανατολικής Ευρώπης, αλλά να προκληθούν διαταραχές πίσω από το Σιδηρούν Παραπέτασμα, αναγκάζοντας έτσι την ΕΣΣΔ να ξοδεύει πόρους σε μια προσπάθεια να διατηρήσει τον έλεγχο της στην επικράτειά της. Επίσης, υπήρχε η ελπίδα ανάμεσα σε κάποιους

Αμερικανούς αξιωματούχους, ότι θα δημιουργούταν μια ρήξη ανάμεσα στο σοβιετικό καθεστώς και στους Σοβιετικούς πολίτες, που θα οδηγούσε με τη σειρά της πιθανώς σε εξέγερση και συνεπώς σε καθαίρεση της σοβιετικής κυβέρνησης. Γενικότερα, αυτή η στρατηγική απέκτησε εξέχουσα σημασία μετά το κομμουνιστικό πραξικόπημα στην Τσεχοσλοβακία (Larson, και συν., 2009, σ. 136).

Το πρόγραμμα του Kennan, όπως παρουσιάστηκε σ' ένα υπόμνημα προς το αμερικανικό Υπουργείο Εξωτερικών, είχε τρεις βασικούς άξονες, με στοιχεία που ξεπέρασαν τα όρια των επιχειρήσεων επιρροής. Ο πρώτος άξονας αφορούσε μια σειρά προγραμμάτων που αποτέλεσαν την έμπνευση και την αρχή της οργάνωσης της Εθνικής Επιτροπής για μια Ελεύθερη Ευρώπη¹⁹ και της Αμερικανικής Επιτροπής για την Απελευθέρωση από τον Μπολσεβικισμό²⁰. Οι δύο αυτοί οργανισμοί χρηματοδοτούσαν το Ράδιο Ελεύθερη Ευρώπη (Radio Free Europe) και Ράδιο Απελευθέρωση (Radio Liberation), που λειτουργούσαν σαν εναλλακτικοί ραδιοφωνικοί σταθμοί απέναντι στους κομμουνιστικούς που υπήρχαν. Ο δεύτερος άξονας περιλάμβανε προγράμματα, ως επί το πλείστον απόρρητα, που αφορούσαν περισσότερο παραστρατιωτικές δραστηριότητες, με σκοπό την αρωγή σε αντιστασιακά κινήματα πίσω από το Σιδηρούν Παραπέτασμα. Ο τρίτος άξονας αφορούσε προσπάθειες υποστήριξης γηγενών αντικομμουνιστικών στοιχείων σε απειλούμενες ελεύθερες χώρες. Πέρα από τις εμφανές ενέργειες, όπως οι δημόσιες δηλώσεις του Προέδρου Truman ότι δεν θα υπάρξει οικονομική αρωγή στην Ιταλία αν κερδίσουν κομμουνιστικά κόμματα στις εκλογές, διεξήχθησαν και συγκεκαλυμμένες ενέργειες, όπως οι ισχυρές προπαγανδιστικές επιχειρήσεις της CIA, με την παροχή δημοσιογραφικού χαρτιού και υλικού (πληροφορίες) σε εφημερίδες που ήταν φιλοδυτικές (Larson, και συν., 2009, σ. 138). Ανάμεσα στις ιστορίες του δημοσιογραφικού υλικού που διανεμήθηκε στις ιταλικές αυτές εφημερίδες, υπήρχαν και πραγματικές αναφορές περιστατικών βανανυσότητας εκ μέρους των σοβιετικών δυνάμεων στη σοβιετική ζώνη της Γερμανίας και των κομμουνιστικών καταλήψεων σε Πολωνία, Τσεχοσλοβακία και Ουγγαρία.

Οι επιχειρήσεις που βασίστηκαν στα προγράμματα του Kennan δεν είχαν τόση επιτυχία όσο θα ήταν επιθυμητό. Μετά την αποτυχία της επανάστασης στην Ουγγαρία το 1956 και τις αλλαγές στη σοβιετική πολιτική μετά τον θάνατο του Στάλιν,

¹⁹ National Committee for a Free Europe

²⁰ American Committee for Liberation from Bolshevism

συντάχθηκε νέα αμερικανική εξωτερική πολιτική και νέα γραμμή για στρατηγική επιρροή. Κατά τη δεύτερη θητεία του Προέδρου Eisenhower, παραγκωνίστηκε η εθνική πολιτική ασφαλείας που βασιζόταν στην προώθηση επαναστατικής αλλαγής στην ΕΣΣΔ. Αντί αυτού, προωθήθηκε μια νέα εθνική πολιτική ασφάλειας, που είχε τα θεμέλιά της σε μια εξελικτική προσέγγιση με σκοπό να μειωθεί η σοβιετική ισχύς (Larson, και συν., 2009, σ. 139). Η προσέγγιση αυτή επικεντρωνόταν στην ενθάρρυνση μη βίαιων αλλαγών εντός του σοβιετικού συστήματος, που θα οδηγούσε τους Σοβιετικούς να εγκαταλείψουν τις επεκτατικές τους πολιτικές σε βάθος χρόνου. Για την υλοποίηση αυτής της νέας εθνικής πολιτικής ασφάλειας, ήταν απαραίτητος ο σχεδιασμός νέας στρατηγικής επιχειρήσεων επιρροής, ώστε να γίνει εφικτή η εισαγωγή μοντέρνων ιδεών και η αναμόρφωση ιδεωδών σε κοινωνικές ομάδες εντός της ΕΣΣΔ, με σκοπό να προκληθούν αυτές οι αλλαγές. Η νέα πολιτική αυτή ονομάστηκε πολιτιστική διείσδυση (cultural infiltration) και ορίστηκε ως «χρήση πολιτισμικών επαφών με σκοπό αφενός να διαβρωθεί η απομόνωση των πολιτών της Ανατολικής Ευρώπης, αφετέρου να διορθωθεί η διαστρεβλωμένη εικόνα της Δύσης έτσι όπως την παρουσίαζε η κομμουνιστική προπαγάνδα». Οι ΗΠΑ ήλπιζαν ότι μέσω του δημόσιου διαλόγου στην ΕΣΣΔ, θα επιτυγχάνονταν αλλαγές στις σοβιετικές πολιτικές που θα ήταν ευνοϊκές για τις ΗΠΑ.

Έτσι, η κυβέρνηση των Ηνωμένων Πολιτειών επικέντρωσε τις επικοινωνιακές της δραστηριότητες σε θέματα όπως αυτό του λαϊκού καπιταλισμού (people's capitalism), όπου υπονοούντο πως στις ΗΠΑ υπήρχε ένα νέο είδος ανερχόμενου καπιταλισμού που επέτρεπε στον μέσο Αμερικανό πολίτη να φτάσει το υψηλότερο δυνατό βιοτικό επίπεδο στον κόσμο. Το συγκεκριμένο θέμα είχε ως στόχο να διαψεύσει την κεντρική θεματική της κομμουνιστικής ιδεολογίας, ότι σε καπιταλιστικά κράτη, μια μικρή ελίτ καπιταλιστών ηγετών εκμεταλλεύεται για δικό της όφελος τους εργαζομένους, προωθώντας την ιδέα ότι σε αυτό τον καπιταλισμό οι εργαζόμενοι είναι οι ίδιοι καπιταλιστές που απολαμβάνουν τους καρπούς του μόχθου τους. Ένα άλλο θέμα που προωθούντο ήταν αυτό της πολιτισμικής ζωντάνιας των ελεύθερων και δημοκρατικών κρατών, όπως οι ΗΠΑ. Αυτή η θεματική στόχευε να καταρρίψει τους κομμουνιστικούς ισχυρισμούς ότι η αμερικανική κουλτούρα ήταν φτωχική και κυριαρχούνταν από την επιθυμία για κέρδη. Το στοχευμένο κοινό σε αυτές τις επιχειρήσεις επιρροής, ήταν τα μέλη της σοβιετικής γραφειοκρατίας, η ιντελιγκέντσια και η σοβιετική νεολαία (Larson, και συν., 2009, σ. 140).



Εικόνα 3. Πράγα, 1968²¹

Υπήρχαν αρκετές δυσκολίες που έπρεπε να αντιμετωπιστούν κατά τη διεξαγωγή αυτών των επιχειρήσεων, όπως η δυσκολία ανοιχτής επικοινωνίας με τους Σοβιετικούς πολίτες, μιας και το σοβιετικό καθεστώς είχε καταβάλει τεράστιες προσπάθειες στο να περιορίσει την επαφή των πολιτών του με τη Δύση, μπλοκάροντας δυτικούς ραδιοσταθμούς, επιβλέποντας αυστηρά την κυκλοφορία δημοσιεύσεων και περιορίζοντας τα ατομικά ταξίδια. Στις αρχές του Ψυχρού Πολέμου, ο μόνος τρόπος επικοινωνίας με σοβιετικό ακροατήριο, ήταν μέσω ραδιοφώνου βραχέων κυμάτων, το οποίο μετά από λίγα χρόνια μπλοκαρίστηκε.

