

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ



Τμήμα Διεθνών και Ευρωπαϊκών Σπουδών

Τμήμα Βαλκανικών, Σλαβικών και Ανατολικών Σπουδών

Ανωτάτη Διακλαδική Σχολή Πολέμου

ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΣΤΙΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«Η θεωρία των Ψυχολογικών Επιχειρήσεων και οι εφαρμογές τους στη
Στρατηγική από τον Τρωικό Πόλεμο μέχρι σήμερα.»**

Πέτρος Σκουφάκης

Επιβλέπων Καθηγητής: Σπυρίδων Λίτσας

Ιανουάριος 2016

ΣΕΛΙΔΑ ΣΚΟΠΙΜΑ ΚΕΝΗ

**Στη σύζυγο και τις κόρες μου,
που με στήριξαν σε άλλη μία προσπάθεια.**

ΣΕΛΙΔΑ ΣΚΟΠΙΜΑ ΚΕΝΗ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η απαίτηση επιβολής της θέλησης και κατά συνέπεια της τροποποίησης της συμπεριφοράς οποιουδήποτε ακροατηρίου - στόχου, αποτελεί ζητούμενο για σειρά αιώνων, σε περιόδους σύγκρουσης ή μη. Εργαλείο για την επίτευξη τροποποίησης συμπεριφοράς προς το ζητούμενο αποτέλεσε η διεξαγωγή ψυχολογικών επιχειρήσεων.

Η παρούσα εργασία, με όχημα τη σύγχρονη θεωρία των ψυχολογικών επιχειρήσεων, όπως έχει αυτή διαμορφωθεί στην αυγή της 3^{ης} χιλιετίας, επιχειρεί να αναζητήσει απαντήσεις για τις δυνατότητες εφαρμογής των ψυχολογικών επιχειρήσεων, στην υπηρεσία της στρατηγικής, από την αυγή της ιστορίας μέχρι σήμερα. Έτσι, με εργαλείο την ιστορία, ψηλαφίζει τις υπόψη εφαρμογές ανάμεσα στις ενέργειες των θεμελιωτών, αλλά και παράλληλα στις δράσεις των σύγχρονων συνεχιστών τους.

Με συνοδοιπόρους θεωρία και ιστορία επιζητά να καταδείξει τη διαχρονική αξία και την εφαρμογή του «όπλου» των ψυχολογικών επιχειρήσεων για την υποστήριξη των στρατηγικών στοχεύσεων, αλλά και τις δυνατότητες ή τους περιορισμούς τους. Παρουσιάζεται ταυτόχρονα η αυξανόμενη σημασία που λαμβάνουν αυτές μέσα από την ανάπτυξη της τεχνολογίας επικοινωνιών, η οποία έχει διαστείλει το χώρο και συμπτύξει το χρόνο, καθιστώντας τις ψυχολογικές επιχειρήσεις κυρίαρχο μοχλό για την επίτευξη στρατηγικών στοχεύσεων στην εποχή της πληροφορίας.

ΣΕΛΙΔΑ ΣΚΟΠΙΜΑ ΚΕΝΗ

«Δηλώνω υπευθύνως ότι όλα τα στοιχεία σε αυτήν την εργασία τα απέκτησα, τα επεξεργάστηκα και τα παρουσιάζω σύμφωνα με τους κανόνες και τις αρχές της ακαδημαϊκής δεοντολογίας, καθώς και τους νόμους που διέπουν την έρευνα και την πνευματική ιδιοκτησία. Δηλώνω επίσης υπευθύνως ότι, όπως απαιτείται από αυτούς τους κανόνες, αναφέρομαι και παραπέμπω στις πηγές όλων των στοιχείων που χρησιμοποιώ και τα οποία δεν συνιστούν πρωτότυπη δημιουργία μου»

Πέτρος Σκουφάκης

ΣΕΛΙΔΑ ΣΚΟΠΙΜΑ ΚΕΝΗ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

| | |
|---|----------|
| ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ..... | I |
| ΛΙΣΤΑ ΕΙΚΟΝΩΝ | VII |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΘΕΤΟΝΤΑΣ ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ, ΟΡΟΙ ΚΑΙ ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΩΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ | 1 |
| 1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ..... | 1 |
| 1.2. Η ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ | 3 |
| 1.2.1. Ανά κεφάλαιο συνοπτική παρουσίαση | 4 |
| 1.3. ΟΙ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ Ο ΠΟΛΕΜΟΣ | 6 |
| 1.4. ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ; | 9 |
| 1.5. Η ΘΕΩΡΙΑ ΤΩΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ | 11 |
| 1.5.1 Ο Σκοπός και οι Επιδιώξεις των Ψυχολογικών Επιχειρήσεων | 11 |
| 1.5.1.1. Ο Σκοπός των Ψυχολογικών Επιχειρήσεων..... | 11 |
| 1.5.1.2. Οι Επιδιώξεις των Ψυχολογικών Επιχειρήσεων..... | 13 |
| 1.5.2. Οι Κατηγορίες των Ψυχολογικών Επιχειρήσεων | 14 |
| 1.5.3. Οι Τεχνικές των Ψυχολογικών Επιχειρήσεων | 16 |
| 1.5.4. Οι Βασικές Αρχές των Ψυχολογικών Επιχειρήσεων | 17 |
| 1.5.5. Τα Μέσα Διεξαγωγής των Ψυχολογικών Επιχειρήσεων | 18 |
| 1.5.6. Δυνατότητες, Περιορισμοί και Αδυναμίες των Ψυχολογικών Επιχειρήσεων | 19 |
| 1.6. ΟΙ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ «ΥΠΗΡΕΣΙΑ» ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ | 20 |

| | |
|---|-----------|
| 1.7. Η ΘΕΩΡΙΑ ΤΩΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΟΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΟΥΣ ΣΤΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ..... | 22 |
| 1.8. ΕΠΙΛΟΓΟΣ..... | 23 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΟΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΩΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΑΡΧΑΙΟΕΛΛΗΝΙΚΟ ΚΟΣΜΟ: ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΡΩΙΚΟ ΣΤΟΝ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΙΑΚΟ ΠΟΛΕΜΟ | 24 |
| 2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ | 24 |
| 2.2. ΟΙ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΙΛΙΑΔΑ | 24 |
| 2.2.1. Οι Ψυχολογικές Επιχειρήσεις Υπονόμευσης και η Χρήση τους | 25 |
| <i>2.2.1.1. Η Θηριωδία ως Μέσο Υπονόμευσης.....</i> | <i>26</i> |
| <i>2.2.1.2. Ο Λεκτικός Επηρεασμός ως Μέσο Υπονόμευσης</i> | <i>29</i> |
| 2.2.2. «Πολεμικές Παραινέσεις», Ψυχολογικές Επιχειρήσεις με την Εφαρμογή της Τεχνικής της Ενημέρωσης..... | 31 |
| 2.3. Ο ΔΟΥΡΕΙΟΣ ΙΠΠΟΣ», ΟΙ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ Η ΣΥΝΔΡΟΜΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΠΛΑΝΗΣΗ..... | 33 |
| 2.4. Η ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΣ ΤΩΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΗΡΟΔΟΤΟ..... | 34 |
| 2.4.1. Οι Ψυχολογικές Επιχειρήσεις ως Μέσο Διχασμού και Υπονόμευσης της Συνοχής..... | 34 |
| <i>2.4.1.1. Η αρχέγονη μορφή των προκηρύξεων.....</i> | <i>36</i> |
| <i>2.4.1.2. Οι Επιχειρήσεις «Μαύρης Προπαγάνδας»</i> | <i>37</i> |
| <i>2.4.1.3. Μερικά Απτά Αποτελέσματα.....</i> | <i>38</i> |
| 2.4.2. Οι Ψυχολογικές Επιχειρήσεις ως Μέσο Εξαπάτησης | 41 |
| 2.4.3. Η Αντίπαλη Όχθη, Η Προπαγάνδα του Ξέρξη | 43 |

| | |
|---|-----------|
| 2.5. ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΙΑΚΟ ΠΟΛΕΜΟ | 44 |
| 2.5.1. Ο Επιτάφιος του Περικλή, Στρατηγικές Ψυχολογικές Επιχειρήσεις..... | 48 |
| 2.5.1.1. Η Εκμετάλλευση των Ανθρώπινων Κινήτρων για την Επίτευξη Ψυχολογικού Επηρεασμού μέσα από τον Επιτάφιο του Περικλή. | 50 |
| 2.6. ΕΠΙΛΟΓΟΣ | 52 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΓΙΓΑΝΤΩΣΗ ΤΩΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ: ΑΠΟ ΤΟ Β΄ΠΠ ΣΤΟ ΒΙΕΤΝΑΜ | 55 |
| 3.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ..... | 55 |
| 3.2 Β΄ΠΠ, Η ΓΙΓΑΝΤΩΣΗ ΤΩΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΝΟΣ ΟΛΟΚΛΗΡΩΤΙΚΟΥ ΠΟΛΕΜΟΥ..... | 57 |
| 3.2.1. Το Κατόφλι του Β΄ΠΠ και η Κακόσημη Προπαγάνδα..... | 58 |
| 3.2.2. Οι Γερμανικές Ψυχολογικές Επιχειρήσεις στην Κατεχόμενη Ελλάδα..... | 59 |
| 3.2.3. Η Επιτυχία και η Αποτυχία, Επιχειρήσεις Overlord και Nest Egg..... | 62 |
| 3.2.3.1. <i>Επιχείρηση Overlord· η Απόλυτη Συνέργεια.....</i> | <i>62</i> |
| 3.2.3.2. <i>Επιχείρηση Nest Egg· η Μοναξιά της Προπαγάνδας</i> | <i>66</i> |
| 3.2.3.3. <i>Επιχείρηση Bodyguard· ο «Δούρειος Ίππος» της επιχείρησης Overlord.....</i> | <i>67</i> |
| 3.3. ΕΣΦΑΛΜΕΝΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ, ΟΙ ΨΕ ΤΩΝ ΗΠΑ ΣΤΟ ΒΙΕΤΝΑΜ..... | 71 |
| 3.3.1. Το Ιστορικό Υπόβαθρο του Πολέμου των ΗΠΑ | 72 |
| 3.3.1.1. <i>Οι δύο όψεις του Ακροατηρίου - Στόχου</i> | <i>74</i> |
| 3.3.2. Το Ατελές της Εφαρμογής: Η Εξέταση Εφαρμογής Ψυχολογικών Επιχειρήσεων σύμφωνα με τις Βασικές Αρχές τους από τις ΗΠΑ | 76 |
| 3.3.2.1. <i>Η Ουτοπία των Ψυχολογικών Επιχειρήσεων.....</i> | <i>83</i> |
| 3.4. ΕΠΙΛΟΓΟΣ | 84 |

| | |
|--|------------|
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΟΙ ΣΥΓΚΡΟΥΣΕΙΣ ΣΤΟ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΧΩΡΙΟ: Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΩΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΟΝ 21^Ο ΑΙΩΝΑ | 88 |
| 4.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ | 88 |
| 4.2. Ο ΠΟΛΕΜΟΣ ΚΑΤΑ ΤΗΣ ΤΡΟΜΟΚΡΑΤΙΑΣ | 89 |
| 4.2.1. Οι Επιχειρήσεις στο Αφγανιστάν..... | 91 |
| <i>4.2.1.1. Από τη Θεωρία στην Πράξη, Εξέταση της Εφαρμογής των Ψυχολογικών Θεμάτων στις Επιχειρήσεις</i> | <i>93</i> |
| <i>4.2.1.2. Ο Στρατηγικός Δεκανέας, Τακτικές Ενέργειες με Στρατηγικό Αντίκτυπο.....</i> | <i>97</i> |
| <i>4.2.1.3. Η Διάσταση της Κουλτούρας</i> | <i>99</i> |
| 4.2.2. Οι Επιχειρήσεις στο Ιράκ και την Ευρύτερη Μέση Ανατολή..... | 101 |
| <i>4.2.2.1. Οι Φυτεμένοι Δημοσιογράφοι.....</i> | <i>102</i> |
| <i>4.2.2.2. Οι Πολεμιστές της Πληροφόρησης</i> | <i>105</i> |
| <i>4.2.2.3. Οι Πολεμιστές του Διαδικτύου.....</i> | <i>108</i> |
| <i>4.2.2.4. “Κλασικές” Ψυχολογικές Επιχειρήσεις στο Ιράκ.....</i> | <i>113</i> |
| 4.3. ΟΜΟΒΡΟΝΤΙΑ ΑΠΟ ΜΗΝΥΜΑΤΑ, ΜΙΑ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΚΔΟΧΗ ΤΗΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΩΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ..... | 118 |
| 4.3.1. Πολεμώντας τη Φωτιά με τη Φωτιά, Οι Ψυχολογικές Επιχειρήσεις ως Όπλο κατά της Τρομοκρατίας..... | 122 |
| 4.4. ΕΠΙΛΟΓΟΣ..... | 124 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΕΠΙΜΕΤΡΟ, ΤΟ ΑΡΧΕΓΟΝΟ ΞΙΦΟΣ Η΄ ΤΟ ΣΥΓΧΡΟΝΟ «ΑΓΙΟ ΔΙΣΚΟΠΟΤΗΡΟ»; | 127 |
| ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ..... | 137 |

**ΕΙΚΟΝΕΣ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΥΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....Α-1**

ΣΕΛΙΔΑ ΣΚΟΠΙΜΑ ΚΕΝΗ

ΛΙΣΤΑ ΕΙΚΟΝΩΝ

| | |
|--|------|
| Εικόνα 1 "D" Prayer..... | A-1 |
| Εικόνα 2 Το γράμμα του Στρατηγού Αϊζενχάουερ στα στρατεύματα τη "D" ημέρα. | A-2 |
| Εικόνα 3 Προκήρυξη για την ανοικοδόμησης της Γερμανίας από τους Ναζί το 1936. | A-3 |
| Εικόνα 4 Προκήρυξη του Προγράμματος Chieu Hoi..... | A-4 |
| Εικόνα 5 Ανάρτηση από την Αμερικανική Κυβέρνηση ενάντια στο ISIS..... | A-5 |
| Εικόνα 6 Εμπρός όψη προκήρυξης IZD - 22a | A-6 |
| Εικόνα 7 Πίσω όψη προκήρυξης IZD-022a..... | A-6 |
| Εικόνα 8 Προκήρυξη IZD - 011a | A-7 |
| Εικόνα 9 Προκήρυξη IZD - 001 με πληροφορίες ραδιοφωνικών μεταδόσεων. | A-7 |
| Εικόνα 10 Προκήρυξη AFD – 89 που συνδυάζοταν με τη ρίψης τροφίμων. | A-8 |
| Εικόνα 11 Τρόφιμα που συνδυάζονταν με την προκήρυξη AFD - 89. | A-8 |
| Εικόνα 12 Εξώφυλλο της 1ης έκδοσης του περιοδικού Dabiq..... | A-9 |
| Εικόνα 13 Εξώφυλλο της 2 ^{ης} έκδοσης του περιοδικού Dabiq..... | A-9 |
| Εικόνα 14 Φυλλάδια με μηνύματα ενάντια στο ISIS | A-10 |
| Εικόνα 15 Φυλλάδια των Ιρακινών ΕΔ ενάντια στο ISIS | A-10 |
| Εικόνα 16 Το φάσμα των Πληροφοριακών Επιχειρήσεων | A-11 |

ΣΕΛΙΔΑ ΣΚΟΠΙΜΑ ΚΕΝΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΘΕΤΟΝΤΑΣ ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ, ΟΡΟΙ ΚΑΙ ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΩΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

«Ο έξυπνος μαχητής επιβάλλει τη θέληση του στον εχθρό. Δεν επιτρέπει στον εχθρό να του επιβάλλει τη δική του θέληση» είπε ο Sun Tzu πριν από αιώνες στο περίφημο έργο του «Η Τέχνη του Πολέμου¹». Μέσα από αυτό ανέδειξε τη μεγάλη σημασία που έχει η επιβολή της θέλησης, της σκέψης θα μπορούσαμε να πούμε υπερβατικά, στο πλαίσιο του εκάστοτε ανταγωνισμού μεταξύ αντιπάλων. Αντίστοιχα ο Joseph Nye αναφέρει, προς επίρρωση του παραπάνω, ότι «πάντα ήταν σημαντικό να κερδίζεις τις καρδιές και τις σκέψεις²» και προσθέτει αναφερόμενος στην ισχύ ότι «είναι η ικανότητα να επηρεάζεις τη συμπεριφορά των άλλων³».

Έτσι μέσα από το συνδυασμό των προαναφερθέντων, καταδεικνύεται φανερά ότι σε κάθε μορφή ανταγωνισμού, η θέληση, η σκέψη και η συμπεριφορά των αντιπάλων είναι εξαιρετικά σημαντικές για την έκβαση του, και αναδεικνύεται ότι η ψυχολογική διάσταση αυτού του ανταγωνισμού είναι τόσο σημαντική όσο και η φυσική, με τις εκάστοτε συμπεριφορές των ατόμων να είναι καθοριστικές για την έκβαση του⁴. Έτσι ο επηρεασμός της θέληση του αντιπάλου, που θα έχει ως απότοκο τη διαμόρφωση της συμπεριφοράς του, τέθηκε στο επίκεντρο μιας αναζήτησης και οδήγησε στην ανάπτυξη μιας θεωρίας επιχειρήσεων προκειμένου να επιτευχθεί αυτό. Αυτού του είδους οι επιχειρήσεις στη σύγχρονη ορολογία αποκαλούνται ως ψυχολογικές επιχειρήσεις και αποτελούν τα «πυρομαχικά του μυαλού» όπως πολύ εύστοχα τις παρομοιάζει ο Philip M. Taylor στο έργο του⁵.

Οι ψυχολογικές επιχειρήσεις, που σε πολλές περιπτώσεις αποκαλούνται στη βιβλιογραφία και ως ψυχολογικός πόλεμος, δεν είναι ένα νέο φαινόμενο. Όπως αναφέρει ο

¹ Sun Tzu, *Η Τέχνη του Πολέμου*, Θεσσαλονίκη, Εκδόσεις Βάνιας, 1997, σ. 41.

² J. Jr. Nye, *Ήπια Ισχύς: Το Μέσο Επιτυχίας στην Παγκόσμια Πολιτική*, μτφ Ε. Μπαρτζινόπουλος, Αθήνα, Εκδόσεις Παπαζήση, 2005, σ. 27.

³ Στο ίδιο, σ. 28.

⁴ ΓΕΕΘΑ, *Διακλαδικό Δόγμα Ψυχολογικών Επιχειρήσεων*, Αθήνα, 2014, σ. 1.

⁵ P. M. Taylor, *Munitions of the mind: A history of propaganda from the ancient world to the present day*, Manchester and New York, Manchester University Press, 2003.

Σπυρίδων Λίτσας λαμβάνουν χώρα από την αρχαιότητα, αλλά οι κλασικοί θεωρητικοί της στρατηγικής δεν έδωσαν τη δέουσα σημασία⁶. Η εξέλιξη τους με την πάροδο των αιώνων, αλλά και η συμβολή τους ταυτόχρονα στην επίτευξη των στοχεύσεων των σχεδιαστών τους, είναι ραγδαία και πλέον αποκρυσταλλώνονται σε επιστήμη κατά τον 20^ο αιώνα όπως αναφέρει ο Γεώργιος Γεωργαλάς. Θεωρεί ότι η επιτυχία της προπαγάνδας, που ουσιαστικά αποτελεί μια από τις τεχνικές των ψυχολογικών επιχειρήσεων, ως το 19^ο αιώνα εξαρτιόταν από το ταλέντο, τη διαίσθηση και τις ικανότητες του προπαγανδιστού, ο οποίος λειτουργούσε με βάση την εμπειρία του. Αντίθετα κατά τον 20^ο αιώνα και μετέπειτα η προπαγάνδα πλέον στηρίζεται σε επιστημονικές τεχνικές⁷.

Η αυξανόμενη σημασία των ψυχολογικών επιχειρήσεων, μέσα από την τεχνική της προπαγάνδας, για τον επηρεασμό της συμπεριφοράς στον 20^ο αιώνα παρουσιάζεται και στο έργο του Edward Carr «Η Εικοσαετής Κρίση 1919-1939: Εισαγωγή στη μελέτη των διεθνών σχέσεων»⁸. Ο Carr αναφέρεται στην ισχύ της πειθούς και τη θεωρεί την τρίτη μορφή της πολιτικής ισχύος στη διεθνή σφαίρα⁹. Αναφέρει ότι οι οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες που κατέστησαν τη γνώμη της μάζας παράγοντα επηρεασμού της πολιτικής, δημιούργησαν και τα όργανα για τη διαμόρφωση και τον έλεγχο της κοινής γνώμης. Θεωρεί ότι η μαζική διαμόρφωση της κοινής γνώμης είναι αναγκαία συνέπεια της μαζικής παραγωγής αγαθών. Επιπλέον προσθέτει ότι η οργανωμένη χρήση της πειθούς ως συστηματικό εργαλείο της εξωτερικής πολιτικής είναι μια νέα εξέλιξη της εποχής του, ενώ υποστηρίζει ότι η διατήρηση της προπαγάνδας στο ρόλο επίτευξης της πειθούς είναι εξασφαλισμένη για τα επόμενα χρόνια¹⁰.

Άλλη σημαντική διάσταση χρήσης των ψυχολογικών επιχειρήσεων είναι η επίτευξη ή υποστήριξη ενεργειών παραπλάνησης. Μέσα από την παραπλάνηση επιδιώκεται η τροποποίηση της εικόνας και της αντίληψης που έχει το άτομο, σε

⁶ Σ. Λίτσας, *Πόλεμος και Ορθολογισμός: Θεωρητικές Προεκτάσεις και Στρατηγικές Εφαρμογές*, Αθήνα, Εκδόσεις Ποιότητα, 2010, σ. 310.

⁷ Γ. Γεωργαλάς, *Η Προπαγάνδα*, Αθήνα, 2008, σ. 26.

⁸ Ε. Η. Carr, *Η Εικοσαετής Κρίση 1919-1939: Εισαγωγή στη μελέτη των διεθνών σχέσεων*, μτφ Η. Στροϊκού, επιμ. Κ. Αρβανιτόπουλος, Αθήνα, Εκδόσεις Ποιότητα, 2011.

⁹ Σύμφωνα με τον Edward Carr η πολιτική ισχύς στη διεθνή σφαίρα μπορεί να διαχωριστεί σε τρεις κατηγορίες στρατιωτική, οικονομική και πειθούς. Δείτε σχετικά Στο ίδιο, σ. 154.

¹⁰ Στο ίδιο, σ.179-194.

συνάρτηση με τις πληροφορίες που δέχεται. Έτσι στοχεύει να επηρεάσει κατά κύριο λόγο τον κύκλο λήψης απόφασης, αφενός διοχετεύοντας παραπλανητικές πληροφορίες, αφετέρου με διεξαγωγή περαιτέρω ψυχολογικών επιχειρήσεων, να τις επιβεβαιώσει στο μυαλό του στόχου, δημιουργώντας ουσιαστικά μια ψευδή εικόνα της πραγματικότητας και οδηγώντας σε λανθασμένες ή προς την επιθυμητή κατεύθυνση, αποφάσεις¹¹.

1.2. Η ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Είναι γεγονός ότι κυρίως η διεθνής βιβλιογραφία αλλά και η ελληνική έχει σωρεία από πηγές που αναφέρονται στις ψυχολογικές επιχειρήσεις. Ένα σημαντικό κομμάτι προέρχεται από τα εγχειρίδια των ενόπλων δυνάμεων που αφορούν στη σχεδίαση και εκτέλεση ψυχολογικών επιχειρήσεων, εντασσόμενες στο σύγχρονο φάσμα των διακλαδικών επιχειρήσεων.

Ο Edward Carr κάνει σαφείς αναφορές στην αξία των ψυχολογικών επιχειρήσεων, που διεξάγονται με την τεχνική της προπαγάνδας. Προσεγγίζει την προπαγάνδα ως ένα συστηματικό εργαλείο που προσδίδει τη δυνατότητα παραγωγής της ισχύος της πειθούς και θεωρεί ότι έχει εφαρμογή τόσο σε εθνική όσο και διεθνή διάσταση¹².

Ο David Galula εστιάζει στο έργο του σε μια ενδιαφέρουσα οπτική χρήσης της προπαγάνδας, ειδικά υπό το πρίσμα της πληθώρας συγκρούσεων χαμηλής έντασης που έχουν ξεσπάσει τις τελευταίες δεκαετίες, της χρησιμοποίησης κατά της διάρκειας του αντεπαναστατικού αγώνα, είτε από μέρους των αντεπαναστατικών δυνάμεων, είτε από μέρους των επαναστατών¹³.

Επιπλέον υπάρχουν αναφορές στις ψυχολογικές επιχειρήσεις εντασσόμενες ως τμήματα σε μονογραφίες, όπως του Σπυρίδων Λίτσα που αναφέρεται στις ψυχολογικές επιχειρήσεις στο πλαίσιο πρόκλησης δέους, κατά τη θεωρητική προσέγγιση της διεθνούς

¹¹ ΓΕΣ, *ΕΕ 123-1 "Πληροφοριακές Επιχειρήσεις"*, Αθήνα, 2012, σ. 18.

¹² Ε. Η. Carr, *Η Εικοσαετής Κρίση: 1919-1939 Εισαγωγή στη μελέτη των διεθνών σχέσεων*, ό.π., σ.187.

¹³ D. Galula, *Αντεπαναστατικός Πόλεμος "Θεωρία και Πρακτική"*, μτφ Δ. Παυλακάκης, Αθήνα, Εκδόσεις Οδυσσέας, 2009, σ. 157.

πολιτικής μέσα από την Ιλιάδα¹⁴. Επιπλέον αντίστοιχο τμήμα για τις υπόψη επιχειρήσεις, αναφέρεται ως διάσταση της επιστημονικής στρατηγικής σε άλλο έργο του συγγραφέα¹⁵.

Ενδιαφέρουσα είναι η προσέγγιση του Παναγιώτη Θεοδωρακόπουλου. Επιδιώκει την ανάλυση της προπαγάνδας ως «μέσο και όχημα» για την επίτευξη των στοχεύσεων και την συναρτά με την κακόσημη προπαγάνδα, καταδεικνύοντας ότι ο κίνδυνος και η κακοφημία αυτής έγκειται-οφείλεται στους σκοπούς και τις χρήσεις που μπορεί αυτή να εξυπηρετήσει. Θεωρεί ταυτόχρονα ότι η χρήση της είναι καθημερινή και αναπόφευκτη¹⁶.

Τέλος ενδιαφέρουσα, ειδικά για τα ελληνικά δεδομένα είναι η ανάλυση της στρατηγικής της γερμανικής προπαγάνδας στην Ελλάδα του μεσοπολέμου και της κατοχής από τον Παναγιώτη Δημητράκη. Στο έργο του παρουσιάζεται εκτός από την κλασική στόχευση της τροποποίησης της συμπεριφοράς και περιπτώσεις χρήσης των ψυχολογικών επιχειρήσεων για την επίτευξη παραπλάνησης¹⁷.

1.2.1. Ανά Κεφάλαιο Συνοπτική Παρουσίαση

Για την ευχερέστερη πραγμάτωση των στοχεύσεων της παρούσας εργασίας, αυτή έχει κατανεμηθεί σε πέντε (5) κεφάλαια. Η θεματολογία του κάθε κεφαλαίου έχει επιλεγεί με γνώμονα ότι οι ψυχολογικές επιχειρήσεις δεν είναι κάτι νέο, ή καλύτερα όπως αναφέρει εύστοχα ο Ιωάννης Βολωνάκης για αυτές «δεν είναι νέο όπλο. Είναι παλαιό όσο και ο κόσμος», αλλά ταυτόχρονα έχουν επηρεαστεί, από την εξέλιξη του πολιτισμού, τις επιστημονικές και τεχνικές μεθόδους. Με αφετηρία αυτό επιλέγονται συγκεκριμένες περίοδοι προκειμένου να καταδειχθούν αλλαγές που επήλθαν, ενώ ταυτόχρονα να αναδειχθεί η «αξία και η ισχύς» τους¹⁸.

¹⁴ Σ. Λίτσας, *ΙΛΙΑΔΑ και διεθνής πολιτική: Μια Θεωρητική Προσέγγιση*, Αθήνα, Εκδόσεις Ποιότητα, 2014, σ. 237.

¹⁵ Σ. Λίτσας, *Πόλεμος και Ορθολογισμός: Θεωρητικές Προεκτάσεις και Στρατηγικές Εφαρμογές*, Αθήνα, Εκδόσεις Ποιότητα, 2010, σ. 309.

¹⁶ Π. Θεοδωρακόπουλος, *Προπαγάνδα η Ένδοξη*, Αθήνα, Εκδόσεις Σιδέρης, 2006.

¹⁷ Π. Δημητράκης, *Οι Γερμανικές Μυστικές Υπηρεσίες στην Ελλάδα του Μεσοπολέμου και της Κατοχής (1937-1945)*, Αθήνα, Εκδόσεις Ενάλιος, 2009, σ. 144.

¹⁸ Ι. Βολωνάκης, *Παγκόσμιος Ιστορία του Ψυχολογικού Πολέμου και της Προπαγάνδα*, Αθήνα, Εκδόσεις Γεωργιάδης, 2008, σ. 12-14.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, ξεκινώντας από τον Τρωικό πόλεμο, εξετάζεται η χρήση των ψυχολογικών επιχειρήσεων μέσα από την αρχαία ελληνική σκέψη ως μέσο που προσδίδει υπεροχή και λειτουργεί ως ένας πολλαπλασιαστής ισχύος έναντι του αντιπάλου, με σκοπό να πλήξει τη θέληση του, είτε επιτυγχάνοντας αποτροπή μέσα από τον ψυχολογικό επηρεασμό του, είτε επιβολή επί της θέλησής του. Αναζητείται το πεδίο εφαρμογής τους τόσο στην υψηλή στρατηγική όσο στην στρατιωτική στρατηγική της αρχαίας Ελλάδας και αναλύονται μέσα από το πρίσμα της σύγχρονης θεωρίας των ψυχολογικών επιχειρήσεων, επιδιώκοντας να αναδειχθεί η εφαρμογή των αρχών τους, οι ψυχολογικοί αντικειμενικοί σκοποί που προσέβλεπαν, να γίνει ανάλυση των ακροατήριων – στόχων που στόχευαν και τέλος ποιες μέθοδοι χρησιμοποιούνταν. Τα παραπάνω επιδιώκουν να αναδείξουν τη διαχρονικότητα των ψυχολογικών επιχειρήσεων από την αρχαιότητα ως ένας πολλαπλασιαστής ισχύος για την επίτευξη των στοχεύσεων σε στρατηγικό επίπεδο. Τέλος μέσα από την περιπτωσιολογική ανάλυση του επιτάφιου του Περικλή επιδιώκεται να παρουσιασθεί η αξία του κειμένου για τη διεξαγωγή στρατηγικών ψυχολογικών επιχειρήσεων, παρουσιάζοντας στοιχεία και τεχνικές που χρησιμοποίησε για την επίτευξη των αντικειμενικών σκοπών που είχε σε στρατηγικό επίπεδο.

Στο τρίτο κεφάλαιο διερευνώνται οι ψυχολογικές επιχειρήσεις όπως εξελίχθηκαν σε δύο από τις σημαντικότερες συγκρούσεις κατά τη διάρκεια του 20^{ου} αιώνα. Αφενός γίνεται η αναζήτηση της εξέλιξης τους στο αιματηρό πεδίο του Β'ΠΠ, που επηρεάστηκε σημαντικά από τις τεχνολογικές εξελίξεις της εποχής σε στρατιωτικό πεδίο, αλλά και παρουσιάζει σημαντικά στοιχεία από την εφαρμογή των ψυχολογικών επιχειρήσεων σε επίπεδο υψηλής στρατηγικής, προκειμένου να επιτευχθούν οι στοχεύσεις των αντιπάλων στο πλαίσιο ενός ολοκληρωτικού πολέμου. Αφετέρου στη συνέχεια παρουσιάζεται η εφαρμογή των ψυχολογικών επιχειρήσεων από μέρος των ΗΠΑ, κατά την εμπλοκή τους στο Βιετνάμ, μέσα από το πρίσμα των βασικών αρχών ψυχολογικών επιχειρήσεων. Επιλέγεται η συγκεκριμένη χρονική περίοδος καθόσον εκτιμάται ότι η μορφή των επιχειρήσεων αλλά και των στοχεύσεων προσομοιάζει με σημερινά στοιχεία των συγκρούσεων χαμηλής έντασης. Συγκρούσεων χαμηλής έντασης που προκαλούνται από την ανάδυση σωρείας μη κρατικών δρώντων και οι οποίοι αμφισβητούν την πρωτοκαθεδρία του έθνους - κράτους και το μέχρι σήμερα αποκλειστικό προνόμιο του κράτους, όπως είχε διαμορφωθεί στην πάροδο των τελευταίων αιώνων, στη χρήση οργανωμένης βίας για την επίτευξη των στοχεύσεων του.

Τέλος στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται μια αναζήτηση των σύγχρονων εξελίξεων στον υπόψη τομέα, που όπως οι υπόλοιπες καθημερινές ή μη δραστηριότητες έχει επηρεαστεί από τη ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας. Αφενός γίνεται μια ανάλυση των ψυχολογικών επιχειρήσεων που διεξήχθησαν από τις ΗΠΑ κατά τις επιχειρήσεις στο Ιράκ το 2003. Αναζητούνται οι εφαρμογές καθώς και τα αποτελέσματα που είχαν αυτές, αναλύοντας τις μεθόδους που χρησιμοποιήθηκαν, τους ψυχολογικούς αντικειμενικούς σκοπούς καθώς και τα ψυχολογικά θέματα προς εκμετάλλευση. Αφετέρου γίνεται παρουσίαση στοιχείων εφαρμογής των ψυχολογικών επιχειρήσεων των ΗΠΑ από τις επιχειρήσεις στο Αφγανιστάν και το συνεχιζόμενο πόλεμο κατά της τρομοκρατίας. Ταυτόχρονα ανατρέχοντας στα παραπάνω παρουσιάζεται το πλαίσιο που διαμορφώνει την εξέλιξη των ψυχολογικών επιχειρήσεων του σήμερα, σε ένα περιβάλλον που κυριαρχείται από συγκρούσεις χαμηλής έντασης και χαρακτηρίζεται από χρήση σκληρής ισχύος υπό την μορφή αντεπαναστατικών επιχειρήσεων, αναδεικνύοντας τις δυνατότητες εφαρμογής τους στο «παγκόσμιο χωριό¹⁹».

Τέλος στο πέμπτο κεφάλαιο σταχυολογούνται τα εξαγόμενα συμπεράσματα της παρούσας εργασίας και παρατίθενται με βάση αυτά συμπερασματικές σκέψεις ως προς τις δυνατότητες, τις αδυναμίες και τους περιορισμούς των ψυχολογικών επιχειρήσεων όπως αυτές δύναται να εφαρμοσθούν στο πεδίο τόσο της υψηλής στρατηγικής όσο και της στρατιωτικής στρατηγικής στη σύγχρονη πραγματικότητα.

1.3. ΟΙ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ Ο ΠΟΛΕΜΟΣ

Πριν συνεχίσουμε στην εξέταση των ψυχολογικών επιχειρήσεων και την εφαρμογή τους στη στρατηγική θα ήταν σκόπιμο να ανατρέξουμε στα επίπεδα της στρατηγικής, προκειμένου να οριοθετηθεί ένα εν' δυνάμει πρίσμα, το οποίο να συνδράμει στην κατανόηση της αξίας των ψυχολογικών επιχειρήσεων κατά μήκος της ιστορίας, αυτό της έννοιας της στρατηγικής.

Σύμφωνα με το Clausewitz ως στρατηγική ορίζεται «η θεωρία η σχετική με τη χρήση των συμπλοκών στην εξυπηρέτηση του πολέμου²⁰». Αυτή την αποκλειστική

¹⁹ Ο όρος «παγκόσμιο χωριό» αποδίδεται στο Μάρσαλ Μακλάχαν. Βλέπε M. McCLUHAN, *Understanding Media: The Extensions of Man*, London and New York, 1964, σ. 43

²⁰ Κ. V. Clausewitz, *Περί του Πολέμου*, Θεσσαλονίκη, Εκδόσεις Βάνιας, 1999, σ. 119.

προσέγγιση εφαρμογής της στρατηγικής στο πολεμικό φαινόμενο έρχεται να προεκτείνει και να της δώσει ευρύτερη σημασία ο Beaufre, όπως αναφέρει ο Κωνσταντίνος Κολιόπουλος²¹. Ο Beaufre προσεγγίζει τη στρατηγική ως «την τέχνη της χρήσης ισχύος για την επίτευξη των σκοπών της πολιτικής²²». Μέσα από αυτούς τους ορισμούς ο Κωνσταντίνος Κολιόπουλος καταλήγει στο συμπέρασμα ότι η στρατηγική αποτελεί σύζευξη μέσων και σκοπών υπό το πρίσμα του ανταγωνισμού²³ ή αλλιώς της πραγματικής ή ενδεχόμενης σύγκρουσης²⁴.

Ανάλογα με το πεδίο αναφοράς η στρατηγική χωρίζεται σε επίπεδα, την Υψηλή Στρατηγική και τη Στρατιωτική Στρατηγική. Όταν η σχέση μέσων και σκοπών στις «ύψιστες σφαίρες» βέβαια, «αγγίζει την πολιτική και την κυβερνητική τέχνη ή μάλλον ταυτίζεται μαζί τους» όπως αναφέρει ο Παναγιώτης Κονδύλης²⁵, ονομάζεται υψηλή στρατηγική. Αντίστοιχα ο όρος στρατιωτική στρατηγική είναι η «χρήση ένοπλης βίας σε ξηρά, θάλασσα και αέρα για την προώθηση των πολιτικών σκοπών των εμπολέμων» όπως αναφέρει ο Χαράλαμπος Παπασωτηρίου²⁶. Πέρα από τα δύο αυτά επίπεδα της στρατηγικής, στο πλαίσιο των στρατιωτικών επιχειρήσεων προστίθενται δύο ακόμα που αφορούν τη σχεδίαση αλλά και τη διοίκηση και έλεγχο των ενόπλων δυνάμεων, το επιχειρησιακό και το τακτικό.

Για τις ανάγκες μια ενιαίας προσέγγισης των υπόψη επιπέδων και με δεδομένο ότι στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας θα παρουσιαστούν στοιχεία ψυχολογικών επιχειρήσεων που διεξήχθησαν τόσο σε πολιτικό επίπεδο όσο και σε στρατιωτικό επίπεδο, κρίνεται σκόπιμο να παρουσιαστεί η ερμηνεία όλων των παραπάνω επιπέδων, σύμφωνα με το εγχειρίδιο στρατιωτικής ορολογίας του Στρατού των ΗΠΑ και το εγχειρίδιο επιχειρησιακής σχεδίασης των ελληνικών ενόπλων δυνάμεων:

21 Κ. Κολιόπουλος, *Η Υψηλή Στρατηγική της Αρχαίας Σπάρτης*, Αθήνα, Εκδόσεις Ποιότητα, 2001, σ. 27.

22 Α. Beaufre, *Εισαγωγή στη Στρατηγική*, μτφ Π. Μαυρόπουλος, ΓΕΕΘΑ, Αθήνα, 2015, σ. 14.

23 Κ. Κολιόπουλος, *Η Υψηλή Στρατηγική της Αρχαίας Σπάρτης*, ό.π., σ. 27.

24 Κ. Κολιόπουλος, *Η Στρατηγική Σκέψη*, Αθήνα, Εκδόσεις Ποιότητα, 2008, σ. 44.

25 Π. Κονδύλης, *Θεωρία του Πολέμου*, Αθήνα, Εκδόσεις Θεμέλιο, 1998, σ. 59.

26 Χ. Παπασωτηρίου, *Βυζαντινή Υψηλή Στρατηγική 6ος - 11ος αιώνας*, Αθήνα, Εκδόσεις Ποιότητα, 2004, σ. 17.

- Επίπεδο Υψηλής Στρατηγικής

Στο επίπεδο αυτό διαμορφώνεται από την Κυβέρνηση, η πολιτική, που αφορά τόσο στην αποφυγή του πολέμου, όσο και στη διεξαγωγή του, καθώς και στη διαμόρφωση των συνθηκών ειρήνης μετά τον πόλεμο .

- Στρατιωτικό Στρατηγικό Επίπεδο

Στο επίπεδο αυτό διαμορφώνεται η στρατιωτική στρατηγική που είναι συστατικό της υψηλής στρατηγικής. Διαμορφώνεται δηλαδή ο τρόπος της ανάπτυξης και της εμπλοκής των ΕΔ προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι της Υψηλής Στρατηγικής²⁷.

- Επιχειρησιακό Επίπεδο

Το επιχειρησιακό επίπεδο είναι το επίπεδο πολέμου στο οποίο σχεδιάζονται οι ευρείες επιχειρήσεις. Συνδέει μέσω της επιχειρησιακής τέχνης, τη στρατιωτική στρατηγική με την τακτική ή αλλιώς την τακτική ανάπτυξη των Δυνάμεων με τους Στρατηγικούς Αντικειμενικούς Σκοπούς²⁸.

- Τακτικό Επίπεδο

Στο επίπεδο αυτό, ουσιαστικά, σχεδιάζονται και εκτελούνται τακτικές στρατιωτικές ενέργειες, προς επίτευξη στρατιωτικών αντικειμενικών σκοπών, από τακτικούς Σχηματισμούς, Συγκροτήματα και Μονάδες. Δηλαδή λαμβάνουν χώρα ο αγώνας και οι εμπλοκές μεταξύ των αντιτιθεμένων δυνάμεων που απαρτίζουν μια ευρεία επιχείρηση²⁹.

Συνοψίζοντας για τα παραπάνω επίπεδα ο Κωνσταντίνος Κολιόπουλος αναφέρει ότι «τα παραπάνω επίπεδα εκλαμβάνονται γενικά ως τμήματα ενός φάσματος και όχι ως αυστηρά διαχωρισμένες και διαμετρικά αντίθετες κατηγορίες. Ορισμένοι μπορεί να εκπλαγούν, βλέποντας την τακτική να εμφανίζεται ως τμήμα της στρατηγικής. Ωστόσο, η

²⁷ Department of the Army, *FM 1-02 Operational Terms and Graphics*, Washington, 2004, σ.177; ΓΕΕΘΑ, ΔΚ 2-1 "Επιχειρησιακή Σχεδίαση ΕΔ", Αθήνα, 2012, σ. 6.

²⁸ Στο ίδιο σ. 139; σ. 6.

²⁹ Στο ίδιο σ. 182; σ. 6.

στρατηγική αλληλεπίδραση μεταξύ δύο αντιπάλων εμφανίζεται απαράλλακτα σε όλα τα προαναφερθέντα επίπεδα³⁰». Μέσα από αυτό το σχόλιο ουσιαστικά διαφαίνεται η στενή σχέση και αλληλεπίδραση των ενεργειών μεταξύ των επιπέδων, προκειμένου να κατανοήσει κάποιος ότι απλές τακτικές ενέργειες έχουν σημαντικό στρατηγικό αντίκτυπο. Επιπλέον το υπόψη συμπέρασμα επιβεβαιώνεται περίτρανα και από την αναφορά του Eitan Shamir για το «στρατηγικό στρατιώτη³¹».

Αν θέλαμε τέλος να συνδυάσουμε την αξία των ψυχολογικών με τα υπόψη επίπεδα, αλλά και να καταδείξουμε την αξία τους σε όλες τις περιόδους που διακατέχουν τις σχέσεις μεταξύ κρατών, επωφελές θα ήταν να ανατρέξουμε στον ορισμό των ψυχολογικών επιχειρήσεων σύμφωνα με το αντίστοιχο εγχειρίδιο του Ελληνικού Στρατού όπου, ως ψυχολογικές επιχειρήσεις ορίζονται οι «σχεδιασμένες ψυχολογικές δραστηριότητες κατά τη διάρκεια της ειρήνης και του πολέμου, κατευθυνόμενες σε εχθρικές, φίλιες ή ουδέτερες κοινωνικές ομάδες, με σκοπό να δημιουργήσουν τέτοια στάση και συμπεριφορά, ώστε να μας ευνοούν στην επίτευξη πολιτικών και στρατιωτικών αντικειμενικών σκοπών³²».

1.4. ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ;

Μια αναζήτηση της σημασίας του όρου ψυχολογικές επιχειρήσεις (ΨΕ) μπορεί να ξενίσει τον ερευνητή. Μπορεί να καταλήξει σε όρους που προέρχονται από τις Ένοπλες Δυνάμεις, όπως ο ψυχολογικός πόλεμος³³, αλλά και σε ενέργειες κυβερνήσεων για την προώθηση των στοχεύσεων στην εσωτερική ή διεθνή πολιτική σκηνή, μέσα από την πολιτική προπαγάνδα που χρησιμοποιεί ψυχολογικές - ψυχαναλυτικές ερμηνείες για τη

³⁰ Κ. Κολιόπουλος, *Η Στρατηγική Σκέψη*, ό.π., σ. 45.

³¹ Η αναφορά γίνεται στο βιβλίο του και αναφέρεται στις επιχειρήσεις κατά τη 2^η Ιντιφάντα των Παλαιστινίων, όπου οι τακτικές ενέργειες κάθε στρατιώτη που επάνδρωνε ένα οδόφραγμα, ουσιαστικά είχαν στρατηγικό αντίκτυπο για την εξέλιξη των περαιτέρω επιχειρήσεων. Βλέπε E. Shamir, *Transforming Command: The Pursuit of Mission Command in the U.S., British and Israeli Armies*, California, Stanford University Press, 2011, σ. 150. Κατά άλλους συγγραφείς ο όρος αποδίδεται ως «στρατηγικός δεκανέας» βλέπε C. C. Krulak, *The Strategic Corporal: Leadership in the Three Block War*, Marines Magazine, Ιανουάριος 1999, http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/usmc/strategic_corporal.htm , Πρόσβαση 8 Δεκεμβρίου 2015.

³² ΓΕΣ, *ΕΕ 125-1 "Ψυχολογικές Επιχειρήσεις"*, Αθήνα. 1996, σ. 1.

³³ Στο ίδιο, σ. 2.

λήψη αποφάσεων³⁴. Ακόμα μπορούν να προστεθούν αναφορές που αφορούν επιχειρηματικές πρακτικές είτε για προώθηση επενδυτικών σχεδίων είτε για απόκτηση μεγαλύτερου μεριδίου στην αγορά και γενικότερα το marketing³⁵.

Ταυτόχρονα η αναζήτηση αυτή παραπέμπει και συμπλέκεται ή καλύτερα ταυτίζεται με την προπαγάνδα. Μέσα από αυτή μπορούμε να φθάσουμε, όπως αναφέρει η Σοφία Καϊτατζή - Γουίτλοκ, «από την προπαγάνδιση και τον προσηλυτισμό των θρησκειών έως το απόγειο της επιστημονικής προπαγάνδας του 20^{ου} αιώνα³⁶». Σε κάθε περίπτωση αυτή η περίπου ταυτόσημη αντιμετώπιση των ψυχολογικών επιχειρήσεων με την κακοσημία που έχει λάβει η έννοια της προπαγάνδας έχουν οδηγήσει σε αντίστοιχες αρνητικές προσεγγίσεις το ευρύτερο κοινό³⁷. Αντίστοιχη αναφορά για την προκατάληψη έναντι της προπαγάνδας παρουσιάζει και ο Edward Carr. Επιπλέον προσθέτει ο Carr ότι είναι ανάλογη με την προκατάληψη που υπάρχει για τον κρατικό έλεγχο στη βιομηχανία και το εμπόριο³⁸.

Τέλος αν θέλαμε να υιοθετήσουμε έναν ενδεικτικό ορισμό, για την ύπαρξη μιας ενιαίας προσέγγισης επί του θέματος, για τις ανάγκες της παρούσας εργασίας, θα μπορούσαμε να ανατρέξουμε στον ορισμό σύμφωνα με το NATO. Σε αυτόν οι ψυχολογικές επιχειρήσεις ορίζονται ως «σχεδιασμένες ενέργειες που χρησιμοποιούν μεθόδους επικοινωνίας και άλλα μέσα, που απευθύνονται σε εγκεκριμένο κοινό, έτσι ώστε να επηρεάζουν αντιλήψεις νοοτροπίες και συμπεριφορές, που επηρεάζουν την επίτευξη των πολιτικών και στρατιωτικών αντικειμενικών σκοπών³⁹.

³⁴ Η. Κουσκουβέλης, *Λήψη Αποφάσεων Κρίση Διαπραγμάτευση*, Αθήνα, Εκδόσεις Παπαζήση, 1997, σ. 88.

³⁵ Π. Θεοδωρακόπουλος, *Προπαγάνδα η Ένδοξη*, ό.π., σ. 235.

³⁶ Στο ίδιο, σ. 43.

³⁷ Στο ίδιο, σ. 51.

³⁸ Ε. Η. Carr, *Η Εικοσαετής Κρίση: 1919-1939 Εισαγωγή στη μελέτη των διεθνών σχέσεων*, ό.π., σ. 182.

³⁹ «Planned activities using methods of communication and other means directed at approved audiences in order to influence perceptions, attitudes and behaviour, affecting the achievement of political and military objective». Η απόδοση του ορισμού από τον συγγραφέα. Βλέπε NATO, *AJP 3.10.1 Allied Joint Doctrine For Psychological Operations*, NSO, 2014, σ. 1-1.

1.5. Η ΘΕΩΡΙΑ ΤΩΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Με τα μέχρι τώρα αναφερθέντα είδαμε πώς ορίζονται οι ψυχολογικές επιχειρήσεις και ουσιαστικά μιλάμε για τις ψυχολογικές ενέργειες που λαμβάνουν χώρα βάσει ενός προδιαγραμμένου σχεδίου και αποσκοπούν στον επηρεασμό της ψυχοπνευματικής κατάστασης - διάθεσης, στάσης και γενικότερα της συμπεριφοράς του ανθρώπου ή ομάδας ανθρώπων.

