

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Biserka Bubnjić

Psihološke operacije v informacijski dobi

Diplomsko delo

Ljubljana, 2009

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Biserka Bubnjić

**Mentor: red. prof. dr. Marjan Malešič
Somentor: asist. dr. Uroš Svete**

Psihološke operacije v informacijski dobi

Diplomsko delo

Ljubljana, 2009

PSIHOLOŠKE OPERACIJE V INFORMACIJSKI DOBI

Psihološke operacije so načrtovane aktivnosti pošiljanja izbranih informacij in podatkov tujim občinstvom z namenom, da bi vplivali na njihova čustva, objektivno mišljenje ter vedenje. Njihov namen spodkopati nasprotnikovo voljo do boja, krepiti nezadovoljstvo civilnega prebivalstva ter spodbujati vojake in poveljnike k predaji, se ni bistveno spremenil, do spremembe pa je prišlo na področju narave konflikta, značaja operacij pri uporabi sile, dostopne tehnologije, razvoja množičnih medijev, družbenih znanosti ter družbenopolitičnega okolja, ki ni več pripravljeno sprejemati nepotrebnega prelivanja krvi. Razvoj novih informacijskih tehnologij za prenos informacij pa omogoča usmeritev psiholoških operacij proti izbranim posameznikom, medtem ko je bilo v preteklosti možno le psihološko bojevanje proti skupinam oz. širšim občinstvom. V diplomski nalogi proučujem primer psiholoških operacij v vojni proti terorizmu. Pri tem se osredotočam na ameriški boj za naklonjenost v islamskem svetu in uporabo informacijsko-komunikacijske tehnologije s strani teroristov. Na podlagi teoretičnih spoznanj odkrivam vzroke za neuspeh ameriških psiholoških operacij in podajam možne rešitve.

Ključne besede: psihološke operacije, informacijska doba, informacijsko-komunikacijska tehnologija.

PSYCHOLOGICAL OPERATIONS IN INFORMATION AGE

Psychological operations are planned activities of conveying selected information and data to foreign audience to influence their motions, objective reasoning and behaviour. Their purpose to undermine enemy's will to fight, to strengthen dissatisfaction of civil population and to encourage soldiers and commanders to surrender, did not change much but there was a dramatic change in nature of conflict, character of operations in use of force, available technology, development of mass media, social sciences and social-political environment that does not accept unnecessary casualties anymore. Development of new information technology for information dissemination allows the directing of psychological operations against individuals, while in the past psychological warfare could be conducted only against larger groups or broader audience. This thesis analyses the case of psychological operations in war against terror. It is focused on American fight for »hearts and minds« in Muslim world and the terrorist use of information communication technology. On the basis of theoretical knowledge, it reveals the causes for the failure of the American psychological operations. Possible solutions are also being presented.

Keywords: psychological operations, information age, information communication technology.

KAZALO

1 UVOD	6
2 METODOLOŠKO HIPOTETIČNI OKVIR	8
2.1 Predmet preučevanja	8
2.2 Cilji naloge	8
2.3 Metode dela	8
2.4 Hipoteze	9
2.5 Temeljni pojmi	9
3 TEORETIČNI KONCEPTI	12
3.1 Širši koncepti	12
3.1.1 Informacijsko bojevanje in informacijske operacije	12
3.1.2 Psihološko bojevanje	15
3.1.3 Strateško komuniciranje	18
3.1.4 Upravljanje zaznavanja	19
3.2 Ožji koncepti	20
3.2.1 Zavajanje	20
3.2.2 Propaganda	22
3.2.3 Nadzor uma in psihotronske vojskovanje	24
3.3 Psihološka obramba	27
4 PSIHOLOŠKE OPERACIJE	29
4.1 Psihološke operacije	29
4.2 Psihološke operacije v informacijski dobi	38
4.3 Načrtovanje psiholoških operacij	42
4.4 Pravne omejitve za izvajanje psiholoških operacij – primer ZDA	44
5 SREDSTVA ZA IZVAJANJE PSIHOLOŠKIH OPERACIJ V INFORMACIJSKI DOBI	47
5.1 Sistemi za izvajanje psiholoških operacij	47
5.2 Trendi v razvoju množičnih medijev in aplikacije na izvajanje psiholoških operacij ...	49
5.2.1 Radio in televizija	51
5.2.2 Telefonija	51
5.2.3 Internet	52
5.3 Orožja prihodnosti	54
5.3.1 Holografski laser	54
5.3.2 Orožja za nadzor uma	55
6 PSIHOLOŠKE OPERACIJE ZDA V VOJNI PROTI TERORIZMU	57
6.1 Ameriški boj za naklonjenost v islamskem svetu	58
6.2 Uporaba informacijsko-komunikacijske tehnologije za psihološko bojevanje s strani teroristov	64
6.3 Vzroki za neuspeh ameriških psiholoških operacij	69
6.4 Kako naprej?	74
7 ZAKLJUČEK	77
7.1 Verifikacija hipotez	77
7.2 Sklep	80
8 LITERATURA	83
9 PRILOGA	89
Priloga A: Letalo Hercules EC-130 Commando Solo	89
Priloga B: Psihološke operacije v Združenih državah Amerike	90
Priloga C: Bomba iz letakov	91

Priloga D: Radijski nagovori afganistanskemu prebivalstvu pred in med napadom zavezniških sil	92
Priloga E: Primeri letakov, ki so jih koalicijske sile odvrgele nad Irakom.....	93
Priloga F: Informacijska strategija iraških upornikov	97
Priloga G: Upadanje pozitivnega javnega mnenja o ZDA.....	97

1 UVOD

V zgodovini vojskovanja je bil psihološki vidik vedno zelo pomemben. Vojske so zbirale podatke o nasprotnikovih silah in jih uporabljale proti njemu. Vplivanje na lastne sile, moralo in voljo prebivalstva ter vplivanje na nasprotnika je v številnih spopadih odigralo pomembnejšo vlogo kot samo kvantitativno razmerje sil na bojišču. Zato je tisti akter, ki je imel na tem področju bolj razdelano strategijo, dosegel dosti boljše rezultate kot bi jih sicer. Do danes se je spremenil le način zbiranja, obdelave in prenosa podatkov zaradi razvoja novih informacijsko-komunikacijskih tehnologij, kar je še izboljšalo doseganje želenih učinkov. Zaradi oblik in metod izvajanja ter tehnične opremljenosti so sodobne psihološke operacije veliko nevarnejše od propagande, ki smo jo poznali v preteklosti. Zalivska vojna leta 1990 je naznanila novo obdobje v informacijskem in psihološkem vojskovanju, ko je bojevanje potekalo tako na tradicionalnem bojnem polju kot na medijskem prizorišču, v vojnah na Balkanu in v Iraku pa smo videli njegovo razsežnost v različnih dejavnostih, kot so vojaška cenzura, nadzor nad množičnimi občili, tehnike manipulacije z javnim mnenjem, propaganda ter internet kot sredstvo vojskovanja in prostor za posredovanje informacij in dezinformacij.

Strateško okolje se je radikalno spremenilo, poleg tega pa so se spremenile tudi razsežnosti vojskovanja, saj dandanes sega tako v vojaško kot tudi civilno sfero življenja. Globalna transparentnost ustvarja tako grožnje kot priložnosti. Pojav novih komunikacijskih tehnologij je omogočil neposreden stik propagandista s ciljnimi občinstvom, vlade pa imajo manjši nadzor nad pretokom informacij, kot so ga imele v času tiskanih medijev. Politični voditelji, diplomati in vojaški voditelji se soočajo z vse več udarnimi novicami in imajo vse manj časa za reakcijo. Pomen javnega mnenja narašča, novinarji se vse manj zanašajo na uradne vire informacij, javnost pa lahko vpliva na dojetje in politiko s posnetki in zgodbami, ki so jih sami ustvarili in objavili. Dogodki na lokalni ravni lahko prerastejo v strateške probleme (npr. posnetki iz Abu Ghraiba). Po drugi strani pa lahko transparentnost nasprotniku onemogoča zavajanje javnosti. Cilj psiholoških operacij ostaja isti: prisiliti nasprotnika, da izpolni našo voljo brez boja. Vendar je danes ta cilj pomembnejši kot nekoč, saj je civilno prebivalstvo vse manj pripravljeno sprejemati žrtve vojne.

V času globalnih medijev, internetne revolucije in močnih nedržavnih akterjev, ko se na vse, kar vlade počnejo ali govorijo, gleda skozi medije, nobena strategija, politika ali diplomatska iniciativa ne more uspeti brez javne podpore. ZDA si prizadevajo ohraniti informacijsko superiornost, vendar proliferacija virov informiranja spodkopava ameriška prizadevanja, da bi vplivali na svetovno javno mnenje, medtem ko je Al Kaida pokazala izjemno sposobnost uporabe številne informacijske tehnologije in globalnih medijev, predvsem interneta. Diplomsko nalogo končujem v času, ko so zaključene bojne aktivnosti vojaške intervencije v Iraku in Afganistanu. Svetovni mediji dnevno poročajo o nasilju upornikov in samomorilskih napadih. ZDA izgubljajo psihološko vojno, saj tudi tisti, ki so na začetku podpirali odstavitev Sadama z oblasti in obsojali terorizem, danes težko zagovarjajo ameriško politiko in načine uresničevanja njenih ciljev.

V času študija sem se kar nekaj časa ukvarjala s psihološkimi operacijami, ki po mojem mnenju lahko največ prispevajo k uresničevanju nacionalnih ciljev brez nepotrebnega preliivanja krvi. Zato nisem dolgo razmišljala, ali bi študij obramboslovja zaključila s celovitejšo analizo psiholoških operacij in tudi sama kaj prispevala k uspešnejšemu razreševanju konfliktov. Za primer ameriškega boja proti terorizmu sem se odločila, ker me je zanimalo, zakaj upada ugled države, ki ima na razpolago najnaprednejšo tehnologijo za izvajanje psiholoških operacij, saj naj bi ravno informacijsko-komunikacijska tehnologija omogočala uspešnejše izvajanje in učinke psiholoških operacij.

V metodološko-hipotetičnem okvirju bom predstavila cilje preučevanja, uporabljene metode in svoje predpostavke, ki jih bom skozi nalogo potrdila ali pa zavrgla ter temeljne pojme, ki so za mojo temo relevantni. V osrednjem delu bom predstavila širše in ožje teoretične koncepte, ki se nanašajo na psihološke operacije v zvezi z informacijsko tehnologijo, preučevala psihološke operacije na splošno in v informacijski dobi, preučila trende in razvoj tehnike in informacijsko-komunikacijske tehnologije za izvajanje sodobnih psiholoških operacij ter nakazala razvoj orožij za neposredno vplivanje na misli posameznikov in množic. Na koncu bom predstavila še primer upadanja ugleda Združenih držav Amerike po odločitvi za vojno proti terorizmu. Pri tem se bom osredotočila na ameriški boj za naklonjenost v islamskem svetu, uporabo informacijsko-komunikacijske tehnologije s strani teroristov in na vzroke za neuspeh ameriških psiholoških operacij ter podala svojo kritično presojo. V zaključku pa bom ovrgla ali potrdila svoje hipoteze in predstavila svoja spoznanja.

2 METODOLOŠKO HIPOTETIČNI OKVIR

2.1 Predmet preučevanja

Predmet preučevanja v diplomski nalogi so psihološke operacije v informacijski dobi. Na začetku se za lažje razumevanje psiholoških operacij posvečam teoretičnim konceptom, ki so povezani z informacijsko tehnologijo in so kot taki relevantni za mojo temo. Večji del naloge je posvečen psihološkim operacijam na splošno in značilnostim psiholoških operacij v informacijski dobi, ki so posledica razvoja informacijske tehnologije ter sodobnim sredstvom za izvajanje psiholoških operacij. Najpomembnejši del diplomske naloge pa predstavlja študija primera psiholoških operacij Združenih Držav Amerike v vojni proti terorizmu. Pri tem je poudarek na ameriškem boju za naklonjenost v islamskem svetu, uporabi informacijsko-komunikacijske tehnologije s strani teroristov in na vzrokih za neuspeh ameriških psiholoških operacij.

2.2 Cilji naloge

Cilj diplomske naloge je preučiti teoretične koncepte psihološkega bojevanja in psiholoških operacij v informacijski dobi, preučiti trende in razvoj tehnike in tehnologije za izvajanje psiholoških operacij ter aplicirati teoretična spoznanja na primeru ameriških psiholoških operacij v boju za naklonjenost v islamskem svetu, na koncu pa ovrednotiti svoja dognanja in podati nekaj predlogov, kako izboljšati ameriške psihološke operacije.

2.3 Metode dela

V diplomskem delu sem uporabila metodo zbiranja in selekcije virov ter analizo vsebine pisnih in elektronskih virov. Ugotovila sem, da je večina dostopnih virov v angleškem jeziku, zato sem se soočala s težavami terminologije sodobne tehnologije, ki v slovenskem jeziku še nimajo ustreznih prevodov. Težavo sem rešila tako, da sem v teh primerih v oklepaju navedla tudi izvirni izraz v angleškem jeziku. Za smiselno razčlenitev in proučevanje značilnosti psiholoških operacij sem v diplomskem delu uporabila metodo analize in interpretacije sekundarnih in primarnih virov, in sicer strateške dokumente in doktrine s področja komuniciranja in psiholoških operacij. Za preučevanje trenda in razvoja tehnik in tehnologije

za izvajanje psiholoških operacij sem se večinoma zanašala na elektronske vire. Deskriptivno metodo sem uporabila za pojasnjevanje temeljnih pojmov in teoretičnih konceptov. Za ponazoritev ameriških psiholoških operacij v vojni za Irak pa sem uporabila metodo študija primera.

2.4 Hipoteze

H1: Države so v sodobnem vojskovanju uspešnejše pri razreševanju konfliktov zaradi uporabe informacijsko-komunikacijske tehnologije, ki omogoča večji učinek psiholoških operacij.

H2: Združene države Amerike so neuspešne v vojni proti terorizmu zaradi neustreznega načrtovanja in izvajanja psiholoških operacij.

2.5 Temeljni pojmi

Informacije lahko opredelimo kot »znanje o predmetih, stvareh, pojmi, torej o stvarnosti, ki nas obdaja. Pretok in izmenjava informacij pa je možna samo, če obstaja pošiljatelj in prejemnik, ki nista nujno na isti lokaciji in nista nujno na zvezi v istem trenutku« (Vintar 1996, 39). Vintar poudari tudi potrebo po razlikovanju med podatkom in informacijo v okviru informacijskih sistemov. »Podatek je zapis, opis ali predstavitev nekega dogodka, pojava ali dejstva iz realnega sveta v numerični, besedni ali grafični obliki.« Informacijo pa opredeli kot znanje o predmetih, stvareh, pojmi, torej o stvarnosti, ki nas obdaja (Vintar 1996, 47).

Informacija definiramo kot »podatek, pridobljen iz okolja in predelan v uporabno obliko. Podatek pa je predelan v uporabno obliko šele tedaj, ko je postavljen v situacijski kontekst, ko pridobi pomen in po definiciji postane informacija« (Field Manual 100-6 1996, 5).

Informacijsko tehnologijo opredelimo kot »sposobnost, znanje, spretnost oz. tehniko, kjer predvsem z uporabo strojev in naprav, ki omogočajo informacijske dejavnosti, dosežemo želene učinke«. Značilnosti informacijske tehnologije so nizki vstopni stroški, nejasnost tradicionalnih omejitev oz. meja, povečana vloga manipuliranja zaznav, novi izzivi za oborožene sile na strateški, taktični in operativni ravni ter geografsko-prostorska neomejenost (Svete 2004b, 3-7).

Informacijsko-komunikacijske tehnologije razumemo kot »sredstvo za zbiranje, obdelavo (združevanje in analiziranje podatkov, podpora procesom odločanja, na znanju temelječi strokovni sistemi), prikaz podatkov (orodja in tehnike predstavitve in prikaza podatkov in informacij, orodja za vizualizacijo) ter komuniciranje (informacijsko-komunikacijska omrežja)«. Prednost teh tehnologij je predvsem v veliki količini podatkov, zbranih in prenesenih v realnem času in ki vplivajo na zaznavo realnosti (Svete 2004a, 24).

Od prve svetovne vojne so se razvili štirje pomembnejši koncepti, ki vključujejo psihološko bojevanje in psihološke operacije, in sicer strategija posrednega nastopanja, konflikt nizke intenzivnosti, nevojne vojaške operacije in informacijsko vojskovanje. Informacijsko vojskovanje sem opredelila v poglavju širši koncepti, tu pa navajam definicije prvih treh konceptov.

Krunić (1997, 29) *strategijo posrednega nastopanja* definira kot »organizirano dejavnost s katero države in/ali drugi subjekti na mednarodnem in/ali notranje političnem področju skušajo uresničiti svoje politične, gospodarske, vojaške in/ali druge interese na škodo drugih subjektov«. Pri tem rešitev ne iščejo neposredno s spopadom oboroženih sil, ampak posredno, z raznovrstnimi prikritimi postopki na političnem, kulturnem, gospodarskem, vojaškem in/ali drugem področju življenja in dela neke skupnosti, z izvajanjem psihološko-propagandnih operacij, z ustvarjanjem in/ali usmerjanjem družbenih kriz, z gospodarskimi pritiski, z ustvarjanjem in vodenjem politične agenture, z izzivanjem vojaških in državnih udarov, atentatov itd., in v določenih primerih tudi vodenjem t. i. posredniških vojn. Strategija posrednega nastopanja je torej večšina izvajanja vseh oblik spopadov, ki uporablja raznovrstne metode, med njimi tudi psihološko bojevanje, katerega glavni cilj je doseči strateške cilje brez aktivne uporabe konvencionalne sile.

V 60. letih se je v ameriški strokovni javnosti pojavil izraz operacije nizke intenzivnosti. V 80. letih pa se uvede koncept *konflikt nizke intenzivnosti*, pri katerem gre za stanje med časom miru in vojne. »Konflikt nizke intenzivnosti je spopad, pri katerem se ena ali obe strani držita določenih političnih omejitev, zaradi katerih se ne borita z vso vojaško silo, s katero razpolagata, ampak gre za omejen politično vojaški boj.« Za dosego zadanih ciljev, se poslužujeta tudi psihološkega bojevanja (Krunić 1997, 182).

Danes se bolj uporablja izraz *nevojne vojaške operacije*, katerih glavni cilji so preprečitev izbruha vojn, reševanje konfliktov, ohranjanje miru in podpora civilnim političnim oblastem na kriznih območjih. Vojaško silo pa se uporablja za nadzor nad oboroževanjem, boj proti terorizmu, uveljavljanje mednarodnih sankcij, nadzor in preprečevanje trgovine z drogami in nevarnimi narkotiki, za humanitarno pomoč, zaščito prevozov, zagotavljanje svobode plovbe in mirovne operacije (Joint Doctrine for Military Operations Other Than War 1995, 11).

»*Strateške psihološke aktivnosti* so načrtovane psihološke aktivnosti, s katerimi države skušajo pridobiti podporo in sodelovanje prijateljskih ali nevtrálnih držav in zmanjšati voljo in zmožnosti sovražnih ali potencialno sovražnih držav do vodenja vojne.« Izvaja se jih v času miru, krize ali konflikta (Joint Publication 3-53 2003, 122).

Pri načrtovanju psiholoških operacij se strokovnjaki zanašajo na spoznanja naslednjih družboslovnih znanosti:

- *Politična psihologija* raziskuje politična stališča, psihološke zakonitosti vojne in kriz, prepričanja, vrednote, politično socializacijo in vedenje posameznika v množici ter vpliv posamezne osebnosti in odnosov med ljudmi na položaj človeka ter družbenih skupin v družbi in mednarodnih razmerah.
- *Psihologija vojne* je multidisciplinarna veda in zvrst politične psihologije, ki proučuje vedenje posameznika in skupin v kriznih razmerah ter vojni.
- *Psihologija množice* proučuje razmerje med vodjo (poveljnikom), množico in posameznikom v njej. Psihologija množice je rezultat spontanega odzivanja večjega števila posameznikov v razmerah neorganiziranega zbiranja in bivanja na istem prostoru, izpostavljenim vplivom, ki nosijo močne čustvene naboje (Arnejčič 2006, 21).

3 TEORETIČNI KONCEPTI

Ena izmed glavnih implikacij informacijske dobe na področju globalne politike je dramatičen porast pomena prenosa informacij preko različnih sredstev kot instrumenta moči. V teoriji in praksi se uporablja več izrazov za označitev teh aktivnosti, kot so strateško komuniciranje, upravljanje zaznavanja, javna diplomacija, informacijske operacije in psihološke operacije, ki jih avtorji uporabljajo kot sinonime, odvisno od tega, s katerim področjem nacionalne varnosti se ukvarjajo (notranjevarnostnim, zunanjevarnostnim, obveščevalnim ali obrambnim). Vsem terminom je skupen prenos informacij tujemu občinstvu, da bi z njimi spremenili mnenja in vedenje ciljnega občinstva, da bi ti podprli nacionalne varnostne cilje. V diplomski nalogi želim razrešiti nerazumevanje posameznih terminov, zato v tem poglavju obravnavam posamezne koncepte (širše in ožje) v odnosu do psiholoških operacij.

3.1 Širši koncepti

Za lažje razumevanje psihološkega bojevanja in izvajanja psiholoških operacij je treba pojma umestiti v širši koncept. Vendar pa tu ne gre za celovito analizo širših konceptov, ki se nanašajo na psihološke operacije, ampak sem se osredotočila zgolj na tiste, ki so povezani z informacijsko tehnologijo.

3.1.1 Informacijsko bojevanje in informacijske operacije

Definicije informacijskega bojevanja imajo zelo različne pristope. Nekateri avtorji poudarjajo različne oblike manipuliranja z informacijami, kot so prikrivanje informacij, posredovanje lažnih informacij ter dezinformiranje poveljniških centrov, drugi poudarjajo pomen informacijske prevlade nad sovražnikom, tretji pa združujejo oba pristopa in trdijo, da je v spopadu informacija hkrati sredstvo, tarča in orožje. Celotno informacijsko bojevanje temelji na uporabi informacije, ki v dani situaciji postane instrument moči.

Cerny je podal naslednjo definicijo: »Pri *informacijskem bojevanju* gre za izvajanje konfliktov med stranmi, pri čemer se za uresničevanje njihovih ciljev uporabljajo sredstva informacijske

tehnologije za motenje, paraliziranje ali uničenje informacijske oskrbe nasprotne strani ter njenih življenjsko pomembnih informacijskih in komunikacijskih sistemov. Vsebuje ofenzivne in defenzivne vidike.« (Cerny v Svete 1999, 16).

»Informacijsko bojevanje so dejanja, s katerimi skušamo doseči informacijsko superiornost z vplivanjem na nasprotnikove informacije, informacijske procese, informacijske sisteme računalniška omrežja, medtem ko ščitimo naše informacije, informacijske procese, informacijske sisteme, računalniška omrežja« (Bowdish 1999, 28 –29).

Poznamo več vrst informacijskega bojevanja, kjer gre za uporabo in upravljanje z informacijami, da bi dosegli prednost pred nasprotnikom. Informacijsko bojevanje tako vključuje zbiranje informacij, zagotovitev, da so naše informacije resnične, širjenje propagande ali dezinformacij med nasprotnikovimi vrstami, spodkopavanje kakovosti nasprotnikovih informacij in preprečevanje nasprotniku, da bi dostopal do informacij in jih pridobival (Whitley 2000, 16).

Libicki loči sedem načinov informacijskega bojevanja, in sicer bojevanje na področju vodenja in poveljevanja, bojevanje na obveščevalnem področju, elektronsko bojevanje, psihološko bojevanje, hekersko bojevanje, ekonomsko-informacijsko bojevanje ter kibernetično bojevanje. Psihološko bojevanje je usmerjeno na človeški um (Libicki 1995, 2).

Osnovna razlika med oboroženim bojem in informacijskim bojevanjem je v končnih rezultatih. Pri oboroženem boju se s fizično silo uničujejo ljudje in materialne dobrine, medtem ko se z informacijskim bojevanjem skuša delovati na človekovo zavest, misli, čustva, stališča, vedenje. Rathmell (2001, 53) oba pojma razmeji z izrazoma »hard kill« (trdo ubijanje) in »soft kill« (mehko ubijanje).

Ločiti pa moramo tudi med pojmom informacijsko vojskovanje in informacijsko bojevanje. Informacijsko vojskovanje se izvaja na strateški ravni in je integrirano v vojskovanje na najvišji ravni. Vodijo ga države s svojim celotnim aparatom in se izvaja preko informacijskih kampanj. Informacijsko bojevanje pa se izvaja na operativni in taktični ravni preko informacijskih operacij, ki so lahko integrirane v oboroženi boj.

Information Operation Roadmap psihološke operacije šteje med pet ključnih elementov informacijskih operacij, kamor spadajo še vojaško zavajanje, operacije na računalniška omrežja, elektronsko bojevanje in operacijska varnost, ki so specializirane za vplivanje, motenje, spreminjanje in nezakonito prilaščanje informacij, ki vplivajo na nasprotnikovo sprejemanje odločitev, medtem ko ščitimo svoje informacije (Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication 2004, 88; Field Manual 3-05.30 2005, 94; Skinner 2006).

Hubbard (2007, 47) deli informacijske operacije na operacije vplivanja (angl. *influence operations*), elektronsko vojskovanje in omrežno vojskovanje. Pri informacijskih operacijah gre za načrtovanje uporabe vojaških zmogljivosti za doseg želenih učinkov, in sicer na področju kognitivnega bojišča pri operacijah vplivanja, na elektromagnetnem bojišču pri elektronskem vojskovanju ter na digitalnem bojišču pri omrežnem vojskovanju. Elementi operacij vplivanja so psihološke operacije, vojaško zavajanje, operacijska varnost, protiobveščevalna dejavnost in javne zadeve.

NATO *informacijske operacije* definira kot »aktivnosti za vplivanje na proces sprejemanja odločitev in na sprejemalce odločitev, da bi podprli lastne vojaške operacije z vplivanjem na nasprotnikove informacije, informacijske procese, sisteme vodenja in poveljevanja ter komunikacijske informacijske sisteme, medtem ko izkoriščamo in ščitimo lastne informacije in/ali informacijske sisteme«. S psihološkimi operacijami neposredno in posredno vplivamo na sprejemalce odločitev preko sredstev komunikacije, z naslavljanjem javnosti in oboroženih sil nasprotnika (NATO Psychological Operations Doctrine 2007, 32).

»*Informacijske operacije* so dejanja, s katerimi skušamo vplivati na nasprotnikove informacije, informacijske sisteme in sprejemanje odločitev, medtem ko ščitimo naše informacije, informacijske sisteme in sprejemanje odločitev.« Informacijske operacije izkoriščajo informacijsko tehnologijo, naraščajočo svetovno odvisnost od informacijskih sistemov in skoraj takojšnji prenos informacij na globalni ravni, da bi vplivali na nasprotnikovo sprejemanje odločitev, s ciljem doseči informacijsko superiornost (Joint Publication 3-53 2003, 26). Informacijsko bojevanje in informacijske operacije izvajamo v času krize ali konflikta, da bi dosegli ali promovirali določene cilje. Tako informacijsko bojevanje kot operacije vključujejo integrirano izvajanje psiholoških operacij, operacijske varnosti, vojaškega zavajanja, elektronskega bojevanja, računalniško omrežni napad, fizično

uničenje ali druge primerne ukrepe, ki jih podpirajo obveščevalne službe, da bi nasprotniku preprečili dostop do naših informacij in informacijskih zmožnosti ter omejili in uničili nasprotnikove informacijske zmožnosti. Psihološke operacije torej uvrščajo med zmožnosti ofenzivnih informacijskih operacij. Psihološke operacije vključujejo posredovanje informacij ciljnemu občinstvu in tujim obveščevalnim službam, zato morajo biti usklajene s protiobveščevalno dejavnostjo, vojaškim zavajanjem in operacijsko varnostjo¹ (OPNAV INSTRUCTIONS 3434.1 1997, 2–3 ; Whitely 2000, 14–17). Psihološke operacije in ostali elementi informacijskih operacij se medsebojno podpirajo, popolna integracija in sinergija njihovih aktivnosti pa zagotavlja konsistentnost sporočil in optimizira njihovo verodostojnost (Field Manual 3-05.30 2005, 96).

Cilj psiholoških operacij je vplivati na vedenje tujega ciljnega občinstva, to pa dosežemo s prikazovanjem izbranih informacij, da bi z njimi vplivali na čustva, objektivno mišljenje in končno vedenje ciljnega občinstva. Uspešnost psiholoških operacij določa modifikacija vedenja ciljnega občinstva, ki mora biti v prid nacionalnim ciljem. Ravno ta povezava med vplivanjem in vedenjem ločuje psihološke operacije od ostalih elementov informacijskih operacij (Field Manual 3-05.30 2005, 9).

3.1.2 Psihološko bojevanje

Do danes ni bilo enotne definicije psihološkega bojevanja (angl. *psychological warfare*, *PYWAR*), poleg tega v različnih državah za iste aktivnosti uporabljajo različne termine, zato bom podala le tiste, ki se mi zdijo za mojo nalogo najprimernejše.

Daugherty in Janowitz *psihološko bojevanje* opredeljujeta kot »načrtno uporabo propagande in drugih psiholoških akcij za vplivanje na mnenja, čustva, stališča in vedenje sovražnih, nevtrálnih ali prijateljskih tujih skupin na način, ki podpira uresničevanje nacionalnih namer in ciljev« (Daugherty in Janowitz v Malešič 1997, 32; Whitely 2000, 30).