Από το τέλος της δεκαετίας του '50 όμως, στη Σοβιετική Ένωση άρχισε να επιτρέπεται η σταδιακά αυξανόμενη επαφή του κοινού της ΕΣΣΔ με πληροφορίες από το εξωτερικό. Έτσι άνοιξαν νέοι δίαυλοι επικοινωνίας με το σοβιετικό κοινό (Larson, και συν., 2009, σ. 142). Το 1959 για παράδειγμα, πάνω από 2,7 εκατομμύρια πολίτες επισκέφθηκαν αμερικανική έκθεση στο Πάρκο Σοκόλνικι της Μόσχας και η έκθεση αυτή τόνιζε την αμερικανική υλική ευημερία, την πολύπλευρη και δυναμική κουλτούρα των ΗΠΑ και τον φιλειρηνικό της προσανατολισμό. Επίσης, οι πολιτισμικές ανταλλαγές έπαιξαν μεγάλο ρόλο στην επικοινωνία με το σοβιετικό κοινό. Διάσημοι μουσικοί, κωμικοί και αθλητές επισκέφθηκαν την ΕΣΣΔ, με σκοπό να αποτελέσουν έναυσμα για σύγκριση μεταξύ της δυναμικής δυτικής κουλτούρας και της στάσιμης και αυταρχικής σοβιετικής κουλτούρας.

²¹ Ανακτήθηκε από: <https://aeon.co/essays/cold-war-propaganda-the-truth-belonged-to-no-one-country> (τ.π. 13.11.2022)

Η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων αυτών των επιχειρήσεων προς την ΕΣΣΔ ήταν ιδιαίτερα δύσκολη, λόγω της κλειστής φύσης της σοβιετικής κοινωνίας. Για τον σκοπό αυτό, κυβερνητικοί αξιωματούχοι συμβουλευόνταν εμπειρογνώμονες των σοβιετικών ζητημάτων, καθώς και ειδικούς έρευνας στον τομέα των επικοινωνιών. Επίσης αξιοποίησαν αναφορές από διπλωμάτες που εργάζονταν στην αμερικανική πρεσβεία της Μόσχας, για να διαπιστώσουν αν τελικά μεταδίδονταν τα ραδιοφωνικά μηνύματα που εξέπεμπαν και αν όντως γινόταν συζήτηση ανάμεσα στους πολίτες εκεί γι' αυτά τα θέματα. Επίσης, πληροφορίες γι' αυτά τα ζητήματα μπορούσαν να παρέχουν και άτομα που μόλις είχαν δραπετεύσει από εξορία. Επιπλέον, οι ραδιοφωνικοί σταθμοί προσπαθούσαν από μόνοι τους να αξιολογήσουν την επιρροή που είχαν τα μηνύματα που εξέπεμπαν, με το να παρακολουθούν τα σοβιετικά ΜΜΕ ψάχνοντας για αντιδράσεις αγανάκτησης κι επίθεσης προς τα αμερικανικά ΜΜΕ, κάτι που θεωρούνταν θετικό σημάδι για την επιρροή που ασκούσε ένας σταθμός. Επίσης, μετά το σχετικό «άνοιγμα» της ΕΣΣΔ προς τη Δύση, αξιοποίησαν διακριτικά συνεντεύξεις σοβιετικών πολιτών που επισκέπτονταν δυτικές χώρες (Larson, και συν., 2009, σσ. 142-143).

Παρόλο που εκείνη την εποχή δεν ήταν εύκολο να διαπιστωθεί η αποτελεσματικότητα των επιχειρήσεων επιρροής των ΗΠΑ προς την ΕΣΣΔ, υπάρχουν πλέον ενδείξεις από αρχεία πρώην κομμουνιστικών κρατών, που υποδεικνύουν πως η πολιτική πολιτιστικής διείσδυσης του Eisenhower ήταν σημαντικό σημείο καμπής του Ψυχρού Πολέμου. Μπορεί μετά τον Khrushchev εκείνη την εποχή, να μην διατηρήθηκε ακέραιο το σοβιετικό άνοιγμα προς τη Δύση, αλλά το διανοητικό κλίμα που επικρατούσε τότε, οδήγησε στη συγκρότηση των «σεστιντεσιάνικι»²², των ανθρώπων του '60, που αποτελούσαν μια αβαντ-γκαρντ σοβιετική ιντελιγκέντσια που διαμαρτυρόταν ενάντια στο αυταρχικό καθεστώς και πίστευε σ' ένα διαφορετικό μέλλον, επηρεασμένη από τις πολιτικές της Περεστρόικα και της Γκλάσνοστ, οι οποίες ευνοούσαν τα αμερικανικά συμφέροντα. Εν τέλη η ΕΣΣΔ άρχισε να μεταμορφώνεται και να ενστερνίζεται σταδιακά πιο μοντέρνες κοινωνικές απόψεις, που δεν συμβάδιζαν με την αυταρχική σοβιετική νοοτροπία, μέχρι και την διάλυσή της το 1991 (Larson, και συν., 2009, σσ. 144-145).

Μια άλλη ενδιαφέρουσα περίπτωση αμερικανικών επιχειρήσεων δημόσιας διπλωματίας, είναι αυτή πριν τον δεύτερο Πόλεμο του Κόλπου. Μετά την ομιλία του

²² Ρωσικά: Шестидесятники

Προέδρου George W. Bush το 2002, όπου αναφέρθηκε στον «άξονα του κακού» και πως το Ιράκ είναι μέρος του, σηματοδοτήθηκε η αρχή μιας επιχείρησης επιρροής που θα διαρκούσε δεκαπέντε μήνες, με σκοπό να πείσει αφενός την τοπική αραβική κοινότητα και αφετέρου τη διεθνή, ότι το καθεστώς του Saddam Hussein αποτελούσε παγκόσμια απειλή και μια στρατηγική αποτροπής ή περιορισμού ήταν καταδικασμένη να αποτύχει (Larson, και συν., 2009, σ. 146).

Αυτή η επιχείρηση ήταν μόνο ένα σκέλος των συνολικών αμερικανικών προσπαθειών επιρροής, που στόχευε πολλαπλά ακροατήρια. Ανάμεσα σ' αυτά, ήταν και η αμερικανική κοινή γνώμη, ξένες κυβερνήσεις, ο ιρακινός λαός και το ευρύτερο κοινό στην περιοχή και στην Ευρώπη. Η επιχείρηση αντιμετώπισε εξ' αρχής κάποιες δυσκολίες. Η πρώτη και κυριότερη δυσκολία ήταν αυτή της σύμπλευσης σημαντικών κυβερνητικών αξιωματούχων ως προς τον καθορισμό του αντικειμενικού σκοπού της. Έτσι, διαφορετικοί αξιωματούχοι επιδίωκαν διαφορετικούς στόχους —οι οποίοι κάποιες φορές ήταν και αντικρουόμενοι. Οι πρώτοι δυο στόχοι ήταν απλοί· αφενός οι ΗΠΑ έπρεπε να πλασιώσουν τον δημόσιο διάλογο και να προσδιορίσουν το πώς ακριβώς το Ιράκ αποτελεί απειλή και αφετέρου να γίνει ξεκάθαρο ότι οι Ηνωμένες Πολιτείες σκόπευαν να απελευθερώσουν τον ιρακινό λαό και όχι να τον κατακτήσουν. Ο τρίτος στόχος πάλι, ήταν να χτίσουν μια διεθνή συμμαχία για να αντιμετωπίσουν την απειλή του Ιράκ και αυτό ερχόταν εν μέρη σε αντίθεση με τους άλλους δυο. Αυτό οδήγησε τις ΗΠΑ σ' ένα δίλημμα· από τη μια έπρεπε να κερδίσουν υποστήριξη για πόλεμο ενάντια στο Ιράκ και από την άλλη έπρεπε να πείσουν ότι συνεργάζονται με άλλα κράτη για την επίλυση του ιρακινού ζητήματος, ενώ πολλά από αυτά τα κράτη δεν υποστήριζαν καν οποιαδήποτε στρατιωτική ενέργεια ως προς αυτό (Larson, και συν., 2009, σσ. 146-147). Αυτή η αντίθεση δημιούργησε ιδιαίτερα προβλήματα συντονισμού και συνεργασίας όσον αφορά το θέμα της στρατηγικής επιρροής, με το Υπουργείο Εξωτερικών να θέλει να επικεντρωθεί στη δημιουργία διεθνούς συμμαχίας και το Υπουργείο Αμύνης να θέτει ως επικοινωνιακή προτεραιότητα την προετοιμασία για πολεμικές επιχειρήσεις στο Ιράκ.

Όσον αφορά τη στρατηγική αυτής της επιχείρησης δημόσιας διπλωματίας, τα μηνύματα που ήθελαν να περάσουν οι ΗΠΑ στη Μέση Ανατολή και στην Ευρώπη διέφεραν σημαντικά. Στη μεν Μέση Ανατολή, οι Ηνωμένες Πολιτείες ενδιαφέρονταν να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικές στρατιωτικές βάσεις στην περιοχή, να καταστείλουν κάθε υποστήριξη στο καθεστώς του Saddam Hussein και να κερδίσουν την υποστήριξη των πολιτών για τη δημιουργία ενός δημοκρατικού και ελεύθερου

Ιράκ, μετά τη λήξη του πολέμου. Στόχευαν λοιπόν στο να επικοινωνήσουν μια θετική εικόνα του πώς θα έμοιαζε το Ιράκ μετά την αλλαγή πολιτικής ηγεσίας στη χώρα (Larson, και συν., 2009, σ. 148). Στην Ευρώπη πάλι, το σημαντικό ήταν να δείξουν πως οι ΗΠΑ ηγούνταν μιας διεθνούς προσπάθειας που είχε ως σκοπό να εφαρμόσει αποφάσεις του ΟΗΕ σχετικά με τον αφοπλισμό του Ιράκ.