Προκειμένου όμως να γίνει ευχερέστερη η εξέταση τους απαιτείται να ανατρέξουμε σε κάποια βασικά στοιχεία της θεωρίας των ψυχολογικών επιχειρήσεων, προκειμένου να δοθεί απάντηση στο τι συνίστανται, ποιες είναι οι βασικές αρχές και οι τεχνικές που εφαρμόζονται και τέλος ποια τα μέσα διεξαγωγής τους. Μέσα από τις απαντήσεις στα παραπάνω επιδιώκεται να παρατεθούν τα βασικά στοιχεία που θα επιτρέψουν να δημιουργηθεί το κατάλληλο υπόβαθρο για την κατανόηση τους, αλλά και ένα μεθοδολογικό εργαλείο για την ανάλυση των ψυχολογικών επιχειρήσεων σε διάφορες ιστορικές περιόδους.

1.5.1. Ο Σκοπός και οι Επιδιώξεις των Ψυχολογικών Επιχειρήσεων

Η αφετηρία προκειμένου να ανιχνεύσουμε τη θεωρία των ψυχολογικών επιχειρήσεων είναι ο καθορισμός του σκοπού των ψυχολογικών επιχειρήσεων. Με αυτό τον τρόπο γίνεται ταυτόχρονα κατανοητή και η επιθυμητή τελική κατάσταση που είναι δυνατό να πετύχει ο εκάστοτε χρήστης τους, δηλαδή οι επιδιώξεις των ψυχολογικών επιχειρήσεων.

1.5.1.1. Ο Σκοπός των Ψυχολογικών Επιχειρήσεων

Σύμφωνα με έναν από τους έμπειρους χειριστές ψυχολογικών επιχειρήσεων, τον Lawrence Dietz, που υπηρέτησε στον τομέα των ψυχολογικών επιχειρήσεων του NATO, «βασικός στόχος είναι να επηρεάσει τη συμπεριφορά του στόχου⁴⁰». Αυτός ο προς επηρεασμό στόχος ή αλλιώς όπως ονομάζεται, για καλύτερο διαχωρισμό, στα εγχειρίδια ψυχολογικών επιχειρήσεων «Ακροατήριο – Στόχος» είναι άτομο ή ομάδα που έχει επιλεγεί για να επηρεασθεί.

⁴⁰ Σ. Λίτσας, *ΙΙΙΑΔΑ και διεθνής πολιτική: Μια Θεωρητική Προσέγγιση*, ό.π., σ. 237.

Αυτό το ακροατήριο – στόχος μπορεί να διαχωριστεί τόσο με όρους επικοινωνίας όσο ανάλογα τη στάση του. Με όρους επικοινωνίας διαχωρίζεται σε τελικό, ενδιάμεσο και ακούσιο ενώ ανάλογα τη στάση του απέναντι σε αυτόν που διεξάγει τις ψυχολογικές επιχειρήσεις, διαχωρίζεται σε εχθρικά προσκείμενο ή εν δυνάμει εχθρικό, σε φίλιο και τέλος σε ουδέτερο. Με τον όρο τελικό ακροατήριο – στόχος νοείται αυτό που επιθυμούμε να επηρεάσουμε. Ως ενδιάμεσο αυτό που επηρεάζεται χωρίς να στοχεύετε απευθείας και τέλος ακούσιο ακροατήριο - στόχος, αυτό που επηρεάζεται χωρίς να απευθυνόμαστε ή να στοχεύουμε σε αυτό⁴¹.

Επιπλέον σε αυτόν τον βασικό σκοπό θα μπορούσε να προστεθεί αυτό που αναφέρει πολύ εύστοχα και απλά ο Γεώργιος Γεωργαλάς για την προπαγάνδα, με δεδομένο ότι για το ευρύ κοινό όπως προαναφέρθηκε ταυτίζεται πολλές φορές εννοιολογικά με τις ψυχολογικές επιχειρήσεις, ότι έχει ως σκοπό τον επηρεασμό της κοινής γνώμης⁴².

Αυτή η εφαρμογή είναι ευρύτερη πέρα από συγκρούσεις και διαμάχες και είχε ως αποτέλεσμα στο πέρασμα των αιώνων να διαμορφωθούν τεχνικές για τη διάδοση ιδεών. Αυτό παρατηρείται σε κάθε περίπτωση προσπάθειας με σκοπό τον προσηλυτισμό. Παρουσιάζεται από προφήτες, ιερείς, μάγους, φιλόσοφους και πολιτικούς που όλοι τους προσπαθούσαν να διαδώσουν τις ιδέες τους, πείθοντας τους συνανθρώπους τους για την ορθότητα αυτών των ιδεών, επηρεάζοντας τελικά τη συμπεριφορά τους προς την κατεύθυνση του τελικού αντικειμενικού σκοπού που είχαν θέσει κάθε φορά⁴³.

Φυσικά με την εξέλιξη των επιστημών, εξελίχτηκε παράλληλα και ο τομέας των ψυχολογικών επιχειρήσεων, ενσωματώνοντας τα διδάγματα από αυτές και πλέον διεξάγεται κατά τρόπο επιστημονικό, οδηγώντας σήμερα να αναφερόμαστε σε επιστημονικές τεχνικές διάδοσης ιδεών⁴⁴. Με όρους καθημερινότητας μπορούμε να δούμε στοιχεία από τις ψυχολογικές επιχειρήσεις στις διαφημίσεις και το marketing, που με

⁴¹ NATO, *AJP 3.10.1 Allied Joint Doctrine For Psychological Operations*, ό.π., σ Lex-4.

⁴² Γ. Γεωργαλάς, *Η Προπαγάνδα*, ό.π., σ. 16.

⁴³ Στο ίδιο, σ. 16.

⁴⁴ Στο ίδιο, σ. 16.

χρήση επιστημονικών τεχνικών επιδιώκουν να «προπαγανδίσουν» στο κοινό νέες ανάγκες και νέα κοινωνικά πρότυπα, μεταβάλλοντας τη στάση και τη συμπεριφορά του⁴⁵.

Αντίστοιχη άποψη για την αυξημένη σημασία που έχει λάβει με την πάροδο των ετών η τροποποίηση της συμπεριφοράς των ατόμων έχει ο Edward Carr. Ο Carr αναφέρεται στην ισχύ της πειθούς και την θεωρεί την τρίτη μορφή της πολιτικής ισχύος στη διεθνή σφαίρα⁴⁶. Αναφέρει ότι οι οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες που κατέστησαν τη γνώμη της μάζας παράγοντα επηρεασμού της πολιτικής, δημιούργησαν και τα όργανα για τη διαμόρφωση και τον έλεγχο της κοινής γνώμης. Υποστηρίζει ότι η μαζική διαμόρφωση της κοινής γνώμης είναι αναγκαία συνέπεια της μαζικής παραγωγής αγαθών⁴⁷.

Συμπερασματικά ο συνδυασμός των παραπάνω μας οδηγεί στο σκοπό των ψυχολογικών επιχειρήσεων, δηλαδή ότι οι ψυχολογικές επιχειρήσεις σκοπεύουν να κατανοήσουν τα κίνητρα των ακροατηρίων – στόχων, ώστε να τους σκιαγραφήσουμε και να επηρεάσουμε τη συμπεριφορά τους κατά επιθυμητό, για εμάς, τρόπο, καθόσον η στάση, η συμπεριφορά και το ηθικό των ατόμων, που συμμετέχουν σε μια σύγκρουση-διαμάχη-αντιπαλότητα-διαπραγμάτευση, όχι απαραίτητα με όρους χρήσης ένοπλης βίας, θα καθορίσει σε μεγάλο μέρος την έκβαση της⁴⁸.

1.5.1.2. Οι Επιδιώξεις των Ψυχολογικών Επιχειρήσεων

Με δεδομένο ότι οι ψυχολογικές επιχειρήσεις στοχεύουν στην αλλαγή συμπεριφοράς, επαγωγικά προκύπτει ότι η βασική τους επιδίωξη είναι να πείσουν το εκάστοτε ακροατήριο – στόχο να συμπεριφέρεται με τον επιθυμητό τρόπο. Συγκεκριμένα μπορούν να κάμψουν τη θέληση των εχθρικά προσκείμενων ή εν δυνάμει εχθρικών ακροατηρίων – στόχων να διεξάγουν ή συνεχίσουν τον πόλεμο. Μπορούν να ενισχύσουν το ηθικό των ημετέρων και να διατηρήσουν ή ενισχύσουν τη συνεργασία με τα ήδη φιλικά

⁴⁵ Π. Θεοδωρακόπουλος, *Προπαγάνδα η Ένδοξη*, ό.π., σ.69.

⁴⁶ Σύμφωνα με τον Edward Carr η πολιτική ισχύς στη διεθνή σφαίρα μπορεί να διαχωριστεί σε τρεις κατηγορίες στρατιωτική, οικονομική και πειθούς (Carr, 2011, σ. 154).

⁴⁷ E. H. Carr, *Η Εικοσαετής Κρίση: 1919-1939 Εισαγωγή στη μελέτη των διεθνών σχέσεων*, ό.π., σ. 181.

⁴⁸ ΓΕΣ, *ΕΕ 123-1 "Πληροφοριακές Επιχειρήσεις"*, ό.π., σ. 42.

προσκειμένα. Τέλος να επιτύχουν την υποστήριξη και συνεργασία από τα ουδέτερα ακροατήρια - στόχους.

1.5.2. Οι Κατηγορίες των Ψυχολογικών Επιχειρήσεων

Καθώς οι δραστηριότητες των ψυχολογικών επιχειρήσεων διαχέονται στο σύνολο τόσο των πολιτικών στοχεύσεων όσο και των στρατιωτικών, οι σχεδιαστές τους έχοντας ως σκοπό την αποφυγή επικάλυψης αρμοδιοτήτων με τους εκάστοτε εμπλεκόμενους, αλλά και την αποδοτικότερη χρήση των μέσων, τις διαχωρίζουν σε πέντε (5) κατηγορίες, που συναρτώνται αφενός με το εκάστοτε ακροατήριο - στόχο αφετέρου τη χρονική περίοδο που διεξάγονται αυτές και συγκεκριμένα Στρατηγικές, Πεδίου Μάχης⁴⁹, Σταθεροποίησης, Υποστήριξης Ειρήνης και Ενημέρωσης⁵⁰.

Οι Στρατηγικές ΨΕ ορίζονται ως σχεδιασμένες ψυχολογικές δραστηριότητες σε ειρήνη - κρίση – πόλεμο, που επιδιώκουν να επηρεάσουν θετικά και να κερδίσουν την υποστήριξη και τη συνεργασία των φιλικά προσκειμένων και ουδετέρων κρατών ή εθνών ή ομάδων και παράλληλα να κάμψουν τη θέληση και να μειώσουν τις δυνατότητες των εχθρικά προσκειμένων (ή εν δυνάμει εχθρικών) στους εκάστοτε τεθέντες αντικειμενικούς σκοπούς.

Οι ψυχολογικές επιχειρήσεις Πεδίου Μάχης ορίζονται ως σχεδιασμένες ψυχολογικές δραστηριότητες που διεξάγονται ως αναπόσπαστο μέρος των στρατιωτικών επιχειρήσεων και αποβλέπουν στην ψυχολογική πίεση επί του αντιπάλου, αλλά και του άμαχου πληθυσμού, που βρίσκεται υπό τον έλεγχό του, προκειμένου να βοηθηθεί η επίτευξη των επιχειρησιακών και τακτικών αντικειμενικών σκοπών. Ως κύριο στόχο έχουν να κάμψουν το ηθικό, να προκαλέσουν απάθεια, ηττοπάθεια, ασυμφωνία με τους διοικητές, να ενσπείρουν τη διχόνοια και να προωθήσουν την υπονόμευση, την αβεβαιότητα, τη λιποταξία και την αυτομόληση στις τάξεις του αντιπάλου. Επιπλέον στο

⁴⁹ Οι έννοιες των Στρατηγικών και Πεδίου Μάχης ψυχολογικών επιχειρήσεων αναφέρονται και ως ψυχολογικός πόλεμος σε παλαιότερες στρατιωτικές και μη εκδόσεις. Βλέπε ΓΕΣ, *ΕΕ 125-1 "Ψυχολογικές Επιχειρήσεις"*, ό.π., σ. 2.

⁵⁰ ΓΕΕΘΑ, *Διακλαδικό Δόγμα Ψυχολογικών Επιχειρήσεων*, ό.π., σ. 2-2.

ευρύτερο πλαίσιο των πληροφοριακών επιχειρήσεων⁵¹ χρησιμοποιούνται για πετύχουν είτε την παραπλάνηση είτε τον επηρεασμό του κύκλου λήψης απόφασης.

Οι ψυχολογικές επιχειρήσεις Σταθεροποίησης ορίζονται ως σχεδιασμένες ψυχολογικές δραστηριότητες σε κρίση και πόλεμο που απευθύνονται προς τους πολίτες που βρίσκονται στις, ευρισκόμενες υπό φίλιο έλεγχο περιοχές, επιδιώκοντας να επιτύχουν μια συμπεριφορά, η οποία να υποστηρίζει τους στρατιωτικούς αντικειμενικούς σκοπούς της επιχείρησης και να μην εμποδίζει την επιχειρησιακή ελευθερία των στρατιωτικών διοικητών. Συγκεκριμένα, οι ψυχολογικές επιχειρήσεις σταθεροποίησης σκοπεύουν να υποβοηθήσουν στην επιβολή ή στην διατήρηση της τάξης και της ασφάλειας στην περιοχή επιχειρήσεων και στις περιοχές μετόπισθεν των φίλιων δυνάμεων, καθώς και να κερδίσουν την υποστήριξη του τοπικού πληθυσμού σε έδαφος που ελέγχεται από τις φίλιες δυνάμεις, ώστε να εξασφαλιστούν οι πολιτικοί και στρατιωτικοί αντικειμενικοί σκοποί.

Οι ψυχολογικές επιχειρήσεις Υποστήριξης Ειρήνης ορίζονται ως σχεδιασμένες ψυχολογικές δραστηριότητες που διεξάγονται ως αναπόσπαστο μέρος των επιχειρήσεων υποστήριξης ή επιβολής της ειρήνης, με σκοπό να δημιουργούν κλίμα υποστήριξης και θέληση συνεργασίας μεταξύ των αντιμαχόμενων πλευρών και του άμαχου πληθυσμού στην περιοχή των επιχειρήσεων, έτσι ώστε να αποτραπεί η βία, να βοηθηθεί η επίτευξη των αντικειμενικών σκοπών της επιχείρησης, παράλληλα δε να προστατευθεί η φίλια δύναμη. Γενικότερα αυτή η κατηγορία των ψυχολογικών επιχειρήσεων από τα τέλη του περασμένου αιώνα και μέχρι σήμερα βρίσκει ραγδαία αναπτυσσόμενη εφαρμογή εξαιτίας του μεγάλου αριθμού περιφερειακών συγκρούσεων χαμηλής έντασης που έχουν προκύψει σε διάφορα μήκη και πλάτη του πλανήτη. Ταυτόχρονα παρουσιάζει ιδιαίτερες δυσκολίες στην εφαρμογή τους, καθώς απαιτείται εξαιρετικός συντονισμός με όλους τους εμπλεκόμενους κρατικούς φορείς, πολιτικούς και στρατιωτικούς, σε συνδυασμό με την εμπλοκή μη κρατικών φορέων (π.χ. ΜΚΟ). Οι δυσκολίες αυτές παρουσιάζονται καταρχήν γιατί δεν δύναται να υπάρξει ένας ενιαίος φορέας, που θα ελέγχει κρατικούς και μη κρατικούς φορείς, επιτυγχάνοντας τη συνέργεια των ενεργειών τους με τις διεξαγόμενες

⁵¹ Πληροφοριακές επιχειρήσεις είναι συντονισμένες ενέργειες που αναλαμβάνονται σε περιόδους ειρήνης, κρίσης ή πολέμου, σε όλα τα επίπεδα (στρατηγικό, επιχειρησιακό, τακτικό), προς υποστήριξη πολιτικών και στρατιωτικών αντικειμενικών σκοπών, με τις οποίες υπονομεύονται η θέληση και η συνοχή του αντιπάλου και επηρεάζεται η διαδικασία λήψης απόφασης του. Βλέπε ΓΕΣ, *EE 123-1 "Πληροφοριακές Επιχειρήσεις"*, ό.π., σ. 1.

ψυχολογικές επιχειρήσεις υποστήριξης ειρήνης. Επιπλέον μέσα στο πολύπλοκο πληροφοριακό περιβάλλον των επιχειρήσεων CIMIC⁵² υπάρχει αδυναμία εξισορρόπησης και ελέγχου της ροής πληροφοριών, μεταξύ όλων των παραπάνω φορέων, που πολλές φορές αναχαιτίζει ή αντικρούει την επικοινωνία των διενεργούντων τις ψυχολογικές επιχειρήσεις με το ακροατήριο – στόχο τους⁵³.

Οι επιχειρήσεις ενημέρωσης (media ops) είναι οι ενέργειες που αποσκοπούν στην έγκαιρη, ακριβή και αποτελεσματική ενημέρωση της κοινής γνώμης, λαμβάνοντας υπόψη τις ανάγκες του πλαισίου ασφαλείας κατά την αποδέσμευση πληροφοριών⁵⁴.

1.5.3. Οι Τεχνικές των Ψυχολογικών Επιχειρήσεων

Προκειμένου να υποστηριχθούν οι παραπάνω κατηγορίες των ψυχολογικών επιχειρήσεων έχουν αναπτυχθεί και υιοθετηθεί τεχνικές που χρησιμοποιούνται από τους σχεδιαστές τους. Στις τεχνικές αυτές κατατάσσονται η προπαγάνδα, η αντιπροπαγάνδα, η ενημέρωση και η ζύμωση.

Παρά τις μέχρι τώρα αναφορές στην προπαγάνδα, και προκειμένου να υπάρχει μία ολιστική προσέγγισή της στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας, κρίνεται σκόπιμο να παρατεθεί ο ορισμός της, ως τεχνικής των ψυχολογικών επιχειρήσεων, αλλά και οι διακρίσεις της, σύμφωνα με τη σχετική εξειδικευμένη βιβλιογραφία. Έτσι, ως προπαγάνδα ορίζεται η επιστημονική τεχνική της διαδόσεως οποιασδήποτε πληροφορίας ή ιδέας, οποιουδήποτε δόγματος ή παροτρύνσεως, που τίθεται εσκεμμένα, άμεσα ή έμμεσα σε κυκλοφορία για να επηρεάσει κατά συγκεκριμένο τρόπο τη σκέψη, τα αισθήματα, τη στάση και τη συμπεριφορά, οποιουδήποτε συγκεκριμένου ακροατηρίου - στόχου, εξυπηρετώντας τις στοχεύσεις αυτού που θέτει αυτά σε κυκλοφορία. Ανάλογα την παρουσιαζόμενη πηγή της διακρίνεται σε Λευκή, Φαιά και Μαύρη Προπαγάνδα⁵⁵.

⁵² Civil Military Cooperation.

⁵³ ΓΕΕΘΑ, *Διακλαδικό Δόγμα Πολιτικοστρατιωτικής Συνεργασίας*, Αθήνα, 2013, σ. 6-1.

⁵⁴ ΓΕΕΘΑ, *Διακλαδικό Δόγμα Ψυχολογικών Επιχειρήσεων*, ό.π., σ. 2-4.

⁵⁵ Λευκή είναι η προπαγάνδα που η πηγή που εμφανίζεται είναι η πραγματική. Φαιά όταν δεν μπορεί να προσδιοριστεί η πηγή της και μαύρη αυτή που η πηγή που εμφανίζεται της να είναι διαφορετική από την πραγματική. Βλέπε ΓΕΣ, *ΕΕ 125-1 "Ψυχολογικές Επιχειρήσεις"*, ό.π., σ. 3.

Η αντιπροπαγάνδα και η ενημέρωση χρησιμοποιούνται για την αντιμετώπιση της εχθρικής προπαγάνδας. Η αντιπροπαγάνδα κατευθύνεται προς τον αντίπαλο ή προς οποιαδήποτε συγκεκριμένη ομάδα και αποσκοπεί να αντικρούσει ή να ανατρέψει και τελικά να επικρατήσει της εχθρικής προπαγάνδας. Η ενημέρωση είναι δραστηριότητες μεταδόσεως γνώσεων, διαλύσεως πλανών και αντικρούσεως κάθε εχθρικής προπαγάνδας, απευθυνόμενη στο φίλιο στράτευμα και κοινό, με σκοπό να εξυψωθεί το φρόνημα αυτών, ώστε να καταστούν απρόσβλητα σε κάθε εχθρική ψυχολογική επιρροή⁵⁶.

Τέλος η τεχνική της ζύμωσης είναι η, με διάφορα μέσα και με βάση τις αρχές της ψυχολογίας, έξαψη των παθών της μάζας, η οποία τις περισσότερες φορές υποκινεί αυτή σε άμεση δράση ή έλλειψη δράσης, και προκαλεί τεχνητό σε αυτή φανατισμό⁵⁷.

1.5.4. Οι Βασικές Αρχές των Ψυχολογικών Επιχειρήσεων

Οι βασικές αρχές που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη για τη σχεδίαση και διεξαγωγή των ψυχολογικών επιχειρήσεων είναι Συγκεντρωτική Διεύθυνση, Ευκαμψία, Αξιοπιστία, Εμμονή, Αποφυγή Κορεσμού και Επικαιρότητα⁵⁸.

Η αρχή της Συγκεντρωτικής Διεύθυνσης επιβάλλει την ύπαρξη ενός ενιαίου φορέα, υπεύθυνου για τη γενική κατευθυντήρια γραμμή, τη στρατηγική, την τακτική, τον έλεγχο και τη διεύθυνση των ψυχολογικών επιχειρήσεων, έχοντας ως δεδομένο ότι αυτά πρέπει να είναι σε συνέπεια τόσο με τις πολιτικές στοχεύσεις όσο και τις στρατιωτικές σε περίπτωση χρήσης σκληρής ισχύος.

Η αρχή της Ευκαμψίας επιβάλλει την ικανότητα προσαρμογής σε μεταβαλλόμενες περιστάσεις ή στην εκάστοτε δεδομένη κατάσταση, όπως αυτή προκύπτει κατόπιν λεπτομερούς αναλύσεως και εκτιμήσεως των αντιπάλων θεμάτων, δραστηριοτήτων και μέσων διεξαγωγής ψυχολογικών επιχειρήσεων. Αυτά πρέπει να βασίζονται σε έρευνα και ανάλυση του ακροατηρίου - στόχου, των δυνατοτήτων αμφοτέρων των πλευρών στην εκτέλεση τέτοιου είδους επιχειρήσεων και να υπάρχουν ακριβείς πληροφορίες. Η εφαρμογή αυτή της αρχής της ευκαμψίας δεν περιορίζεται μόνο στις επιδιωκόμενες

⁵⁶ ΓΕΕΘΑ, *Διακλαδικό Δόγμα Ψυχολογικών Επιχειρήσεων*, ό.π., σ. 2-5.

⁵⁷ Στο ίδιο, σ. 2-5

⁵⁸ Στο ίδιο, σ. 2-5.

στοχεύσεις, αλλά επεκτείνεται στην επιλογή των μέσων ψυχολογικών επιχειρήσεων, υπό την έννοια της αποφυγής μιας άκαμπτης χρήσεως των ίδιων πάντοτε μέσων ή μεθόδων.

Η αρχή της Αξιοπιστίας επιβάλλει την απαίτηση αξιοπιστίας των μηνυμάτων που μεταδίδονται στο ακροατήριο - στόχο, ώστε να επιτευχθεί η πειθώ. Κάθε εντύπωση αναξιοπιστίας που δημιουργείται κάνει δύσκολη έως αδύνατη τη διεξαγωγή των ψυχολογικών επιχειρήσεων. Οι ενέργειες βασίζονται είτε στην αλήθεια είτε στην μη διαψευδόμενη αληθοφάνεια, τόσο της πηγής όσο και του μηνύματος, χωρίς να αποκλείεται ένα κατάλληλο μίγμα αυτών.

Η αρχή της Εμμονής επιβάλλει την επίμονη επανάληψη και τη μαζική χρησιμοποίηση των φορέων ή μέσων μαζικής επικοινωνίας, σε τόπο και χρόνο, σε μία ψυχολογική επιχείρηση. Η εφαρμογή της εν λόγω αρχής έχει ορισμένα όρια, προκειμένου να μην έρχεται σε σύγκρουση με την επόμενη αρχή, αυτή του κορεσμού.

Η αρχή της Αποφυγής του Κορεσμού επιβάλλει την αποφυγή "ψυχικού κορεσμού" του ακροατηρίου - στόχου, καθώς το τελικό αποτέλεσμα μπορεί να είναι αντίθετο από το επιδιωκόμενο⁵⁹. Σε κάθε περίπτωση επιδιώκεται να σταθμίζεται προσεκτικά το μέτρο εφαρμογής των αρχών της Εμμονής και της Αποφυγής Κορεσμού, με προσεκτική αξιολόγηση των αντιδράσεων του ακροατηρίου - στόχου.

Τέλος επειδή η ταχεία εκμετάλλευση των θεμάτων ψυχολογικών επιχειρήσεων είναι συχνά κρίσιμης σημασίας, η αρχή της Επικαιρότητας απαιτεί να εξασφαλίζεται η, σε κατάλληλο χρόνο, πλήρης αξιοποίηση των παρουσιαζομένων ευκαιριών.

1.5.5. Τα Μέσα Διεξαγωγής των Ψυχολογικών Επιχειρήσεων

Η μεγάλη σημασία των μέσων παρουσιάζεται χαρακτηριστικά στη ρήση του Χέρμπερτ Μάρσαλ Μακλάχαν για τα ΜΜΕ, όπου διατυπώνει ότι «το μέσο είναι το μήνυμα⁶⁰», επισημαίνοντας τη μεγάλη σημασία που έχει η ορθή επιλογή του μέσου στην αποδοχή και κατανόηση του μηνύματος της επικοινωνίας από το ακροατήριο. Αντίστοιχη

⁵⁹ Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτού είναι ραδιοτηλεοπτικές εκπομπές που γίνονται σε σύντομα χρονικά διαστήματα στον ίδιο τόπο και στους ίδιους ανθρώπους και ενδέχεται να προκαλέσουν από ανία μέχρι ενόχληση.

⁶⁰ M. McCLUHAN, *Understanding Media: The Extensions of Man*, ό.π., σ. 7.

εφαρμογή και σημασία έχει η παραπάνω ρήση και στα μέσα⁶¹ διεξαγωγής των ψυχολογικών επιχειρήσεων, καθόσον με όχημα αυτά μεταβιβάζεται το μήνυμα από τον αποφασίζων⁶² για τη διεξαγωγή των ψυχολογικών επιχειρήσεων, στο εκάστοτε ακροατήριο - στόχο. Στο πλαίσιο αυτών των επιχειρήσεων οι τρεις βασικές κατηγορίες είναι τα οπτικά⁶³, τα ακουστικά⁶⁴ και τα οπτικοακουστικά⁶⁵.

1.5.6. Δυνατότητες, Περιορισμοί και Αδυναμίες των Ψυχολογικών Επιχειρήσεων

Βασική δυνατότητα και κύρια χρήση είναι η χρησιμοποίηση ψυχολογικών μέσων για μετάδοση μηνυμάτων για επηρεασμό του ακροατηρίου - στόχου. Δύναται να έχουν στόχο ομάδες πολιτικές, κοινωνικές, οικονομικές, θρησκευτικές, μελών των ενόπλων δυνάμεων κ.λπ. Επηρεάζουν την εξωτερική πολιτική άλλων κρατών, τους στρατιωτικούς αντικειμενικούς τους σκοπούς, τη διακυβέρνηση τους αλλά και τη θέληση τους για πόλεμο. Ταυτόχρονα υποστηρίζουν τις πολιτικές στοχεύσεις για την ενίσχυση ή εξασθένιση συμμαχιών, την αποτροπή⁶⁶ ή και ακόμα συνθηκολόγηση του αντιπάλου σε περιπτώσεις χρήσης σκληρής ισχύος. Επιπλέον δύναται να μειώσει το ηθικό του αντίπαλου πληθυσμού καθώς και των ενόπλων δυνάμεων μειώνοντας τη μαχητική τους

⁶¹ Στη διεθνή βιβλιογραφία έχει υιοθετηθεί ο όρος «μέσο». Στην εξειδικευμένη βιβλιογραφία για τη σχεδίαση και διεξαγωγή ψυχολογικών επιχειρήσεων ο όρος «μέσο» μπορεί να αναφέρεται και ως «Μεταδότης και Δέκτης». Βλέπε ΓΕΕΘΑ, *Διακλαδικό Δόγμα Ψυχολογικών Επιχειρήσεων*, ό.π., σ. 1-2.

⁶² Ο αποφασίζων για το μήνυμα των ψυχολογικών επιχειρήσεων μπορεί να αναφέρεται και με τον όρο «πηγή» Βλέπε ΓΕΕΘΑ, *Διακλαδικό Δόγμα Ψυχολογικών Επιχειρήσεων*, ό.π., σ. 1-2.

⁶³ Είναι το πάσης φύσεως και μορφής τυπωμένο υλικό, όπως φυλλάδια, προκηρύξεις, αφίσες, διάφορα έντυπα, εφημερίδες, περιοδικά, βιβλία, μη ομιλούσες ταινίες, γκράφιτι κλπ. Βλέπε ΓΕΕΘΑ, *Διακλαδικό Δόγμα Ψυχολογικών Επιχειρήσεων*, ό.π., σ. 5-1.

⁶⁴ Είναι όλα τα μέσα που χρησιμοποιούν ήχους για τη διάδοση των μηνυμάτων (π.χ. ραδιόφωνο, μεγάφωνα, μικρόφωνα, σειρήνες, κόρνες, τηλεβόας, φωνή). Βλέπε ΓΕΕΘΑ, *Διακλαδικό Δόγμα Ψυχολογικών Επιχειρήσεων*, ό.π., σ. 5-1.

⁶⁵ Είναι όλα τα μέσα που στοχεύουν ταυτόχρονα την αίσθηση της ακοής και της όρασης. Η πρωτοκαθεδρία εναλλάσσεται μεταξύ της τηλεόρασης και του διαδικτύου, ενώ τα υπόλοιπα είναι ο κινηματογράφος και το θέατρο. Τα παραπάνω μέσα αποτελούν τα πιο αποτελεσματικά μέσα ψυχολογικών επιχειρήσεων, ακόμα και για εξειδικευμένα και απαιτητικά ακροατήρια στόχους. Βλέπε ΓΕΕΘΑ, *Διακλαδικό Δόγμα Ψυχολογικών Επιχειρήσεων*, ό.π., σ. 5-2.

⁶⁶ Ο όρος αποτροπή αναφέρεται στη δυνατότητα ενός κράτους να αποκλείει τη επιθυμητή γι' αυτό δράση ενός άλλου κράτους. Βλέπε Η. Κουσκουβέλης, *Εισαγωγή στις Διεθνείς Σχέσεις*, Αθήνα, Εκδόσεις Ποιότητα, 2010, σ. 421.

ισχύ, να υποκινήσει μειονότητες ή διαφωνούντες στην περιοχή του εχθρού, αλλά και για να παραπλανήσει ως προς τις προθέσεις και τις στοχεύσεις σε όλα τα επίπεδα.

Στους περιορισμούς και αδυναμίες μπορούμε να εντάξουμε την μείωση της αποτελεσματικότητας σε περίπτωση που ο αντίπαλος αντιτάξει αντίμετρα, την αδυναμία συνεχούς ύπαρξης έγκαιρων και αξιόπιστων πληροφοριών, δυσχέρειες που παρουσιάζονται στον ακριβή συντονισμό, καθώς και περιορισμούς από το διεθνές δίκαιο⁶⁷.

1.6. ΟΙ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ «ΥΠΗΡΕΣΙΑ» ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

Με τα μέχρι τώρα αναφερθέντα στη θεωρία των ψυχολογικών επιχειρήσεων παρουσιάζεται ότι η εφαρμογή των ψυχολογικών επιχειρήσεων έγκειται σε όλες τις χρονικές περιόδους που διανύουν οι σχέσεις μεταξύ αντιπάλων κρατών, όπως ένταση, κρίση ή πόλεμος, χωρίς απαραίτητα να περιορίζεται σε αυτές. Όμως με την πάροδο των ετών ως απόρροια αφενός της αποστροφής των κοινωνιών ως προς την αιματοχυσία, αφετέρου του αυξανόμενου κόστους της πολεμικής αναμέτρησης, οι ηγεσίες οδηγήθηκαν στην αναζήτηση λύσεων οι οποίες θα υποβοηθούσαν στην επίτευξη των στοχεύσεών τους μέσα από λύσεις οι οποίες θα είναι λιγότερο κοστοβόρες σε ζωές και μέσα, ενώ παράλληλα στοχεύουν στην επίτευξη των αντικειμενικών σκοπών μέσα από την κατανίκηση της θέλησης του αντιπάλου. Σε αντίστοιχη κατεύθυνση είναι η αναφορά του Ιωάννη Βολωνάκη που αναφέρει ότι «ο ψυχολογικός πόλεμος είναι κάθε μορφή ενέργειας, η οποία χρησιμεύει στο να ελαττώσει ή να αυξήσει τη στρατιωτική και πολιτική θέληση του αντιπάλου» και παρουσιάζοντας τη διαχρονική αξία αυτού συνεχίζει «σε όλους τους σταθμούς της ιστορίας των λαών, το ψυχολογικό στοιχείο και η ανάλογη καλλιέργεια του επηρεάζει τις τύχες των λαών⁶⁸».

Μια σχετική προσέγγιση στην οποία καταδεικνύεται η τάση προσβολής ισχυρών σημείων του αντιπάλου, που δεν είναι πλέον μόνο τα φυσικά μέσα αλλά η θέληση για επίτευξη των αντικειμενικών σκοπών, είναι η αναφορά του Κωνσταντίνου Κολιόπουλου

⁶⁷ ΓΕΣ, *ΕΕ 125-1 "Ψυχολογικές Επιχειρήσεις"*, ό.π., σ. 4.

⁶⁸ Ι. Βολωνάκης, *Παγκόσμιος Ιστορία του Ψυχολογικού Πολέμου και της Προπαγάνδα*, ό.π., σ. 15.

στη χρήση ψυχολογικών επιχειρήσεων για την κατανίκηση του αντιπάλου ως μορφή της άμεσης προσέγγισης, η οποία θεωρεί ότι καλύπτει ευρύτερο πεδίο από τη στρατηγική της εκμηδένισης⁶⁹. Προς επίρρωση αυτού έρχεται η άποψη του William S. Lind ο οποίος αναφέρει ότι στο πλαίσιο του πολέμου τέταρτης γενιάς δεν έχει σημασία μόνο η υπεροχή σε ισχύ πυρός ή τα φυσικά μέσα, αλλά η νίκη επιτυγχάνεται σε στρατηγικό, ηθικό αλλά και ψυχολογικό επίπεδο, πιστεύοντας ταυτόχρονα ότι γυρίζουμε σε μορφές πολέμου αντίστοιχες πριν την ανατολή του «κράτους», θεωρώντας ταυτόχρονα ότι υπάρχουν πολλά εργαλεία για να κερδίσουμε μια διαμάχη, πέρα από τη χρήση στρατιωτικής ισχύος⁷⁰.

Μια πιο ξεκάθαρη εφαρμογή των Ψυχολογικών Επιχειρήσεων στο στρατηγικό επίπεδο για επίτευξη των αντικειμενικών σκοπών, είναι η πρόκληση δέους και φόβου. Αυτό παρουσιάζεται ξεκάθαρα στην ομηρική μάχη μέσα από τη θηριωδία όπου ο αντίπαλος, αλλά και αυτό το κράτος επιλέγει την πράξη θηριωδίας, θέτοντας ως αυτοσκοπό την παραγωγή δέους στη ψυχολογία του αντιπάλου, όπως αναφέρει ο Σπυρίδων Λίτσας⁷¹. Αυτό προεκτείνεται μέχρι σήμερα με διάφορες εκφάνσεις. Η πρώτη μπορούμε να υποθέσουμε ότι είναι μέσα από τα πυρηνικά όπλα, που όπως αναφέρει ο Ηλίας Κουσκουβέλης, είναι «όπλα καθαρά ψυχολογικά, τα οποία εγκλωβίζουν τους αντιπάλους σε μια κατάσταση φόβου και συνεπώς αποτροπής⁷²». Άλλη έκφανση αυτού είναι η παραγωγή τρόμου από μη κρατικές οργανώσεις τύπου ISIS, που με την ζωντανή μετάδοση, μέσω διαδικτύου, αποκεφαλισμών αιχμαλώτων, εκτελούν ψυχολογικές επιχειρήσεις προσπαθώντας να προκαλέσει τρόμο στους αντιπάλους τους, αλλά και ταυτόχρονα απευθύνονται σε ισλαμικά ακροατήρια - στόχους, επιδιώκοντας να τα προσεταιριστούν.

Τέλος άλλη διάσταση, που αναβαθμίζει την αξία των ψυχολογικών επιχειρήσεων στις σύγχρονες συγκρούσεις ή διενέξεις είναι η σημαντική συμβολή τους στον

⁶⁹ Κ. Κολιόπουλος, *Η Στρατηγική Σκέψη*, ό.π., σ. 52.

⁷⁰ W. S. Lind, «*Understanding Fourth Generation War*», *Military Review*, September – October 2004, σ. 16.

⁷¹ Σ. Λίτσας, *ΙΙΙΑΑΑ και διεθνής πολιτική: Μια Θεωρητική Προσέγγιση*, ό.π., σ. 243.

⁷² Η. Κουσκουβέλης, *Θεωρία Διεθνών Σχέσεων: Αποτροπή και Πυρηνική Στρατηγική στον Ψυχρό Πόλεμο*, Αθήνα, Εκδόσεις Ποιότητα, 2000, σ.17.

επονομαζόμενο υβριδικό πόλεμο⁷³, όπως αυτός εμφανίστηκε στη σύγχρονη έκδοσή του κατά τις επιχειρήσεις της Ρωσίας, στη διάρκεια της Ουκρανικής κρίσης. Σε αυτή την περίπτωση έπαιξαν σημαντικό ρόλο στην επίτευξη των αντικειμενικών σκοπών και για την διενέργεια τους χρησιμοποιήθηκαν όλα τα σύγχρονα μέσα, καθώς και μέσα κοινωνικής δικτύωσης⁷⁴.

1.7. Η ΘΕΩΡΙΑ ΤΩΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΟΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΟΥΣ ΣΤΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Με την παρούσα εργασία επιχειρείται η εκπλήρωση ενός διπλού στόχου. Αφενός να εισάγει τον αναγνώστη στη θεωρία των ψυχολογικών επιχειρήσεων όπως έχει διαμορφωθεί στην αυγή της 3^{ης} χιλιετίας, προκειμένου να δημιουργηθεί ένα υπόβαθρο που θα συμβάλει στην κατανόηση της σημασίας και του ρόλου τους, ως ικανού πολλαπλασιαστή ισχύος, ο οποίος συνεισφέρει στην επίτευξη των στοχεύσεων τόσο σε επίπεδο υψηλής στρατηγικής όσο και σε αυτό της στρατιωτικής στρατηγικής. Αφετέρου επιδιώκει, με πρίσμα και μεθοδολογικό εργαλείο τη σύγχρονη θεωρία τους, να κάνει μια ιστορική αποτίμηση της αποτελεσματικής εφαρμογής των ψυχολογικών επιχειρήσεων, όπως αυτές χρησιμοποιήθηκαν από τους εμπνευστές τους για την επίτευξη των στοχεύσεων σε στρατηγικό επίπεδο, σε συγκεκριμένες χρονικές περιόδους. Μέσα από αυτή τη διττή στόχευση επιδιώκεται να προσεγγισθεί ο τελικός σκοπός της εργασίας, που είναι να αναδειχθούν οι δυνατότητες εφαρμογής των ψυχολογικών επιχειρήσεων σε στρατηγικό επίπεδο και ταυτόχρονα να επισημανθούν οι αδυναμίες - περιορισμοί τους. Επιπλέον να καταδειχθεί αν αποτελούν ένα νέο «όπλο», ή ένα «όπλο» που εξελίσσεται διαχρονικά, με δυναμική ή όχι στη σύγχρονη διεθνή σκακιέρα και τέλος εάν αποτελεί πανάκεια για την επίτευξη οποιουδήποτε αντικειμενικού σκοπού.

⁷³ Η επιστημονική κοινότητα διχάζεται για την έννοια του υβριδικού πολέμου. Σύμφωνα με τον Joseph Nye αυτό το είδος του πολέμου είναι η απάντηση στη συμβατική υπεροχή των ΗΠΑ από τους λοιπούς δρώντες. Βλέπε J. Jr. Nye, «Ο πόλεμος στον 21ο αιώνα», Το Βήμα, 2015, <http://www.tovima.gr/world/article/?aid=675494>, πρόσβαση 6 Σεπτεμβρίου 2015. Στην αντίθετη κατεύθυνση είναι η άποψη του Peter Mansoor που θεωρεί που θεωρεί ότι οι ρίζες του υβριδικού πολέμου φθάνουν μέχρι τον Πελοποννησιακό Πόλεμο. Βλέπε W. Murray; P. Mansoor, *Hybrid Warfare: Fighting Opponents from the Ancient World to the Present*, Cambridge, Cambridge University Press, 2012, σ. 3.

⁷⁴ E. Hunter; P. Pernik, «The Challenges of Hybrid Warfare», International Centre for Defence and Security, 2015, http://www.icds.ee/fileadmin/media/icds.ee/failid/Eve_Hunter__Piret_Pernik_-_Challenges_of_Hybrid_Warfare.pdf, (πρόσβαση 6 Σεπτεμβρίου 2015), σ. 3.

Με το συνδυασμό των παραπάνω στοχεύσεων επιδιώκεται ο μη περιορισμός αποκλειστικά στις θεωρητικές έννοιες των ψυχολογικών επιχειρήσεων, αλλά η συσχέτιση των τεχνικών και θεωρητικών στοιχείων με περιπτωσιολογικές αναλύσεις, προκειμένου να υπάρξουν απτά συγκριτικά στοιχεία από την εφαρμογή τους, και να αναδειχθεί η αξία και η ισχύς των ψυχολογικών επιχειρήσεων στο στρατηγικό επίπεδο.

Γίνεται προσπάθεια να δοθούν απαντήσεις σε καίρια ερωτήματα για το υπόψη θέμα, προκειμένου να υπάρξει μια ολιστική προσέγγιση του. Αναζητούνται απαντήσεις εάν οι ψυχολογικές επιχειρήσεις είναι κάτι σύγχρονο ή έχει διαχρονικά στοιχεία; Αν έχουν εφαρμογή και δύνανται να υποστηρίξουν τόσο στην υψηλή στρατηγική όσο και στη στρατιωτική; Αν μπορούν να δράσουν αποτελεσματικά από μόνες τους για να επιτευχθούν οι αντικειμενικοί σκοποί των σχεδιαστών τους σε στρατηγικό επίπεδο ή είναι απλά ένα υποστηρικτικό εργαλείο;

1.8. ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Η χρήση των ψυχολογικών επιχειρήσεων τόσο στο στρατιωτικό πεδίο όσο και στο πεδίο της υψηλής στρατηγικής είναι ένα διαχρονικό φαινόμενο. Όμως από τον 20^ο αιώνα, αλλά και κυρίως στην αυγή του 21^{ου} η προσπάθεια μείωσης του κόστους των αντιπαραθέσεων αλλά και της απώλειας ανθρωπίνων ζώων, έχει δώσει έμφαση στη χρήση των ψυχολογικών επιχειρήσεων, προκειμένου να επιτευχθούν οι στρατηγικοί αντικειμενικοί σκοποί.

Αυτό αύξησε τη σημασία τους, αλλά και ταυτόχρονα προκάλεσε την αλλαγή της οπτικής σε στρατηγικό επίπεδο από τις πολιτικές και στρατιωτικές ηγεσίες, που είδαν τις ψυχολογικές επιχειρήσεις ως ένα εργαλείο που θα μπορούσε να «υποσχεθεί» την ευχερέστερη επίτευξη στοχεύσεων, μέσα από τον ψυχολογικό επηρεασμό του αντιπάλου, που σε άλλη περίπτωση μόνο με τη αποκλειστική χρήση σκληρής ισχύος θα ήταν απαγορευτικοί. Απαγορευτικοί είτε εξαιτίας ανεπιτυχούς διεθνούς νομιμοποίησης είτε αυξημένου κόστους σε μέσα και ζώες που θα καθιστούσε αυτομάτως απίθανη την επίτευξη εσωτερικής νομιμοποίησης για τις στρατηγικές επιδιώξεις των πολιτικών ελίτ από την κοινωνία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΟΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΩΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΑΡΧΑΙΟΕΛΛΗΝΙΚΟ ΚΟΣΜΟ: ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΡΩΙΚΟ ΣΤΟΝ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΙΑΚΟ ΠΟΛΕΜΟ

2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Δύο καίρια ερωτήματα, που τέθηκαν στην εισαγωγή, είναι αφενός το κατά πόσον οι ψυχολογικές επιχειρήσεις είναι κάτι σύγχρονο ή έχει διαχρονικά στοιχεία, αφετέρου αν δύναται να έχουν εφαρμογή τόσο στην υψηλή όσο στην στρατιωτική στρατηγική. Με φάρο λοιπόν αυτά τα ερωτήματα στο παρόν κεφάλαιο θα αποπειραθεί η αναζήτηση στοιχείων εφαρμογής ψυχολογικών επιχειρήσεων στον αρχαίο ελληνικό κόσμο, οι οποίες χρησιμοποιήθηκαν ως πολλαπλασιαστές ισχύος για την επίτευξη στοχεύσεων στα δύο παραπάνω επίπεδα στρατηγικής. Τα στοιχεία αναζητούνται σε δύο κατευθύνσεις, αφενός περιπτώσεις που να δείχνουν ότι χρησιμοποιήθηκαν είτε για την μεταβολή της συμπεριφοράς των αντίπαλων, είτε φίλων ή ουδέτερων ακροατηρίων - στόχων, προς την επιθυμητή, για τους εμπνευστές τους, επιθυμητή τελική κατάσταση. Αφετέρου για την επίτευξη παραπλάνησης που θα είχε ως αποτέλεσμα την παρεμπόδιση του κύκλου λήψης απόφασης και την αποκρυστάλλωση, μέσω αυτού, ευνοϊκών συνθηκών επίτευξης των στοχεύσεων σε στρατηγικό επίπεδο.

Με αφετηρία την Ιλιάδα ξεκινά η προσπάθεια θεμελίωσης της διαχρονικότητας των ψυχολογικών επιχειρήσεων, όπως παρουσιάζονται μέσα από το πρίσμα της σύγχρονης θεωρίας τους. Η αναζήτηση θα συνεχίσει τόσο στους Περσικούς Πολέμους, όπως παρουσιάστηκαν από τον Ηρόδοτο, όσο και στο μεγαλειώδες έργο του Θουκυδίδη για τον Πελοποννησιακό Πόλεμο, προκειμένου να εκπληρωθεί ο κεντρικός σκοπός του παρόντος κεφαλαίου, που είναι να καταδείξει ότι οι ψυχολογικές επιχειρήσεις λαμβάνουν χώρα από την αρχαιότητα με στοιχεία που ταυτίζονται με την σύγχρονη θεωρία ψυχολογικών επιχειρήσεων και ταυτόχρονα να αναδειχθεί το πλέγμα εφαρμογής τους τόσο στην υψηλή όσο και τη στρατιωτική στρατηγική.

2.2. ΟΙ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΙΛΙΑΔΑ

Αναφερόμενοι στην αρχαία ελληνική γραμματεία, και συγκεκριμένα σε θέματα που άπτονται πολεμικών συγκρούσεων, αναγκαστικά το πρώτο κείμενο που αναμφισβήτητα επιβάλλεται να ανατρέξουμε είναι η Ιλιάδα του Ομήρου, καθόσον όπως

αναφέρει χαρακτηριστικά ο Victor Davis Hanson στο έργο του για το Δυτικό Τρόπο Πολέμου, «Η αρχαία ελληνική γραμματεία αρχίζει με δύο μεγαλειώδη επικά ποιήματα, την Ιλιάδα και την Οδύσσεια», προσθέτοντας «Από τον Όμηρο μαθαίνουμε πάρα πολλά σχετικά με την πρόιμη ελληνική νοοτροπία απέναντι στον πόλεμο και το θάνατο στο πεδίο της μάχης⁷⁵».

Φυσικά, πριν εστιάσουμε σε συγκεκριμένα στοιχεία στο γενικότερο πλαίσιο αναφοράς μας στην Ιλιάδα, ενδιαφέρουσα είναι η άποψη του Γεώργιου Γεωργαλά, ο οποίος θεωρεί ότι αυτή καθ' αυτή η Ιλιάδα, αποτελεί ένα κείμενο ψυχολογικών επιχειρήσεων. Υποστηρίζει ότι είναι ένα κείμενο πολιτικής προπαγάνδας, ένα «πολιτικός μύθος», όπως αναφέρει χαρακτηριστικά, η οποία καλλιεργεί την ευρύτερη ιδέα του ελληνισμού, προωθώντας την ιδέα υπεροχής των Ελλήνων έναντι των «βαρβάρων»⁷⁶. Αυτή η προσέγγιση του έγκειται βέβαια στο ότι θεωρεί την προπαγάνδα ως το κύριο όπλο του «πολιτικού πολέμου», τον οποίο ορίζει ως «τη χρησιμοποίηση όλων των μέσων, πλην της γενικής ενόπλου συρράξεως, προς επιβολή της βουλήσεώς μας⁷⁷».

2.2.1. Οι Ψυχολογικές Επιχειρήσεις Υπονόμευσης και η Χρήση τους

Στο πλαίσιο των στρατηγικών ψυχολογικών επιχειρήσεων μπορούμε να εντάξουμε αυτές οι οποίες έχουν ως αντικειμενικό σκοπό αφενός να υπονομεύσουν την εμπιστοσύνη του αντιπάλου προς την ηγεσία του, αφετέρου να υποσκάψουν το ηθικό και τη θέληση τόσο του στρατιωτικού προσωπικού όσο και του πληθυσμού του⁷⁸, επιτυγχάνοντας να τρωθεί ή ακόμη να εκμηδενιστεί η διάθεση του για συνέχιση της οποιασδήποτε περαιτέρω προσπάθειας.