Harold D. Lasswell, pionir študij o propagandi, trdi, da je *psihološko bojevanje* le novo poimenovanje za staro idejo o tem, kako uspešno voditi vojno. Osnovna ideja je, da se

¹ Psihološke operacije, vojaško zavajanje in operacijska varnost predstavljajo tri ključne zmožnosti za vplivanje na nasprotnikovo sprejemanje odločitev, medtem ko sta elektronsko bojevanje in računalniško omrežni napad zadolžena za zaščito lastnih informacij in informacijskih sistemov (Joint Publication 3-53 2003, 26).

največji uspeh doseže z uničenjem nasprotnikove volje do upora in ob minimalni uporabi sile. Psihološko bojevanje je torej sestavljeno iz propagande in drugih podobnih operacijskih ukrepov vojaške, gospodarske ali politične narave, ki nadomestijo propagando (Jowett in O'Donnell 1999, 203–204).

V Veliki Britaniji za takšno dejavnost uporabljajo sintagmo »*politično bojevanje*«, ki ga definirajo kot »obliko konflikta med državami, v katerem želi vsak protagonist vsiliti svojo voljo nasprotniku z metodami, ki ne vključujejo uporabe oboroženih sil. Glavno orožje političnega bojevanja je kombinirana operacija diplomacije in propagande« (Jowett in O'Donnell 1999, 205).

Kitajski avtorji razumejo psihološko bojevanje drugače od zahodnih, zato navajam tudi njihove definicije.

Xu Hezhen *psihološko bojevanje* definira kot »vrsto propagande in prepričevanja, ki temelji na realni sili. Skupina lahko uporabi politične, ekonomske, znanstvene, vojaške, diplomatske, ideološke ali kulturne sile, da bi spremenile sovražnikovo voljo ali vplivale in spremenile nasprotnikovo prepričanje, stališča ali sovražnost proti prebivalstvu, organizacijam, vojski ali vladnim agencijam.« Osnovni sredstvi psihološkega vojskovanja sta uporaba sile in ustrahovanje (Thomas 2003, 3).

Li Yuankui, Wang Yanzheng in Yang Xiaoli definirajo *psihološko bojevanje* kot »aktivnosti, ki se izvajajo na strateškem, operacijskem in taktičnem nivoju. Cilji psihološkega bojevanja so lahko nacionalna volja do boja, stanje družbene zavesti, kulturne tradicije, vojaška morala, nasprotnikove družbene skupine, razredi in sloji«. Zaradi povečane uporabe informacijske tehnologije je psihološkemu bojevanju izpostavljeno vedno več ljudi, zato je potrebno razviti obrambno mentaliteto prebivalstva (Thomas 2003, 4).

Pri psihološkem bojevanju gre za uporabo komunikacijskih množičnih občil in drugih psiholoških sredstev, katerih cilj je izvajati psihološki pritisk na sovražnika. Psihološko vojskovanje poteka ob pomoči psiholoških operacij, ki se pripravljajo že v času miru in se neprestano načrtujejo tudi v vojni (Arnejčič 2006, 20–21).

Psihološko bojevanje vključuje tako oddajanje na radiu in televiziji z namenom vplivati na mnenje in delovanje ciljnega občinstva kot tudi prevzem nadzora nad komunikacijami z namenom prekiniti enotnost poveljevanja nasprotnikovih sil (Wilson 2007, 5). Oblike psihološkega bojevanja so različne. Med najpomembnejše sodijo psihološke operacije, propaganda, tehnike proti sistemom poveljevanja in kontrole, subverzivna dejavnost, politični, vojaški in ekonomski pritiski, uporaba psihokemičnih sredstev ter druga sredstva vplivanja na občinstva.

Razvoj novih informacijskih tehnologij kot so faks, elektronska pošta, elektronski nosilci podatkov in internet, omogočajo prilagoditev psihološkega bojevanja proti izbranim posameznikom, interesnim skupinam in strankam, medtem ko je bilo v preteklosti možno le psihološko bojevanje proti skupinam oz. širšim občinstvom (Doctrine for Joint Psychological Operations 2003, 26).

Psihološko bojevanje se izvaja na različnih nivojih:

- 1) globalno okolje oz. cel svet, kjer se vojskovanje izvaja s pomočjo globalnih medijev (npr. CNN) ali interneta z namenom dobiti podporo javnosti za vojaške operacije celotnega sveta,
- 2) regionalno okolje oz. območje enega kontinenta, kjer se vojskovanje izvaja s pomočjo satelitskega predvajanja programa,
- 3) nacionalno okolje oz. območje države, ki izvaja psihološko vojskovanje, pri katerem se uporablja lokalne medije,
- 4) vojaško okolje; gre za območje vplivanja na vojaške sile lastne države v smislu krepitve moralno-psihološkega stanja, ali pa na sovražne sile z namenom zmanjševanja morale (Doctrine for Joint Psychological Operations 2003, 19).

Lerner deli psihološko bojevanje na tri kategorije:

- 1) belo psihološko bojevanje, ki temelji na resničnih informacijah, vir informacij je znan,
- 2) sivo, ki temelji na deloma resničnih informacijah, ki pa se jim ne da oporekati, vir ni nujno znan,
- 3) črno, katerega namen je nasprotnika zavajati (Baker 2006, 20).

3.1.3 Strateško komuniciranje

Strateško komuniciranje zajema štiri glavne instrumente:

1) *Javna diplomacija* (angl. *public diplomacy*) skuša z izmenjavo ljudi in idej oblikovati trajne zveze in dojemanje nacionalne kulture, vrednot in politik. Skuša vplivati na mnenja in mobilizirati javnosti, da bi podpirale nacionalno politiko in interese. Primeri javne diplomacije so štipendiranje, izmenjave mladih, uradne spletne strani v različnih jezikih ter televizijski intervjuji z ambasadorji in vojaškimi poveljniki (Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication 2004, 20).

Glavni cilji ameriške javne diplomacije so vključiti, informirati in vplivati na tuja občinstva in sprejemalce odločitev s širjenjem dialoga med ameriškim prebivalstvom in institucijami s prebivalstvom drugih držav in njihovimi institucijami (Joint Publication 3-53 2003, 121). Izvaja se preko številnih programov, kot so medosebna komunikacija, tisk, radijsko in televizijsko predvajanje, elektronski mediji in preko drugih sredstev. Tradicionalno se ameriška javna diplomacija osredotoča na tuje elite (mnenjske voditelje, sprejemalce odločitev), vendar pa se zaradi dramatičnega širjenja globalne množične komunikacije ter drugih trendov preusmerja na tehnike za komuniciranje s širšimi tujimi občinstvi (GAO-04-435T 2004, 6).

2) Pri *javnih zadevah* (angl. *public affairs*) pa gre predvsem za informiranje in vplivanje na domače medije ter domačo javnost. Ta konceptualna ločitev izgublja na pomenu v svetu globalnih medijev in globalnih javnosti, saj informacije ne poznajo meja. Za oddajanje informacij, novic, programov javnih zadev ter zabavnih programov globalnim javnostim preko radijskih signalov, satelitske televizije ter omrežnih sistemov skrbijo službe, ki jih financirajo vlade.

3) Pri *mednarodnem oddajanju* (angl. *international broadcasting*) gre za medije, ki so namenjeni občinstvom v določeni regiji. Primeri ameriškega mednarodnega oddajanja so Radio Free Europe, Radio Sawa, Al Hurra.

4) *Informacijske operacije* zajemajo operacije na računalniška omrežja, elektronsko bojevanje, operacijsko varnost, vojaško zavajanje in psihološke operacije² (Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication 2004, 20–21).

Javna diplomacija je promoviranje nacionalnih interesov skozi razumevanje, informiranje in vplivanje na tuja občinstva, kar pomeni, da ima isti cilj kot psihološke operacije. Pri tem pa je pomembno, da vsi cilji in teme odražajo in podpirajo nacionalno politiko. Zato morajo vsi nacionalni informacijski programi vsebovati prizadevanja psiholoških operacijah, da bi zagotovili konsistentne, ne nasprotujoče si informacije in sporočila (Lungu 2001, 6).

Vlogi javnih zadev sta torej informiranje in objektivno poročanje, in sicer brez namena propagande, vloga javne diplomacije in psiholoških operacij pa je vplivanje na občinstvo. Ameriška javna diplomacija igra pomembno vlogo pri nacionalni moči, vojaške psihološke operacije pa se lahko uporabi za izvajanje javne diplomacije v okviru vojaških operacij (Lungu 2001, 6).

3.1.4 Upravljanje zaznavanja

»Upravljanje zaznavanja (angl. *perception management*) pomeni skupek vseh aktivnosti prenosa ali prikrivanja informacij, s katerimi skušamo vplivati na tuje občinstvo, nasprotnikov obveščevalni sistem ali nasprotnikovo vodstvo, da bi dosegli svoje cilje.« Združuje aktivnosti javne diplomacije, psiholoških operacij³, javnega informiranja, zavajanja in prikrivanja (Collins 2003). Combelles Siegl (2007, 28–29) pa poleg teh aktivnosti navaja še projekcijo resnice in operacijsko varnost.

Cilji upravljanja zaznavanja so pridobiti in ohraniti podporo javnega mnenja doma in v tujini, da bi dobili in ohranili legitimnost delovanja, izraziti namere in cilje za pridobitev visoke stopnje kredibilnosti ter vplivati na mnenja in vedenje lokalnih populacij (Combelles Siegl 2007, 39).

² Včasih ZDA namesto izraza vojaške psihološke operacije uporabljajo evfemizem mednarodno vojaško informiranje (Joint Publication 3-53 2003, 78).

³ Ameriške oborožene sile kot sredstvo upravljanja zaznavanja navajajo le psihološke operacije (Combelles Siegl 2007, 39).

3.2 Ožji koncepti

Med ožje koncepte lahko štejemo metode, ki se uporabljajo pri izvajanju psiholoških operacij. Med njimi sta najpomembnejši zavajanje in propaganda. Za neposredni vpliv in nadzor nad vedenjem, čustvi in stališči ljudi pa se izvaja tudi psihotronska bojevanje.

3.2.1 Zavajanje

Zavajanje (angl. *deception*) v vojskovanju je najverjetneje staro kot vojaški konflikt sam. Prvi znan primer zavajanja je grško obleganje Troje v 12. stoletju pr. n. št. z legendarnim trojanskim konjem, poleg tega pa v zgodovini vojskovanja kot uspešni psihološki operaciji odmevata še psihološka operacija pred izkrcanjem v Normandiji leta 1944 ter operacija med zalivsko vojno leta 1991 (Caddell 2004, 10).

Zavajanje je tradicionalna komponenta političnega ter vojaškega konflikta in temelji na dveh kriterijih, je namerno in se ga izvaja, da bi pridobili neko korist. Ne smemo ga zamenjati z ponarejanjem (angl. *fabrication*), kjer gre za ustvarjanje neresničnih informacij za namene dezinformiranja, ter manipulacijo, kjer gre za uporabo resničnih informacij, ki so predstavljene izven konteksta, da bi se z njimi ustvarilo napačno razumevanje. Tako ponarejanje informacij kot manipulacija z njimi sta uporabni obliki za izvajanje vojaških operacij zavajanja nasprotnika⁴ (Caddell 2004, 5–6).

»Vojaško zavajanje pomeni tiste aktivnosti, ki se izvajajo z namenom zavajati nasprotnikove sprejemalce odločitev o prijateljskih vojaških zmožnostih, namenih in operacijah, da bi se ti napačno odločili in s tem doprinesli k doseganju prijateljskih ciljev« (Joint Publication 3-53 2003, 119).

Psihološke operacije so navadno usmerjene proti ciljnemu občinstvu, medtem ko je zavajanje usmerjeno proti določenim posameznikom, tj. nasprotnikovim sprejemalcem odločitev oz. nasprotnikovemu obveščevalnemu sistemu. Cilj psiholoških operacij ob podpori vojaškega

⁴ Primer ponarejanja informacij je namerno uhajanje napačnih informacij nasprotniku, kot so npr. lažni ukazi, primer manipulacije z informacijami pa pride bolj v poštev v primeru, ko ne moremo prikriti prisotnosti večjih enot na nekem območju pred nasprotnikom in zato uporabimo delno resnične informacije (Caddell 2004, 5–6).

zavajanja pa so skupine, kot so nasprotnikova poveljstva, osebje za načrtovanje vojaških operacij, civilne interesne skupine, ki lahko vplivajo na vojaško politiko in odločitve, ter analitiki obveščevalnih sistemov (Joint publication 3-53 2003, 25).

Vojaško zavajanje delimo na dve obliki:

- 1) pasivno zavajanje: pomeni prikrivanje dejanskih namer in zmožnosti pred nasprotnikom, gre za prekrivanje tistega, kar resnično obstaja;
- 2) aktivno zavajanje: pomeni proces oskrbovanja nasprotnika z dokazi o namerah in zmožnostih, ki jih v resnici nimaš; gre za ustvarjanje iluzije (Caddell 2004, 10).

Daniel in Herbig pa vojaško zavajanje delita na zavajanje tipa A in zavajanje tipa M:

- 1) tip A⁵ (angl. *ambiguity increasing* oz. naraščanje dvoumnosti) ustvarja splošno zmedo, katere namen je zamotiti nasprotnika s povzročanjem »šuma«⁶.
- 2) tip M⁷ (angl. *misleading variety* oz. zavajajoče možnosti) s katerim se nasprotnika prepriča, da verjame v prevaro in se ga odvrne od pravih namenov. Ta tip zahteva izvajanje več operacij zavajanja hkrati, ki se morajo med sabo dopolnjevati. Tovrstno zavajanje je bolj zahtevno in zahteva več priprav, časa in virov (Caddell 2004, 10–11).

Med metode zavajanja štejemo prikrivanje, ki je prav tako pasivne in aktivne oblike. Primer pasivnega prikrivanja je maskiranje oboroženih sil in objektov, da jih nasprotnik ne bi odkril. Za aktivno prikrivanje gre, ko umetno ustvarimo vtis oz. iluzijo, da se na nekem območju nahajajo naše sile in zmožnosti, ki v resnici ne obstajajo. Ob prikrivanju večkrat izvajamo še diverzije, kjer gre za namerno odvrčanje nasprotnika od naših dejanskih operacij in ciljev. K metodam zavajanja štejemo še pogojevanje (angl. *conditioning*) in pretvezo (angl. *cover*). Pri pogojevanju gre za ponavljanje priprav za napad, ki ga ne izvedemo, da bi nasprotniku dali

⁵ Znan primer je obisk japonskih veleposlanikov v ZDA zaradi diplomatskih pogajanj med 2. svetovno vojno, s katero so zmedli Američane, da niso pričakovali napada na Pearl Harbor 1941 (Caddell 2004, 10).

⁶ V času hladne vojne so uporabljali tehnike šuma, s katerimi so prepričali prisluškovalce, da so sporočila zakodirana, zaradi česar je nasprotnik izgubil veliko časa in denarja pri poskušanju dekodiranja (Military deception 2003, 43).

⁷ Znan primer je operacija Bodyguard, ki so jo izvedli pred operacijo Dan D, ko so ustvarili namišljeno Prvo armadno skupino ZDA (FUSAG), ki jo je vodil general George Patton, ki naj bi izvedel invazijo na Francijo na Pas-de-Calais. Ameriške enote so uporabljale lažne signale, lažne instalacije in opremo, da bi prevarali nemška izvidniška letala in operaterje radijskega prestrezanja. Operacija Bodyguard je imela želeni učinek, nemški poveljniški vrh je bil prepričan, da bo invazija izvedena na drugem mestu, zato nemška vojska ni imela strateške rezerve na dejanskem mestu izkrcanja. V tem primeru je šlo za združitev psihološkega vojskovanja z vojaškim zavajanjem (Caddell 2004, 11; Young in Stamp v Military deception 2003, 33).

občutek lažne varnosti, pri pretvezi pa gre za izvajanje določenih aktivnosti, s katerimi prikrijemo priprave za sovražnega dejanja (Caddell 2004, 11–13).

Operacije zavajanja je potrebno izvajati zelo previdno, saj je lahko škoda, ki jo povzročijo, veliko večja od trenutne politične ali vojaške koristi. Države, katerih zavajanje je bilo odkrito, se soočajo s pomanjkanjem zaupanja lastne javnosti in medijev, še posebej ko gre za objave, ki se tičejo nacionalne varnosti (Caddell 2004, 9).

3.2.2 Propaganda

Najpogosteje uporabljena metoda izvajanja psiholoških operacij je propaganda in je kot taka temeljna prvina psihološkega bojevanja. Ker ne obstaja enotna definicija, navajam tiste, ki se mi zdijo najpomembnejše.

Propaganda je pomemben del psihološkega bojevanja, ki jo Daugherty in Janowitz (v Malešič 1997, 32) definirata kot »načrtno razširjanje novic, informacij, posebnih argumentov in pozivov, oblikovanih tako, da vplivajo na prepričanja, mnenja in delovanje določenih skupin«.

Propagando uvrščata med psihološko bojevanje tudi Jowett in O'Donnell, ki jo definirata kot »nameren in sistematičen poskus oblikovati zaznave, preusmerjati spoznanja in usmerjati vedenje za dosego odgovora, ki podpira namen propagandista« (Jowett in O'Donnell 1999, 203).

»*Propaganda* je vsaka oblika komunikacije v podporo nacionalnim ciljem, s katero se posredno ali neposredno vpliva na mnenja, čustva, odnose in vedenje skupin« (Whitely 2000, 30). Sile za specialne operacije ta izraz uporabljajo za psihološke operacije⁸, ki jih izvajajo sovražnikove sile (Field Manual 3-05.30 2005, 161).

»*Psihološko-propagandne akcije* so načrtne psihološke dejavnosti v vojni in v miru. Usmerjene so na sovražnikovo, prijateljsko ali nevtrarno občinstvo, njihov cilj pa je vplivati

⁸ V preteklosti so psihološke operacije enačili s terminom propaganda. Izraz psihološke operacije so začeli uporabljati na zahodu, ker so se želeli distancirati od nacistične in komunistične propagande. Danes se je pomen obeh terminov spremenil, načela pa so ostala enaka (Whitely 2000, 15–16).

na njihova stališča in vedenje z namenom doseganja političnih in vojaških ciljev, kot so vzdrževanje domače podpore ter vzdrževanje in pridobivanje podpore iz tujine« (Metz 2006, 5).

Vse te definicije vključujejo skupne značilnosti propagande, in sicer, da se izvaja s komunikacijsko aktivnostjo, da vpliva na ljudi ter da gre za zavestno in načrtno dejavnost, ki je dobro organizirana in je usmerjena proti specifični ciljni skupini (Malešič 1997, 34).

Za maksimalno uspešnost propagande je potrebna specifična namesto splošne teme, vsaj delno zaupanje ciljnega občinstva v naše cilje, primeren čas, podatki o družbenih in kulturnih atributih ciljnega občinstva, podatki o tem, v kakšnem obsegu ljudje poslušajo ali berejo našo propagando in v kakšen obsegu vpliva na njihova dejanja ter dostopnost ciljnega občinstva (Whitely 2000, 26). Dick Grossman pa dodaja naslednja navodila za uspešno izvajanje propagande, in sicer: uporaba bele propagande ima prednost pred črno propagando, ob izvajanju propagande je treba uporabljati resnico, ki se mora nasprotniku zdeti verjetna, osrednja substanca propagande je zanesljiva in točna informacija, novice in dejstva imajo prednost pred mnenji, izogniti se je treba grožnjam, propagandist mora imeti sposobnost empatije, uspešna propaganda zahteva intenzivno in kontinuirano raziskovanje in izobraževanje, ki jo mora spremljati obveščevalna dejavnost, propagandne operacije pa morajo biti povezane s strateškimi cilji ter zveste oblasti.

Pod izrazom propaganda največkrat razumemo politično propagando, kjer gre za tehnike vplivanja, ki jih uporablja vlada, stranka, administracija, skupina pritiska, z namenom, da bi pridobila javnost na svojo stran. Pri vojni propagandi pa so vsebina in cilji propagande v službi vojskujoče se strani. Psihološka operacija pomeni širši pojem kot vojna propaganda, ki pomeni predstavitev nekega dogodka na način, ki bi lahko vplival na posameznike. Tudi pri psiholoških operacijah skušamo vplivati na javnosti oz. na javno mnenje. Pri izvajanju psihološko-propagandnih operacij se uporablja metode in sredstva, katerih uporaba je v miru sporna ali celo prepovedana. Psihološke operacije temeljijo na uporabi osnovnih načel propagande, kot so sugestija, imitacija, vpliv na čustva ter načela nadzorovanja množic. Med klasične tehnike propagande uvrščamo izbor cilja propagandne dejavnosti, uvodno propagando, nagovarjanje množic, eliminacijo in omejitev odpora do novih zamisli, skrb za naraščanje popularnosti vodij, propagando s paradoksalnimi učinki in propagando brez besed. Strokovnjaki za izvajanje psiholoških operacij se učijo tehnik in metod nadzorovanja

duševnega življenja posameznika, kako nadzirati govorice in množično histerijo ter prenosa propagande na druge (agitacija, govorice, nadzor, protipropaganda, parapropaganda) (Arnejčič 2006, 20–21).

Propaganda kot glavna in najpogostejše uporabljena oblika te vrste je »manipuliranje z mišljenjem ljudi, njihovimi vrednotami in vedenjem, z uporabo simbolov in drugih psiholoških orodij« (Krunić 1997, 45). Propaganda se širi s pomočjo množičnih medijev (tisk, radio, televizija, film), letakov, pisemskih pošilk, plakatov, videokaset, razglasov, govoric (navidezno resničnih informacij, ki se jih ne da preveriti), iz oči v oči in telefona. Propaganda se deli na t. i. »belo propagando«, katere vir je znan ali priznan s strani propagandista in nima namena zavajati, ter »črno propagando«, ko je vir sporočila neznan. Nekateri avtorji med prvi dve obliki uvrščajo še »sivo propagando«, kjer vir ni natančno določen.

Psihološke operacije pa vključujejo tudi *protipropagandne operacije*, kjer gre za »aktivnosti, ki identificirajo nasprotnikovo propagando, spodbujajo zavest o izvajanju nasprotnikove propagande in razkrivajo nasprotnikove poskuse vplivanja na prijateljske populacije in vojaške sile« (Joint Publication 3-53 2003, 25).

Druge znane oblike psihološko-propagandnih akcij so še pranje možganov (vsiljevanje določenih vrednot ali vzorcev obnašanja posamezniku ali skupini), deprivacija ali odvzem (hrane, spanja), sugestija s pomočjo sublimacijske stimulacije (vsiljevanje določenih vrednot v podzavest posameznika ali skupine ljudi), prepričevanje, psihokirurgija, električna simulacija možganov, elektrošok, psihotronske generatorji in mamila (Krunić 1997, 101–109).

3.2.3 Nadzor uma in psihotronsko vojskovanje

Primarni cilj psiholoških operacij je nadzor nad mišljenjem in vedenjem ciljnega občinstva. Da bi to dosegli, je treba manipulirati z informacijami, ki jih ciljno občinstvo prejema. Tipični izraz za poimenovanje nadzornika informacij je procesor podatkov, ki ga pri posamezniku predstavljajo možgani, ki so ranljiva tarča, saj nimajo antivirusnih programov, ki bi jih ščitili pred zavajajočimi informacijami ali elektromagnetnimi procesi. Posledično so možgani strateškega voditelja, terorista ali vojaka na bojišču potencialno najbolj nezaščitena in najlažje zlorabljena tarča psiholoških operacij (Whitely 2000, 21).

Psihotronik je ruski izraz za nadzor uma (angl. *mind control*), ki se ga na splošno uporablja za ponazoritev elektromagnetnega sevanja na možgane (Ansimov 1999). V.N. Lopatin in V.D. Tsygankov sta ruska avtorja, ki trdita, da psihotronik vključuje tako elektromagnetno sevanje kot orožja za nadzor uma.

Leta 1995 se je v Rusiji odvijala konferenca znanstvenikov, kjer so *psihotronske orožje* opredelili kot »vse vrste orožja, ki zmorejo na daljavo nadzorovati in kontrolirati psiho-fizične aktivnosti oseb ter lahko spremenijo tudi njihovo okolico« (Anisimov 1999).

Ruski pisec N. Anisimov *psihotronske orožje* definira kot »orožje, ki deluje z namenom, da vzame del informacij, ki so shranjene v človekovih možganih in jih pošlje računalniku, ki jih nato predela na nivo, ki je potreben za nadzorovanje določene osebe. Te spremenjene informacije se potem ponovno vnesejo v možgane.« To orožje se uporablja proti človeškemu umu, s katerim lahko povzročijo halucinacije, bolezni, mutacije človeških celic, »zombifikacijo« ali celo smrt. V arzenal so vključeni VHF generatorji, rentgenski žarki, ultrazvok in radijski valovi (Thomas 1998, 89). Z izumom televizije se je pojavila možnost množičnega psihotronskega vplivanja na populacijo s televizijskim sprejemnikom.

Lopatin trdi, da so orožja za nadzor uma ena izmed kategorij informacijskih orožij. Glede na cilj v živečem objektu lahko psihotronska orožja delimo na čutne ali ekstrasenzorične vplive na sistem zaznavanja (inputi), psihokinetične (mišično gibalni občutek o položaju telesa), vpliv na motoriko in s tem na gibanje in premike (output) ter ekstrasenzorične učinke na posameznikov proces odločanja (Lopatin in Tsygankov 2001).

Anisimov loči tri načine psihotronskega vplivanja na osebo:

- 1) Prikrita metoda – žrtev ne ve in niti ne sluti, da so bili njeni možgani in organi podvrženi vplivanju na daljavo. Posledično sprejme vse miselne procese in bolezenske znake, kot odraz svojega lastnega stanja. Prikrite metode vplivanja so temelj za možnost nadzorovanja velike mase populacije.
- 2) Vidna metoda – žrtev ve in razume, da so bili njeni možgani in organizem podvrženi psihotronskega vplivanju. Oseba (žrtev), ki je manipulirana s tem načinom vplivanja, pogosto ne more ločiti svojih lastnih misli od tistih, ki so ji umetno vsiljene.
- 3) Kombinirana metoda – možgani žrtve so manipulirani s prikritim vplivanjem, telo pa z vidnim vplivanjem (Anisimov 1999).

Poleg termina nadzor uma zasledimo v virih še termin *neokortikalna vojna*, ki obsega pojav psihotronske, psihološke in psihoenergijske vojne. Pri neokortikalni vojni gre za nadzorovanje podzvesti t. i. univerzalnega uma oz. napad na novo skorjo velikih možganov (lat. Neocortex), ki je največji del živčnega sistema (Arsić 2006, 24).

»*Neokortikalno vojskovanje* je vojskovanje, ki stremi k nadzoru ali oblikovanju obnašanja, vedenja sovražnikovega organizma in to brez uničenja le-tega organizma.« (Szafranski 1994, 44)

Moč neokortikalne vojne je v območju volje in zavesti, na področjih izbire, mišljenja ali razmišljanja, ocenjevanja ali stališč in znotraj kognicije ali domišljije. Cilj je obvladati sovražnikovo voljo. Tega pa ni mogoče doseči, dokler ni nasprotnikova volja zlomljena. V neokortikalni vojni se torej z uporabo najrazličnejših načinov prisile vpliva na obnašanje posameznika, večjih skupin ljudi ali narodov in njihovih vodij, da bi njihovo voljo neopazno in neobčutno podredili volji ali sili agresorja, ki teži k dominaciji, vendar brez izrazite uporabe klasičnih orodij in orožij (Došić 2000). Cilj neokortikalnega vojskovanja ni samo, da bi se izognili bitkam, ampak povzročiti, da bi nasprotnik »prostovoljno« izbral možnost nebojevanja. Da bi uspešno ukazovali nasprotnikovemu umu, moramo dobro poznati njegovo kulturo, pogled na svet in sistem vrednot.

Nekateri ruski avtorji pa nadzor človeškega vedenja imenujejo *refleksni nadzor* (angl. *reflexive control*). »Refleksni nadzor je tip vplivanja na človeške možgane (angl. *human network attack*), kjer je tarča sovražnikov proces sprejemanja odločitev, tako človeški (*soft data processor*) kot materialni (*hardware data processing*). Refleksni nadzor vključuje ustvarjanje vzorca ali posredovanje delnih informacij, ki povzročijo sovražnikovo reakcijo, ki je že vnaprej predvidena, ne da bi se ta zavedal, da je bil zmanipuliran.« Pri tem gre predvsem za vpliv na sisteme za poveljevanje in nadzor ter na sprejemalce odločitev (Whitely 2000, 21).

Timothy L. Thomas v svojem članku *Human Network Attacks* opisuje metode, ki bi jih lahko uporabili tudi pri operacijah refleksnega nadzora. Danes tehnologija za simulacije in različne tipe prikrivanja omogoča mešanje nepristnega z avtentičnim, kar lahko povzroči napake pri nasprotnikovem sprejemanju odločitev. Še bolj pomembna je akustična tehnologija, ki proizvaja zvoke, s katerimi ogluši nasprotnika, kot so eksplozije, da bi z njimi porušili njihovo psihološko stabilnost. Z operacijami za refleksni nadzor skušamo prodreti v

misli vojakov ali ključnih sprejemalcev odločitev, da bi povzročili psihološke motnje, zmedenost ali paniko. Na ta način naj bi se s psihološkimi operacijami zlomilo odporniška gibanja nasprotnika. Lahko pa se jih uporabi tudi kot metodo za doseganje geopolitične superiornosti in kot mehanizem za nadzor pogajanj (Whitely 2000, 22–23).

Pri operacijah refleksnega nazora oz. psihotronskega bojevanja in klasičnih psiholoških operacijah se uporabljajo ista sredstva. Zaradi predvajanja v realnem času na radiu ali televiziji je danes še lažje ponarediti informacije ali dejstva, ki delujejo še bolj resnično, zaradi česar se je povečala njihova udarna moč. Pri tem gre torej za izvajanje »sivih in črnih« psiholoških operacij, pri katerih pa moramo biti previdni, da se izognemo izgubi kredibilnosti komunikacijskih metod, ki so ključne za izvajanje »belih« psiholoških operacij (Whitely 2000, 21–22).

3.3 Psihološka obramba

Če govorimo o psihološkem bojevanju in operacijah, se nam nujno postavi tudi vprašanje psihološke obrambe kot sestavnega dela psihološkega bojevanja in hkrati tudi civilne obrambe.