Κάποια από τα μέσα που χρησιμοποιήθηκαν γι' αυτούς τους σκοπούς ήταν: 1) συντονισμένα μηνύματα της αμερικανικής κυβέρνησης που απόβλεπαν στο να πείσουν το ακροατήριο στο εξωτερικό για τις πολιτικές και τις προτεραιότητες των ΗΠΑ, 2) διανομή εγγράφων που αναφέρονταν στη χρήση βασανιστηρίων και μαζικών εκτελέσεων από το καθεστώς του Saddam Hussein, 3) δημόσιες τοποθετήσεις υψηλόβαθμων αξιωματούχων (όπως η ομιλία του Υπουργού Εξωτερικών Powell στο Συμβούλιο Ασφαλείας του ΟΗΕ και οι τηλεοπτικές εμφανίσεις του Αμερικανού πρέσβη Christopher Ross) και 4) η δημοσίευση αποχαρακτισμένης αναφοράς για το πρόγραμμα όπλων μαζικής καταστροφής του Ιράκ.

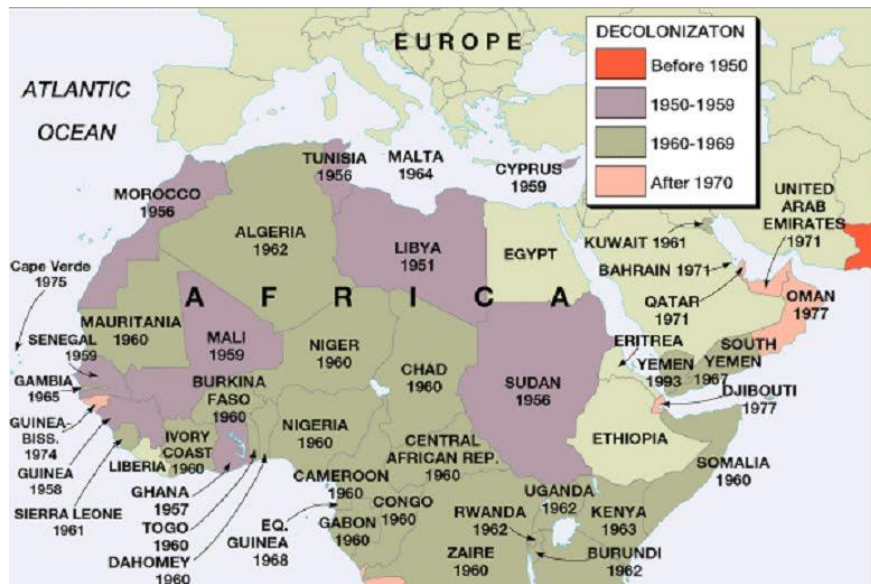
Η αξιολόγηση αυτών των επιχειρήσεων δημόσιας διπλωματίας ξεκίνησε μέσω διεξαγωγής δημοσκοπήσεων λίγους μήνες πριν τελειώσει ο πόλεμος, μέχρι και λίγους μήνες αμέσως μετά το τέλος του. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι ΗΠΑ είχαν κάποιες επιτυχίες με τους δύο πρώτους στόχους τους στη Μέση Ανατολή, όσον αφορά την πρόσβαση σε σημαντικές στρατιωτικές βάσεις και την καταστολή υποστήριξης προς τον Saddam Hussein από περιφερειακές κυβερνήσεις στην περιοχή. Όμως δεν είχαν εξίσου επιτυχίες στο να κερδίσουν την υποστήριξη της κοινής γνώμης του αραβικού πληθυσμού, όσον αφορά τους μεταπολεμικούς στόχους τους (Larson, και συν., 2009, σσ. 150-151). Στην Ευρώπη πάλι, οι ΗΠΑ είχαν ανάμεικτα αποτελέσματα. Ενδεχομένως να ευθύνονται γι' αυτό κάποιες αντιλήψεις που επικρατούσαν στην Ευρώπη όσον αφορά το κατά πόσο ήταν αληθινές οι κατηγορίες των Αμερικανών προς το Ιράκ. Επίσης ενισχυόταν η πεποίθηση ότι οι Ηνωμένες Πολιτείες δεν λαμβάναν υπ' όψη τους και τα συμφέροντα των άλλων χωρών στο βαθμό που θα έπρεπε (Larson, και συν., 2009, σ. 152).

Συμπερασματικά, θα λέγαμε ότι οι αμερικανικές επιχειρήσεις δημόσιας διπλωματίας αντιμετώπισαν αρκετές δυσκολίες εν καιρώ ειρήνης, αφενός προκαλώντας αισθήματα καχυποψίας στο εγχώριο κοινό και αφετέρου προκαλώντας ανάμεικτα συναισθήματα στο εξωτερικό. Ο γενικότερος στόχος της αμερικανικής δημόσιας διπλωματίας είναι να αμβλύνει τις λανθασμένες αντιλήψεις και τις παρεξηγήσεις που μπορούν να αποτελέσουν αγκάθι στις σχέσεις των ΗΠΑ με άλλες

χώρες, παρέχοντας πραγματολογική και ακριβής πληροφόρηση. Ο απώτερος στόχος τέτοιων αμερικανικών επιχειρήσεων και οι περιορισμοί που συναντιόνται, διαμορφώνουν και τη στρατηγική που θα ακολουθηθεί και τα αποτελέσματά της. Για να είναι επιτυχημένες τέτοιες επιχειρήσεις, θα πρέπει να υπάρχουν αρκετές διαθέσιμες πληροφορίες για τη συμπεριφορά του στοχευμένου κοινού και για το πληροφοριακό περιβάλλον. Επιπλέον, χρειάζεται σύμπνοια και συνεργασία για την επανάληψη ενός βασικού μηνύματος που είναι εύπεπτο στο επιθυμητό κοινό. Οι αντικρουόμενες προσεγγίσεις δεν αποδίδουν καλά, ενώ αν οι δηλώσεις που γίνονται δεν γίνονται αντιληπτές ως αληθοφανείς, τότε δεν θα γίνουν και αποδεκτές και το κοινό θα τις απορρίψει (Larson, και συν., 2009, σσ. 153-154).

6.4. Η περίπτωση της βρετανικής αποικιακής επιρροής

Σημαντικό στοιχείο της βρετανικής αποικιακής διακυβέρνησης, ήταν αυτό της πληροφόρησης. Πριν τον Ψυχρό Πόλεμο, το Υπουργείο Αποικιών βασιζότανε περισσότερο σε δραστηριότητες εγχώριων παραγόντων στην κάθε χώρα, παρά στον μηχανισμό πληροφόρησης και ασφάλειας της βρετανικής κυβέρνησης. Μετά τα τέλη του '40 όμως, η κατάσταση άρχισε ν' αλλάζει· κάποιες χώρες ανεξαρτητοποιήθηκαν και όσες αποικίες απέμειναν στην Αφρική και την Νοτιοανατολική Ασία, μαστίζονταν από κύματα εθνικισμού. Με τη βοήθεια συγκεκριμένων επιχειρήσεων, η Βρετανία προσπαθούσε να διαχειριστεί επαναστάσεις στη Μαλάγια (σημερινή Μαλαισία), στην Κύπρο και στην Κένυα. Στις επιχειρήσεις αυτές γινόταν και χρήση μαύρης προπαγάνδας και παραπλάνησης, ως συμπληρωματικά βοηθήματα σε συμβατικές πολιτικο-στρατιωτικές τεχνικές καταστολής εξεγέρσεων. Για παράδειγμα στην Κύπρο, μέσω προπαγάνδας στοχοποιήθηκαν οι εθνικιστές αγωνιστές και παρουσιάστηκαν ως παιδόφιλοι, ενώ στην Κένυα, η επιχείρηση περιλάμβανε την σκηνοθέτηση έξαρσης ασθένειας μέσω διανομής φημών, τοποθέτησης σορών και χρήσης ψεύτικων γιατρών, με σκοπό να πέσει το ηθικό των αντιστασιακών και να τους εξαναγκάσουν να εγκαταλείψουν τα δάση τους (Cormac, 2018, σ. 142).



Εικόνα 4. Χάρτης Αποαποικιοποίησης της Αφρικής²³

Εκείνη την εποχή, υπήρχε ο φόβος ότι η Μόσχα θα μπορούσε να εκμεταλλευτεί τις εθνικιστικές διαταραχές αυτές και καθώς όλο και περισσότερες αποικίες έρχονταν όλο και πιο κοντά στην ανεξαρτητοποίησή τους, το ενδεχόμενο σχηματισμού ενός κενού ισχύος στην περιοχή ενέτεινε αυτόν τον φόβο. Παρόλο που η ΕΣΣΔ επικεντρωνόταν περισσότερο ενάντια των Αμερικανών αντί των παλιών αποικιακών δυνάμεων, η Βρετανία προετοιμαζόταν για μια υποχθόνια μάχη επιρροής με τη βοήθεια προληπτικών συγκεκαλυμένων επιχειρήσεων (Cormac, 2018, σ. 143).