Οι παραπάνω περιπτώσεις υπονόμευσης μπορούν να επιτευχθούν μέσα από την πρόκληση δέους, καθόσον όπως αναφέρει ο Σπυρίδων Λίτσας «Η πρόκληση δέους αναδεικνύει το σύνολο της δυναμικής της μέσω της εφαρμογής ψυχολογικών

⁷⁵ V. D. Hanson, *Ο Δυτικός Τρόπος Πολέμου: Η Αποφασιστική Μάχη στην Κλασική Ελλάδα*, Αθήνα, Εκδόσεις Τουρίκης, 2003, σ. 75.

⁷⁶ Γ. Γεωργαλάς, *Η Προπαγάνδα*, Αθήνα, 2008, σ. 18.

⁷⁷ Στο ίδιο, σ. 2.

⁷⁸ ΓΕΣ, *ΕΕ 125-1 "Ψυχολογικές Επιχειρήσεις"*, ό.π., σ. 6.

επιχειρήσεων⁷⁹». Σύμφωνα με τον ίδιο στον Τρωικό Πόλεμο καταγράφονται για πρώτη φορά δύο σημαντικοί μηχανισμοί πρόκλησης δέους, οι ψυχολογικές επιχειρήσεις θηριωδίας και λεκτικής χρήσης βίας αντίστοιχα⁸⁰.

2.2.1.1. Η Θηριωδία ως Μέσο Υπονόμευσης

Η κλασική και διαχρονική ενέργεια θηριωδίας που παρουσιάζεται στην Ιλιάδα είναι η σκύλευση της σορού του Έκτορα μετά την ήττα του από τον Αχιλλέα⁸¹. Μέσα από την παρουσίαση του Αχιλλέα να σέρνει το πτώμα του Έκτορα με το άρμα του, ενώ οι Τρώες παρακολουθούν από τα τείχη τους τη σκηνή, μπορούμε να υποθέσουμε ότι εκπληρώνει και τους δύο παραπάνω αντικειμενικούς σκοπούς υπονόμευσης, ενώ ταυτόχρονα η εφαρμογή της υπόψη ψυχολογικής επιχείρησης επιδρά τόσο σε επίπεδο υψηλής στρατηγικής όσο και σε επίπεδο στρατιωτικής στρατηγικής.

Σε επίπεδο υψηλής στρατηγικής η συγκεκριμένη επιχείρηση έχει ως αποτέλεσμα την παραγωγή δέους στον ψυχισμό του αντιπάλου. Μέσα από αυτό έχουμε την υπονόμηση του ηθικού και της θέλησης του στρατιωτικού προσωπικού αλλά και του πληθυσμού, αποσκοπώντας στον εκφυλισμό της διάθεσης των ανωτέρω ακροατηρίων - στόχων, για τη συνέχιση του πολέμου⁸². Ο Παναγιώτης Κονδύλης αναφέρει σχετικά, συνδυάζοντας τη λογική του πολέμου εκμηδένισης με την προσπάθεια τροποποίησης της ηθικής κατάστασης ότι, με αυτό τον τρόπο επιδιώκεται η περιαγωγή του εχθρού σε τέτοια φυσική και ηθική κατάσταση που δεν θα του επιτρέψει να αισθάνεται ικανός να συνεχίσει τις πολεμικές επιχειρήσεις, έστω και αν δεν έλαβαν χώρα άμεσες ενέργειες στο στρατιωτικό επίπεδο, καταλήγοντας «Δεν νικάμε τον εχθρό καταστρέφοντας πλήρως τη φυσική του ύπαρξη, αλλά εκμηδενίζοντας την ελπίδα του να νικήσει⁸³». Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε ότι με τις ψυχολογικές επιχειρήσεις πρόκλησης δέους προσβάλλεται

⁷⁹ Σ. Λίτσας, *ΙΛΙΑΔΑ και διεθνής πολιτική: Μια Θεωρητική Προσέγγιση*, ό.π., σ. 237.

⁸⁰ Στο ίδιο, σ. 240.

⁸¹ Στο ίδιο, σ. 241.

⁸² Στο ίδιο, σ. 243.

⁸³ Π. Κονδύλης, *Θεωρία του Πολέμου*, ό.π., σ. 138.

σε επίπεδο υψηλής στρατηγικής, το κέντρο βάρους της εχθρικής θέλησης⁸⁴. Όπως αναφέρει χαρακτηριστικά ο Σπυρίδων Λίτσας για την υπόψη ενέργεια, ο Αχιλλέας δεν ατιμάζει απλώς τον Έκτορα, αλλά «αυξάνει το δέος στις ψυχές των Τρώων και ταυτόχρονα υποσκάπτει τη διάθεση τους να συνεχίσουν τον πόλεμο εναντίων των Ελλήνων⁸⁵».

Ένα αντίστοιχο παράδειγμα πρόκλησης δέους και καταρράκωσης του ηθικού του αντιπάλου μας παραθέτει ο Ευγένιος Γιαρένης, αναφερόμενος στο Β΄ Μακεδονορωμαϊκό Πόλεμο. Συγκεκριμένα ο Φίλιππος Ε΄ της Μακεδονίας αποφάσισε να διοργανώσει μια τελετή ταφής για τους πεσόντες μιας αψιμαχίας μεταξύ μονάδας ιππικού του και του ρωμαϊκού πεζικού, το οποίο είχε έλθει στην Ελλάδα για να συνδράμει τους Αθηναίους να αντιμετωπίσουν της εισβολή του Φιλίππου. Οι Μακεδόνες συνηθισμένοι στα μικρά συμμετρικά τραύματα που προκαλούσαν τα δικά τους όπλα έπαθαν σοκ αντικρίζοντας τις σωρούς των συμπατριωτών τους, οι οποίες ήταν κατακρεουργημένες⁸⁶ από τα πλήγματα με το ισπανικό σπαθί των ρωμαίων. Έκτοτε το ηθικό τους καταρρακώθηκε συνειδητοποιώντας τι οπλισμό και άνδρες είχαν να αντιμετωπίσουν.

Μια δεύτερη ψυχολογική διάσταση στην υπόψη ενέργεια της θηριωδίας, μας παρουσιάζει ο Σπυρίδων Λίτσας, αυτή της αποτροπής. Όπως αναφέρει, ο σχεδιαστής του υπέρμετρου πλήγματος «στοχεύει στην αποτροπή μελλοντικών αντιπάλων μέσω της απέχθειας προς την υπέρμετρη σκληρότητα του⁸⁷». Συνεπώς επιχειρείται να εγκλωβιστεί το πνεύμα του πιθανού αντίπαλου και να καλλιεργηθεί σε αυτό, η αποτροπή. Αντίστοιχη λογική αποτροπής μέσα από την πρόκληση δέους εξαιτίας των υπέρμετρων καταστροφικών αποτελεσμάτων⁸⁸, μπορούμε να δούμε στον 20^ο αιώνα, στο πλαίσιο της

⁸⁴ Υπάρχει ένας πλουραλισμός απόψεων και προσεγγίσεων στην επιστημονική κοινότητα για τη θεωρία του Κέντρου Βάρους. Για την ευχερέστερη προσέγγιση, στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας, παρατίθεται ο ορισμός του κέντρο βάρους, σύμφωνα με το εγχειρίδιο διακλαδικών ορισμών των ενόπλων δυνάμεων των ΗΠΑ: «Η πηγή ισχύος που παρέχει φυσική και ηθική δύναμη, ελευθερία ενέργειας ή θέληση για δράση». Η απόδοση από το συγγραφέα. Βλέπε Department of Defense, *JPI-02 Joint Doctrine Dictionary of Military and Associated Terms*, 2010 (As Amended Through 2015), σ. 35.

⁸⁵ Σ. Λίτσας, *ΙΙΙΑΑΑ και διεθνής πολιτική: Μια Θεωρητική Προσέγγιση*, ό.π., σ. 242.

⁸⁶ Ε. Γιαρένης, *Οι Έλληνες και ο Πόλεμος: Από το Ομηρικό Σύμπαν στον Κλασικό Ελληνικό Κόσμο*, Αθήνα, Εκδόσεις Ενάλιος, 2012, σ. 28.

⁸⁷ Σ. Λίτσας, *ΙΙΙΑΑΑ και διεθνής πολιτική: Μια Θεωρητική Προσέγγιση*, ό.π., σ. 242.

⁸⁸ Για τα καταστροφικά αποτελέσματα των πυρηνικών όπλων βλέπε Η. Κουσκουβέλης, *Θεωρία Διεθνών Σχέσεων: Αποτροπή και Πυρηνική Στρατηγική στον Ψυχρό Πόλεμο*, ό.π., σ. 48.

πυρηνικής αποτροπής. Την πρόκληση δέους πλέον έχουν αναλάβει τα πυρηνικά όπλα, όπλα ψυχολογικά όπως αναφέρει χαρακτηριστικά ο Ηλίας Κουσκουβέλης. Επιπλέον αυτά πέρα από την αποτροπή δύναται να συμβάλουν στην επίτευξη πολιτικών στοχεύσεων μέσα από τον πυρηνικό εκβιασμό και τη δημιουργία ψυχολογικών εντυπώσεων⁸⁹.

Τέλος μπορούμε να προσθέσουμε ότι η ενέργεια της θηριωδίας προσέδιδε αποτρεπτική φήμη. Αυτό καθόσον, όπως αναφέρει ο Κωνσταντίνος Κολιόπουλος, η αποτρεπτική φήμη είναι η πεποίθηση ως προς τη συμπεριφορά ενός δρώντα να ενεργήσει μαχητικά και ανένδοτα⁹⁰.

Συνεχίζοντας στο πλαίσιο των ψυχολογικών επιχειρήσεων μέσω της θηριωδίας μπορούμε να πούμε ότι η συγκεκριμένη αναφορά της νίκης του Αχιλλέα επί του Έκτορα, έχει εφαρμογή και στο επίπεδο στρατιωτικής στρατηγικής. Αυτό διότι έχουμε την προσβολή του κέντρου βάρους του Τρωικού στρατεύματος σε επίπεδο ηγεσίας, που αντανακλάται στο πρόσωπο του Έκτορα.

Για να κατανοήσουμε την αξία ως στρατιωτικού κέντρου βάρους του ηγέτη στην αρχαιοελληνική οπλική μάχη, καταδεικνύοντας ταυτόχρονα τη σημασία του Έκτορα για το Τρωικό στράτευμα, πρέπει να λάβουμε υπόψη τον ιδιαίζοντα ρόλο που είχε στο πλαίσιο της στρατιωτικής σύγκρουσης. Σε αυτό μπορούμε να επικαλεστούμε την εύστοχη άποψη του Victor D. Hanson που αναφέρεται στο «συστρατιώτη στρατηγό», ο οποίος εφάρμοζε ηγεσία δια του παραδείγματος στην αρχαιοελληνική οπλική μάχη⁹¹. Επιπλέον προς ενδυνάμωση του παραπάνω, μπορούμε να επικαλεστούμε την αναφορά του Godfrey Hutchinson, σε μια ηγεσία από την πρώτη γραμμή της οπλικής φάλαγγας⁹². Αυτή η ηγεσία από την πρώτη γραμμή καλλιεργούσε στους άνδρες πνεύμα πίστης και αφοσίωσης, παρέχοντας ισχυρό κίνητρο να στέκονται ακλόνητοι κατά τη διάρκεια της σύγκρουσης στην αρχαιοελληνική πεζική μάχη. Επιπλέον πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι η

⁸⁹ Ο Η. Κουσκουβέλης αναφέρεται χαρακτηριστικά στον πυρηνικό εκβιασμό των ΗΠΑ προς την ΕΣΣΔ τόσο στη διάσκεψη του Πότσδαμ το 1945, όσο μέσα από τους βομβαρδισμούς της Χιροσίμα και του Ναγκασάκι. Βλέπε στο ίδιο, σ. 82.

⁹⁰ Κ. Κολιόπουλος, *Η Υψηλή Στρατηγική της Αρχαίας Σπάρτης*, ό.π., σ. 179.

⁹¹ V. D. Hanson, *Ο Δυτικός Τρόπος Πολέμου: Η Αποφασιστική Μάχη στην Κλασική Ελλάδα*, ό.π., σ. 151.

⁹² G. Hutchinson, *Ο Ξενοφών και η Τέχνη της Διοίκησης: Πολεμική Τακτική και Στρατηγική 411-363 π.Χ.*, Αθήνα, Εκδόσεις Ιωλκός, 2005, σ. 233.

ξαφνική απώλεια ενός ηγέτη μπορούσε να οδηγήσει σε πανικό και άτακτη υποχώρηση των ανδρών του⁹³.

Με βάση τα παραπάνω συμπεραίνεται ότι η πτώση του αδιαμφισβήτητου στρατιωτικού ηγέτη των Τρώων, του Έκτορα, αποτέλεσε ένα σοβαρό πλήγμα για το ηθικό του στρατεύματος. Μια ψυχολογική επιχείρηση, που έπληξε και εξουδετέρωσε ένα σημαντικό κέντρο βάρους σε επίπεδο στρατιωτικής στρατηγικής, από το οποίο αντλούνταν θέληση για δράση, τη στρατιωτική ηγεσία τους. Η ψυχολογική διάσταση της υπόψη επιχείρησης για να γίνει αντιληπτή πρέπει να συνδυαστεί και με την λεκτική αντιπαράθεση μεταξύ των δύο αντιπάλων, που συνδράμει περαιτέρω στον ψυχολογικό αντίκτυπο από την εξουδετέρωση του υπόψη κέντρου βάρους.

2.2.1.2. Ο Λεκτικός Επηρεασμός ως Μέσο Υπονόμευσης

Σε στρατιωτικό επίπεδο οι Ψυχολογικές Επιχειρήσεις, , είναι παρούσες από την ομηρική μάχη μέσα από τις λεκτικές προκλήσεις μεταξύ των αντιπάλων, στο πλαίσιο της πολεμικής τελετουργίας. Αυτό αποτέλεσε απότοκο των διαφορών σε επίπεδο ισχύος μεταξύ των αντιπάλων, εξαναγκάζοντας την καταφυγή τους στη χρήση ψυχολογικών επιχειρήσεων, μέσω των λεκτικών προκλήσεων. Σκοπός αυτών των προκλήσεων ήταν να κατανικηθεί η θέληση του αντιπάλου ή να ανατρέψει έστω και προσωρινά η προσήλωση του στην επικείμενη σύγκρουση. Ο καθηγητής Σπυρίδων Λίτσας χαρακτηρίζει ως προφανές «ότι ο κύριος στόχος του φορέα που κάνει χρήση της ψυχολογικής επιχείρησης του λεκτικού επηρεασμού είναι να κάμψει τις αντιστάσεις του αντιπάλου, έστω και για μικρό χρονικό διάστημα, παράγοντας ψυχολογική πίεση εις βάρος του και υποβαθμίζοντας τις νοητικές του αντιστάσεις που αναδεικνύουν και υποστηρίζουν τις ενέργειες για επιβίωση⁹⁴».

Αντίστοιχα ο Martin Van Creveld αναφέρει ως αξιοσημείωτο το γεγονός για την αρχαιοελληνική μάχη ότι ήταν σε ανοικτό πεδίο και αποτελούνταν από μονομαχίες

⁹³ V. D. Hanson, *Ο Δυτικός Τρόπος Πολέμου: Η Αποφασιστική Μάχη στην Κλασική Ελλάδα*, ό.π., σ. 151-153.

⁹⁴ Σ. Λίτσας, *ΙΛΙΑΔΑ και διεθνής πολιτική: Μια Θεωρητική Προσέγγιση*, ό.π., σ. 250.

μεταξύ στρατών⁹⁵. Ο Ευγένιος Γιαρένης προσθέτει ότι δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι υπήρχε μια κοινή πολεμική κουλτούρα μεταξύ των Ελλήνων εξαιτίας της ευρύτατης διάδοσης και συνεχούς ακρόασης των Ομηρικών Επών τα οποία απεικόνιζαν για αιώνες το ήθος του Έλληνα πολεμιστή, τυποποιώντας εντέλει τις πολεμικές τελετουργίες⁹⁶. Έτσι ο Όμηρος αναδεικνύει τις ψυχολογικές επιχειρήσεις λεκτικού επηρεασμού στην Ιλιάδα, μέσα από τις μονομαχίες κατά τη διάρκεια των μαχών. Αυτές οι ενέργειες αποτελούν μια προσπάθεια πρόκλησης δέους, όπως αναφέρει σχετικά ο Σπυρίδων Λίτσας⁹⁷.

Μέσα από τις ψυχολογικές επιχειρήσεις της λεκτικής αντιπαράθεσης επιδιώκονται τέσσερις βασικές στοχεύσεις⁹⁸:

- Η ταύτιση με τον αντίπαλο.
- Κέρδος τιμής και δόξας από τον αντίπαλο και την άσκηση της σχετικής ψυχολογικής πίεσης.
- Προδικάζεται το αποτέλεσμα της σύγκρουσης σε βάρος του αντιπάλου.
- Αξιολογείται ο αντίπαλος.

Σε κάθε περίπτωση ο κύριος στόχος της υπόψη ψυχολογικής επιχείρησης είναι η εξασθένιση της θελήσεως του αντιπάλου. Επιπλέον αποβλέπει στον επηρεασμό της νοητικής του ικανότητας, ενώ παράλληλα πλήττεται ο ψυχισμός και η διάθεση του ως προς την επιλογή του να ξεκινήσει τη συμπλοκή. Κατ' ελάχιστο επιδιώκεται ο στιγμιαίος αποσυντονισμός του, λειτουργώντας σε κάθε μια από τις περιπτώσεις υποστηρικτικά σε αυτή καθ' αυτή την πολεμική ενέργεια. Τελικό αποτέλεσμα αυτών είναι να απορυθμιστεί ο αντίπαλος και ουσιαστικά να βελτιωθεί ή να ανατραπεί, προς όφελος του εκτελεστή της επιχείρησης, η σχέση ισχύος σε τόπο και χρόνο.

⁹⁵ M. Van Creveld, *Η Μεταμόρφωση του Πολέμου: Η πιο Ριζοσπαστική Επανερμηνεία της Ένοπλης Σύγκρουσης από την Εποχή του Κλαούζεβιτς*, Αθήνα, Εκδόσεις Τουρικής, 2007, σ. 119.

⁹⁶ Ε. Γιαρένης, *Οι Έλληνες και ο Πόλεμος: Από το Ομηρικό Σύμπαν στον Κλασικό Ελληνικό Κόσμο*, Αθήνα, Εκδόσεις Ενάλιος, 2012, σ. 34.

⁹⁷ Σ. Λίτσας, *ΙΛΙΑΔΑ και διεθνής πολιτική: Μια Θεωρητική Προσέγγιση*, ό.π., σ. 249.

⁹⁸ Στο ίδιο, σ. 250.

Μπορούμε να προσθέσουμε ότι μέσα από τις λεκτικές προκλήσεις του Αχιλλέα με τον Έκτορα⁹⁹, σε συνδυασμό με τα προαναφερθέντα για το κέντρο βάρους της ηγεσίας των Τρώων, εκτελείται η προσπάθεια υπονόμησης της ηγεσίας και της εμπιστοσύνης σε αυτή, κάτι που αποτελεί ένας από τους βασικούς αντικειμενικού σκοπούς των ψυχολογικών επιχειρήσεων σε στρατηγικό επίπεδο. Επιβεβαιωτικά στα παραπάνω μπορούμε να προσθέσουμε ότι δεν αναφέρθηκε τυχαία ο Sun Tzu στην υπονόμηση του αντίπαλου ηγέτη, ενώ ταυτόχρονα προτρέπει, αν ο αντίπαλος ηγέτης είναι ευερέθιστος, να τον ερεθίσουμε¹⁰⁰.

Φυσικά μπορούμε να προσθέσουμε ότι στη συγκεκριμένη περίπτωση η ψυχολογική επιχείρηση του λεκτικού επηρεασμού είναι εξαιρετικά αποτελεσματική εξαιτίας του θανάτου του Έκτορα. Αλλά ακόμα και στην περίπτωση που ο Έκτορας αποφάσιζε να αποφύγει τη μάχη, γυρίζοντας εντός των τειχών της Τροίας, θα είχε επιτευχθεί η υπονόμηση της ηγεσίας του ενώπιον των Τρώων, προεκτείνοντας περαιτέρω την αποτρεπτική φήμη του Αχιλλέα.

2.2.2. «Πολεμικές Παραινέσεις», Ψυχολογικές Επιχειρήσεις με την Εφαρμογή της Τεχνικής της Ενημέρωσης¹⁰¹

Ένα άλλο είδος λόγου, που παρουσιάζεται στο ομηρικό έπος, και που αποτελεί ουσιαστικά ψυχολογική επιχείρηση, είναι οι λόγοι των πολεμικών παραινέσεων, όπως τους ονομάζει ο Ευγένιος Γιαρένης¹⁰².

⁹⁹ Ομήρου, *Ιλιάδα*, Υ:250-360.

¹⁰⁰ Sun Tzu, *Η Τέχνη του Πολέμου*, ό.π., σ. 25, 52.

¹⁰¹ Στη σύγχρονη ορολογία των ψυχολογικών επιχειρήσεων των δυτικών χωρών, αλλά και στην Ελλάδα, το εσωτερικό κοινό δεν αποτελεί στόχο των ψυχολογικών επιχειρήσεων, αλλά οι ενέργειες που αποσκοπούν στην ενημέρωση του και ταυτόχρονα εξύψωση του ηθικού του ακροατηρίου στόχου, ονομάζονται ως ενέργειες ενημέρωσης κοινού και χρησιμοποιείται η τεχνική των ψυχολογικών επιχειρήσεων που καλείται ενημέρωση. ΓΕΕΘΑ, Διακλαδικό Δόγμα Ψυχολογικών Επιχειρήσεων, ό.π., σ. 2-5. Σε κάθε περίπτωση εκτιμάται ότι έχουν στρατηγικό αποτέλεσμα στην ψυχολογική ενδυνάμωση, συνεισφέροντας μέσα από την έννοια της εσωτερικής εξισορρόπησης στην εκπλήρωση των πολιτικών στοχεύσεων. Για την εσωτερική εξισορρόπηση βλέπε Α. Πλατιάς, *Διεθνείς Σχέσεις και Στρατηγική στον Θουκυδίδη*, Αθήνα, Εκδόσεις Εστία, 2010, σ. 52 και Η. Κουσκουβέλης, *Εισαγωγή στις Διεθνείς Σχέσεις*, ό.π., σ.213.

¹⁰² Ε. Γιαρένης, *Οι Έλληνες και ο Πόλεμος: Από το Ομηρικό Σύμπαν στον Κλασικό Ελληνικό Κόσμο*, ό.π., σ. 44.

Σε αυτούς οι ομιλητές προσπαθούν να εμψυχώσουν το εκάστοτε ακροατήριο - στόχο τους. Ουσιαστικά προσβλέπουν στην εκμετάλλευση διαφόρων κινήτρων της ανθρώπινης συμπεριφοράς, όπως το θρησκευτικό, το ηθικό, το υλικό, αλλά και της αγάπης, της αποφυγής του πόνου και του κύρους¹⁰³. Επιδιώκουν να πετύχουν την ανύψωση του ηθικού, τη χαλύβδωση της θέλησης, την ανατροπή δυσμενών ψυχολογικών καταστάσεων που έχουν επηρεάσει αρνητικά τη μαχητική ισχύ, ή ακόμα αυτή καθ' αυτή την επαύξηση του πολεμικού μένους.

Τα επιχειρήματα που χρησιμοποιούν οι ομιλητές, μας τα παρουσιάζει ο Ευγένιος Γιαρένης, και ουσιαστικά ανταποκρίνονται στα προαναφερθέντα κίνητρα, εστιάζοντας συνήθως στα εξής¹⁰⁴:

- Στο δίκαιο του αγώνα και εξαιτίας αυτού την ύπαρξη θεϊκής βοήθειας¹⁰⁵.
- Την ιερότητα του σκοπού του αγώνα, για την προστασία της οικογένειας και τη διάσωση της πατρίδας¹⁰⁶.
- Τις ηθικές και υλικές αμοιβές της ανδρείας ενόψει της νίκης¹⁰⁷.
- Το παράδειγμα της γενναιότητας του πολεμιστή – ομιλητή, ως παρακίνηση για τους υπόλοιπους¹⁰⁸.
- Το μονόδρομο του αγώνα, άρα συνειρμικά και της ανδρείας¹⁰⁹.

¹⁰³ Με τον όρο κίνητρα, εννοείται η εσωτερική δύναμη που οδηγεί το άτομο σε μια πράξη. Το κίνητρο αποτελεί το σημαντικότερο στοιχείο στη διαδικασία παρακίνησης. Όπου παρακίνηση είναι το ψυχολογικό εκείνο χαρακτηριστικό που προκαλεί ένα άτομο-οργανισμό για δράση προς την επιθυμητή κατεύθυνση, ελέγχοντας και προκαλώντας συγκεκριμένες συμπεριφορές. Τέλος τα κίνητρα ταξινομούνται σε τρεις κατηγορίες: Πρωτογενή, Γενικά και Δευτερογενή. ΓΕΕΘΑ, *Διακλαδικό Δόγμα Ψυχολογικών Επιχειρήσεων*, ό.π., σ 1-5.

¹⁰⁴ Ε. Γιαρένης, *Οι Έλληνες και ο Πόλεμος: Από το Ομηρικό Σύμπαν στον Κλασικό Ελληνικό Κόσμο*, ό.π., σ. 45.

¹⁰⁵ Ομήρου, *Ιλιάδα*, Δ:234-239.

¹⁰⁶ Ομήρου, *Ιλιάδα*, Ο:494-499.

¹⁰⁷ Ομήρου, *Ιλιάδα*, Ρ:227-232.

¹⁰⁸ Ομήρου, *Ιλιάδα*, Ν:150-154.

¹⁰⁹ Ομήρου, *Ιλιάδα*, Ε:529-532.

2.3. Ο ΔΟΥΡΕΙΟΣ ΙΠΠΟΣ», ΟΙ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ Η ΣΥΝΔΡΟΜΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΠΛΑΝΗΣΗ

Ένα σημαντικό στοιχείο για την επίτευξη των εκάστοτε στοχεύσεων είναι η παραπλάνηση. Χαρακτηριστική επιβεβαίωση αυτού έρχεται τόσο από τη ρήση του Sun Tzu «Όλος ο πόλεμος στηρίζεται στην εξαπάτηση¹¹⁰», όσο και από την αναφορά του Clausewitz στο δόλο¹¹¹. Επιπλέον και με γνώμονα ότι διαχρονικά επιδιώκεται η μείωση του κόστους σε ανθρώπινες ζωές και πόρους, τόσο κατά την προπαρασκευή, όσο και στη διάρκεια μιας σύγκρουσης, η χρήση των ψυχολογικών επιχειρήσεων προκειμένου να εξαπατήσουν τον αντίπαλο, αποτελεί ένα σημείο κεφαλαιώδους σημασίας.

Στη βιβλιογραφία ίσως το πιο τρανταχτό παράδειγμα και ταυτόχρονα το πιο γνωστό, αποτελεί η περίπτωση του Δούρειου Ίππου. Η υπόψη περίπτωση, που παρουσιάζεται κατά τον Τρωικό Πόλεμο¹¹² αποτελεί τη λύση στο γόρδιο δεσμό της κατάληψης της Τροίας. Εξοικονομούνται πόροι και ζωές για τους Αχαιούς, επιτυγχάνοντας παράλληλα την εκπλήρωση των στοχεύσεων τους σε στρατηγικό επίπεδο, δηλαδή την κατάληψη της πόλεως, που πιθανώς τελικά να μην επιτυγχανόταν διαφορετικά.

Όπως αναφέρει σχετικά ο Ιωάννης Βολωνάκης ο «πρώτος σταθμός ψυχολογικού πολέμου, είναι ο “Δούρειος Ίππος” του Οδυσσέα, με τον οποίο καταλήφθηκε η Τροία. Η ηρωική αντίσταση του λαού της Τροίας και των συμμάχων της κατέστη άχρηστη ένεκα ενός ξύλινου αλόγου, που επινόησε ο πανούργος νους του βασιλιά της Ιθάκης¹¹³». Μέσα από την εκμετάλλευση αφενός της ψυχολογικής κατάστασης του πληθυσμού της Τροίας, ο οποίος ήταν κουρασμένος από την πολύχρονη πολιορκία και την ακατάσχετη αιματοχυσία, αφετέρου του θρησκευτικού τους συναισθήματος, καθόσον ο ίππος παρουσιαζόταν ως ανάθημα¹¹⁴, αλλά και σε συνδυασμό με την προπαγάνδα που εκτελεί ο «Σίνων»

¹¹⁰ Sun Tzu, *Η Τέχνη του Πολέμου*, ό.π., σ. 25.

¹¹¹ Για το δόλο βλέπε Κ. V. Clausewitz, *Περί του Πολέμου*, ό.π., σ. 236.

¹¹² Αναφορά στο «Δούρειο Ίππο» γίνεται τόσο από τον Όμηρο όσο από το Βιργίλιο. Βλέπε Όμηρου, *Οδύσσεια*, Θ: 489-531, Βιργίλιος, *Αινειάδα Βιβλίο Β*.

¹¹³ Ι. Βολωνάκης, *Παγκόσμιος Ιστορία του Ψυχολογικού Πολέμου και της Προπαγάνδα*, ό.π., σελ 19.

¹¹⁴ Φέρεται ότι αφέρθηκε και παρουσιάστηκε ως εξιλεωτικό αφιέρωμα στην Αθηνά. Βλέπε Π. Δεληγιάννης, *Τρωικός Πόλεμος: Η πιο Διάσημη Σύγκρουση της Παγκόσμιας Ιστορίας*, Αθήνα, Εκδόσεις Περισκόπιο, 2009, σ. 96.

διοχετεύοντας ψευδείς ειδήσεις και πληροφορίες, το τέχνασμα επιτυγχάνει¹¹⁵. Η «εφεύρεση» του βασιλιά της Ιθάκης γίνεται έκτοτε δόγμα και μέθοδος για πολλούς ηγέτες ανά τους αιώνες και εδραιώνει τη βασική αρχή σε όλες τις ενέργειες των ψυχολογικών επιχειρήσεων¹¹⁶.

2.4. Η ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΣ ΤΩΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΗΡΟΔΟΤΟ

Στο πλαίσιο περαιτέρω αναζήτησης στοιχείων ψυχολογικών επιχειρήσεων θα γίνει προσπάθεια ανίχνευσης τους ανατρέχοντας στους Περσικούς Πολέμους, όπως τους παρουσίασε ο Ηρόδοτος. Συγκεκριμένα θα αναφερθούμε στην περίοδο πριν και κατά τη διάρκεια της ναυμαχίας της Σαλαμίνας, κάνοντας αποτίμηση των αποτελεσμάτων τους ως προς την εκπλήρωση των στοχεύσεων των σχεδιαστών τους, ενώ παράλληλα με την αξιολόγηση τους θα γίνει και η διασύνδεση τους με τη θεωρία των σύγχρονων ψυχολογικών επιχειρήσεων όπως παρουσιάστηκε μέχρι τώρα. Επιπλέον η ψηλάφηση αυτών των στοιχείων θα γίνει με γνώμονα την εφαρμογή τους τόσο σε επίπεδο στρατιωτικής όσο και υψηλής στρατηγικής.

2.4.1. Οι Ψυχολογικές Επιχειρήσεις ως Μέσο Διχασμού και Υπονόμευσης της Συνοχής

Στο Ηρόδοτο αναφέρεται ένα εξαιρετικό και πετυχημένο παράδειγμα ψυχολογικών επιχειρήσεων που στόχευε στη επίτευξη ευρέων αντικειμενικών σκοπών στο στρατηγικό επίπεδο.

Σύμφωνα με τον Ηρόδοτο, ο Θεμιστοκλής, ενώ βρισκόταν στην περιοχή του Αρτεμισίου, αφού διάλεξε ταχύπλοα πλοία και παρέπλευσε τις περιοχές όπου υπήρχε πόσιμο νερό, έγραψε πάνω σε βράχους μηνύματα προκειμένου να τα διαβάσουν οι Ίωνες που θα πλησίαζαν για πάρουν νερό¹¹⁷. Το μήνυμα ανέφερε:

¹¹⁵ Βιργίλιος, *Αινειάδα Βιβλίο Β*, https://el.wikisource.org/wiki/Αινειάδα_Βιβλίο_δεύτερο, πρόσβαση 18 Οκτωβρίου 2015.

¹¹⁶ Ι. Βολωνάκης, *Παγκόσμιος Ιστορία του Ψυχολογικού Πολέμου και της Προπαγάνδα*, ό.π., σελ 19.

¹¹⁷ Ι. Βολωνάκης, *Παγκόσμιος Ιστορία του Ψυχολογικού Πολέμου και της Προπαγάνδα*, ό.π., σ. 28.

«Ίωνες, δε συμπεριφέρεστε με τρόπο δίκαιο πολεμώντας εναντίων των προγόνων σας και οδηγώντας την Ελλάδα στην υποδούλωση. Αντίθετα, ελάτε όσο το δυνατόν γρηγορότερα με το μέρος μας κι αν δεν σας είναι δυνατό να πραγματοποιήσετε αυτό, απομακρυνθείτε ακόμη και τώρα από το χώρο της μάχης. Αυτό λοιπόν να το εφαρμόσετε τόσο εσείς οι ίδιοι, όσο και να προτρέψετε και τους Κάρες επίσης να συμπεριφερθούν με τον ίδιο τρόπο. Αν πάλι δεν είναι δυνατό να γίνει ούτε το ένα ούτε το άλλο από αυτά τα δύο, αλλά αισθάνεστε δεσμευμένοι από κάποια επιτακτικότερη ανάγκη, η οποία δε σας επιτρέπει να είστε αμέτοχοι στη μάχη, τότε, όταν θα συμπλακούμε, επιδείξτε κατά τη διάρκεια του αγώνα προσποιητή δειλία. Να θυμάστε επίσης ότι εμείς είμαστε οι πρόγονοι σας, και ότι η αρχική εχθρότητα μας προς τους Πέρσες προκλήθηκε από εσάς μέσα μας¹¹⁸».

Οι αντικειμενικοί σκοποί που επιδιώκεται να επιτευχθούν με το υπόψη μήνυμα είναι πολλαπλοί και αλληλοσυμπληρούμενοι¹¹⁹:

- Να εγείρουν διαφωνίες μεταξύ των εχθρικών δυνάμεων.
- Να υπονομεύσουν την εμπιστοσύνη στο εσωτερικό των εχθρικών δυνάμεων.
- Να μειώσουν το ηθικό και τη θέληση τους, υποσκάπτοντας ουσιαστικά τη μαχητική ισχύ του αντιπάλου.
- Να υποκινήσουν το προσωπικό του εχθρού σε αυτομολίες ή λιποταξίες.

Επιπλέον μπορούμε να συμπεράνουμε ότι είχε διττό ακροατήριο - στόχο, τόσο τους Ίωνες και τους Κάρες, με τις ξεκάθαρες προτροπές προς αυτούς, όσο και τους Πέρσες προσπαθώντας παράλληλα να τους δημιουργήσει συναισθήματα ανασφάλειας σχετικά με την συμπεριφορά των συμμάχων τους.

Σε αυτό το ξεκάθαρο και οφθαλμοφανές συμπέρασμα συμφωνεί και ο Ηρόδοτος, προσπαθώντας να παρέχει εξήγηση για την ενέργεια του Θεμιστοκλή:

«Σύμφωνα εξάλλου με τη γνώμη μου, αυτά τα έγγραψε ο Θεμιστοκλής αποβλέποντας στους δύο εξής στόχους: ή δηλαδή να επηρεάσει τους Ίωνες, ώστε να

¹¹⁸ Ηρόδοτος, *ΟΥΡΑΝΙΑ: Η όγδοη των Ιστοριών Ηροδότου του Αλικαρνασέως*, Εκδόσεις Ζήτηρος, 2002, σ. 51.

¹¹⁹ ΓΕΣ, *ΕΕ 125-1 "Ψυχολογικές Επιχειρήσεις"*, ό.π., σ.4-7.

μεταβάλλουν τη στάση τους και να προσχωρήσουν στους Έλληνες, χωρίς ο βασιλιάς να αντιληφθεί τις επιγραφές, ή, στην περίπτωση που θα γινόταν γνωστή η ύπαρξη των επιγραφών και θα καταγγέλλονταν οι Ίωνες στον Ξέρξη, αυτός να τους θεωρεί πια αναξιόπιστους και να τους κρατά μακριά από τις ναυμαχίες¹²⁰».

Επιπλέον μέσα από την υλοποίηση της υπόψη ψυχολογικής ενέργεια αλλά και το κείμενο το οποίο έγραψε ο Θεμιστοκλής και πέρα από τις στοχεύσεις που αναφέραμε παραπάνω, παρατηρούμε και δύο επιπλέον στοιχεία που εμπεριέχονται στην σύγχρονη θεωρία των ψυχολογικών επιχειρήσεων. Τη δημιουργία προκηρύξεων αλλά και την εκτέλεση «Μαύρης Προπαγάνδας».

2.4.1.1. Η αρχέγονη μορφή των προκηρύξεων

Στη θεωρία των ψυχολογικών επιχειρήσεων και συγκεκριμένα στα οπτικά μέσα, που αναφέρθηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο, εντάσσονται οι προκηρύξεις¹²¹. Όπως αναφέρει ο Ιωάννης Βολωνάκης, ο ρόλος των προκηρύξεων στη διάρκεια ενός πολέμου είναι τεράστιος. Η περιέργεια που προκαλούν στον αντίπαλο προκαλεί την άμεση διάδοση του μηνύματος που κομίζει, έστω και αν υπάρξουν απαγορευτικές διαταγές γι' αυτό, με αποτέλεσμα η αξία τους να είναι ανεκτίμητη στη διεξαγωγή ψυχολογικών επιχειρήσεων¹²². Προσθέτει ότι η αποδιδόμενη στο Θεμιστοκλή ενέργεια αποτελεί μια αρχέγονη μορφή προκηρύξεων¹²³.

Ανατρέχοντας σε αυτή την αρχέγονη προκήρυξη διαπιστώνουμε ότι δεν υστερεί σε τίποτα ως προς την εναρμόνιση της με τη σύγχρονη θεωρία σύνταξης προκηρύξεων. Καταρχήν προκαλεί την προσοχή του ακροατηρίου – στόχου και επιτυγχάνει στο να γίνει αντιληπτή αυτό εξαιτίας της καίριας θέσης (σημεία υδροληψίας) που είχε τοποθετηθεί. Ανταποκρίνεται στην αδήριτη ανάγκη αποδυνάμωσης της υπέρτερης μαχητικής ισχύος των περσών. Διατυπώθηκε στην ελληνική γλώσσα και άρα ήταν

¹²⁰ Ηρόδοτος, *ΟΥΡΑΝΙΑ: Η όγδοη των Ιστοριών Ηροδότου του Αλικαρνασέως*, ό.π., σ. 53.

¹²¹ Τα μέσα ψυχολογικών επιχειρήσεων που στηρίζονται στο γραπτό λόγο είναι: Το τρυκ, η επιστολή, η προκήρυξη, η εφημερίδα, το φυλλάδιο, το βιβλίο και άλλα γραπτά κείμενα. Βλέπε ΓΕΣ, *ΕΕ 125-Ι "Ψυχολογικές Επιχειρήσεις"*, ό.π., σ. 49.

¹²² Ι. Βολωνάκης, *Παγκόσμιος Ιστορία του Ψυχολογικού Πολέμου και της Προπαγάνδα*, ό.π., σ. 323.

¹²³ Στο ίδιο, σ. 29.

κατανοητή από τους Ίωνες. Τέλος είχε επίκαιρο για την εποχή θέμα, δηλαδή επικαλούταν τα πατριωτικά αισθήματα των Ιώνων αλλά και τη συνδρομή που τους παρείχαν οι Έλληνες παλαιότερα εναντίων των Περσών, που αποτελούσε σε κάθε περίπτωση ένα ευαίσθητο ψυχολογικό θέμα. Ταυτόχρονα τους υποδεικνύει λύσεις στο τι πρέπει να πράξουν, χωρίς να απαιτεί από αυτούς τον αυτοσχεδιασμό ή να επιτρέπει να αδρανήσουν, επικαλούμενοι ότι δεν γνωρίζουν τι πρέπει να πράξουν. Ουσιαστικά σύμφωνα με τις παραπάνω αρχές συντάσσονται μέχρι σήμερα οι προκηρύξεις παρόλο που έχουν εμπλακεί διάφορες επιστήμες προκειμένου να πετύχουν ταυτόσημες στοχεύσεις. Τέλος οι υπόψη προκηρύξεις είναι ξεκάθαρα στρατηγικού χαρακτήρα καθόσον έχουν ιδεολογικοπολιτικού περιεχόμενο και ταυτόχρονα στοχεύουν σε ένα ειδικό ακροατήριο, της ελληνικής εθνικής μειονότητας εντός του περσικού στρατοπέδου¹²⁴.

2.4.1.2. Οι Επιχειρήσεις «Μαύρης Προπαγάνδας»

Στο προηγούμενο κεφάλαιο παρουσιάζεται, σύμφωνα με τη θεωρία τη ψυχολογικών επιχειρήσεων που αναφέραμε, ως μία από τις τεχνικές διεξαγωγής των υπόψη επιχειρήσεων, ίσως η πιο γνωστή από όλες, η προπαγάνδα. Αντίστοιχα στις διακρίσεις της προπαγάνδας εμπεριέχεται και η μαύρη προπαγάνδα.

Η μαύρη προπαγάνδα είναι ένα κυρίαρχο στοιχείο των καλυμμένων επιχειρήσεων¹²⁵ και η χρησιμοποίησή της κρίνεται ιδιαίτερα σκόπιμη αλλά και κεφαλαιώδους σημασίας, κατά τις στρατηγικές ψυχολογικές επιχειρήσεις. Δύναται να τίθεται σε κυκλοφορία εντός της εχθρικής περιοχής, να συνδράμει στην πτώση του ηθικού του εχθρού, ενώ παρέχεται η ευχέρεια σε αυτή να εκμεταλλεύεται θέματα που δεν μπορούν ή δεν θα είχαν την αυτή απήχηση αν χρησιμοποιούταν αντίστοιχα η λευκή ή φαιά προπαγάνδα¹²⁶.

Αυτού του τύπου την προπαγάνδα αλλά και τις δυνατότητες που παρέχει στους σχεδιαστές της, μπορούμε να την δούμε στη βιβλιογραφία στο πλαίσιο του

¹²⁴ ΓΕΣ, *ΕΕ 125-1 "Ψυχολογικές Επιχειρήσεις"*, ό.π., σ. ΙΖ-1.

¹²⁵ Σύμφωνα με τις ένοπλες δυνάμεις των ΗΠΑ ως καλυμμένη επιχείρηση ορίζεται «Μια επιχείρηση που είναι έτσι σχεδιασμένη και εκτελεσμένη, ώστε να αποκρύψει την ταυτότητα ή να επιτρέπει εύλογα την άρνηση της, από τον υποστηρικτή της» απόδοση από το συγγραφέα. Βλέπε Department of Defense, *JP1-02 Joint Doctrine Dictionary of Military and Associated Terms*, 2010 (As Amended Through 2015), σ. 55.

¹²⁶ ΓΕΣ, *ΕΕ 125-1 "Ψυχολογικές Επιχειρήσεις"*, ό.π., σ. 29.

πολιτικού πολέμου, τη καλούμενη Αγκικάτσια, όπως αναφέρει ο Γεώργιος Γεωργαλάς. Προσθέτει ότι σκοπός της δεν είναι ο ιδεολογικός προσηλυτισμός αλλά η κινητοποίηση της μάζας, του πλήθους, για άμεσους και πρακτικούς λόγους και σκοπούς. Στοχεύει όχι στη λογική, όπως στη συγκεκριμένη περίπτωση που εξετάζουμε, καθόσον θα μπορούσαν οι οικείοι αυτών που θα αυτομολούσαν να υποστούν τα αντίποινα των Περσών, αλλά στο συναίσθημα, τις παρορμήσεις και τα ένστικτα της μάζας, χρησιμοποιώντας πρακτικά όχι την πειθώ αλλά την υποβολή. Το μήνυμα που μεταδίδεται πλέον δεν είναι ένα λογικό επιχείρημα, αλλά ένα αξίωμα, το σύνθημα¹²⁷. Επιπλέον των παραπάνω ο Παναγιώτης Θεοδωρακόπουλος προσθέτει ότι στοχεύει στην επίτευξη ανατρεπτικών ενεργειών¹²⁸.

Αυτή την καινοφανή για την υπόψη εποχή τεχνική ψυχολογικών επιχειρήσεων, όπως τη χαρακτηρίζει ο Ιωάννης Βολωνάκης, παρουσίασε ο Θεμιστοκλής. Η κυρίαρχη στόχευση που προσπάθησε να επιτελέσει, μέσα από αυτή, ήταν να σπείρει την αμφιβολία αλλά κατ' ελάχιστο τον εκνευρισμό στις τάξεις των Περσών και των συμμάχων τους.

2.4.1.3. Μερικά Απτά Αποτελέσματα

Αφού είδαμε τις διαστάσεις που είχαν οι ψυχολογικές επιχειρήσεις που διεξήγαγε ο Θεμιστοκλής, σύμφωνα με τη σύγχρονη θεωρία ψυχολογικών επιχειρήσεων, κρίνεται σκόπιμο να δούμε και τα αποτελέσματα αυτών προκειμένου να διαπιστώσουμε αν τελικά επετεύχθησαν οι στοχεύσεις του σχεδιαστή. Στη προσπάθεια αυτή θα ανατρέξουμε πάλι στο κείμενο του Ηρόδοτου προκειμένου να μας δώσει τα συγκριτικά στοιχεία της επιτυχίας ή της αποτυχίας.

Συγκεκριμένα ο Ηρόδοτος αναφέρει:

«..κατέφθασε μια Τηνιακή τριήρης, η οποία είχε αυτομολήσει από τους Πέρσες, επικεφαλής της οποίας ήταν ο Παναίτιος, ο γιός του Σωσιμένη. Και η τριήρης ακριβώς αυτή γνωστοποίησε στους στρατηγούς όλη την αλήθεια¹²⁹. Μάλιστα, γι' αυτή τη

¹²⁷ Γ. Γεωργαλάς, *Η Προπαγάνδα*, ό.π., σ. 94.

¹²⁸ Π. Θεοδωρακόπουλος, *Προπαγάνδα η Ένδοξη*, ό.π., σ.17.

¹²⁹ Αναφέρεται στο αποκλεισμό που είχαν κάνει οι Πέρσες στο Ελληνικό στόλο προκειμένου να μην διαφύγει.

συνεισφορά τους γράφτηκε το όνομα των Τηνίων στο Δελφικό τρίποδα, ανάμεσα στα ονόματα εκείνων που ταπεινώσαν το βάρβαρο. Με το συνυπολογισμό εξάλλου του πλοίου αυτού που αυτομόλησε από του Πέρσες και πήγε στη Σαλαμίνα, καθώς και του σκάφους της Λήμνου που είχε αυτομολήσει προηγουμένως στο Αρτεμίσιο, συμπλήρωνε το Ελληνικό ναυτικό τον αριθμό...¹³⁰»

Και λίγο αργότερο στο κείμενο του προσθέτει:

«Όμως λίγοι από τους Ίωνες αυτούς προσποιούνταν, σύμφωνα με τις προτροπές του Θεμιστοκλή, το δειλό, ενώ αντίθετα οι περισσότεροι δεν το έκαναν¹³¹».

Έτσι ουσιαστικά μέσα από τα δύο αποσπάσματα παρουσιάζονται ξεκάθαρα από τον ίδιο τον Ηρόδοτο τα αποτελέσματα που υπήρξαν, σε στρατιωτικό στρατηγικό επίπεδο, των ψυχολογικών επιχειρήσεων που διεξήγαγε. Δηλαδή είτε με την αυτομόληση, έστω και μόνο δύο πλοίων, είτε με την προσποίηση εκ μέρους μερικών πληρωμάτων κατάφερε να μειώσει τη μαχητική ισχύ των Περσών. Εκείνο ίσως που είναι το ανεκτίμητο από τη υπόψη επιχείρηση είναι ότι αποκόμισε πληροφορίες στρατηγικού χαρακτήρα για τις ενέργειες των Περσών, που ήρθαν να επιβεβαιώσουν τα όσα είχε αναφέρει ο Αριστείδης νωρίτερα στο χώρο του συνεδρίου που διεξαγόταν από τους Έλληνες, και γι' σε ένδειξη της προσφοράς γράφτηκε το όνομα αυτών στο δελφικό τρίποδα, καταδεικνύοντας τη στρατηγική αξία αυτής της πληροφορίας.

Όμως εξαιρετικά ενδιαφέροντα, για το σκοπό της παρούσας ανάλυσης, είναι δύο αποσπάσματα που παραθέτει στη συνέχεια:

«..κάποιοι από τους Φοίνικες, των οποίων τα σκάφη είχαν καταστραφεί, παρουσιάστηκαν ενώπιον του βασιλιά και συκοφαντούσαν του Ίωνες ότι εξαιτίας τους δήθεν έχασαν τα πλοία τους, επειδή τάχα κράτησαν οι Ίωνες προδοτική στάση¹³²».

«Ο Ξέρξης πάλι, όταν βεβαιώθηκε για τη συμφορά που τον βρήκε, είχε το φόβο μην τυχόν κάποιος Ίωνας συμβουλέψει του Έλληνες – ή και μόνοι τους το

¹³⁰ Ηρόδοτος, *ΟΥΡΑΝΙΑ: Η όγδοη των Ιστοριών Ηροδότου του Αλικαρνασέως*, ό.π., σ.147.

¹³¹ Στο ίδιο, σ. 151.

¹³² Στο ίδιο, σ. 159.

καταλάβουν – να πλεύσουν προς τον Ελλήσποντο με σκοπό να αποσυναρμολογήσουν τις γέφυρες. Καθώς φοβόταν μην τυχόν ο ίδιος αποκλειστεί στην Ευρώπη και κινδυνεύσει να καταστραφεί, σκεφτόταν να φύγει¹³³».