Psihološko bojevanje se izvaja preko ofenzivnih in defenzivnih psiholoških operacij, ki lahko potekajo v mirnem času, okrepijo pa se, ko se želi doseči povečan pritisk na ciljno žrtev. Cilji ofenzivnih psiholoških operacij so slabljenje nasprotnikove volje do agresije in ukrepi psihološkega delovanja proti napadalcu in so kot take sestavina vsake operacije v podporo miru. Z ofenzivno psihološko operacijo onemogočimo nasprotnika in zagotovimo, da se doseženi rezultati uporabijo za utrditev miru. Defenzivne psihološke operacije pa predstavljajo psihološko obrambo (Malešič 1994, 140).

Malešič (1994, 141) je *psihološko obrambo* definiral kot »posredovanje verbalnih, vizualnih in slušnih signalov (potencialne) žrtve, ki delujejo v smeri krepitve lastne volje do odpora, slabljenja nasprotnikove volje do agresije, propagiranja lastnih stališč v mednarodni javnosti ali v smeri blaženja učinkov drugih kriznih razmer.«

Pod sintagmo psihološka obramba razumemo predvsem dejavnost množičnih občil in državnih organov s področja informiranja v kriznih razmerah. Cilj psihološke obrambe je tudi

v vojnih razmerah ohraniti moralo prebivalstva in komuniciranje. Psihološka obramba se na nekaterih točkah povezuje z državljansko (nenasilno) obrambo (Malešič 1994, 141–142).

Ločimo štiri funkcije psihološke obrambe:

1. preučevanje tujih in lastnih možnosti komuniciranja in propagande,
2. načrtovanje dela v sferi množičnega komuniciranja za primer kriznih razmer,
3. načrtovanje propagande za krepitev obrambnega duha in morale državljanov,
4. ukrepi psihološkega bojevanja proti nasprotniku (Malešič 1994).

4 PSIHOLOŠKE OPERACIJE

Da bi vplivali na skupine in voditelje, so se psihološke operacije izvajale skozi celotno zgodovino, razvoj množičnih komunikacijskih zmožnosti pa je njihov učinek zelo povečal. Spremenjen način bojevanja in vodenja vojn v informacijski dobi ni le posledica razvoja tehnologije, ampak tudi sprememb v družbi. Konflikti postajajo vse manj vojaški, v ospredje pa vse bolj prihajajo nebojne oblike bojevanja, kot so psihološke operacije.

4.1 Psihološke operacije

»Psihološke operacije (angl. *psychological operations, PSYOPS*) so operacije, načrtovane za pošiljanje izbranih informacij in podatkov tujim vladam, organizacijam, skupinam in posameznikom z namenom, da bi vplivali na njihova čustva, motive, objektivno mišljenje in vedenje. Glavni namen psiholoških operacij je spremeniti ali podkrepiti tuja stališča in vedenje v prid ciljem izvajalca psiholoških operacij.« (Bowdish 1999, 30; Joint Publication 3-53 2003, 10)

NATO *psihološke operacije* definira kot »načrtovane psihološke aktivnosti v miru, krizi in vojni, usmerjene proti sovražnim, prijateljskim in nevtralnimi občinstvom, da bi vplivali na stališča in vedenje, ki bi prispevali k doseganju političnih in vojaških ciljev. Psihološke operacije vključujejo strateške psihološke aktivnosti, psihološke konsolidacijske aktivnosti, psihološke aktivnosti na bojišču in psihološke aktivnosti v podporo miru« (NATO Psychological Operations Doctrine 2007, 27).

Wu Juncang in Zhang Qiancheng *psihološke operacije* definirata kot »uporabo različnih ukrepov, da bi vplivali na nasprotnikovo ideologijo, stališča, voljo in vedenje. Cilj psiholoških operacij je zmagati brez boja ali izbojevati veliko zmago z malo bojevanja. Da bi dosegli psihološko prednost, je potrebno zagotoviti naklonjenost v smislu politike in narave vojskovanja (v primeru, da so naši razlogi za vojno moralni in pravični)« (Thomas 2003, 3).

Psihološke operacije pripomorejo h končnemu porazu nasprotnika s spodkopavanjem njegove volje do upora, s krepitvijo nezadovoljstva nasprotnikovega civilnega prebivalstva, s spodbujanjem k dezertaciji in predaji nasprotnikovih sil, s prepričevanjem civilnega

prebivalstva, naj se ne vmešava v vojaške operacije, s spodkopavanjem verodostojnosti nasprotnikovega vodstva, s povečevanjem sprejemljivosti prijateljskih sil na okupiranem območju, z odvrčanjem intervencije nevtralnih in sosednjih sil ter z zoperstavljanjem nasprotnikovi propagandi (Field Manual 3-05.30 2005, 24).

Psihološke operacije so bile pomemben element vojskovanja več tisoč let in bodo še naprej ostale strateško orožje za doseganje nacionalnih strateških ciljev. Velik pomen psihološkim operacijam so v svojih delih pripisovali vojaški teoretiki skozi vso zgodovino, med njimi pa izstopajo Sun Tsu Vu, Vegecij, Friderik II., Napoleon⁹, Jomini, Liddell Hart, Carl Von Clausewitz in drugi.

Kitajski avtorji (Wu Juncang in Zhang Qiancheng) pišejo, da je zgodovina kitajskih psiholoških operacij stara več kot 4000 let. Psihološke operacije so izvajali, ko vojne ni bilo moč dobiti z orožjem, zajemale pa so zavajanje in ustvarjanje napačnih zaznav. Stara kitajska doktrina o psiholoških operacijah se osredotoča na napad na sovražnikovo strategijo in diplomacijo, na vodenje demonstracij in prizadevanja za premoč, ignoriranje sreče in širjenje dvoma ter groženj. Sun Tsu Vu v svojem delu *Umetnost vojskovanja* povzame zgodnje kitajske izkušnje izvajanja psiholoških operacij in zapiše, da je glavni cilj vojne premagati nasprotnika brez oboroženega boja, bistvo vojne je napasti sovražnikovo strategijo, glavno načelo vojne boriti se za nadzor nad srci, umi in moralo ter glavna ideja vojne osredotočiti se na nasprotnikovo sposobnost sprejemanja odločitev ter osebne lastnosti (Thomas 2003, 2).

Do prve svetovne vojne lahko govorimo le o zametkih in posameznih elementih danes znanega psihološkega bojevanja, sistematično in konsistentno preučevanje in izvajanje psihološkega bojevanja oz. operacij pa se začne po letu 1918. Prvi je izraz psihološko vojskovanje uporabil britanski vojaški teoretik J. F. C. Fuller, ki je v svojem delu *Tanks in the great war 1914-1918* zapisal, da bi v prihodnosti klasična sredstva za vodenje vojne lahko zamenjalo psihološko vojskovanje. Leta 1927 je Lasswell predstavil analizo propagande v prvi svetovni vojni. Šele v drugi svetovni vojni pa so bile informacije množično uporabljene kot sredstvo vplivanja na javno mnenje. Liddell Hart je v *Strategiji posrednega nastopanja* (1946) prišel do spoznanja, da se s posrednim nastopanjem sovražnikova volja do upora zmanjšuje, medtem ko se z neposrednim nastopanjem volja do upora povečuje. Tako je

⁹ Tako je npr. Napoleon menil, da na svetu obstajata dve sili, meč in razum, dolgoročno pa razum vedno premaga meč.

strateški cilj vodenja vojne zmaga brez prelivanja krvi, strateške zmage pa je mogoče doseči brez uporabe oboroženih sil. V 70. in 80. letih je proučevanje te oblike bojevanja stagniralo, potem pa ponovni vzpon doživelo v 90. letih, ko so avtorji poudarjali pomen množičnih medijev pri razširjanju propagande. Danes pa je obvladovanje informacijskega prostora oz. pridobivanje domače in svetovne javnosti na svojo stran pomembnejše od učinka vojaške operacije na terenu. Sredstva oz. mediji, ki so jih uporabljali za psihološko bojevanje, so bili različni v vseh zgodovinskih obdobjih in so vedno poskušali uporabiti razpoložljivo tehnologijo prenosa podatkov.

Po mnenju Xu Hezhena je ustrahovanje ključna strategija in metoda, ki se jo lahko uporabi za vplivanje na javno mnenje in na medije. V sodobnem času se uporablja nenasilno ustrahovanje, ki zajema zavezništva, manipulacijo medijev, ekonomske sankcije, finančni napad, informacijsko izolacijo in omrežno vojno. Wu in Zhand pa menita, da je osnovna strateška metoda izvajanja psiholoških operacij demonstracija sile, katere cilj je presenetiti nasprotnika. Ko smo oslabljeni, se kažemo močne, ko pa smo močni, se izdajamo za šibke. Poleg tega pa je demonstracija sile tudi oblika odvrčanja (Thomas 2003, 6–7). Države lahko večkratno povečajo svoje vojaške zmožnosti, če učinkovito izvajajo psihološke operacije. Učinkovitost psiholoških operacij oz. komuniciranja je odvisna od verodostojnosti sporočevalca in zmožnosti, da bo izpeljal obljube ali grožnje (Joint Publication 3-53 2003, 17). Pri tem pa je pomembno, da ne zamešamo psihološkega učinka s psihološkimi operacijami. Dejanje, kot je npr. razkazovanje moči, lahko ima psihološki učinek, vendar ne gre za psihološko operacijo, če njegov glavni namen ni vplivati na čustva, motive, objektivno mišljenje, sprejemanje odločitev ali vedenje ciljnega občinstva.

Whitley (2000, 23) navaja 11 mehanizmov, ki se jih uporablja pri izvajanju psiholoških operacij:

- 1) Povzročanje zmede: ustvarjanje realnih ali imaginarnih groženj med pripravo bojnih operacij proti nasprotnikovim vitalnim delom kot je bok ali zaledje, s čimer se ga prisili, da pretehta svoje odločitve.
- 2) Preobremenitev z informacijami: pošiljanje ogromne količine nasprotujočih si informacij.
- 3) Paraliza: ustvarjanje prepričanja o specifični grožnji vitalnim interesom ali pomanjkljivostim.

- 4) Izčrpavanje: povzročanje, da nasprotnik izvaja brezuspešne operacije in zato v boj vstopi z izčrpanimi silami.
- 5) Zavajanje: med pripravo bojnih operacij prisiliti nasprotnika, da premesti svoje sile na ogroženo območje.
- 6) Delitvena tehnika: prepričati nasprotnika, da mora delovati v nasprotju z interesi svojih zaveznikov.
- 7) Sprava: z miroljubnim pristopom povzročiti, da nasprotnik postane nepozoren.
- 8) Odvrčanje: ustvarjanje vtisa premoči.
- 9) Provokacija: prisiliti nasprotnika, da deluje tam, kjer nima prednosti.
- 10) Sugestija: ponuditi informacije, ki vplivajo na nasprotnikovo moralo, ideologijo in druga področja.
- 11) Pritisk: ponuditi informacije, ki spodbujajo družbo, da izgubi zaupanje v lastno vlado.

Psihološke operacije se izvajajo na dva načina. Prvi je t. i. negativni, ko poskušamo doseči, da bi nasprotnik dobil negativno mnenje o svoji državi, vladi, družbi in institucijah, s čimer bi ga odtujili od njih. S tem zmanjšamo moralo in bojno učinkovitost nasprotnika. Pri pozitivnem pristopu pa poudarimo lastne zaželene podobe z namenom spodbuditi nasprotnika, da bi jih sprejel. S tem krepimo sodelovanje, enotnost in moralo znotraj lastnih in zavezniških vrst. Glede na čas in prostor lahko govorimo o tradicionalnem in sodobnem psihološkem bojevanju (Rouse 2004).

Koncept psihološkega bojevanja zajema štiri oblike, in sicer: operacije za zmanjšanje volje prebivalstva, operacije proti nasprotnikovim silam, operacije proti nasprotnikovim poveljnikom ter kulturni konflikt (Libicki 1995):

1) Operacije za zmanjšanje volje prebivalstva zajemajo uporabo množičnih medijev za doseganje želene lastne ali nasprotnikove podobe med lastnim ali nasprotnikovim prebivalstvom. Primarni cilj je premagati voljo nasprotnika, da bi se ta vdal brez boja. S pojavom informacijskih družb se je močno povečal pomen množičnih medijev, ki vplivajo na vsa področja človekovega bivanja. Le-ti so postali dostopni vedno večjemu krogu ljudi, zmanjšal pa se je tudi časovni zamik med dogajanjem in poročanjem o dogodku (od zalivske vojne naprej se o vojnah poroča v živo). K temu je prispevalo tudi posredovanje informacij preko satelitov in interneta (Libicki 1995, 16).

V vietnamski vojni so Američani izvajali operacijo Phoenix Program, s katero so zastraševali vietnamsko civilno prebivalstvo, da ne bi podpiralo Vietkongovcev. V vojni z Irakom leta 1991 pa so Američani uporabljali taktiko šoka in strahospoštovanja, s katerim so terorizirali, psihološko pohabljali in zlomili voljo iraškega prebivalstva do boja. Izraelci so proti Palestincem izvajali nizke nočne prelete z nadzvočnimi letali, s katerimi so budili speče prebivalstvo. (Cohen 2006, 6). Bolj sodobna tehnika, ki bi se jo lahko uporabilo za psihološke operacije nad prebivalstvom, so brezpilotna letala za raztros letakov (Koch 2003). Prednost današnjih psiholoških operacij je, da jih lahko usmerimo na točno določeno dele populacije (O'Brien in Lev 2002).

Med psihološke operacije proti prebivalstvu bi lahko šteli tudi orožja za zavajanje množic. Izraz orožje za zavajanje množic (angl. *weapons of mass deception*) sta skovala Sheldon Rampton in John Stauber, da bi označila uporabo ameriške propagande v vojni za Irak leta 2003 predvsem zaradi velikega nasprotovanja mednarodne skupnosti. Namen propagande je bil osvojiti naklonjenost mednarodne javnosti predvsem s poročanjem o ravnanju ameriških vojakov s civilnim iraškim in afganistanskim prebivalstvom. Tako so Američani uporabili marketing, prepričevanje in psihološke operacije, ki povzemajo moderno vizijo vojskovanja (Rampton in Stauber 2003).

2) *Operacije proti nasprotnikovim silam* se delijo na dve kategoriji: vzpodbujanje strahu pred smrtjo (ali izgubo) in zmanjšanje podpore zaledja (civilnega prebivalstva) do vojakov na fronti. Prvi cilj dosežemo tako, da ena stran pošilja preko satelitov propagandni televizijski program drugi strani. To je možno s pomočjo direktnega oddajnega satelita (angl. *DBS – direct broadcast satellite*). Trend pa teži k temu, da bi ustvarili takšne tehnologije, ki bi omogočale, da bi informacija prišla do posameznega vojaka, da bi bil učinek veliko večji (Libicki 1995, 17). Drugi način je pošiljanje propagandnih sporočil med nasprotnikove vojake; znan primer je uporaba posebnega letala Hercules EC-130 Commando Solo v operaciji zavezniških sil proti Združeni republiki Jugoslaviji, ki je na frekvencah srbskih radijev oddajalo posebna propagandna sporočila (Psychological Operations and Operation Allied Forces 2000).

Med drugo svetovno vojno so nemškim vojakom delili navodila kako se predati, med prvo zalivsko vojno pa letake, ki so vojake spodbujali k dezertaciji¹⁰. Danes pa za nagovarjanje nasprotnikovih vojakov uporabljajo zvočnike, preko katerih jih pozivajo k predaji, jim grozijo, poročajo o pogojih predaje, obljublajo varen prehod dezerterjem, pozivajo k sabotaži in jih prepričujejo, da je sodelovanje z nasprotnikom zanje koristno (Koch 2003). Po drugi strani pa jih izzivajo, ko jih žalijo s slabšalnimi imeni in jim tako zbijajo moralo ali celo predvajajo zelo glasno nadležno glasbo (Doctrine for Joint Psychological Operations 2003, 17).

Med vojno proti terorizmu v Iraku so skupine za psihološke operacije velikokrat predvajale žaljiva sporočila preko zvočnikov, s katerimi so skušali nasprotnika zvabiti v bližinski boj, kjer imajo koalicijske sile premoč (Military deception 2003, 19).

3) *Operacije proti nasprotnikovim poveljnikom*: gre za zavajanje (angl. *deception*) poveljnikov, da sprejmejo napačno odločitev, nekateri ga poimenujejo vojaško zavajanje. Pomeni pa tiste ukrepe in aktivnosti, ki se izvajajo, da bi namerno zavajali nasprotnikove poveljnike z manipulacijo in ponarejanjem dokazov ter podatkov o prijateljskih vojaških zmožnostih ter namenih in operacijah, da sprejmejo odločitve, ki bodo prispevale k doseganju ciljev prijateljskih sil (Caddell 2004, 10).

Aktivno sredstvo za izvajanje psihološkega bojevanja proti nasprotnikovim poveljnikom je *dezinformiranje*, tj. »širjenje lažnih obvestil (novic, podatkov, informacij). Namen tega je, da nasprotnika zavedemo v zablodo in ga pripeljemo do napačnih zaključkov in akcij.« (Vojna enciklopedija 1973, 429). Doseči jo je moč na naslednje načine: s pomočjo demonstracij, maskiranja, diverzije in s psihološko vojno. Z dezinformiranjem je mogoče vplivati na samega vojaka ali pa na celotno skupino. Zelo različne so tudi poti širjenja lažnih informacij, npr. vsa sredstva informiranja (pisma, knjige, tisk, radio, televizija, film...), dokumenti vseh vrst, tehnična sredstva, propagandno-psihološke akcije, itd. Da bi imele psihološke operacije čim večji učinek, so v vojni za Irak pošiljali sporočila direktno na mobilne telefone iraških poveljnikov (Koch 2003).

¹⁰ Rdeči križ je poročal, da se je v zalivski vojni leta 1991 predalo skoraj 87.000 iraških vojakov, ki so imeli pri sebi letake z navodili o predaji (Rouse 2004).

4) *Kulturni konflikt* je napad na vrednostno strukturo določene družbe oz. posredovanje lastnih kulturnih vrednot tej družbi. Tipičen primer je »amerikanizacija« oz. ameriški kulturni imperializem. Gre za dolgotrajno vrednostno spopadanje, ki poteka preko multinacionalk, interneta in satelitske televizije (Libicki 1995, 19).

Kulturno vojskovanje je najbolj učinkovito proti državam, ki imajo trdne in tradicionalne kulturne norme. Tako je skorajda pravilo, da kulturni boj izvajajo države tretjega vala proti državam drugega vala (Libicki 1995, 19).

Psihološke operacije so integralni del vojaških operacij in so kot take dolžnost vseh vojaških poveljnikov. Svoj učinek lahko večkratno povečajo, če neposredno komunicirajo s ciljnimi občinstvom. Sporočila lahko vsebujejo obljube, grožnje, pogoje predaje, varne prehode za dezertarje, itd. Učinkovitost teh sporočil je odvisna od verodostojnosti in dojemanja zmožnosti izpolniti obljube in grožnje (OPNAV INSTRUCTIONS 3434.1 1997, 1–2).

»*Vojaške psihološke operacije* so programi, s katerimi s produkti ali z dejanji skušamo prepričati ali okrepiti stališča, mnenja in čustva ciljnih vlad, organizacij, skupin in posameznikov, da bi oblikovali vedenje, ki podpira nacionalne politične cilje ter namene vojaških poveljnikov na strateški, operacijski in taktični ravni.« Psihološke operacije so načrtovane in koordinirane ter se jih izvaja pred, med in po konfliktih. Psihološke operacije so podrejene informacijskim operacijam in mednarodnemu javnemu informiranju (Report of the Defense Science Board Task Force 2000, 11). Njihov namen je vzpostavljanje, zagotavljanje in vzdrževanje miru na kriznih območjih po celem svetu ob pomoči množičnih medijev (Delovno srečanje o psiholoških operacijah 2004).

Psihološke operacije izvajajo pet temeljnih nalog, in sicer:

- 1) vplivajo na tuje populacije s subjektivnim posredovanjem informacij, da bi vplivali na odnose in vedenje, da bi pridobili privolitev ali nevmešavanje v vojaške operacije;
- 2) svetujejo poveljniku glede psiholoških učinkov in posledic drugega vojaškega delovanja in operacij;
- 3) posredujejo javne informacije tujemu občinstvu, da bi podprli humanitarne dejavnosti, olajšali trpljenje, povrnili in okrepili legitimnost ter povrnili in ohranili javni red;

- 4) služijo kot podpora poveljniku vojaške operacije za izražanje namer in zagotovitev njegove verodostojnosti, s čimer lahko le-ta doseže širše občinstvo;
- 5) zoperstavljajo se nasprotnikovi propagandi (izvajanje protipropagande), dezinformacijam in nasprotujočim se informacijam, da bi tujemu ciljnemu občinstvu prikazali namene in dejanja v pozitivni luči ter preprečili nasprotniku, da bi ta pridobil javno mnenje na svojo stran (Joint Publication 3-53 2003, 20; Field Manual 3-05.30 2005, 10).

Vojaške psihološke operacije delimo v štiri kategorije, in sicer strateške, operacijske, taktične in konsolidacijske psihološke operacije.

- 1) *Strateške psihološke operacije* so mednarodne informacijske aktivnosti, ki jih izvajajo vladne agencije z namenom vplivati na mednarodno javnost in njihov odnos, dojemanje in vedenje v prid izvajalca psiholoških operacij. Ti programi se navadno izvajajo izven vojaškega področja, vendar jih lahko podpirajo vojaške operacije in lahko uporabljajo vojaška sredstva. Vojaške operacije z možnim strateškim učinkom, se morajo izvajati v skladu z nacionalnimi prizadevanji.
- 2) *Operativne psihološke operacije* se izvajajo pred ali med vojno ali med konfliktom ter ob koncu odprtih sovražnosti znotraj določenega geografskega območja z namenom promoviranja učinkovitosti vojaških kampanj in operacij izvajalca psiholoških operacij na tem območju. Njihova naloga je izboljšati civilno-vojaške odnose.
- 3) *Taktične psihološke operacije* se izvajajo na območjih konflikta ali vojne kot podpora taktičnim misijam proti nasprotnikovim silam.
- 4) *Konsolidacijske psihološke operacije* pa se izvajajo na območjih, ki jih zasede ali osvobodi država ali pa se tam nahajajo njene sile, z namenom pridobiti podporo tamkajšnjega sovražnega prebivalstva za svoje cilje. (Joint Publication 3-53 2003, 10–11; Field Manual 3-05.30 2005, 11–12). Cilj konsolidacijskih psiholoških operacij je pomagati civilnim in vojaškim oblastem konsolidirati dosežke z ohranjanjem reda in miru (Rouse, 2004).

Tipične nevojne vojaške operacije (angl. *Operations other than war*), ki jih podpirajo psihološke operacije v aktivnostih brez uporabe sile, so humanitarna pomoč, nacionalna

pomoč, pomoč ob nesrečah¹¹, operacije za boj proti drogam, boj proti terorizmu¹², uveljavljanje sankcij in operacije v podporo miru. Med vojno pa lahko psihološke operacije pripomorejo k uspehu tako ofenzivnih kot defenzivnih operacij konvencionalnih sil na vseh ešalonih. Psihološke operacije pa podpirajo obveščevalna dejavnost, protiobveščevalna dejavnost, poveljevanje in nadzor, komunikacijski in računalniški sistemi ter logistika (Whitely 2000, 18; Joint Publication 3-53 2003, 14).

Psiholoških operacij pa ne izvajajo samo vojaški strokovnjaki, ampak tudi civilni akterji, kot so strokovnjaki za javno mnenje, strokovnjaki za odnose z javnostmi, strokovnjaki za oglaševanje in marketing, strokovnjaki za religije, psihologi, politične institucije, obveščevalne službe, nevladne organizacije, mediji in drugi. Civilne agencije imajo lahko veliko večji učinek na mnenje občinstva od vojaških služb (Koch 2003). Pri tem je pomembno, da sta vojaški in civilni del tesno povezana ter usklajeno izvajata aktivnosti psiholoških operacij.

Zelo pomemben vidik psihološkega bojevanja so mediji. Omaljev informacijsko bojevanje medijev pojmuje kot *medijsko vojno*, ki pomeni »vse akcije in ukrepe preko medijev, ki pri ljudeh ustvarjajo nova ali spreminjajo stara stališča, mišljenja, občutke, ali pa krepijo obstoječe vrednote in odnose v družbi« (Omajev 2001, 106). Zato je za uresničevanje političnih, ekonomskih in vojaških ciljev zelo pomembno pridobiti medije na svojo stran.

Zaradi dosega in cenovne dostopnosti informacijske in komunikacijske tehnologije pa postajajo psihološke operacije poceni in učinkovit instrument moči tudi za nedržavne akterje kot so transnacionalne teroristične organizacije (Malone in Armistead 2007, 140).

Načrtovane psihološke operacije ne vplivajo samo na vojaške cilje, ampak tudi na politične, gospodarske ali družbene strukture znotraj ciljnega območja. Splošni cilji psiholoških operacij so zmanjšati učinkovitost nasprotnikovih sil, prilagoditi, spremeniti ali okrepiti stališča in vedenje ciljnih občinstev, olajšati reorganizacijo in nadzor okupiranih ali osvobojenih

¹¹ Gre za posredovanje informacij žrtvam naravnih nesreč in kriznih območij o lokacijah pomoči, zavetišč, zdravstvene oskrbe (Field Manual 3-05.30 2005, 25–26).

¹² Sile za psihološke operacije analizirajo cilje teroristov in jih skušajo s psihološkimi programi preprečiti. Psihološke operacije podpirajo boj proti terorizmu z zoperstavljanjem učinkom terorističnega dejanja, z zmanjševanjem podpore terorističnim ciljem lokalnega prebivalstva in informiranjem o terorističnih skupinah, z odvrcaanjem od terorističnih dejanj s prepričevanjem teroristov o brezupnosti takšnega delovanja ter s promoviranjem legitimnosti lastnega delovanja (Joint Publication 3-53 2003, 76; Field Manual 3-05.30 2005, 24–25).

območij, ohraniti in pridobiti podporo zaveznikov ali koalicijskih partnerjev in nevtralnih sil ter podpirati in okrepiti humanitarno pomoč, tujo notranjo obrambo in pomoč vojaškim operacijam (Whitely 2000, 17).

4.2 Psihološke operacije v informacijski dobi

Psihološke operacije so bile del vojaške strategije skozi vso zgodovino. Medtem ko se definicija in namen psiholoških operacij od konca hladne vojne nista bistveno spremenila, je prišlo do drastičnih sprememb na področju narave konflikta, dostopne tehnologije, družbeno-političnega okolja in značaja operacij, ki vključujejo uporabo oboroženih sil. Psihološko bojevanje je največji preobrat doživelo z informacijsko revolucijo, ki se je začela v 70. letih prejšnjega stoletja. Za to obdobje je značilna digitalizacija družbe¹³, o izidu spopada pa ne odloča več premoč v oboroženi sili in tehniki, ampak je bolj pomembno, kdo ima večji dostop do informacij oz. tista stran, ki več ve o nasprotniku.

Psihološke operacije omogočajo, da nasprotnika prisilimo, da se podredi naši volji brez boja tako na vertikalni (diplomatski, ekonomski in vojaški spekter) kot na horizontalni (v času miru, konflikta, vojne) ravni konflikta. Postavlja pa se vprašanje, kako to, da še vedno prihaja do oboroženih spopadov, če se psihološke operacije izvaja že več kot 4000 let. Kaj se je torej spremenilo, da so psihološke operacije bolj učinkovite? Da bi odgovorili na to vprašanje, je potrebno primerjati zmožnosti in omejitve psiholoških operacij. Glavne prednosti psiholoških operacij so, da povečujejo učinke vojaških operacij, informirajo občinstvo v odročnih območjih, premagajo cenzuro, nepismenost ali prekinjene komunikacijske sisteme, prispevajo k vodenju in pomirjanju neorganiziranih in izoliranih občinstev, napadajo nasprotnikovo občinstvo, da bi mu zbili moralo in voljo do odpora, vzdržujejo moralo upornikov, izkoriščajo etnične, kulturne, verske in gospodarske razlike, nasprotnikom posredujejo alternative konfliktu, vplivajo na lokalno podporo upornikom, podpirajo operacije zavajanja, projicirajo všečno podobo države in uporabljajo vsa razpoložljiva sredstva za usmerjanje vedenja ciljnega občinstva. Omejitve psiholoških operacij pa so, da zahtevajo obsežno in zahtevno načrtovanje in čas izvajanja, uporabljajo nepopolne informacije, ki jih posredujejo obveščevalne službe, težko usklajujejo delovanje vojaških enot in civilnih informacijskih

¹³ Medtem ko so se včasih za prenos in shranjevanje informacij uporabljali materialni nosilci in analogne tehnike, je danes večina informacij digitalnih. Posledica so novi mediji, ki so sposobni združiti vse dosedanje komunikacijske in informacijske medije ter jih izpopolniti s funkcionalnimi zmogljivostmi (Svete 2005).

agencij, kar nasprotniku omogoča izvajanje protipropagande, pomanjkanje usposobljenega osebja, predvsem lingvistov, pomanjkanje razumevanja kulturnih, političnih, gospodarskih, socialnih in ideoloških razmer področja izvajanja psiholoških operacij, omejena dostopnost potencialnih ciljnih občinstev ter omejitve, ki jih narekujejo zakoni vojne. Informacijska doba ponuja možnosti, da premagamo večino omejitev, ki jih imajo psihološke operacije. Največ k povečanju učinkovitosti psiholoških operacij pripomore razvoj informacijske tehnologije, ki omogoča širjenje in razvoj informacijskih mrež, rast in doseg množičnih medijev ter razvoj družbenih znanosti na področju razumevanja človekovega vedenja. Mreže širijo izmenjavo informacij in znanja ter omogočajo komunikacijo preko hierarhičnih stopenj. Posledica je, da dostop do informacij in znanja krepi moč družbe na račun vlade. Že ena sama slika, ki jo posredujejo mediji, lahko vpliva na zavest ljudi in spremeni tok zgodovine¹⁴. Sodobne psihološke operacije so znanstveno utemeljene aktivnosti, ki temeljijo na najnovejših dosežkih in spoznanjih iz politične psihologije, psihologije vojne in psihologije množice ter v praksi pomeni zlorabo dosežkov za manipuliranje s človekom kot posameznikom ali pa s celimi družbenimi skupinami in skupnostmi. Psihološke operacije morajo slediti razvoju družbenih znanosti, ki lahko pripomorejo k boljšemu razumevanju dejavnikov, ki vplivajo na človekovo vedenje ter dinamiki interakcije množičnih medijev z družbo in oblastjo (Bowdish 1999, 29–32).