Με τη δημιουργία της Επιτροπής Αντι-υπονόμευσης στα Αποικιακά Εδάφη (Committee for Counter-Subversion in the Colonial Territories), με επικεφαλής τον Sir Norman Brook, ένα σύνολο επιχειρησιακών σχεδίων παρουσιάστηκε, με σκοπό την εξασφάλιση των βρετανικών συμφερόντων στα εδάφη αυτά. Οι επιχειρήσεις αυτές περιλάμβαναν κάθε τύπου προπαγάνδα, αλλά και δωροδοκίες, εκβιασμούς και πολιτικές ενέργειες που απόβλεπαν στην ενθάρρυνση αναδυόμενων πολιτικών ηγετών με πιο συμφέροντες θέσεις σε σχέση με αυτές των εθνικιστικών κινημάτων. Οι προσπάθειες του Brook όμως δεν είχαν την επιτυχία που αναμενόταν, εν μέρη γιατί πολλοί κυβερνητικοί αξιωματούχοι έβλεπαν ως ανήθικη οποιαδήποτε διεξαγωγή συγκεκαλυμένων επιχειρήσεων ενάντια πολιτών των αποικιών ή γενικότερα της Κοινοπολιτείας. Ειδικότερα, ο Alex Kellar, ειδικός της MI5 σε θέματα ασφάλειας στις αποικίες, ισχυρίστηκε πως ακόμα και η υποψία συγκεκαλυμένων επιχειρήσεων θα

²³ Ανακτήθηκε από: <https://sites.google.com/site/whapheritage/home/unit-four-1914-present/decolonization> (τ.π. 28.11.2022)

διάβρωνε την εμπιστοσύνη και θα υπονόμει εντελώς την θεμελιώδη στρατηγική της αποαποικιοποίησης (Cormac, 2018, σ. 144).

Η βρετανική κυβέρνηση λοιπόν, είχε δυο κύριους στόχους κατά την περίοδο αυτή· αφενός να διατηρήσει όσο το δυνατόν περισσότερη από την μετα-αποικιακή της επιρροή, αφετέρου να αποτρέψει ενδεχόμενη σοβιετική καταπάτηση των αφρικανικών εδαφών (Cormac, 2018, σ. 145). Παρά τις προηγούμενες αποτυχίες, οι συγκεκριμένες επιχειρήσεις συνεχίστηκαν και υπήρξαν παρεμβάσεις σε αποτελέσματα εκλογών, ενίσχυση ευνοϊκών προς τα βρετανικά συμφέροντα ντόπιων πολιτικών ομάδων και χειραγώγησή τους, καθώς και υποστήριξη μετριοπαθών εθνικιστικών κινημάτων. Συμπληρωματικά σε αυτές τις ενέργειες, διεξήχθησαν και φανερές ενέργειες μέσω παροχής αρωγής, εμπορίου, αμυντικών συμφωνιών, κ.α. (Cormac, 2018, σ. 146). Οι επιχειρήσεις αυτές λοιπόν, συνδύαζαν κινητικές και μη ενέργειες, με σκοπό την άσκηση επιρροής στις πολιτικές εξελίξεις στην ευρύτερη περιοχή.

Λαμβάνοντας υπ' όψη τις απογοητευτικές επιδόσεις των βρετανικών επιχειρήσεων στις αποικίες, δεν προκαλεί έκπληξη το γεγονός ότι παράλληλα με αυτές, διεξάγονταν και αμερικανικές επιχειρήσεις στην περιοχή, με καλύτερες επιδόσεις σε κάποιες περιπτώσεις. Η συνεργασία των αμερικανικών και βρετανικών υπηρεσιών πληροφοριών στα αποικιακά αυτά εδάφη ήταν κυρίως εικονική και στην πραγματικότητα υπήρχε ένας ολοένα αυξανόμενος ανταγωνισμός όσον αφορά τέτοιες συγκεκριμένες επιχειρήσεις (Cormac, 2018, σ. 147). Οι προσπάθειες συνεργασίας σε επιχειρήσεις επιρροής, όπως στην περίπτωση της αποικίας της Βρετανικής Γουιάνας (σημερινή Γουιάνα), παρουσίασαν ιδιαίτερες δυσκολίες εν μέρη λόγω έλλειψης σύγκλισης απόψεων. Τελικά, στην περίπτωση της Γουιάνας, οι Βρετανοί έδωσαν την συγκατάθεσή τους στα σχέδια των Αμερικανών κι έτσι ξεκίνησαν οι προσπάθειες υπονόμησης του Cheddi Jagan, πολιτικού ηγέτη της χώρας, πριν επέλθει η ανεξαρτησία της αποικίας. Οι προσπάθειες αυτές συμπεριλάμβαναν χρηματοδότηση πολιτικών αντιπάλων, νοθεία εκλογών, διοργάνωση απεργιών και διαμαρτυριών, κ.α. (Cormac, 2018, σσ. 148-149).

Στην περίπτωση του Κονγκό πάλι, ο πρωθυπουργός Patrice Lumumba άρχισε να επιδίδεται σε αντιδυτική ρητορική μετά την εκλογή του, προκαλώντας ανησυχίες σε Βρετανούς και Αμερικανούς. Παρόλο που δεν υπήρχαν ενδείξεις ότι θα προσεταιριζόταν τους Σοβιετικούς, η CIA τον χαρακτήρισε υποστηρικτή των κομμουνιστών και ανησυχούσε για επικείμενη κομμουνιστική επικράτηση στη χώρα —ανησυχία που συμμερίζονταν και οι Βρετανοί, με τον Βρετανό πρέσβη Ian Scott να

συγκρίνει τον Lumumba με τον Χίτλερ και τον Μουσολίνι. Έτσι, οι βρετανικές υπηρεσίες πληροφοριών, μαζί με τις αμερικανικές, κατέφυγαν στη διεξαγωγή επιχειρήσεων υπονόμευσης ενάντια στον Lumumba, με σκοπό την αποσταθεροποίηση και εν τέλει την ανατροπή του. Πέρα από δωροδοκίες, χρησιμοποίησαν μαύρη προπαγάνδα, διανέμοντας πλαστά γράμματα σε εφημερίδες για να τον δυσφημίσουν και διέδωσαν φήμες για διαφθορά και μαγεία. Επίσης διοργάνωσαν, ανάμεσα σε άλλα, «αυθόρμητες» διαμαρτυρίες και μαζικές διαδηλώσεις και συμπλοκές, με σκοπό να υπονομεύσουν τη δημόσια εικόνα του Lumumba ως ηγέτη που είχε την αγάπη και τον έλεγχο του λαού, ενώ ασκήθηκε πίεση στον Πρόεδρο του Κονγκό Kasavubu για να τον καθαιρέσει από πρωθυπουργό. Το αποτέλεσμα ήταν η δημιουργία μιας γενικότερης ατμόσφαιρας αβεβαιότητας και αναρχίας (Cormac, 2018, σσ. 150-152). Εν τέλει, ύστερα από λίγα χρόνια, ο Lumumba έχασε τη θέση του έπειτα από πραξικόπημα κι αργότερα εκτελέστηκε.

Παρόλο που στα χρόνια που ακολούθησαν, η Βρετανία δεν παραγκώνισε τη διεξαγωγή συγκεκριμένων επιχειρήσεων και τη συνεργασία με τις αμερικανικές Υπηρεσίες, δεν μπορούσε παρά να παραδεχτεί πως ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα που είχε και έχει να αντιμετωπίσει, ήταν η γενικότερη έλλειψη συντονισμού· αφενός το ζήτημα αφορούσε την ανυπαρξία σαφούς υπουργικής γραμμής σχετικά με τον στρατηγικό σχεδιασμό τέτοιων επιχειρήσεων, αφετέρου είχε να κάνει με τον συντονισμό μεταξύ διαφορετικών αξιωματούχων και υπηρεσιών, ακόμα και στα θέματα χρηματοδότησης (Cormac, 2018, σ. 154). Σε γενικές γραμμές πάντως, ο συνδυασμός κινητικών και μη ενεργειών σε επιχειρήσεις επιρροής, συγκεκριμένες και μη, φαίνεται να ήταν αρκετά συχνά στη λίστα επιλογών των βρετανών αξιωματούχων.

Συμπερασματικά, θα λέγαμε ότι οι βρετανικές αυτές επιχειρήσεις επιρροής, βασίστηκαν σ' έναν συνδυασμό μέσων για τη διεξαγωγή τους. Δεδομένων των περιορισμών στα διαθέσιμα μέσα στην ευρύτερη περιοχή, αναγκαστικά βασίστηκαν σε πολλές περιπτώσεις κυρίως σε ανθρώπινο δυναμικό. Ο παράγοντας όμως που φαίνεται να επηρέασε αρνητικά την αποτελεσματικότητα των Ε.Ε. ως ένα βαθμό, είναι ο ανθρώπινος. Για παράδειγμα, η δυσκολία σύγκλισης απόψεων στη φάση του στρατηγικού σχεδιασμού, είχε αρνητικό αντίκτυπο και στο θέατρο επιχειρήσεων κατά τη διάρκεια διεξαγωγής τους. Σε κάθε περίπτωση οι Ε.Ε. αυτές σημείωσαν επιτυχίες, παρόλο που δεν ήταν ενδεχομένως στο επίπεδο που ήταν επιθυμητό εξ' αρχής.