Μέσα λοιπόν από αυτά τα αποσπάσματα έχουμε ίσως τα σημαντικότερα αποτελέσματα από τις ψυχολογικές επιχειρήσεις του Θεμιστοκλή, καθόσον παρουσιάζεται ξεκάθαρα ότι είχε σπείρει διχόνοια εντός του Περσικού στρατοπέδου, ανατρέποντας τη συνοχή του. Στο παραπάνω πρέπει να προσθέσουμε τον ψυχολογικό επηρεασμό του ηγέτη των περσών. Ουσιαστικά είχε επηρεαστεί ο λήπτης απόφασης εξαιτίας των αισθημάτων απειλής, ανασφάλειας και διακινδύνευσης που του είχαν εμφυσηθεί, επηρεάζοντας την τελική του απόφαση, κάμπτοντας τη θέληση του και τροποποιώντας τη συμπεριφορά του προς την επιθυμητή κατεύθυνση, ώστε να αποχωρήσει τελικά από την Ελλάδα. Με αυτό τον τρόπο εκπληρωνόταν η στόχευση σε επίπεδο υψηλής στρατηγική εκ μέρους των Ελλήνων, η επιβολή επί της θελήσεως του αντιπάλου.

Φυσικά δεν πρέπει να υποθέσουμε ότι τη νίκη την πέτυχαν οι ψυχολογικές επιχειρήσεις αποκλειστικά, αλλά επετεύχθη σε συνδυασμό με φυσικές ενέργειες όπως ήταν η χρήση σκληρής ισχύος κατά τη διάρκεια της ναυμαχίας ή η ανένδοτη στάση των Λακεδαιμονίων στις Θερμοπύλες ή και ακόμα αυτές οι πληροφορίες που συγκέντρωναν οι ίδιοι οι Πέρσες που δημιουργούσαν ένα κλίμα αρνητικής φόρτισης¹³⁴.

Τέλος γεγονός που καταδεικνύει τη μεθοδευμένη και συστηματική χρήση ψυχολογικών επιχειρήσεων για την απομείωση της μαχητικής ισχύος, την πρόκληση μείωσης του ηθικού του εχθρού και διάσπασης της συνοχής του και ότι είχε δημιουργηθεί ένα *modus operandi*, μια κουλτούρα χρήσης ψυχολογικών επιχειρήσεων από τους Έλληνες, είναι η επανάληψη αντίστοιχης ενέργειας με αυτή του Θεμιστοκλή, από το Λεωτυχίδη στη Μυκάλη. Η επανάληψη αυτή, σε συνδυασμό βέβαια με τις ήδη επιτευχθείσες στρατιωτικές επιτυχίες των Ελλήνων, μπορούμε να πούμε ότι είχε απτά και φυσικά καλύτερα

¹³³ Στο ίδιο, σ. 173.

¹³⁴ Χαρακτηριστική είναι η αναφορά ότι κατά τη διάρκεια ανάκρισης αυτόμολων Αρκάδων στους Πέρσες, ρωτήθηκαν με τι ασχολούνταν οι Έλληνες. Αυτοί ανέφεραν ότι γιόρταζαν και παρακολουθούσαν γυμνικούς και ιππικούς αγώνες, οι οποίοι ως έπαθλο είχαν στεφάνι ελιάς. Τότε ο Τριτανταίχμης, γιός του Αρτάβανου, διατύπωσε το εξής και για το οποίο κατηγορήθηκε ως δειλός «Πω πω, εναντίον τι είδους ανδρών μας οδήγησες να πολεμήσουμε, Μαρδόνιε, τέτοιων ανθρώπων που αγωνίζονται όχι για την απόκτηση χρημάτων, αλλά για την προβολή των σωματικών του ικανοτήτων». Βλέπε στο ίδιο, σ. 59.

αποτελέσματα¹³⁵. Σε αυτή την περίπτωση επιτυγχάνεται η άμεση αφαίρεση από τους Πέρσες των όπλων από τους Σαμιώτες, ως ύποπτους για φιλελληνική στάση, ενώ στη συνέχεια της σύγκρουσης αυτοί οι ίδιοι Σαμιώτες στρέφονται πρώτοι εναντίων των Περσών, συμπαρασύροντες και άλλους Ίωνες¹³⁶.

2.4.2. Οι Ψυχολογικές Επιχειρήσεις ως Μέσο Εξαπάτησης

Αν θέλαμε να είμαστε πλήρεις στην ανάλυση μας ως προς την εφαρμογή ψυχολογικών επιχειρήσεων στη ναυμαχία της Σαλαμίνας, δεν θα έπρεπε να παραβλέψουμε τη διάσταση της εξαπάτησης στο συγκεκριμένο γεγονός.

Αν και για την εξαπάτηση αναφερθήκαμε νωρίτερα, με την εξαιρετική περίπτωση του Δούρειου Ίππου, δεν πρέπει να μας διαφεύγει και η επίσης πετυχημένη περίπτωση διασποράς ψευδών ειδήσεων από τον Θεμιστοκλή, που τον οδήγησαν να αποκτήσει ένα εξαιρετικό επιχειρησιακό πλεονέκτημα σε επίπεδο στρατιωτικής στρατηγικής, αυτός της αποστολής του Σίκινου στον Ξέρξη. Ο Θεμιστοκλής έστειλε τον Σίκινο¹³⁷ στον Ξέρξη αναφέροντας του:

«Εμένα με έστειλε ο στρατηγός των Αθηναίων κρυφά από τους υπόλοιπους Έλληνες, επειδή τυγχάνει να διακατέχεται και αυτός από τις ίδιες αντιλήψεις με εκείνες του βασιλιά, αλλά και γιατί περισσότερο θέλει οι δικές σας επιδιώξεις να ευοδωθούν, και όχι τα σχέδια των Ελλήνων. Με έστειλε λοιπόν με σκοπό να σας μεταφέρω το μήνυμα ότι οι Έλληνες, κατατρομοκρατημένοι καθώς είναι, έχουν στο νου τους να διαφύγουν. Έτσι τώρα σας παρουσιάζεται η ευκαιρία να πραγματοποιήσετε το πιο σημαντικό από τα κατορθώματα σας, αν δεν αδιαφορήσετε, τη στιγμή που αυτοί διαφεύγουν. Γιατί, ούτε μεταξύ τους υπάρχει σύμπνοια ούτε και θα αντισταθούν πια, αλλά αντίθετα θα τους δείτε

¹³⁵ Ο Ηρόδοτος αναφέρει ότι ο Λεωτυχίδης έπλεε με το σκάφος του κατά μήκος της ακτής και απευθυνόταν με κήρυκα στους Ίωνες μεταδίδοντας το μήνυμα: «Ίωνες, όσοι από σας τυχαίνει να με ακούτε, προσέξτε όσα σας λέω, γιατί οπωσδήποτε οι Πέρσες δε θα καταλάβουν τίποτα από όσα θα σας συστήσω να κάνετε. Όταν θα αρχίσει η συμπλοκή, καθένας σας οφείλει να έχει στο μυαλό του, πάνω από όλα, την ελευθερία, και στη συνέχεια το σύνθημα “ΗΡΑ”. Και ακόμη, όποιος δεν τα πληροφορηθεί αυτά, ας του τα γνωστοποιήσει όποιος τα άκουσε». Ηρόδοτος, *ΚΑΛΛΙΟΠΗ: Η Ένατη των Ιστοριών Ηροδότου του Αλικαρνασέως*, Εκδόσεις Ζήτηρος, 2002, σ. 269.

¹³⁶ Στο ίδιο, σ. 279.

¹³⁷ Ο Σίκινος ήταν δούλος του Θεμιστοκλή και επιτηρητής των παιδιών του. Μετά τη ναυμαχία ο Θεμιστοκλής τον πολιτογράφησε στους Θεσπείς και φρόντισε για την ευμάρεια του, όπως αναφέρει ο Ηρόδοτος. Βλέπε στο ίδιο, σ. 135.

κατά τη ναυμαχία να διχογνωμούν μεταξύ τους καθώς είναι χωρισμένοι στα δύο, σ' αυτούς που συμμαρίζονται τις απόψεις σας, και στους άλλους¹³⁸».

Οι Πέρσες πίστεψαν το μήνυμα και οι λόγοι γι' αυτό πολλοί, όπως αναφέρει ο Κωνσταντίνος Παπαδημητρίου για την υπόψη ναυμαχία. Οι Πέρσες ήταν γνώστες της ελληνικής πολιτειακής διαίρεσης, αλλά και της φιλαρχίας που τους διακατείχε. Θεωρούσαν πιθανό κάποιοι ηγέτες να αλλάξουν στρατόπεδο, καθόσον η Περσική δύναμη φαινόταν ασταμάτητη, κάτι που είχαν κάνει ήδη κάποιοι, όπως για παράδειγμα οι Θεσσαλοί και οι Βιωτοί¹³⁹. Πρακτικά ο Θεμιστοκλής εκτελεί αριστοτεχνικά την προπαγάνδα εναντίον του Ξέρξη και εφαρμόζει σε αυτή το «μύθο» και τη «μισοαλήθεια».

Σύμφωνα με τον Νικόλαο Καλογερόπουλο, κατά τη διεξαγωγή της προπαγάνδας η επιτυχία της εξαρτάται από την ύπαρξη ενός «μύθου¹⁴⁰», που απαιτεί να είναι αποφασιστικός, απόλυτος και αδιάλλακτος. Για την αρχή της «μισοαλήθειας» αναφέρει ότι είναι το πιο συνηθισμένο τέχνασμα της προπαγάνδας και χρησιμοποιείται για τον εντοπισμό της προσοχής του ακροατηρίου - στόχου¹⁴¹.

Με βάση τα παραπάνω παρατηρούμε ότι ο μύθος που μετέδωσε ο Θεμιστοκλής στον Ξέρξη, ήταν αποφασιστικός και αδιάλλακτος καθόσον υποχρέωνε τον Ξέρξη να ναυμαχήσει ή να χάσει τη μεγάλη όπως του παρουσιαζόταν ευκαιρία για νίκη. Επιπλέον ήταν απόλυτος καθόσον διαχώριζε του Έλληνες σε δύο στρατόπεδα σε αυτούς υπέρ του βασιλιά και κατά. Ταυτόχρονα εφάρμοζε την αρχή της μισοαλήθειας η οποία τροφοδοτούνταν αφενός από τα ήδη διαθέσιμα στους Πέρσες δεδομένα, με τις προηγηθείσες αποστασίες των Ελλήνων, αφετέρου συνδυαζόμενη με τις πληροφορίες που είχαν για τις τάσεις τους (π.χ. φιλαρχία). Επιπλέον παρατηρούμε ότι ο Θεμιστοκλής εφάρμοζε πλήρως τις βασικές αρχές των ψυχολογικών επιχειρήσεων της ευκαμψίας και

¹³⁸ Βλέπε στο ίδιο, σ. 135.

¹³⁹ Κ. Παπαδημητρίου, Γ. Κουφογιώργος, Κ. Γρηγορόπουλος, *Η Ναυμαχία της Σαλαμίνας: Τα «Ξύλινα Τείχη» Σώζουν την Ελλάδα*, Αθήνα, Εκδόσεις Περισκόπιο, 2006, σ. 17.

¹⁴⁰ Αναφέροντας χαρακτηριστικά παραδείγματα ο Νικόλαος Καλογερόπουλος μας παρουσιάζει ότι στη Ρώμη ο μύθος ήταν «οι αρετές του Ρωμαίου Πολίτη», στη Γαλλική επανάσταση «η κυριαρχία του λαού», ενώ στη Ναπολεόντειο εποχή «η δόξα». Βλέπε Ν. Α. Καλογερόπουλος, *Η Προπαγάνδα Μέσον Βιασμού των Λαών: Η Φιλοσοφία της Προπαγάνδας*, Αθήνα, Εκδόσεις Δρόμων, 2012, σ.42.

¹⁴¹ Στο ίδιο, σ. 34-76.

της επικαιρότητας, που αναφέρθηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο, προσαρμοζόμενος εξαιρετικά γρήγορα στην επικρατούσα κατάσταση.

Τέλος η στρατηγική ενέργεια παραπλάνησης του Θεμιστοκλή, μέσω της προπαγάνδας που διεξήγαγε με το Σίκινο οδήγησε σε ένα εξαιρετικό επιχειρησιακό πλεονέκτημα τις ελληνικές ναυτικές δυνάμεις κατά τη διάρκεια της ναυμαχίας, με τα γνωστά αποτελέσματα. Τέλος σύμφωνα με τον Κωνσταντίνο Παπαδημητρίου, ο Θεμιστοκλής με αυτή του την ενέργεια καταχωρήθηκε στην παγκόσμια στρατιωτική ιστορία για την επιτυχία της έμμεσης του προσέγγισης, την οποία έκτοτε τη μιμήθηκαν πολλοί¹⁴².

2.4.3. Η Αντίπαλη Όχθη, Η Προπαγάνδα του Ξέρξη

Μέσα από τον Ηρόδοτο μπορούμε να αντλήσουμε πέρα από τα στοιχεία για τις ψυχολογικές επιχειρήσεις που διεξήγαγε ο Θεμιστοκλής και αντίστοιχο παράδειγμα προσπάθειας του Ξέρξη, με το οποίο προσπάθησε να διεξάγει μια ψυχολογική επιχείρηση και ουσιαστικά προπαγάνδα, με σκοπό να αυξήσει το ηθικό του στρατεύματος του μετά τις επιχειρήσεις που διεξήχθησαν στις Θερμοπύλες εναντίων των Λακεδαιμονίων. Συγκεκριμένα ο Ηρόδοτος αναφέρει:

«....., ο Ξέρξης πραγματοποίησε τις ετοιμασίες για την ταφή των νεκρών και έστειλε προς τις ναυτικές του δυνάμεις κήρυκα. Οι προετοιμασίες λοιπόν αυτές περιλάμβαναν τα εξής: όσοι από το δικό του στρατό είχαν πέσει νεκροί στις Θερμοπύλες – και αυτοί ήταν μέχρι είκοσι χιλιάδες - απ' αυτούς άφησε περίπου χίλιους, ενώ τους υπόλοιπους άνοιξε λάκκους και τους έθαψε και πάνω τοποθέτησε φυλλωσιές,, για να μην γίνουν αντιληπτοί οι τάφοι από τους άνδρες των ναυτικών δυνάμεων. Πέρασε λοιπόν ο κήρυκας στην Ιστιαία, συγκέντρωσε του άνδρες όλου του στρατού και του ανακοίνωσε τα εξής: «Συμπολεμιστές, ο βασιλιάς Ξέρξης επιτρέπει σ' όποιον θέλει από εσάς να αποχωρήσει από τη μονάδα του και να πάει να δει πως πολεμά ο στρατός του εναντίων

¹⁴² Κ. Παπαδημητρίου, Γ. Κουφογιώργος, Κ. Γρηγορόπουλος, *Η Ναυμαχία της Σαλαμίνας: Τα «Ξύλινα Τείχη» Σώζουν την Ελλάδα*, ό.π., σ. 17.

των αφελών εκείνων ανθρώπων, οι οποίοι διανοήθηκαν να ξεπεράσουν τη βασιλική δύναμη»¹⁴³.

Και συνεχίζει λίγο αργότερα που αναφέρει για την επίσκεψη των ανδρών των ναυτικών δυνάμεων στο πεδίο της μάχης των Θερμοπυλών:

«Όμως και πάλι, το τέχνασμα αυτό του Ξέρξη, το σχετικό με τους δικούς του νεκρούς, δε διέφυγε της προσοχής όσων είχαν περάσει από εκεί. Και μάλιστα ήταν και γελοίο...»¹⁴⁴.

Μέσα από τα παραπάνω δύο αποσπάσματα παρουσιάζεται ξεκάθαρα η προσπάθεια στόχευσης του Ξέρξη να αυξήσει το ηθικό και την αυτοπεποίθηση των ανδρών του, ενόψει της συνέχισης της εκστρατείας του προς το νότο. Φυσικά μπορούμε να υποθέσουμε ότι με δεδομένο τη σχέση υποτέλειας των υπηκόων με το μεγάλο βασιλιά, σε συνδυασμό με την υλοποίηση της υπόψη ενέργεια, ο Ξέρξης είχε αρχίσει να διαβλέπει ένα ρήγμα στο ηθικό των δυνάμεων του με τις μέχρι τότε στρατιωτικές εξελίξεις. Με την προπαγάνδα αυτής της θεματολογίας, προσπάθησε να ανατρέψει την δημιουργία αρνητικού ψυχολογικού κλίματος και ταυτόχρονη πτώση του ηθικού. Έτσι διαβλέπουμε ότι μια ψυχολογική επιχείρηση, η οποία δεν συμβαδίζει με τις κατάλληλες φυσικές ενέργειες, αλλά και ταυτόχρονα ίσως δεν είναι σχεδιασμένη σωστά, σε συνδυασμό με τις αντικρουόμενες πληροφορίες που συγκεντρώνονταν, όπως παρουσιάστηκαν προηγουμένως αυτές στην ανάκριση των Αρκάδων από τον Τριτανταίχημ, διαπιστώνεται ότι παραβιάζονταν βασικές αρχές των ψυχολογικών επιχειρήσεων, αυτές της αξιοπιστίας και της ευκαμψίας, με μεγάλη πιθανότητα να μην είχαν το αναμενόμενο αποτέλεσμα ή και ακόμη το αντίθετο.

2.5. ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΙΑΚΟ ΠΟΛΕΜΟ

Λαμβάνοντας υπόψη ότι η παρούσα εργασία προσανατολίζεται στην εφαρμογή των ψυχολογικών επιχειρήσεων στη στρατηγική και στο παρόν κεφάλαιο αναφερόμαστε στην εφαρμογή τους μέσα από τα αρχαιοελληνικά κείμενα, θα αποτελούσε παράλειψη και μεγάλο ατόπημα, η μη αναφορά ίσως στη μεγαλύτερη σύγκρουση της αρχαιότητας, τον πελοποννησιακό πόλεμο. Μέσα από το έργο του Θουκυδίδη, όπως αναφέρει ο Αθανάσιος

¹⁴³ Ηρόδοτος, *ΟΥΡΑΝΙΑ: Η όγδοη των Ιστοριών Ηροδότου του Αλικαρνασέως*, ό.π., σ. 55.

¹⁴⁴ Στο ίδιο, σ. 57.

Πλατιάς, βρίσκει κανείς «καταγεγραμμένη για πρώτη φορά μια ολοκληρωμένη θεωρία υψηλής στρατηγικής¹⁴⁵». Επιπλέον παρουσιάζεται η σχέση της στρατηγικής με τους ψυχολογικούς παράγοντες. Χαρακτηριστικά συμπληρώνει ο ίδιος συγγραφέας ότι καταγράφει μια θεωρία στρατηγικής και σε αυτή ενσωματώνει παράγοντες όπως τους ψυχολογικούς¹⁴⁶, ενώ αναδεικνύει, εκτός από την υλική και την ψυχολογική διάσταση της ισχύος, παρουσιάζοντας τη θέληση πίσω από την ισχύ¹⁴⁷, που όπως αναφέρθηκε προγενέστερα αποτελεί ένα από τους κυρίαρχους στόχους των ψυχολογικών επιχειρήσεων.

Είναι γεγονός ότι στο κείμενο του Θουκυδίδη ενυπάρχουν όλες οι μορφές ψυχολογικών επιχειρήσεων που αναλύσαμε προγενέστερα τόσο στην Ιλιάδα όσο και στον Ηρόδοτο. Είναι ξεκάθαρο ότι υπάρχει η αντίληψη της αξίας των ψυχολογικών επιχειρήσεων ως μέσου για τον επηρεασμό της συμπεριφορά των ανθρώπων. Χαρακτηριστικά αναφέρεται «διότι αι κρίσεις των ανθρώπων επηρεάζονται από ό,τι ακούουν¹⁴⁸». Επιπλέον γίνονται πολλές αναφορές σε παραιναιτικούς λόγους, όπως αυτοί παρουσιάστηκαν παραπάνω ως μέσο διεξαγωγής ψυχολογικών επιχειρήσεων. Χαρακτηριστικός ο λόγος του Νικία προς τους αποθαρρυσμένους στρατιώτες των Αθηναίων μετά τις αποτυχίες τους κατά τη Σικελική εκστρατεία:

«Οφείλομεν όμως να μη χάνομεν το θάρρος μας, ούτε να παθαίνομεν ό,τι παθαίνουν οι πρωτόπειροι, οι οποίοι όταν νικηθούν εις τον αρχικόν αγώνα, ευρίσκονται του λοιπού υπό την διαρκή προσδοκία ομοίας ατυχίας¹⁴⁹».

Παρούσα στο κείμενο του Θουκυδίδη είναι επίσης και η εξαπάτηση μέσα από ψυχολογικές επιχειρήσεις. Παράδειγμα αυτού αποτελεί η ενέργεια του Συρακούσιου Ερμοκράτη, ο οποίος προσπαθώντας να αποφύγει την αναχώρηση των Αθηναίων και επιθυμώντας να τους εγκλωβίσει, χωρίς όμως να προλαβαίνει να το πράξει σε περίπτωση που οι Αθηναίοι αναχωρούσαν άμεσα, μετά τη συντριπτική ήττα των Αθηναίων κατά τη

¹⁴⁵ Α. Πλατιάς, *Διεθνείς Σχέσεις και Στρατηγική στον Θουκυδίδη*, Αθήνα, Εκδόσεις Εστία, 2010, σ. 19.

¹⁴⁶ Στο ίδιο, σ. 79.

¹⁴⁷ Στο ίδιο, σ. 50.

¹⁴⁸ Θουκυδίδου Ιστορία, Αθήνα, Εκδόσεις Φωτιάδης, ΣΤ-34.

¹⁴⁹ Θουκυδίδου Ιστορία, ό.π., Ζ - 61.

ναυμαχία με τους συρακούσιους, κατά τη διάρκεια της νύχτας, προέβη σε διασπορά ψευδών ειδήσεων, εφαρμόζοντας ουσιαστικά μαύρη προπαγάνδα:

«Φοβούμενος μήπως οι Αθηναίοι προφθάσουν να διέλθουν διαρκούσης της νυκτός τας πλέον δύσκολους διαβάσεις, χωρίς καμιά δυσκολίαν, κατέφυγε ο ίδιος εις το εξής στρατήγημα. Όταν άρχισε να σκοτεινιάζει, απέστειλε εις το Αθηναϊκόν στρατόπεδον υπό συνοδείαν ιππέων μερικούς φίλους του, οι οποίοι πλησιάσαντες εις απόστασιν, από την οποία ημπορούσαν να ακουσθούν, και προσποιηθέντες τους φίλους των Αθηναίων παρήγγειλαν αυτούς να ειδοποιήσουν τον Νικίαν να μη αποσύρη τον στρατόν διαρκούσης της νυκτός, διότι τάχα οι Συρακούσιοι εφύλατταν τους δρόμους, αλλά να αναχωρήσει κατά τη διάρκεια της ημέρας¹⁵⁰».

Μέσα από το παρακάτω απόσπασμα του Θουκυδίδη παρουσιάζεται ξεκάθαρα η επιτυχία της μαύρης προπαγάνδας του Ερμοκράτη, που είχε ως τελικό αποτέλεσμα οι Αθηναίοι να μην αναχωρήσουν έγκαιρα και ουσιαστικά να οδηγηθούν στην πλήρη καταστροφή. Καταστροφή η οποία άλλαξε ριζικά την πορεία του πολέμου όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Αθανάσιος Πλατιάς¹⁵¹:

«Ούτως, οι Αθηναίοι, ένεκα της ειδήσεως ταύτης, της οποίας την ελικρίνειαν δεν υποπτεύθησαν, ανέβαλαν την αναχώρησιν των κατά την νύκτα εκείνην¹⁵²».

Ουσιαστικά σε επίπεδο στρατηγικής η υπόψη καταστροφή, αφενός μεταβάλλει την ισορροπία ισχύος μεταξύ των δύο αντιπάλων, αφετέρου κάνει εφικτή τη συμμαχία των Σπαρτιατών με τους Πέρσες, γέροντας την ζυγαριά ολοκληρωτικά σε βάρος των Αθηναίων. Η επιτευχθείσα συμμαχία, στο πλαίσιο μιας υψηλής στρατηγικής εξωτερικής εξισορρόπησης, αποτελεί ένα γεγονός που επιτρέπει στους Σπαρτιάτες να ναυπηγήσουν ισχυρό στόλο και να ακολουθήσουν την άμεση προσέγγιση και προσβολή του κέντρου βάρους της Αθήνας, του στόλου της¹⁵³.

¹⁵⁰ Στο ίδιο, Z - 73.

¹⁵¹ Α. Πλατιάς, *Διεθνείς Σχέσεις και Στρατηγική στον Θουκυδίδη*, ό.π., σ.174.

¹⁵² Θουκυδίδου Ιστορία, ό.π., Z - 74.

¹⁵³ Κ. Κολιόπουλος, *Η Υψηλή Στρατηγική της Αρχαίας Σπάρτης*, ό.π., 201.

Πέρα από τα παραπάνω εκείνο που παρουσιάζεται στο Θουκυδίδη είναι ψυχολογικές επιχειρήσεις με εφαρμογή σε επίπεδο υψηλής στρατηγικής. Σημαντικό σημείο αυτού είναι η προσπάθεια επίτευξης από μέρους της Σπάρτης διεθνούς νομιμοποίησης. Ο Κωνσταντίνος Κολιόπουλος αναφέρει ότι η Σπάρτη παρουσίαζε τον εαυτό της ως τον ελευθερωτή των υπόλοιπων Ελλήνων από τον Αθηναϊκό ζυγό, επιδιώκοντας να εξασφαλίσει ότι η υψηλή της στρατηγική θα θεωρείτο θεμιτή διεθνώς¹⁵⁴. Πρακτικά η έλλειψη διεθνούς νομιμοποίησης αποτελούσε την πηγή δύναμης για τη Σπάρτη και την αντίστοιχη αδυναμία της Αθήνας, όπως σημειώνει ο Αθανάσιος Πλατιάς¹⁵⁵. Η υπόψη επιδίωξη των Λακεδαιμονίων, αλλά και η ταυτόχρονη επιτυχία της προπαγάνδας τους, παρουσιάζεται ξεκάθαρα στο παρακάτω απόσπασμα από το Θουκυδίδη:

«Αι συμπάθειαι όμως της κοινής γνώμης εστρέφοντο ασυγκρίτως περισσότερο προς το μέρος των Λακεδαιμονίων, τόνον μάλλον καθόσον είχαν διακηρύξει επισήμως, ότι αναλαμβάνουν να ελευθερώσουν τη Ελλάδα¹⁵⁶».

Έτσι η Σπάρτη χρησιμοποίησε το μανδύα του ελευθερωτή από τους Αθηναίους προκειμένου να πετύχει τη διεθνή νομιμοποίηση των ενεργειών της, πρακτική που είχε εφαρμόσει ξανά μετά της Πλαταιές, όπου δρούσε αντίστοιχα με πρόσχημα τη σταυροφορία της εναντίων όσων είχαν μηδίσει¹⁵⁷. Η παραπάνω προπαγανδιστική στρατηγική χρησιμοποιήθηκε καθ' όλη τη διάρκεια του πολέμου¹⁵⁸ και απέδωσε καρπούς, καταλήγοντας αρκετές πόλεις να αποστατήσουν, όπως αναφέρει χαρακτηριστικά ο Θουκυδίδης αναφερόμενος στις επιχειρήσεις του Βρασιίδα¹⁵⁹. Έτσι μέσα από την υπόψη προπαγάνδα η Σπάρτη καταφέρνει σε επίπεδο υψηλής στρατηγικής τόσο να επιτύχει την διεθνή νομιμοποίηση, όσο και την εξωτερική εξισορρόπηση επιτυγχάνοντας νέες συμμαχίες, ενώ ταυτόχρονα αποδομεί τις συμμαχίες των Αθηναίων. Χαρακτηριστικός

¹⁵⁴ Κ. Κολιόπουλος, *Η Στρατηγική Σκέψη*, ό.π., σ. 60.

¹⁵⁵ Α. Πλατιάς, *Διεθνείς Σχέσεις και Στρατηγική στον Θουκυδίδη*, ό.π., σ.115.

¹⁵⁶ Θουκυδίδου Ιστορία, ό.π., Β – 8.

¹⁵⁷ Κ. Κολιόπουλος, *Η Υψηλή Στρατηγική της Αρχαίας Σπάρτης*, ό.π., σ. 188.

¹⁵⁸ Α. Πλατιάς, *Διεθνείς Σχέσεις και Στρατηγική στον Θουκυδίδη*, ό.π., σ. 168.

¹⁵⁹ Θουκυδίδου Ιστορία, ό.π., Δ – 81.

της υλοποίησης αυτής της στρατηγικής προπαγάνδας, από μέρους των Σπαρτιατών, είναι ο λόγος του Βρασίδα προς τους Ακανθίους:

«Ακάνθιοι, η αποστολή μου καθώς και του στρατού μου εκ μέρους των Λακεδαιμονίων αποτελεί επαλήθευσιν του σκοπού του πολέμου, τον οποίον ευθύς εξ αρχής διεκηρύξαμεν, ότι δηλαδή θα πολεμήσωμεν εναντίων των Αθηναίων, δια να ελευθερώσωμεν την Ελλάδα¹⁶⁰».

Το αποτέλεσμα αυτής της συγκεκριμένης ψυχολογικής ενέργειας καθώς και του επηρεασμού της συμπεριφοράς της Ακάνθου, μας το παρουσιάζει ο ίδιος ο Θουκυδίδης:

«Η πλειοψηφία, επηρεασθείσα εν μέρει από τους επαγωγούς λόγους του Βρασίδα,..., απεφάσισε ν' αποστατήσουν από του Αθηναίου¹⁶¹».

Φυσικά στο πλαίσιο εξέτασης των ψυχολογικών επιχειρήσεων κατά τον Πελοποννησιακό πόλεμο το ενδιαφέρον δεν εξαντλείτε στα προαναφερόμενα, αλλά μπορούμε να προσθέσουμε ότι υπάρχει στα γραφόμενα από το Θουκυδίδη ένα απόσπασμα στο οποίο διαπιστώνουμε ευρεία εκτέλεση στρατηγικών ψυχολογικών επιχειρήσεων, ο «Επιτάφιος» του Περικλή.

2.5.1. Ο Επιτάφιος του Περικλή, Στρατηγικές Ψυχολογικές Επιχειρήσεις

Ο επιτάφιος λόγος του Περικλή αποτελεί χαρακτηριστικό κείμενο το οποίο θα μπορούσε να ενταχθεί στις στρατηγικές ψυχολογικές επιχειρήσεις. Ο υπόψη λόγος εκφωνήθηκε κατά την τελετή για τα θύματα του πρώτου χρόνου του Πελοποννησιακού Πολέμου¹⁶².

Αναφερόμενος στον «Επιτάφιο» του Περικλή ο Γεώργιος Γεωργαλάς θεωρεί ότι αναπτύσσει με θαυμαστή σαφήνεια τους σκοπούς του πολέμου και την ανάγκη διεξαγωγής

¹⁶⁰ Στο ίδιο., Δ – 85.

¹⁶¹ Στο ίδιο, Δ – 86.

¹⁶² Στο ίδιο, Β - 35.

του, αφήνοντας ένα εξαιρετικό παράδειγμα «διαφωτίσεως», ενημερώσεως θα λέγαμε με σύγχρονους όρους ψυχολογικών επιχειρήσεων, χρησιμοποιώντας την πειθώ¹⁶³.

Ο «Επιτάφιος» μπορούμε να διαπιστώσουμε ότι έχει διάφορες στοχεύσεις:

Πρώτη από αυτές είναι η επίτευξη εσωτερικής νομιμοποίησης της υψηλής στρατηγικής της Αθήνας, καθόσον όλες οι στρατηγικές και σχεδιασμοί καταρρέουν αν δεν υπάρχει εσωτερική νομιμοποίηση, κάτι που ισχύει πολύ περισσότερο στο πλαίσιο δημοκρατικών πολιτευμάτων όπως της Αθήνας, όπως αναφέρει ο Αθανάσιος Πλατιάς¹⁶⁴.

Δεύτερη στόχευση είναι εξυμνώντας τον «Αθηναϊκό τρόπο ζωής» και υψώνοντας τη σε πανανθρώπινο πρότυπο¹⁶⁵, ο Περικλής επεδίωξε να κινητοποιήσει τους πολίτες της στην πολεμική προσπάθεια της πόλης.

Τρίτη, συμπληρωματική της προηγούμενης, είναι να ενισχύσει το ηθικό των Αθηναίων, εξαίροντας τη θυσία για την υπεράσπιση της πατρίδας και το γενναίο αγώνα κατά τον οποίο προσέφεραν οι πεσόντες ότι πολυτιμότερο είχαν, τη ζωή τους¹⁶⁶.

Τέταρτη στόχευση είναι η προβολή ισχύος με διττό ακροατήριο - στόχο. Το εσωτερικό ακροατήριο - στόχο, προκειμένου να καθησυχάσει ανησυχίες και αντιδράσεις των πολιτών εξαιτίας του θανάτου οικείων τους, να τους γεμίσει υπερηφάνεια¹⁶⁷, πίστη στη νίκη¹⁶⁸ και να πετύχει την αποφυγή εναντίωση τους στη συνέχιση του πολέμου. Με αυτό προσπαθεί ταυτόχρονα να εξαλείψει μία από τις αδυναμίες των Αθηναίων, την απρόβλεπτη λήψη απόφασης¹⁶⁹ εξαιτίας του πολιτεύματος τους. Ως προς το εξωτερικό

¹⁶³ Γ. Γεωργιάδης, *Η Προπαγάνδα*, ό.π., σ. 19.

¹⁶⁴ Α. Πλατιάς, *Διεθνείς Σχέσεις και Στρατηγική στον Θουκυδίδη*, ό.π., σ. 113.

¹⁶⁵ Ι. Μπάρμπας, *Θουκυδίδης: Περικλέους Επιτάφιος*, Αθήνα, Εκδόσεις Ζήτηρος, 2002, σ. 202.

¹⁶⁶ Στο ίδιο, σ. 182.

¹⁶⁷ Στο ίδιο, σ. 202.

¹⁶⁸ Στο ίδιο, σ. 249.

¹⁶⁹ Η απρόβλεπτη λήψη απόφασης κατατάσσεται ως μία από τις αδυναμίες της Αθήνας κατά τη σύγκριση των πλεονεκτημάτων και αδυναμιών των δύο αντιπάλων, Αθήνας και Σπάρτης. Βλέπε Α. Πλατιάς, *Διεθνείς Σχέσεις και Στρατηγική στον Θουκυδίδη*, ό.π., σ. 116.

ακροατήριο - στόχο¹⁷⁰ επιδιώκει να αποφύγει αποστασίες ή τη στροφή ουδέτερων πόλεων, μέχρι εκείνη τη στιγμή, προς τους Σπαρτιάτες.

Τέλος πέμπτη στόχευση αποτελεί η αντιμετώπιση της προπαγάνδας εκ μέρους της Σπάρτης, που διακήρυττε ότι ενεργεί ως απελευθερωτής των Ελλήνων, όπως αναφέρθηκε παραπάνω. Με τον τρόπο αυτό ο Περικλής διεξήγαγε ψυχολογικές επιχειρήσεις αντιπροπαγάνδας αποσκοπώντας στην αποφυγή επικράτησης του υπόψη ψυχολογικού θέματος εκ μέρους της Σπάρτης¹⁷¹.

2.5.1.1. Η Εκμετάλλευση των Ανθρώπινων Κινήτρων για την Επίτευξη Ψυχολογικού Επηρεασμού μέσα από τον Επιτάφιο του Περικλή.

Η προσπάθεια τροποποίησης της συμπεριφοράς, που αποτελεί πρακτικά και τον αυτοσκοπό των ψυχολογικών επιχειρήσεων, εστιάζει στη χρήση των κινήτρων που ωθούν τα άτομα σε συμπεριφορές επιθυμητές από τους σχεδιαστές των υπόψη επιχειρήσεων. Ο Γεώργιος Γεωργαλάς αναφέρει ότι οι επιστήμονες της ψυχολογίας μελετώντας τα κίνητρα της ανθρώπινης δράσεως, προκειμένου να χρησιμοποιηθούν στο πλαίσιο εφαρμογής της προπαγάνδας, εστιάζουν στα εξής κίνητρα: στο πολεμικό¹⁷², των αναγκών¹⁷³, της χαράς¹⁷⁴ και της στοργής¹⁷⁵.

¹⁷⁰ Η στόχευση σε εξωτερικό ακροατήριο στόχο παρουσιάζεται από την αναφορά του σε πολυάριθμη συνάθροιση «πολιτών και ξένων» βλέπε Θουκυδίδου Ιστορία, ό.π., Β-35, αλλά και στο ότι αναφέρεται σε ανοιχτές πύλες της πόλης των Αθηνών, βλέπε Θουκυδίδου Ιστορία, ό.π., Β-39.

¹⁷¹ Γίνεται αναφορά στο θεσμό τη ξενηλασίας που υπήρχε στη Σπάρτη σε αντίθεση με τα προαναφερθέντα για ανοικτές πύλες στην Αθήνα, βλέπε Θουκυδίδου Ιστορία, ό.π., Β-39.

¹⁷² Αποτελεί προέκταση του ένστικτου της αυτοσυντηρήσεως, ένστικτο της μάχης και μία ροπή προς αγώνα. Βλέπε Γ. Γεωργαλάς, *Η Προπαγάνδα*, ό.π., σ.48.

¹⁷³ Για να συντηρηθεί, ο άνθρωπος, πρέπει να ικανοποιήσει τις ανάγκες του. Να τραφεί, να ντυθεί, να στεγαστεί. Αυτό το κίνητρο, σπρώχνει τον άνθρωπο να αναπτύξει όλη την απαραίτητη για την ικανοποίηση των αναγκών του δραστηριότητα. Κινούμενος από τις ανάγκες του εργάζεται, παράγει, εμπορεύεται. Βλέπε Γ. Γεωργαλάς, *Η Προπαγάνδα*, ό.π., σ.51.

¹⁷⁴ Έμφυτη τάση όλων των ανθρώπων να επιδιώκουν να βρουν τη χαρά, τη ψυχαγωγία, την ικανοποίηση αισθήσεων ή πνεύματος, την ηδονή. Εδώ κατατάσσονται εκδηλώσεις όπως ο έρωας, το σεξουαλικό ένστικτο, οι καλές τέχνες, η μόδα, ο τουρισμός, οι εορτές κλπ. Βλέπε Γ. Γεωργαλάς, *Η Προπαγάνδα*, ό.π., σ.51.

¹⁷⁵ Τάση του ανθρώπου να εκφράσει αγάπη προς τους συνανθρώπους του. Όλες οι ανιδιοτελείς πράξεις είναι εκδηλώσεις αυτού του κινήτρου. Το μητρικό φίλτρο, η στοργή, η φιλία, ο ανθρωπισμός κλπ. Βλέπε Γ. Γεωργαλάς, *Η Προπαγάνδα*, ό.π., σ.48.

Ανατρέχοντας στο κείμενο του Επιτάφιου μπορούμε να διαπιστώσουμε μια πλήρη εκμετάλλευση αυτών των κινήτρων, μέσα από τα λόγια του Περικλή, προκειμένου να επιτευχθούν οι προαναφερθείσες στοχεύσεις.

Το μεγαλύτερο μέρος του λόγου του Περικλή εστιάζει στο πολεμικό κίνητρο. Γίνεται διαδοχικά αναφορά στην τιμή, το καθήκον, τον ηρωισμό, τη δόξα και τη γενναιότητα των πεσόντων. Μερικές από τις χαρακτηριστικές αναφορές σε αυτό είναι «οι οποίοι δι' έργων εδείχθησαν γενναίοι...¹⁷⁶», συνεχίζοντας παρακάτω «... δεν υποχωρούν εν τούτοις απέναντι των κινδύνων¹⁷⁷», ενώ σε άλλο σημείο προσθέτει «διότι τα ανδραγαθήματα αυτών και των ομοίων των προσέδωσαν νέαν λάμψιν εις την δόξα της πόλεως, την οποία ύμνησα, και ολίγοι υπάρχουν Έλληνες, των οποίων η φήμη θα ημπορούσε να δειχθεί εξ ίσου ισόρροπος προς τα έργα, όσον των προκειμένων νεκρών¹⁷⁸». Έτσι μέσα από την επίκληση του πολεμικού κινήτρου επιδιώκει να σπρώξει τη «μάζα» των Αθηναίων στον αγώνα. Έναν αγώνα που εξυπηρετεί την επίτευξη των στρατηγικών επιδιώξεων του.

Η μνεία του στην προπαρασκευή της πόλης «..και την πόλιν παρεσκευάσαμεν καθ' όλα αυταρκεστάτην και δια τον πόλεμον και δια την ειρήνην¹⁷⁹», σε συνδυασμό με το κλείσιμο της ομιλίας όπου αναφέρεται στη μέριμνα για τα τέκνα των πεσόντων «.. η πόλις αναλαμβάνει από τούδε να διαθρέψει δημοσία δαπάνη τα τέκνα των, μέχρις ότου ενηλικιωθούν, ορίζουσα τιουτοτρόπως ως βραβείον των τοιούτων αγώνων¹⁸⁰...» ουσιαστικά στοχεύει το κίνητρο των αναγκών του ακροατηρίου - στόχου του. Με τις υπόψη αναφορές επιδιώκει να ανατρέψει οποιεσδήποτε ανησυχίες είχαν δημιουργηθεί είτε για την προπαρασκευή προς πόλεμο της πόλης, είτε για την τύχη των τέκνων αυτών που έπεσαν, αλλά κυρίως αυτών που είναι να εμπλακούν στις επόμενες πολεμικές επιχειρήσεις και πιθανότατα ανησυχούν για τη διαβίωση των οικείων τους, σε περίπτωση θανάτου τους, γεγονός που μπορεί να μειώσει το ηθικό τους αλλά και τη μαχητική τους διάθεση.

¹⁷⁶ Θουκυδίδου Ιστορία, ό.π., Β-35.

¹⁷⁷ Στο ίδιο, σ. Β-40.

¹⁷⁸ Στο ίδιο, σ. Β-42.

¹⁷⁹ Στο ίδιο, σ. Β-36.

¹⁸⁰ Στο ίδιο, σ. Β-46.

Όμως ουσιαστικά με την αναφορά του στα τέκνα επιτυγχάνει διττή εκμετάλλευση καθόσον στοχεύει και σε ένα άλλο κίνητρο που αναφέραμε, αυτό της στοργής. Έτσι στοχεύει όσους θα μπορούσαν να δράσουν αντίθετα στην στρατηγική του προσέγγιση όχι για την εξυπηρέτηση του εαυτού τους, αλλά προς εξασφάλιση των οικείων τους

Τέλος το κίνητρο της χαράς είναι ένα θέμα το οποίο δύσκολα θα μπορούσαμε να περιμένουμε να χρησιμοποιηθεί σε ένα επιτάφιο λόγο. Όμως η ρητορική ικανότητα του Περικλή καταφέρνει να το εκμεταλλευτεί ακόμα και σε αυτή την περίπτωση. Δεν προσπαθεί να κάνει το ακροατήριο - στόχο του να αισθανθεί χαρούμενο, αλλά τονίζει ότι πρέπει να είναι ευτυχισμένο αναφέροντας «..ότι θεμέλιον της ευτυχίας είναι η ελευθερία¹⁸¹,...», ενώ προσθέτει «..η αγάπη των τιμών δεν γηράσκει ποτέ¹⁸²..» ωθώντας στο ότι ο πόνος της απώλειας απαλύνεται από τη δόξα.

2.6. ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Στο παρόν κεφάλαιο έγινε μια αναζήτηση της εφαρμογής ψυχολογικών επιχειρήσεων με αφετηρία την Ιλιάδα και συνεχίζοντας την πορεία αναζήτησης τους μέσα από τον Ηρόδοτο κατέληξε στο έργο του Θουκυδίδη για τον Πελοποννησιακό Πόλεμο. Απότοκο αυτής της πορείας είναι αφενός τη θεμελίωση της διαχρονικότητας χρήσης των ψυχολογικών επιχειρήσεων, αφετέρου η ιστορική τεκμηρίωση της εφαρμογής τους είτε σε επίπεδο υψηλής στρατηγικής είτε σε επίπεδο στρατιωτικής στρατηγικής.

Παρουσιάστηκε ότι η προπαγάνδα, με τις πολεμικές παραινέσεις, προσδίδει έμπνευση και ατσαλώνει την ηθική υπόσταση του μαχητή, ενώ ταυτόχρονα, μέσα από τις λεκτικές προκλήσεις επιδιώκει τη μείωση του ηθικού του αντιπάλου. Επιπλέον αναδεικνύεται, μέσα από τις ενέργειες του Θεμιστοκλή ή του Λεωτυχίδη, ως το κυρίαρχο μέσο για την υπονόμηση της συνοχής του αντιπάλου, φθάνοντας ορισμένες φορές σε σημείο καταλυτικής ανατροπής της μαχητικής του ισχύος.

Ταυτόχρονα εισάγεται η προπαγάνδα ως ένα από τα κυρίαρχα υποστηρικτικά στοιχεία για την επίτευξη παραπλάνησης και εξαπάτησης τόσο σε επίπεδο στρατιωτικής

¹⁸¹ Στο ίδιο, σ. Β-43.

¹⁸² Στο ίδιο, σ. Β-44.

στρατηγικής, μέσα από το παράδειγμα του Δούρειου Ίππου ή τις ενέργειες του Θεμιστοκλή στη Σαλαμίνα, όσο σε επίπεδο υψηλής στρατηγικής, όπως μας έδειξε ο σπαρτιάτης Βρασίδης. Αντίστοιχα παρουσιάζεται η δυνατότητα χρήσης της, προκειμένου να υποστηρίξει σε επίπεδο υψηλής στρατηγικής την επίτευξη εσωτερικής, αλλά και διεθνούς νομιμοποίησης της χρήσης σκληρής ισχύος για την επίτευξη των πολιτικών στοχεύσεων, όπως επιδεικνύεται μέσα από το μεγαλειώδες κείμενο του Επιτάφιου του Περικλή.

Η χρήση αρχέγονων προκηρύξεων, από το Θεμιστοκλή, αλλά και η διεξαγωγή μαύρης προπαγάνδας στο πλαίσιο διεξαγωγής καλυμμένων επιχειρήσεων, τόσο από το Θεμιστοκλή όσο από τον Ερμοκράτη, θεμελιώνουν περίτρανα όχι μόνο τη διαχρονικότητα των ψυχολογικών επιχειρήσεων, αλλά ότι αυτές, ενηλικιώθηκαν στην Αρχαία Ελλάδα και πλέον διεξάγονται με αυξανόμενη πολυπλοκότητα, όπως αναφέρει και ο Philip Taylor¹⁸³.

Συγκεφαλαιώνοντας, επιβεβαιώνεται η διαχρονικότητα των ψυχολογικών επιχειρήσεων μέσα από την ανάδειξη του ότι οι αρχαίοι Έλληνες είχαν αντίληψη της χρήσης των ψυχολογικών επιχειρήσεων για τον επηρεασμό τόσο της πληροφορίας για την επίτευξη πλάνης του λήπτη απόφασης, όσο και των ηθικών μεγεθών, στοιχείων που συγκαταλέγονται στα σημαντικότερα κατά την πολεμική προσπάθεια, όπως αναφέρει ο Clausewitz¹⁸⁴. Μέσα από την εφαρμογή τους επιδίωξαν είτε την εκπλήρωση των στοχεύσεων τους σε επίπεδο υψηλής στρατηγικής, είτε την ανατροπή των συσχετισμών ισχύος σε επίπεδο στρατιωτικής στρατηγικής. Είναι γεγονός ότι εφαρμογή τους στην αρχαία πολεμική τέχνη και στρατηγική αποτέλεσε στη συνέχεια αναπόσπαστο μέρος του *modus operandi* των Ελλήνων για σειρά αιώνων.

Έτσι καταρρίπτονται οι ανεργάτιστες λογικές ότι οι ψυχολογικές επιχειρήσεις αποτελούν ένα σύγχρονο φαινόμενο επίτευξης στοχεύσεων σε στρατηγικό επίπεδο. Υπερβατικά αναφερόμενοι στη διαχρονικότητα και την αξία τους μπορούμε να πούμε ότι ουσιαστικά επιβεβαιώνεται η ρήση του Παναγιώτη Κονδύλη ότι «Από το μακρινό ή

¹⁸³ P. M. Taylor, *Munitions of the mind: A history of propaganda from the ancient world to the present day*, ό.π., σ. 34.

¹⁸⁴ Για την πληροφορία στον πόλεμο βλέπε K. V. Clausewitz, *Περί του Πολέμου*, ό.π., σ.106. Για τα ηθικά μεγέθη βλέπε K. V. Clausewitz, *Περί του Πολέμου*, ό.π., σ. 213.

πρόσφατο παρελθόν επιζεί οτιδήποτε διατηρεί μια έστω και μικρή, αλλά αναντικατάστατη λειτουργία¹⁸⁵».

¹⁸⁵ Π. Κονδύλης, *Θεωρία του Πολέμου*, ό.π., σ. 362.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΓΙΓΑΝΤΩΣΗ ΤΩΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ: ΑΠΟ ΤΟ Β΄ΠΠ ΣΤΟ ΒΙΕΤΝΑΜ

3.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ένα ερώτημα που τέθηκε στο πρώτο κεφάλαιο είναι το κατά πόσο οι ψυχολογικές επιχειρήσεις μπορούν να δράσουν αποτελεσματικά από μόνες, προκειμένου να επιτευχθούν οι στοχεύσεις των σχεδιαστών τους. Έτσι στο παρόν κεφάλαιο επιδιώκοντας να δώσουμε απάντηση στο υπόψη ερώτημα, θα εξετάσουμε τη διεξαγωγή ψυχολογικών επιχειρήσεων κατά τη χρονική περίοδο δύο από τις σημαντικότερες συγκρούσεις του 20^{ου} αιώνα, το Β΄ΠΠ και τον πόλεμο του Βιετνάμ. Μέσα από την επιλογή των υπόψη περιόδων επιδιώκεται αφενός η αναζήτηση απάντησης στο υπόψη ερώτημα, στις δύο προαναφερθείσες συγκρούσεις οι οποίες βρήκαν εξελίξεις στην πολεμική τεχνολογία, αφετέρου να εξετάσουμε εφαρμογές των ψυχολογικών επιχειρήσεων για την εκπλήρωση στρατηγικών στοχεύσεων στον 20^ο αιώνα, τον πιο πολεμικό αιώνα, όπως τον χαρακτηρίζει ο John Keegan¹⁸⁶. Τέλος αθροιστικά με τα προηγούμενα, συνεπικουρώντας στο πλαίσιο του γενικού σκοπού της υπόψη εργασίας, να καταδείξουμε την εφαρμογή των ψυχολογικών επιχειρήσεων σε επίπεδο υψηλής και στρατιωτικής στρατηγικής, επισημαίνοντας τη διαχρονικότητα τους μέσα από το γεγονός ότι από το *modus operandi* των αρχαίων Ελλήνων στη χρήση τους, πλέον έχουμε περάσει σε μια πάγια κουλτούρα εφαρμογής τους.