Danes države kažejo vse večji interes za koordinirano izvajanje informacijskih programov, še posebej vojaških psiholoških operacij. Razloge gre iskati v političnem gibanju, ki skuša preprečevati naraščanja nasilnih rešitev za reševanje konfliktov, v novih tehnologijah, zaradi katerih države ne morejo več nadzirati toka informacij preko svojih meja, s čimer so potencialna ciljna občinstva, tako prijateljska kot nasprotnikova, vse bolj izpostavljena psihološkim operacijam ter v naraščaju trenda urbanizacije, še posebej v tretjem svetu, kar skupaj s povsod navzočimi mediji onemogoča državam uporabo prekomerne ognjene moči, ki je v svetu med večinsko miroljubnimi populacijami vse manj priljubljena. Poleg tega je sposobnost oboroženih sil, da učinkovito in prepričljivo komunicirajo z lokalnimi skupinami, organizacijami in voditelji, ključ, s katerim lahko država doseže vojaške in politične cilje. Še bolj pomembno pa je, da lahko psihološke operacije zapolnijo prostor med diplomacijo, ki včasih ne zadostuje, in oboroženim spopadom, ko je uporaba konvencionalnega orožja preveč uničujoča. Psihološke operacije kot neubožno orožje lahko tako zmanjšajo nevarnost

¹⁴ Primer do prizori iz vietnamske vojne, ki so vplivali na podporo ameriške javnosti do vojne in posledično umik ameriških oboroženih sil iz Vietnama.

prekomerne uporabe vojaške sile, mednarodne graje ter neugodne politične in medijske kritike (Lungu 2001, 6–7). Psihološke operacije lahko povečajo učinkovitost instrumentov nacionalne moči (politične, diplomatske, informacijske, ekonomske in vojaške), saj se tudi te uporablja za vplivanje na odločitve in vedenje svetovnih voditeljev.

Digitalna množična občila so temeljito spremenila našo zaznavo stvarnosti s prenosom podatkov v realnem času, po drugi strani pa je njihova interaktivnost sprožila številna moralna in etična vprašanja. Uporabniki so namreč postali sooblikovalci medijskega prostora in dogajanja, s čimer se je močno relativiziral pomen novinarske etike in profesionalnosti pri predstavljanju dogodkov, pri tem pa ne smemo pozabiti tudi na senzacionalizem, ki temelji na načelu, da je slaba novica dobra novica (Svete 2006b, 18–19). Novinarji so izgubili ekskluzivno pravico do poročanja o vojni, medijski prostor je postal odprt informacijski prostor, na katerega je vse težje vplivati, nadzor oz. cenzura pa je postala skoraj nemogoča ob številnih virih informacij, ki jih imajo uporabniki na voljo.

Uporaba informacijsko-komunikacijske tehnologije omogoča številne prednosti pri izvajanju psiholoških operacij, in sicer se je zmanjšal čas prenosa informacij, komunikacija pa se je močno pocenila. Uporaba kibernetkega prostora omogoča izvajalcem prikrito komunikacijo in anonimnost. Informacijsko-komunikacijska tehnologija deluje kot ojačevalec moči, zato se danes vse bolj izpostavljata informacijska moč in prostor kot novi področji geopolitike. Povezovanje računalništva in telekomunikacije je bistveno povečalo obseg in zapletenost informacij. Nova tehnologija omogoča izvajalcem psiholoških operacij, da dosežejo ciljno občinstvo tudi, kadar drugi mediji niso učinkoviti, hkrati pa na ta način dosežejo tudi novo, širše občinstvo (Svete 2007, 126).

Trend vključevanja oboroženih sil v mirovne operacije, kjer je uporaba sile natančno omejena s pravili delovanja (angl. *rules of engagement*), je dodatno izpostavil potrebo po učinkovitih informacijskih aktivnostih, kjer sile za izvajanje psiholoških operacij tekmujejo s sofisticiranimi, močnimi in domačimi mediji. V takšnem okolju sile za vojaške psihološke operacije ne morejo monopolizirati informacij z uničenjem ali motenjem kanalov za prenos informacij, ampak morajo tekmovati s številnimi mednarodnimi nevtralnimi mediji, da bi pridobile pozornost tujega ciljnega občinstva. V informacijski dobi narašča zanašanje na sofisticirane medije, ki so sposobni prenesti informacijo v realnem času. Ponavadi prva informacija, ki doseže občinstvo, določa, kako določen dogodek ljudje dojemajo. Tako je tista

stran, ki se na posredovane informacije samo odziva, v slabšem položaju, saj prva informacija ponavadi določa dokončni učinek na občinstvo. Da bi bile vojaške psihološke operacije učinkovite, morajo biti neprekinjene in integrirane z drugimi elementi informacijskih operacij (Report of the Defense Science Board Task Force 2000, 12; Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication 2004, 46).

V preteklosti je bila jasna meja med tremi nivoji izvajanja psiholoških operacij. V času po hladni vojni pa so meje med njimi zabrisane do te mere, da mogoče niti ne obstajajo več. Dostopnost novic in informacij je v svetu skoraj takojšnja, zato je skoraj nemogoče informacijsko kampanjo omejiti na neko območje. Zaradi novih načinov poročanja in informacijske tehnologije, lahko ljudje spremljajo potek bitke kot bi gledali športni dogodek. Dogodke, ki so bili včasih znani peščici ljudi, lahko danes spremljajo milijoni ljudi po svetu. Strateške psihološke operacije imajo globalne posledice, operacijske psihološke operacije tekmujejo z mednarodnimi medijskimi organizacijami, ki so v boljšem finančnem položaju in uporabljajo bolj sofisticirano tehnologijo (Report of the Defense Science Board Task Force 2000, 14-17).

Skozi celotno zgodovino vojskovanja so se vojaki soočali s procesom zbiranja in analiziranja informacij ter sprejemanja odločitev in ukazovanja podrejenim, danes pa to počenejo pred globalnim občinstvom pod budnim očesom televizijske kamere. Učinek tovrstnega medijskega poročanja imenujemo učinek CNN-a (angl. *the CNN effect*), in se uporablja kot sinonim za vse vrste poročanja v realnem času. Poročanje v realnem času je pripeljalo do takojšnjega zavedanja javnosti in natančnega pregleda nad strateškimi odločitvami in potekom vojaških operacij, kar povzroča ogromen pritisk na strateško sprejemanje odločitev in zahteva hiter odgovor. Zato mnogi v vojski vidijo medijski vdor v izvajanje operacij kot potencialno grožnjo, po drugi strani pa vojske potrebujejo medije, da bi informirale domačo javnost in tako spodbudile zanimanje in podporo za operacije. Poleg tega učinek CNN-a vpliva tudi na točnost informacij, saj televizijske mreže tekmujejo, kdo bo prvi objavil zgodbo in ne preverjajo virov (Belknap 2001, 18–19).

Opazovanje sodobnih vojn izloča nekaj analitično-psiholoških značilnosti vojskovanja:

- sodobno psihološko vojskovanje strani v spopadu je intenzivno, usmerjeno, bučno in selektivno;
- klasične in preproste metode propagande so še vedno uspešne;

- psihološko vojskovanje pospešuje distančna vojna, v kateri je izjemna skrb namenjena podpori domačega javnega mnenja in strahu pred izgubo življenja vsakega vojaka;
- dosedanje izkušnje izvajanja bojnih operacij so pokazale, da prihodnje vojskovanje ne bo več toliko temeljilo na uporabi množične vojaške sile in tehnike, ampak bo vse večji poudarek na subtilnem, skoraj nevidnem vojskovanju, ki bo podprto z obveščevalnimi podatki in podatki, pridobljenimi z informacijskim in elektronskim bojevanjem;
- kljub izjemno izpopolnjeni tehniki in uporabi elektronskih sredstev bo morala vojakov in vojske še naprej temeljna psihološka uganka vsake vojne. Strani v spopadu si bodo še naprej prizadevale zlomiti nasprotnikovo voljo do bojevanja in odpora (Arnejčič 2006, 21).

Pri psiholoških operacijah je torej pomembno ohraniti medijsko superiornost in nadzor nad negativnimi učinki medijskega poročanja. Država, ki je najbolj sposobna učinkovito nadzirati in koordinirati tok informacij ter upravljati z informacijami, še posebej pa upravljati z dojemanjem izbranih ciljnih občinstev, bo najbolj vplivna in bo nasprotnika lahko premagala brez boja. To je še posebej pomembno v času, ko je izguba življenj politično občutljiva tema. Psihološke operacije so bolj diskretne in politično bolj sprejemljivo sredstvo od konvencionalnih vojaških aktivnosti. Tako se bodo države in nedržavni akterji raje zanašali na uporabo propagande nad lastnim in mednarodnim občinstvom, kot da bi se z močnejšim nasprotnikom soočili preko tradicionalnih vojaških sredstev.

4.3 Načrtovanje psiholoških operacij

Da bi bile psihološke operacije uspešne, je potrebno jasno definirati poslanstvo in cilje, analizirati in oceniti ciljno občinstvo, oceniti vse psihološke učinke psiholoških operacij, izbrati zanesljiv medij za prenos informacij, hitro izkoristiti teme psiholoških operacij in neprestano ocenjevati rezultate in učinkovitost psiholoških operacij glede na postavljene cilje in poslanstvo (Joint Publication 3-53 2003, 20–22).

Proces psiholoških operacij obsega sedem faz, in sicer načrtovanje, analizo ciljnega občinstva, načrt serije produktov in dejanj za spremembo vedenja ciljnega občinstva, razvoj produktov in dejanj v prototipe, odobritev produktov za psihološke operacije, proizvodnjo, distribucijo in

prenos materiala in informacij ter ovrednotenje psiholoških operacij (Field Manual 3-05.30 2005, 77-79). Pri tem je pomembno, da se v določeni psihološki operaciji uporablja iste teme in simboliko.

Za razvoj načrtov za psihološke operacije je potrebno raziskovanje in analiziranje, razvoj možnosti za prikrivanje informacij, zmožnosti za proizvodnjo materiala in diseminacijski načrt. Načrtovalci morajo poznati priložnosti in omejitve posameznih sredstev. Na prepričevalno komunikacijo vpliva komunikacijska klima. Gre za to, kako ljudje reagirajo na sporočila psiholoških operacij, kar pa je odvisno od tega, kje se ljudje nahajajo, kdo jih posluša ter kateri komunikacijski kanal je bil pri tem uporabljen (Whitely 2000, 16-17, 26–27). Pri tem je pomembno natančno poznavanje nacionalno varnostne politike in ciljev ter razumevanje navad, vrednot, kulturno občutljivih tem in interesov ciljnega občinstva. Razumeti je treba psihološke in kulturne dejavnike (religijo, etnično sestavo, gospodarstvo, zgodovino, demografske značilnosti prebivalstva, pa tudi geografske značilnosti območja), ki lahko vplivajo na proces nasprotnikovega načrtovanja in sprejemanja odločitev. Zato se morajo psihološke operacije pri izvajanju in vrednotenju uspešnosti zanašati na obveščevalno in protiobveščevalno podporo (Field Manual 3-05.30 2005, 71, 97, 103).

Za vplivanje na skupino je potrebno upoštevati njeno izpostavljenost tako sovražnim kot nevtralnim medijem, prednosti in pomanjkljivosti različnih tipov medijev, obstoječi odnos posameznikov v skupini, vsebino sporočila ter odziv posameznika na komunikacijo. Produkti psiholoških operacij bi morali biti v taki obliki, kot je ciljno občinstvo navajeno prejemati informacije. Programi za izvajanje psiholoških operacij bi morali biti organizirani tako, da se na posameznika, na katerega želijo vplivati, ne bi gledalo kot na izolirano entiteto, ampak kot integrirani del aktivnega družbenega okolja oz. kot člana skupine, saj medosebni odnosi oblikujejo posameznikovo mnenje, odnos, navade in vrednote (Whitely 2000, 17).

V globalnem informacijskem okolju ne moremo govoriti o javnosti, ampak o številnih javnostih¹⁵, na katere lahko isto sporočilo različno vpliva. Zato je potrebno pri načrtovanju psiholoških operacij natančno analizirati in identificirati ključno občinstvo, prav tako pa tudi

¹⁵ Ločiti je treba med občo javnostjo, ki je sestavljena iz ljudi, ki se zanimajo za določene politične dogodke na splošno; posebnimi javnostmi, ki jih zanima le določen sektor dejavnosti in imajo svoje organizacije, ideologijo, medije in poklicne govornike; ter strokovnimi javnostmi, ki so profesionalne skupine s svojo organizacijo, vzorci vedenja ter etičnimi kodeksi (Vreg 2000, 36–37).

druge javnosti (sovražne, prijateljske in nevtralne, civilne in vojaške, lokalne, domače in mednarodne) (Joint Publication 3-53 2003, 73–75; Field Manual 3-05.30 2005, 61).

Pred oblikovanjem tem in sporočil bi morali natančno analizirati demografske značilnosti, vzorce obnašanja, vpliv medijev, morebitno propagando, ki ji je ciljno občinstvo izpostavljeno ter kulturne dejavnike ciljnega občinstva, kot so vrednote, religija, izobraževanje in zabava. Torej, ko enkrat razumemo, kaj motivira ciljno občinstvo, lahko začnemo izvajati psihološke operacije. Pri tem pa ne smemo pozabiti na neprekinjeno spremljanje in ocenjevanje učinkovitosti psiholoških operacij ter njihovo spreminjanje in prilagajanje glede na želene učinke. Ciljnemu občinstvu je treba jasno izraziti namen in cilj vojaške operacije. Pomembno pa je, da so psihološke operacije časovno in vsebinsko usklajene z ostalimi aktivnostmi vojaških operacij ter z nacionalnimi programi informiranja ter da se jih uporablja kot politično orožje, ki spretno kombinira vse štiri funkcije komuniciranja (informiranje, poučevanje, zabavo in prepričevanje).

4.4 Pravne omejitve za izvajanje psiholoških operacij – primer ZDA

Kljub temu, da so države naklonjene izvajanju informacijskih programov, pa obstajajo pomembne pravne omejitve uporabe psiholoških operacij. Tako v ZDA politika in zakoni skupaj z mednarodnim pravom prepovedujejo uporabo psiholoških operacij nad ameriškim prebivalstvom¹⁶. Danes pa to povzroča težavo, saj sporočila javne diplomacije tako domačemu kot tujemu prebivalstvu prenašajo isti mediji (npr. televizijska hiša CNN, svetovni splet), do katerih se lahko preko interneta dostopa od koderkoli. To pa pomembno vpliva tudi na sredstva za širjenje informacij sil za izvajanje psiholoških operacij (Lungu 2001, 7).

Kar nekaj ameriških zakonov, ki se nanašajo na javno diplomacijo, se nanaša tudi na vojaške psihološke operacije. Smith-Mundtov zakon iz leta 1948 je ustanovil Ameriško informacijsko agencijo (angl. *United States Information Agency, USIA*), katere glavni nalogi sta projiciranje resnične slike o ameriški družbi in pojasnjevanje narave in pomena zunanje politike ZDA tujim občinstvom. Zakon o zunanjih odnosih iz leta 1972 pa ga dopolnjuje s prepovedjo širjenja informacij o ZDA, prebivalstvu in politiki znotraj ZDA, ki je namenjeno za zunanjo

¹⁶ Izjemoma se lahko oprema in osebje za izvajanje psiholoških operacij uporabi tudi na ozemlju ZDA, ko gre za primer nacionalne krize, ko drugim državnim agencijam pomagajo s širjenjem informacij o varnosti in zdravstveni oskrbi (Field Manual 3-05.30 2005, 19).

uporabo ter nadaljnjo prepoved vplivanja na javno mnenje v ZDA s katerimikoli sredstvi. Z odlokom za prestrukturiranje zunanjih odnosov pa so leta 1998 združili več agencij pod USIA in sicer pod zunanje ministrstvo, ki je dobilo dovoljenje za izvajanje tuje javne diplomacije. Problem pa nastane, ko morajo ena sporočila pošiljati mednarodnemu občinstvu in druga domačim medijem. Predsednikova direktiva 68 namreč jasno določa, da so informacijske aktivnosti za mednarodno javnost namenjene izključno tujim občinstvom, medtem ko morajo istočasno domačemu občinstvu posredovati sporočila, ki so usklajena in ne nasprotujoča si s sporočili namenjenimi tujim občinstvom. Z informacijsko revolucijo lahko vse agencije komunicirajo tako s tujimi populacijami kot z domačim občinstvom (Lungu 2001, 8–9).

Poleg omejitev v domači zakonodaji obstajajo pravne omejitve za uporabo interneta za psihološke operacije tudi v mednarodnem pravu. Vendar pa so te omejitve dvoumne, ker se informacijska tehnologija razvija hitreje kot zakonodaja, ki omejuje njeno uporabo. Informacijsko bojevanje lahko izvajajo različne skupine, kot so oborožene sile, nedržavne, paravojaške ali neregularne sile. Poleg tega ne gre vedno za fizično uničenje in smrtne žrtve, tako da takih napadov po ustanovni listini Združenih narodov ne moremo šteti pod uporabo sile oz. oborožene napade in se kot taki lahko uporabljajo kot legalna oblika prisile tudi v času miru. Kljub tem pomanjkljivostim pa obstajajo področja psiholoških operacij, ki jih zajema mednarodno pravo. Tako se npr. po pravilih Mednarodne zveze za telekomunikacije (angl. *International telecommunication union*) manipuliranje s sovražnikovim dojemanjem, širjenje zmede in nezadovoljstva s prikritim spreminjanjem uradnih napovedi in prenašanjem novic ali pa strašenje in beganje vodij s prevarami obveščevalnih služb ali drugih vladnih komunikacij ne kršijo zakonov vojne. Medtem ko so manipuliranje nasprotnikovega naroda do te mere, da prebivalstvo in voditelji postanejo odtujeni od realnosti, ali pa uporaba propagande, prenašanje spremenjenih video posnetkov in varljivih novic do te mere, da spodbujajo neomejeno civilno vojno ali genocid, nelegalni (Lungu 2001, 9-10). Psihološke operacije prav tako ne smejo kršiti četrte haaške konvencije iz leta 1907, ki prepoveduje ukane v vojni, ki temeljijo na izdajstvu in zahrbtnosti¹⁷. Tudi ženevska konvencija zajema psihološke operacije, ko prepoveduje objavljane fotografij vojnih ujetnikov. Produkti psiholoških operacij ne smejo zajemati podob dejanskih vojnih ujetnikov (Field Manual 3-05.30 2005, 19).

¹⁷ Primeri so zloraba bele zastave, ki pomeni, da se naše sile predajajo, zloraba oznake Rdečega križa in medicinskega osebja ter zloraba identifikacijskih signalov, s katerimi nasprotnika skušamo prepričati, da se mu bližajo prijateljske sile namesto sovražnih.

Glavni argumenti proti internetnim psihološkim operacijam se nanašajo na izoliranje ciljnih občinstev oz. preprečevanje, da bi Američani imeli dostop do teh produktov, medtem ko je lahko pri uporabi tradicionalnih medijev prenos podatkov vsaj nekoliko nadzorovan in so ciljna občinstva dosežena z relativno gotovostjo. V prejšnjih obdobjih so bila ključnega pomena za dosego ciljnih občinstev sredstva, kot je uporaba določenega jezika ter geografski doseg sredstev za prenos podatkov, danes pa je s spreminjanjem lingvistične demografije v ZDA (porast špansko govorečih ter drugih jezikov v ZDA) ter z rastjo globalne kulture in medijskih mrež ta pristop vse manj uporaben. Danes imajo mediji vse večji doseg in so vse manj nadzorovani, prenos podatkov pa je skoraj takojšen, ne glede na to, kje se nahajata oddajnik in sprejemnik (Lungu 2001, 10).

Ker je omejitev samo na ciljno občinstvo skoraj nemogoča, se lahko tem težavam izognimo s posredovanjem resničnih informacij kot odgovor na nasprotnikovo propagando ter na sporočila, ki bodo privlačna določenim skupinam. Tako se npr. ameriške uradne strani za domače občinstvo razlikujejo od tistih za tuje¹⁸ (Lungu 2001, 11).

¹⁸ Spletna stran ameriškega zunanjega ministrstva v angleškem jeziku se razlikuje od strani v francoskem in španskem jeziku; slednje vsebujejo povezave s članki o človekovih pravicah, drogah, korupciji, demokraciji ... (Lungu 2001, 11).

5 SREDSTVA ZA IZVAJANJE PSIHOLOŠKIH OPERACIJ V INFORMACIJSKI DOBI

Kibernetski prostor je drastično spremenil strateško razmišljanje o nacionalni varnosti ter načinih bojevanja. Nova informacijsko-komunikacijska tehnologija omogoča državam, nedržavnim organizacijam (zasebnim organizacijam, gospodarskim družbam, političnim skupinam) in posameznikom, da z uporabo informacij dosežejo svoje cilje in strateško ogrozijo druge države in njihove interese. Tehnološki razvoj omogoča, da postanejo tarča psiholoških operacij tako navadni državljani kot tudi strateški, politični in vojaški voditelji. Simulirani glasovi, izmišljeni provokativni govori vodij države ter projekcije slik in dejanskih življenjskih situacij lahko vplivajo na misli in dosežejo nadzor vedenja. Informacijska orožja lahko zadenejo več tarč hkrati ali delujejo selektivno. Sile za psihološke operacije uporabljajo lastna sredstva in sredstva vladnih agencij, lahko pa najamejo komercialne medije in druge (mednarodne) vire za prenos podatkov in informacij.

5.1 Sistemi za izvajanje psiholoških operacij

Danes velja spoznanje, da vojne ni moč dobiti, če poleg konvencionalnih vojaških operacij ne izvajamo tudi psiholoških operacij. Tako imajo velike sile kot so Združene države Amerike, Velika Britanija in Nemčija v vseh zvrsteh vojske posebne enote, ki so specializirane za izvajanje psiholoških operacij nad civilisti in vojaki.

Na taktični¹⁹ ravni so v ameriški vojski enote za izvajanje psiholoških operacij opremljene z 10 kW in s 50 kW radijskimi in televizijskimi oddajniki, sistemi za tiskanje, zvočniki in mobilnimi kombiji za oddajanje avdiovizualnih signalov. Zračne sile uporabljajo posebno namensko letalo Herkules EC-130E Commando Solo, ki lahko nadzira, oddaja ali blokira komunikacije iz mednarodnega zračnega prostora, letalo MC-130 Combat Talon pa za odmetavanje letakov, bombe iz letakov pa lahko odmetavajo tudi bombniki. Marinci podpirajo psihološke operacije z oddajanjem zvočnih signalov iz obale, z zračnim in artilerijskim raztrosom letakov ter avdiovizualno opremo. Tudi mornarica lahko pripomore k psihološkim operacijam z zmožnostmi za proizvodnjo dokumentov, plakatov, člankov in

¹⁹ Na taktični ravni se psihološke operacije izvajajo z zvočniki, z deljenjem letakov in s komunikacijo iz oči v oči (Joint Publication 3-53 2003, 87).

avdiovizualnih proizvodov, vendar je njeno predvajanje omejeno na 10,6 kW AM radijske oddajnike. Kljub temu lahko z obale dosežejo 80 odstotkov vseh svetovnih prestolnic ter 75 odstotkov svetovnega prebivalstva (Bowdish 1999, 29–31). Za raztros bomb iz letakov ameriška mornarica uporablja letalo F/A-18 in helikopterje (Joint Publication 3-53 2003, 89). Na težko dostopnih območjih pa se za raztros letakov do ciljnega občinstva uporablja tudi brezpilotna letala kot je CQ-10A »Snežna gos« (angl. *Snow Goose*) (Gourley 1996; Field Manual 3-05.30 2005, 41).

Poleg omenjenih pa sile za psihološke operacije uporabljajo še posebna sredstva. Prvi tak sistem je Psyop Interface Device, ki je novo ime za Psyop Product Distribution system (sistem za razpošiljanje materiala za psihološke operacije), pri katerem gre za operativni satelitski komunikacijski sistem, ki povezuje elemente psiholoških operacij. Ta sistem omogoča, da poveljniki na bojišču pravočasno dobijo material oz. informacije za izvajanje psiholoških operacij in jih v živo predvajajo izbranemu občinstvu. Postavi se ga v zaklonišče. Pomožni sistem sestavlja prenosni 50 kW oddajnik TRQ-44, ki ima doomet 160 km. Celoten sistem upravlja 15 vojakov (Gourley 1996).

Drugi sistem je medijski sistem za specialne operacije SOMS-A (angl. *Special Operations Media System-A*) za predvajanje radijskega in televizijskega programa kjerkoli po svetu. Tak sistem je vgrajen tudi na letalo EC-130 Commando Solo. Na taktični ravni pa se uporablja prenosni sistem SOMS-B (Field Manual 3-05.30 2005, 144). Letalo EC-130 Comando Solo naj bi po uničenju nasprotnikovih radijskih in televizijskih oddajnikov na istih frekvencah oddajalo propagandna sporočila in program z dosegom 270 km. Drugo letalo, ki se ga da prav tako uporabiti za psihološke operacije, pa je EC-130H Compass Call, katerega namen je prestrezati nasprotnikova elektronska sporočila ter namesto njih vstavljati lažna. Njegova slabost pa je, da se mora letalo zelo približati (na približno 100 km) nasprotnikovim oddajnikom, da bi delovalo. Vendar pa se zmanjša samozavest nasprotnikovih poveljnikov in operaterjev in povzroči zmedo, kar je tudi namen psiholoških operacij (Dunnigan 2002, 72).

Ameriška mornarica uporablja še prenosni sistem TARBS za radijsko oddajanje vsebin civilni in vojaški populaciji na območju izvajanja psiholoških operacij. Sestavljajo ga prenosno zaklonišče, avdio oddajnik in podsistemi anten, ki lahko oddajajo na obali ali med plovbo (Joint Publication 3-53 2003, 89).

5.2 Trendi v razvoju množičnih medijev in aplikacije na izvajanje psiholoških operacij

Digitalna množična občila so prinesla veliko spremembo v izvajanju psiholoških operacij in v vojskovanje nasploh. Spremembe, ki jih je prinesel internet, lahko razdelimo na tri ravni in se nanašajo na izvajalce vojskovanja, sredstva, ki jih pri tem uporabljajo ter na učinke. Interaktivnost digitalnih množičnih občil je spremenila komunikacijsko strategijo in organizacijsko kulturo sodobnih bojevnikov. Nekoč strogo hierarhično organizirani udeleženci spopada so danes postali decentralizirani in jih je zato vse težje premagati. Z uporabo digitalnih množičnih občil pa je veliko lažje vplivati tudi na zaznavo stvarnosti, saj le-ta združuje prenose različnih oblik informacij, kot so zvok, besedilo, slika in video material. Po drugi strani pa se je zaradi obsežnosti količine informacijskih virov ter nenehnega prenašanja prizorov iz konfliktov zbrisala meja med vojno in mirom, kar lahko vodi tudi v pretirano zaznavanje določenih virov ogrožanja. Nova informacijska tehnologija torej odpira nove možnosti manipuliranja z javnostjo in nasprotnikom (Svete 2006b, 17–18).

Tehnološka revolucija transformira televizijsko in radijsko industrijo, telefonijo ter internet, kar ima velike posledice tudi za vsebino psiholoških operacij in oblike raztrosa materiala za psihološke operacije. V preteklosti so bile te tri tehnologije med seboj ločene, danes pa je meja med njimi vse bolj zbrisana, nova tehnologija namreč združuje značilnosti vseh treh (glej Tabelo 5.1). Tako lahko danes katerokoli obliko sporočila pošljemo do naslovnika po kateremkoli digitalnem kanalu²⁰. Televizija in radio postajata digitalizirana in združena oblika medija, predvajanje masovnemu občinstvu postaja vse bolj ozko usmerjeno proti manjšim občinstvom oz. točno določenim skupinam, v skrajnem primeru pa so medijski tokovi prirojeni celo posameznikom. Pojavlja se vse več nove tehnologije, ki med seboj ni združljiva in težko je predvideti, katera se bo obnesla.

²⁰ Tako lahko npr. vsebino na določeni radijski postaji pošljemo preko interneta kamorkoli po svetu, prenos signala ni več pogojen z RF kanalom na določenem geografskem območju (Report of the Defense Science Board Task Force 2000, 33).

Tabela 5.1: Tipi vsebin, ki se uporabljajo za izvajanje psiholoških operacij

Mediji/ Vsebina	Predvajanje	Video	Avdio	Tekst/ Slika	Kratko sporočilo	Interaktivno glasovno sporočilo	Interaktivni splet	Video igre
Radio								
AM/FM	X		X					
Kratkovalovni	X		X					
Digitalni	X		X		X			
Satelitski	X		X					
Televizija								
VHF/UHF	X	X	X	X	X			
Kabelska	X	X	X	X	X			
HDTV	X	X	X	X	X			
Satelitska	X	X	X	X	X			
Internet								
Klasični splet	X			X	X		X	X
Pretočni mediji	X	X	X	X	X		X	X
Elektronska pošta	X	X	X	X	X		X	X
Klepetalnice	X				X		X	
Telefonija								
PSTN			X			X		
Mobilna	X		X		X	X		
Satelitska	X		X		X	X		
Fax	X			X	X			
Pozivnik	X				X			
Fizični mediji								
Letaki				X	X			
Kasete			X					
CD			X					
CD-ROM		X	X	X				X

Vir: Report of the Defense Science Board Task Force (2000, 48).