6.5. Η περίπτωση των ψυχολογικών επιχειρήσεων στη Νικαράγουα

Στη Νικαράγουα, κατά τα χρόνια που η οικογένεια Somoza βρισκόταν στην εξουσία, ο απολυταρχικός και διεφθαρμένος τρόπος διακυβέρνησής της προκάλεσε την ολοένα αυξανόμενη λαϊκή αντίδραση, με αποτέλεσμα το 1962 να δημιουργηθεί το Μέτωπο Εθνικής Απελευθέρωσης, γνωστοί και ως Σαντινίστας (CIA, 2019, σσ. 247-248). Μετά από χρόνια βίαιης διαμάχης της Εθνοφρουράς Somoza με τους Σαντινίστας, η πολιτική ηγεσία είχε στρέψει πλέον εναντίον της ακόμα και μετριοπαθείς δρώντες, συμπεριλαμβανομένης και της αμερικανικής κυβέρνησης του Προέδρου Jimmy Carter. Το Μάιο του 1978 ξέσπασε γενικευμένη επανάσταση και λίγους μήνες μετά, το καθεστώς Somoza κατέρρευσε. Πλέον στη χώρα κυβερνούσε το πενταμελές Συμβούλιο Εθνικής Ανοικοδόμησης, το οποίο κυβέρνησε επίσης απολυταρχικά με επιβολή δικτατορικών μέτρων, αλλά με αριστερή χροιά (CIA, 2019, σ. 250). Το μακροπρόθεσμο πλάνο των Σαντινίστας εξάλλου, οι οποίοι στην πορεία επικράτησαν στα πολιτικά δρώμενα της χώρας, ήταν η εγκαθίδρυση ενός σοσιαλιστικού καθεστώτος σοβιετικού τύπου. Το καθεστώς που επέβαλλαν κατόπιν οι Σαντινίστας, προκάλεσε τέτοια λαϊκή δυσφορία, που τελικά συγκροτήθηκαν ένοπλες αντάρτικες ομάδες που ονομάστηκαν συνεκδοχικά «Κόντρας». Ανάμεσα σε αυτές τις αντάρτικες ομάδες, ξεχώριζε αυτή της «Νικαραγουανής Δημοκρατικής Δύναμης» (Fuerza Democrática Nicaragüense - FDN).



Εικόνα 5. Κόντρας²⁴

²⁴ Ανακτήθηκε από: <https://en.wikipedia.org/wiki/Contras> (τ.π. 28.11.2022)

Η αμερικανική κυβέρνηση, επί προεδρίας Ronald Reagan, ενίσχυσε τους Κόντρας με εξοπλισμό και αμερικανικής προέλευσης κεφάλαια, συμβάλλοντας έτσι στη διόγκωση της αντίστασης ενάντια στους Σαντινίστας. Στα χρόνια που ακολούθησαν, παρόλο που υπήρξαν προβλήματα χρηματοδότησής τους, η κυβέρνηση Reagan συνέχιζε να υποστηρίζει τους Κόντρας. Ανάμεσα στις αμερικανικές ενέργειες με σκοπό την ενίσχυσή τους, η CIA διένειμε δύο «εγχειρίδια»: το ένα ήταν εικονογραφημένο δεκαπεντασέλιδο για αναλφάβητους με οδηγίες για αντάρτικο αγώνα, ενώ το δεύτερο, ήταν ένα εγχειρίδιο για ψυχολογικές επιχειρήσεις κατά τη διεξαγωγή ανταρτοπόλεμου (CIA, 2019, σσ. 252-253).

Το εγχειρίδιο αυτό, χαρακτήριζε τις ψυχολογικές επιχειρήσεις ως καθοριστικό παράγοντα διαμόρφωσης αποτελεσμάτων, θέτοντας ως στόχο τον νου όλου του πληθυσμού —φίλιου κοινού, εχθρικού και ουδέτερου (δλδ. φίλια στρατεύματα, εχθρικά και άμαχος πληθυσμός). Στα πλαίσια του ανταρτοπόλεμου, οι ΨΕΠ που μπορούν να επιχειρηθούν δεν πρέπει να είναι πολύπλοκες (CIA, 2019, σσ. 260-261). Έτσι το εγχειρίδιο έκανε λόγο για αντάρτες-προπαγανδιστές, οι οποίοι θα επιχειρούσαν να ασκήσουν προπαγάνδα πρόσωπο με πρόσωπο, δικαιολογώντας πειστικά τις πράξεις τους στους απλούς χωρικούς. Οι ένοπλοι προπαγανδιστές έπρεπε να πάρουν με το μέρος τους την κοινή γνώμη του λαού, μ' έναν συνδυασμό κινητικών και μη ενεργειών —έπρεπε να έρθουν σε άμεση επαφή και συνεργασία με τους χωρικούς, να δουλέψουν μαζί τους παράλληλα και όχι μόνο να τους επικοινωνήσουν την ιδεολογία και τους σκοπούς τους, ώστε να εξασφαλίσουν τη θετική στάση του άμαχου πληθυσμού απέναντί τους (CIA, 2019, σσ. 263-264).

Το εγχειρίδιο επίσης έκανε λόγο και για έλεγχο των συναντήσεων και των μαζικών συγκεντρώσεων, ώστε μέσω του προτεινόμενου μηχανισμού, να είναι δυνατόν στελέχη των ανταρτών να μπορούν να χειραγωγήσουν ομάδες (π.χ. εργατικά συνδικάτα) και τους στόχους τους, ώστε αν χρειαστεί να είναι εφικτό ένα ξέσπασμα δικαιολογημένης βίας (CIA, 2019, σσ. 266-267). Τέλος, ανέλυε τις βασικές αρχές και τεχνικές λειτουργίας του κάθε αντάρτη-προπαγανδιστή και των ένοπλων ομάδων που θα υποστήριζαν τις ψυχολογικές αυτές επιχειρήσεις, ενώ παρουσίαζε κι ένα παράρτημα με ρητορική για την ενίσχυση των ικανοτήτων οργάνωσης κι έκφρασης σκέψης των προπαγανδιστών (CIA, 2019, σ. 337).

Η ύπαρξη αυτού του εγχειριδίου αποκαλύφθηκε επίσημα το 1984, με την κυβέρνηση Reagan και τη CIA να έρχονται σε δύσκολη θέση. Το εγχειρίδιο δε, χρησιμοποιήθηκε ως τεκμήριο κατά την προσφυγή της κυβέρνησης των Σαντινίστας

στο Δικαστήριο της Χάγης, όπου κατήγγειλε την αμερικανική παρέμβαση στα εγχώρια ζητήματα της Νικαράγουας (CIA, 2019, σ. 254). Παρά τη γνωστοποίηση της ύπαρξης του εγχειριδίου, αναμφίβολα η διανομή του στα μέλη των Κόντρας συνέβαλλε θετικά στη διεξαγωγή ψυχολογικών επιχειρήσεων κατά τη διάρκεια του αγώνα τους ενάντια στους Σαντινίστας. Εν τέλη, με τη βοήθεια διαμεσολάβησης άλλων χωρών της Λατινικής Αμερικής, εξομαλύνθηκε η κατάσταση στη Νικαράγουα και η δράση των Κόντρας άρχισε να ατονεί μετά τη λήξη των εχθροπραξιών της διαμάχης τους με τους Σαντινίστας. Αν και οι ΗΠΑ συνέβαλλαν έμμεσα στη διεξαγωγή ψυχολογικών επιχειρήσεων στη Νικαράγουα με τη διανομή των εγχειριδίων, η πρωτοβουλία αυτή αποτελεί μέρος συγκεκριμένων επιχειρήσεων επιρροής για την προώθηση των αμερικανικών συμφερόντων στο εξωτερικό. Στην περίπτωση της Νικαράγουας, οι ΗΠΑ θέλαν να αποφύγουν τη «δημιουργία μιας δεύτερης Κούβας στη ζώνη άμεσης επιρροής τους» (Δαμηλάκου, 2015, σ. 179).

Συνοπτικά, θα λέγαμε ότι οι Ε.Ε. που καθοδηγήθηκαν από αυτά τα φυλλάδια και εγχειρίδια, αξιοποιούσαν κυρίως ανθρώπινο δυναμικό και δεν βασίζονταν τόσο στη χρήση των νέων τεχνολογικών μέσων της εποχής, για ευνόητους πρακτικούς λόγους. Το κατά πόσο οι περιορισμοί αυτοί επηρέασαν αρνητικά το αποτέλεσμα της διεξαγωγής αυτών των Ε.Ε. είναι δύσκολο να διακριθεί, ελλείψει περεταίρω δεδομένων.

6.6. Η περίπτωση προπαγάνδας της Κίνας

Η έννοια της επιρροής και της πειθούς δεν είναι κάτι καινούργιο στην κινεζική ιστορία και κουλτούρα, καθώς ήδη από το αρχαίο έργο της *Τέχνης του Πολέμου* του Sun Tzu γίνεται λόγος για «ηθική επιρροή», έννοια που αναφέρεται στην «καθοδήγηση» συμπεριφοράς των ανθρώπων ώστε να συμφωνούν με τους ηγεμόνες τους και τους ανωτέρους τους (Σουν Τζου, 2008, σ. 92). Στο ίδιο βιβλίο επίσης αναφέρεται πως «όλοι οι πόλεμοι είναι παραπλάνηση» και πως «το αποκορύφωμα της στρατηγικής δεξιοτεχνίας είναι να υποτάξεις τον εχθρό χωρίς μάχη» (Σουν Τζου, 2008, σσ. 97, 105). Όσον αφορά τον όρο «ηθική επιρροή», είναι δύσκολο να μην παρατηρήσει κανείς τη συσχέτιση με την κομφουκιανική αντίληψη όπου η έμφαση στην ηθική είναι μεγαλύτερη από αυτή στον εξαναγκασμό δια νόμου (Παπασωτηρίου, 2013, σ. 21) και υφίσταται γενικότερα ένα μοτίβο υπακοής σε ανώτερα από κοινωνικής

απόψεως άτομα, ξεκινώντας από τους γηραιότερους συγγενείς κάποιου μέχρι τον Αυτοκράτορα.