Τη μεγάλη σημασία που θα δινόταν στις ψυχολογικές επιχειρήσεις κατά το Β΄ΠΠ προέβλεψε ο Edward Carr, αναφέροντας χαρακτηριστικά «Ο πιο εμφανής λόγος για την αυξανόμενη σημασία που προσδίδεται στην ισχύ της πειθούς τον τελευταίο καιρό είναι η διεύρυνση της βάσης της πολιτικής, η οποία αύξησε πάρα πολύ τον αριθμό εκείνων που η γνώμη τους είναι πολιτικά σημαντική¹⁸⁷». Στην παραπάνω σκέψη εξηγείται γιατί οι ψυχολογικές επιχειρήσεις, με κατά βάση κύριο εκφραστή τους την προπαγάνδα, έτυχαν ιδιαίτερης προσοχής τόσο κατά τη διάρκεια της προετοιμασίας των κρατών, όσο και κατά τη σύγκρουσης του Β΄ΠΠ. Δεν πρέπει να παραβλέπεται στο πλαίσιο της εσωτερικής πολιτικής σκηνής ότι η έλευση απολυταρχικών καθεστώτων στην Ευρώπη υποστηρίχθηκε

¹⁸⁶ J. Keegan, *Η Ιστορία του Πολέμου*, μτφ Λ. Χαραλαμπίδης, Αθήνα, Εκδόσεις Λιβάνης, 1997.

¹⁸⁷ E. H. Carr, *Η Εικοσαετής Κρίση: 1919-1939 Εισαγωγή στη μελέτη των διεθνών σχέσεων*, ό.π., σ. 180.

με εκτεταμένες ψυχολογικές επιχειρήσεις, προκειμένου να επιτευχθεί η εσωτερική νομιμοποίηση αυτής καθ' αυτής της ύπαρξης των υπόψη καθεστώτων, αλλά και των στοχεύσεων των ηγετών τους σε διεθνές επίπεδο.

Ο Γεώργιος Γεωργαλάς υποστηρίζοντας την ιδέα της υπέρμετρης ανάπτυξης της προπαγάνδας κατά τον 20^ο αιώνα αναφέρει χαρακτηριστικά ότι, η πολιτική προπαγάνδα έγινε πραγματική επιστήμη κατά τη διάρκεια του 20^{ου} αιώνα, καθόσον έσπασαν τα στενά πλαίσια της ζωής, έγινε καταπληκτική ανάπτυξη των μέσων επικοινωνίας, δόθηκε σημασία στην κοινή γνώμη μέσα από την ψήφο και τέλος σημειώθηκε μεγάλη πρόοδος στις επιστήμες που μελετούν τον άνθρωπο¹⁸⁸.

Φυσικά θα ήταν άτοπο να παραβλέπεται η ώθηση που υπήρξε στις ψυχολογικές επιχειρήσεις, η οποία προήλθε από την εμπλοκή σε στρατιωτικές συγκρούσεις, σε πλανητική κλίμακα, όλων των μεγάλων δυνάμεων της εποχής. Εμπλοκή που κατέληξε με την εκατέρωθεν στόχευση επί της απόλυτης τελικής επικράτησης επί του αντιπάλου, ουσιαστικά μιας σύγκρουσης μέχρι εσχάτων.

Ως προς την ενασχόληση μας με τον πόλεμο του Βιετνάμ, ενδιαφέρουσα είναι η αναφορά «Ελάχιστοι θα αρνηθούν ότι οι Ηνωμένες Πολιτείες ήταν πολύ πιο ισχυρό κράτος από το Βόρειο Βιετνάμ, όμως το ασθενέστερο κράτος μπόρεσε να νικήσει το ισχυρότερο κατά τον πόλεμο του Βιετνάμ, επειδή μη υλικοί παράγοντες επισκίασαν την ισορροπία ισχύος¹⁸⁹». Η αναφορά αυτή του John J. Mearsheimer είναι χαρακτηριστική και ουσιαστικά παραπέμπει σε ηθικούς παράγοντες που έπαιξαν ρόλο στην υπόψη σύγκρουση. Ίσως κυρίαρχο στοιχείο ήταν η θέληση για την επικράτηση επί του αντιπάλου, κάτι που αποτελεί όπως είδαμε και στα προηγούμενα κεφάλαια το πεδίο δράσης των ψυχολογικών επιχειρήσεων.

Το παραπάνω είναι άρρηκτα συνδεδεμένο και συναφές αν δεχθούμε ως δεδομένο την άποψη από το εγχειρίδιο της CIA που αφορά την εφαρμογή ψυχολογικών επιχειρήσεως κατά τον επαναστατικό πόλεμο και αναφέρει ότι, αυτός αποτελεί κατεξοχήν ένα πολιτικό πόλεμο, προσθέτοντας ότι αυτή η αντίληψη καθιστά τις ψυχολογικές

¹⁸⁸ Γ. Γεωργαλάς, *Η Προπαγάνδα*, ό.π., σ. 26.

¹⁸⁹ J. J. Mearsheimer, *Η Τραγωδία των Μεγάλων Δυνάμεων*, μτφ Κ. Κολιόπουλος, επ. επιμ Π. Ηφαιστος, Η. Κουσκουβέλης, Αθήνα, Εκδόσεις Ποιότητα, 2011, σ.138.

επιχειρήσεις αποφασιστικό παράγοντα στην επίτευξη αποτελεσμάτων¹⁹⁰. Αναπόδραστα λοιπόν πρέπει να αναζητήσουμε στοιχεία εφαρμογής ψυχολογικών επιχειρήσεων κατά τον πόλεμο του Βιετνάμ, το κυρίαρχο πεδίο διεξαγωγής αντεπαναστατικών επιχειρήσεων κατά τον 20^ο αιώνα¹⁹¹. Ένας επιπλέον λόγος που κάνει ενδιαφέρουσα την υπόψη σύγκρουση είναι ότι δεν πρέπει να παραβλέπεται, ότι στην αυγή της τρίτης χιλιετίας το φαινόμενο αντεπαναστατικών επιχειρήσεων εντός κρατικών οντοτήτων, αλλά και συναφών επιχειρήσεων άλλων κρατών ή συνασπισμών αυτών ενάντια σε μη κρατικόμορφες οντότητες έχει γνωρίσει έξαρση. Με γνώμονα αυτό η εξέταση των ψυχολογικών επιχειρήσεων κατά την υπόψη σύγκρουση μπορεί να προσδώσει χρήσιμα συμπεράσματα για το σήμερα, αλλά κυρίως για το αύριο.

Σημαντικό είναι ότι ο πόλεμος αυτός ανέδειξε τη χρήση των ψυχολογικών επιχειρήσεων σε όλες τους τις διαστάσεις και μορφές. Αν λαμβάναμε τον αριθμό των προκηρύξεων, σε συνάρτηση με το μέγεθος του αντιπάλου, ως το μέτρο που καταδεικνύει την ένταση διεξαγωγής ψυχολογικών επιχειρήσεων, τότε τα 50 δις προκηρύξεις που ρίφθηκαν ή μοιράστηκαν κατά τη διάρκεια αυτού του πολέμου, τον καθιστούν ως το πιο εντατικοποιημένο πεδίο ψυχολογικών επιχειρήσεων στο ρου της ιστορίας¹⁹².

3.2. Β΄ΠΠ, Η ΓΙΓΑΝΤΩΣΗ ΤΩΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΝΟΣ ΟΛΟΚΛΗΡΩΤΙΚΟΥ ΠΟΛΕΜΟΥ

Στο πλαίσιο εξέτασης της εφαρμογής των ψυχολογικών επιχειρήσεων στο κατώφλι και κατά τη διάρκεια του Β΄ΠΠ θα παρουσιαστούν αφενός η χρήση ψυχολογικών επιχειρήσεων για την επίτευξη της εσωτερικής νομιμοποίησης για την υποστήριξη της κοινής γνώμης στις εκάστοτε στοχεύσεις της υψηλής στρατηγικής, αφετέρου η εφαρμογή τους σε επίπεδο υψηλή και στρατιωτικής στρατηγικής κατά τη διάρκεια της σύγκρουσης.

¹⁹⁰ Tayac, *Psychological Operations in Guerrilla Warfare*, 1995, <http://fas.org/irp/cia/guerilla.htm>, πρόσβαση 7 Νοεμβρίου 2015.

¹⁹¹ Στην σημασία της προπαγάνδας κατά τον επαναστατικό πόλεμο δίνει εξαιρετική σημασία και ο Μάο τσε Τουνγκ, ο οποίος αναφέρει χαρακτηριστικά «Ο Κόκκινος Στρατός δεν πολεμάει μόνο για να νικήσει, αλλά και για να ασκήσει προπαγάνδα στις μάζες». Βλέπε Τ. Σάι; Τ. Κόλλιερ, *Οι Δημιουργοί της Σύγχρονης Στρατηγικής: Από το Μακκιαβέλι στην Πυρηνική Εποχή*, Επιμέλεια Ρ. Paret, Επιστ. Επιμέλεια Θ. Ντόκος, Αθήνα, Εκδόσεις Τουρίκης, 2004, σ. 995. Επιπλέον για το Μάο Τσε Τουνγκ βλέπε U.S. Marine Corps, *FMFRP 12-18 Mao Tse-tung on Guerrilla Warfare*, Washington, 1989.

¹⁹² M. Roberts, *United States Psychological Operations in Support of Counter insurgency: Vietnam 1960 to 1965*, 2010, <http://www.vietnamconf.org/papers/Mervyn%20Roberts%20Paper.pdf>, πρόσβαση 4 Νοεμβρίου 2015, σελ. 2.

3.2.1. Το Κατώφλι του Β'ΠΠ και η Κακόσημη Προπαγάνδα

Στους περισσότερους ανθρώπους η λέξη προπαγάνδα και η ταυτόσημη κακοσημία της φέρουν συνειρμικά στο νου τις μορφές του Hitler και του Goebbels¹⁹³. Αυτό έγκειται κατά κύριο λόγο στο ότι με την άνοδο του στη εξουσία, ο Hitler δημιούργησε το υπουργείο «Διαφώτισης και Προπαγάνδας», αναθέτοντας το στον Goebbels. Το γεγονός που ίσως αποτελεί τη μοναδική περίπτωση αναφοράς τέτοιας αποστολής στο όνομα κρατικού οργανισμού¹⁹⁴. Αυτό ουσιαστικά είχε διττή αποστολή, αφενός προπαγάνδα για την επίτευξη εσωτερικής νομιμοποίησης αφετέρου τη διεξαγωγή ψυχολογικών επιχειρήσεων που θα υποστήριζαν την υψηλή στρατηγική του σε διεθνές επίπεδο.

Σύμφωνα με τον Παναγιώτη Θεοδωρακόπουλο ο άξονας της χιτλερογκεμπελικής προπαγάνδας στο εσωτερικό ήταν¹⁹⁵:

- Εκμετάλλευση της ψυχικής διάθεσης του γερμανικού λαού μετά από την ήττα του Α'ΠΠ, ο οποίος διακατεχόταν από πικρία και ταπείνωση, τα οποία συνδυάζονταν με την οικονομική δυσπραγία που είχε πλήξει τη Γερμανία (εικόνα 3). Σε αυτό προσέθεταν τη θεωρία για την ανωτερότητα των γερμανών.
- Δημιουργία ενός αποδιοπομπαίου τράγου, του «κακού» που ήταν υπεύθυνο για όλα τα δεινά, των Εβραίων.
- Η περιγραφή του «καλού» που θα έφερνε τη λύτρωση από το «κακό» και θα ανέτρεπε την τρέχουσα δυσμενή κατάσταση, ενώ παράλληλα θα αναστύλωνε τη Γερμανία

¹⁹³ Π. Θεοδωρακόπουλος, *Προπαγάνδα η Ένδοξη*, ό.π., σ. 104.

¹⁹⁴ Θα ήταν άδικο ως προς την ιστορία να μείνει η εντύπωση ότι υπηρεσίες που ασχολούνταν με την προπαγάνδα είχαν μόνο οι γερμανοί. Οι Σοβιετικοί είχαν την Αγκιτ – Πρόπ (από τα αρχικά των λέξεων αγκιτάτσια και προπαγάνδα, που υπαγόταν στο πολιτικό γραφείο της κεντρικής επιτροπής. Οι βρετανοί είχαν το βρετανικό συμβούλιο για τις πολιτιστικές σχέσεις στο εξωτερικό, που υπαγόταν στο βρετανικό ΥΠΕΞ, και το βρετανικό συμβούλιο μεταδόσεων. Οι ΗΠΑ είχαν την Συντονιστική Εσωαμερικανικών Υποθέσεων και στη συνέχεια τη Συντονιστική Πληροφοριών. Φυσικά δεν πρέπει να παραβλέπονται μη κρατικοί φορείς που διαμόρφωναν την κοινή όπως ήταν το Hollywood. Επιπλέον υπήρχαν σχεδόν σε όλες τις χώρες αντίστοιχες κρατικές υπηρεσίες τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Βλέπε Ι. Κωτούλας, *Η Προπαγάνδα κατά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο: Τα Ιδεολογικά Όπλα των Αντιπάλων*, Αθήνα, Εκδόσεις Περισκόπιο, 2006.

¹⁹⁵ Στο ίδιο, σ. 105. Αντίστοιχη άποψη παρουσιάζεται και από το Ν. Α. Καλογερόπουλο. Βλέπε στο Ν. Α. Καλογερόπουλος, *Η Προπαγάνδα Μέσον Βιασμού των Λαών: Η Φιλοσοφία της Προπαγάνδας*, ό.π., σ. 137.

στη θέση που της άρμοζε, σύμφωνα με την «δεδομένη» φυλετική ανωτερότητα της. Το «καλό» είχε πρόσωπο και όνομα, Χίτλερ.

Ο Χίτλερ θεωρούσε την προπαγάνδα των συμμάχων ως ένα από τους βασικούς λόγους της ήττας της Γερμανίας στον Α΄ΠΠ¹⁹⁶, ενώ πίστευε ότι η αντίστοιχη γερμανική ήταν αφελής¹⁹⁷. Καταλήγοντας στο συμπέρασμα ότι η προπαγάνδα αποτελούσε το «τρομερότερο όπλο στα χέρια εκείνου που ξέρει να το μεταχειρίζεται¹⁹⁸», αποφάσισε να τη χρησιμοποιήσει.

Έτσι στο πεδίο ψυχολογικών επιχειρήσεων που λεγόταν Γερμανία του μεσοπολέμου, όπου συγκρούονταν η κομμουνιστική και η ναζιστική προπαγάνδα, ο Hitler με συνοδοιπόρο του το Goebbels, κατάφερε να βυθίσει τις ρίζες της προπαγάνδας στις πιο σκοτεινές ζώνες του συλλογικού ανθρώπινου υποσυνείδητου, δηλαδή την αγνότητα της φυλής, το ένστικτο της μάχης, το ένστικτο της εξουσίας και το ορμέφυτο της καταστροφής. Μέσα από αυτά αναδείχθηκε ο απόλυτος κυρίαρχος στη συνείδηση του λαού του¹⁹⁹. Με αυτό τον τρόπο πέτυχε την εσωτερική νομιμοποίηση της υψηλής στρατηγικής του και πλέον ο δρόμος ήταν ανοιχτός για να την εξωτερικεύσει.

3.2.2. Οι Γερμανικές Ψυχολογικές Επιχειρήσεις στην Κατεχόμενη Ελλάδα

Αν θέλαμε να εξετάσουμε μια άλλη διάσταση εφαρμογής ψυχολογικών επιχειρήσεων σε επίπεδο υψηλής στρατηγικής θα μπορούσαμε να εξετάσουμε την περίπτωση εφαρμογής τους από τους Γερμανούς προκειμένου να συνδράμουν τη στρατηγική τους στην επίτευξη στοχεύσεων που αποσκοπούσαν στη διατήρηση των ήδη κατεχόμενων κρατών. Αυτό εξυπηρετούσε, τόσο στην εφαρμογή της αυτοβοήθειας καθώςον χρησιμοποιούσαν προσωπικό και πόρους των κατεχόμενων κρατών για να διατηρήσουν ή και να επαυξήσουν την ισχύ τους, όσο τη στρατιωτική στρατηγική καθώςον αποδέσμευε στρατιωτικές δυνάμεις που μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν σε άλλα μέτωπα και δεν θα τις δέσμευε σε φθοροποιείς κατασταλτικές επιχειρήσεις. Μην ξεχνάμε ότι αυτού του είδους οι επιχειρήσεις, θα μπορούσαμε να πούμε υπερβατικά, ότι έχουν

¹⁹⁶ Στο ίδιο, σ. 104.

¹⁹⁷ E. H. Carr, *Η Εικοσαετής Κρίση: 1919-1939 Εισαγωγή στη μελέτη των διεθνών σχέσεων*, ό.π., σ. 193.

¹⁹⁸ Γ. Γεωργαλάς, *Η Προπαγάνδα*, ό.π., σ. 32.

¹⁹⁹ Στο ίδιο, σ. 32.

καταπιεί ολόκληρες αυτοκρατορίες. Μία ενδιαφέρουσα λοιπόν περίπτωση αυτού, που μπορούμε να εξετάσουμε αυτού είναι η εφαρμογή προπαγάνδας στην Ελλάδα του Β'ΠΠ.

Σύμφωνα με τον Παναγιώτη Δημητράκη στο κατώφλι του πολέμου, η γερμανική προπαγάνδα παρόλο που είχε ξοδέψει μεγάλα ποσά δεν είχε αποτελέσματα στην Ελλάδα. Ως εκτίμηση για την αποτυχία αυτή ήταν ότι οι Έλληνες δεν διακατέχονταν από πειθαρχημένη νοοτροπία, με αποτέλεσμα η προπαγάνδα να μην έχει τα επιθυμητά αποτελέσματα, αλλά αντίθετα. Χαρακτηριστική η αναφορά του Γερμανού πρέσβη στην Ελλάδα το 1934:

«Ο Έλληνας το θεωρεί σαν προσωπική προσβολή, όταν τρίτοι επιχειρούν να του επιβάλουν μια γνώμη. Δυσπιστεί αμέσως για κάθε τι που μοιάζει προπαγάνδα. Θέλει να διαμορφώσει γνώμη μόνος του. Για τον λόγο αυτό, έχει κανείς καλύτερα αποτελέσματα όταν αναφέρεται σε πραγματικά και συγκεκριμένα γεγονότα που παρουσιάζονται με διαλλακτικό και αξιοπρεπές τρόπο²⁰⁰».

Με την εισβολή τους οι πρώτες επιχειρήσεις είχαν ως αντικειμενικό σκοπό να επιτευχθεί η υποχώρηση ή παράδοση των ελληνικών δυνάμεων, ενώ στην συνέχεια πραγματοποιήθηκαν αντίστοιχες επιχειρήσεις εναντίων του πληθυσμού. Το κυρίαρχο μήνυμα τους κατά τις επιχειρήσεις αυτές ήταν ότι «η Ελλάδα ήταν θύμα της αγγλικής ψευδολογίας και συνομοσίας». Επιπλέον εστίαζαν, ειδικά στα πρώτα στάδια της κατοχής, στο μήνυμα ότι ήταν «οι απελευθερωτές της Ελλάδας από τους άγγλους»²⁰¹.

Για την επίτευξη αυτών χρησιμοποιούσαν διάφορα μέσα όπως προκηρύξεις, ραδιοφωνικές εκπομπές, καθώς και προσωπικό που διέσπειρε ειδήσεις σε καφενεία και άλλους δημόσιους χώρους. Ειδικά λειτουργούσε ραδιοφωνικός σταθμός στη λογική της μαύρης προπαγάνδας, ο οποίος παρουσιαζόταν ότι είχε δημιουργηθεί από Έλληνες αξιωματικούς, ανήκοντας στη «Λαϊκή Μυστική Οργάνωση της Ελλάδας»²⁰².

²⁰⁰ Π. Δημητράκης, *Οι Γερμανικές Μυστικές Υπηρεσίες στην Ελλάδα του Μεσοπολέμου και της Κατοχής (1937-1945)*, ό.π., σ. 153.

²⁰¹ Π. Δημητράκης, *Οι Γερμανικές Μυστικές Υπηρεσίες στην Ελλάδα του Μεσοπολέμου και της Κατοχής (1937-1945)*, ό.π., σ. 144.

²⁰² Παράδειγμα μηνύματος μαύρης προπαγάνδας του, ήταν η αναφορά ότι οι Άγγλοι «δηλητηρίασαν με βακτήρια τύφου τη λίμνη του Μαραθώνα». Βλέπε Π. Δημητράκης, *Οι Γερμανικές Μυστικές Υπηρεσίες στην Ελλάδα του Μεσοπολέμου και της Κατοχής (1937-1945)*, ό.π., σ. 148.

Στη συνέχεια όμως της κατοχής²⁰³ υπήρξε μεταβολή των ψυχολογικών θεμάτων, με σκοπό να υποστηριχθεί η στόχευση αποστασιοποίησης του πληθυσμού από ενέργειες ενάντια στις κατοχικές δυνάμεις. Στην προπαγάνδα αυτή κύριο θέμα ήταν ο τονισμός των γερμανικών αντιποίνων ενάντια στους συμμετέχοντες ή υποστηρίζοντας αντιστασιακές ενέργειες. Χρησιμοποιούνταν προκηρύξεις αλλά διανέμονταν φωτογραφίες από κατεστραμμένα χωριά ως οπτική απόδειξη των γερμανικών προθέσεων²⁰⁴. Χαρακτηριστικό κείμενο από προκηρύξεις στην Ήπειρο έγραφε:

«Ηπειρωτικέ Λαέ! Τα Γερμανικά στρατεύματα υποχρεώθηκαν να καταστρέψουν τα χωριά σας, διότι βοηθάτε τους αντάρτες. Εις το εξής πρέπει να καλλιεργήσετε αγαθές σχέσεις με τα Γερμανικά στρατεύματα δια την αποκατάστασιν της ησυχίας και της τάξεως, αλλά κυρίως προς το ίδιον ατομικόν σας συμφέρον²⁰⁵».

Εδώ μπορούμε να πούμε ότι ουσιαστικά μιλάμε κατά αντιστοιχία για τη θηριωδία προκειμένου να επιτευχθεί δέος, όπως την είδαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο. Επιπλέον στο επίπεδο αντιμετώπισης ανταρτικών δυνάμεων, σύμφωνα με τον Παναγιώτη Δημητράκη, έγινε προσπάθεια εκτέλεσης προπαγάνδας που αποσκοπούσε στη στρατηγική του διχασμού μεταξύ αυτών των ανταρτικών ομάδων, εκμεταλλεζόμενη τα πολιτικά πάθη τους²⁰⁶. Αυτή η προπαγάνδα της «υποδαύλισης», όπως την ονομάζει ο Αννίβας Βελλιάδης, εντάθηκε στα τελευταία χρόνια της κατοχής προκειμένου να εντείνει τη διαμάχη μεταξύ των ανταρτικών δυνάμεων με διττή στόχευση, είτε να μειώσει την πίεση των ενεργειών τους ενάντια στις γερμανικές δυνάμεις που αποχωρούσαν, είτε για να δημιουργήσει προβλήματα στους άγγλους που θα έρχονταν, αναγκάζοντας τους να δεσμεύσουν σημαντικές δυνάμεις στην Ελλάδα²⁰⁷.

Τέλος αν θέλαμε να αξιολογήσουμε τη γερμανική προπαγάνδα στην Ελλάδα θα μπορούσαμε να πούμε ότι δεν ήταν επιτυχής. Αυτό έγκειται στους εξής λόγους, αφενός

²⁰³ Από τα τέλη του 1943 και κατά το 1944.

²⁰⁴ Π. Δημητράκης, *Οι Γερμανικές Μυστικές Υπηρεσίες στην Ελλάδα του Μεσοπολέμου και της Κατοχής (1937-1945)*, ό.π., σ. 153.

²⁰⁵ Στο ίδιο, σ. 152.

²⁰⁶ Στο ίδιο, σ. 152.

²⁰⁷ Α. Βελλιάδης, *Κατοχή: Γερμανική Πολιτική Διοίκηση στην Κατεχόμενη Ελλάδα 1941-1944*, Αθήνα, Εκδόσεις Ενάλιος, 2008, σ. 194.

υπέφερε από συμπτώματα αλαζονείας που προκαλούσαν την αντίθετη αντίδραση²⁰⁸, αφετέρου οι φυσικές ενέργειες των Γερμανών, διώξεις ή καταστροφές χωριών, δεν συμβάδιζαν με το μήνυμα του «απελευθερωτή από τους άγγλους», δηλαδή είχαμε μια εξαιρετική ασυνέχεια ή καλύτερα αντίθεση των μεταδιδόμενων μηνυμάτων με τις φυσικές ενέργειες τους.

3.2.3. Η Επιτυχία και η Αποτυχία, Επιχειρήσεις Overlord και Nest Egg

Επιδιώκοντας να απαντήσουμε στο ερώτημα κατά πόσο οι ψυχολογικές επιχειρήσεις μπορούν να δράσουν αποκλειστικά μόνες και να επιτύχουν αποφασιστικά αποτελέσματα, αλλά και εφαρμογές τους στη στρατηγική, θα εξεταστεί η άλλη πλευρά του λόφου και θα παρουσιαστούν τρεις επιχειρήσεις των συμμάχων κατά τη διάρκεια του Β΄ΠΠ, η επιχείρηση Overlord που αφορούσε την απόβαση στη Νορμανδία και το άνοιγμα ενός δεύτερου μετώπου στη Δύση από τους συμμάχους, με το παρακλάδι της την επιχείρηση Bodyguard, καθώς και η επιχείρηση Nest Egg που αφορούσε την κατάληψη από τους συμμάχους των νησιών της Μάγχης τα οποία κατέχονταν από τους Γερμανούς. Το εξαιρετικό ενδιαφέρον για τις τρεις αυτές επιχειρήσεις είναι ότι η διεξαγωγή τους ταυτίζεται χωροχρονικά.

3.2.3.1. Επιχείρηση Overlord· η Απόλυτη Συνέργεια

«Παντοδύναμε Θεέ, οι γιοι μας, το καμάρι του έθνους μας, αυτή την ημέρα ανέλαβαν ένα τεράστιο εγχείρημα, έναν αγώνα για τη διατήρηση της δημοκρατίας μας, της θρησκείας και του πολιτισμού μας και για την απελευθέρωση των ανθρώπων που υποφέρουν. Δείξε τους τον ευθύ και αληθινό δρόμο. Χάρισε δύναμη στα όπλα τους, γενναιότητα στις καρδιές τους, σταθερότητα στην πίστη τους. Θα χρειαστούν τις ευλογίες σου. Ο δρόμος τους θα είναι μακρύς και δύσκολος, διότι ο εχθρός είναι δυνατός. Μπορεί να απωθήσεις τις δυνάμεις μας. Η επιτυχία ίσως να μην έλθει αμέσως, όμως θα

²⁰⁸ Χαρακτηριστικό παράδειγμα ήταν όταν τον Αύγουστο του 1940, μετά τον τορπιλισμό της Έλλης, σε γεύμα της γερμανικής διπλωματικής αποστολής γερμανός δημοσιογράφος σχολίασε ότι η Ελλάδα θα υφίστατο ήττα με 3 βόμβες. Το υπόψη σχόλιο προκάλεσε την αντίδραση ελλήνων δημοσιογράφων που ήταν παρόντες και οι οποίοι αποχώρησαν. Βλέπε Π. Δημητράκης, *Οι Γερμανικές Μυστικές Υπηρεσίες στην Ελλάδα του Μεσοπολέμου και της Κατοχής (1937-1945)*, ό.π., σ. 146.

επιστρέφουμε ξανά και ξανά.....²⁰⁹». Το υπόψη απόσπασμα, γνωστό και ως «Προσευχή της ημέρας D» (Εικόνα 1), αποτελεί το διάγγελμα του Προέδρου Ρούσβελτ προς τον αμερικανικό λαό στην έναρξη της επιχείρησης Overlord, δηλαδή της απόβασης των συμμάχων στην Ευρώπη στις 6 Ιουνίου 1945. Το υπόψη κείμενο πέρα από το ότι ανακοινώνει στον πληθυσμό των ΗΠΑ την έναρξη της επιχείρησης, αποτελεί ένα χαρακτηριστικό κείμενο προπαγάνδας, έστω και στις λίγες γραμμές που παραθέσαμε από αυτό.

Σύμφωνα με το Ινστιτούτο ανάλυσης της προπαγάνδας²¹⁰ λέξεις όπως πολιτισμός, χριστιανισμός, δημοκρατία, πατριότητα ή αγώνας, αποτελούν λέξεις που «φέρουν αρετή» και εκφράζουν ιδέες που βαθιά όλοι πιστεύουν. Στο πλαίσιο ανάλυσης της προπαγάνδας αυτές οι λέξεις ονομάζονται «λαμπερές γενικότητες». Θεωρείται ότι οι λέξεις αυτές λαμβάνουν έννοιες στο μυαλό αυτών που δέχονται το μήνυμα σύμφωνα με το πιστεύω τους. Με τη χρήση αυτών των λέξεων ο προπαγανδιστής αποσκοπεί να κάνει τον προπαγανδιζόμενο να αποδεχθεί το μήνυμα χωρίς να εξετάσει σε βάθος την ουσία του στην πράξη²¹¹. Έτσι μέσα από τις λίγες αυτές γραμμές παρουσιάζεται ο τρόπος που η ηγεσία των ΗΠΑ προσπάθησε, πέρα από το να ενημερώσει τους πολίτες για την απόβαση, που ούτως ή άλλως θα γινόταν γνωστή, να πετύχει την εσωτερική νομιμοποίηση στην αμερικανική κοινή γνώμη για τη στρατηγική της επιλογή να εισβάλει στη γερμανοκρατούμενη Ευρώπη. Για το υπόψη κείμενο ενδιαφέρουσα είναι η προσέγγιση του Ιωάννη Κωτούλα που θεωρεί ότι είναι σαφής η ταύτιση των συμμαχικών δυνάμεων με τις δυνάμεις του «καλού» που σπεύδουν να απελευθερώσουν τους καταπιεσμένους λαούς. Οι θεολογικές επιρροές στην αμερικανική πολιτική σκέψη είναι φανερές, ενώ επιδέξια, δεν θεωρείται η νίκη ως βέβαιη καθόσον είναι πιθανό το σενάριο αποτυχίας της ενέργειας²¹².

²⁰⁹The public papers and addresses of Franklin D. Roosevelt. 1944-45 volume, *Victory and the threshold of peace*, University of Michigan Digital Library, 2005 <http://quod.lib.umich.edu/p/ppotpus/4926605.1944.001/230?rgn=full+text;view=image> πρόσβαση 9 Νοεμβρίου 2015.

²¹⁰ Institute for Propaganda Analysis (IPA). Λειτουργήσε από το 1937 έως 1942. Το IPA αφιερώθηκε στο ενημερώσει τους πολίτες για τους τρόπους με τους οποίους θα διέκρινε την προπαγάνδα. Βλέπε Π. Θεοδωρακόπουλος, *Προπαγάνδα η Ένδοξη*, ό.π., σελ. 117.

²¹¹A. Delwiche, *Propaganda: Common techniques- Glittering generalities*, 2011, <http://www.propagandacritic.com/articles/ct.wg.gg.html>, πρόσβαση 9 Νοεμβρίου 2015.

²¹² Ι. Κωτούλας, *Η Προπαγάνδα κατά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο: Τα Ιδεολογικά Όπλα των Αντιπάλων*, ό.π., σ. 69.

Αν θέλαμε να συνδέσουμε το υπόψη κείμενο με τα αναφερθέντα στο προηγούμενο κεφάλαιο, θα λέγαμε ότι προσομοιάζει ή έχει στοιχεία που παρουσιάζονται στο κείμενο του «Επιτάφιου» του Περικλή, ενώ δεν πρέπει να μας διαφεύγει ότι οι ψυχολογικοί αντικειμενικοί σκοποί μπορούμε να πούμε αν όχι ότι ταυτίζονται, τότε κινούνται σε παράλληλους δρόμους.

Άλλη ψυχολογική επιχείρηση, απευθυνόμενη σε ακροατήριο – στόχο το φίλιο κοινό, αντίστοιχη με τους λόγους των πολεμικών παραινέσεων που αναφέραμε στο δεύτερο κεφάλαιο, αποτελεί το γράμμα του Στρατηγού Αϊζενχάουερ προς τα στρατεύματα που θα ενεργούσαν τη “D” ημέρα (Εικόνα 2). Μέσα από αυτό ουσιαστικά επεδίωκε να τους εμψυχώσει και να ατσαλώσει τη θέληση τους ενόψει της εξαιρετικά επικίνδυνης και υψηλού ρίσκου υπόψη επιχείρησης. Η σημασία που δίδεται στο υπόψη εγχείρημα φαίνεται από τον μεγάλο αριθμό αντιτύπων που είχαν παραχθεί πριν από την ημέρα “D” προκειμένου να διανεμηθούν έγκαιρα²¹³.

Έτσι μέσα από τα δύο παραπάνω κείμενα παρουσιάστηκαν χαρακτηριστικές ψυχολογικές επιχειρήσεις που είχαν εφαρμογή τόσο σε επίπεδο υψηλής στρατηγικής, όσο και σε αυτό της στρατιωτικής στρατηγικής, απευθυνόμενες πάντα σε φίλιο κοινό.

Φυσικά οι ψυχολογικές επιχειρήσεις κατά την επιχείρηση Overlord δεν σταματούν σε αυτό και δεν περιορίστηκαν σε φίλια ακροατήρια - στόχους. Χαρακτηριστικό παράδειγμα των μέσων που υποστήριξαν την προπαγάνδα κατά την συγκεκριμένη επιχείρηση ήταν:

- Ένα συνδυασμένο ραδιοφωνικό πρόγραμμα²¹⁴ με ειδήσεις και μουσική για τις γερμανικές δυνάμεις.
- Η καθημερινή εφημερίδα που ριχνόταν, κατά τη διάρκεια της νύκτας, με αεροσκάφη σε ποσότητες από 250.000 έως 750.000 φύλλα.

²¹³ H. Friedman, *D-DAY PSYOP*, <http://www.psywarrior.com/DDAYPSYOP.html>, πρόσβαση 9 Νοεμβρίου 2015.

²¹⁴ Soldatensender Calais and Kurzwellensender Atlantik (Ο σταθμός του στρατιώτη Καλέ και ο σταθμός βραχέων κυμάτων Ατλαντικός).

- Ραδιοφωνικά προγράμματα που αφορούσαν «πληροφορίες» για τις αντιδράσεις εντός των γερμανικών μονάδων και χρησιμοποιούσε τις γερμανικές ραδιοφωνικές συχνότητες.
- Προκηρύξεις και φυλλάδια στη Γερμανία και της κατεχόμενες χώρες. Τα υπόψη γραπτά κείμενα παρουσιάζονταν ότι προέρχονταν από τις γερμανικές υπηρεσίες.

Όπως είναι κατανοητό είτε από τις συχνότητες που χρησιμοποιούνταν, από το όνομα των σταθμών, τη θεματολογία των εκπομπών ή ακόμα και την «υπογραφή» στα φυλλάδια και τις προκηρύξεις, όλα εντάσσονταν σε επιχειρήσεις μαύρης προπαγάνδας οι οποίες αποσκοπούσαν στην υπονόμευση του ηθικού των γερμανικών ενόπλων δυνάμεων, του γερμανικού πληθυσμού, αλλά και τη δημιουργία αντιδράσεων από τους πληθυσμούς των κατεχομένων χωρών²¹⁵.

Γενικότερα ο Ιωάννης Βολωνάκης συνοψίζοντας μας παρουσιάζει το διττό στόχο των συμμαχικών ψυχολογικών επιχειρήσεων στην υπόψη επιχείρηση. Αφενός τις προσπάθειες σε πολιτικό επίπεδο για να πείσει το γερμανικό ακροατήριο ότι οι σύμμαχοι πολεμούν μόνο το ναζιστικό κόμμα και αυτόν τον ίδιο το Χίτλερ, αφετέρου στο στρατιωτικό επίπεδο εστίασε να καταδείξει αλλά και να ενημερώσει το γερμανικό στρατιωτικό προσωπικό για την καταστροφή που είχε υποστεί στο ανατολικό μέτωπο από τους Σοβιετικούς και το απελπισμένο της προσπάθειας στο δυτικό. Μέσα από τις παραπάνω στοχεύσεις επεδίωκε η συμμαχική προπαγάνδα να υπονομεύσει το ηθικό των αντίπαλων δυνάμεων και να προκαλέσει από μείωση της μαχητικής τους ικανότητας μέχρι αυτομολίες ή υπονόμευση των γερμανικών ενεργειών. Ενδεικτικό του αποτελέσματος ήταν ότι από τις μετέπειτα ανακρίσεις αιχμαλώτων διαπιστώθηκε ότι το 75% του προσωπικού είχε διαβάσει ή ακούσει τα μηνύματα και το 75% αυτών είχε επηρεασθεί αισθητά²¹⁶. Σε αυτή την περίπτωση θα μπορούσαμε να διακρίνουμε ενέργειες παρόμοιες με αυτές που παρουσιάστηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο και που αντιστοιχούν είτε με αυτές του Θεμιστοκλή ή του Λεωτυχίδη, είτε του Βρασίδα και του Ερμοκράτη.

²¹⁵Psywar.org, Report on Special Operations During Overlord, 2015, <http://www.psywar.org/overlordspecialops.php>, πρόσβαση 9 Νοεμβρίου 2015.

²¹⁶ Ι. Βολωνάκης, *Παγκόσμιος Ιστορία του Ψυχολογικού Πολέμου και της Προπαγάνδα*, ό.π., σ. 216-220.

Θα ήταν ουτοπία αν υποθέταμε ότι η επιχείρηση Overlord πέτυχε μόνο από τις οποιεσδήποτε ψυχολογικές ενέργειες. Το σημαντικό ήταν ότι όλη αυτή η μεγάλη προσπάθεια στο πεδίο των παραγόντων ηθικής ισχύος, συνδυάστηκε με μια ακόμη μεγαλύτερη προσπάθεια και διάθεση υλικών πόρων και προσωπικού. Ίσως το συμπέρασμα αυτό θα ήταν αυθαίρετο και θα στερούταν ιστορικής βάσης αν δεν το επιβεβαίωνε αδιαμφισβήτητα η επιχείρηση Nest Egg.

3.2.3.2. *Επιχείρηση Nest Egg· η Μοναξιά της Προπαγάνδας*

Η επιχείρηση Nest Egg είναι η επιχείρηση που αφορούσε την ανακατάληψη των νησιών της Μάγχης από τους συμμάχους και τα οποία κατέχονταν από τους Γερμανούς. Παρόλο που οι σύμμαχοι ανέμεναν η φρουρά να καταρρεύσει και να παραδοθεί το 1944-45 στο πλαίσιο της υπόψη επιχείρησης, αυτή διατήρησε τις θέσεις της μέχρι το τέλος του πολέμου²¹⁷.

Η επιχείρηση Nest Egg αποτελούσε μία από τις επιχειρήσεις που είχε αναλάβει η Psychological Warfare Division Supreme Headquarters Allied Expeditionary Force και αποσκοπούσε στον ψυχολογικό επηρεασμό της φρουράς των νησιών, την υπονόμηση και καταρράκωση του ηθικού τους, προκειμένου να παραδοθούν²¹⁸. Πρέπει να τονιστεί ότι αυτή η επιχείρηση ψυχολογικού επηρεασμού δεν συνδυαζόταν με άλλες στρατιωτικές ενέργειες, δηλαδή δεν συμπεριλάμβανε βία.

Σύμφωνα με τον Ιωάννη Βολωνάκη επειδή οι συμμαχικές δυνάμεις ήταν απασχολημένες με τη σχεδίαση και διεξαγωγή της επιχείρησης Overlord, κρίθηκε σκόπιμο να μην διατεθούν δυνάμεις για την ανακατάληψη των υπόψη νησιών. Αρχικά η επιχείρηση είχε σχεδιασθεί έτσι ώστε να συλληφθεί ο Γερμανός διοικητής και στη συνέχεια να εκτελεστούν ψυχολογικές επιχειρήσεις, χρησιμοποιώντας αυτόν για να προτρέψει τους άνδρες του να παραδοθούν, συνδυάζοντας αυτή την προτροπή αυτή με τη ρίψη προπαγανδιστικών προκηρύξεων. Τελικά η επιχείρηση αφέθηκε να εκτελεστεί μόνο με τη χρήση της προπαγανδιστικής εφημερίδας των συμμάχων «NACHRICHT». Παρόλο που

²¹⁷F. C. Progue, *U.S. Army in WWII Operations: The Supreme Command*, <http://www.ibiblio.org/hyperwar/USA/USA-E-Supreme/USA-E-Supreme-26.html#cn22>, πρόσβαση 10 Νοεμβρίου 2015, σ. 501 .

²¹⁸ H. Friedman, *PSYOP Dissemination*, <http://www.psywarrior.com/dissemination.html>, πρόσβαση 10 Νοεμβρίου 2015.

οι ρίψεις έγιναν και η εφημερίδα αναγνώστηκε από τις γερμανικές δυνάμεις, το ποθούμενο αποτέλεσμα δεν ήρθε²¹⁹.

Μέσα από την επιχείρηση αυτή διατρανώνεται το συμπέρασμα ότι από μόνες τους οι ψυχολογικές επιχειρήσεις δεν είναι αποτελεσματικές. Είναι απαραίτητο να συνδυαστούν οι ψυχολογικές ενέργειες, οι οποίες στοχεύουν στο φόβο της ψυχής, με φυσικές ενέργειες που θέτουν σε κίνδυνο τη φυσική υπόσταση, το σώμα, του ακροατηρίου - στόχου.

3.2.3.3. Επιχείρηση *Bodyguard*· ο «Δούρειος Ίππος» της επιχείρησης *Overlord*

Οι σύμμαχοι στο πλαίσιο της επιχειρήσεις *Overlord* αποφάσισαν να εισαγάγουν ένα ολοκληρωμένο σχέδιο εξαπάτησης του αντιπάλου, το οποίο ονομάστηκε επιχείρηση *Bodyguard*. Το υπόψη σχέδιο είχε ως στόχο την εξαπάτηση του Hitler αλλά και της ανώτατης γερμανικής στρατιωτικής ιεραρχίας, ως προς το χρόνο και τον τόπο διεξαγωγής της απόβασης στη δυτική Ευρώπη. Το ότι το πέτυχαν είναι γνωστό αλλά εκείνο που είναι ενδιαφέρον στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας είναι πως κατάφεραν οι σύμμαχοι να φυτέψουν το σπόρο της αμφιβολίας για το χρόνο και τόπο διεξαγωγής της ενέργειας τους, στο μυαλό των αντιπάλων τους, καθιστώντας τους παθητικούς θεατές στο έργο που θα έκλεινε την αυλαία του Β'ΠΠ. Στην επιχείρηση αυτή χρησιμοποιήθηκαν όλων των τύπων ενέργειες, από δημιουργία εικονικών δυνάμεων μέχρι διασπορά ψευδών ειδήσεων, όμως εμείς θα επικεντρωθούμε στους μύθους που εξυπηρετούσαν τη στρατηγική στόχευση, αλλά και σε μη στρατιωτικές ενέργειες που συνέδραμαν στην επίτευξη αυτών.

Με τη λήψη της απόφασης για τη διεξαγωγή της επιχείρησης *Overlord* οι σύμμαχοι ξεκίνησαν τη σχεδίαση της εξαπάτησης των Γερμανών, προωθώντας το στρατηγικό μύθο αυτής. Ο μύθος αυτός είχε πέντε διακλαδώσεις με την πρώτη να επιδιώκεται πειστούν οι Γερμανοί ότι οι σύμμαχοι σταθερά πίστευαν ότι η εξάρθρωση της γερμανικής πολεμικής ικανότητας, αλλά και της γενικότερης ισχύος της χώρας θα προέρχονταν μέσα από τους στρατηγικούς βομβαρδισμούς. Η επιχείρηση αυτή αποτελούσε παρακλάδι της κύριας επιχείρησης *Bodyguard* και καλούνταν επιχείρηση

²¹⁹ Ι. Βολωνάκης, *Παγκόσμιος Ιστορία του Ψυχολογικού Πολέμου και της Προπαγάνδα*, ό.π., σ. 236.

Pointblank²²⁰. Φυσικά τέτοιου είδους βομβαρδισμοί ούτως ή άλλως γίνονταν. Αυτό το επισημαίνει χαρακτηριστικά ο John J. Mearsheimer αναφέροντας ότι στην ιστορία του στρατηγικού βομβαρδισμού, εκτός από τους γερμανικούς βομβαρδισμούς κατά των Α΄ΠΠ, όλες οι άλλες περιπτώσεις στις οποίες μία μεγάλη δύναμη προσπάθησε να εξαναγκάσει μία άλλη μεγάλη δύναμη σε παράδοση, λαμβάνουν χώρα κατά το Β΄ΠΠ²²¹. Ουσιαστικά αυτό εξηγεί γιατί αυτός ο μύθος θα μπορούσε να γίνει ευκολότερα πιστευτός, καθόσον υπήρχε η κουλτούρα της καταστροφής του αντιπάλου μέσω του στρατηγικού βομβαρδισμού θεμελιωμένη στη στρατηγική σκέψη κατά το Β΄ΠΠ²²².

Η δεύτερη διακλάδωση του μύθου που προωθούνταν ήταν ότι οι σύμμαχοι προκειμένου να προσβάλουν την καρδιά της Γερμανίας θα επιτίθονταν μέσω Νορβηγίας. Αυτό θεωρητικά θα επιτυγχάνονταν αρχικά με την κατάληψη της Νορβηγίας, στη συνέχεια με διπλωματική πίεση στη Σουηδία προκειμένου να ενταχθεί στο συμμαχικό στρατόπεδο και πριν το τέλος του δρόμου που θα ήταν η Γερμανία, την κατάληψη της Δανίας. Ο μύθος αυτός πίεζε την ευαίσθητη χορδή του Χίτλερ καθόσον αποτελούσε την αντιστροφή του σχεδίου Weseruebung, δηλαδή του γερμανικού σχεδίου για την εισβολή στη Νορβηγία το 1940, ενώ ταυτόχρονα απειλούσε την πηγή πρώτων υλών της Γερμανίας που ονομαζόταν Σουηδία. Η επιχείρηση αυτή ονομάστηκε Fortitude – North. Ενδιαφέροντα στοιχεία στην υπόψη εφαρμογή και υποστήριξη των ψυχολογικών ενεργειών προκειμένου να επιτευχθεί η αποδοχή του μύθου, πέρα από τις γνωστές στρατιωτικές ενέργειες δημιουργίας εικονικών παραπλανητικών δυνάμεων, συνίσταντο στα εξής²²³:

- Με την επιδείνωση των σχέσεων των συμμάχων με τη Σουηδία, μέσα από την αύξηση των απαιτήσεων τους προς την υπόψη ουδέτερη κυβέρνηση. Οι απαιτήσεις για παράδειγμα περιλάμβαναν την δυνατότητα προσγείωση και ανεφοδιασμού συμμαχικών αεροσκαφών στη Σουηδία, κατά τη διάρκεια πολεμικών αποστολών ή τη

²²⁰ M. Donovan, *Strategic Deception: Operation Fortitude*, Pennsylvania, U.S. Army War College, 2002, σ. 3.

²²¹ J. J. Mearsheimer, *Η Τραγωδία των Μεγάλων Δυνάμεων*, ό.π., σ. 210.

²²² Για την αεροπορική στρατηγική βλέπε Κ. Κολιόπουλος, *Η Στρατηγική Σκέψη*, ό.π., σ. 225 και Ν. Μακαΐζακ, *Οι Δημιουργοί της Σύγχρονης Στρατηγικής: Από το Μακκιαβέλι στην Πυρηνική Εποχή*, Επιμέλεια Ρ. Paret, Επιστ. Επιμέλεια Θ. Ντόκος, Αθήνα, Εκδόσεις Τουρίκης, 2004, σ. 735.

²²³ M. Donovan, *Strategic Deception: Operation Fortitude*, ό.π., σ. 7.

δυνατότητα χρήσης των εναέριου χώρου της για εκτέλεση αναγνωριστικών πτήσεων. Τη διεκπεραίωση αυτής της αποστολή ανέλαβε ο Victor Mallet, Βρετανός πρεσβευτής στη Στοκχόλμη, ο οποίος είχε οδηγίες να επιμηκύνει όσο το δυνατό παραπάνω τις διαπραγματεύσεις, προκειμένου πληροφορίες γι' αυτές αλλά και για τα αιτήματα να φθάνουν στις γερμανικές μυστικές υπηρεσίες²²⁴. Ουσιαστικά ακολουθούσε μια εξαιρετικά αποσταθεροποιητική τακτική κατά τις διαπραγματεύσεις, γνωρίζοντας ότι τα αιτήματα αυτά δεν θα μπορούσαν να γίνουν αποδεκτά από τους Σουηδούς²²⁵.

- Επιπλέον ένα οικονομικό παιχνίδι με τη Σουηδία που εκδηλώθηκε μέσα από ομιλίες στο Κογκρέσο, οι οποίες τόνιζαν την αποφασιστικότητα των ΗΠΑ να αντιμετωπίσει σοβαρά τις ουδέτερες χώρες που υποστήριζαν την πολεμική προσπάθεια των Γερμανών. Έτσι ουσιαστικά δημιούργησαν ψυχολογική πίεση στην χρηματιστηριακή αγορά και η οποία παρουσίασε παιχνίδια κερδοσκοπίας των επενδυτών στο πλαίσιο της επαπειλούμενης εισβολής στη Νορβηγία²²⁶.

Έτσι μέσα από τις παραπάνω ενέργειες παρουσιάζονται δύο διαφορετικές τύπου ενέργειες, διπλωματική και οικονομική, που και οι δύο από μόνες αποτελούν ψυχολογικές επιχειρήσεις, οι οποίες συνεισέφεραν στη συνέργεια, μαζί με τις στρατιωτικές επιχειρήσεις εξαπάτησης, για την επίτευξη του στρατηγικού ψυχολογικού αντικειμενικού σκοπού.