Tabela prikazuje različne potencialne tipe vsebin (stolpci), ki jih lahko posredujemo preko različnih medijev (vrstice). Siva polja prikazujejo tiste vsebine, ki jih posredujejo pri tradicionalnih psiholoških operacijah. Vidimo, da je njihov delež majhen v primerjavi s tistimi, ki jih lahko posredujemo z novo tehnologijo.

5.2.1 Radio in televizija

Najpomembnejši trend v oddajanju televizijskega signala je prehod iz prenosa podatkov preko radijskih frekvenc na kabelski sistem prenosa podatkov, ki omogoča široko paleto uslug, kot so telefonija in širokopasovna internetna povezava. Poleg tega pa se uvaja tudi HDTV (angl. *High Definition Television*), ki pa se po svetu pojavlja v številnih nekompatibilnih formatih. Ker narašča število uporabnikov kabelske televizije, bodo psihološke operacije postale otežene, saj ne bo več mogoče prestrezati radijskega signala in oddajati svojega, poleg tega pa bo potrebno za pozornost občinstva tekmovati s številnimi komercialnimi televizijskimi kanali. Če se bo močno razširila uporaba HDTV, pa bodo tudi enote za izvajanje psiholoških operacij morale preiti na digitalne medijske tokove večje kakovosti ter biti sposobne oddajati v različnih formatih, če bodo hotele doseči občinstva po različnih delih sveta (Report of the Defense Science Board Task Force 2000, 33–35).

Tudi satelitski sistemi oddajanja radijskih in televizijskih signalov povzročajo težave izvajalcem psiholoških operacij, saj so ti mediji digitalno kodirani, prejemniki pa imajo satelitske krožnike, katerim je zelo težko oddajati. Satelitski sistemi delujejo tudi v različnih pasovih (L, C, Ku), ki jih sedanji oddajniki psiholoških operacij ne podpirajo. Po drugi strani pa bi široka uporaba satelitskih sistemov omogočila doseganje veliko večjega občinstva po dokaj nizki ceni (Report of the Defense Science Board Task Force 2000, 37–39).

5.2.2 Telefonija

Po svetu pa drastično narašča tudi število uporabnikov brezžične telefonije. Mobilni telefoni postajajo multimedijski sistemi, ki omogočajo vse večji in hitrejši prenos podatkov ter druge usluge, kot so SMS (angl. *Short Messaging Service*), GPRS (angl. *General Packet Radio Service*) in WAP (angl. *Wireless Access Protocol*). Tako se mobilne telefone lahko uporabi za prenos televizijske, radijske in internetne vsebine. Sočasno pa se integrira računalnike s faksom in glasovnimi klicnimi sistemi, ki omogočajo široko in poceni dostavo glasovnih in grafičnih sporočil preko javnega telefonskega sistema. Oba trenda prispevata k novim načinom prenosa vsebin za namene psiholoških operacij in tako lahko posamezno sporočilo pošljemo skoraj neomejenemu številu uporabnikov teh uslug (Report of the Defense Science Board Task Force 2000, 39–41).

5.2.3 Internet

Internet je dominantni medij informacijske dobe, ki je zelo decentraliziran, zato je nemogoče natančno določiti število uporabnikov²¹. Prednost interneta je, da vsak udeleženec v elektronski mreži ni zgolj uporabnik informacij, ampak tudi potencialni proizvajalec informacij. Internet je učinkovito sredstvo za vplivanje na občinstva, za naslavljanje in zoperstavljanje nasprotnikove propagande, dezinformacij in informacij nevtralnih sil, za pridobivanje podpore in vplivanje na zmanjševanje podpore nasprotniku ter kot tak pomembno orodje za izvajanje psiholoških operacij. Dostop do informacij omogoča preko različnih sredstev, kot je svetovna mreža (angl. *World Wide Web*), spletne strani, elektronska pošta, spletne klepetalnice in blogi. Elektronska pošta je najpomembnejše sredstvo komuniciranja med uporabniki interneta, države pa lahko enostavno dobijo seznam elektronskih naslovov, na katere lahko pošiljajo sporočila za namene psiholoških operacij. Danes pa narašča število uporabnikov socialnih omrežij kot je Facebook, kjer uporabniki sami objavljajo osebne podatke in informacije. Elektronska pošta in socialna omrežja tako omogočajo, da se lahko vsako sporočilo oblikuje in priredi za posebej izbrane posameznike. Klepetalnice pa se lahko uporabi za vodene razprave, s katerimi bi se vplivalo na mišljenje populacije o določeni temi²². Uporabniki imajo na voljo tudi brezžični internet in optična vlakna, preko katerih je pretok podatkov še hitrejši. V zadnjih letih drastično narašča število radijskih in televizijskih internetnih postaj, ki oddajajo v realnem času in so dostopne vsakemu, ki ima osebni računalnik in internetno povezavo. Kljub temu pa ni realno pričakovati, da bo internet nadomestil tradicionalne televizijske in radijske postaje (Report of the Defense Science Board Task Force 2000, 41–46).

Preko interneta se lahko informacije posredujejo prijateljskim skupinam na interesno območje, ki lahko potem same izvajajo psihološke operacije, zato ni potrebno tja pošiljati lastnih sil. Kot neprecenljiv vir informacij pa se izkaže tudi v času konflikta, saj lahko preko interneta s posredovanjem in pridobivanjem informacij krepimo politično podporo za lastne cilje. Poleg tega pa so tudi novinarji primorani pridobivati informacije z internetnih strani, ko

²¹ Število uporabnikov je iz 375 milijonov leta 2001 zraslo na 1,596 milijarde marca 2009 (Internet World Stats 2009). Zaradi naraščajočega števila internetnih uporabnikov pa lahko hkrati vplivamo na več ljudi.

²² Klepetalnice se tako že uporablja pri predstavitvi kandidatov za ameriške predsedniške volitve, Kitajska pa organizira nadzorovane klepetalnice, v katerih sodelujoči razpravljajo o različnih temah, pri tem pa so žaljiva sporočila izbrisana preden jih prejmejo sodelujoči v razpravi (Report of the Defense Science Board Task Force 2000, 42).

sami nimajo dostopa do kriznih žarišč, kar še dodatno prispeva k učinkovitosti psiholoških operacij²³ (Lungu 2001, 19).

Internet lahko povzroči revolucijo psiholoških operacij na štirih področjih, in sicer z ustanovitvijo PSYNET-a, pri koordinaciji, implementaciji ter analizi učinkovitosti kampanje psiholoških operacij. PSYNET bi bil mreža, ki bi izvajalcem psiholoških operacij omogočala medsebojno komuniciranje, izmenjavo idej in pridobivanje informacij. Koordinacijo bi dosegli z ustanovitvijo baze podatkov za psihološke operacije, ki bi vsebovala podatke o tekočih kampanjah, operacijah, ciljih, učinkovitih metodah, izkušnjah iz prejšnjih operacij, itd. Implementacija se nanaša na metode za doseganje ciljev psiholoških operacij, kot je refleksni nadzor. Pri tem bi šlo za simuliranje in reprodukcijo glasov, projekcijo slik, itd. Preko PSYNET-a pa bi sporočila tudi dosegla ciljno občinstvo. Učinkovitost psiholoških operacij bi lahko merili z nadzorom spletnih strani na PSYNET-u, tako bi imeli pregled nad tem, kdo dostopa in kolikšen odstotek ciljnega občinstva obiskuje te spletne strani (Whitely 2000, 28–29).

Nekatere države skušajo omejiti dostop do interneta z namenom, da bi preprečile vpliv kontroverznih ali nasprotnih skupin na domače prebivalstvo. Tako npr. Kitajska uporablja taktike, kot so blokiranje spletnih strani z nezaželeno vsebino in namerno upočasnitev pretoka informacij. Nekatere azijske države kot so Rusija, Singapur, Iran in Indonezija pa ga skušajo celo cenzurirati, vendar je to le začasni ukrep, saj lahko prizadeta skupina ali organizacija uporabi drug strežnik, preko katerega lahko dostopa do cenzuriranih vsebin ali pa ustvari uporabniški račun pri tujem ponudniku internetnih storitev (Lungu 2001, 16–17).

Do sprememb torej prihaja na vseh področjih medijev, najbolj očitne pa so pri internetu. Tradicionalno zemeljsko oddajanje radijskih in televizijskih signalov postaja vse manj pomembno, saj se uporabniki po vsem svetu vse bolj odločajo za kabelsko ali satelitsko televizijo, več tisoč radijskih postaj pa oddaja preko interneta. Spletne strani postajajo multimedijske strani, ki povezujejo časopise in forume. Do tehnoloških inovacij prihaja vse hitreje, pojavlja se vse več tehnologije, ki med seboj ni kompatibilna. Oddaljujemo se od modela oddajanja, kjer veliko število uporabnikov prejema majhno število istih vsebin (angl.

²³ Dober primer je kosovska kriza, ko sta si tako srbska vlada kot Kosovska osvobodilna vojska prizadevali za pridobitev mednarodne podpore preko spletnih strani in elektronske pošte. Obe strani sta dnevno poročali o dogajanju, njune zgodbe pa so si bile nasprotujoče kot noč in dan (Lungu 2001, 19).

broadcasting) in se približujemo modelu, kjer je posamezno sporočilo oblikovano in prirejeno za točno določenega uporabnika (angl. *narrowcasting*). Zato bodo države morale voditi ogromne evidence, ki bodo vsebovale preference posameznih uporabnikov medijev (Report of the Defense Science Board Task Force 2000, 49).

Glede na omenjene trende tradicionalno oddajanje televizijskih in radijskih signalov z letalske platforme (kot je npr. Commando Solo) postaja vse manj učinkovita metoda za izvajanje psiholoških operacij. Uporabniki imajo v različnih delih sveta dostop do različnih medijev, nekateri pa niti ne morejo sprejemati UHF in VHF signalov, ker imajo kabelsko ali satelitsko televizijo.

5.3 Orožja prihodnosti

Sredstva za izvajanje psiholoških operacij dobivajo inteligentno komponento, ki zajema računalniško opremo, ki se uporablja za vodenje operacijskih sistemov in sistemov za zaznavanje, ki lahko prepoznajo tarčo, širijo propagando in raztrosijo letake. V prihodnosti naj bi letaki združevali vizualne, avdio in govorne elemente, kot so npr. voščilnice za rojstne dneve (Thomas 2003, 7).

5.3.1 Holografski laser

Tehniko holografije se uporablja za zavajanje nasprotnika, ker ga s prikazom tridimenzionalne slike lahko tako zmedemo, da ne loči več med resnico in utvaro. Holografski laser je zato primerno orožje za izvajanje psiholoških operacij in kot orožje za zavajanje množic.

Ameriško podjetje Livermore Laboratories naj bi že razvilo metodo za projekcijo hologramov, ki jo lahko uporabijo za prikaz islamskih mučenikov, ki bi iz oblakov nagovorili vojake, naj se predajo (Thomas 2003, 7). Ameriški Center za obveščevalne in informacijske operacije (angl. *Center for Intelligence and Information Operations at US Special Operations Command* oz. *USSOCOM*), pa razmišlja celo o uporabi holografskih projekcij s pomočjo laserske svetlobe ter zvočne projekcije, s katero bi ustvarili »božji glas« oz. iluzijo, s katero bi

vplivali na percepcijo ljudi (Koch 2003). Ta bi bila izjemno učinkovita pri narodih in kulturah, ki slepo verjamejo svojim verskim in političnim voditeljem.

5.3.2 Orožja za nadzor uma

Ruski major I. Chernishev trdi, da so psihotronska orožja v razvoju po celotnem svetu. Med njimi je izpostavil psihotronski generator, ki proizvaja močno elektromagnetno sevanje, ki ga je mogoče poslati po telefonskih linijah, televizijskih in radijskih mrežah, dovodnih ceveh in žarnicah. Japonci so razvili neslišne kasete, s katerimi lahko namestijo sisteme zvoka z infra-nizkimi frekvencami preko glasbe, ki jih lahko zazna le podzavest²⁴. Učinek 25. sličice (angl. *25th-frame*) je tehnika, kjer vsak 25. okvir posnetka filma vsebuje sporočilo (kombinacijo barv), ki ga zazna le podzavest in operaterja spravi v trans. Solntsev to tehniko imenuje ruski Virus 666, ki lahko s svojim načinom delovanja privede celo do aritmije srca. Namen je vnesti sporočila v gledalčevo podzavest in tako vzpodbuditi določene želje ali potrebe (Thomas 1998, 89–90).

HAARP (angl. *High Frequency Active Auroral Research Project*) je ameriški program, ki so ga poimenovali kot orodje za psihotronski nadzor nove svetovne ureditve. HAARP bi lahko uporabljali za nov komunikacijski sistem, vendar vojska uradno priznava le dve možnosti uporabe, in sicer za nadomestitev trenutnega komunikacijskega sistema podmornic z ekstremno nizkimi frekvencami (ELF) ali pa za omogočanje vzpostavitve novih komunikacijskih poti na ekstremno velikih razdaljah, medtem ko bi pustili lastni vojaški komunikacijski sistem nemoten. Sofisticirana sporočila za nadzor uma se posreduje preko oddajanja radijskih frekvenc in tako bi se lahko naprava HAARP uporabila tudi za oddajanje globalnih sporočil za nadzor uma (Miller 2001).

Za napad na človekove možgane so razvili več metod in sredstev, vendar so najdlje prišli pri razvijanju elektromagnetnih orožij. V 50. in 60. letih prejšnjega stoletja so ZDA začele iskati načine za vplivanje in nadzor nad človekovim zaznavanjem, čustvi in vedenjem. To raziskovanje vključuje uporabo brezžične usmerjene elektromagnetne energije v sklopu

²⁴ Rusi trdijo, da so uporabljali podobno »bombardiranje« z računalniškim programom za zdravljenje alkoholizma in odvisnosti od kajenja (Thomas 1998, 89).

informacijskega vojskovanja in nesmrtonosnih orožij, ki bi se jih lahko uporabilo v primeru masovnih protestov in nemirov (Phillips, Brown in Thornton 2006).

Elektromagnetno orožje je posebna elektronska naprava in umetna inteligenca, sposobna prenosa misli, manipuliranja s čustvi in nadzorovanja mišičevja. Slike in celo sanje je moč usmerjati na subjekt oz. objekt napada. Človeški ali kibernetiski nadzorniki lahko povzročijo telepatsko spremembo misli, hkrati pa žrtvi vsadijo fizične občutke, sublimirana povelja, čustva in virtualne halucinacije. Posledice takšnega delovanja občutimo kot glavobol, utrujenost, nespečnost, pordelost kože, vznemirjenost, agresivnost, podaljšan reakcijski čas, jezo, paniko, zmedenost, vrtoglavico, slabost, krče in druge znake. Valovne dolžine od 2 do 3 hertzov (Hz) izzovejo pri ljudeh mlahavost, zaspanost in utrujenost, 6 Hz razdraženost, valovne dolžine od 11 do 13 Hz pa občutek dotoka energije, agresivnost in povečanje delovne storilnosti (Arsić 2006, 25).

V ZDA so razvili dva sistema za elektromagnetne impulze, in sicer troposkater (mikrovalovni oddajnik oz. izvor) in brainblaster (elektromagnetni »razstreljevalec« možganov). O dejanski moči elektromagnetnega orožja pa lahko sklepamo iz dejstva, da je elektromagnetne impulze v radijskem frekvenčnem okolju možno usmerjati iz vesolja prek anten velikega dosega na naseljena mesta. V hipu lahko onesposobijo velike vojaške enote, pa tudi ogromno prebivalcev teh mest. Prednost elektromagnetnega orožja je, da ne povzroča nenačrtovane postranske škode (Arsić 2006, 25).

Usmerjeni akustični sistem za glasove v glavi so neuro-elektromagnetna nesmrtonosna orožja, s katerimi lahko povzročimo glasove v glavi izbranih ljudi. Podjetje American Tehnology Corporation je razvilo ročni zvočnik, ki lahko usmeri zvočne valove v izbrano osebo, tako da zvoka ne sliši nihče drug. Podoben sistem uporabljajo oborožene sile, s katerim lahko nadzirajo množice in tudi korporacije za usmerjanje reklamnih sporočil neposredno v glave potrošnikov (Phillips, Brown in Thornton 2006).

6 PSIHOLOŠKE OPERACIJE ZDA V VOJNI PROTI TERORIZMU

11. septembra 2001 je 19 teroristov ugrabilo štiri ameriška komercialna letala in izvedlo več napadov, s katerimi so radikalno spremenili ameriški pogled na svet. Večina je bila saudske nacionalnosti, ki so delovali pod okriljem Osame bin Ladna. Cilji so bili skrbno izbrani simboli ameriške nacionalne moči, simbol ameriške ekonomske moči Svetovni trgovski center (WTC), simbol ameriške vojaške moči Pentagon, po mnenju nekaterih pa naj bi bila tretja tarča Capitol Building, simbolični center ameriškega političnega sistema, ki ni bil poškodovan zaradi junaškega podviga potnikov leta 93, ki so izvedli za napad na WTC in Pentagon. Le 26 dni po napadu je mednarodna koalicija z ZDA na čelu, ki se ji je pridružilo več kot petdeset držav, začela prvo fazo globalne vojne proti terorizmu (angl. *Global War on Terrorism*) z Operacijo dolgotrajna svoboda (angl. *Operation Enduring Freedom*) v Afganistanu, katere cilj je eliminirati bin Ladnovo teroristično skupino Al Kaido. Marca 2003 je koalicija začela drugo fazo vojne proti terorizmu z invazijo na Irak. Kljub temu da ni neposrednih dokazov o vpletenosti iraškega režima v napad 11. septembra, je znano, da je bil iraški diktator Sadam Husein podpornik teroristov, kar je bil zadosten razlog za začetek druge zalivske vojne, Operacije iraška svoboda (angl. *Operation Iraqi Freedom*) (Hubbard 2007, 45). S tem se je začel boj za naklonjenost 1,2 milijarde muslimanov.

Svet je obsodil napade 11. septembra in sočustvoval s trpljenjem ZDA, kar pa ZDA niso znale izkoristiti. Številne raziskave javnega mnenja so pokazale, da mnoge tuje javnosti, še posebej pa tiste z muslimansko populacijo, nimajo pozitivnega odnosa do ZDA in njene politike.

Psihološke operacije imajo danes in bodo imele tudi v prihodnje ključno vlogo v boju zoper terorizem, pri čemer je poudarek na upravljanju zaznavanja mednarodne javnosti, saj se tudi teroristične organizacije poslužujejo globalnih medijev s katerimi skušajo boj proti njim prikazati kot nediskriminatoren ter neproporcionalen, ki ni v skladu z mednarodnim pravom. V tem poglavju bom analizirala psihološke operacije ZDA in Al Kaide, vojaške operacije in teroristični napadi pa niso predmet mojega preučevanja.

6.1 Ameriški boj za naklonjenost v islamskem svetu

Najpomembnejši boj v ameriški vojni proti terorizmu je boj za naklonjenost, ki se ga lahko vodi le preko natančno načrtovane informacijske kampanje, ki temelji na jasnem razumevanju nasprotnikove ideologije in metod za ohranjanje antiamerikanizma, ki služi kot vir za pridobivanje ljudi pripravljenih na žrtvovanje lastnega življenja (McClanahan 2002, 9).

Ameriški predsednik George W. Bush je s svojimi govori zastavil okvir boja dobrega proti zlu, ko je svet izzval s slavno izjavo: »Ali ste z nami, ali ste na strani teroristov.« Nastala je dihotomija nas, ki predstavljamo svobodo, proti njim, ki sovražijo svobodo. ZDA so rešitelj, ki vodi civilizacijski boj proti zlu in strahopetcem. Objavljanje posnetkov incidenta manjše skupine Palestincev, ki so slavili napad 11. septembra, je vizualno podprlo sum Američanov, da večina muslimanov podpira napad, medtem ko so posnetki v očeh muslimanov vzbudili sum, da gre za pripravo vojne proti islamu. George W. Bush in Osama bin Laden sta postala zrcalni sliki, ki si stojita nasproti, oba prepričana, da se borita za pravičen cilj. V očeh drug drugega pa predstavljata utelešenje zla. Ameriški predsednik je poosebil teroristično grožnjo v eno osebo, terorizem je postal sovražnik, in ne sredstvo, ki ga sovražnik uporablja (Pinatk 2006, 39-43, 78-90, 106–124).

Tisti novinarji, ki niso poročali v skladu s tem okvirjem, so bili označeni kot nepatrioti. Šlo je v bistvu za politizacijo medijev in namerno prikrivanje informacij, ki bi škodile politiki in prikazovanje informacij, ki podpirajo politiko (Betts in Mahnken 2003, 64).

Večina koordinacije komuniciranja med agencijami je v zadnjih letih potekala ad hoc. Po 11. septembru so ZDA ustanovile številne koordinacijske mehanizme, med katerimi so tudi koalicijski informacijski centri v Washingtonu, Londonu in Islamabadu, ki so bili ustanovljeni v začetni fazi vojaške operacije v Afganistanu leta 2001. Ti centri so bili oblikovani, da bi se hitreje odzivali na propagando Talibanov in Al Kaide ter popravljali netočne informacije, poročila in novice, ki bi povzročile negativne reakcije v tujini in doma ter svetovnim medijem posredovali pro-ameriške novice (GAO-04-435T 2004, 12; Kuehl in Armistead 2007, 20). Januarja 2003 je predsednik ustanovil stalni koordinacijski mehanizem, Urad za globalne komunikacije (angl. *The White House Office of Global Communications*), katerega dolgoročni cilj je oblikovati nacionalno komunikacijsko strategijo, s katero bi svetovno prebivalstvo ameriško politiko in njene obrambne aktivnosti dojemalo pozitivno, ter septembra 2003 še

Strateški koordinacijski odbor za komunikacijsko politiko (angl. *Strategic Communication Policy Coordinating Committee*), da bi zagotovil med agencijsko koordinacijo v širjenju ameriškega sporočila po svetu. Naloge urada so zagotavljanje usklajenosti sporočil, ki promovirajo interese ZDA v tujini, preprečevanje napačnega razumevanja teh sporočil, krepitev in pridobivanje podpore zaveznikov ZDA ter informiranje mednarodnega občinstva²⁵. Ustanovili pa so tudi skupine komunikatorjev, ki so zadolženi za krizno odzivanje na kritike ameriške politike in protislovna sporočila (Malone in Armistead 2007, 145–146; Rampton in Stauber 2003). Trenutno je ameriško strateško upravljanje zaznavanja osredotočeno na islamski svet, proračun za Bližnji Vzhod pa znaša 750 milijonov ameriških dolarjev in narašča²⁶ (Collins 2003).

Kljub prizadevanjem pa ameriška javna diplomacija na strateški ravni ni dosegla želenih rezultatov pred začetkom Operacije iraška svoboda (angl. *Operation Iraqi Freedom*). Ameriškemu državnemu sekretarju Colinu Powwellu ni uspelo prepričati Varnostnega sveta Združenih narodov (Francije, Nemčije in Rusije), da je vojaška operacija v Iraku potrebna, tako da do glasovanja o vojaški operaciji sploh ni prišlo, saj je bilo očitno, da soglasje ne bi bilo doseženo (Collins 2003).

ZDA si prizadevajo ohraniti informacijsko superiornost, kar pomeni zmožnost zbiranja, analiziranja in širjenja informacij, medtem ko izkoriščajo in preprečujejo nasprotniku prost pretok informacij. Vendar proliferacija virov informiranja (rast števila satelitskih televizijskih storitev in internetnih povezav) spodkopava ameriška prizadevanja vplivanja na svetovno javno mnenje. Občinstvo si lahko izbere tiste vire informacij, ki krepijo že obstoječa mnenja. Novi arabski mediji (kot so FM radio, mednarodni časopisi in internet) so ustvarili kompleksen medijski prostor v arabskem svetu, kjer ni več izključno državno financiranih medijev. Najbolj znana je katarska satelitska televizijska mreža Al Jazeera (imenovana tudi arabski CNN), poleg nje pa arabski medijski prostor zasedajo tudi saudska MBC, libanonska

²⁵Državni Urad za mednarodne informacijske programe (angl. *State's Office of International Information Programs*) je razvil iniciativo za podporo vojni proti terorizmu. Med njimi je letak z naslovom *The Network of Terrorism*, ki so ga posredovali v obliki tiskanih kopij, preko spleta in mednarodnih medijev v 36 jezikih, da bi dokazali neposredno povezavo med Al Kaido in odgovornimi za 11. september. Objavil pa je tudi publikacijo z naslovom *Irak: Od strahu do svobode*, da bi seznanili tuja občinstva s politiko ZDA proti Iraku (GAO-04-435T 2004, 10).

²⁶V petih letih je proračun za upravljanje zaznavanja zrasel za 63 odstotkov in leta 2009 znaša 4,7 milijard ameriških dolarjev, kar je skoraj toliko kot so ZDA porabile za bojno opremo v Iraku in Afganistanu med leti 2004 in 2006. Od tega je 489 milijonov namenjenih psihološkim operacijam (Pentagon Spending Billions on PR to Sway World Opinion 2009).

LCB-al Hayat, Abu Dhabi TV in Al Arabiya. Ti novi mediji pa s poročanjem v realnem času tvorijo okvirje, s pomočjo katerih ljudje razumejo dogodke in ameriške politične cilje (Collins 2003; Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication 2004, 26). Koalicija je zaradi učinka, ki ga je Al Jazeera imela na svetovno in iraško javnost (dosegla naj bi 35 do 40 milijonov gledalcev), skušala preprečiti njeno oddajanje z letalskimi bombnimi napadi na njene objekte v Kabulu in Bagdadu ter z elektronskim blokiranjem, kasneje pa so poročali, da je šlo za nesrečo. Monopol nad informacijami pa je koalicija skušala dobiti tudi z elektronskim blokiranjem radijskega oddajanja (Collins 2003).

Psihološke operacije so vitalnega pomena za ameriške diplomatske, informacijske, vojaške in gospodarske aktivnosti. Tako so ZDA po 11. septembru razširile svoja prizadevanja v javni diplomaciji v državah z večinsko muslimanskim prebivalstvom, ker naj bi bilo to strateškega pomena za vojno proti terorizmu. Močno so povečale vire za financiranje javne diplomacije v Južni Aziji in na Bližnjem vzhodu ter sprožile novo iniciativo proti širšemu občinstvu, predvsem mlajšemu prebivalstvu. Pri tem je poudarek na programih kulturne in izobrazbene izmenjave mladih, informacijskih programih o ZDA preko partnerstva ameriških veleposlaništev in lokalnih institucij, katerih cilj je informirati tuje javnosti o politiki ZDA in vojni proti terorizmu ter prikazati, da si ZDA z muslimani delijo skupne vrednote. Tako so Američani začeli s predvajanjem radia Sawa, Afganistanske radijske mreže in radia Farda v Iranu²⁷, 14. februarja 2004 pa tudi z oddajanjem informacijskega programa na satelitski televiziji Al-Hurra v arabskem jeziku, ki pokriva 22 držav Bližnjega vzhoda in severne Afrike (GAO-04-435T 2004, 2–4). Naloga teh medijev je bila predvajati točna, uravnotežena in objektivna poročila. Radijski program pa oddajajo tudi s pomočjo letala Commando solo EC-130 E, ki navadno traja eno uro in poteka v arabskem jeziku, program pa vsebuje predstavitev, kombinacijo zahodnjaške in regionalne glasbe ter informacije, ki so namenjene izbranemu občinstvu (Portman 2003).

Radio Sawa (v prevodu Radio skupaj), ki pokriva arabske države in predvaja tako arabsko kot zahodno popularno glasbo, služi pa tudi kot sredstvo za prikazovanje novic iz ameriške perspektive, bi lahko bil pomemben instrument psiholoških operacij tudi v prihodnje. Radio Sawa naj bi bil eden izmed najbolj priljubljenih radijskih postaj med mladimi Arabci (Collins 2003). Drugi program ameriške vlade za izboljšanje ugleda je revija Hi, ki je začela izhajati

²⁷ Za te tri projekte so v letu 2003 namenile 116 milijonov ameriških dolarjev (GAO-04-435T 2004, 4).

julija 2003. Revija vsebuje članke o družbeni in kulturni problematiki v Ameriki, namenjena pa je mladim Arabcem, starim med 18 in 35 let. Iraška medijska mreža (angl. *Iraqi Media Network*), kasneje preimenovana v Al Iraqiya, pa je prva neodvisna radijska in televizijska mreža v Iraku po padcu Sadama Huseina, ki jo prav tako financira ameriška vlada (Hubbard 2007, 63).

Slabo komunikacijsko infrastrukturo so sile za psihološke operacije skušale premostiti z razdeljevanjem radijskih sprejemnikov (v Afganistanu naj bi razdelili 7.000 radijskih sprejemnikov) lastnikom lokalov, ki so predvajali radijski program (glej prilogo D), ki so ga oddajala letala Commando Solo. V bolj odročnih območjih pa so jim delili še zgoščenke z ameriškim informacijskim radijskim programom (Hubbard 2007, 52).

Koalicija z ZDA na čelu je skušala vplivati na svetovno dojemanje konflikta v Afganistanu in Iraku z različnimi ukrepi. Med njimi je zagotovo eden najuspešnejših politika vključevanja novinarjev v vojaške enote (angl. *Embedded media*), ki je pridobila veliko podporo ameriške vlade in medijev. Takšno poročanje je zmanjšalo možnosti za propagando in dezinformiranje (kot je npr. poročanje o številu žrtev), ki bi lahko povzročilo zmanjšanje politične podpore za vojaško operacijo v ZDA in v drugih državah (Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication 2004, 31). V operaciji iraška svoboda se je vojaškim enotam ZDA in Velike Britanije priključilo okoli 500 novinarjev, fotografov in spremljevalne novinarske ekipe, ki so lahko 24 ur na dan poročali o dogajanju na bojišču ter izpraševali vojake in poveljnike (Miracle 2003, 41–45). Ti novinarji so pred odhodom opravili krajše vojaško urjenje in bili v vojaško enoto vključeni že pred odhodom na bojišče, ki so jo nato spremljali še dva do tri tedne v boju. S tem so skušali pridobiti naklonjenost novinarjev, da bi bolj pozitivno pisali o vojski ter s tem spodbudili podporo domače javnosti, kar bi okrepilo moralo vojakov, po drugi strani pa je ta način poročanja zagotavljal večjo varnost novinarjev, ki so lahko prvič poročali v živo neposredno iz bojišča (Collins 2003).