Κατά τη διάρκεια της πολιτικής πορείας της Κίνας, με την επικράτηση του Μαιοισμού και του ΚΚΚ, η προπαγάνδα έγινε μέρος της κανονικότητας της διακυβέρνησης της χώρας, χωρίς να έχει η λέξη την ίδια αρνητική χροιά όπως έγινε στη Δύση. Με τη συμβολή της εξέλιξης της τεχνολογίας, σήμερα η Κίνα έχει τον πιο εξελιγμένο υπολογιστικό μηχανισμό προπαγάνδας. Εντός της κινεζικής επικράτειας, η πληροφόρηση και η κυβερνητική εξουσία διακρίνονται από διαφορετικές ιδεολογίες σε σχέση με τη Δύση, με το μαρξιστικό πρότυπο Τύπου να επικρατεί. Σε αυτό το δημοσιογραφικό σύστημα, προτεραιότητα και υψηλότερη σημασία έχουν οι ανάγκες του Κράτους που ταυτίζονται με τις ανάγκες της υποτιθέμενης φωνής του λαού και όχι οι αξίες της αλήθειας και της ποικιλομορφίας (Bolsover, 2021, p. 126).

Με την ανάπτυξη του Διαδικτύου και των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, η προπαγάνδα στην Κίνα άρχισε πλέον να στοχεύει πρώτα τα άτομα που θεωρούνταν διαδικτυακοί διαμορφωτές γνώμης και μετά τους απλούς πολίτες. Στην Κίνα επίσης παρατηρείται λιγότερη δυσανασχέτηση στους πολίτες σχετικά με προπαγανδιστικές επιχειρήσεις της κυβέρνησης, είτε πρόκειται για απλές εκστρατείες (π.χ. ενάντια στο κάπνισμα, όπου σε δυτικές φιλελεύθερες δημοκρατίες, από ακαδημαϊκής απόψεως θα χαρακτηρίζονταν ως προπαγάνδα, με σχετικά αρνητική χροιά), είτε πρόκειται για επιχειρήσεις δυσφήμισης πολιτικών αντιδραστικών στοιχείων. Μια άλλη διαφορά με τη Δύση, είναι ο τρόπος αξιοποίησης της τεχνικής πλευράς της υπολογιστικής προπαγάνδας, με τη συχνή χρήση αυτοματισμών για διανομή μηνυμάτων (Bolsover, 2021, σ. 126). Στη Δύση είναι ευρέως διαδεδομένη η χρήση αυτοματοποιημένων λογαριασμών (bots) γι' αυτόν τον σκοπό, λόγω της ευχρηστίας τους και της πρακτικότητάς τους. Στην Κίνα όμως, δεν φαίνεται να γίνεται τέτοια διευρυμένη χρήση αυτοματοποιημένων λογαριασμών από την κυβέρνηση (Bolsover, 2021, σ. 127). Αυτό δεν σημαίνει ότι η κινεζική κυβέρνηση δεν χρησιμοποιεί bots, αλλά ακόμα δεν υπάρχουν αρκετά δεδομένα που να δίνουν μια ακριβή εικόνα για το εύρος και τη συχνότητα της χρήσης τους. Παρ' όλ' αυτά, η κινεζική κυβέρνηση χρησιμοποιεί ευρέως τεχνικές αυτοματισμού με σκοπό να επιβάλλει λογοκρισία στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης.

Γενικότερα, στην Κίνα, υπεύθυνοι για τη διεξαγωγή υπολογιστικής προπαγάνδας είναι κρατικοί υπάλληλοι, με μέσο ετήσιο όρο παραγωγής 450 εκατομμύρια προπαγανδιστικές δημοσιεύσεις. Κινέζοι κρατικοί υπάλληλοι κάθε

επιπέδου ανοίγουν λογαριασμούς στα ΜΚΔ και δημοσιεύουν περιεχόμενο που προωθεί κρατική προπαγάνδα. Κατά την Bolsover, αυτό είναι μέρος της στρατηγικής της «κατοχής» (occupation) και ελέγχου του διαδικτυακού δημόσιου διάλογου, με σκοπό είτε να αποσπάται η προσοχή των πολιτών από ενδεχομένως ανεπιθύμητες πληροφορίες είτε να θάβονται οι πληροφορίες αυτές, αφενός με το να προωθείται πληθώρα αντιπερισπαστικού υλικού και αφετέρου με το να δημιουργείται αβεβαιότητα για το με ποιον πραγματικά συνομιλεί κάποιος στο διαδίκτυο —με απλό πολίτη ή άνθρωπο του κράτους; Η χρήση ανθρώπινου δυναμικού αντί αυτοματοποιημένων λογαριασμών για διαδικτυακή προπαγάνδα, φαίνεται να είναι πιο αποτελεσματική, μιας και τα bots γίνονται πιο εύκολα αντιληπτά και πείθουν πιο δύσκολα (Bolsover, 2021, σσ. 128-129).

Μια άλλη διαφορά της Κίνας με τις δυτικές χώρες, φαίνεται να είναι το περιεχόμενο των μηνυμάτων που δημοσιεύονται από τον διαδικτυακό αυτό μηχανισμό της υπολογιστικής κρατικής προπαγάνδας. Στις δυτικές φιλελεύθερες δημοκρατίες, τα μηνύματα υπολογιστικής προπαγάνδας συνήθως είναι διχαστικά και προκαλούν πόλωση στην κοινωνία, με σκοπό να κινητοποιηθεί ένα μέρος των πολιτών ώστε να υποστηρίξουν κάποιο άτομο (π.χ. πολιτικό υποψήφιο) ή ζήτημα, είτε κατά τη διεξαγωγή εκλογών είτε μέσω διαμαρτυριών και διαδηλώσεων (Bolsover, 2021, σ. 129). Στην Κίνα όμως, οι προπαγανδιστικές αυτές επιχειρήσεις έχουν ως σκοπό να αποφύγουν κοινωνικές αναταραχές, να δημιουργήσουν μια πλασματική εικόνα συναίνεσης προς το status quo και να προκαλέσουν αντιπερισπασμό από πολιτικά ζητήματα. Κατά την Bolsover, η πολιτική της Κίνας ανέκαθεν επικεντρωνόταν στην προώθηση μιας κατάστασης σταθερότητας και αρμονίας και συχνά ήταν κάτι που χρησιμοποιούταν ως δικαιολογία για διαδικτυακό έλεγχο και λογοκρισία. Έτσι, τα μηνύματα που διανέμονται από τους κρατικούς φορείς, στοχεύουν στη δημιουργία ευχάριστης ψυχολογικής κατάστασης, ενισχύοντας την εθνική και πολιτιστική περηφάνια ώστε να διατηρείται διαιρεμένη η προσοχή των πολιτών, ειδικά κατά καιρούς ευαίσθητου πολιτικού χαρακτήρα (Bolsover, 2021, σ. 129). Η στρατηγική αυτή καταιγισμού προπαγανδιστικών μηνυμάτων, φαίνεται να έχει περισσότερα πλεονεκτήματα από άλλες τεχνικές λογοκρισίας που βασίζονται στο τι φοβάται ο δρων που διεξάγει προπαγάνδα, μιας και είναι πιο διακριτική από τη σκοπιά του ακροατηρίου, χωρίς να παρεμποδίζει την ταυτοποίηση αντιφρονούντων ή την αποθάρρυνση της πλειονότητας των Κινέζων πολιτών να ασχολούνται με πολιτικά ζητήματα (Bolsover, 2021, σ. 130).

Η διεθνής κινεζική προπαγάνδα δεν διαφέρει και πολύ από την εγχώρια. Η Κίνα χρησιμοποιεί ευρέως παραδοσιακά Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, όπως ραδιοφωνικούς και τηλεοπτικούς σταθμούς και εφημερίδες, προωθώντας την ειρηνική άνοδο της χώρας στην παγκόσμια πολιτική σκηνή, ειδικά από τις αρχές του 2000 και μετά. Βέβαια, η πρόσβασή της σε δυτικές χώρες με ιδιαίτερα αναπτυγμένα επικοινωνιακά συστήματα ΜΜΕ είναι περιορισμένη· οι επιχειρήσεις επιρροής αυτές φαίνεται να έχουν επιτυχία όμως σε χώρες τις Αφρικής και της Λατινικής Αμερικής, όπου η Κίνα έχει επενδύσει σημαντικά και όπου η κοινή γνώμη εκεί φαίνεται πλέον να είναι πιο θετική προς την Κίνα, απ' ό,τι στις ΗΠΑ. Γενικές γραμμές, οι εγχώριες και οι διεθνείς επιχειρήσεις προπαγάνδας από την κινεζική κυβέρνηση, έχουν περισσότερο αντιπερισπαστικό χαρακτήρα και επικεντρώνονται στο να καλλιεργούν θετικά συναισθήματα στο στοχευμένο κοινό όσον αφορά την αντίληψη που έχουν για την Κίνα, βασιζόμενα σ' ένα αίσθημα σεβασμού ή ακόμα και υπερηφάνειας σχετικά με την κινεζική κουλτούρα και ιστορία (Bolsover, 2021, σ. 130). Οι διαφορές αυτές που παρατηρούνται στην προσέγγιση, την εφαρμογή και τους στόχους της κρατικής προπαγάνδας, αναδεικνύουν επίσης τη συμβολιστική σχέση που υπάρχει ανάμεσα στις επιχειρήσεις προπαγάνδας και το πολιτικό σύστημα το οποίο τις πλαισιώνει (Bolsover, 2021, σ. 131).