Περνώντας στην τρίτη διακλάδωση βρίσκουμε την απειλή των συμμάχων που είχε δημιουργηθεί στην Ιταλία. Στο πλαίσιο αυτής απειλούνταν να συνεχιστεί και ενδυναμωθεί η συμμαχική πίεση στην ιταλική χερσόνησο. Η απειλή όμως στο μαλακό υπογάστριο του άξονα συμπληρώνονταν με την επαπειλούμενη απόβαση των συμμάχων στη βαλκανική και συγκεκριμένα στην Ελλάδα. Η υλοποίηση αυτής της επιχείρησης απειλούσε τις, ζωτικής σημασίας για τους Γερμανούς, πετρελαιοπηγές της Ρουμανίας και ονομάστηκε επιχείρηση Zeppelin²²⁷.

²²⁴ M. Donovan, *Strategic Deception: Operation Fortitude*, ό.π., σ. 7.

²²⁵ Για τις αποσταθεροποιητικές τακτικές κατά τις διαπραγματεύσεις βλέπε Η. Κουσκουβέλης, *Λήψη Αποφάσεων Κρίση Διαπραγμάτευση*, ό.π., σ. 151.

²²⁶ M. Donovan, *Strategic Deception: Operation Fortitude*, ό.π., σ. 8.

²²⁷ Στο ίδιο, σ. 3.

Η τέταρτη περίπτωση ήταν η μη εκδήλωση ευρείας κλίμακας επιθετικών επιχειρήσεων στο ανατολικό μέτωπο από τους Σοβιετικούς πριν από τον Ιούλιο του 1944, προκειμένου να συντηρεί τη στρατηγική αβεβαιότητα του Χίτλερ²²⁸, εξαναγκάζοντας τον να δεσμεύει σημαντικές δυνάμεις που θα μπορούσαν σε άλλη περίπτωση να μετακινηθούν δυτικά²²⁹.

Η τελευταία, ίσως η πλέον γνωστή, αφορούσε την εξαπάτηση ως προς την περιοχή όπου θα εκδηλωνόταν η κύρια συμμαχική ενέργεια. Σε αυτή την περίπτωση προωθούνταν ο μύθος ότι η αυτή θα γινόταν στην περιοχή του Pas de Calais και ονομάστηκε επιχείρηση Fortitude - South. Το αξιοσημείωτο της Fortitude - South ήταν ότι επεδίωκε να επιτευχθεί - συνεχιστεί η παραπλάνηση και αφού είχε εκδηλωθεί η απόβαση στη Νορμανδία, για τουλάχιστον 45 ημέρες ακόμα²³⁰. Αξιομνημόνευτη ενέργεια στο πλαίσιο αυτής της επιχείρησης ήταν ο επαναπατρισμός του στρατηγού Hans Cramer, ο οποίος είχε συλληφθεί αιχμάλωτος στην Αφρική από τους συμμάχους και με πρόσχημα τα προβλήματα υγείας του οι σύμμαχοι τον επαναπάτρισαν, αφού τον είχαν τροφοδοτήσει με ψευδείς πληροφορίες ως προς το χώρο διεξαγωγής της απόβασης²³¹. Κυρίαρχο στοιχείο μπορούμε να πούμε υπερβατικά ότι αποτελούσε η «αποτρεπτική φήμη» του στρατηγού George S. Patton, εγνωσμένης αξίας από τους Γερμανούς από τις επιχειρήσεις στη Β. Αφρική. Έτσι μέσω της προώθησης αυτού του μύθου προκειμένου να ξεγελάσουν του γερμανούς²³², καθόσον ο Patton θεωρούνταν η τέλεια επιλογή για τη διοίκηση μιας τέτοιου μεγέθους επιθετικής επιχείρησης²³³, παρέλυναν και έθεταν τροχοπέδη στη λήψη απόφασης της γερμανικής ιεραρχίας για την αντιμετώπιση της απειλής στη Νορμανδία.

Η όλη επιχείρηση αυτή, όσο και αν φαίνεται περίπλοκη, δεν διαφέρει σε τίποτα από την εξαπάτηση των Αχαιών προς Τρώες και ακολουθεί στις βασικές πτυχές της την «εφεύρεση» του πολυμήχανου βασιλιά της Ιθάκης. Πάλι διαπιστώσαμε ότι υπήρχε

²²⁸ Στο ίδιο, σ. 3.

²²⁹ D. Irving, *Ο Πόλεμος του Χίτλερ*, μτφ Δ. Π. Κωστελένος, Αθήνα, Εκδόσεις Γκοβόστη, 2003, σ. 856.

²³⁰ M. Donovan, *Strategic Deception: Operation Fortitude*, ό.π., σ. 8.

²³¹ D. Irving, *Ο Πόλεμος του Χίτλερ*, ό.π., σ. 843.

²³² D. Irving, *Ο Πόλεμος των Στρατηγών: Στα Ενδότερα των Συμμαχικών Δυνάμεων 1944-45*, μτφ. Σ. Χουρμουζιάδης, Αθήνα, Εκδόσεις Ιωλκός, 2005, σ. 141.

²³³ J. Olsen, M. V. Creveld, *The Evolution of Operational Art: From Napoleon to the Present*, New York, Oxford University Press Inc., 2011, σ. 149.

εκμετάλλευση μύθων, στρατιωτικές ενέργειες που τους υποστήριζαν, εκμετάλλευση της λανθασμένης απόφασης της ηγεσίας και μαύρη προπαγάνδα με πολλούς «Σίνωνες» ή «Σίκινους».

Ακόμα αν δεχθούμε τις απόψεις του M. Donovan ότι ο Ρόμμελ είχε αντιληφθεί την παραπλάνηση²³⁴ ή του David Irving ότι κάτι αντίστοιχο είχε κάνει ο Χίτλερ²³⁵ ή ακόμα του B. H. Liddell Hart, ότι το υποψιάζονταν και οι δύο²³⁶, απλά περίτρανα επιβεβαιώνεται η πλήρης παράλυση της διαδικασίας λήψης απόφασης των Γερμανών. Είναι ξεκάθαρο ότι η ομίχλη του πολέμου²³⁷ είχε γίνει πυκνότερη για αυτούς και ακόμα αν είχαν έναν ή δύο «Λαοκόοντες», βάδισαν απλά στα αχνάρια των Τρώων και δέχθηκαν με τη μορφή ενός σύγχρονου δούρειου ίππου, τον προπαγανδιστικό μύθο που τους πέρασαν οι σύμμαχοι, όχι πλέον εντός των τειχών τους αλλά εντός του κύκλου λήψης απόφασης τους.

Τέλος ενδιαφέρον στοιχείο είναι η συνέργεια μη στρατιωτικών ενεργειών, όπως διπλωματικές ή οικονομικές, για την ευόδωση ψυχολογικών ενεργειών και την επίτευξη των στοχεύσεων που ουσιαστικά μπορούμε υπερβατικά να πούμε ότι δίνουν το πλήρες νόημα αυτού που ανέφερε ο Γενικός Γραμματέας του NATO Andres Fogh Rasmussen “Ο στρατός δεν είναι πλέον η πλήρης απάντηση²³⁸».

3.3. ΕΣΦΑΛΜΕΝΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ, ΟΙ ΨΕ ΤΩΝ ΗΠΑ ΣΤΟ ΒΙΕΤΝΑΜ

«Η αποστολή της προπαγάνδας είναι πρακτική. Κριτήριο της “καλής” προπαγάνδας είναι μόνον η επιτυχία της. Και η επιτυχία μπορεί να εξασφαλιστεί με την

²³⁴ M. Donovan, *Strategic Deception: Operation Fortitude*, ό.π., σ. 13.

²³⁵ D. Irving, *Ρόμμελ: Η Αλεπού της Ερήμου*, μτφ Γ. Καστανάρας, Αθήνα, Εκδόσεις Γκοβόστη, 2005, σ. 447.

²³⁶ B. H. Liddell Hart, *Οι Γερμανοί Στρατηγοί Μιλούν: Οι άγνωστε πτυχές του Δευτέρου Παγκόσμιου Πολέμου*, μτφ Α. Κωνσταντοπουλος, Αθήνα, Εκδόσεις Λιναίος, 1948, σ. 482-483.

²³⁷ Ως ομίχλη του πολέμου, νοείται ένα περιβάλλον αβεβαιότητας ως προς του άγνωστους παράγοντες, για παράδειγμα εχθρό ή περιοχή επιχειρήσεων. Βλέπε Κ. Κολιόπουλος, *Η Στρατηγική Σκέψη*, ό.π., σ. 150 και ΓΕΣ, ΣΚ 30-1 “*Η Σχεδίαση στο ΣΕ*”, Αθήνα, 2014, σ. 3.

²³⁸ «The military is no longer the complete answer». Βλέπε A. F. Rasmussen, *Strategic Concept Seminar*, Helsinki, 2010, http://www.nato.int/cps/en/natolive/opinions_61891.htm, πρόσβαση 12 Νοεμβρίου 2015.

ορθή εφαρμογή ορισμένων θεμελιωδών κανόνων ή νόμων» αναφέρει χαρακτηριστικά ο Pol Quentin²³⁹.

Ορμώμενοι από το παραπάνω στη συνέχεια θα εξετάσουμε τη διεξαγωγή ψυχολογικών επιχειρήσεων από μέρους των ΗΠΑ, κατά την εμπλοκή τους στο Βιετνάμ την περίοδο 1955-1975, μέσα από το πρίσμα των Βασικών Αρχών Ψυχολογικών Επιχειρήσεων, όπως παρουσιάστηκαν αυτές μέσα από τη σύγχρονη θεωρία τους στο πρώτο κεφάλαιο, επιδιώκοντας τα δεδομένα από την εφαρμογής τους στην υπόψη περίοδο να μας επιτρέψουν να κατανοήσουμε καλύτερα τη στρατηγική φύση τους, κυρίως σε ένα ιδιόμορφο περιβάλλον, αυτό των αντεπαναστατικών επιχειρήσεων (COIN²⁴⁰).

Για να επιτευχθεί η παραπάνω στόχευση αρχικά παρουσιάζεται το ιστορικό πλαίσιο του πολέμου του Βιετνάμ, παραβαλλόμενο με την εκτίμηση – προσέγγιση της Αμερικανικής ηγεσίας για τους λόγους εμπλοκής σε αυτόν, συνδυάζοντας ταυτόχρονα τη γενικότερη εικόνα που είχαν οι ΗΠΑ για το Βιετνάμ. Έτσι θα καταστεί ευχερέστερα αντιληπτή η λογική με την οποία διάρθρωσαν και διεξήγαν τις ψυχολογικές επιχειρήσεις κατά την υπόψη περίοδο. Στη συνέχεια θα εξεταστούν γεγονότα από τη διεξαγωγή ψυχολογικών επιχειρήσεων εκ μέρους των ΗΠΑ, την περίοδο 1955-1975 στο Βιετνάμ, με ταυτόχρονη ανάλυση της επιτυχημένης ή μη εφαρμογής των βασικών αρχών τους.

3.3.1. Το Ιστορικό Υπόβαθρο του Πολέμου των ΗΠΑ

Μετά την κατάρρευση των Γάλλων στο Βιετνάμ, η διάσκεψη της Γενεύης στα τέλη του 1954 κατέληξε σε συμφωνία, αποφασίζοντας την προσωρινή διαίρεση του Βιετνάμ κατά μήκος του 17^{ου} παράλληλου σε δύο τμήματα, βόρειο και νότιο²⁴¹. Με αυτό τον τρόπο ιδρύεται στο βορρά η Λαοκρατική Δημοκρατία του Βιετνάμ, υπό τον Χο Τσι Μινχ, που αναγνωρίζεται από το σοβιετικό μπλοκ, ενώ στο νότιο η Δημοκρατία του Βιετνάμ, στην

²³⁹ Ν. Α. Καλογερόπουλος, *Η Προπαγάνδα Μέσον Βιασμού των Λαών: Η Φιλοσοφία της Προπαγάνδας*, ό.π., σ. 40.

²⁴⁰ counter-insurgency. Βλέπε U.S. Government, Counterinsurgency Guide, Bureau of Political-Military Affairs, 2009, <http://www.state.gov/documents/organization/119629.pdf>, πρόσβαση 16 Νοεμβρίου 2015.

²⁴¹ ΔΙΣ, *Θέματα Στρατιωτικής Ιστορίας*, Αθήνα, Εκδόσεις Διεύθυνση Ιστορίας Στρατούς, 1999, σ. 485.

οποία, με τη βοήθεια των ΗΠΑ, ο Νγκο Ντινχ Ντιεμ καταλήγει να αναλάβει την προεδρία²⁴².

Γενικά, σύμφωνα με τη Marilyn B. Young, η Αμερικανική πολιτική και διπλωματία εκτιμούσε ότι η μη ανάμειξη των ΗΠΑ στην περιοχή θα σήμαινε αυτομάτως ενοποίηση των δύο κρατών με κομμουνιστικούς όρους. Περαιτέρω συνέπεια αυτού θα ήταν αφενός Ιαπωνία, Ταϊλάνδη και Φιλιππίνες να μετακινούνταν όλες προς την ουδετερότητα και αφετέρου το γόητρο των ΗΠΑ στις Νότια Κορέα και Ταιβάν θα έπεφτε τόσο χαμηλά ώστε να απαιτηθούν αντισταθμιστικές αυξήσεις της Αμερικανικής παρουσίας εκεί, ειδάλλως περαιτέρω υποχώρηση της²⁴³.

Σε αντίστοιχη οπτική γωνία καταλήγει και ο Henry Kissinger. Υποστηρίζει ότι στο πλαίσιο της παραπάνω θεωρίας του «Ντόμινο» στην ΝΑ Ασία, οι ΗΠΑ επέλεξαν το Βιετνάμ ως ανάχωμα στον κομμουνιστικό επεκτατισμό. Ταυτόχρονα έχοντας πίστη στην ικανότητα της Αμερικής να διαδραματίσει οποιονδήποτε διεθνή ρόλο απαιτούνταν ή επιθυμούσε, οι ΗΠΑ ουσιαστικά ενεπλάκησαν στο Βιετνάμ. Το παράδοξο και εσφαλμένο, σύμφωνα με τον ίδιο, ήταν ότι οι ΗΠΑ ταύτισαν την εθνική τους ασφάλεια με μια μικρή ασιατική χώρα που δεν είχε ανεξαρτησία για 150 χρόνια ή ποτέ δεν ήταν κράτος με τα τότε σύνορα της²⁴⁴. Ενεπλάκησαν σε ένα πολυεπίπεδο πόλεμο, όπως τον ονομάζει ο Karl Lowe, μια υβριδική σύγκρουση στην οποία συμπλέκονται η αιχμή της τεχνολογίας με εργαλεία και τεχνικές αντεπαναστατικού αγώνα²⁴⁵.

Στο πλαίσιο αυτής της μορφής πολέμου, ο David Galula, αναφερόμενος στις ψυχολογικές επιχειρήσεις, υποστηρίζει ότι η μάχη για τον πληθυσμό είναι ένα κυρίαρχο χαρακτηριστικό αυτού. Θεωρεί ότι επειδή ο επαναστάτης θα ήταν ανόητος να επιδιώξει αντιπαράθεση με συμβατικό τρόπο, η λογική του τον αναγκάζει να μεταφέρει τη μάχη με τον αντεπαναστάτη σε ένα άλλο πεδίο, αυτό του πληθυσμού. Ουσιαστικά ο Galula τοποθετεί ως στρατηγικό κέντρο βάρους, εκατέρωθεν, την επίτευξη της υποστήριξης του

²⁴² M. B. Young, *Οι Πόλεμοι του Βιετνάμ 1945 – 1990*, μτφ. Δ. Παυλάκης, Αθήνα, Εκδόσεις Οδυσσέας, 2008, σ. 438.

²⁴³ Στο ίδιο, σ. 135.

²⁴⁴ H. Kissinger, *Διπλωματία*, Αθήνα, Εκδόσεις Λιβάνη, 1995, σ. 693.

²⁴⁵ W. Murray; P. Mansoor, *Hybrid Warfare: Fighting Opponents from the Ancient World to the Present*, Cambridge, ό.π., σ. 254.

πληθυσμού, παραπέμποντας μας υπερβατικά να πούμε, την επίτευξη εσωτερική νομιμοποίησης για τις στοχεύσεις είτε του επαναστάτη, είτε του αντεπαναστάτη. Το παραπάνω το συνδυάζει με το γεγονός ότι οι ψυχολογικές επιχειρήσεις γενικά και ειδικότερα η προπαγάνδα δεν μπορεί να είναι τίποτα περισσότερο από ένα υποστηρικτικό όπλο, κατά το συγκεκριμένο είδος επιχειρήσεων, πολύτιμο μόνο αν σκοπεύει να ενημερώνει και όχι να κοροϊδεύει. Έτσι καταλήγει στο συμπέρασμα ότι ένας αντεπαναστάτης σπανίως μπορεί να καλύψει μια λανθασμένη ή ανύπαρκτη πολιτική με την προπαγάνδα²⁴⁶.

3.3.1.1. Οι δύο όψεις του Ακροατηρίου - Στόχου

Ορμώμενοι από τα προαναφερθέντα για τον πληθυσμό από τον David Galula, ενδιαφέρον έχει πριν αναλύσουμε τις ψυχολογικές επιχειρήσεις εκ μέρους των ΗΠΑ, να συνδυάσουμε μερικά στοιχεία για τον πληθυσμό, το ουσιαστικό ακροατήριο - στόχο, το στρατηγικό αντικειμενικό σκοπό και ταυτόχρονα κέντρο βάρους και για τους δύο αντιπάλους, προκειμένου να έχουμε μια πληρέστερη εικόνα.

Ανατρέχοντας σε προφορικές αφηγήσεις των Βιετναμέζων χωρικών διαπιστώνεται ότι για αυτούς το Εθνικό Απελευθερωτικό Μέτωπο του Βιετνάμ ήταν απλώς το τελευταίο όνομα για τη Βιετμίνχ, το κόμμα ουσιαστικά του Χο Τσι Μινχ. Αντιλαμβάνονταν αυτή την οργάνωση, ως αυτή που πολεμούσε για την ανεξαρτησία του Βιετνάμ και την κοινωνική αλλαγή στην ύπαιθρο, από τη δεκαετία του 1940²⁴⁷. Τα ποσοστά υποστήριξης ως προς τους αντιμαχόμενους, εκ μέρους των χωρικών, παρέμεναν σταθερά από την περίοδο που η Βιετμίνχ αγωνιζόταν κατά των Γάλλων και συνέχιζαν να υφίστανται τα ίδια τουλάχιστον και κατά τα πρώτα στάδια επιχειρήσεων από τις κυβερνητικές δυνάμεις του νοτίου Βιετνάμ. Έτσι αυτά παρουσιάζονταν ως εξής: 75% υποστήριζαν το ΕΑΜ, 20% προσπαθούσαν να παραμείνουν ουδέτεροι και 5% ήταν σταθερά υπέρ της κυβέρνησης. Μέσα από συνεντεύξεις αιχμαλώτων, λιποτακτών ή υπόπτων επιβεβαιωνόταν ότι οι

²⁴⁶ D. Galula, *Αντεπαναστατικός Πόλεμος "Θεωρία και Πρακτική"*, ό.π., σ. 31-40.

²⁴⁷ M. B. Young, *Οι Πόλεμοι του Βιετνάμ 1945 – 1990*, ό.π., σ. 106.

χωρικοί δεν έβλεπαν την αμφίδρομη βοήθεια που είχαν ή παρείχαν στο βόρειο Βιετνάμ ως αντίφαση αλλά ως επιβεβαίωση ότι το Βιετνάμ ήταν μία χώρα ²⁴⁸.

Από την άλλη πλευρά του Ειρηνικού, η κυρίαρχη άποψη στις ΗΠΑ ήταν ότι ο ανταρτοπόλεμος που είχε εκδηλωθεί αποτελούσε νέο είδος επιθετικότητας, όπου ο κομμουνιστικός παράγοντας υποστήριζε τον εσωτερικό πόλεμο στο Βιετνάμ. Οπότε εξ ορισμού, οι Βιετναμέζοι αντάρτες δεν ήταν οι χωρικοί που ζητούσαν ανεξαρτησία ή κοινωνική δικαιοσύνη, αλλά θα μπορούσαν να είναι μόνο πράκτορες των κομμουνιστών²⁴⁹. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την αποτυχία ερμηνείας του αισθήματος εθνικής ταυτότητας που είχε προκύψει στους Βιετναμέζους και είχε σφυρηλατηθεί κατά την κατοχή της χώρας τους από τους κινέζους²⁵⁰.

Μέσα από τις παραπάνω περιγραφές παρουσιάζεται ξεκάθαρα μια σημαντική διάσταση μεταξύ της πραγματικής ψυχολογικής στάσης εκ μέρους των Βιετναμέζων, σε σχέση με την ερμηνεία που είχαν για αυτή οι ΗΠΑ. Το υπόψη γεγονός, με δεδομένο ότι ο πληθυσμός αποτελούσε τον κυρίαρχο αντικειμενικό σκοπό των ψυχολογικών επιχειρήσεων στο στρατηγικό επίπεδο, αφενός δημιουργούσε δυσχέρειες στη σχεδίαση, αφετέρου δυσλειτουργίες στη διεξαγωγή τους, με τελικό απότοκο κατ' ελάχιστο την αναποτελεσματικότητά τους, αν όχι ότι προκαλούσε τα αντίθετα αποτελέσματα.

Είναι γεγονός ότι οι ΗΠΑ διεξήγαν ψυχολογικές επιχειρήσεις σε όλα τα επίπεδα από το στρατηγικό μέχρι το τακτικό και χρησιμοποίησαν όλες τις κατηγορίες ψυχολογικών επιχειρήσεων από στρατηγικές και πεδίου μάχης, μέχρι σταθεροποίησης²⁵¹. Ταυτόχρονα έκαναν χρήση όλων των ειδών προπαγάνδας λευκή ή φαιά μέχρι μαύρη²⁵². Παρά τη μεγάλη προσπάθεια που κατέβαλαν οι ΗΠΑ στον τομέα των ψυχολογικών επιχειρήσεων, έχοντας την πεποίθηση ότι αυτές θα μπορούσαν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην

²⁴⁸ Στο ίδιο, σ. 108.

²⁴⁹ Στο ίδιο, σ. 108.

²⁵⁰ M. G. Barger, *Psychological Operations Supporting Counterinsurgency: 4th Psyop Group in Vietnam*, Fort Leavenworth Kansas, Έκδοση United States Military Academy: West Point, 2007, σ. 20.

²⁵¹ Βλέπε Joint U.S. Public Affairs Office, *National Catalog of PSYOPS Materials*, Έκδοση Joint U.S. Public Affairs Office: Field Development Division, San Francisco, 1969.

²⁵² Ι. Βαφειάδης, *Το Ραδιόφωνο και η Τηλεόραση ως Μέσα Επικοινωνίας*, Αθήνα, Στρατιωτική Επιθεώρηση, Νοέμβριος – Δεκέμβριος, 2007, σ. 147.

επιτυχία των επιχειρήσεων και συμβολή στην επίτευξη των αντικειμενικών σκοπών όλων των επιπέδων, δεν κατάφεραν να ικανοποιήσουν πλήρως τις βασικές αρχές ψυχολογικών.

Αποδεικτικό της ιδιαίτερης σημασίας που έδιναν οι ΗΠΑ στη διεξαγωγή ψυχολογικών επιχειρήσεων για την επίτευξη των στοχεύσεων τους, αποτελούν οι δύο αποφάσεις του Προέδρου Johnson σχετικά με τα αυξανόμενα κεφάλαια που θα διατίθεντο προκειμένου να καταστεί δυνατή η εντατικοποίηση των κάθε είδους ψυχολογικών ενεργειών στο Βιετνάμ²⁵³. Αποτέλεσμα αυτού ήταν για παράδειγμα ότι ο προϋπολογισμός που διατίθετο στο U.S. Information Service (USIS)²⁵⁴ από 750.000 δολάρια το 1963 εκτινάχτηκε στα 2,7 εκατομμύρια δολάρια το 1968²⁵⁵.

3.3.2. Το Ατελές της Εφαρμογής: Η Εξέταση Εφαρμογής Ψυχολογικών Επιχειρήσεων σύμφωνα με τις Βασικές Αρχές τους από τις ΗΠΑ

Σημαντική συνδρομή για την αποκρυστάλλωση άποψης ως προς την επιτυχία ή αποτυχία των υπόψη επιχειρήσεων, μπορούμε να έχουμε μέσα από την εξέταση γεγονότων από τις υπόψη επιχειρήσεις για τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Σε αυτή την προσπάθεια ανίχνευσης των αποτελεσμάτων από τη χρήση ψυχολογικών επιχειρήσεων αρωγό θα αποτελέσει η θεωρία των βασικών αρχών τους, όπως παρουσιάστηκε στο πρώτο κεφάλαιο. Με αυτή ως πρίσμα γίνεται μια προσπάθεια εντοπισμού αρνητικών αλλά και θετικών στοιχείων που θα μας δώσουν τη δυνατότητα να αντλήσουμε τα διαχρονικά διδάγματα που αφορούν την εφαρμογή τους.

Κατά την περίοδο μεταξύ 1955 και 1965 οι ψυχολογικές επιχειρήσεις εκ μέρους των ΗΠΑ διεξάγονταν από μια σωρεία αμερικανικών και βιετναμέζικων υπηρεσιών. Εκ μέρους των ΗΠΑ εμπλέκονταν η USIS, η U.S. Agency for International Development (USAID)²⁵⁶, η Joint Chief's Military Assistance Command Vietnam (MACV), η

²⁵³ Βλέπε The White House, *National Security Action Memorandum No 325*, Washington, 1965 <http://www.lbjlib.utexas.edu/johnson/archives.hom/NSAMs/nsam325.asp>, πρόσβαση 6 Νοεμβρίου 2015 και The White House, *National Security Action Memorandum No 330*, Washington, 9 Απριλίου 1965 <http://www.lbjlib.utexas.edu/johnson/archives.hom/NSAMs/nsam330.asp>, πρόσβαση 6 Νοεμβρίου 2015.

²⁵⁴ USIS, το τμήμα της United States Information Agency (USIA) στο Βιετνάμ.

²⁵⁵ M. Roberts, *United States Psychological Operations in Support of Counter insurgency: Vietnam 1960 to 1965*, Texas, 2010, <http://www.vietnamconf.org/papers/Mervyn%20Roberts%20Paper.pdf>, πρόσβαση 4 Νοεμβρίου 2015, σ. 7.

²⁵⁶ Τμήμα του State Department.

Αμερικανική Πρεσβεία, αλλά και η CIA. Το παραπάνω από μόνο του ως γεγονός αρκεί για να γίνει κατανοητή η δυσχέρεια συντονισμού που παρουσιαζόταν μεταξύ τους, η οποία αποτελούσε σοβαρή αδυναμία και πρόσκομμα στην επιτυχή εκτέλεση των ψυχολογικών επιχειρήσεων. Ως λύση σε αυτό θεωρήθηκε η δημιουργία ενός συντονιστικού φορέα. Έτσι το 1965 δημιουργείται το Ενωμένο Γραφείο Δημοσίων Σχέσεων των Ηνωμένων Πολιτειών (JUSPAO²⁵⁷) αποτελώντας πλέον το υπεύθυνο όργανο για την εποπτεία, το συντονισμό και την αξιολόγηση όλων των ψυχολογικών επιχειρήσεων τόσο στα Νότιο και Βόρειο Βιετνάμ, όσο στο Λάος και την Καμπότζη. Με τη λειτουργία του JUSPAO επιλύθηκαν σε μεγάλο βαθμό τα προβλήματα που είχαν διαπιστωθεί από τις ολοένα και πιο ασυντόνιστες και αναποτελεσματικές ψυχολογικές επιχειρήσεις των πρώτων ετών²⁵⁸.

Το 1966 καταλήγει η οργανωτική δομή με το JUSPAO αφενός να διατηρεί την ευθύνη για τη συνολική πολιτική των ψυχολογικών επιχειρήσεων, αφετέρου να διεξάγει στρατηγικές επιχειρήσεις όπως για παράδειγμα το πρόγραμμα Chieu Hoi, ενώ η MACV να αποτελεί τον εκτελεστικό βραχίονα για τη διεξαγωγή τακτικών ψυχολογικών επιχειρήσεων²⁵⁹. Οι παραπάνω αλλαγές στην επιχειρησιακή οργάνωση κατέστησαν το σύνολο των διεξαγόμενων επιχειρήσεων να έχει κεντρική σχεδίαση, συντονισμό και διεύθυνση, εκπληρώνοντας την αντίστοιχη βασική αρχή, αυτή της Συγκεντρωτικής Διεύθυνσης. Χαρακτηριστικό της αποτελεσματικότητας της JUSPAO αποτελεί, ειδικά τα πρώτα χρόνια του πολέμου, ήταν η κυριαρχία της ακόμα και σε επιχειρήσεις Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, ή κατά το προσφιλές επιχειρήσεις ενημέρωσης, στο εσωτερικό των ΗΠΑ²⁶⁰.

Ένα από τα μεγαλύτερα προγράμματα ψυχολογικών επιχειρήσεων των ΗΠΑ στο Βιετνάμ ήταν το «Open Arms» (Chieu Hoi). Στο πλαίσιο αυτού παρεχόταν άσυλο στο

²⁵⁷ Joint United States Public Affairs Office. Δημιουργείτε από τον Πρόεδρο Lyndon B. Johnson. Βλέπε F. L. Goldstein, B. F. Findley, *Psychological Operations: Principles and Case Studies*, Alabama, Air University Press, 1996, σελ. 233.

²⁵⁸ M. G. Barger, *Psychological Operations Supporting Counterinsurgency: 4th Psyop Group in Vietnam*, ό.π., σ. 13-17.

²⁵⁹ H. Friedman, PSYOPS Order of Battle for Vietnam, <http://www.psywarrior.com/VietnamOBPSYOP>, πρόσβαση 3 Νοεμβρίου 2015 και S. C. Tucker, *The Encyclopedia of the Vietnam War*, Santa Barbara California, Εκδόσεις ABC CLIO, 2011, σ. 942.

²⁶⁰ P. M. Taylor, *Πόλεμος και Διεθνείς Σχέσεις στην Εποχή της Πληροφορίας*, μτφ Κ. Περεζούς, Αθήνα, Εκδόσεις Παπαζήση, 2004, σ. 262.

αντίπαλο προσωπικό που θα αυτομόλυνε στις Κυβερνητικές Δυνάμεις (εικόνα 4). Γενικά μπορούμε να πούμε ότι η επιτυχία του ήταν μεγάλη σε σχέση με τις υπόλοιπες ψυχολογικές επιχειρήσεις, όπως αναφέρει ο Herbert FrAirland²⁶¹. Ανατρέχοντας σε στοιχεία αριθμών, παρατηρείται ένα ενδιαφέρον στοιχείο. Ότι μεταξύ του «Τετ»²⁶² και του τέλους του 1963 αυτομόλησαν 11.200 άτομα, ενώ σε αντίθεση ολόκληρο το 1964 συγκεντρώθηκαν λιγότεροι από τους μισούς. Η αιτία αυτής μείωσης είναι ένα γεγονός που επιβεβαιώνει ότι η συνεχής εφαρμογή αυτού του προγράμματος κατέληξε στον κορεσμό του ακροατηρίου - στόχου, δηλαδή του αντίπαλου προσωπικού, μη ικανοποιώντας πλέον την σχετική αρχή της αποφυγής του κορεσμού, οδηγώντας σε μειωμένους αριθμούς προσωπικού που αυτομόλησε²⁶³.

Φυσικά θα ήταν άδικο να θεωρήσουμε ότι η μείωση προήλθε αποκλειστικά από τον κορεσμό του ακροατηρίου - στόχου, αλλά σε αυτή συνέβαλε και ο ανεπιτυχής συνδυασμός με άλλες φυσικές ενέργειες. Χαρακτηριστικό αυτού είναι η διαπίστωση του Michael Barger, ότι από μόνο του το πρόγραμμα απαιτούσε 2 χρόνια για να επηρεαστεί ένας Βιετκόνγκ, ενώ αντίθετα σε περίπτωση που συνδυαζόταν με άλλες στρατιωτικές ενέργειες παρήγαγε άμεσα αποτελέσματα²⁶⁴. Ουσιαστικά αυτή η διαπίστωση του Barger παραπέμπει σε αυτό που διατυπώθηκε νωρίτερα στο ίδιο κεφάλαιο, δηλαδή ότι ο φόβος της ψυχής πρέπει να συνδυάζεται με τον κίνδυνο του σώματος, προκειμένου να έχουμε απτά αποτελέσματα.

Παρόλο όμως που ο διακαής πόθος του προγράμματος ήταν οι υψηλόβαθμοι αξιωματικοί και πολιτικοί κομισάριοι, τα αποτελέσματα περιορίζονταν αντίστοιχα σε χαμηλόβαθμους αξιωματικούς και κατά κύριο λόγο σε χωρικούς, που είχαν στρατολογηθεί με τη βία από τους Βιετκόνγκ²⁶⁵. Επιπλέον μια από τις αδυναμίες αυτής

²⁶¹ H. Friedman, Chieu Hoi Program of Vietnam, <http://www.psywarrior.com/ChieuHoiProgram.html>, πρόσβαση 3 Νοεμβρίου 2015.

²⁶² 31 Ιαν 1963. Το «Τετ» είναι ο εορτασμός του νέου έτους στο σεληνιακό ημερολόγιο και θεωρείται η μεγαλύτερη γιορτή του Βιετνάμ.

²⁶³ M. Roberts, *United States Psychological Operations in Support of Counter insurgency: Vietnam 1960 to 1965*, ό.π., σ. 18.

²⁶⁴ M. G. Barger, *Psychological Operations Supporting Counterinsurgency: 4th Psyop Group in Vietnam*, ό.π., σ. 6.

²⁶⁵ H. Friedman, *Dai Doan Ket National Reconciliation*, <http://www.psywar.org/doanket.php>, πρόσβαση 7 Νοεμβρίου 2015.

της επιχείρησης ήταν ότι ενώ το μήνυμα συμπεριλάμβανε στο ακροατήριο - στόχο τους Βιετκόνγκ αλλά και στρατιωτικό προσωπικό από το Βόρειο Βιετνάμ, προσπαθώντας να διεγείρει τα ανθρώπινα κίνητρα που εστιάζουν στην ανάγκη για ατομική ασφάλεια, συνδυάζοντας την νοσταλγία για την οικογένεια, δεν είχε λάβει υπόψη μια σημαντική παράμετρο· ότι στην περίπτωση που αυτοί αυτομολούσαν στις κυβερνητικές δυνάμεις θα ήταν χωριστά από τις οικογένειες τους και θα έθεταν αυτόματα αυτές αντικείμενο αντεκδικήσεων γεγονός που ακύρωνε πρακτικά την επίκληση των υπόψη κινήτρων²⁶⁶. Τα παραπάνω καταδεικνύουν αφενός το λάθος στην ανάλυση του ακροατηρίου - στόχου και αφετέρου την εσφαλμένη εκτίμηση ως προς τη δυνατότητα επιλογών του, παραβιάζοντας την αρχή της Ευκαμψίας. Εδώ θα μπορούσαμε να συγκρίνουμε το υπόψη μήνυμα με το αντίστοιχο μήνυμα του Θεμιστοκλή, που παρουσιάστηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο, ο οποίος είχε λάβει υπόψη, πολύ σοφά, την περίπτωση αντεκδικήσεων και γι' αυτό πρότεινε πολλαπλές επιλογές προκειμένου να αποφύγει την αυτοακύρωση του μεταδιδόμενου μηνύματος.

Ένα επιπρόσθετο στοιχείο στο υπόψη πρόγραμμα που δεν υποβοηθούσε την επιτυχία, αλλά αποτελούσε ανασταλτικό παράγοντα ήταν οι εσφαλμένες ή πολλές φορές ακραίες συμπεριφορές από το προσωπικό που συλλάμβανε ή υποδεχόταν του αυτόμολους. Αυτές οι εσφαλμένες συμπεριφορές εκ μέρους του προσωπικού, οι οποίες εστιάζονταν στο ότι αυτό το προσωπικό δεν είχε πειστεί για την αξία της επιχείρησης και θεωρούσε ότι απαιτούνταν η τιμωρία των αυτόμολων με άλλους τρόπους (π.χ. χρήση σωματικής βίας), παραβίαζε την αρχή της αξιοπιστίας. Δηλαδή παραβιαζόταν η ουσιαστική υπόσχεση του μηνύματος στο ακροατήριο - στόχο για μια καλύτερη ζωή σε περίπτωση αυτομόλησης στις κυβερνητικές δυνάμεις, παρουσιάζοντας εξαιρετική ασυνέργεια ψυχολογικών και φυσικών ενεργειών. Έτσι το παραπάνω είχε ως αποτέλεσμα πολλοί, μόλις απελευθερώνονταν από τους κυβερνητικούς, να επιστρέφουν στις τάξεις των Βιετκόνγκ²⁶⁷.

Φυσικά μπορούμε να προσθέσουμε ότι η χρήση πολλαπλών μέσων (Ραδιοφωνικές εκπομπές, φυλλάδια, προκηρύξεις κ.α.) ωθούσε, σε συνδυασμό με τη συνέχιση της προσπάθειας για σειρά ετών, στην εκπλήρωση των αρχών της Εμμονής και Ευκαμψίας. Χαρακτηριστικός του πλουραλισμού αυτού είναι ο κατάλογος με τα υποδείγματα

²⁶⁶ S. C. Tucker, *The Encyclopedia of the Vietnam War*, ό.π., σ. 943.

²⁶⁷ H. Friedman, *Chieu Hoi Program of Vietnam*, ό.π.

μηνυμάτων, καθώς και με τις αναλύσεις των αντικειμενικών σκοπών και των ακροατηρίων στόχων, που είχε εκδοθεί από το Joint U.S. Public Affairs Office το 1969 και αποτελείται από 300 περίπου σελίδες²⁶⁸.

Η πλουραλιστική αυτή προσπάθεια που οδήγησε στη χρησιμοποίηση του συνόλου των μέσων ψυχολογικών επιχειρήσεων που ήταν διαθέσιμα την υπόψη χρονική περίοδο, είχε ένα βασικό ανασταλτικό παράγοντα. Το στοιχείο που δεν επέτρεπε να ευοδωθούν οι υπέρμετρες προσπάθειες για τον ψυχολογικό επηρεασμό του εκάστοτε ακροατηρίου - στόχου και ουσιαστικά την ικανοποίηση της βασικής αρχής της ευκαμψίας, ήταν ο περιορισμένος αριθμός προσωπικού που γνώριζε επαρκώς και σε βάθος τη γλώσσα, την κουλτούρα και τις αξίες των Βιετναμέζων.²⁶⁹

Στο παραπάνω γεγονός προστίθετο ένα επιπλέον αρνητικό στοιχείο που αποτελούσε τροχοπέδη στην ευόδωση των προσπαθειών. Το αρνητικό αυτό στοιχείο ήταν ότι το προσωπικό που σχεδίαζε και εκτελούσε τις ψυχολογικές επιχειρήσεις εναλλασσόταν μετά από μία περίοδο υπηρεσίας ενός έτους, πριν κατανοήσει πως λειτουργούσαν αφενός τα πράγματα στη χώρα και αφετέρου ποια ήταν η αποστολή και οι αξίες του ψυχολογικού πολέμου²⁷⁰. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα να ακυρώνονται προσπάθειες οι οποίες κόστιζαν σε μέσα και προσωπικό. Χαρακτηριστικό παράδειγμα ήταν η ρίψη συσκευών ραδιοφώνου, προσυntonισμένων σε συγκεκριμένη συχνότητα, οι οποίες όμως είχαν λανθασμένη μετάφραση στη βιετναμέζικη γλώσσα των οδηγιών ενεργοποίησης του ραδιοφώνου, με ευνόητα αποτελέσματα. Άλλη σοβαρότερη περίπτωση ήταν η ανακάλυψη ότι, ηχογραφημένο μήνυμα που μεταδιδόταν από τα εναέρια μέσα αντί να προτρέπει το εχθρικό προσωπικό να αυτομολήσει, μετέδιδε μήνυμα για τη συνέχιση του αγώνα υπέρ των Βιετκόνγκ, επιτυγχάνοντας όπως είναι κατανοητό αντίθετα αποτελέσματα τα οποία ήταν υπέρ των αντικαθεστωτικών με χρηματοδότηση των ΗΠΑ²⁷¹.

²⁶⁸ Στοιχεία όλων αυτών παρουσιάζονται αναλυτικά στο Joint U.S. Public Affairs Office, *National Catalog of PSYOPS Materials*, Έκδοση Joint U.S. Public Affairs Office: Field Development Division, San Francisco, 1969.

²⁶⁹ M. G. Barger, *Psychological Operations Supporting Counterinsurgency: 4th Psyop Group in Vietnam*, ό.π., σ. 12.

²⁷⁰ S. C. Tucker, *The Encyclopedia of the Vietnam War*, ό.π., σ. 944.

²⁷¹ Στη συνέχεια διαπιστώθηκε ότι είχε ηχογραφηθεί από πράκτορα των Βιετκόνγκ. Βλέπε H. Friedman, *PSYOPS Mistakes*, <http://www.psywarrior.com/PSYOPMistakes.html>, πρόσβαση 7 Νοεμβρίου 2015.

Το Μάρτιο του 1962 στην περιοχή Μπεν Κατ, επί μακρό προπύργιο του ΕΑΜ, έλαβε χώρα το πιλοτικό πρόγραμμα «Επιχείρηση Ανατολή». Η 5^η Μεραρχία του Στρατού του Νοτίου Βιετνάμ (ΣΝΒ) μαζί με ένα λόχο ψυχολογικού πολέμου, που μοίραζε φυλλάδια με τίτλο «Προς μια καλύτερη ζωή», μετακίνησε τον πληθυσμό στο νέο τους «σπίτι». Τα χρήματα που διατέθηκαν από τις ΗΠΑ για την οικοδόμηση των νέων κατοικιών παρακρατήθηκαν, από τις κυβερνητικές αρχές προκειμένου να εξασφαλιστεί ότι δεν θα το σκάσουν οι «φιλοξενούμενοι» και οι χωρικοί κλήθηκαν να πληρώσουν για τα έξοδα ανοικοδόμησης των νέων τους κατοικιών. Ζώντας πρακτικά μέσα σε τρώγλες, εργαζόμενοι κάτω από απίθανους περιορισμούς (απαγόρευση κυκλοφορίας, συλλήψεις, εκβιασμούς κ.α.) οι χωρικοί οδηγούνταν να αφήσουν την ασφάλεια του οικισμού και να στραφούν είτε για πρώτη φορά είτε ξανά, στους Βιετκόνγκ²⁷². Η εφαρμογή αυτής της πολιτικής ακύρωνε την ουσία, το μύθο, του μηνύματος που μεταδιδόταν στο ακροατήριο – στόχο, και το οποίο εστίαζε στην υπόσχεση μιας καλύτερης και ανετότερης ζωής, σύμφωνα με τα Αμερικανικά πρότυπα. Ενώ η επιχείρηση είχε ως σκοπό την αποξένωση του πληθυσμού από τους Βιετκόνγκ, η λάθος εκτέλεση της επέφερε τα ακριβώς αντίθετα αποτελέσματα, ρίχνοντας τους στην αγκαλιά τους, καθιστώντας τις διεξαγόμενες ψυχολογικές επιχειρήσεις παντελώς αναληθείς και αναξιόπιστες, αποτυγχάνοντας στην εφαρμογή των αρχών της Αξιοπιστίας και Ευκαμψίας.

Επιπλέον στοιχείο που αποδομούσε τις δυνατότητες που είχαν στη διάθεση τους οι ΗΠΑ, ήταν ότι μεγάλο μέρος του πληθυσμού δεν γνώριζε ανάγνωση. Αυτό το δεδομένο καθιστούσε αναποτελεσματική τη χρησιμοποίηση μέσων που βασιζόταν στο γραπτό λόγο (φυλλάδια, προκηρύξεις). Συνδυαζόμενο με τα προαναφερθέντα για την εσφαλμένη διατύπωση μηνυμάτων, εξαιτίας μη ορθής και σε βάθος γνώσης της γλώσσας, επέφερε τη μερική εξουδετέρωση των προσπαθειών, στους τομείς των αρχών της Ευκαμψίας, Αξιοπιστίας και Επικαιρότητας.

Φυσικά, στον αντίποδα, η διαθεσιμότητα πληθώρας τεχνικών μέσων παρείχε τη δυνατότητα της χρησιμοποίησης πολλαπλών μέσων ψυχολογικών επιχειρήσεων (π.χ. Φυλλάδια, προκηρύξεις, έντυπα, ραδιόφωνο, μεγαφωνικές συσκευές). Η πολλαπλότητα αυτή επέτρεψε κατά τον καλύτερο τρόπο την αποφυγή άκαμπτης χρήσεως των ίδιων πάντα μέσων, την ταχεία εκμετάλλευση ψυχολογικών θεμάτων και την επίμονη επανάληψη σε

²⁷² M. B. Young, *Οι Πόλεμοι του Βιετνάμ 1945 – 1990*, ό.π., σ. 121.

τόπο και χρόνο, επιτυγχάνοντας μερική εφαρμογή των αρχών της Ευκαμψίας, Επικαιρότητας και Εμμονής.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα που καταδεικνύει την επιτυχία των παραπάνω, ήταν η πρώτη επιχειρησιακή χρήση εναέριων μεγαφώνων, που έλαβε χώρα τον Ιούνιο 1963 στην περιοχή του φυλακίου Κον Βράι. Ηχογραφήσεις, που είχαν δημιουργηθεί σε συνεργασία με μέλη των φυλών της περιοχής, εκτέμονταν συνεχώς πάνω από την περιοχή με αποτέλεσμα εντός 5 ημερών 2.400 άτομα να προσέλθουν στο φυλάκιο για προστασία και βοήθεια²⁷³.

Άλλο στοιχείο ταχείας εκμετάλλευσης ψυχολογικών θεμάτων, ήταν όταν στην περιοχή του χωριού Phuong Tho υπήρξε τραυματισμός προσωπικού της ομάδας φρούρησης, εξαιτίας παγίδας που βρισκόταν σε αγρό με ρύζι. Άμεσα η ομάδα ψυχολογικών επιχειρήσεων ετοίμασε μια ταινία, η οποία παρουσίαζε την πιθανότητα αντί του τραυματισθέντα να ήταν ένας αθώος χωρικός ή ένα παιδί. Το παρουσιαζόμενο μήνυμα ήταν ότι η πληρωμή φόρων στους Βιετκόνγκ παρέχει σε αυτούς τη δυνατότητα να αγοράζουν όπλα²⁷⁴. Αυτή η ταχεία και ευφυής εκμετάλλευση του γεγονότος, χρησιμοποιούσε υπέρ των κυβερνητικών δυνάμεων, τουλάχιστον σε ψυχολογικό επίπεδο την ενέργεια των αντιπάλων τους και αναδεικνύει κατά τον προσφορότερο τρόπο πως μπορούν να ικανοποιηθούν οι αρχές της Ευκαμψίας και της Επικαιρότητας.

Σε κάθε περίπτωση δεν πρέπει να παραγνωρίζεται ότι πέρα από την πληθώρα τεχνικών μέσων, ένα αποτελεσματικό μέσο ψυχολογικών επιχειρήσεων είναι η προσωπική επαφή, η οποία με χρησιμοποίηση κατάλληλα εκπαιδευμένου προσωπικού μπορεί να ικανοποιήσει το σύνολο των βασικών αρχών ψυχολογικών επιχειρήσεων, εκμεταλλευόμενη κατά άριστο και ταχύτατο τρόπο οποιαδήποτε παρουσιαζόμενη ευκαιρία για διεξαγωγή ψυχολογικών ενεργειών, γεγονός που παραβλέφθηκε κυρίως στα αρχικά στάδια του πολέμου. Συνδυαζόμενη η προσωπική επαφή με κατάλληλες χειρονομίες (π.χ. χορήγηση τροφίμων) μπορεί να ικανοποιήσει την αρχή της Αξιοπιστίας. Η παράβλεψη αυτή σε συνδυασμό με πρακτικές τυφλής στοχοποίησης περιοχών, ή καταστροφής της γλωρίδας στο βωμό του εντοπισμού των Βιετκόνγκ, είχε αντίθετα αποτελέσματα, ενώ

²⁷³ M. Roberts, *United States Psychological Operations in Support of Counter insurgency: Vietnam 1960 to 1965*, ό.π., σ. 9.

²⁷⁴ S. C. Tucker, *The Encyclopedia of the Vietnam War*, ό.π., σ. 943.

έγινε αντικείμενο εκμετάλλευσης από τον αντίπαλο. Οι Βιετκόνγκ με την προσωπική επαφή, χρησιμοποιώντας ομάδες (4-5 ατόμων) που εισέρχονταν στα χωριά κατά τη διάρκεια της νύκτας, ουσιαστικά διεξήγαν από πλευράς τους επιχειρήσεις αντιπροπαγάνδας και καθιστούσαν τον πληθυσμό που αποτελούσε ταυτόχρονα και το ακροατήριο – στόχο εκατέρωθεν, απρόσβλητο στα υπόλοιπα μέσα ψυχολογικών επιχειρήσεων των ΗΠΑ, όσο δαπανηρά και αν ήταν²⁷⁵.

3.3.2.1. Η Ουτοπία των Ψυχολογικών Επιχειρήσεων

Αναφερόμενοι στην προσπάθεια των ΗΠΑ στον τομέα των ψυχολογικών επιχειρήσεων, κατά την περίοδο του πολέμου του Βιετνάμ μπορούμε να τη χαρακτηρίσουμε ως τεράστια. Όμως δεν έγινε κατανοητό ότι ο ψυχολογικός πόλεμος δεν αποτελεί από μόνος του το απόλυτο εργαλείο που θα κερδίσει τον πόλεμο χωρίς να αλληλοϋποστηρίζεται και να συντονίζεται με τις υπόλοιπες στρατιωτικές και μη επιχειρήσεις και κατά κύριο λόγο στην περίπτωση του αντεπαναστατικού αγώνα, με τις κατάλληλες και αξιόπιστες πολιτικοστρατιωτικές ενέργειες, αποτελώντας περιοριστικό παράγοντα της αποτελεσματικότητας του. Μέσα από το παραπάνω καταδεικνύεται η αδήριτη ανάγκη συντονισμού τους στο γενικότερο πλαίσιο των επιχειρήσεων, προκειμένου να δύναται να επιτευχθούν με το ελάχιστο δυνατό κόστος σε μέσα και προσωπικό οι τεθέντες στοχεύσεις σε επίπεδο υψηλής και στρατιωτικής στρατηγικής.