Psihološka kampanja v Iraku je veliko intenzivnejša od tiste v zalivski vojni iz leta 1991. Že pred začetkom Operacije iraška svoboda (tj. pred 20. marcem) so koalicijske sile nad Irakom odvrgle več kot 40 milijonov letakov (glej prilogo E) in še enkrat toliko na začetku operacije. Letaki so bili posebej oblikovani glede na to, ali so namenjeni vojaškim enotam ali civilnemu prebivalstvu, po vsebini pa se razlikujejo tudi glede na ciljno skupino v določeni geografski regiji. Z letaki so civilno prebivalstvo opozarjali, naj se ne približujejo vojaškim objektom in

enotam in naj zanemarijo direktive vladne stranke Baath, vojake pa, naj ne usmerjajo svojega orožja proti koalicijskim letalom ter naj se predajo, sicer bodo uničeni. Z letaki so pozivali tudi k neuporabi orožij za množično uničenje in opozarjali na odgovornost za vojne zločine v primeru, če pride do uporabe (Psihološke operacije ameriških oboroženih sil 2003). Letaki pa so bili uporabljeni tudi za obveščanje o informacijskih radijskih postajah in frekvencah oddajanja. Z radijskimi oddajami so ZDA poskušale prepričati poslušalce, da je cilj koalicije osvoboditi Iračane vladavine Sadama Huseina (Psihološki rat protiv iračkih vojnih snaga u punoj snazi 2003). Koalicijske sile so radijski signal oddajale iz radijskih postaj v večjih mestih, pa tudi izven urbanih območij in z letali EC-130E Commando Solo. Med najbolj inovativnimi sredstvi psiholoških operacij je bilo neposredno pozivanje poveljnikov enot in ključnih sprejemalcev odločitev k pogajanjem o predaji preko elektronske pošte, telefonskih klicev in sporočil. Uspešni pa so bili tudi neposredni pozivi k predaji preko zvočnikov. Komunikacija iz oči v oči je najbolj nevarna, vendar hkrati tudi najbolj učinkovita, saj gre za osebni stik s ciljnimi občinstvom. Poleg teh sredstev psiholoških operacij pa so ameriške enote v Iraku in Afganistanu predvajale še glasbo (heavy metal in rock) in izvajale zavajanje z zvočnimi učinki helikopterjev in tankov, s katero so zmedle ali prestrašile upornike (Collins 2003). Oblikovana pa je bila tudi televizijska kampanja »Skupne vrednote«, serija manjših oglasov, ki prikazujejo življenje muslimanov v ZDA. Ti kratki filmčki naj bi prikazovali, da si prebivalci ZDA z islamskim svetom delijo skupne vrednote, kot so ljubezen do družine, da z muslimani v ZDA dobro ravnajo, da lahko svobodno prakticirajo svojo vero (Pintak 2006, 269). Pomembno pa je bilo tudi objavljane posnetkov uspehov koalicijskih vojakov pri zavzemanju mest. Najpomembnejši prizor invazije na Irak leta 2003 je porušenje kipa Sadama Huseina na trgu Firdos v centru Bagdada. Dogodek je na prvi pogled dajal vtis, da je šlo za spontano delovanje prebivalcev mesta, v resnici pa je šlo za delovanje ameriške enote za psihološke operacije. V realnosti je bilo ljudi okrog kipa, ki so navdušeno vzklikali, veliko manj kot je bilo prikazano v uradni zgodbi. Po nekaterih virih pa naj ne bi šlo za lokalno prebivalstvo, ampak naj bi jih prepeljala ameriška vojska iz drugih delov države (Army Stage-Managed Fall of Hussein Statue 2004).

Do zdaj omenjene taktike psiholoških operacij spadajo pod t. i. »bele« psihološke operacije, koalicija pa je izvajala tudi »črne« psihološke operacije. Med njimi je znan primer radijska postaja Radio Tikrit, ki je na začetku podpiral Sadama Huseina in si tako pridobil kredibilnost, sčasoma pa se je izkazalo, da radia ne vodijo lojalni Iračani, ampak ameriška

CIA. Radio Tikrit je bil že po nekaj tednih oddajanja vse bolj kritičen do Sadama (Collins 2003).

Glavno sporočilo v ameriški vojni proti terorizmu je, da gre za vojno proti islamskim teroristom in ne islamu, zato se pri upravljanju zaznavanja pojavljajo sporočila kot so:

- ZDA so prijazne do muslimanov. Tudi same so sprejele milijone muslimanskih imigrantov brez predsodkov, podpirale so muslimansko stran v Bosni in Hercegovini, na Kosovu in v Kuvajtu (operacija Puščavski vihar). Svojo dobro voljo kažejo s humanitarno pomočjo v Afganistanu.
- To ni vojna proti islamu. ZDA se borijo tudi proti ostalim terorističnim skupinam po svetu, ki niso muslimanske veroizpovedi. Gre torej za vojno proti vsem teroristom, ne glede na vero.
- To ni vojna med ZDA in Osamo bin Ladnom. ZDA se morajo izogibati poosebljanju vojne proti terorizmu in demonizaciji bin Ladna, saj to le povečuje njegovo moč in ga postavlja v enakovreden položaj ameriškemu predsedniku. Zato ga naslavljajo kot le enega izmed mnogih teroristov, izpostavljajo njegovo skrivanje in beg ter poudarjajo dvom v njegovo podobo nesebičnega, svetega bojevnika, ki je pustil druge, da se borijo in umirajo zanj.
- Bin Laden in njegovi privrženci so odgovorni za napad 11. septembra, kjer je umrlo skoraj 3.000 nedolžnih ljudi. ZDA morajo objaviti čim več dokazov, s katerimi bodo prepričali tiste, ki ne verjamejo v njihovo krivdo oz. menijo, da gre za zaroto Cie.
- ZDA so popolnoma predane boju proti terorizmu. Ko je uporabljena vojaška sila, so vidni hitri in odločilni rezultati. S tem se izpostavlja nepomembnost in slabost sovražnika v primerjavi z ZDA in s koalicijo. Hitro uničenje Al Kaide in Talibanov v Afganistanu je omajalo mit o bin Ladnovi moči.
- Terorizem ne deluje. S terorizmom ni mogoče doseči zelenih rezultatov.
- ZDA se zavzemajo za pravično in nepristransko razrešitev izraelsko-palestinskega konflikta. Neodvisnost in samostojnost palestinske države je minimalni pogoj za pravičen in dolgotrajen mir. ZDA podpirajo Resoluciji Združenih narodov 242 in 338, ki pozivata Izrael, da se umakne iz okupiranih palestinskih teritorijev.
- ZDA se zavzemajo za demokracijo in človekove pravice tudi v islamskih državah. V vladah islamskih držav lahko sodelujejo tudi islamisti (McClanahan 2002, 34–37).
- Sovražnik iraškega naroda je Sadam Husein in ne Združene države Amerike.

- ZDA so tu, da pomagajo prebivalstvu, da mu omogočijo boljše življenje in ga osvobodijo zatiranja (Psihološki rat protiv iračkih vojnih snaga u punoj snazi 2003).

6.2 Uporaba informacijsko-komunikacijske tehnologije za psihološko bojevanje s strani teroristov

V diplomski nalogi se osredotočam le na komunikacijski vidik uporabe informacijsko-komunikacijske tehnologije s strani teroristov v smislu izvajanja psiholoških operacij. Informacijski²⁸ oz. kibernetiski terorizem ni predmet mojega preučevanja.

Terorizem se je razvil v sofisticirano obliko psihološkega bojevanja, ki medije uporablja kot posrednika za prenos dramatične izkušnje terorističnega nasilja množicam, katerega ključna dimenzija je potreba po občinstvu (Zimmermann 2006). Teroristična dejanja so v bistvu oblika propagande, s katerimi teroristične organizacije pridobijo medijsko pozornost, ki si je drugače ne bi mogle privoščiti.

Dejavnost upornikov je zelo dinamična in se v osnovi nanaša na tri glavne ciljne skupine, in sicer trenutne in potencialne privrženice (spletne strani v lokalnem jeziku, uporaba sloganov ter informacije o delovanju, politiki organizacije, zaveznikih in nasprotnikih), mednarodno javno mnenje (spletne strani v tujih jezikih vsebujejo osnovne informacije o organizaciji in zgodovinsko ozadje) ter nasprotnikovo javnost, predvsem zahodno (demoraliziranje nasprotnikove javnosti z grožnjami z napadi in povzročanje občutka krivde zaradi nasprotnikovega vodstva in motivov ter zmanjševanje javne podpore vladajočemu režimu). Ciljna publika pa so tudi tuji novinarji, preko katerih skušajo predstaviti svoje mnenje na tradicionalnih medijih (Weimann 2004, 4).

Izkoriščenje informacijskih medijev in tehnologije je popolnoma revolucionariziralo teroristične organizacije (gl. prilogo F). Al Kaida je pokazala izjemno sposobnost uporabe številne informacijske tehnologije, kot so elektronska pošta, mobilni telefoni, radio in druge oblike komunikacije, vključno s kodiranjem sporočil. Prav tako učinkovito uporabljajo internet kot sredstvo za objavljanje propagande, protipropagande, posnetkov, širjenje ideologije, oblikovanje javnega mnenja, pridobivanje podatkov in informacij, zbiranje

²⁸ Informacijski terorizem zajema napade na informacije, računalniške sisteme, računalniške programe in podatke, katerih rezultat je nasilje nad civilnimi tarčami (Politt 1997). Cilj takšnega napada je onеспособiti ciljni informacijski sistem.

finančnih prispevkov in materialne podpore, rekrutiranje in mobilizacijo svojih privržencev, povezovanje z drugimi islamističnimi skupinami po svetu ter za širjenje informacij o načrtih oz. usklajevanja svojega delovanja (Svete 2006a, 28). Takšno delovanje so omogočile predvsem lastnosti interneta, kot so lahek dostop, pomanjkanje cenzure in pravnih določil o njegovi uporabi ter drugih oblik vladnega nadzora, izredno široka potencialna ciljna publika, ki je razkropljena po vsem svetu, anonimnost komuniciranja, hiter prenos podatkov, poceni vzdrževanje spletnih strani, multimedijske zmožnosti (povezovanje teksta, grafike, avdio in video materiala, ki uporabnikom omogoča, da si z interneta snamejo filme, pesmi, knjige, letake) ter zmožnost oblikovanja tradicionalnih množičnih medijev, ki uporabljajo internet kot vir informacij. Vse to določa internet kot idealno sredstvo za doseganje ciljev terorističnih organizacij (Weimann 2004, 1). Internet tako vse bolj nadomešča tradicionalna sredstva propagande. Pri tem teroristi uporabljajo vse storitve, med njimi tudi forume, IRC, Skype oziroma klepetalnice, ki so edina storitev interneta, pri kateri je omogočeno neposredno sporazumevanje med točno določenimi uporabniki v realnem času ter uporniškimi islamističnim skupinam omogoča neposredno povezavo in navezavo stikov z morebitnimi novimi člani. IRC omogoča anonimnost, spreminjanje identitet, prevzemanje novih in relativno preprosto brisanje sledi (Svete 2006a, 28–29).

Internet za teroriste predstavlja idealno propagandno orodje, saj omogoča besedno, zvočno in slikovno komunikacijo in lahko služi kot tiskani medij, radijska postaja ali televizijsko omrežje. Internet je torej izrazito razširil priložnosti teroristov za pridobivanje publicitete. Pred tem so morali pritegniti pozornost televizije, radia in tiskanih medijev preko nasilnih dejanj, internet pa teroristom omogoča neposreden nadzor nad vsebino sporočil in manipulacijo z lastno podobo in podobo nasprotnika, poleg tega pa lahko dosežejo tudi novo občinstvo – mlade in izobražene. Internet kot necenzuriran medij, ki prenaša zgodbe, slike, grožnje in sporočila ne glede na resničnost, omogoča, da že majhna skupina povzroči pretiravanje verjetnosti grožnje. Tako Al Kaida povezuje multimedijsko propagando in napredno komunikacijsko tehnologijo za izvajanje sofisticiranih psiholoških operacij, kjer gre predvsem za opozarjanje in grožnje z velikimi napadi na tarče v ZDA, ki so dobili veliko medijsko pozornost, kar je omogočilo širjenje strahu in negotovosti med javnostjo po vsem svetu (Weimann 2004, 5).

Al Kaida in bin Laden znajo prikrojiti sporočila za specifična ciljna občinstva, ki izzovejo specifične pričakovane reakcije vsake skupine. Nekateri so celo mnenja, da sta bila napada na

Svetovni trgovski center in na Pentagon sama po sebi sporočili, s katerima so izzvali vnaprej načrtovano reakcijo ZDA, da bi podprli svojo strategijo. Tako naj bi bin Laden načrtoval napad 11. septembra, s katerim bi izzval masovno nediskriminatorno vojaško maščevanje, katerega posledica bi bile številne civilne žrtve, predvsem islamske veroizpovedi. Prizori muslimanskih žrtev pa bi bili naprej izkoriščeni za izbruh zgražanja in ogorčenja, ki bi vodil do uporov, katerim bi končno sledili padci vlad po islamskih državah. Rezultat teh izgrediv bi izolirali ZDA od prijateljskih vlad v islamskih državah, kar bi pripeljalo do poraza ZDA zaradi izčrpanosti. Kljub temu, da večina vidi napad 11. septembra kot provokacijo ZDA, pa gre pri tej interpretaciji za napad na islamska občinstva, simpatizerje ZDA ali potencialne spreobrnjence. Poleg omenjenega pa so posledica 11. septembra še naslednja sporočila:

- povečati moč podobe bin Ladna in Al Kaide oz. demonstrirati, da so zmožni povzročiti hudo škodo ZDA kot velesili;
- prikazati napad kot vojno med islamom in Zahodom, kar kažejo številne vojaške operacije v islamskih državah, in povzročiti globalni džihad ter pozvati islamske množice, da stopijo v bran islamu;
- pridobiti legitimnost za metode, ki jih uporablja Al Kaida ter prepričati muslimane, da gre za kozmično bitko med dobrim in slabim, legitimirati napad na civiliste kot sveti imperativ, ki presega islamsko prepoved napada ne bororce ter prepričati muslimane, da se Al Kaida bori za islam, ki ga napada Zahod na splošno in ZDA še posebej;
- prikazati, da Al Kaida lahko premaga velesilo z izčrpavanjem ameriške vojaške sile na več nivojih in zada Ameriki ključni poraz v islamskem svetu (McClanahan 2002: 17–18).

Učinkovitost psiholoških operacij se kaže v nenehnem pojavljanju sporočil v vseh islamskih skupnostih po svetu. Kljub temu da Al Kaida učinkovito uporablja informacijsko tehnologijo za koordinacijo in operacijsko varnost, pa največji izziv ZDA in njenim koalicijskim partnerjem predstavlja njihova sofisticirana raba globalnih medijev. Bin Laden razume pomen izkoriščanja globalnih medijev, zato ima Al Kaida poseben odbor, ki je namenjen izključno razvoju in prenosu islamske propagande. Od 11. septembra je bil svet priča številnim posnetkom, ki so bili previdno načrtovani in so vsebovali sporočila in prizore, s katerimi so maksimalno izkoristili simboliko, s katero so dosegli želene čustvene odzive ciljnega

občinstva. Al Kaida je učinkovito izkoristila zamere, ki motivirajo teroriste in ustvarila mitično osebnost bin Ladna²⁹ (McClanahan 2002, 8).

Bin Laden svoja sporočila ovije v teokratično sintakso, s pogostimi citati iz Korana, izraža se kot modrec ali sveti mož, katerega naloga je poučiti islamski svet o vseh zadevah, ki se tičejo religije. V arabskih medijih je Al Kaida sprožila veliko kampanjo, ki Osamo bin Ladna predstavlja kot predstavnika dolgo zatirane islamske skupnosti³⁰. Njegova moč izvira iz njegove zmožnosti, da ostaja aktiven, podpora muslimanov pa se kaže v finančni podpori, ki jo dobiva, skrivanju in vnetih mučenikih. Njegovo moč se lahko omeji ali nevtralizira le z vztrajno strateško informacijsko kampanjo. Sofisticiranost Al Kaidinih komunikacijskih zmožnosti in propagandnega aparata močno presega vse izzive drugih terorističnih organizacij, s katerimi se soočajo ZDA (McClanahan 2002, 15–16).

Verske sankcije in demonizacija Zahoda so ključnega pomena za bin Ladnovo strategijo, da bi prikazal svoj džihad kot kozmično, duhovno vojno preživetja med dobrim (islam) in zlim (ZDA na čelu nevernih križarjev). Da bi bila njegova strategija uspešna, je sebe in svoje privrženke skušal prikazati kot instrumente v rokah boga. 11. september naj bi tako spodbudil združitev muslimanov v enoten upor proti ZDA. Tako bi povzročil »spopad civilizacij«, globalno vojno, ki bi sprva združila ves islamski svet in nato povzročila svetovno vojno med Zahodom in islamom, vojno, ki je Amerika ne bi mogla zmagati. Pri tem bi bila najpomembnejša posledica izgon sil ZDA iz islamskih držav (McClanahan 2002, 18).

Talibanski in iraški režim sta s pridom izkoristila medije za širjenje lastne propagande. Taktike, ki so jih uporabljali so namerno povzročanje škode na mošejah, da bi bilo videti, kot da so jih bombardirale koalicijske sile, objavljali so posnetke iz bolnišnic, ki so prikazovali žrtve koalicijskih grozodejstev, poleg tega pa so postavljali vojaška vozila in skrivali orožje v bližini civilnih objektov, mošej in drugih javnih stavb, da bi z napadom po mednarodnem pravu legitimnih ciljev povzročili postransko škodo, ki bi bila dokaz za vojne zločine s strani

²⁹ Po raziskavi na internetni strani televizijske hiše Al Jazeera je 83% anketirancev mnenja, da je bin Laden borec džihada in ne terorist, ter da je njegovo nasprotovanje Zahodu in ameriškim interesom ključnega pomena za džihad (McClanahan 2002, 21).

³⁰ Kljub temu, da obstaja široka podpora bin Ladnu, pa ta podpora ni stanovitna. Kljub temu da so po začetku operacije v Afganistanu arabski mediji dnevno objavljali fotografije in posnetke afganistanskih otrok, bin Ladnove govore in komentarje jeznih radikalcev, protesti proti ameriški operaciji niso bili veliki. Največkrat se je zbralo le okoli tisoč ljudi (McClanahan 2002, 22).

koalicije. Zato so morali predstavniki ZDA večkrat sklicati tiskovno konferenco, na kateri so razkrivali nasprotnikovo zavajanje (Hubbard 2007, 49).

Okrog 11. septembra pa so se pojavile tudi govorice in miti o zarotah, zaradi katerih naj bi Osama bin Laden zanikal odgovornost za napad, o čemer pričajo naslednja sporočila:

- 11. september je križarsko-židovska zarota pod vodstvom Mosada, z namenom, da se vplete Arabce in druge muslimane kot pretvezo za napad Zahoda na islamske države. Mnogi muslimani so zgroženi nad brutalnostjo 11. septembra in nočejo verjeti, da so bili muslimani kakorkoli vpleteni. Bin Laden je izkoristil to popularno teorijo zarote, ki po eni strani razbremeni muslimane, ki zanikajo vpletenost, po drugi strani pa podpira islamistične trditve, da jih je napadel Zahod.
- Islam je napadel Zahod, kar potrjuje ameriški napad na bin Ladna in afganistansko prebivalstvo, podkrepi pa ga še težak položaj muslimanov po vsem svetu. Konflikti v Palestini, Iraku, Kašmirju in v Čečeniji so dokaz za globalni načrt Zahoda za uničenje islama.
- ZDA delujejo na podlagi dvojnih meril, saj podpirajo izraelski terorizem in totalitarni režim v Saudski Arabiji. Gre za pokvarjeno in dekadentno družbo, ki vodi civilizacijsko vojno proti islamu.
- Bin Ladna se prikazuje kot grešnega kozla za 11. september, ker je prvak islama in kot tak grožnja Zahodu. Dokaze o njegovi vpletenosti je ponaredila ameriška vlada. Ta tema podpira ostale teme in prispeva h krepitvi podpore »branilcu islama«.
- ZDA izkoriščajo 11. september za svoje imperialistične apetite, želijo naše naravno bogastvo, vire in nafto (McClanahan 2002, 20-21; Combelles Siegl 2007, 37–38).
- Muslimani ne sovražijo svobode, ampak se borijo proti ameriški politiki, ki jim svobode ne dopušča. ZDA napadajo našo vero in pobijajo naše brate, žalijo našo čast in dostojanstvo. Če protestiramo proti nepravici, pa nas označijo za teroriste (Pintak 2006, 144–145).

Te govorice, dejanja ameriške vlade in nezmožnost zoperstaviti se teroristični propagandi so še dodatno prispevale k negativnemu odnosu mednarodne javnosti do ZDA, še posebej islamske, ki ZDA dojemajo kot arogantno, dvolično in imperialistično državo in ki jo vodijo Židi (Combelles Siegl 2007, 38).

6.3 Vzroki za neuspeh ameriških psiholoških operacij

46 muslimanskih voditeljev iz 19 držav je podpisalo izjavo o zavračanju pobojev in uničenja ter izrazilo najglobljo žalost in obžalovanje za dogodke 11. septembra (Pintak 2006, 77). ZDA niso znale izkoristiti sočustvovanja islamskih držav za boj proti ekstremistom, temveč so s svojimi izjavami in dejanji spodbudile nezaupanje in sovraštvo do ZDA in njene politike. Svetovni mediji dnevno poročajo o nasilju upornikov in samomorilskih napadih. ZDA izgubljajo psihološko vojno (gl. prilogo G), saj tudi tisti, ki so na začetku podpirali odstavitve Sadama z oblasti in obsojali terorizem, danes težko zagovarjajo ameriško politiko. Medtem ko je po raziskavi iz decembra 2001 in januarja 2002 le pet odstotkov prebivalstva islamskih držav menilo, da je bil napad 11. septembra moralno upravičen, pa danes devet izmed desetih Iračanov ZDA vidijo kot okupatorja in ne osvoboditelja. V tem poglavju skušam razjasniti, kaj je šlo narobe, da so ameriške psihološke operacije zatajile.

Ko so ZDA začele vojno proti terorizmu, so povečale svoja prizadevanja za pridobivanje podpore. V začetni fazi je bilo orožje za zavajanje množic zelo učinkovito. ZDA so uživale precejšnjo podporo mednarodne javnosti za vojaško operacijo v Afganistanu zaradi neposredne povezave z napadom 11. septembra. Ta podpora pa je upadla zaradi nove politike Busheve administracije preventivnega napada (napasti nasprotnika preden ta napade prvi). ZDA ni uspelo prepričati mednarodne javnosti in politikov, da ima Sadam Husein orožje za množično uničenje. V Varnostnem svetu Združenih narodov sicer nobena stalna članica ni vložila veta proti invaziji na Irak, ZDA pa so dobile podporo Velike Britanije. Vendar pa je tudi ta podpora znatno upadla³¹, ko se je izkazalo, da Irak v resnici nima orožja za množično uničenje (Rampton in Stauber 2003; Hubbard 2007, 71). Edini, ki so še naprej podpirali ZDA v njeni odločitvi, da napade Irak, so njeni lastni prebivalci, ki so bili zaradi zavajanja še naprej prepričani, da lahko Irak, ki mu vlada tiran, v kateremkoli trenutku uporabi kemično, biološko ali jedrsko orožje proti njim (Barnwell 2002). Zaradi gotovosti, s katero sta ameriški

³¹ George Lakoff je 15. septembra 2003 zapisal: "Predsednika so kritizirali zaradi uporabe naslednjih izgovorov za vojno v Iraku: V vojno smo šli, ker ima Sadam Husein orožje za množično uničenje (ima program za jedrsko orožje ter velike količine kemičnega in biološkega orožja, ki se ga da hitro naložiti na zračna plovila), ki nas ogroža. Sadam sodeluje z Al Kaido. Iračani so urili člane Al Kaide v izdelavi bomb in strupenih ter smrtonosnih plinov."

"Izkazalo se je, da gre za napačne podatke. Irak nima urana in jedrskega programa. Tudi kemičnega in biološkega orožja niso našli. Zračna transportna plovila ne morejo preseči več kot nekaj sto milj in ogroziti ZDA. Ni nobenih dokazov o Sadamovem sodelovanju z Al Kaido pri napadu na ZDA. Kljub temu 70 odstotkov Američanov verjame v Bushevo izjavo." (Washington Post 2003).

predsednik Bush in britanski premier Tony Blair trdila, da ima Irak orožje za množično uničenje in nezmožnosti, da ga koalicijske sile najdejo, pa nekateri govorijo, da naj bi Irak izpeljal eno najuspešnejših operacij zavajanja v sodobnem času (Hubbard 2007, 56).

Prizadevanja javne diplomacije v islamskem svetu na strateški ravni do danes niso bila najbolj uspešna, medtem ko so bile psihološke operacije na operacijski in taktični ravni uspešnejše. Psihološke operacije so prispevale k odvrčanju iraških regularnih oboroženih sil od spopadov, niso pa bile uspešne v pozivu iraškemu prebivalstvu, naj se upre Sadamovemu režimu. Svetovno prebivalstvo je demonstriralo proti vojaški operaciji v Iraku. Tudi tiste vlade, ki so podprle Washington, tega niso naredile zaradi skupne vizije, ampak zaradi solidarnosti do ZDA. Tudi iraško prebivalstvo je bilo mnenja, da so imele ZDA večji interes za širitev nadzora nad državo in njenimi resursi kot za osvoboditev države od Sadama Huseina (Combelles Siegl 2007, 37–39).

Med hladno vojno so imele ZDA robusten strateški informacijski aparat, ki je igral pomembno vlogo v boju z bivšo Sovjetsko Zvezo. Po propadu Sovjetske Zveze, se je zdela javna diplomacija potrata davkoplačevalskega denarja, kar je pripeljalo do znatnega zmanjšanja zmožnosti in podpore Ameriški informacijski službi (angl. *US Information Service - USIS*) kot ključni strateški informacijski organizaciji (McClanahan 2002, 30). Leta 1999 je bila ukinjena Agencija za informiranje (angl. *Information Agency*), njene naloge pa so bile porazdeljene med druge urade in agencije (Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication 2004, 78). Tako ni bilo več neke krovne organizacije³², ki bi skrbela za koordinacijo izvajanja programov informiranja, javne diplomacije in psiholoških operacij.

Kljub temu da je bil Urad za globalne komunikacije ustanovljen z namenom koordinacije dolgoročnega strateškega upravljanja zaznavanja in v okviru tega psiholoških operacij, je v resnici deloval le na taktični ravni in se le odzival na aktivnosti nasprotnika. Zato je bil leta 2004 razpuščen in vključen v novo ustanovljeni Urad za strateško komuniciranje in globalni doseg (angl. *Office for strategic communications and global outreach*) znotraj prenovljenega Sveta za nacionalno varnost (Malone in Armistead 2007, 146).

³² Danes je vlogo krovne organizacije prevzela Služba za mednarodno strateško komuniciranje (angl. *Office of International Information Programs - IIP*), ki skrbi za komuniciranje izključno z mednarodnim občinstvom. Nastala je iz ostankov Agencije za informiranje (Joint Publication 3-53 2003, 59).

Ker se je vojaška operacija v Afganistanu začela le 26 dni po napadu na ZDA 11. septembra, ni bilo veliko časa za pripravo in načrtovanje psiholoških operacij. V Afganistanu je bila komunikacijska infrastruktura pomanjkljiva, kar je zelo otežilo informiranje prebivalstva o namenih koalicije, poleg tega pa si sile za psihološke operacije niso mogle pomagati niti s tiskanimi mediji zaradi visoke stopnje nepismenosti. Tako večina prebivalstva sploh ni vedela za dogodke 11. septembra. Večina ljudi ni imela televizijskega sprejemnika, tako da ta medij ni mogel biti uporabljen kot sredstvo psiholoških operacij, zato so postali ključno sredstvo letaki. V prvem mesecu vojaške operacije naj bi nad Afganistanom raztrosili 16 milijonov letakov, ki so bili zaradi nepismenosti prebivalstva narejeni v stilu risank. Posledično so ljudje različno razumeli vsebino letakov. Talibanski režim je tudi uporabil propagandne letake, ki so jih ponoči podtaknili pod vrata prebivalstva. Z letaki so ponujali denarne nagrade tistim, ki ubijejo ali zajamejo koalijske vojake ter grozili z maščevanjem v primeru sodelovanja z njimi (Hubbard 2007, 48–51).

Glavni cilj upravljanja zaznavanja teroristov je spodkopati mednarodno legitimnost ameriških vojaških operacij. ZDA so objavile premalo poročil o postranski škodi, uradne razlage o previdnem načrtovanju napadov s čim manj postranske škode pa so bile nepomembne v primerjavi z objavljanjem pretiranih števil civilnih žrtev ter prekomerne uporabe sile v Afganistanu in Iraku s strani talibanskega in iraškega režima (Combelles Siegl 2007, 36). Svoje pa so naredili tudi posnetki mučenj zapornikov v Abu Ghraibu leta 2004, ki jih je Al Kaida izrabila za propagando o zlorabi iraških zapornikov ter sredstvo rekrutiranja. Vizualna podoba mučenih zapornikov je skupaj s prizadevanji Busheve administracije, da to prikrijejo, zelo ogrozila ameriško kredibilnost v očeh islamskega prebivalstva, kar bo oviralo tudi prihodnja ameriška prizadevanja na področju psiholoških operacij, javnih zadev in javne diplomacije (Hubbard 2007, 56–60). Zaradi neporočanja o postranski škodi in civilnih žrtvah je ZDA preostalo le odzivanje na nasprotnikovo propagando. Schechter Danny opozarja še na slabost novinarjev, ki niso kritično gledali na izjave Busheve administracije in so dogajanja v Iraku ameriški javnosti predstavljali v skladu s Pentagonom (Schechter 2003).