Οι επιχειρήσεις προπαγάνδας στην Κίνα, έχουν να κάνουν περισσότερο με καθοδήγηση των πολιτών και καλλιέργεια ενός «ιδανικού» τύπου πολίτη, που κινητοποιείται από τα δικά του συναισθήματα τα οποία έχουν να μην επηρεαστεί αρκετά από την κρατική προπαγάνδα, αλλά είναι γνήσια και όχι ελεγχόμενα. Η αποτελεσματικότητα αυτών των επιχειρήσεων έγινε εμφανής κατά την επανεκλογή της Tsai Ing-wen ως προέδρου της Ταιβάν το 2016, όπου ένα πλήθος Κινέζων χρηστών του διαδικτύου έκανε δημοσιεύσεις για μέρες στη σελίδα της στην πλατφόρμα του Facebook, προωθώντας την ιδέα της επανένωσης της Ταιβάν με την Λαϊκή Δημοκρατία της Κίνας. Παρά τις προσπάθειες ερευνητών, δεν βρέθηκαν στοιχεία που να αποδεικνύουν άμεση χειραγώγηση ή κατευθυντήρια γραμμή από την κινεζική κυβέρνηση· φαίνεται να ήταν μια πρωτοβουλία των πολιτών, οι οποίοι ορμώμενοι από τα δικά τους συναισθήματα, αποφάσισαν να προβούν σε αυτές τις ενέργειες (Bolsover, 2021, σ. 132).

Επιπλέον, η κινεζική κρατική υπολογιστική προπαγάνδα, είναι μόνο ένα μέρος της γενικότερης τάσης υπολογιστικής μετάβασης και ποσοτικοποίησης. Η κινεζική κυβέρνηση έχει παρομοιάσει το κράτος με έναν υπολογιστή, που μέσω των

αναδυόμενων τεχνολογιών γίνεται πιο αποτελεσματικό στη διακυβέρνηση. Ένα παράδειγμα εφαρμογής αυτού του οραματισμού, είναι το σύστημα κοινωνικής πίστωσης που έχει εφαρμοστεί στη χώρα και αξιοποιεί υπολογιστικά δεδομένα (data) των πολιτών, τα οποία διαμορφώνουν ανάλογα τη βαθμολογία του κάθε πολίτη, επηρεάζοντας τη ζωή του σε κάθε πτυχή της. Το γεγονός ότι το σύστημα αυτό χαίρει εκτίμησης κυρίως από τους εύπορους, μορφωμένους πολίτες και τους ηλικιωμένους, είναι ενδεχομένως αποτέλεσμα της επιτυχημένης κρατικής προπαγάνδας και εν μέρη επειδή αυτές οι κοινωνικές ομάδες ωφελούνται περισσότερο απ' αυτό (Bolsover, 2021, σ. 132).

7. Συμπεράσματα

Συνοπτικά, λαμβάνοντας υπ' όψη τις παραπάνω μελέτες περιπτώσεων και φυσικά, λαμβάνοντας επίσης υπ' όψη τους υπάρχοντες περιορισμούς αυτής της ερευνητικής εργασίας (π.χ. έλλειψη περισσότερων πηγών), θα μπορούσαμε να καταλήξουμε στο συμπέρασμα, ότι, αν και ο γενικότερος αντικειμενικός σκοπός των επιχειρήσεων επιρροής παραμένει ο ίδιος ανά τα χρόνια (αυτός της άσκησης επιρροής), τα μέσα και η αποτελεσματικότητά τους αλλάζουν κι εξελίσσονται κατά το πέρασμα της ιστορίας. Οι νέες τεχνολογικές ανακαλύψεις αξιοποιούνται σχεδόν αμέσως από όσους ασχολούνται με το στρατηγικό σχεδιασμό τέτοιων επιχειρήσεων· από την εφεύρεση της τυπογραφίας και την εφεύρεση του ραδιοφώνου και της τηλεόρασης, στην ευρεία χρήση του Διαδικτύου, των δεδομένων (data) και των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης σήμερα. Πέρα από την τεχνολογική πλευρά του ζητήματος όμως, στην τέχνη των επιχειρήσεων επιρροής έχουν συμβάλει τα μέγιστα και οι κοινωνικές επιστήμες, με τις θεωρίες και τα σχετικά πειράματα που τόσο έχουν βοηθήσει να γίνει έστω και λίγο πιο κατανοητή η ανθρώπινη φύση και ο τρόπος που λειτουργεί το μυαλό μας. Η νέα αυτή γνώση, βοηθάει στο σχεδιασμό πιο αποτελεσματικών επιχειρήσεων, αφού κατανοώντας καλύτερα τις διεργασίες του νου, είναι πιο εύκολο να προσαρμόζονται κατάλληλα οι παράμετροι μιας επιχείρησης επιρροής.

Επίσης, μια άλλη παρατήρηση που μπορεί να γίνει, είναι ό,τι παρά κάποιες διαφορές σε ορισμούς και στόχους, ο τρόπος διεξαγωγής των επιχειρήσεων επιρροής δεν διαφέρει και πολύ από τη μια γωνία του κόσμου στην άλλη. Ο κάθε δρων αξιοποιεί όσο καλύτερα μπορεί τα μέσα που έχει διαθέσιμα, για να πετύχει τους βραχυπρόθεσμους και μακροπρόθεσμους σκοπούς του. Όπως είδαμε στην περίπτωση των Παλαιστίνιων, η έλλειψη μέσων σε σχέση με το Ισραήλ δεν τους εμπόδισε να διεξάγουν επιτυχημένες επιχειρήσεις αντισταθμίζοντας την υπεροχή του Ισραήλ με περίσσια δημιουργικότητα. Η πρόσβαση σε πιο σύγχρονα τεχνολογικά μέσα όμως, είχε θετικό αντίκτυπο στην αποτελεσματικότητα των επιχειρήσεων αυτών. Πιο συγκεκριμένα, οι νέες τεχνολογίες τείνουν να είναι πιο πρακτικές και πιο εύχρηστες, με μεγαλύτερο εύρος για διανομή μηνυμάτων. Αυτό σημαίνει ότι ένας δρων έχει πιο εύκολα πρόσβαση σε μεγαλύτερο ακροατήριο και σε πιο σύντομο χρονικό διάστημα απ' ό,τι πρωτότερα. Επίσης, σε συνδυασμό με τις νέες τεχνολογίες, η δημιουργία νέων αναλυτικών μοντέλων που βοηθούν είτε στον σχεδιασμό είτε στην αξιολόγηση επιχειρήσεων επιρροής, συμβάλλουν κι αυτά στη βελτίωση των επιχειρήσεων αυτών.

Ο τρόπος αυτός όμως, που αξιοποιείται η τεχνολογία (και οι κοινωνικές επιστήμες) σε επιχειρήσεις επιρροής, έχει και κάποια αρνητικά σημεία. Ένα είναι το κατά πόσο είναι ηθικά και δεοντολογικά σωστό να χρησιμοποιούνται τέτοια μέσα γενικότερα, όπως ψυχολογικές επιχειρήσεις καθοδηγούμενες από αλγόριθμους ή λογισμικό προγνωστικής προτυποποίησης (González, 2022, σσ. 2-3). Κατά τον González, πάνω στη βιασύνη των επιστημόνων και των ειδικών για τεχνολογική πρόοδο και τις εφαρμογές της στην άμυνα, ανάμεσα σε άλλους τομείς, παραλείπεται ένα στοιχείο της ανθρώπινης φύσης: η ύβρις και οι συνέπειές της. Οι αναπτυσσόμενες τεχνολογίες της Τεχνητής Νοημοσύνης (Α.Ι.), των προγνωστικών αλγορίθμων, σε συνδυασμό με τις πιθανές εφαρμογές τεχνολογιών όπως αυτών που σχετίζονται με τη διασύνδεση του ανθρώπινου εγκεφάλου με υπολογιστές, έχουν ήδη αρχίσει να «προβληματίζουν» ειδικούς και μη του τομέα. Είναι δύσκολο να προβλέψει κανείς το κατά πόσο η χρήση και η εκμετάλλευση τέτοιων τεχνολογιών, δεν θα «ξεφύγει» στην πορεία. Τέτοια ζητήματα αποτελούν ένα δίκωπο μαχαίρι (González, 2022, σ. 12). Ο σκοπός δεν αγιάζει πάντα τα μέσα.