Η λάθος εκτίμηση στα κέντρα αποφάσεων των ΗΠΑ για την κοινωνική, ατομική συνείδηση και τις αξίες του «Βιετναμέζου», οδήγησε γενικά σε εσφαλμένες εκτιμήσεις των απαιτούμενων ψυχολογικών ενεργειών καθώς και σε αδυναμία προσαρμογής και εκμετάλλευσης των εκάστοτε διαμορφούμενων καταστάσεων. Παρόλο που είχε διαγνωσθεί σωστά, ότι τον αντικειμενικό σκοπό σε αυτού του είδους τη σύγκρουση αποτελεί ο πληθυσμός και θα έπρεπε να κερδηθεί το μυαλό και η καρδιά του, οι αναλύσεις των ανθρωπίνων κινήτρων προς εκμετάλλευση, αλλά πάνω από όλα η υλοποίηση των ενεργειών απομακρυνόταν από την επίτευξη των στοχεύσεων. Σε αυτό έπαιξε ίσως πρωτεύοντα ρόλο η απουσία από την αρχή ενός συγκεντρωτικού οργάνου, κάτι που διορθώθηκε με τη δημιουργία της JUSPAO σε κάποιο βαθμό, που θα είχε

²⁷⁵ M. Roberts, *United States Psychological Operations in Support of Counter insurgency: Vietnam 1960 to 1965*, ό.π., σ. 13.

προπαρασκευάσει και μελετήσει σε βάθος το ακροατήριο - στόχο, προκειμένου να είναι δυνατή η εφαρμογή κατά πρώτο λόγο των αρχών της Συγκεντρωτικής Διεύθυνσης, Ευκαμψίας, Αξιοπιστίας και Επικαιρότητας, με τα συνεπακόλουθα επιτυχή αποτελέσματα.

Η προσπάθεια ανεξαρτήτως πόσο υπέρμετρη είναι ή ποια εξελιγμένα μέσα διατίθενται, κατά κύριο λόγο στηρίζεται σε εξειδικευμένο προσωπικό. Βασικό χαρακτηριστικό του εμπλεκόμενου προσωπικού πρέπει να είναι η γνώση της κουλτούρας, των αξιών και των πεποιθήσεων του ακροατηρίου - στόχου²⁷⁶, συνδυαζόμενη πάντα με τη σε βάθος γνώση της γλώσσας του. Επαγωγικά οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι η ελλιπής εκπαίδευση και η συχνή εναλλαγή προσωπικού σε αντίστοιχες θέσεις κατέστησε αναμφίβολα τη διεξαγωγή ψυχολογικών επιχειρήσεων αναποτελεσματική.

Φυσικά δεν πρέπει να παραβλέπεται το γεγονός ότι η διαθεσιμότητα σύγχρονων και πολλαπλών τεχνικών μέσων ψυχολογικών επιχειρήσεων μπορεί να λειτουργήσει ως πολλαπλασιαστικός παράγοντας στην επίτευξη των επιδιωκόμενων αποτελεσμάτων. Όμως δεν πρέπει να παραγνωρίζεται ότι και πιο απλά μέσα (π.χ. προσωπική επαφή) μπορούν να έχουν εξαιρετικά αποτελέσματα, χωρίς να απαιτούν μεγάλες επενδύσεις σε τεχνικό εξοπλισμό, παρέχοντας τη δυνατότητα, με κατάλληλη εκπαίδευση και κατανόηση της αξίας – σκοπού των ΨΕ, να έχουμε ευνοϊκά αποτελέσματα, κάτι που φαίνεται ότι οι ΗΠΑ μέσα στον κυκεώνα της τεχνολογίας το παραγκώνισαν και άφησαν ανοιχτό το δρόμο στους αντιπάλους τους να το εκμεταλλευτούν.

3.4. ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Στο τρίτο κεφάλαιο της εργασίας αποπειράθηκε η απάντηση στο ερώτημα αν μπορούν οι ψυχολογικές επιχειρήσεις να δράσουν από μόνες για την επίτευξη των στοχεύσεων των σχεδιαστών τους, συμπληρώνοντας ταυτόχρονα το πάζλ της εφαρμογής τους στη στρατηγική στο χρονικό πλαίσιο τόσο της δεύτερης πλανητικής αναμέτρησης, όσο και της αναμέτρησης του πλανητικού Γολιάθ με τον περιφερειακό Δαβίδ.

Ο άξονας της χιτλερικής προπαγάνδας βασίστηκε στη δαιμονοποίηση του «κακού Εβραίου» και στην αγιοποίηση της τελευταίας ελπίδας, του Χίτλερ. Όπως αναφέρει

²⁷⁶ M. Roberts, *United States Psychological Operations in Support of Counter insurgency: Vietnam 1960 to 1965*, ό.π., σ. 6.

εύστοχα ο Παναγιώτης Θεοδωρακόπουλος «Ασχολούμενος με το φόβο του και τους Λαιστρυγόνες του, ο κοσμάκης αφήνει να του ξεφύγει το πρόγραμμα δράσης του προπαγανδιστή²⁷⁷». Έτσι καταδείχθηκε ένα εξαιρετικό παράδειγμα επίτευξης εσωτερικής νομιμοποίησης μέσα από την εφαρμογή ψυχολογικών επιχειρήσεων.

Στη συνέχεια παρουσιάστηκε η περίπτωση υποστήριξης στρατηγικών στοχεύσεων, μέσα από την προσπάθεια επίτευξης του ελέγχου από τους γερμανούς, μιας κατακτημένης χώρας, και συγκεκριμένα της Ελλάδας. Μέσα από αυτή την περίπτωση είδαμε τον εσφαλμένο συσχετισμό ψυχολογικών μηνυμάτων και φυσικών ενεργειών.

Η περιπτωσιολογική εξέταση των επιχειρήσεων Overlord, με το παρακλάδι αυτής την επιχείρηση Bodyguard, καθώς και της Nest Egg μας, παρουσίασε τις ψυχολογικές επιχειρήσεις της αντίπαλης όχθης. Με την επιχείρηση Bodyguard παρουσιάστηκε η υπονόμηση της διαδικασίας λήψης απόφασης της γερμανικής ηγεσίας, μέσα από την εξαπάτηση με τη χρήση ψυχολογικών ενεργειών που ξεφεύγουν από τις συνηθισμένες στρατιωτικές ενέργειες. Η συνέργεια διπλωματικών και οικονομικών ενεργειών, από κοινού με τις στρατιωτικές απέδωσε αδιαμφισβήτητα στην υποστήριξη του μύθου της υπόψη επιχείρησης.

Η ταύτιση του αρχαίου «Δούρειου Ίππου» με το σύγχρονο απόγονο του, την επιχείρηση Bodyguard κατέδειξε τη διαχρονικότητα των ψυχολογικών επιχειρήσεων μετά από δύο χιλιετίες. Μπορούμε να συμπεράνουμε ότι και οι δύο αυτές περιπτώσεις αποτέλεσαν τον καταλύτη για την επίτευξη της στόχευσης των σχεδιαστών τους, την μέχρι εσχάτων κατανίκηση του αντιπάλου, με τόσο διαφορετικά αλλά συνάμα τόσο ίδια μεγέθη, λαμβάνοντας υπόψη τις χρονικές περιόδους,

Από την άλλη πλευρά η ανάλυση του ιστορικού πλαισίου της περιόδου του πολέμου του Βιετνάμ και η βήμα προς βήμα παράθεση παραδειγμάτων ψυχολογικών ενεργειών, εξεταζόμενες μέσα από το πρίσμα των βασικών αρχών ψυχολογικών επιχειρήσεων είχε ως σκοπό αφενός να λειτουργήσει ως η «Λυδία Λίθος» που θα αποκαλύψει την ορθότητα εφαρμογής των υπόψη αρχών, εκ μέρους των ΗΠΑ, αφετέρου να αποκρυσταλλώσει τα διδάγματα που προκύπτουν από την υπόψη εφαρμογή. Περίτρανα αποδεικνύεται ότι οι ψυχολογικές επιχειρήσεις δεν είναι άσπρο - μαύρο, αλλά

²⁷⁷ Π. Θεοδωρακόπουλος, *Προπαγάνδα η Ένδοξη*, ό.π., σ. 36.

μια σύνθετη και πολύπλοκη διαδικασία, στην οποία επιτυχίες σε ένα τομέα δεν εξασφαλίζουν αυτόματα αντίστοιχα αποτελέσματα στους υπόλοιπους.

Το διαχρονικό δίδαγμα που καταδεικνύεται είναι ότι παρόλο που η επίδραση των ψυχολογικών ενεργειών μπορεί να είναι καταλυτική στις επιχειρήσεις, η αποσπασματική χρησιμοποίησή τους, συνδυαζόμενη αφενός με εσφαλμένες, πρόχειρες και μονολιθικές εκτιμήσεις και αφετέρου με χρησιμοποίηση ακατάλληλου ή ελλιπώς εκπαιδευμένου προσωπικού οδηγεί σε μερική ή πλήρη αποτυχία τους. Πρέπει να λαμβάνεται υπόψη ότι σε κάθε περίπτωση η ψυχολογική κυριαρχία είναι κάτι εφήμερο και προκειμένου οι άνθρωποι να υποταχθούν στις λέξεις, αυτές πρέπει να συνδυάζονται με κατάλληλες πράξεις.

Δύο εικόνες, μία της συνοπτικής εκτέλεσης ενός Βιετκόνγκ από ένα αστυνομικό στη Σαϊγκόν και ενός γυμνού κοριτσιού με εγκαύματα, που απομακρυνόταν τρομοκρατημένο, μετά από ένα πλήγμα με βόμβες ναπάλμ, γκρέμισαν τα όνειρα των ΗΠΑ για την τελική επικράτηση²⁷⁸. Οι ΗΠΑ πίστευαν ότι μέσα από τα τεχνολογικά επιτεύγματα της εποχής και τροφοδοτώντας με αυτά τις ψυχολογικές επιχειρήσεις, είχαν οδηγηθεί στην ανακάλυψη του «άγιου δισκοπότηρου» του πολέμου, φθάνοντας τελικά στην ουτοπία του αμιγώς τεχνολογικού πολέμου.

Συγκεφαλαιώνοντας είναι γεγονός ότι πλέον έχουμε περάσει από το *modus operandi* των αρχαίων Ελλήνων, στην πάγια κουλτούρα εφαρμογής των ψυχολογικών επιχειρήσεων στο στρατηγικό επίπεδο, πλην όμως σε μερικές περιπτώσεις παραβλέφθηκαν τα αρχέγονα στοιχεία που δίδαξαν αυτοί και θεοποιήθηκαν τα υπερσύγχρονα που έδωσε η τεχνολογία. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα στην κατά τεκμήριο μερική διατάραξη της ισορροπίας εφαρμογής των ψυχολογικών επιχειρήσεων και η οποία μέσα από την αντίληψη που προσφέρει η σύγχρονη τεχνολογία στο παγκόσμιο χωριό, φέρνει κατά περίπτωση αντίθετα αποτελέσματα.

Έτσι επιβεβαιώνεται η ρήση του Παναγιώτη Κονδύλη «ο πραγματικός πόλεμος δεν θα ενταχθεί στο καθαρό σχήμα της τεχνολογικής ουτοπίας, αλλά θα κινείται συνάμα σε

²⁷⁸ R. Bowdish, *Information Age Psychological Operations*, Military Review, Δεκέμβριος – Φεβρουάριος 1998, σ. 32.

περισσότερα επίπεδα και θα περιέχει ποικίλα στοιχεία, “αρχέγονα” και “υπερσύγχρονα”²⁷⁹».

²⁷⁹ Π. Κονδύλης, *Θεωρία του Πολέμου*, ό.π., σ. 363.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΟΙ ΣΥΓΚΡΟΥΣΕΙΣ ΣΤΟ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΧΩΡΙΟ: Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΩΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΟΝ 21^Ο ΑΙΩΝΑ

4.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Επιδιώκοντας μία ενδεδειγμένη αναζήτηση της εφαρμογής των ψυχολογικών επιχειρήσεων στη στρατηγική, η παρούσα εργασία θα ήταν ελλιπής αν παραβλέπαμε τον 21^ο αιώνα και τις ιδιομορφίες που έχουν ανατείλει στη νέα χιλιετία για τις συγκρούσεις μεταξύ κρατών, αλλά και την εμφάνιση «πολέμων» μεταξύ κρατικών και μη, δρώντων σε ένα πεδίο συγκρούσεων που όπως διαφαίνεται δεν περιορίζεται από σύνορα. Επιπλέον οι σημερινές τεχνολογίες επικοινωνιών έχουν σύρει τόσο κοντά τις γειτονιές του «παγκόσμιου χωριού» έχοντας δώσει ώθηση στις ψυχολογικές επιχειρήσεις, ανάγοντας αυτές σε κύριο όπλο στο οπλοστάσιο των αντιμαχομένων, αλλά δημιουργώντας ταυτόχρονα ένα συνεπακόλουθο ερώτημα και στο οποίο θα προσπαθήσουμε να δώσουμε απάντηση: τι δυνατότητες έχουν να προσφέρουν στο μελλοντικό και πολύπλοκο πεδίο αντιπαραθέσεων; Είναι οι ψυχολογικές επιχειρήσεις το μέσο που θα λύσει το «γόρδιο δεσμό» της αυξανόμενης έντασης και αντιπαλότητας που βιώνουμε;

Ορμώμενοι από τον Παναγιώτη Κονδύλη, ο οποίος, μεταξύ άλλων, αναφέρει ότι έχουν πολύ μεγάλο ενδιαφέρον οι περιπτώσεις σύγκρουσης της πλανητικής υπερδύναμης τόσο με μεσαιές δυνάμεις όσο και η συνάφεια με την τρομοκρατία²⁸⁰, στο παρόν κεφάλαιο, με αφετηρία την ισλαμική τρομοκρατία, που οδήγησε τις ΗΠΑ με τους συμμάχους της, ή μη, να της κηρύξουν τον πόλεμο, θα εξετάσουμε τις ψυχολογικές επιχειρήσεις στο πλαίσιο τόσο των στρατιωτικών συμβατικών επιχειρήσεων όσο κατά τις αντεπαναστατικές συγκρούσεις, που εξελίχθηκαν την περασμένη δεκαετία. Μέσα από τις υπόψη αναφορές σκοπός είναι να αναδείξουμε την αξία ή μη των ψυχολογικών επιχειρήσεων στο σύγχρονο και περίπλοκο περιβάλλον απειλών. Απειλές που αναδεικνύονται σε μία εποχή που «ο ορισμός της κρατικής εξουσίας ενδέχεται να καταστεί αμφιλεγόμενος», όπως αναφέρει ο Henry Kissinger²⁸¹, «τα έθνη – κράτη βαθμιαία

²⁸⁰ Π. Κονδύλης, *Θεωρία του Πολέμου*, ό.π., σ. 371.

²⁸¹ Η. Kissinger, *Παγκόσμια Τάξη*, μτφ Χρήστος Καψάλης, Αθήνα, Εκδόσεις Λιβάνη, 2015, σ. 482.

διαβρώνονται όλο και πιο πολύ²⁸²», όπως παρατηρεί είτε ο Zbigniew Brzezinski και πιθανώς, όπως παρατηρεί ο Martin Van Creveld «είναι φανερό ότι έχει παρέλθει η εποχή όπου το κράτος εμφανιζόταν, όπως συνέβαινε ιδιαίτερα την εποχή του ολοκληρωτικού πολέμου, ως ο επί γης θεός²⁸³».

4.2. Ο ΠΟΛΕΜΟΣ ΚΑΤΑ ΤΗΣ ΤΡΟΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

Στις 11 Σεπτεμβρίου 2001 εκδηλώθηκαν αεροπειρατείες σε τέσσερις πολιτικές πτήσεις στις ΗΠΑ. Οι αεροπειρατές κατάφεραν να οδηγήσουν τα τρία από τα αεροσκάφη, δύο στη Νέα Υόρκη και ένα στην Ουάσιγκτον, και να προσκρούσουν επάνω στους δίδυμους πύργους του Παγκόσμιου Κέντρου Εμπορίου στη Νέα Υόρκη και στο Πεντάγωνο. Ουσιαστικά αυτή η ενέργεια παρέδωσε τις ΗΠΑ στον εφιάλτη της τρομοκρατίας και αποτέλεσε τη θρυαλλίδα που προκάλεσε την κήρυξη εκ μέρους τους του «Πολέμου κατά της Τρομοκρατίας²⁸⁴».

Πριν προχωρήσουμε στην περαιτέρω ανάλυση των ψυχολογικών επιχειρήσεων, που διεξήχθησαν στο πλαίσιο του υπόψη πολέμου, δεν πρέπει να μας διαφεύγει η ψυχολογική επίδραση και ο καίριος ψυχολογικός συμβολισμός αυτής καθ' αυτής της τρομοκρατικής πράξης, η οποία αποτελεί μια ψυχολογική επιχείρηση πρόκλησης δέους από μόνη της, με τεράστιο αντίκτυπο στον ψυχισμό όχι μόνο των ΗΠΑ, αλλά ολόκληρου του Δυτικού Κόσμου. Εξαιρετικά σημαντικό στοιχείο αυτής της ενέργεια ήταν η επιλογή των στόχων. Όπως αναφέρει ο Philip Taylor, το Παγκόσμιο Κέντρο Εμπορίου, αποτέλεσε τον πλέον συμβολικό στόχο, καθόσον εκπροσωπούσε το μνημείο του θριάμβου της ελεύθερης αγοράς, του φιλελεύθερου καπιταλισμού και του ίδιου του νεωτερισμού²⁸⁵. Επιπλέον προσθέτει ότι μαζί με την προσβολή στο Πεντάγωνο, η υπόψη ενέργεια εκπροσωπούσε το πλήγμα στην καρδιά της κραταιάς μοναδικής υπερδύναμης²⁸⁶.

²⁸² Z. Brzezinski, *Η Μεγάλη Σκακιέρα*, μτφ Ελένη Αστερίου, Αθήνα, Εκδόσεις Λιβάνης, 1998, σ. 360.

²⁸³ M. Van Creveld, *Η Άνοδος και η Πτώση του Κράτους*, μτφ Κ. Κολιόπουλος, Αθήνα, Εκδόσεις Τουρικής, 2003, σ. 475.

²⁸⁴ P. M. Taylor, *Munitions of the mind: A history of propaganda from the ancient world to the present day*, ό.π., σ. 315.

²⁸⁵ Στο ίδιο, σ. 318.

²⁸⁶ Στο ίδιο, σ. 315.

Έτσι αν συνδυάσουμε τα παραπάνω με τις προηγούμενες αναφορές μας για την πρόκληση δέους, παρουσιάζεται ξεκάθαρα ότι η υπόψη προσβολή αποτελεί μία ψυχολογική επιχείρηση θηριωδίας στο πλαίσιο πρόκλησης δέους και ουσιαστικά αποσκοπεί στην υπονόμηση του αντιπάλου. Με αυτή την ενέργεια «ενσαρκώνεται» αυτό που αναφέρει ο Σπυρίδων Λίτσας για τη θηριωδία στο πλαίσιο πρόκλησης δέους, ότι μία τέτοιου είδους πράξη έχει έναν από τους βασικούς στόχους της «να θέσει σε δοκιμασία την κοινωνική συνοχή στο εσωτερικό του κράτους», προσθέτοντας ως έναν από τους αντικειμενικούς σκοπούς της, επί του αντιπάλου, τη «μη δυνατότητα επιστροφής αυτού σε συνθήκες πολιτικής κανονικότητας²⁸⁷».

Έτσι λοιπόν με αυτή την ενέργεια θηριωδίας εναντίων της μοναδικής υπερδύναμης καταδεικνύεται αφενός η διαχρονικότητα των ψυχολογικών επιχειρήσεων, αφετέρου η ισχύς που δύναται να έχουν τέτοιου τύπου ενέργειες, στην αυγή της τρίτης χιλιετίας. Δεν πρέπει να μας διαφεύγει η σχετική αναφορά του Παναγιώτη Κονδύλη ότι λαμβάνοντας υπόψη ένα δυσμενή συσχετισμό δυνάμεων «ο ασθενέστερος μόνο μία δυνατότητα έχει να μεταφέρει (εν μέρει) τον πόλεμο στο έδαφος του ισχυρότερου, να επιτύχει δηλαδή με άλλα μέσα ότι μια μεσαία ή μείζων δύναμη θα κατάφερνε με τους βαλλιστικούς της πυραύλους· η δυνατότητα αυτή είναι η τρομοκρατία και η δολιοφθορά²⁸⁸».

Προς επιβεβαίωση των παραπάνω, ως προς την ισχύ των ενεργειών αυτών, την επίτευξη ουσιαστικής υπονόμησης του ηθικού του πληθυσμού και ταυτόχρονου εγκλωβισμού του σε κατάσταση πανικού, μέσα από την προσβολή του κίνητρου της αυτοσυντήρησης του, έρχεται το τραγικό παράδειγμα του πανικού, μεταξύ των συγκεντρωμένων, που επικράτησε στο Παρίσι εξαιτίας κροτίδων που ρίφθηκαν κατά την επιμνημόσυνη δέηση για τα θύματα της αιματηρής τρομοκρατικής επίθεσης, στη Γαλλία, της 13 Νοεμβρίου 2015²⁸⁹. Το υπόψη γεγονός αποτελεί μια θλιβερή απόδειξη της επίδρασης των πράξεων θηριωδίας στον ψυχισμό του ανθρώπου και του φόβου που φωλιάζει στο μυαλό των ανθρώπων ως αποτέλεσμα αυτών.

²⁸⁷ Σ. Λίτσας, *ΙΙΙΑΔΑ και διεθνής πολιτική: Μια Θεωρητική Προσέγγιση*, ό.π., σ.241.

²⁸⁸ Π. Κονδύλης, *Θεωρία του Πολέμου*, ό.π., σ. 375.

²⁸⁹ Τα ΝΕΑ, *Βίντεο καταγράφει τον πανικό στην Παναγία των Παρισίων*, 15 Νοεμβρίου 2015, <http://www.tanea.gr/news/world/article/5311096/astynomikos-synagermos-gyrw-apo-thn-panagia-twn-parisiwn>, Πρόσβαση 25 Νοεμβρίου 2015.

Συνεχίζοντας την περαιτέρω εξέταση ψυχολογικών επιχειρήσεων μετά την 11^η Σεπτεμβρίου 2001, κατά τον πόλεμο ενάντια στην τρομοκρατία, ο οποίος κυριαρχεί στις εξελίξεις κατά τον 21^ο αιώνα, μπορούμε να διαπιστώσουμε την επίδραση και τις εφαρμογές των ψυχολογικών επιχειρήσεων στο επίπεδο τόσο της υψηλής, όσο και της στρατιωτικής στρατηγικής, μέσα από τις επιχειρήσεις των ΗΠΑ στο Αφγανιστάν και το Ιράκ. Φάρος στην πρώτη περίπτωση, αποτελεί το πλαίσιο των αντεπαναστατικών επιχειρήσεων, ενώ στη δεύτερη, η διεξαγωγή συμβατικών επιχειρήσεων. Όμως και στις δύο περιπτώσεις θα συναρτήσουμε την εξέταση αυτής της εξέλιξης και εφαρμογής των ψυχολογικών επιχειρήσεων, με το σύγχρονο επικοινωνιακό περιβάλλον.

4.2.1. Οι Επιχειρήσεις στο Αφγανιστάν

Από το αρχικό στάδιο της αμερικανικής εμπλοκής στο Αφγανιστάν το 2001, οι ψυχολογικές επιχειρήσεις εστιάστηκαν σε τρεις αντικειμενικούς σκοπούς. Την ανατροπή της τότε ηγεσίας, την αποδοχή από τον πληθυσμό της ανάπτυξης ξένων στρατευμάτων στη χώρα και τέλος τη δημιουργία μιας δημοκρατικής εθνικής κυβέρνησης στο Αφγανιστάν²⁹⁰.

Τη σκιαγράφηση του περιβάλλοντος, από πλευράς των πληροφοριακών επιχειρήσεων σε αυτά, το πρώτο στάδιο της εμπλοκής στο Αφγανιστάν, μας παρουσιάζει εύστοχα ο Peter L. Burnett Jr.:

«Κατά τη διάρκεια της αρχικής επίθεσης ενάντια στο Αφγανιστάν, η οπτική του Αφγανικού πληθυσμού για την Αμερική ήταν αρχικά αρνητική εξαιτίας της έλλειψης γνώσης σχετικά με την αμερικανική επίθεση. Η κυβέρνηση των Ταλιμπάν και η ηγεσία τη Αλ – Κάιντα προσπάθησαν να πείσουν τους ανθρώπους του Αφγανιστάν ότι η Αμερική επιτίθεται στη θρησκευτική πίστη του λαού του Αφγανιστάν. Η κυβέρνηση των Ταλιμπάν και το δίκτυο της Αλ – Κάιντα είχαν στόχο να αποκτήσουν την υποστήριξη του Αφγανικού πληθυσμού, την πολιτική θέληση του κόσμου, να προωθήσουν το μίσος ενάντια σε κάθε αμερικανική προσπάθεια στο Αφγανιστάν. Χρησιμοποιώντας τις ψυχολογικές επιχειρήσεις ως εργαλείο, η Αμερική ήταν σε θέση να πλησιάσει τους ανθρώπους μέσα από φυλλάδια, τρόφιμα, ραδιοφωνικές μεταδόσεις, χρήση των συμμαχικών δυνάμεων και καλές πράξεις, για να αποδείξει ότι η Αμερική δεν επιτιθόταν

²⁹⁰ A. Munoz, *U.S. Military Information Operations in Afghanistan: Effectiveness of Psychological Operations 2001 – 2010*, Santa Monica, RAND Corporation, 2012, σ. 1.

στη θρησκευτική πίστη, αλλά στις τρομοκρατικές δραστηριότητες. Οι ψυχολογικές επιχειρήσεις έριξαν ένα λαμπρό φως επάνω στις αμερικανικές προσπάθειες στο Αφγανιστάν, ανεξάρτητα από αυτές τις ίδιες τις προσπάθειες και τις αμερικανικές εξηγήσεις. Καμιά χώρα δεν επιθυμεί να δέχεται επίθεση, αλλά οι ψυχολογικές επιχειρήσεις απέδωσαν και απέδειξαν ότι ήταν ένα αποτελεσματικό μέτρο στην προσπάθεια της Αμερικής κατά της τρομοκρατίας²⁹¹».

Τα παραπάνω, ουσιαστικά σκιαγραφούν τις ψυχολογικές ενέργειες από μέρους των δύο αντιπάλων, των Ταλιμπάν και της Αλ – Κάιντα από τη μία μεριά και της συμμαχίας από την άλλη, εντός του πεδίου αντιπαράθεσης των ψυχολογικών επιχειρήσεων, που αποτελούσε το μυαλό και η καρδιά του Αφγανικού λαού. Ουσιαστικά το σύνολο αυτών των ψυχολογικών επιχειρήσεων που αποσκοπούσαν στην αύξηση ή την υπονόμευση της εσωτερικής νομιμοποίησης, ανάλογα το σχεδιαστή τους, της ηγεσίας των Ταλιμπάν, εμπίπτουν σε εφαρμογές των ψυχολογικών επιχειρήσεων στην υπηρεσία της στρατηγικής, όπως είδαμε και σε προηγούμενα κεφάλαια.

Στο πλαίσιο των παραπάνω, σύμφωνα με τον Arturo Munoz, αναπτύχθηκαν από τις ΗΠΑ τα κυρίαρχα θέματα των ψυχολογικών επιχειρήσεων και τα οποία ήταν:

- Ο πόλεμος κατά της τρομοκρατίας δικαιολογεί την επέμβαση των ΗΠΑ.
- Οι συμμαχικές δυνάμεις φέρνουν την ειρήνη και την πρόοδο.
- Η Αλ – Κάιντα και οι Ταλιμπάν είναι εχθροί του Αφγανικού λαού.
- Προσφέρονται χρηματικές αμοιβές για τη σύλληψη των ηγετών της Αλ – Κάιντα και των Ταλιμπάν.
- Απαιτείται η υποστήριξη του Αφγανικού πληθυσμού για την αντιμετώπιση των αυτοσχέδιων εκρηκτικών μηχανισμών (IED's).
- Οι Αμερικανικές δυνάμεις έχουν τεχνολογική υπεροχή έναντι των Ταλιμπάν.

²⁹¹P. Burnett Jr. *Information Operations*, Pennsylvania, U.S. Army War College, 2002, σ. 7.

- Η Αφγανική κυβέρνηση και οι Αφγανικές Εθνικές Δυνάμεις Ασφαλείας (Afghan National Security Forces “ANSF”) παρέχουν ειρήνη και πρόοδο.
- Η δημοκρατία ωφελεί το Αφγανιστάν και όλοι οι Αφγανοί πρέπει να συμμετάσχουν στις εκλογές.
- Χρηματικές αμοιβές προσφέρονταν για την παράδοση οπλισμού.

Έτσι με θεμέλιο λίθο τα παραπάνω θέματα κινήθηκαν οι ψυχολογικές ενέργειες των ΗΠΑ, προκειμένου να υπάρξει η διαμόρφωση της κοινής γνώμης του Αφγανιστάν και η επίτευξη των κύριων στοχεύσεων που αναφέραμε νωρίτερα. Πρακτικά αποτελούσαν την εφαρμογή των ψυχολογικών επιχειρήσεων για την υποστήριξη και εξυπηρέτηση των στοχεύσεων σε επίπεδο υψηλής και στρατιωτικής στρατηγικής των ΗΠΑ τόσο κατά την προετοιμασία, όσο και κατά τη διάρκεια της εμπλοκής στο Αφγανιστάν.

Πέραν των παραπάνω και στο πλαίσιο εξέτασης της εφαρμογής των ψυχολογικών επιχειρήσεων για την εξυπηρέτηση των εκάστοτε στοχεύσεων, ενδιαφέρον θα ήταν να αναζητήσουμε μερικά παραδείγματα για το πως αυτά τα ψυχολογικά θέματα μεταφράστηκαν σε ψυχολογικές ενέργειες προκειμένου να υποστηρίξουν την επίτευξη των αντικειμενικών σκοπών που είχαν τεθεί.

4.2.1.1. Από τη Θεωρία στην Πράξη, Εξέταση της Εφαρμογής των Ψυχολογικών Θεμάτων στις Επιχειρήσεις

Όπως διαπιστώθηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο, κατά την εξέταση των ψυχολογικών επιχειρήσεων του πολέμου του Βιετνάμ που διεξήχθησαν από τις ΗΠΑ υπό το πρίσμα των βασικών αρχών ψυχολογικών επιχειρήσεων, απαιτείται να υπάρχει προσαρμογή των μηνυμάτων αυτών στις εκάστοτε μεταβολές, προκειμένου να υπάρχουν τα επιθυμητά από τους σχεδιαστές ευνοϊκά αποτελέσματα.

Έτσι, ενώ ο όγκος των θεμάτων στο Αφγανιστάν παρέμεινε κατά βάση ο ίδιος, υπήρξαν μεταβολές του πυρήνα των μηνυμάτων που τα υποστήριζαν, λαμβάνοντας υπόψη το δόγμα των αντεπαναστατικών επιχειρήσεων ή την εκάστοτε διαμορφούμενη

πολιτική κατάσταση. Η μεγαλύτερη όμως αλλαγή που υπήρξε ήταν στην θεματολογία που αφορούσε τη δικαιολόγηση της εμπλοκής των ΗΠΑ στο Αφγανιστάν²⁹².

Στα αρχικά στάδια τα μηνύματα επικεντρώνονταν στη δικαιολόγηση της Αμερικανικής επέμβασης ως αποτέλεσμα των τρομοκρατικών πληγμάτων της 11^{ης} Σεπτεμβρίου 2001, που έγιναν από την Αλ – Κάιντα στις ΗΠΑ. Μετά από εννιά χρόνια επιχειρήσεων διαπιστώθηκε, από μελέτες της κοινής γνώμης στο Αφγανιστάν, ότι δεν υπήρχε απήχηση των υπόψη μηνυμάτων στο ακροατήριο – στόχο. Έτσι οδηγήθηκαν σε μία σημαντική μεταβολή της θεματολογίας της προπαγάνδας προκειμένου να γίνει «Αφγανοκεντρική». Με αυτή τη μεταβολή ουσιαστικά η προπαγάνδα άρχισε να επικεντρώνεται στο τι προκαλούσαν οι τρομοκράτες στον Αφγανικό λαό, σε αντίθεση με το προηγούμενο που ήταν, τι επιπτώσεις είχαν οι ενέργειες τους στις ΗΠΑ. Η θεματολογία αυτή, σύμφωνα με τη μελέτη για τις ψυχολογικές επιχειρήσεις στο Αφγανιστάν του RAND (National Defense Research Institute) για λογαριασμό του Σώματος των Πεζοναυτών, ήταν πιο αποτελεσματική²⁹³.

Έτσι μέσα από το παραπάνω παράδειγμα διαπιστώνεται εκ νέου ότι η διεξαγωγή των ψυχολογικών επιχειρήσεων πρέπει να λαμβάνει υπόψη και ταυτόχρονα να εκμεταλλεύεται τα ψυχολογικά ενδιαφέροντα και κίνητρα του ακροατηρίου – στόχου και να συμμορφώνεται με αυτά. Οι ψυχολογικές ενέργειες οι οποίες υλοποιούνται με βάση αποκλειστικά την οπτική γωνία των σχεδιαστών, χωρίς να αντιλαμβάνονται την οπτική του προς επηρεασμό στόχου, κατά πάσα πιθανότητα, κατ' ελάχιστο θα πέσουν στο κενό. Προς επιβεβαίωση αυτού εξαιρετικό παράδειγμα αποτελεί ότι, όταν οι ψυχολογικές επιχειρήσεις των ΗΠΑ έθεσαν την «ταμπέλα» των διεθνών τρομοκρατών στους Ταλιμπάν, αυτόματα τα μηνύματα τους έχασαν σε αξιοπιστία ανάμεσα στους Παστούν²⁹⁴, καθώς αυτοί δεν αποδέχονταν ότι οι Ταλιμπάν ήταν διεθνείς τρομοκράτες που είχαν σχέση με τα τρομοκρατικά χτυπήματα της 11 Σεπτεμβρίου 2001²⁹⁵.

²⁹² A. Munoz, *U.S. Military Information Operations in Afghanistan: Effectiveness of Psychological Operations 2001 – 2010*, ό.π.. σ. 31.

²⁹³ Στο ίδιο, σ. 31.

²⁹⁴ Εθνότητα - Φυλή τόσο του Αφγανιστάν, όσο και του Πακιστάν.

²⁹⁵ A. Munoz, *U.S. Military Information Operations in Afghanistan: Effectiveness of Psychological Operations 2001 – 2010*, ό.π.. σ. 34.

Ένα σημαντικό θέμα που είδαμε σε προηγούμενα κεφάλαια ήταν ότι για να υπάρχει επιτυχία των ψυχολογικών επιχειρήσεων πρέπει να υπάρχει συνέργια των ψυχολογικών ενεργειών με τις παράλληλα υλοποιούμενες φυσικές ενέργειες. Έτσι στην περίπτωση του Αφγανιστάν έχει ενδιαφέρον η εναρμόνιση του θέματος που προαναφέραμε, ότι «Οι συμμαχικές δυνάμεις φέρνουν ειρήνη και πρόοδο», με τις φυσικές ενέργειες που γίνονταν στην περιοχή.

Στην υπόψη περίπτωση το θέμα της φιλίας και της παροχής ειρήνης και προόδου είναι ένα διαχρονικό θέμα που έχει χρησιμοποιηθεί από πολλούς κατά το παρελθόν στη διάρκεια συγκρούσεων. Αρχικά παρουσιάστηκε ως μία συμπαγής και αλτρουιστική χειρονομία η ρίψη τροφίμων και άλλων ειδών σε περιοχές το Αφγανιστάν, ειδικά σε απομονωμένες κοινότητες στην περιοχή των Αφγανο – Πακιστανικών συνόρων. Αυτές συνδυάστηκαν με εκτέλεση ψυχολογικών επιχειρήσεων που περιελάμβαναν τη ρίψη προκηρύξεων (εικόνες 10 και 11), καθώς και ραδιοφωνικές μεταδόσεις οι οποίες ανακοίνωναν τις υπόψη διανομές ειδών, επιτυγχάνοντας θετικά αποτελέσματα²⁹⁶.

Αυτός ο συνδυασμός όμως ανατράπηκε στη συνέχεια, κυρίως στην περίοδο 2006 - 2010, κατά τη διάρκεια των αντεπαναστατικών επιχειρήσεων όπου η τοπική κοινωνία βρέθηκε αντιμέτωπη με στρατιωτικές επιχειρήσεις για την εξουδετέρωση δυνάμεων των Ταλιμπάν. Έγιναν μάρτυρες νυχτερινών ενεργειών, εισβολής σε σπίτια και έρευνας σε αυτά ή ακόμα και σε αεροπορικά πλήγματα σε χωριά. Όλες αυτές οι ενέργειες έρχονταν σε ευθεία αντίθεση με την προπαγάνδα των ΗΠΑ ότι βρισκόνταν στο Αφγανιστάν για το καλό του λαού του²⁹⁷.

Χαρακτηριστική είναι η αναφορά του Thomas Ruttig:

«Ενώ η διεθνής εμπλοκή, τόσο στρατιωτική όσο πολιτική, ήταν σαφώς καλοδεχούμενη ανάμεσα στους Αφγανούς κατά τα πρώτα χρόνια μετά το 2001, πρόσφατα έχουν θέσει τους δικούς τους «κανόνες». Η απαίτηση οι δυτικές δυνάμεις να απέχουν από τη χρήση σκληρών και πολιτιστικά ευαίσθητων τακτικών έχει εξαπλωθεί στο κοινό. Μερικά περιφερειακά συμβούλια και ακόμα ομάδες μελών του κοινοβουλίου

²⁹⁶ A. Munoz, *U.S. Military Information Operations in Afghanistan: Effectiveness of Psychological Operations 2001 – 2010*, ό.π., σ. 39.

²⁹⁷ Στο ίδιο, σ. 40.

μποϊκοτάρουν συνεδριάσεις σε ένδειξη διαμαρτυρίας ενάντια στις αεροπορικές επιθέσεις που προκαλούν παράπλευρες απώλειες ανάμεσα στους άμαχους. Το κοινοβούλιο απαιτεί νομοθεσία που θα ρυθμίζει το καθεστώς των ξένων δυνάμεων και ένα τέλος σε όλες τις επιχειρήσεις στις οποίες δεν είναι παρόντα Αφγανικά στρατεύματα²⁹⁸.»

Μέσα από την παραπάνω αναφορά βλέπουμε ξεκάθαρα πως φυσικές ενέργειες μπορούν να ανατρέψουν τις προσπάθειες των ψυχολογικών επιχειρήσεων, καθιστώντας αυτές αναξιόπιστες και ενώ οι φυσικές αυτές ενέργειες έχουν σκοπό να ωθήσουν στην επίτευξη πολλές φορές τακτικών αντικειμενικών σκοπών των στρατιωτικών επιχειρήσεων, στην πράξη όχι μόνο ακυρώνουν τις ψυχολογικές ενέργειες αλλά ωθούν στην απομάκρυνση από τις στρατηγικές στοχεύσεις.

Μέσα από τη σχετική έρευνα που μας παρουσιάζει ο Adam Mynott, επιβεβαιώνεται ότι αφενός ένα από τα κυρίαρχα προβλήματα στο Αφγανιστάν είναι οι παράπλευρες απώλειες από ενέργειες της International Security Assistance Force (ISAF), αφετέρου η χαμηλή δημοτικότητα του Χαμίντ Καρζάι²⁹⁹, σε σχέση με το 2005³⁰⁰. Ουσιαστικά τα παραπάνω, όπως αναφέρει ο Arturo Munoz, αποτελούν μία αθέλητη επιβεβαίωση της προπαγάνδας των Ταλιμπάν που υποστηρίζει ότι οι δυτικοί και συγκεκριμένα οι ΗΠΑ ευθύνονται για τον πόλεμο και ο Καρζάι είναι απλά μία μαριονέτα τους χωρίς να παρέχει καμία ωφέλεια³⁰¹. Έτσι πρακτικά ακυρώνουν τις στρατηγικές στοχεύσεις που αφορούν τόσο στην παρουσίαση των δυτικών δυνάμεων ως ένα φορέα που φέρνει την ειρήνη και την ευημερία στη χώρα, όσο και το μήνυμα του εκδημοκρατισμού αυτής.

Έτσι λοιπόν μέσα από τα παραπάνω, αλλά και λαμβάνοντας υπόψη τη «λεπτή» αναφορά του Thomas Ruttig για «πολιτιστικά ευαίσθητες τακτικές» φθάνουμε σε

²⁹⁸ T. Ruttig, *The Other Side Dimensions of the Afghan Insurgency: Causes, Actors an Approaches to 'Talks'*, Afghanistan Analysts Network, 2009, σ. 7.

²⁹⁹ Ο Χαμίντ Καρζάι είναι ο πρώτος δημοκρατικά εκλεγμένος Πρόεδρος της χώρας.

³⁰⁰ A. Mynott, Afghans more optimistic for future, survey shows, BBC World Affairs Correspondent, 2010, http://news.bbc.co.uk/2/hi/south_asia/8448930.stm, Πρόσβαση 7 Δεκεμβρίου 2015.

³⁰¹ A. Munoz, *U.S. Military Information Operations in Afghanistan: Effectiveness of Psychological Operations 2001 – 2010*, ό.π.. σ. 41.

δύο κυρίαρχα στοιχεία που έχουν εξαιρετική επίδραση στις ψυχολογικές επιχειρήσεις στον 21^ο αιώνα, το «Στρατηγικό Δεκανέα» και τη «Διάσταση της Κουλτούρας».

4.2.1.2. Ο Στρατηγικός Δεκανέας, Τακτικές Ενέργειες με Στρατηγικό Αντίκτυπο

Ο όρος του «στρατηγικού δεκανέα» εισήχθη από το στρατηγό Charles Krulak του Σώματος των Αμερικάνων Πεζοναυτών. Ο Krulak ανέφερε:

«Σε πολλές περιπτώσεις, ο κάθε ένας πεζοναύτης θα είναι το πιο εμφανές σύμβολο της αμερικανικής εξωτερικής πολιτικής και ενδεχομένως θα επηρεάζει όχι μόνο την τακτική κατάσταση, αλλά και το επιχειρησιακό και στρατηγικό επίπεδο επίσης. Οι ενέργειες του, ως εκ τούτου, θα έχουν άμεσο αντίκτυπο στο αποτέλεσμα μεγαλύτερων επιχειρήσεων και θα γίνει, όπως ο τίτλος του άρθρου προτείνει, ο “Στρατηγικός Δεκανέας³⁰²”.»

Επίσης αξιοσημείωτη δήλωση για το θέμα έκανε και ο στρατηγός Peter Leahy, αρχηγός του αυστραλιανού στρατού:

«Η εποχή του στρατηγικού δεκανέα είναι εδώ. Οι στρατιώτες του σήμερα πρέπει να κατέχουν σε επαγγελματικό επίπεδο τη γνώση του πολέμου, αλλά και να τη συνδυάζουν με πολιτική και επικοινωνιακή ευαισθησία³⁰³.»

Στις περισσότερες των περιπτώσεων η ιδέα του στρατηγικού δεκανέα συναρτάται με το πολύπλοκο φάσμα επιχειρήσεων, όπου το στρατιωτικό προσωπικό καλείται να εμπλακεί σε επιχειρήσεις τόσο συμβατικού χαρακτήρα όσο επιβολής ειρήνης ή παροχής ανθρωπιστικής βοήθειας³⁰⁴. Αυτή λοιπόν η συνάρτηση επικεντρώνεται στα ηγετικά κυρίως χαρακτηριστικά που πρέπει να διακατέχουν το προσωπικό για να ανταπεξέλθει σε πολύπλοκες καταστάσεις που μπορούν να εξελιχθούν ραγδαία από μία αστυνομικού χαρακτήρα επιχείρηση σε συγκρούσεις χαμηλής έντασης.

³⁰² C. C. Krulak, *The Strategic Corporal: Leadership in the Three Block War*, Marines Magazine, Ιανουάριος 1999, http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/usmc/strategic_corporal.htm , Πρόσβαση 8 Δεκεμβρίου 2015.

³⁰³ T.M. Scott, *Enhancing the Future Strategic Corporal*, Quantico, Marine Corps University, 2006, σ. 1.

³⁰⁴ L. Liddy, *The Strategic Corporal Some Requirements in Training and Education*, Australian Army Journal, Volume II, Number 2, Autumn 2004, σ. 140.

Μπορούμε όμως να συμπεράνουμε ότι η παραπάνω προσέγγιση της ιδέας του στρατηγικού δεκανέα, ως προς την ηγεσία κατά τις επιχειρήσεις, αποτελεί αν όχι μυωπική, τουλάχιστον μία περιοριστική εφαρμογή της ιδέας αυτής, σε επίπεδο στρατιωτικής στρατηγικής και όχι μόνο.

Στον πόλεμο του 21^{ου} αιώνα, όπως αναφέρει ο Joseph Nye, «ο πόλεμος που διεξάγεται σήμερα δεν έχει καθορισμένα μέτωπα. Επικεντρώνεται στην κοινωνία του εχθρού, φθάνοντας βαθιά μέσα στην επικράτεια του για να καταστρέψει την πολιτική βούληση³⁰⁵.» Έτσι λοιπόν, υπερβατικά, μπορούμε να δούμε μέσα από το στρατηγικό δεκανέα, την επέκταση των δράσεων ψυχολογικών ενεργειών επηρεασμού μέχρι το κατώτατο τακτικό επίπεδο.

Αυτή η επέκταση, όπως αναφέρει ο Josh Manchester, πυροδοτείται από δύο στοιχεία, την παγκοσμιοποίηση και τα ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης. Έτσι για παράδειγμα ένα οποιοδήποτε βίντεο, που παρουσιάζει ενέργειες στρατιωτικού προσωπικού στο Ιράκ, το οποίο αναρτάται στο διαδίκτυο, ανεξάρτητα αν έχει ή όχι στοχεύσει κάποιο συγκεκριμένο ακροατήριο στόχο, έχει τέσσερα πιθανά ακροατήρια στόχους, που το καθένα από αυτά έχει την τάση να το ερμηνεύσει με διαφορετική οπτική γωνία³⁰⁶:

- Τον ιρακινό πληθυσμό.
- Τους μουσουλμάνους σε άλλες περιοχές του κόσμου.
- Τον Αμερικανικό πληθυσμό
- Τον υπόλοιπο κόσμο.

Προς επίρρωση της σημασίας των παραπάνω ήρθε η δημιουργία διαδικτυακού καναλιού στο You Tube από τις πολυεθνικές δυνάμεις στο Ιράκ³⁰⁷. Η

³⁰⁵ J. Jr. Nye, «Ο πόλεμος στον 21ο αιώνα», ό.π.

³⁰⁶J. Manchester, The Strategic Corporal vs. The Strategic Cameraman, Small Wars Journal, 8 Μαΐου 2007, <http://smallwarsjournal.com/blog/the-strategic-corporal-vs-the-strategic-cameraman> , πρόσβαση 8 Δεκεμβρίου 2015.

³⁰⁷ Βλέπε το υπόψη κανάλι στο You- tube. Multi-National Force – Iraq, <https://www.youtube.com/profile?user=MNFIRAQ> , Πρόσβαση 8 Δεκεμβρίου 2015.

δημιουργία του υπόψη καναλιού όπως αναφέρθηκε, έγινε προκειμένου να υπάρξει οπτική του πολέμου από μέρους των ΗΠΑ σε αντιδιαστολή με τη χρήση του διαδικτύου από τους ισλαμιστές, οι οποίοι το χρησιμοποιούσαν προκειμένου να προσηλυτίζουν οπαδούς ή να επιδεικνύουν ενέργειες τους εναντίων των στρατιωτικών δυνάμεων των ΗΠΑ³⁰⁸.

Έτσι τα παραπάνω καταδεικνύουν τη σημασία που έχει οποιαδήποτε ενέργεια, οποιουδήποτε προσώπου, προκειμένου να υπάρξει συνέργεια των φυσικών ενεργειών με τις ψυχολογικές επιχειρήσεις, έτσι ώστε οι τελευταίες να καταστούν αποτελεσματικές. Η έννοια του στρατηγικού δεκανέα, πέρα από σχετική οπτική που προσλαμβάνει η προβολή της εικόνας του στα εκάστοτε σύγχρονα μέσα επικοινωνίας, επιπλέον αναδεικνύει τη σημασία που έχει η διάσταση της προσωπικής επαφής για την αποδοτικότητα των ψυχολογικών επιχειρήσεων ακόμα και στην εποχή της ακαριαίας επικοινωνίας. Χαρακτηριστικό της σημασίας αυτού, αλλά και της βαρύτητας που έχουν λάβει οι ψυχολογικές επιχειρήσεις, είναι ο τίτλος του άρθρου του Amy Abbott, που αναφερόμενος στις ενέργειες των τακτικών ομάδων ψυχολογικών επιχειρήσεων στο Αφγανιστάν, τιτλοφορεί το άρθρο του «Στρατιώτες Ψυχολογικών Επιχειρήσεων: Κερδίζοντας τον Πόλεμο, Μία φιλία τη φορά³⁰⁹».

Δεν πρέπει να ξεχνάμε, όπως στη ρήση του Χέρμπερτ Μάρσαλ Μακλάχαν «το μέσο είναι το μήνυμα» και στην περίπτωση των σύγχρονων συγκρούσεων χαμηλής έντασης και κυρίως των αντεπαναστατικών επιχειρήσεων, μπορούμε να πούμε υπερβολικά ότι το μέσο είναι το άτομο, το οποίο με την προσωπική επαφή αποτελεί ένα «υπερόπλο» διεξαγωγής ψυχολογικών επιχειρήσεων, στο πλαίσιο του πολέμου «κουλτούρας» του 21^{ου} αιώνα, κάτι που έχει εξαιρετική εφαρμογή στη στρατιωτική στρατηγική αλλά και σημαντικές επιπτώσεις στην επίτευξη των στοχεύσεων της υψηλής στρατηγικής.