Doba vladnega monopola nad informacijami in prevlade zahodnih medijev se je končala. Globalni mediji so omogočili pogled na dogajanje tudi iz drugega zornega kota. Medtem ko so ZDA poročale o kirurško natančnih letalskih napadih, osvobajanju in humanitarni pomoči afganistanskemu in iraškemu prebivalstvu, so arabski mediji poročali o mrtvih otrocih, napadih na civiliste in civilne objekte, uničenju, beguncih ter govorili z ljudmi, ki so izgubili

svoje domove. Ameriška vlada je zavrnila tudi poročanja o žrtvah v Faludži, češ da so poročila Al Jazeera netočna in pretirana, kljub temu da so tudi ameriški mediji trdili, da naj bi v napadu aprila 2004 umrlo 700 Iračanov, 2.800 ljudi pa naj bi bilo ranjenih (Pintak 2006, 72, 154, 290).

Retorika ameriškega predsednika, oblikovana za ameriško prebivalstvo z globalnimi mediji, doseže svetovno javnost, ki pa njegove izjave dojema drugače. Neustrezna raba besednih zvez in fraz, ki so pogosti islamski izrazi, vendar imajo drugačen pomen v različnih kulturnih kontekstih, lahko ima negativne in nezaželene posledice v arabskem svetu. Tako je npr. izraz džihadisti za označitev teroristov in samomorilcev v islamskem svetu pomenil legitimizacijo storilcev in njihovih dejanj, prispodoba verske simbolike boja dobrega proti zlu in imena operacija neskončna svoboda (angl. *Operation Infinite Justice*) v očeh arabskega prebivalstva pa samo potrjuje, da gre v resnici za vojno ZDA proti islamu (Huehl 2007, 21–22). Izraz križarski pohod (angl. *crusade*) in križarska vojna proti terorju so Američani razumeli kot sinonim za kampanjo, medtem ko pri Arabcih pomeni spomin na zgodovinsko ponižanje, ko je v križarskih vojnah umrlo več deset tisoč Arabcev. Bin Laden je to s pridom izkoristil za svojo propagando, saj je Al Kaida znana tudi pod imenom Svetovna islamska fronta za džihad proti judom in križarjem, sam pa je že v vojni napovedi leta 1996 Američane večkrat označil za križarje (Pintak 2006, 98–99).

ZDA sprva niso izkoristile priljubljenosti katarske televizije hiše Al Jazeera med islamskim prebivalstvom, saj se ameriška vlada ni odzvala na povabila v njene oddaje, kar kaže na nerazumevanje tega novega bojišča, ko je potrebno ustrezno pozornost nameniti tudi tujim medijem. ZDA so na začetku zavračale AL Jazeera, ker naj bi ta podpirala Osamo bin Ladna in Sadama Huseina, ko je objavljala bin Ladnove posnetke in intervjuje, ki naj bi vsebovali kodirana sporočila za teroriste ter posnetke ameriških ujetnikov in mučenja (Hubbard 2007, 55). Tudi koncept financiranja medijev, namenjenih islamski populaciji (radio Sawa, Afganistanska radijska mreža, radio Farda, televizija Al-Hurra) je bil zgrešen. Arabsko občinstvo si ni več želelo vladno financiranih medijev, ko so končno dobili vsaj deloma neodvisno televizijo Al Jazeera. Radio Sawa je priljubljen med mladimi Arabci, vendar pa ni izpolnil svojega poslanstva, promoviranja demokracije in proameriških stališč, saj se je preveč ukvarjal s pridobivanjem občinstva z izbiro glasbe in se premalo posvečal vplivanju na misli občinstva (Pintak 2006, 258–265).

Program za zavajanje množic pa se je med samo vojno izkazal za neučinkovitega tudi zaradi razkritja, da je koalicija podkupila iraške medije, ki so tiskali in delili ameriško propagando, predvsem tako imenovane »good news stories« oz. tiste dogodke, ki so bili pozitivni za tamkajšnje prebivalstvo. Zavajanje je propadlo, ker so bili članki slabo prikriti in so Iranci takoj spoznali, kdo stoji za njimi. Verjetno pa bi jim uspelo, če bi se osredotočili na dolgoročni cilj, tako, da bi ljudi prepričali, da je tisto kar počnejo v njihovo dobro (Skinner 2006).

Obema vojaškima intervencijama v Afganistanu in Iraku je sledilo težko postkonfliktno obdobje. V obeh primerih je bila uničena radijska mreža, v Afganistanu skoraj ni bilo televizije, v Iraku pa je bilo televizijsko poročanje omejeno le na nekaj večjih mest. Tako je veliko breme padlo na sile za psihološke operacije, ki so morale nadomestiti pomanjkanje virov informacij, ki so prevzele večino frekvenc, ki so jih uporabljali Talibani in iranski režim in na njih oddajali za lastne potrebe (Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication 2004, 86). Izkazalo se je, da načrtovalci psiholoških operacij v vojni proti terorizmu niso predhodno načrtovali še psiholoških operacij v postkonfliktni fazi, zato je nastal informacijski vakuum v času, ko ljudje potrebujejo tolažbo (Collins 2003). Medtem ko je bila tehnika vključevanja novinarjev v vojaške enote učinkovita v času oboroženih spopadov, pa v času stabilizacijskih operacij ni več interesa za takšno poročanje. Tako ostanejo številni pozitivni dogodki spregledani, teroristi pa izkoriščajo pomanjkanje psiholoških operacij s poskusi uničenja kohezije med koalicijskimi silami, ko ugrabljajo humanitarne delavce in druge civiliste, s čimer izsiljujejo države, da umaknejo svoje sile iz Iraka (Hubbard 2007, 60–61).

Poleg tega pa ZDA nimajo strategije, ki bi integrirala različne aktivnosti javne diplomacije in psiholoških operacij ter jih usmerila proti dolgoročnim skupnim ciljem in zagotovila konsistentno sporočilo, namenjeno različnim občinstvom. Pomanjkanje skupne strategije pa predstavlja nevarnost komunikacijskih napak, ki lahko škodijo ugledu ZDA. Poleg pomanjkljivosti v načrtovanju pa niso merile učinkovitosti psiholoških operacij v doseganju postavljenih ciljev in doseganju širših ciljnih občinstev ter večanju javnega razumevanja politike ZDA. ZDA se soočajo tudi z notranjimi izzivi, kot so nezadostni viri in pomanjkanje izvajalcev, ki bi znali tuje jezike, ter pomanjkanje časa za pripravo programov. ZDA bi tako morale za učinkovito izvajanje psiholoških operacij uporabljati tehnike, ki jih uporablja

zasebni sektor v stikih z javnostjo, izboljšati merjenje rezultatov ter poskrbeti za ustrezno pripravljenost izvajalcev (GAO-04-435T 2004, 2–6).

6.4 Kako naprej?

ZDA lahko vojaško zmagajo v vojni proti terorizmu, vendar pa močno izgubljajo boj za javno mnenje v državah z večinsko islamskim prebivalstvom. ZDA morajo najti način, kako vzpostaviti povezavo z muslimani, medtem ko sočasno diskreditirajo islamske teroristične organizacije ter jih izolirajo od ostalih pripadnikov islamske vere. Če jim ne bo uspelo pridobiti naklonjenosti v islamskem svetu, se bo vojna proti terorizmu prelevila v neskončne napade in protinapade, kjer se bodo civilne žrtve kopičile na obeh straneh. Da bi si ZDA pridobile pozitivno podobo v islamskem svetu, pa lahko največ prispevajo psihološke operacije (McClanahan 2002, 4).

Ameriške civilne in vojaške zmogljivosti za širjenje informacij so vitalnega pomena za doseganje ameriških ciljev, saj lahko zmanjšajo napetosti, ki lahko vodijo v vojno, lahko omejijo konflikte in lahko naslavlajo netradicionalne vire groženj ameriškim interesom. V informacijski dobi nobena diplomatska ali vojaška strategija ne more biti uspešna brez njih. Informacije in sporočila morajo biti verodostojni, konsistentni in oblikovani za različna občinstva iz različnih kulturnih okolij ter v skladu z realnostjo, ki jo občinstvo zaznava (Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication 2004, 101). Kljub temu pa ameriški vrh pozablja na njihovo uporabnost po koncu sovražnosti. Sporočila ameriških psiholoških operacij po koncu vojaške operacije bi se morala osredotočiti na prikazovanje pozitivne vizije upanja in priložnosti, ki izvirajo iz ameriških osnovnih vrednot, izolirati in spodkopavati nasilne ekstremiste ter poudarjati skupne interese in vrednote, ki presegajo ozemeljske in kulturne meje (Kuehl in Armistead 2007, 16).

ZDA bi morale sprejeti naslednje ukrepe, če želijo učinkovito izvajati psihološke operacije:

- Obnoviti radio Voice of America (VOA) in poiskati druge medijske kanale. Pri tem je potrebno paziti, da poslušalci na radio ne gledajo kot na sredstvo propagande, ampak kot vir uravnoteženih in resničnih informacij, ki bo privabil več poslušalcev, prispeval h graditvi zaupanja ter tako imel veliko večji učinek (McClanahan 2002, 30). Vendar pa ne smejo izgubljati časa in denarja z ustanavljanjem vladano nadziranih medijev,

ker si jih arabsko občinstvo očitno ne želi, ampak uporabljati že uveljavljene muslimanske medije.

- Uporabljati in izkoristiti muslimanske televizijske postaje in tiskane medije, kot so npr. necenzurirane satelitske televizijske postaje kot je Al Jazeera in zmerne časopise kot je Al Hayat, ne pa zavračati kot nasprotnikovo propagando. ZDA bi si morale prizadevati za tak čas v etru, ko bi lahko dosegle največ občinstva in pošiljati svoje govorce, ki bi se zoperstavili najhujšim govoricam in neresnicam (McClanahan 2002, 30). Vendar pa ne morejo pričakovati takojšnjih rezultatov, saj je bilo arabsko občinstvo dolgo izpostavljeno protiameriški propagandi.
- Kreativno izkoristiti internet kot sredstvo za doseganje širšega občinstva. Države na Bližnjem vzhodu in druge arabsko govoreče države so ene izmed držav, kjer število uporabnikov interneta narašča najhitreje, kar s pridom izkoriščajo islamski skrajneži, ki preko spletnih strani širijo svojo propagando, teorije zarote in svoja načela. Proliferacija islamskih spletnih strani pa ponuja priložnosti tudi ZDA, preko katerih lahko dosežejo širša občinstva, tako skrajnežev kot zmernih muslimanov (McClanahan 2002, 31). Po eni strani te spletne strani lahko služijo kot vir informacij o najnovejši islamistični propagandi in teorijah zarote, po drugi strani pa so na njih objavljeni tudi članki pomembnih verskih voditeljev in liberalnih islamskih intelektualcev, ki so usmerjeni proameriško. Le te bi lahko objavljali tudi na drugih spletnih straneh in časopisih, ki jih bere islamsko prebivalstvo.
- Ustanoviti in ohranjati ameriške informacijske organizacije, ki se posvečajo vojni proti terorizmu. Te organizacije morajo biti sposobne hitre reakcije na nasprotnikovo propagando in dezinformacije ter pridobivanje pozornosti občinstva v skoraj realnem času (McClanahan 2002, 32). Novembra 2001 so ZDA ustanovile Koalicijske informacijske centre (angl. *Coalition Information Centres - CIC*), ki so zadolženi za tovrstne naloge, ter druge institucije za koordinacijo informacijskih programov, vendar pa ZDA potrebujejo dolgoročno skupno iniciativo, kakršno so imeli v času hladne vojne. Oblikovati bi morale enoto za načrtovanje vojaških psiholoških operacij, ki bi zagotavljala integracijo operacij na operacijski in taktični ravni s strateško ravni in iniciativami za strateško upravljanje zaznavanja.
- Izobraževati lokalne muslimanske govorce. ZDA potrebujejo aktivno podporo vplivnih islamskih mnenjskih voditeljev, katerih posamezen članek ali nastop na televiziji ima lahko veliko večji učinek kot druga ameriška prizadevanja. Med najbolj vplivnimi islamskimi mnenjskimi voditelji so medijski govorci, verski voditelji in

učenjaki, ki lahko služijo tudi kot presojevalci ameriške propagande, da ne bi prišlo do napak v medkulturnem razumevanju sporočil (McClanahan 2002, 33). Pri tem pa je potrebo paziti, da se ne odkrije povezava s temi voditelji in ZDA, ki bi tako izgubili svojo verodostojnost in vpliv.

- Izboljšati bi morale kakovost produktov za psihološke operacije z večjim zanašanjem na komercialne dobavitelje (Report of the Defense Science Board Task Force 2000, 56-58).

ZDA so pridobile negativen sloves v islamskem svetu zaradi sovražne propagande, ki jo vodijo islamske vlade ter zaradi odsotnosti aktivne ameriške javne diplomacije. Da bi se spopadle z negativnim dojemanjem Amerike, je potrebno oblikovati dolgoročno informacijsko kampanjo s koordiniranimi sporočili. ZDA bi morale veliko več narediti na izobraževanju in urjenju specialistov za javno diplomacijo, psihološke operacije, jezike in kulturološke študije in študije tujih družb. Ameriške oblasti pa bi morale pri oblikovanju politik upoštevati mnenjske raziskave domače in svetovne javnosti. Pri tem si morajo pridobiti tudi podporo ključnih regionalnih mnenjskih voditeljev, če hočejo vplivati na množice. ZDA bi morala psihološke operacije usmeriti proti tistim, ki že podpirajo ali pa bi najverjetneje podprli ameriške cilje oz. tistih, ki so neodločeni. Pozornost bi morali usmeriti na izobražence, poslovneže, znanstvenike, politike, umetnike, novinarje, torej tiste, ki jih drugi spoštujejo in občudujejo. Ti bi potem lahko spremenili tudi stališča in odnose drugih pripadnikov islamskega sveta. Podpreti bi morale arabske voditelje, ki podpirajo demokracijo.

7 ZAKLJUČEK

7.1 Verifikacija hipotez

Kljub temu, da so se psihološke operacije skozi zgodovino izkazale kot ključne za uspešno vodenje vojne, so njihovo zmožnost doseganja nacionalnih ciljev z minimalnim uničenjem izkoriščali redki vojskovodje in državniki. Šele z drugo svetovno vojno jim je bil priznan status učinkovitega sredstva za vodenje vojne. V informacijski dobi pa se psihološke operacije uporablja za izvajanje propagande, protipropagande, za krepitev podpore lastnim ciljem ter zmanjševanje podpore nasprotnikom in njegovim ciljem. K temu je prispeval tudi razvoj množičnih medijev in družbenih znanosti, ki proučujejo človekovo vedenje ter družbena gibanja, ki ne sprejemajo več žrtev vojne.

Psihološke operacije se izvaja v času miru, v času konflikta in v postkonfliktnem obdobju z namenom informiranja in vplivanja. Če se jih pravilno izvaja, lahko psihološke operacije z zmanjšanjem nasprotnikove volje do boja rešijo življenja tako prijateljskih kot nasprotnikovih sil. Z zniževanjem nasprotnikove bojne morale in s tem njihove učinkovitosti lahko pripomorejo k odvrčanju od agresivnih dejanj in k ustvarjanju nezadovoljstva znotraj nasprotnikovih vrst in končno pripeljejo do predaje in prispevajo k hitrejšemu koncu sovražnosti. Tako so psihološke operacije danes postale obvezni element in dopolnilo konvencionalnega vojskovanja. Pri tem so zelo pomembna orožja za zavajanje množic in propaganda, ki jo danes širijo z novimi informacijskimi tehnologijami, namen pa je pridobiti podporo mednarodne skupnosti in lokalnega prebivalstva za vojaške operacije. Kot psihološko orožje štejemo tudi množične medije, ki imajo ključni vpliv na javno mnenje in sprejemanje političnih odločitev, tako se danes poročila obravnava kot orožje in se jih kot taka tudi uporablja. Orožje v informacijski družbi torej ni več le sredstvo za fizično uničenje nasprotnika, ampak se ga vse bolj pogosto uporablja za onesposobitev nasprotnika z nebojnimi orožji (t. i. soft-kill) ter za demoraliziranje in zavajanje nasprotnika.

Psihološke operacije ne pomenijo več le raztros letakov in naslavljanje občinstev preko zvočnikov. Moderne komunikacijske metode so dramatično spremenile način prenosa informacij in propagandnega materiala. Hiter razvoj informacijske znanosti, psihologije, medijskih znanosti ter razvoj nove tehnologije kot so satelitske komunikacije, računalniki,

mrežna in multimedijska tehnologija prispevajo teoretične osnove in sredstva za izvajanje sodobnih psiholoških operacij. Pri tem so omrežja najpomembnejši vidik tehnološke bitke in bodo postala glavno bojišče za izvajanje psiholoških operacij. Globalna omrežja omogočajo več prostora za izvajanje propagande. Skoraj vsak lahko objavi podatke na spletu, dostop do informacij ni več omejen s časom in prostorom in zelo težko je preveriti, kdo jih je objavil. Komunikacijska tehnologija omogoča, da lahko psihološke operacije danes natančno usmerimo proti izbranim specifičnim segmentom populacije ali celo posameznikom (npr. vojaškim poveljnikom).

Razvoj novih tehnologij torej omogoča večji učinek psiholoških operacij, ki pa jih je zaradi globalne transparentnosti in proliferacije virov informacij težje izvajati. Informacijsko-komunikacijska tehnologija je dodatno izpostavila potrebo po učinkovitih informacijskih aktivnostih, kjer sile za izvajanje psiholoških operacij tekmujejo s sofisticiranimi, močnimi, domačimi mediji in tudi z nasprotnikovo propagando. Nova tehnologija torej omogoča večji učinek tudi nasprotnikovih psiholoških operacij. V takšnem okolju sile za psihološke operacije ne morejo monopolizirati informacij z uničenjem ali motenjem kanalov za prenos informacij, ampak morajo tekmovati s številnimi mednarodnimi nevtralnimi mediji, da bi pridobile pozornost ciljnega občinstva, po drugi strani pa informacije dosežejo širše občinstvo. Dogodek na lokalni ravni lahko v trenutku postane znan svetovni javnosti, kar onemogoča zavajanje javnosti.

Učinke psiholoških operacij je zelo težko meriti, saj so odvisni od tehnike in tehnologije, pa tudi od zavesti ljudi, nad katerimi se izvaja. Zato je težko napovedati izid potencialnega konflikta, ki je lahko zelo asimetričen v korist tistega, ki poseduje najmodernejšo in najzmogljivejšo informacijsko-komunikacijsko tehnologijo. Po drugi strani pa na dojemanje ciljnega občinstva vpliva tudi kredibilnost izvajalca psiholoških operacij v očeh tega občinstva ter njihovo politično, socialno, ekonomsko in vojaško ozadje. Psihološke operacije so zato lahko učinkovite ali pa se izkažejo za popolnoma neučinkovite, če so slabo izvedene in vojaške operacije pripeljejo do še slabšega položaja, saj se lahko odpor nasprotnika okrepi (kot smo videli v vojni proti terorizmu). Potencialni problem psihološkega bojevanja je torej človeški faktor, ki je nepredvidljiv. Zato ne morem popolnoma potrditi svoje prve hipoteze, da so države v sodobnem vojskovanju uspešnejše pri razreševanju konfliktov zaradi uporabe informacijsko-komunikacijske tehnologije, ki omogoča večji učinek psiholoških operacij.

Ameriške psihološke operacije na strateški ravni do danes niso bile najbolj uspešne, saj ZDA niso uspele prepričati mednarodne javnosti in politikov, da ima Sadam Husein orožje za množično uničenje in prepričati iraško prebivalstvo, naj se upre Sadamovemu režimu. Več uspehov pa so dosegle na operacijski in taktični ravni, saj so prispevale k odvrčanju afganistanskih in iraških regularnih oboroženih sil od spopadov. Razlogi za neuspešnost so bili pomanjkanje krovne organizacije, ki bi skrbela za koordinacijo izvajanja programov informiranja in psiholoških operacij ter pomanjkanje strokovnjakov za jezik in kulturologijo. Tudi Urad za globalne komunikacije, ki naj bi prevzel funkcijo koordinacije dolgoročnega strateškega upravljanja zaznavanja in v okviru tega psiholoških operacij, je v resnici deloval le na taktični ravni in se odzival le na propagando nasprotnika, ki je dobro izkoristil pomanjkanje ameriškega poročanja o postranski škodi in civilnih žrtvah. Psihološke operacije je ovirala tudi pomanjkljiva komunikacijska infrastruktura ter proliferacija množičnih medijev, ki so objavljali zgodbe z druge plati. ZDA niso znale izkoristiti gledanosti arabskih medijev, ampak so po nepotrebnem zapravljale denar za financiranje lastnih medijev, namenjenih islamskemu prebivalstvu, ki pa jih le-to ni sprejelo kot kredibilne vire informacij. Svoje je doprinesel tudi sovražni govor ameriškega predsednika in neustrezna raba terminologije, ki je samo potrdila sum islamske javnosti, da gre za vojno ZDA proti islamu.

Izkazalo se je, da ZDA niso dobro načrtovale psiholoških operacij v vojni proti terorizmu, zato je nastal informacijski vakuum, ki ga je zapolnila nasprotna stran. Al Kaida učinkovito uporablja informacijsko tehnologijo za koordinacijo, operacijsko varnost in globalne medije za širjenje propagande. Internet je postal ključno sredstvo za širjenje propagande, posredovanje posnetkov usmrtitev, objavljanje besedil, s katerimi pozivajo k napadom ter za izmenjavo mnenj med islamskimi bojovníki. Pri tem gre za paradoks, saj uporniki za načrtovanje in usklajevanje svojega delovanja izkoriščajo komunikacijske zmogljivosti interneta oz. tehnologije, ki so jo razvili njihovi sovražniki (Američani).

ZDA se danes soočajo z upadanjem ugleda globalnih razsežnosti. Javnomnenjske raziskave namreč kažejo, da je podpora njeni politiki na splošno in vojni proti terorizmu znatno upadla, ne samo med populacijo islamske veroizpovedi, ampak tudi med prebivalstvom zaveznikov. Medtem ko so ZDA na področju vojaške tehnologije v veliki prednosti pred drugimi državami, pa imajo na področju psiholoških operacij očitno enakovredne tekmece. Pomanjkljivost ameriških psiholoških operacij pa je ironična, saj ZDA prednjačijo v razvoju tehnologije in komercialnih medijev. Drugi akterji so očitno veliko bolj fleksibilni ter manj

omejeni z zastarano tehnologijo ter znajo bolje izkoristiti prednosti, ki jih prinašajo spremembe v načinih komuniciranja.

Neuspešnosti psiholoških operacij ZDA pa so prispevali tudi drugi dejavniki. Med njimi je potrebno izpostaviti ameriško podporo Izraelu v konfliktu s Palestinci, podporo avtoritarnim režimom v Egiptu in Saudski Arabiji, tajno oboroževanje Sadama Huseina med iransko-iraško vojno in ameriško zavest o edini velesili, ki ve, kaj je najboljša za preostali svet. Vsi ti dejavniki v očeh Arabcev kažejo na ameriško zatiranje, hinavščino in manipuliranje s politiko Bližnjega vzhoda. Na negativen odnos do ZDA torej niso vplivale samo slabo izvedene in pomanjkljive psihološke operacije v okviru vojaških operacij v Afganistanu in Iraku, temveč tudi ameriška politika do občutljivih vprašanj na Bližnjem vzhodu. Druge hipoteze, da so Združene države Amerike neuspešne v vojni proti terorizmu zaradi neustreznega načrtovanja in izvajanja psiholoških operacij, zato ne morem popolnoma potrditi.

7.2 Sklep

Psihološke operacije so operacije, načrtovane za pošiljanje izbranih informacij in podatkov tujim občinstvom z namenom, da bi vplivali na njihova čustva, motive, objektivno mišljenje in vedenje. Cilj psiholoških operacij je torej vplivati na vedenje ciljnega občinstva, kar lahko dosežemo z vplivanjem na njihovo zaznavanje. Da bi dosegli ta cilj, je potrebno natančno določiti poslanstvo in namen psihološke operacije, analizirati in oceniti ciljno občinstvo, izbrati ustrezen medij, ki bo dosegel to občinstvo ter sporočilo oblikovati tako, da bo prav razumljeno. Zato je pomembno dobro poznavanje kulture, jezika ciljnega občinstva ter njegovih navad spremljanja medijev.

Če naj bodo psihološke operacije uporabno sredstvo v prihodnosti, morajo biti sposobne dostaviti pravo informacijo v pravem času. Psihološke operacije bodo najbolj izkoriščene v času pred, med in po konfliktu. Psihološke operacije pred začetkom konflikta bodo prispevale k oblikovanju takšnega vojaškega konteksta, ki bo v prid izvajalcu psiholoških operacij. V najboljšem primeru bodo skupaj z drugimi sredstvi odvrčanja preprečile konflikt. Psihološke operacije po koncu konflikta pa bodo pomagale oblikovati dožemanje vojaškega delovanja prebivalstva na območju konflikta. V prihodnosti bodo bombe in izstrelki še vedno določali, kdo bo zmagal ali izgubil v konfliktu na taktični ravni, psihološke operacije pa bodo določale, kako dolgo bo konflikt trajal ter kakšen bo njegov dolgoročni vpliv na strateške interese

države. Pravočasna in učinkovita uporaba psiholoških operacij v vojaških operacijah lahko prepreči krizo in vojno ter reši življenja.

Tehnološka revolucija transformira televizijsko in radijsko industrijo, telefonijo ter internet, kar ima velike posledice tudi na vsebino psiholoških operacij in oblike raztrosa materiala za psihološke operacije. Čeprav je razvoj novih tehnologij spremenil način širjenja propagande, to ne pomeni, da se opuščajo stari načini prenosa informacij. Psihološke operacije bodo tako izrabljale vse vrste komunikacij, ki so na voljo, od zelo učinkovitih tradicionalnih govorov in komunikacije iz oči v oči, do najbolj sofisticiranih modernih elektronskih sistemov za nadzor uma.

ZDA bi morale narediti več, da bi razumele mnenja globalne javnosti ter uskladiti in koordinirati psihološke operacije z vsemi komponentami strateškega komuniciranja, vključno z javno diplomacijo, javnimi zadevami, mednarodnim oddajanjem ter drugimi deli informacijskih operacij. Vendar pa uspešnost psiholoških operacij ni le stvar tehnike, ampak tudi predstavitve politike in delovanja. Nič ne pomaga, če so psihološke operacije izpeljane še tako učinkovito, če sporočila niso usklajena z nacionalno, varnostno in gospodarsko politiko in delovanjem, saj ima občinstvo na razpolago različne vire informacij, ki lahko prikazujejo popolnoma različno sliko. Pri tem je pomembno, da v strategiji upoštevajo vzroke za antiamerikanizem in psihološke operacije usmerijo proti tistim, ki že podpirajo ali pa bi najverjetneje podprli ameriške cilje oz. tistim, ki so neodločeni. Če bi jim uspelo pritegniti pozornost pravih občinstev ob pravem času, bi lahko zmanjšali napetosti, ki vodijo v vojno ter omejili konflikte. Kljub temu da je nerealistično pričakovati, da bodo javna diplomacija in psihološke operacije spreobrnila antiamerikanizem, pa lahko vsaj izboljšajo in ublažijo številne točke spora med ZDA in islamskim svetom. Amerika si mora zastaviti realne cilje. Da si bo ponovno pridobila zaupanje in verodostojnost med globalnim občinstvom, bo potrebovala več let, če ne desetletij. Kako se bodo ZDA izkazale na področju psiholoških operacij in drugih aktivnosti upravljanja zaznavanja, bo pokazal čas; mogoče je negativni ugled ublažil novo izvoljeni ameriški predsednik Barak Obama, ki ima tudi sam islamske korenine in je priljubljen po vsem svetu.

Splošna deklaracija o človekovih pravicah vsakomur zagotavlja pravico do svobode misli, izražanja in mišljenja. Izvajanje psiholoških operacij pa te pravice krši, ko s popačenjem in prikrivanjem informacij vplivajo na človekovo zaznavanje, čustva, mišljenje in vedenje.

Psihološko operacije in psihotronske vojskovanje lahko zvenijo kot eksotične teme, vendar pa imajo globok učinek. Danes kombinacija politične klime in tehnoloških zmožnosti omogoča manipulacijo z javnim mnenjem. Tako npr. ZDA uporabljajo tehnološko najnaprednejše oblike nadzora in kontrole skupaj s propagando strahu in ustrahovanjem lastnega prebivalstva, ki zaznavajo terorizem kot veliko večjo grožnjo od realne. Uporaba naprednih tehnik za nadzorovanje, iskanje, zasledovanje in analiziranje komunikacij je lahko nevarna. Čeprav se taka tehnologija lahko pokaže kot uporabna v boju zoper terorizem na internetu, pa daje vladam, še posebej avtoritarnim, in agencijam možnost kršenja človekovih pravic do zasebnosti doma in v tujini. V času informacijske dobe, kjer se vojno dobi ali izgubi tako na bojišču kot na televizijskem ekranu, se mora država naučiti, kako uravnovesiti potrebo po nadzoru informacij kot stvar operacijske varnosti in željo medijev po informiranju javnosti. Doba informacijsko-komunikacijske tehnologije nudi strateškim voditeljem izjemne priložnosti, kot je sporočanje ciljev globalnemu občinstvu, izvajanje učinkovitih psiholoških operacij, zavajanje nasprotnika in kot dopolnilni vir informacij. Da bi si države zagotovile informacijsko in psihološko varnost, morajo oblikovati zakone, ki bodo omejile tovrstne aktivnosti in ustanoviti sile za zaščito informacij.