Επίσης, είναι δύσκολο να υπολογίσει ή να προβλέψει κανείς πλήρως το πώς θα μπορούσαν να επηρεάσουν τον σχεδιασμό και τις επιχειρήσεις επιρροής του μέλλοντος. Η εκτεταμένη χρήση δεδομένων για «τροφοδότηση» αλγορίθμων και λογισμικών Α.Ι., έχει περιορισμούς και οδηγεί σε σφάλματα, μιας και η συμπεριλαμβανόμενη γνώση ανθρώπινης συμπεριφοράς και πολιτισμικών στοιχείων, αποπλαισιωμένη, έχει ως αποτέλεσμα μια υπεραπλουστευμένη προσέγγιση που δύσκολα προσαρμόζεται κατάλληλα στην κάθε περίπτωση (González, 2022, σ. 7). Όπως είδαμε και στην περίπτωση της Κίνας, μπορεί να χρησιμοποιείται εκτενώς η υπολογιστική προπαγάνδα, αλλά πίσω από τις οθόνες και τα πληκτρολόγια των υπολογιστών βρίσκονται πραγματικοί άνθρωποι. Ο ανθρώπινος παράγοντας είναι αναντικατάστατος και απαραίτητος, όσο κι αν οι άνθρωποι επιδιώκουν την κατασκευή της τέλει μηχανής, του αλάνθαστου Α.Ι. λογισμικού.

Σε κάθε περίπτωση, παρά τους περιορισμούς ακόμα και των σχετικά νέων τεχνολογιών και των εφαρμογών τους και παρά τις δυσκολίες αξιολόγησης των επιχειρήσεων επιρροής γενικότερα, είναι εμφανές ότι τα νέα μέσα που υιοθετούνται για τη διεξαγωγή των Ε.Ε. επηρεάζουν την αποτελεσματικότητα των επιχειρήσεων, διευρύνοντας την εμβέλειά τους. Βέβαια, ο βαθμός αυτής της επιρροής είναι πρακτικά δύσκολο να μετρηθεί με ακρίβεια, ειδικά στα πλαίσια της παρούσας ερευνητικής εργασίας. Σίγουρα όμως, η συμβολή νέων τεχνολογικών μέσων στις Ε.Ε. δεν είναι άνευ

σημασίας. Με την τεχνολογία να κάνει άλματα σχεδόν καθημερινά, είναι θέμα χρόνου να ξεκαθαρίσει και η εικόνα σχετικά με τα αποτελέσματα της επιρροής των νέων τεχνολογικών μέσων στις Ε.Ε.. Μένει μόνο να διερευνηθούν και οι παράμετροι ασφαλείας της εφαρμογής των νέων αυτών μέσων, ώστε να γίνεται χρήση τους και όχι κατάχρηση από οποιοδήποτε δρώντα.

8. Πηγές

8.1. Βιβλιογραφία

- Bolsover, G. (2021). Social Media, Computational Propaganda, and Control in China and beyond. Στο T. Clack, & R. Johnson, *The world Information War: western resilience, campaigning, and cognitive effects*. Routledge.
- CIA. (2019). CIA: Ψυχολογικές επιχειρήσεις στον ανταρτοπόλεμο. Στο Συλλογικό, 4 *Κείμενα περί Ανταρτοπολέμου*. Αθήνα: Eurobooks.
- Clark, R., & Mitchell, W. (2019). *Deception: Counterdeception and Counterintelligence*. Sage CQ Press.
- Cormac, R. (2018). *Disrupt and Deny: spies, special forces and the secret pursuit of british foreign policy*. Καλιφόρνια : Oxford University Press.
- González, Roberto J. (2022). *War Virtually : The Quest to Automate Conflict, Militarize Data, and Predict the Future*. University of California Press.
- Johnson, R., & Clark, T. (2021). INTRODUCTION The world information war. Στο R. Johnson, & T. Clark (Επιμ.), *The World Information War: western resilience, campaigning, and cognitive effects*. Λονδίνο & Νέα Υόρκη: Routledge.
- Kozovoi, A. (2020). *Les Services Secrets Russes*. Παρίσι: Éditions Tallandier.
- Martin, R., & Hewstone, M. (2013). *Μειονοτική Επιρροή και Καινοτομία*. Αθήνα: Εκδόσεις Πεδίο.
- Paddock Jr., A. (1990). U.S. Military Psychological Operations: Past, Present, and Future. Στο J. Radvanyi, *Psychological Operations and Political Warfare in Long-term Strategic Planning*. Νέα Υόρκη: Praeger.
- Pascal, B. (2011). *Η Τέχνη της Πειθούς*. (Δ. Κουσουρή, Μεταφρ.) Αθήνα: Εκδόσεις Ροές.
- Rid, T. (2020). *Active Measures: the secret history of disinformation and political warfare*. Νέα Υόρκη: Farrar, Straus and Giroux.
- Romerstein, H. (1990). Soviet Active Measures and Propaganda: "New Thinking" and Influence Activities in the Gorbachev Era. Στο J. Radvanyi (Επιμ.), *Psychological Operations and Political Warfare in Long-term Strategic Planning*. Praeger.
- Schleifer, R. (2013). *Perspectives of Psychological Operations (PSYOP) in Contemporary Conflicts*. Sussex Academic Press.
- Γεωργαλάς, Γ. Κ. (2008). *Η Προπαγάνδα: μεθοδική και τεχνική της αγωγής των μαζών*. Αθήνα: ΑΘΗΝΑ.

- Δαμηλάκου, Μ. (2015). *Ιστορία της Λατινικής Αμερικής: από το τέλος της αποικιοκρατίας μέχρι σήμερα*. Αθήνα: Αιώρα.
- Λαϊνμπάρτζερ, Π. Μ. (2022). *Ψυχολογικός Πόλεμος*. Αθήνα: Άλλωστε.
- Μπαμπινιώτης, Γ. Δ. (2008). *Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας*. Αθήνα: Κέντρο Λεξικολογίας Ε.Π.Ε.
- Παπαστάμου, Σ. (2008). *Εισαγωγή στην Κοινωνική Ψυχολογία* (Τόμ. Β'). Αθήνα: Εκδόσεις Πεδίο.
- Παπασωτηρίου, Χ. (2013). *Η Κίνα από την Ουράνια Αυτοκρατορία στην Ανερχόμενη Υπερδύναμη του 21ου Αιώνα*. Εκδόσεις Ποιότητα.
- Σουν Τζου. (2008). *Η Τέχνη του Πολέμου*. Αθήνα: Παπασωτηρίου.

8.2. Ηλεκτρονική βιβλιογραφία

- Killing of Muhammad al-Durrah, Wikipedia. (χ.χ.). Ανακτήθηκε από: https://en.wikipedia.org/wiki/Killing_of_Muhammad_al-Durrah (τ.π. 9.11.2022)
- Larson, E., Darilek, R., Gibran, D., Nichiporuk, B., Richardson, A., Schwartz, L., & Quantic Thurston, C. (2009). *Foundations of Effective Influence Operations: A Framework for Enhancing Army Capabilities*. Santa Monica, CA, USA: RAND Corporation. Ανακτήθηκε από: <https://www.rand.org/pubs/monographs/MG654.html> (τ.π. 6.9.2022)
- Operation Trust, Wikipedia. (χ.χ.). Ανακτήθηκε από: https://en.wikipedia.org/wiki/Operation_Trust (τ.π. 22.10.2022)
- Τσολάκης, Χ., Αδάλογλου, Κ., Αυδή, Α., Γρηγοριάδης, Ν., Δανιήλ, Α., Ζερβού, Ι., . . . Τάνης, Δ. (χ.χ.). *Εκφραση Έκθεση για το γενικό λύκειο, τεύχος Γ'*. (Ι. Τ. «ΔΙΟΦΑΝΤΟΣ», Επιμ.) Ανάκτηση από (Φωτόδεντρο Διαδραστικά Σχολικά Βιβλία): <http://ebooks.edu.gr/ebooks/handle/8547/2380> (τ.π. 6.8.2022)

8.3. Πηγές Γραφημάτων & Εικόνων

- Γράφημα 1 : Ανακτήθηκε από <https://www.rand.org/pubs/monographs/MG654.html> (τ.π. 6.9.2022)
- Γράφημα 2 : Ανακτήθηκε από: <https://elearningindustry.com/apply-cognitive-dissonance-theory-elearning> (τ.π. 13.11.2022)

Γράφημα 3 : Ανακτήθηκε από: <https://www.gao.gov/products/gao-21-525t> (τ.π. 13.11.2022)

Γράφημα 4 : Ανακτήθηκε από:
<https://reefresilience.org/communication/communication-planning-process/>
(τ.π.13.11.2022)

Εικόνα 1 : Ανακτήθηκε από: <https://www.drishtiias.com/daily-updates/daily-news-analysis/west-bank-settlements-israel> (τ.π. 13.12.2022)

Εικόνα 2 : Ανακτήθηκε από: <https://condenaststore.com/featured/an-inside-inside-inside-inside-inside-job-lars-kenseth.html> (τ.π. 13.12.2022)

Εικόνα 3 : Ανακτήθηκε από: <https://aeon.co/essays/cold-war-propaganda-the-truth-belonged-to-no-one-country> (τ.π. 13.11.2022)

Εικόνα 4 : Ανακτήθηκε από: <https://sites.google.com/site/whapheritage/home/unit-four-1914-present/decolonization> (τ.π. 28.11.2022)

Εικόνα 5 : Ανακτήθηκε από: <https://en.wikipedia.org/wiki/Contras> (τ.π. 28.11.2022)