8 LITERATURA

1. Anisimov, N. I. 1999. *Psychotronic Golgotha*. Dostopno prek: <http://www.mindjustice.org/golgotha.htm> (30. januar 2009).
2. *Army Stage-Managed Fall of Hussein Statue*. 2004. Dostopno prek: <http://www.cambridgeclarion.org/dossiers/deception.saddam.statue.firdos.9apr2003.html> (23. januar 2009).
3. Arnejčič, Beno. 2006. Psihološko vojskovanje ali kakšna je cena zmage? *Revija Slovenska vojska* XIV (16): 20–21.
4. Arsić, Stanko. 2006. Nadzor uma – vrhunec totalne vojne. *Revija Obramba* 38 (februar): 23–25.
5. Baker, O. Ralph. 2006. The Decisive Weapon: A Brigade Combat Team Commander's Perspective on Information Operations. *Military Review* (maj/junij): 13–32.
6. Barnwell, Bill. 2002. *Weapons of Mass Deception – How the Government Scares Us into War*. Dostopno prek: <http://www.lewrockwell.com/barnwell/barnwell21.html>. (31. julij 2009).
7. Belknap, H. Margaret. 2001. *The CNN Effect: Strategic Enabler or Operational Risk?* Carlisle Barracks: U.S. Army War College.
8. Betts, Richard K. in Thomas G. Mahnken, ur. 2003. *Paradoxes of Strategic Intelligence*. London: Frank Cass Publishers.
9. Bowdish, G. Randall. 1999. Information-Age Psychological Operations. *Military Review* (december 1998/februar 1999): 28–36.
10. Caddell, W. Joseph. 2004. *Deception 101 – Primer on deception*. The Strategic Studies Institute. Dostopno prek: <http://www.iwar.org.uk/psyops/> (20. januar 2009).
11. Cohen, Fred. 2006. *World War 3...Information Warfare Basics*. Dostopno prek: <http://www.iwar.org.uk/psyops/> (20. januar 2009).
12. Collins, Steven. 2003. *Mind games*. Dostopno prek: <http://www.iwar.org.uk/psyops/resources/iraq/mind-games.htm> (15. april 2009).
13. Combelles Siegl, Pascale. 2007. Perception Management: IO's Stepchild. V *Information Warfare: Separating Hype from Reality*, ur. E. Leigh Armistead, 27–43. Washington, D.C: Potomac Books.
14. Delovno srečanje o psiholoških operacijah. 2004. *Revija Slovenska vojska* XII (5). Dostopno prek: http://www.slovenskavojska.si/dogodki_arhiv/200405/t20040505.htm (20. januar 2009).
15. Donovan, Jeffrey. 2004. *Islamic militants take jihad to the Internet*. Dostopno prek: <http://www.isn.ethz.ch/news/sw/details.cfm?ID=9035> (30. oktober 2009).

16. Došić, Slobodan. 2000. Neokortikalna vojna. *Revija Misteriji*. Dostopno prek: http://www.skrivnosti-sveta.com/novodobne/neokortikalna_vojna.html (30. januar 2009).
17. Dunnigan, James F. 2002. *The Next War Zone: Confronting the global threat of cyberterrorism*. New York: Citadel Press.
18. Field Manual 100-6. 1996. *Information operations*. Headquarters Department of the Army, Washington DC. Dostopno prek: <http://www.iwar.org.uk/psyops/> (20. marec 2009).
19. Field Manual 3-05.30. 2005. *Psychological Operations*. Headquarters Department of the Army, Washington DC. Dostopno prek: <http://www.iwar.org.uk/psyops/> (20. marec 2009).
20. GAO-04-435T. 2004. *U.S. Public Diplomacy: State Department and the Broadcasting Board of governors Expand Efforts in the Middle East but face Significant Challenges*. Dostopno prek: www.gao.gov/GAO-04-435T (20. januar 2009).
21. Gažević, Nikola, ur. 1973. *Vojna enciklopedija, 2. izdaja, 3. zvezek*. Beograd: Redakcija Vojne enciklopedije.
22. Gourley, R. Scott. 1996. Special Report, Equipping Special Operations Force. *Jane's International Defence Review* (1. december). Dostopno prek: http://www8.janes.com/Search/documentView.do?docId=/content1/janesdata/mags/id/history/idr96/idr00639.htm@current&pageSelected=allJanes&keyword=psyop&backPath=http://search.janes.com/Search&Prod_Name=IDR& (30. januar 2009).
23. Haile, Kaifa. 2005. The Psychological Battle For Iraq: Lessons from Algeria. *The Fletcher School Online Journal for issues related to Southwest Asia and Islamic Civilization*.
24. Hubbard, P. Zachary. 2007. Information Operations in Global War on Terror: Lessons Learned From Operations in Afganistan and Iraq. V *Information Warfare: Separating Hype from Reality*, ur. E. Leigh Armistead, 45–72. Washington, D.C: Potomac Books.
25. Internet World Stats. 2009. *Estimated internet users*. Dostopno prek: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (15. avgust 2009).
26. Joint Publication 3-13.4. 2006. *Military Deception*. Joint Chief of Staff, Washington DC. Dostopno prek: <http://www.iwar.org.uk/psyops/> (20. januar 2009).
27. Joint Publication 3-53. 2003. *Doctrine for Joint Psychological Operations*. Joint Chief of Staff, Washington DC. Dostopno prek: <http://www.iwar.org.uk/psyops/> (20. januar 2009).
28. Jowett, Garth in Victoria O'Donnell. 1999. *Propaganda and persuasion*. London in New Delhi: Thousand Oaks.
29. Koch, Andrew. 2003. »Hearts and minds« key to US Iraq strategy. *Jane's Defence Weekly* (19. marec). Dostopno prek: <http://www8.janes.com/Search/documentView.do?docId=/content1/janesdata/mags/jdw/history/jdw2003/jdw04154.htm@current&page>

- Selected=allJanes&keyword=psyop&backPath=http://search.janes.com/Search&Prod_Name=JDW& (30. januar 2009).
30. Kočevar, Iztok. 2006. Izziv informacijske dobe: Digitalizacija vojske in digitalizirano bojišče. *Revija Obramba* 38 (10): 22–25.
 31. Krunic, Zoran. 1997. *Strategija posrednega nastopanja: način uresničevanja agresivnih političnih ciljev brez odkrite uporabe oboroženega nasilja*. Ljubljana: Unigraf.
 32. Kuehl, Dan in E. Leigh Armistead. 2007. Information Operations: The Policy and Organizational Evolution. V *Information Warfare: Separating Hype from Reality*, ur. E. Leigh Armistead, 5–25. Washington, D.C: Potomac Books.
 33. Lakoff, George. 2003. The Power of Propaganda. *Washington Post* (15. september).
 34. *Leaflets Dropped over Iraq*. 2003. Dostopno prek: <http://www.iwar.org.uk/psyops/resources/iraq/index.htm#1> (31. julij 2009).
 35. Libicki, Martin. 1995. *What is Information Warfare?* Washington, DC: National Defence University.
 36. Lopatin, V. in V. Tsygankov. 2001. *Psychotronic Weapon and the Security of Russia*. SINTEG, Moskva. Dostopna prek: <http://forum.b92.net/index.php?act=ST&f=48&t=7911&st=74> (30. januar 2009).
 37. Lungu, Angela Maria. 2001. *War.com: The internet and psychological operations*. Newport: Naval War College.
 38. Malešič, Marjan. 1994. *Civilna obramba sodobnih držav*. Doktorska disertacija. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
 39. --- 1997. A Model of Propaganda, Psychological and Political Warfare and Propaganda. V *Propaganda in War*, ur. Marjan Malešič, 31–49. Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar.
 40. Malone, Jeffrey in E. Leigh Armistead. 2007. Speaking out of Both Sides of Your Mouth: Approaches to Perception Management in Washington, D.C. and Canberra. V *Information Warfare: Separating Hype from Reality*, ur. E. Leigh Armistead, 139–151. Washington, D.C: Potomac Books.
 41. McClanahan, Jack R. Jr. 2002. *America's Information War on Terrorism: Winning Hearts and Minds in the Muslim World*. U.S. Carlisle Barracks: Army War College.
 42. Miller, Alan Richard. 2001. *Presented at the Consciousness Technologies Conference*. Dostopno prek: <http://www.raven1.net/synthtel.htm> (30. januar 2009).
 43. Miracle, L. Tammy. 2003. The Army and Embedded Media. *Military Review*, (september/oktober): 41–45.
 44. O'Brien, Kevin in Izhar Lev. 2002. Information operations and counterterrorism. *Jane's Intelligence Review* (1. september). Dostopno prek: http://www8.janes.com/Search/documentView.do?docId=/content1/janesdata/mags/id/history/idr96/idr00639.htm@current&pageSelected=allJanes&keyword=psyop&backPath=http://search.janes.com/Search&Prod_Name=IDR& (30. januar 2009).

45. Omaljev, Jovan. 2001. Medijski rat. *Vojno delo, opštevojni teorijski časopis* 53 (1): 106. Vojnoizdavački zavod, Beograd.
46. OPNAV INSTRUCTIONS 3434.1. 1997. *Psychological operations*. Department of the Navy, Office of the Chief Naval Operations, Washington, D.C. Dostopno prek: <http://www.iwar.org.uk/psyops/> (20. januar 2009).
47. *Pentagon Spending Billions on PR to Sway World Opinion*. 2009. Dostopno prek: <http://aftermathnews.wordpress.com/category/psychological-operations/> (30. april 2009).
48. Phillips, Peter, Lew Brown in Bridget Thornton. 2006. *Project Censored*. Dostopno prek: <http://www.projectcensored.org> (20. januar 2009).
49. Pintak, Lawrence. 2006. *Reflections in a Boodshot Lens. America, Islam and the War of Ideas*. London: Pluto Press.
50. Polit, M. Mark. 1997. *Cyberterrorism – Fact or Fancy?* FBI Laboratory, Washington, D.C. Dostopno prek: <http://www.cs.georgetown.edu/~denning/infosec/politt.hzml>. (20. januar 2009).
51. Portman, Charles. 2003. *Comando Solo II: Weapon of Mass Persuasion*. Dostopno prek: <http://www.iwar.org.uk/psyops/commando-solo/wmp.htm> (23. januar 2009).
52. *Psihološke operacije američkih oboroženih sil*. 2003. Dostopno prek: <http://www.voanews.com/Serbian/archive/2003-03/a-2003-03-25-13-1.cfm> (20. januar 2009).
53. *Psihološki rat protiv iračkih vojnih snaga u punoj snazi*. 2003. Dostopno prek: <http://www.voanews.com/croatian/archive/2003-02/a-2003-02-27-15-1.cfm>. (10. april 2009).
54. *Psychological Operations and Operation Allied Forces*. 2000. Dostopno prek: <http://www.psywarrior.com/kosovo.html> (20. januar 2009).
55. *Radio scripts Recorded/Disseminated: A Message to the People of Afghanistan*. 2001. Dostopno prek: http://www.iwar.org.uk/psyops/resources/afghanistan/radio_transcripts_011015.pdf. (30. april 2009).
56. Rampton in Stauber. 2003. *Weapons of mass deception*. Dostopno prek: http://www.sourcewatch.org/index.php?title=Weapons_of_mass_deception (1. junij 2009).
57. Rathmell, Andrew. 2000. Information Operations – Coming of Age? *Jane's Intelligence Review* 12 (5). Kent: Jane's Information Group: 35.
58. *Report of the Defense Science Board Task Force on Strategic Communication*. 2004. Office of the Under Secretary of Defense For Acquisition, Technology and Logistics, Washington, D.C. Dostopno prek: <http://www.iwar.org.uk/psyops/> (20. januar 2009).
59. Report of the Defense Science Board Task Force: *The Creation and Dissemination of All Forms of Information in Support of Psychological operations (PSYOP) in Time of Military Conflict*. 2000. Office of the Under Secretary of Defense For Acquisition, Technology and Logistics, Washington, D.C. Dostopno prek: <http://www.iwar.org.uk/psyops/> (20. januar 2009).

60. Rouse, Ed. 2004. *Capture their minds and their hearts and souls will follow*. Dostopno prek: <http://www.psywarrior.com/psyhist.html> (10. april 2009).
61. Schechter, Danny. 2003. *Weapons of Mass Deception: How the Media Failed to Cover the War on Iraq*. Dostopno prek: <http://www.powells.com/biblio?PID=24230&cgi=product&isbn=1591021731> (31. julij 2009).
62. Skinner, Tony. 2006. Information Operations – Shaping Influence. *Jane's Defence Weekly* (23. Avgust 2006). Dostopno prek: http://www8.janes.com/Search/documentView.do?docId=/content1/janesdata/mags/id/history/idr96/idr00639.htm@current&pageSelected=allJanes&keyword=infoop=http://search.janes.com/Search&Prod_Name=IDR& (30. januar 2009).
63. Slika Psihološke operacije v Združenih Državah Amerike. 2008. *Psychological operations (United States)*. Wikipedia, virtualna enciklopedija. Dostopno prek: http://en.wikipedia.org/wiki/Psychological_operations_%28United_States%29 (31. julij 2009).
64. STANAG 2508(2). 2007. *NATO Psychological Operations Doctrine. AJP-3.10.1*. Bruselj: NATO/NSA.
65. Svete, Uroš. 2002. *Vloga in pomen informacijske tehnologije v sodobnem asimetričnem vojskovanju*. Magistrsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
66. --- 2004a. Informacijsko-komunikacijska tehnologija v oboroženih silah. *Revija Slovenska vojska* XII (11): 24–25.
67. --- 2004b. Novi izzivi za obramboslovje – obrambne in varnostne razsežnosti uporabe informacijske tehnologije.
68. --- 2005. *Varnostne implikacije uporabe informacijsko-komunikacijske tehnologije*. Doktorska disertacija. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
69. --- 2006a. Iraški uporniki: analiza informacijsko-komunikacijskega delovanja. *Revija Slovenska vojska* XIV (6): 27–29.
70. --- 2006b. Množična občila v asimetričnem vojskovanju. *Revija Slovenska vojska* XIV (16): 17–19.
71. --- 2007. Informacijske razsežnosti sodobnega terorizma – teoretična vprašanja in praktični vidiki. *Revija Ujma* 21: 124–129.
72. Szafranski, Richard. 1994. Neocortical Warfare? The Acme of Skill. *Military Review*, (november): 40–55.
73. Thomas, L. Timonhy. 1998. The Mind Has No Firewall. *Parameters* XXVIII (1). US Army war college quarterly: 84–92.
74. --- 1999. Human network Attacks. *Military Review*, (september/oktober): 1–9.
75. --- 2003. *New Developments in Chinese Strategic Psychological Warfare*. Dostopno prek: <http://www.iws.org.uk> (20. januar 2009).
76. Vintar, Mirko. 1996. *Informatika*. Ljubljana: PACO.

77. Vreg, Stanko. 2000. *Politično komuniciranje in prepričevanje: komunikacijska strategija, diskurzi, prepričevalni modeli, propaganda, politični marketing, volilna kampanja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
78. Weimann, Gabriel. 2004. *How Modern Terrorism Uses the Internet, special report 116*. United States Institute of Peace, Washington, D.C. Dostopno prek: <http://www.usip.org/pubs/specialreport/sr116html> (20. januar 2009).
79. Whitley, L. Gary. 2000. *PSYOP Operations in the 21st Century*. Carlisle Barracks: U.S. Army War College.
80. Wilson, Clay. 2007. *Information Operations, Electronic Warfare, and Cyberwar: Capabilities and Related Policy Issues*. Carlisle Barracks: U.S. Army War College.
81. Zimmermann, Doron. 2006. *Why language matters in media*. Dostopno prek: <http://www.isn.ethz.ch/news/sw/details.cfm?ID=16348> (20. januar 2009).

9 PRILOGA

Priloga A: Letalo Hercules EC-130 Commando Solo

Slika: Letalo Hercules EC-130 Commando Solo je predelano transportno letalo, namenjeno izvajanju psiholoških operacij na različnih radijskih frekvencah (AM, FM, HF), oddaja pa lahko tudi televizijski signal in povezuje vojaške komunikacije.



Vir: Psychological Operations and Operation Allied Forces (2000).

Priloga B: Psihološke operacije v Združenih državah Amerike

Sile za izvajanje psiholoških operacij se v ZDA delijo na aktivne sile in rezervo ter spadajo pod Poveljstvo ameriških kopenskih sil za civilne zadeve in psihološke operacije (angl. *United States Army Civil Affairs and Psychological Operations Command - USACAPOC*) v Fort Braggu. Aktivne sile so organizirane v skupino za psihološke operacije, ki jo sestavljajo štirje regionalni bataljoni za psihološke operacije, en taktični bataljon in en bataljon za diseminacijo. Večina sil za psihološke operacije sodi v rezervno komponento, kjer imajo ZDA še dve dodatni skupini za psihološke operacije, ki ju sestavljajo po trije taktični bataljoni in bataljon za diseminacijo (Field Manual 3-05.30 2005, 18).

Slika: Levo zgoraj je znak ameriškega dela kopenske vojske za psihološke operacije, ostale slike pa prikazujejo opremo, ki jo uporabljajo.



Vir: Psychological operations (2008).

Priloga C: Bomba iz letakov

Slika: Priprava bombe iz letakov v Fort Braggu za raztros z letalom v ameriški vojaški operaciji Enduring Freedom (Afganistan).



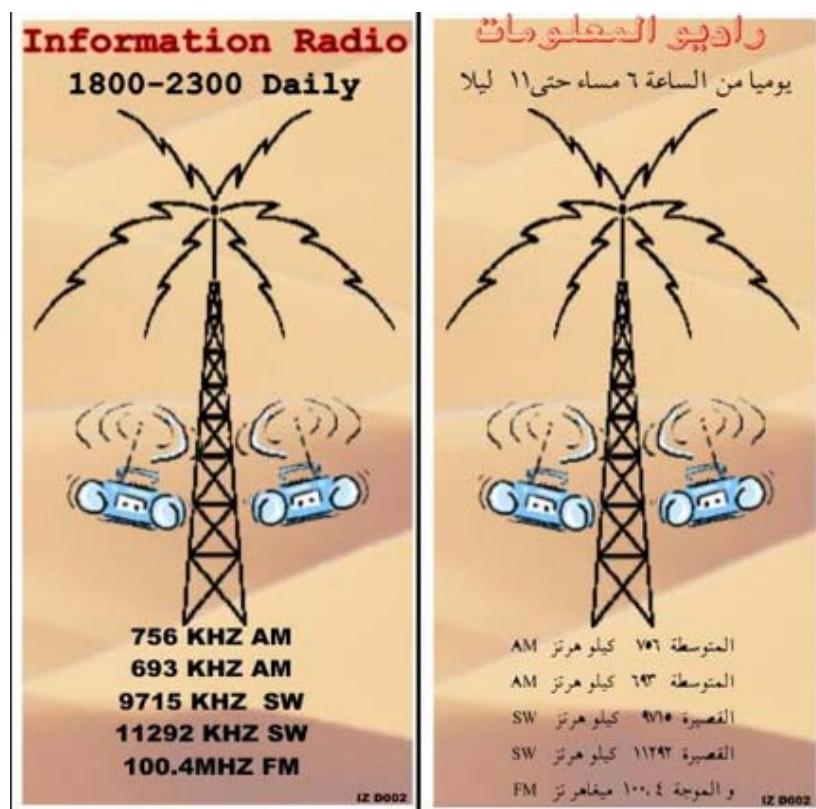
Vir: Joint Publication 3-53 (2003, 49).

Priloga D: Radijski nagovori afganistanskemu prebivalstvu pred in med napadom zavezniških sil

Teme, ki se pojavljajo pri nagovorih afganistanskega prebivalstva pred in med napadom zavezniških sil:

- *Partnerstvo narodov je tu, da vam pomaga*: 11. septembra so bile ZDA tarča terorističnih napadov, ubitih je bilo več tisoč nedolžnih ljudi, zato iščemo pravico za ta grozovita dejanja. ZDA ne bodo prelivale krvi nedolžnih, Amerika ne nasprotuje islamu. Več kot šest milijonov muslimanov v miru časti Alaha v Združenih državah. Naš cilj so teroristi, ki se nahajajo v vaši državi, ki vas zatirajo in zaslužujejo, vam kratijo pravice in spodkopavajo gospodarstvo. Da bi te zlobne ljudi odstranili iz Afganistana, potrebujemo vašo pomoč. Talibanom in Osami bin Ladnu ne dajajte hrane, zaklonišča ali kakšne druge pomoči. Teroristi so strahopetci, ki napadajo nedolžne in nemočne, in ne predstavljajo islama. Ne želimo poškodovati nedolžnih prebivalcev, zato se izogibajte vojaškemu objektom, vladnim stavbam, terorističnim kampom, cestam, tovarnam in mostovom. Z vašo pomočjo se bo ta konflikt hitro končal. Ne vmešavajte se v vojaške operacije. ZDA ne želijo okupirati Afganistana, tu smo, da vam pomagamo, da se osvobodite terorizma, despotizma in strahu pred njim. Afganistan lahko znova postane pomemben član mednarodne skupnosti.
- *Dejanja Talibanov ne predstavljajo islama*: V terorističnem napadu 11. septembra je umrlo več kot 6.500 nedolžnih ljudi iz 67 držav, med njimi so bili tudi muslimani. Tarča talibanov so tako muslimani kot nemuslimani, teroristična dejanja ne ločujejo med starostjo, raso in vero. Prebivalce Afganistana naprošamo, da nam pomagata pripeljati pripadnike teroristične skupine Al Kaida pred roko pravice za kriminalna dejanja, storjena proti nedolžnim. Teroriste ne skrbi za dobrobit Afganistancev, ampak črnijo sloves Afganistana in islama. Talibani so vašo državo oropali dediščine, uničili so kulturne spomenike, vladajo pa s silo, nasiljem in vsiljevanjem strahu. ZDA bodo ustavile Osamo bin Ladna in za vselej uničile teroristične kampe. Pomagajte lahko tako, da se ne vmešavate v vojaške operacije ZDA in ne oskrbujete teroristov s hrano, vodo in bivališčem. ZDA ne želijo zavzeti vaše države, ampak jo želijo vrniti v roke prebivalcev Afganistana. Vaša kultura je pomembna vam in nam. Mislite na svoje otroke, da ne bodo več živeli v strahu. Z vašo pomočjo teroristi ne bodo več mogli sejati strahu po svetu. Talibani lahko vladajo le, če jim vi dovolite.
- *Pozor Talibani*: V trenutku, ko ste zavzeli naša letala, ste se obsodili na smrt. Oborožene sile ZDA iščejo pravico za naše mrtve. Zelo dobro izurjeni vojaki bodo dokončno uničili Osamo bin Ladna in terorizem. Naše oborožene sile so hitrejše in močnejše, imamo močnejše orožje. Če ne predate bin Ladna in kriminalcev, boste napadeni iz zemlje, vode in zraka. Bin Laden vas ne more zaščititi. Nimate druge izbire, kot da se takoj predate, in pustili vas bomo pri življenju.
- *Pripeljali vam bomo pomoč*: Pakete pomoči bomo odvrgli iz letal. Ne približujte se paketom, dokler ne pristanejo, da se ne bi poškodovali. Paketi vsebujejo vodo, hrano in medicinske zaloge. S temi paketi ZDA izkazujejo podporo pravičnemu prebivalstvu Afganistana (Radio scripts Recorded/Disseminated 2001).

Priloga E: Primeri letakov, ki so jih koalicijske sile odvrgle nad Irakom



Front

English Version

Arabic Version

The Coalition will destroy
any viable military targets.

The Coalition does not wish
to destroy your landmarks.



سوف يدمر الائتلاف أية
أهداف عسكرية حيوية

لا يرغب الائتلاف في
تدمير معالم بلادكم.



Back

Coalition forces do not wish
to harm the noble people
of Iraq. To ensure your
safety, avoid areas
occupied by military personnel.

لا ترغب قوات الائتلاف
الأذى لشعب العراق الأبي.
للحفاظ على سلامتكم تجنبوا
مناطق التواجد العسكري.

English Version

Arabic Version

Front

DO NOT RISK YOUR LIFE

**AND THE
LIVES OF YOUR COMRADES!**



لا تجازفوا بحياتكم

وبحياة رفاقكم



Back

**LEAVE NOW AND
GO HOME**

**WATCH YOUR CHILDREN
LEARN, GROW AND PROSPER**



**إرحلوا الآن
وارجعوا إلى الديار**

**احرموا على أبنائكم
واعتنوا بسلامتهم ونجاحهم**



Front

English Version

Do not use weapons of mass destruction.



Arabic Version

لا تستخدموا أسلحة الدمار الشامل



Back

Any unit that chooses to use weapons of mass destruction will face swift and severe retribution by Coalition forces. Unit commanders will be held accountable if weapons of mass destruction are used.

أي وحدة تختار في أن تستخدم أسلحة الدمار الشامل ستواجه عقابا صارما وعسيرا من قبل قوات الائتلاف. إذا استخدمت أسلحة الدمار الشامل فإن قادة الوحدات سيحاسبون حسابا عسيرا.

English Version

Coalition Forces are prepared and well trained to defend themselves against chemical weapon attacks.



Arabic Version

قوات الائتلاف مستعدة ومدربة تدريباً جيداً للدفاع عن نفسها ضد هجمات بالأسلحة الكيميائية



Front

Your comrades and innocent Iraqi people will be victims if Saddam uses chemical weapons.



Don't be a part of this crime.

Unit commanders will be held accountable for the use of chemical weapons.

في حال استخدم صدام أسلحة كيميائية سيكون الضحية رفاقكم والشعب العراقي البريء.



لا تكونوا شركاء هذه الجريمة.

سيحمل قادة الوحدات المسؤولية شخصياً وسيكونون عرضة للمحاسبة لاستخدامهم أسلحة كيميائية

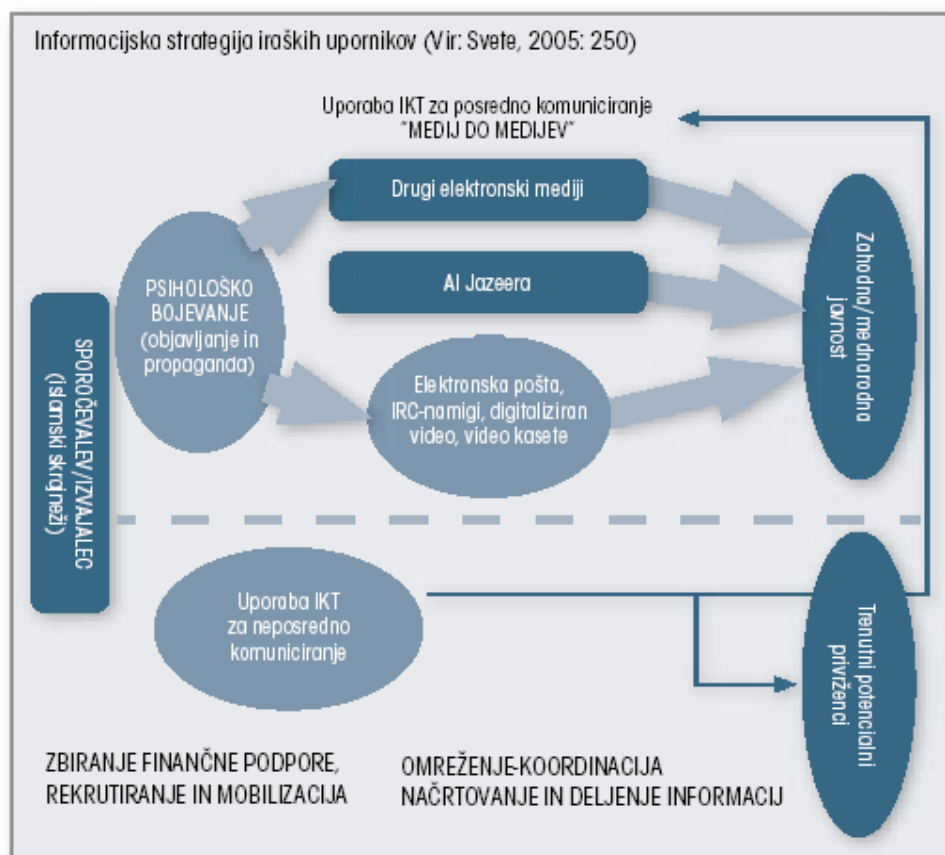
Back



Z letaki so Iračane obveščali o frekvencah, na katerih koalijske sile oddajajo informacijske radijske programe, da koalijske sile ne želijo škodovati iraškemu prebivalstvu, ampak jim zagotavljajo varnost, naj se izogibajo območjem, ki so jih okupirale oborožene sile, jih pozivali k opustitvi bojevanja ter opozarjali o neuporabi orožij za množično uničenje. Največ letakov pa je bilo o iraškem predsedniku Sadamu Huseinu in njegovi vladavini ter o njegovem bogastvu v primerjavi z revščino večine Iračanov (Leaflets Dropped over Iraq 2003).

Priloga F: Informacijska strategija iraških upornikov

Slika prikazuje, kako iraški uporniki uporabljajo informacijsko-komunikacijsko tehnologijo.



Vira: Svete (2005, 250).

Priloga G: Upadanje pozitivnega javnega mnenja o ZDA

Tabela: Upadanje pozitivnega javnega mnenja o ZDA v izbranih državah z večinskim islamskim prebivalstvom.

Države	1999/2000	Poletje 2002	Pomlad 2003
Maroko	77%	ni podatka	27%
Libanon	ni podatka	35%	27%
Indonezija	75%	61%	15%
Turčija	52%	30%	15%
Pakistan	23%	10%	13%
Jordanija	ni podatka	25%	1%

Vir: GAO-04-435T (2004, 2).