4.2.1.3. Η Διάσταση της Κουλτούρας

Η διάσταση της κουλτούρας του ακροατηρίου – στόχου δεν είναι κάτι καινούργιο που εμφανίστηκε ως παράγοντας για τις ψυχολογικές επιχειρήσεις στον 21^ο αιώνα, όπως είδαμε και στις λάθος εκτιμήσεις που έγιναν στον πόλεμο του Βιετνάμ. Όπως

³⁰⁸ A. Zavis, U.S. military offers up its side of the Iraq war on YouTube, Los Angeles Times, 1 Μαΐου 2007, <http://articles.latimes.com/2007/may/01/world/fg-cyberwar1>, Πρόσβαση 8 Δεκεμβρίου 2015.

³⁰⁹ A. Abbott, *PSYOP Soldiers: Winning the War One Friendship at a Time*, <http://www.psywarrior.com/WinningFriendshipwar.html>, Πρόσβαση 8 Δεκεμβρίου 2015

χαρακτηριστικά αναφέρει ο Ron Schleifer για το υπόψη θέμα, πουθενά αλλού η έκφραση «να γνωρίζεις τον εχθρό σου» δεν έχει μεγαλύτερη απήχηση από όσο έχει στις ψυχολογικές επιχειρήσεις³¹⁰.

Η μεγάλη όμως διαφορά που προκύπτει στις συγκρούσεις του 21^{ου} αιώνα είναι ότι υπάρχει μία αντίθεση, όπως ίσως «προφητικά» προέβλεψε και ονόμασε ο Παναγιώτης Κονδύλης, «δυτικό – χριστιανικού» και «μουσουλμανικού» πολιτισμού³¹¹. «Η αύξηση της τρομοκρατίας που άρχεται από θρησκευτικούς λόγους, μεταβάλλει την υφή της λογικής που προσδιορίζει τη δομή της τρομοκρατίας», όπως αναφέρει η Μαίρη Μπόση³¹², ενώ προσθέτει σχετικά ότι, «ο ισλαμικός φονταμενταλισμός προσέδωσε πολιτική χροιά στη θρησκεία³¹³». Έτσι είναι φανερό ότι έχει καταστεί αδήριτη η ανάγκη κατανόησης σε βάθος, από τους σχεδιαστές των ψυχολογικών επιχειρήσεων, μίας κουλτούρας στην οποία δεν είχαν αναγκαστεί να εντυπώσουν κατά τον περασμένο αιώνα, στον οποίο είχαν να αντιμετωπίσουν δυνάμεις με κατά βάση κοινά πολιτισμικά – θρησκευτικά στοιχεία.

Έτσι οι «πολιτιστικά ευαίσθητες τακτικές», που αναφέραμε παραπάνω, λαμβάνουν εξαιρετικά μεγάλη σημασία στις ψυχολογικές επιχειρήσεις που εξελίσσονται στον 21^ο αιώνα, σε ένα πολιτιστικά και θρησκευτικά «ξένο» περιβάλλον.

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτού είναι, στην προκήρυξη που είδαμε νωρίτερα (εικόνα 6) και παρουσιάζει μία μουσουλμανική οικογένεια να τρώει, ότι υπήρξε συζήτηση μεταξύ των ειδικών στις ψυχολογικές επιχειρήσεις, και κατά κάποιους από αυτούς οδήγησε στην απόσυρση της υπόψη προκήρυξης, εξαιτίας του ότι παρουσιάζει τον πατέρα της οικογένειας να μοιράζει το φαγητό με το αριστερό χέρι, σε αντίθεση με το πρόπον, που είναι το δεξί σύμφωνα με τις μουσουλμανικές πεποιθήσεις. Έτσι το υπόψη

³¹⁰ R. Schleifer, *Perspectives of Psychological Operations in Contemporary Conflicts: Essays in Winning Hearts and Minds*, ό.π. σ. 15.

³¹¹ Π. Κονδύλης, *Από τον 20^ο στον 21^ο Αιώνα: Τομές στην Πλανητική Πολιτική περί το 2000*, Αθήνα, Εκδόσεις Θεμέλιο, 1998, σ. 91.

³¹² Μ. Μπόση, *Ζητήματα Ασφαλείας στη Νέα Τάξη Πραγμάτων*, Αθήνα, Εκδόσεις Παπαζήση, 1999, σ. 100.

³¹³ Μ. Μπόση, *Ζητήματα Ασφαλείας στη Νέα Τάξη Πραγμάτων*, Αθήνα, Εκδόσεις Παπαζήση, 1999, σ. 101.

γεγονός θεωρείται ότι θα μπορούσε να αποτελέσει μία προσβολή για τη μουσουλμανική κουλτούρα³¹⁴.

Φυσικά στην περίπτωση του πολέμου κατά της τρομοκρατίας είναι σημαντικό να έχουμε υπόψη ότι το ακροατήριο – στόχος δεν είναι απαραίτητα μονολιθικό. Έτσι η συγκέντρωση πληροφοριών και η σχεδίαση των επιχειρήσεων, προκειμένου να υλοποιηθούν αποτελεσματικές ψυχολογικές ενέργειες είναι αχανής και πολύπλοκη δραστηριότητα³¹⁵. Οι πολιτιστικές πληροφορίες, όπως αναφέρει ο Ron Schleifer, απαιτούν κομψή γλώσσα, εκτίμηση των τοπικών εθίμων, της θρησκείας, το διαπροσωπικό κώδικα συμπεριφοράς, μαζί με γνώση των μύθων, των θρύλων και της παράδοσης και πάνω από όλα την κατανόηση επακριβώς πως κάθε τοπική κοινωνία σκέπτεται³¹⁶.

Προς επίρρωση των παραπάνω, ότι τα υπόψη στοιχεία είναι σημαντικά και ταυτόχρονη απόδειξη ότι αυτά υποτιμήθηκαν κατά τη διάρκεια των επιχειρήσεων των προηγούμενων ετών, παρουσιάζεται στα διδάγματα που προέκυψαν για τις αμερικανικές ένοπλες δυνάμεις από τις επιχειρήσεις της περασμένης δεκαετίας, όπου αναφέρεται ξεκάθαρα η ανάγκη για βελτίωση των γλωσσικών και πολιτισμικών γνώσεων στο σύνολο της αμερικανικής δύναμης, προκειμένου να βελτιωθεί η κατανόηση του περιβάλλοντος στο οποίο αυτές δρουν³¹⁷.

4.2.2. Οι Επιχειρήσεις στο Ιράκ και την Ευρύτερη Μέση Ανατολή

Στον πόλεμο του 2003 στο Ιράκ οι ψυχολογικές επιχειρήσεις ήταν παρούσες. Όμως ένα νέο χαρακτηριστικό του πολέμου στο Ιράκ το 2003 είναι ότι ήταν ένας πόλεμος που μεταδιδόταν ζωντανά από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Δεν ήταν ο πρώτος στον οποίο ήταν γεγονός αυτό, αλλά σε κάθε περίπτωση μέσα από τις επικοινωνιακές δυνατότητες του 21^{ου} αιώνα ξεπέρασε οποιοδήποτε άλλη πολεμική σύγκρουση.

³¹⁴ Θεωρείται ότι το αριστερό χέρι είναι για οτιδήποτε είναι ακάθαρτο,. Βλέπε H. Friedman, *Operation Iraqi Freedom*, <http://www.psywarrior.com/OpnIraqiFreedom.html> , πρόσβαση 5 Δεκεμβρίου 2015.

³¹⁵ R. Schleifer, *Perspectives of Psychological Operations in Contemporary Conflicts: Essays in Winning Hearts and Minds*, ό.π. σ. 14.

³¹⁶ Στο ίδιο, σ. 16.

³¹⁷ Joint and Coalition Operational Analysis, *Decade of War, Volume I*, Virginia, 2012, σ. 6.

Ένα ιδιαίτερο στοιχείο της υπόψη σύγκρουσης, τουλάχιστον για τα δεδομένα της δημοκρατικής δύσης στο πλαίσιο του δεύτερου μισού του 20^{ου} αιώνα και μετά, ήταν κατά κάποια έννοια σύμπραξη των ενόπλων δυνάμεων και των δημοσιογράφων. Σύμφωνα με τον Ιωάννη Βολωνάκη περί τους πεντακόσιους δημοσιογράφους, ή κατά άλλες πηγές εξακόσιους, ήταν εντεταγμένοι στις ένοπλες δυνάμεις των ΗΠΑ, και κινούνταν μαζί με τους πεζοναύτες, τα τεθωρακισμένα ή τις ναυτικές δυνάμεις. Το παραπάνω μπορούμε να πούμε ότι είναι η πραγμάτωση αυτού που αναφέρει ο David Miller ως, «πληροφοριακή κυριαρχία» των ΗΠΑ, και η οποία «ενηλικιώθηκε» κατά τον υπόψη πόλεμο στο Ιράκ. Ο Miller θεωρεί ότι παρόλο που έχει συζητηθεί λίγο, αποτελεί σημαντικό μέρος της στρατηγικής της «κυριαρχίας πλήρους φάσματος³¹⁸», ενσωματώνοντας την προπαγάνδα και τα μέσα ενημέρωσης στη στρατιωτική δομή τόσο ριζικά όσο ποτέ άλλοτε³¹⁹. Τους υπόψη δημοσιογράφους ο Παναγιώτης Θεοδωρακόπουλος τους αποκαλεί φυτεμένους δημοσιογράφους³²⁰.

4.2.2.1. Οι Φυτεμένοι Δημοσιογράφοι

Για την περίπτωση αυτών των δημοσιογράφων ενδιαφέρουσα είναι η άποψη του Anup Shah, ο οποίος αντίστοιχα τους αποκαλεί «ενσωματωμένους δημοσιογράφους³²¹». Ο Shah θεωρεί ότι η ιδέα ξεκίνησε από την βιομηχανία των δημοσίων σχέσεων, αποσκοπώντας να παρέχει στα μέσα μαζικής ενημέρωσης εντυπωσιακές εικόνες για το κοινό τους. Ταυτόχρονα αποτέλεσε εργαλείο για τις ένοπλες δυνάμεις των ΗΠΑ, καθώς έδινε τη δυνατότητα ενός μοχλού ελέγχου των μηνυμάτων και των εικόνων που μεταδίδονταν. Επιπλέον προσθέτει ότι στις περιπτώσεις μη συνεργασίας κάποιου από τους δημοσιογράφους, με την μετάδοση μη επιθυμητής πληροφορίας, η συνεργασία μαζί του γινόταν δυσχερής, κόβοντάς του ουσιαστικά την

³¹⁸Department of Defense, *JP3-03 Joint Interdiction*, 2007 (Change 1 14 October 2011), σ. I-10.

³¹⁹ D. Miller, *The domination effect*, The Guardian, 8 Ιανουαρίου 2004, <http://www.theguardian.com/world/2004/jan/08/usa.iraqandthemedia>, πρόσβαση 26 Νοεμβρίου 2015.

³²⁰Π. Θεοδωρακόπουλος, *Προπαγάνδα η Ένδοξη*, ό.π., σ. 137.

³²¹ Απόδοση του όρου «Embedded Journalists». Η απόδοση του όρου από το συγγραφέα.

ροή της πληροφόρησης. Πρακτικά δινόταν η ευκαιρία στους στρατιωτικούς να μεγιστοποιήσουν, μέσω των δημοσιογράφων, το φανταστικό στοιχείο³²².

Με την παραπάνω διαδικασία επιτρεπόταν στην Κεντρική Διοίκηση, μέσα από τις ενημερώσεις που διεξάγονταν στους δημοσιογράφους, να επιτυγχάνει³²³:

- Την καθοδήγηση των δημοσιογράφων.
- Την ωραιοποίηση των υποχωρήσεων και τη μεγέθυνση των επιτυχιών.
- Τον περιορισμό των γεγονότων.
- Την τροφοδοσία με ψευδή στοιχεία των δημοσιογράφων.
- Την χρησιμοποίηση της τεχνικής του πλασαρίσματος (spinning) με διάφορους τρόπους. Για παράδειγμα έκαναν να φαίνονται οι αναφορές των δημοσιογράφων ότι προέρχονταν από τα στρατεύματα στο πεδίο της μάχης, με το να επιβεβαιώνονται από την Κεντρική Διοίκηση τα γεγονότα εκ των υστέρων,. Έτσι επιτυγχανόταν η επιβεβαίωση τους ως αληθής.
- Την παρουσίαση με προσοχή των θεμάτων, επιλέγοντας ποια έπρεπε να παρουσιαστούν και ποια να αποφευχθούν.

Πριν συνεχίσουμε όμως ενδιαφέρον έχει να δούμε τι σημαίνει η τεχνική του «πλασαρίσματος» ή αλλιώς spinning. Όπως αναφέρει ο Παναγιώτης Θεοδωρακόπουλος, με αυτή την τεχνική χειραγώγησης ή αλλιώς spinning control, οι σχεδιαστές των ψυχολογικών επιχειρήσεων επιτυγχάνουν την εκμετάλλευση της δυνατότητας να παρουσιαστούν ότι γνωρίζουν τα γεγονότα εκ των έσω και προωθούν στον δημοσιογράφο αντιλήψεις, αλλά και συγκεκριμένη οπτική γωνία της εκάστοτε είδησης, αποσκοπώντας τελικά στην ανάλογη δημοσιογραφική κάλυψη. Έτσι στον πόλεμο του

³²² A. Shah, *War, Propaganda and the Media*, Global Issues, 31 Μαρτίου 2005, <http://www.globalissues.org/article/157/war-propaganda-and-the-media#EmbeddedJournalistsAnAdvantagefortheMilitary>, πρόσβαση 26 Νοεμβρίου 2015.

³²³ A. Shah, *War, Propaganda and the Media*, Global Issues, ό.π..

Ιράκ το 2003, οι στρατιωτικοί εκπρόσωποι τύπου «πλάσαραν» στους δημοσιογράφους τις επιθυμητές εκδοχές των ειδήσεων³²⁴.

Ίσως αυτός είναι ο λόγος που οδήγησε και τον Lee Il - Woo να θεωρεί ότι είτε αναφερόμαστε στις επιχειρήσεις επιρροής, είτε διαχείρισης εντυπώσεων, αλλά και στις στρατιωτικές επιχειρήσεις υποστήριξης πληροφοριών³²⁵ και ενημέρωσης κοινού, ή και ακόμα σε αυτή την περίπτωση της λεγόμενης στρατηγικής επικοινωνίας³²⁶, μιλάμε ουσιαστικά για ψυχολογικές επιχειρήσεις που προσπαθούν να ελέγξουν τη συμπεριφορά³²⁷. Φυσικά υπάρχουν και αντίθετες απόψεις, όπως για παράδειγμα του Γιώργου Πλειού που θεωρεί ότι η στρατηγική επικοινωνία διαφέρει από την έννοια των ψυχολογικών επιχειρήσεων ή της προπαγάνδας³²⁸.

Ένα στοιχείο όμως που μπορεί να εξηγήσει αυτή τη συχνή εναλλαγή ονομάτων και υιοθέτηση συναφών και παραπλήσιων ορισμών για τις ψυχολογικές επιχειρήσεις, είναι η εμβάθυνση στη λογική της διαχρονικής «απέχθειας» της κοινής γνώμης της Δύσης για τις ψυχολογικές επιχειρήσεις, την προαναφερθείσα, στο πρώτο κεφάλαιο, κακοφημία της προπαγάνδας. Υποστηρικτική αυτού είναι η αναφορά του Richard Stilwell ότι τα ψυχολογικά όπλα ποτέ δεν έγιναν αποδεκτά ως μόνιμα εργαλεία της εθνικής πολιτικής ασφαλείας από το Κογκρέσο ή τον Αμερικανικό λαό³²⁹. Ενώ συμπληρωματική και επεξηγητική αυτού είναι η αναφορά Ron Schleifer ότι η Δύση έχει

³²⁴ Π. Θεοδωρακόπουλος, *Προπαγάνδα η Ένδοξη*, ό.π., σ. 32.

³²⁵ Military Information Support Operation (MISO). Εμφανίζεται ως όρος προς αντικατάσταση του όρου Psychological Operation (PSYOPS) από το 2010. Βλέπε A. Paddock, *PSYOP: On a Complete Change in Organization, Practice, and Doctrine*, Small Wars Journal, 26 Ιουνίου 2010, <http://smallwarsjournal.com/jrnl/art/psyop-on-a-complete-change-in-organization-practice-and-doctrine>, Πρόσβαση 26 Νοεμβρίου 2015.

³²⁶ Για τον όρο στρατηγική επικοινωνία βλέπε S. Tatham, *NATO Strategic Communication: More To Be Done?*, National Defence Academy of Latvia Center for Security and Strategic Research, Riga, 2014, https://www.academia.edu/6808986/NATO_Strategic_Communication_More_to_be_done, Πρόσβαση 26 Νοεμβρίου 2015.

³²⁷ Lee il-Woo, *Psychological Warfare: True Coercion, or a Byproduct that has yet to be Mastered?*, The Journal of Military Operation: Discussions on the Conduct of War, Tel Aviv, Άνοιξη 2015, <https://www.tjomo.com>, Πρόσβαση 26 Νοεμβρίου 2015, σ. 20.

³²⁸ Βλέπε παρουσίαση για τις Αρχές της Στρατηγικής Επικοινωνίας, Γ. Πλειός, Αρχές Στρατηγικής Επικοινωνίας, HellasStratcom, <http://stratcomhellas.weebly.com/stratcom-docs-greek.html>, Πρόσβαση 26 Νοεμβρίου 2015, σ. 8-9.

³²⁹ R. Stilwell, *Political-Psychological Dimensions Of Counterinsurgency*, in *Psychological Operations Principles and Case Studies*, Editor F. L. Goldstein, Alabama Air University Press, 1996, σ. 321.

μία απέχθεια για τις ψυχολογικές επιχειρήσεις καθόσον τις θεωρεί ηθικό αίσχος, τουλάχιστο στον καιρό της ειρήνης³³⁰.

Σε κάθε περίπτωση, με γνώμονα την προσέγγιση στην υπόψη εργασία ότι οι ψυχολογικές επιχειρήσεις, με οποιαδήποτε ονομασία και αν τους δίνεται διαχρονικά, αποτελούν ενέργειες που επιδιώκουν την διαμόρφωση της συμπεριφοράς του εκάστοτε ακροατηρίου στόχου, παρατηρούμε ότι με την παραπάνω μέθοδο των φυτεμένων ή αλλιώς ενσωματωμένων δημοσιογράφων, οι ΗΠΑ παρουσίασαν μία νέα εφαρμογή των ψυχολογικών επιχειρήσεων στο στρατηγικό επίπεδο τόσο της υψηλής όσο της στρατιωτικής στρατηγικής. Αυτή είχε ως απότοκο είτε τον επηρεασμό της εσωτερικής κοινής γνώμης, προκειμένου να πετύχουν την εσωτερική νομιμοποίηση και να αποφύγουν το επικοινωνιακό Βατερλώ του Βιετνάμ, είτε τον έλεγχο και ταυτόχρονα την καθοδήγηση της πληροφόρησης που παρεχόταν στις ανοιχτές πηγές των μέσων μαζικής ενημέρωσης και κατέληγε στον αντίπαλο επιτυγχάνοντας επ' αυτού αφενός ψυχολογικό επηρεασμό, αφετέρου παραπλάνηση. Έτσι λοιπόν οι ΗΠΑ για να αποφύγουν όλα τα παραπάνω οδηγήθηκαν νομοτελειακά στο να χρησιμοποιήσουν τους «πολεμιστές της πληροφόρησης».

4.2.2.2. Οι Πολεμιστές της Πληροφόρησης

Είναι γεγονός ότι πέρα από τους φυτεμένους δημοσιογράφους και προκειμένου να αποφεύγονται γενικεύσεις, υπήρχαν μεθοδεύσεις και επικοινωνιακά τρυκ σε όλους τους πολέμους, πόσο μάλλον στον τελευταίο πόλεμο του Ιράκ. Σύμφωνα με το Maud S. Beelman, το βασικό πρόβλημα των δημοσιογράφων σε αυτό τον πόλεμο ήταν να ξεχωρίσουν τι είναι πληροφόρηση και τι αποτελεί παραπληροφόρηση ή όπως αποκαλείται αλλιώς «ντισιφορμάτσια». Αυτό καθίσταται ολοένα και πιο δύσκολο στην εποχή που οι ένοπλες δυνάμεις αποκτούν όλο και πιο αναβαθμισμένες επιδόσεις στις πληροφοριακές επιχειρήσεις. Έτσι στο πλαίσιο αυτών των επιχειρήσεων προβλέπεται, η σε 24ωρη λειτουργία των Public Affairs Officers ή στην ελληνική απόδοση αυτού, των εκπροσώπων τύπου, ενώ ταυτόχρονα διεξάγονται παραπλανητικές και ψυχολογικές επιχειρήσεις. Στην πράξη υπάρχει συνεργασία και σύμπραξη αυτών που ενημερώνουν τους δημοσιογράφους,

³³⁰ R. Schleifer, *Perspectives of Psychological Operations in Contemporary Conflicts: Essays in Winning Hearts and Minds*, Sussex Academic Press, Brighton, 2011, σ. 4.

με αυτούς που σχεδιάζουν την υποστήριξη των πολεμικών και μη επιχειρήσεων με ψυχολογικές ενέργειες³³¹.

Αντίστοιχη προσέγγιση κάνει και ο Danny Schlechter. Ο Schlechter θεωρεί ότι οι πληροφοριακές επιχειρήσεις είναι ένας εύηχος όρος προκειμένου να αποφευχθεί ο κακόσημος όρος προπαγάνδα. Έτσι μέσα από τον όρο γίνεται ευκολότερη η δουλειά των εκπροσώπων τύπου, των πολεμιστών της πληροφορίας, έτσι ώστε να πετύχουν φιλικά δημοσιογραφικά κείμενα με τις σχετικές σωρευτικές επιπτώσεις για την πολεμική προσπάθεια. Ταυτόχρονα ο Schlechter μας παρουσιάζει τις επικοινωνιακές στρατηγικές των πολεμιστών της πληροφορίας ως εξής³³²:

- Υπερφόρτωση των μέσων μαζικής ενημέρωσης. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτού ο Schlechter αναφέρει ότι στις επιχειρήσεις του NATO στο Κόσσοβο οι εκπρόσωποι τύπου στις Βρυξέλες έλεγαν ότι η υπερπληροφόρηση αποτελεί τον καλύτερο έλεγχο, ενώ ο Maud S. Beelman προσθέτει ότι, όταν κάνεις τα μέσα μαζικής ενημέρωσης χαρούμενα, υπονοώντας την ευχαρίστηση τους από την παροχή άπειρων πληροφοριών, τότε αυτά δεν ψάχνουν περαιτέρω³³³.

- Ιδεολογικές επικλήσεις. Αφορά επίκληση στον πατριωτισμό και τα εθνικά συναισθήματα των δημοσιογράφων ώστε αυτοί να μην θίξουν το εθνικό συμφέρον. Ουσιαστικά αποτελεί παρότρυνση που ωθεί τους δημοσιογράφους στην αυτολογοκρισία.

- Πλασάρισμα πληροφοριών. Τη λογική του πλασαρίσματος ή αλλιώς spinning την αναφέραμε παραπάνω. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτής της περίπτωσης είναι σε ένα βομβαρδισμό στο Qalai Niazi στο Αφγανιστάν βρέθηκαν στα ερείπια αυτού από δημοσιογράφους μόνο άμαχοι και οι σχετικές συνεντεύξεις που λήφθηκαν από τους ντόπιους υποστήριζαν το ίδιο. Σε αυτή την περίπτωση το «πλασάρισμα» προς τους δημοσιογράφους από τον Donald Rumsfeld, ότι υπήρχαν

³³¹ M. S. Beelman, *Commentary: The dangers of disinformation in the war on terrorism*, *The Center for Public Integrity*, 2 Φεβρουαρίου 2002, <http://www.publicintegrity.org/2002/02/02/3203/commentary-dangers-disinformation-war-terrorism> , Πρόσβαση 27 Νοεμβρίου 2015.

³³² D. Schlechter, *Information Warriors: Pentagon's Ministry Of Truth Shapes War Coverage*, *Media Alliance*, <http://www.media-alliance.org/article.php?id=403> , 2002.

³³³ M. S. Beelman, *Commentary: The dangers of disinformation in the war on terrorism*, *The Center for Public Integrity*, ό.π..

πολλαπλές πηγές πληροφόρησης για τον υπόψη στόχο, απλά σταμάτησε κάθε δημοσιογραφική αναζήτηση.

- Παρακράτηση της πληροφορίας. Ουσιαστικά γίνεται κατανοητό από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης ότι δεν είναι δυνατή η απελευθέρωση του συνόλου των πληροφοριών. Επ' αυτού ο Anup Shah συμπληρώνει ότι ο έλεγχος της πληροφορίας αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα που συνεισφέρει στην επίτευξη της προπαγάνδας³³⁴.

- Συνεπιλογή και συμπαιγνία. Ουσιαστικά ενώ οι δημοσιογράφοι αισθάνονται ότι υπάρχει προπαγάνδα, εντούτοις εκδηλώνουν την πεποίθηση ότι είναι κύριοι οι ίδιοι της ιστορίας τους.

Αν θέλαμε να περικλείσουμε και να συμπεκνώσουμε το νόημα όλων των παραπάνω, σε συνάρτηση με τις ψυχολογικές επιχειρήσεις και τα μέσα ενημέρωσης, θα μπορούσαμε να αναφέρουμε αυτό που υποστηρίζει ο Anup Shah ότι τα μέσα χειραγωγούνται με πολλούς τρόπους και ότι συχνά θεωρείται μία αξιόπιστη πηγή μπορεί εν γνώσει ή εν αγνοία της, να προωθει πολιτικές επιδιώξεις ή προπαγάνδα³³⁵.

Συμπερασματικά πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι η εύλογη προσπάθεια για την προώθηση και επίτευξη των στοχεύσεων στην εποχή του παγκόσμιου ιστού οδήγησε σε αναζήτηση λύσεων που θα ακύρωνε το πλεονέκτημα της χρήσης του από τους αντιπάλους, οι οποίοι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να κυριαρχήσουν στην πληροφορία και να διεξάγουν τις δικές τους ψυχολογικές επιχειρήσεις. γεγονός που θα προσέδιδε ευνοϊκές δυνατότητες στους σχεδιαστές των ψυχολογικών επιχειρήσεων. Έτσι οι προσπάθειες αυτές οδήγησαν ουσιαστικά στους πολεμιστές της πληροφόρησης, ως ένα πρώτο αντίδοτο ή ένα αντίβαρο στις μάχες του face book, του twitter και του U-tube, και τους χρήστες αυτών στο πλαίσιο των εξεταζόμενων επιχειρήσεων, τους «πολεμιστές του διαδικτύου».

³³⁴ A. Shah, *War, Propaganda and the Media*, Global Issues, ό.π..

³³⁵A. Shah, *War, Media Manipulation*, Global Issues, 17 Απριλίου 2006, <http://www.globalissues.org/article/532/media-manipulation#FakeNews> , πρόσβαση 27 Νοεμβρίου 2015.

4.2.2.3. Οι Πολεμιστές του Διαδικτύου

Αναφερόμενοι πολλοί σε αυτούς τους ονόμασαν ως πολεμιστές του Facebook, του Twitter ή του U-tube, θέλοντας να δώσουν έμφαση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που κυριαρχούν σήμερα σε ένα πρωτοφανές πληροφοριακό παιχνίδι που εξελίσσεται μέσω αυτών και αποσκοπεί στον έλεγχο της πληροφορίας αλλά και τη διεξαγωγή πολλαπλών ψυχολογικών επιχειρήσεων, άνευ των περιορισμών που υπήρχαν μέχρι την έλευση του διαδικτύου. Όταν αναφερόμαστε ότι είναι άνευ περιορισμών ουσιαστικά εννοούμε ότι το διαδίκτυο έδωσε τη δυνατότητα να ξεπεραστούν οι αποστάσεις επικοινωνίας που είχαν τα υπόλοιπα μέσα, ενώ παρέχει συνάμα τη δυνατότητα απόκρυψης της ταυτότητας των χρηστών που μεταδίδουν τα εκάστοτε μηνύματα.

Προς επίρρωση των παραπάνω έρχεται η υψηλή επίδοση του Ισλαμικού Κράτους το οποίο αξιοποιεί τις δυνατότητες που παρέχει το διαδίκτυο και συγκεκριμένα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είτε για σκοπούς προπαγάνδας είτε για στρατολόγηση μελών. Μία στρατολόγηση μελών που με τη χρήση του διαδικτύου δεν γνωρίζει σύνορα και με τον τρόπο αυτό παρακάμπτει οποιαδήποτε προσκόμματα θα μπορούσαν να του θέσουν οι αντίπαλοι του³³⁶. Οι ενέργειες του Ισλαμικού Κράτους, από την αρχή της εμφάνισης του, παρουσιάζουν μία «επαγγελματικού» χαρακτήρα χρήση όλων αυτών των σύγχρονων μέσων. Ξεκινώντας από τα «ντοκιμαντέρ» είτε για τις στρατιωτικές του επιχειρήσεις, είτε τα πιο πρόσφατα βίντεο με εκτελέσεις³³⁷ που αναρτώνται ή ακόμα με τις πολλές εκατοντάδες ιστοσελίδες οι οποίες περιγράφουν τις «αδικίες» της δύσης, τις αρετές και τη δύναμη του Ισλάμ, ή και τα δύο³³⁸.

Φυσικά θα ήταν άτοπο να θεωρήσουμε ότι η χρήση του διαδικτύου αποτελεί μία καινοτομία του Ισλαμικού Κράτους. Παρόμοιες χρήσεις έγιναν στις παρυφές

³³⁶ Κ. Μαυραγάνης, *Οι πολεμιστές του Facebook και του Twitter. Ποια είναι η σημασία των social media στον σύγχρονο πόλεμο*, TheHuffingtonPost.com, 15 Φεβρουαρίου 2015, http://www.huffingtonpost.gr/2015/02/15/facebook-twitter--social_n_6683716.html, Πρόσβαση 28 Νοεμβρίου 2015.

³³⁷ Για την ανάλυση αντίστοιχου βίντεο βλέπε J. Hall, *ISIS mass beheading video took up to six HOURS to film and cost \$200,000: Forensic analysis of Syrian soldier murders reveals clues that could help nail Jihadi John*, Mail Online, 8 Δεκεμβρίου 2014, <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2865745/Has-EXACT-location-infamous-ISIS-beheading-video-pinpointed-Forensic-analysis-filmed-Syrian-soldier-murders-breaks-filmed-long-took-cost-make.html>, Πρόσβαση 28 Νοεμβρίου 2015.

³³⁸ R. Schleifer, *Perspectives of Psychological Operations in Contemporary Conflicts: Essays in Winning Hearts and Minds*, ό.π. σ. 2.

της τρίτης χιλιετίας τόσο από την Αλ - Κάιντα όσο και στην περίπτωση της «Αραβικής Ανοιξης ή ακόμα και της κρίσης στην Ουκρανία³³⁹. Όμως το ιδιαίτερο στην περίπτωση του Ισλαμικού Κράτους, σύμφωνα με τον Robert Hannigan που είναι διευθυντής της GCHQ (Government Communications Headquarters), οι τρομοκράτες του ISIS είναι οι πρώτοι που «γεννήθηκαν» στο διαδίκτυο. Σύμφωνα με τον ίδιο οι τρομοκράτες του ISIS χρησιμοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα όπως Twitter, Facebook και το WhatsApp σε μία γλώσσα που είναι οικεία από τους χρήστες. Τα βίντεο που χρησιμοποιούν έχουν μία εξοικείωση που είναι παρόμοια με τα ηλεκτρονικά παιχνίδια. Έκαναν χρήση των hashtags του World Cup και του Ebola για να μεταδώσουν ειδήσεις. Η μετάδοση 40,000 μηνυμάτων στο twitter³⁴⁰ την ημέρα που έκανα επίθεση στη Μοσούλη, χωρίς τη χρήση μηχανών spam, παραπέμπει σε μία εξαιρετική άνεση και εξοικείωση. Δεν αναζητούν μυστικές ιστοσελίδες με κωδικούς, όπως έκαναν παλαιότερα άλλες οργανώσεις, αλλά συναντούν άλλους στις ιστοσελίδες αναρτώντας τα γεγονότα όπως θα έκαναν οπουδήποτε αλλού³⁴¹. Αντίστοιχη άποψη έχουν και αναλυτές του Κέντρου Στρατηγικών Αντιτρομοκρατικών Επικοινωνιών (Center for Strategic Counterterrorism Communications- CSCC) του Στέιτ Ντιπάρτμεντ. Όπως αναφέρει χαρακτηριστικά η Κέρι Μπουσμπάχερ, αναλυτής του CSCC:

«Το ISIL “παίζει” με τη “λάμψη” του να επιδίδεται κάποιος στον τζιχάντ και να ακολουθεί έναν τρόπο ζωής που φαίνεται συναρπαστικός. Αντλώντας από memes³⁴², δημοφιλή βιντεοπαιχνίδια και χολιγουντιανού ύφους βίντεο, το ISIL

³³⁹ Δ. Κυρανούδη, Επανάσταση και κοινωνική αλλαγή μέσω twitter;, Deutsche Welle, 4 Ιουλίου 2014, <http://www.dw.com/el/επανάσταση-και-κοινωνική-αλλαγή-μέσω-twitter/a-17753589> , Πρόσβαση 28 Νοεμβρίου 2015.

³⁴⁰ Για τον ορισμό και την περιγραφή του πληθυσμού των υποστηρικτών του ISIS στο twitter βλέπε J.M. Berger; J. Morgan, The ISIS Twitter Census: Defining and describing the population of ISIS supporters on Twitter, The Brookings Institution, Washington, 20 Μαρτίου 2015, http://www.brookings.edu/~media/research/files/papers/2015/03/isis-twitter-census-berger-morgan/isis_twitter_census_berger_morgan.pdf , Πρόσβαση 14 Δεκεμβρίου 2015.

³⁴¹R. Hannigan, *The web is a terrorist's command-and-control network of choice*, The Financial Times, 3 Νοεμβρίου 2014, <http://www.ft.com/cms/s/2/c89b6c58-6342-11e4-8a63-00144feabdc0.html#axzz3socBhxZu> , πρόσβαση 28 Νοεμβρίου 2015.

³⁴² Για τα memes βλέπε G. Marshall, *The Internet and Memetics*, London, <http://pespmc1.vub.ac.be/Conf/MemePap/Marshall.html> , πρόσβαση 5 Δεκεμβρίου 2015.

παρουσιάζει θεματικές που έχουν απήχηση στους νέους και κινούν την περιέργεια και το ενδιαφέρον για να προσχωρήσει κάποιος σε αυτό³⁴³».

Φυσικά η λογική χρήσης του διαδικτύου για την εκτέλεση ψυχολογικών επιχειρήσεων σε επίπεδο μηνυμάτων γενικά δεν είναι διαφορετική από ότι έχουμε δει μέχρι τώρα. Είναι ξεκάθαρο ότι στο πλαίσιο των ψυχολογικών ενεργειών το ακροατήριο στόχος είναι ο πληθυσμός, κάτι που είδαμε και στο προηγούμενο κεφάλαιο για τις επιχειρήσεις του Βιετνάμ. Ο πληθυσμός αποτελεί το κέντρο βάρους εκατέρωθεν για τους αντιπάλους είτε για την επίτευξη ή ακύρωση της εσωτερικής νομιμοποίησης είτε για την στρατολόγηση ή αποτροπή στρατολόγησης, ανάλογα του ποιος διεξάγει την επιχείρηση. Εκείνο που είναι διαφορετικό με τη διεξαγωγή ψυχολογικών επιχειρήσεων μέσω διαδικτύου είναι ότι πλέον το ακροατήριο στόχος είναι παγκόσμιο. Έτσι αυτή η παγκόσμια ή καλύτερα, η ευρεία πρόσβαση στο ακροατήριο που παρέχεται μέσω διαδικτύου μπορούμε να πούμε υπερβολικά, ότι καθιστά τις ψυχολογικές επιχειρήσεις το «όπλο των φτωχών», ονομασία που είχε δοθεί παλαιότερα στα χημικά όπλα σε αντιδιαστολή με τα πυρηνικά.

Προκειμένου όμως να έχουμε μία σφαιρική άποψη για το θέμα θα πρέπει να δούμε και την αντίπαλη όχθη και πως αντιμετωπίζονται τέτοιου είδους δραστηριότητες. Σύμφωνα με την Κέρι Μπουσμπάχερ αντιμετωπίζονται μέσα από δραστηριότητα σε αντίστοιχα μέσα. Συγκεκριμένα αναφέρει ότι:

«Αυτό γίνεται υπό τη μορφή banners και βίντεο που δημιουργούμε για να δείχνουμε την αλήθεια γύρω από τις κτηνωδίες του ISIL. Επίσης, απαντήσεις στο Twitter σε υποστηρικτές του ISL που παραπληροφορούν για το τι κάνει στα αλήθεια το ISIL, και υποδείξεις προς αφηγήματα για τα οποία το ISIL θέλει ελαχιστοποιημένη προβολή. Το κοινό στο οποίο απευθυνόμαστε δεν είναι αυτοί που έχουν ήδη ενταχθεί στο ISIL. Αντ' αυτού, προσπαθούμε να προσεγγίσουμε εν δυνάμει “νεοσυλλέκτους” και αυτούς που δεν έχουν πάρει ακόμα την απόφαση να εισέλθουν στις τάξεις του. Θέλουμε να “ζορκίσουμε”

³⁴³ Κ. Μαυραγάνης, *Οι πολεμιστές του Facebook και του Twitter. Ποια είναι η σημασία των social media στον σύγχρονο πόλεμο*, ό.π..

τα αφηγήματα περί “αήττητου” του ISIL και αντ’ αυτού να παρουσιάσουμε τη βίαιη πραγματικότητα του κενού οράματός του³⁴⁴» (Εικόνα 5).

Ένα παράδειγμα του πως δημιουργούνται αυτού του τύπου τα αντίμετρα μπορούμε να πάρουμε από τις Ισραηλινές Δυνάμεις Ασφαλείας. Συγκεκριμένα κατά τις επιχειρήσεις εναντίων της Χαμάς στη Γάζα, κατά την επιχείρηση Protective Edge, προκειμένου να αντιμετωπίσουν επιχειρήσεις στα κοινωνικά δίκτυα, «επιστράτευσαν» σπουδαστές και δημιούργησαν ένα κέντρο επιχειρήσεων. Το υπόψη κέντρο ή αλλιώς όπως ονομάστηκε, σύμφωνα με την Jerusalem Post, “Hasbara Room”, επανδρώθηκε με μαθητές του Interdisciplinary Center in Herzliya (IDC)³⁴⁵. Πριν συνεχίσουμε όμως σχετικά με τις ενέργειές του, ενδιαφέρον έχει να δούμε τι σημαίνει ο όρος Hasbara.

Σύμφωνα με τον Ron Schleifer “Hasbara” είναι ο Ισραηλινός όρος για την προπαγάνδα. Τον ταυτίζει επιπλέον με τις στρατηγικές ψυχολογικές επιχειρήσεις και τον αμερικανικό όρο “Public Relation” αλλά και τις “Military Information Support Operation”, στις οποίες αναφερθήκαμε νωρίτερα σε αυτό το κεφάλαιο. Προέρχεται από το ισραηλινό Le’ hasbir, το οποίο σημαίνει «εξηγώ»³⁴⁶. Εκείνο που είναι σημαντικό και γι’ αυτόν τον όρο είναι η αποδοχή που παρουσιάζεται από το ισραηλινό κοινό, λαμβάνοντας υπόψη ότι η αναφορά σε αυτόν γίνεται από ισραηλινό μέσο ενημέρωσης. Το παραπάνω γεγονός είναι κάτι που καταδεικνύει μία διαφορετικότητα στην αποδοχή χρήσης ψυχολογικών επιχειρήσεων από μέρους των Ισραηλινών, σε σχέση για παράδειγμα με τη ΗΠΑ που αναφερθήκαμε νωρίτερα. Μπορούμε να πούμε ότι διαφαίνεται ξεκάθαρα η επίτευξη εσωτερικής νομιμοποίησης στην ισραηλινή κοινωνία, της χρήσης ψυχολογικών επιχειρήσεων προκειμένου να υποστηριχθούν οι στοχεύσεις σε επίπεδο είτε στρατιωτικής είτε υψηλής στρατηγικής, του κράτους του Ισραήλ.

Επανερχόμενοι στο προαναφερθέν ισραηλινό κέντρο, επιδιώκοντας να σκιαγραφήσουμε ακροθιγώς το μέγεθος της υπόψη προσπάθειας, προκειμένου να

³⁴⁴ Κ. Μαυραγάνης, *Οι πολεμιστές του Facebook και του Twitter. Ποια είναι η σημασία των social media στον σύγχρονο πόλεμο*, ό.π..

³⁴⁵ L. Gravé-Lazi, IDC fights war on another front, The Jerusalem Post, 16 Ιουλίου 2014, <http://www.jpost.com/PromoContent/IDC-fights-war-on-another-front-362989> , Πρόσβαση 28 Νοεμβρίου 2015.

³⁴⁶ R. Schleifer, *Perspectives of Psychological Operations in Contemporary Conflicts: Essays in Winning Hearts and Minds*, ό.π. σ. 160.

κατανοήσουμε καλύτερα την επικοινωνιακή σημασία αυτού για την υποστήριξη των ισραηλινών ψυχολογικών επιχειρήσεων, ενδιαφέροντα στοιχεία είναι ότι:

- Λειτουργούσε με 400 εθελοντές. Φυσικά συνέδραμαν και άλλοι εκτός του κέντρου.
- Έκανε επιχειρήσεις σε τριάντα μία γλώσσες και σε εξήντα δύο χώρες στο Face book και το Twitter, ενώ λειτουργούσε ιστοσελίδα σε δεκατρείς γλώσσες.
- Οι σχεδιαστές, κατά τις επιχειρήσεις τους, επικοινωνούσαν με άλλους νέους εκτός Ισραήλ, διαδικτυακά, προκειμένου αυτοί να μεταφράζουν πληροφορίες, ειδήσεις και κείμενα στις γλώσσες των χωρών που βρίσκονταν.

Τέλος ως προς την αποστολή του, μπορούμε να την κατανοήσουμε από τις δηλώσεις του Tal Yaffe, ενός από τους σπουδαστές που λειτούργησαν το κέντρο, ο οποίος αναφέρεται σε ενέργειες για την επικοινωνιακή υποστήριξη τόσο της διεθνούς νομιμότητας της επιχείρησης, όσο και στα κίνητρα της ισραηλινής κοινωνίας, τα οποία απειλούνταν από τις επικοινωνιακές ενέργειες της Χαμάς³⁴⁷. Χαρακτηριστικά ενδιαφέρον είναι ότι ομάδα από αυτούς ασχολούνταν στο διαδίκτυο με την αναζήτηση πλαστών φωτογραφιών από τις επιχειρήσεις³⁴⁸, προκειμένου στη συνέχεια να τις εκθέσουν μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και να ανατρέψουν ουσιαστικά τις προσπάθειες της Χαμάς, που εντάσσονταν στη μαύρη προπαγάνδα.

Μέσα από τα παραπάνω γίνεται φανερό τόσο το μέγεθος της σημαντικής εθελοντικής προσπάθειας, όσο και οι δυνατότητες που προσέδιδε στις ισραηλινές δυνάμεις η χρησιμοποίηση αυτών των νεαρών «διαδικτυακών πολεμιστών», ενώ συναφώς επαναβεβαιώνεται η αναφορά που έγινε νωρίτερα, ότι ουσιαστικά υπάρχει πλήρης εσωτερική νομιμοποίηση στην ισραηλινή κοινωνία της χρήσης ψυχολογικών επιχειρήσεων για την επίτευξη των στοχεύσεων της, κάτι που αποτελεί ταμπού ίσως για το σύνολο των χωρών της Δύσης.

³⁴⁷ L. Gravé-Lazi, IDC fights war on another front, The Jerusalem Post, 16 Ιουλίου 2014, <http://www.jpost.com/PromoContent/IDC-fights-war-on-another-front-362989> , Πρόσβαση 28 Νοεμβρίου 2015.

³⁴⁸ A. Abunimah, Israel student union sets up “war room” to sell Gaza massacre on Facebook, electronicIntifada.net, 14 Ιουλίου 2014, <https://electronicintifada.net/blogs/ali-abunimah/israel-student-union-sets-war-room-sell-gaza-massacre-facebook> , Πρόσβαση 28 Νοεμβρίου 2015.

4.2.2.4. “Κλασικές” Ψυχολογικές Επιχειρήσεις στο Ιράκ

Κατά τις επιχειρήσεις στο Ιράκ και την ευρύτερη Μέση Ανατολή είδαμε κάποια «νεοεισαγόμενα» στοιχεία στη διεξαγωγή ψυχολογικών επιχειρήσεων, όπως τους φυτεμένους δημοσιογράφους, τους πολεμιστές της πληροφορίας ή τους πολεμιστές του διαδικτύου. Φυσικά θα ήταν άτοπο να υποθέσουμε ότι η έλευση του διαδικτύου και των μοντέρνων επικοινωνιών που εξυπηρετούν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης απαξίωσαν τα κλασικά μέσα αλλά και λογικές των ψυχολογικών επιχειρήσεων, τις οποίες είδαμε να χρησιμοποιούνται διαχρονικά μέχρι τον 20^ο αιώνα. Έτσι αν ανατρέξουμε στις προπαρασκευαστικές ενέργειες ή τις αυτές καθ’ αυτές επιχειρήσεις στο Ιράκ το 2003, διαπιστώνουμε την ευρεία χρήση για παράδειγμα είτε προκηρύξεων και φυλλαδίων είτε ραδιοφωνικών εκπομπών. Συγκεκριμένα κατά το προπαρασκευαστικό στάδιο για την έναρξη των επιχειρήσεων ρίφθηκαν 40.000.000 προκηρύξεις και άλλες τόσες κατά τη διάρκεια εξέλιξης των πολεμικών επιχειρήσεων, ενώ υπήρχαν ραδιοφωνικές εκπομπές τόσο από σταθερούς ραδιοφωνικούς σταθμούς είτε από διασκευασμένα αεροσκάφη για αυτό το σκοπό, όπως το “Commando Solo”, τα οποία εκτελούσαν πτήσεις την περιοχή³⁴⁹.

Οι ψυχολογικές ενέργειες που θα ανατρέξουμε σε αυτό το τμήμα της παρούσας εργασίας, είναι ενέργειες στο στρατηγικό επίπεδο, υψηλής ή στρατιωτικής στρατηγικής, κυρίως στην προπαρασκευαστική περίοδο, καθόσον οι υπόψη επιχειρήσεις έχουν μία μοναδικότητα διαχρονικά εξαιτίας του ότι είναι η πρώτη φορά που γίνονται απροκάλυπτα, και όχι υπό ένα μανδύα «μαύρης» κάλυψης των ψυχολογικών ενεργειών ή της πηγής τους, ψυχολογικές επιχειρήσεις πριν από την έναρξη στρατιωτικών επιχειρήσεων εναντίων άλλου κράτους, όπως ήταν κατά βάση δεδομένο μέχρι τότε.

Οι ψυχολογικές επιχειρήσεις στο Ιράκ ξεκίνησαν πολύ νωρίτερα από αυτές καθ’ αυτές τις στρατιωτικές, επιδιώκοντας την προπαρασκευή του θεάτρου επιχειρήσεων³⁵⁰. Συγκεκριμένα ξεκίνησαν από τις 12 Δεκεμβρίου 2002 και συνεχίστηκαν

349 S. Collins, *Mind Games*, NATO Review, 2003, <http://www.nato.int/docu/review/2003/issue2/english/art4.html>, Πρόσβαση 5 Δεκεμβρίου 2015.

350 Το θέατρο επιχειρήσεων είναι ο εκτεταμένος γεωγραφικός χώρος που είναι αναγκαίος για τη συγκέντρωση, την ανάπτυξη, τον ελιγμό και τη διοικητική μέριμνα των στρατιωτικών δυνάμεων που βρίσκονται κάτω από συντονισμένη ή ενιαία (εθνική ή συμμαχική) διοίκηση και που είναι ικανές να πετύχουν στρατηγικούς αντικειμενικούς σκοπούς, βλέπε ΓΕΣ, ΣΚ 42-1 “Στρατιωτική Ορολογία”, Αθήνα. 2001, σ. 99.

οι προπαρασκευαστικές ψυχολογικές ενέργειες μέχρι 18 Μαρτίου 2003 έχοντας τους εξής αντικειμενικούς σκοπούς³⁵¹:

- Δημιουργία μίας ραδιοφωνικής ακουστικής σχέσης με το ακροατήριο - στόχο στο νότιο Ιράκ.
- Υπονόμευση της πίστης των στρατιωτικών δυνάμεων στη δυνατότητα του Σαντάμ Χουσεΐν να διατήρηση την ισχύ του.
- Υποβάθμιση της εμπιστοσύνης του ίδιου του Σαντάμ Χουσεΐν, στο αν μπορεί να διατηρήσει τον έλεγχο της χώρας του.
- Αποτροπή της χρήσης όπλων μαζικής καταστροφής στο θέατρο επιχειρήσεων από τους Ιρακινούς.

Μέσα από τους παραπάνω αντικειμενικούς σκοπούς παρουσιάζονται ξεκάθαρα τα ακροατήρια στόχοι που είχαν τεθεί: Ο Ιρακινός ηγέτης, προκειμένου να επηρεαστεί η θέληση αλλά και ο κύκλος λήψης απόφασής του, ο πληθυσμός προκειμένου να υπάρξει μείωση της εσωτερικής νομιμοποίησης του καθεστώτος ή ακόμα και η αντίδραση στην περίπτωση αντιφρονούντων και τέλος οι ένοπλες δυνάμεις της χώρας προκειμένου να επηρεαστεί η θέληση για αγώνα, να υπονομευτεί το ηθικό τους και η πίστη τους για την πιθανότητα επικράτησης κατά τη διάρκεια της σύγκρουσης. Τα παραπάνω επιδιωκόμενα αποτελέσματα παρουσιάζουν ξεκάθαρα αφενός την εφαρμογή των ψυχολογικών επιχειρήσεων στο στρατηγικό επίπεδο αφετέρου μας καταδεικνύουν, μέσα από τη σύγκριση με τα όσα έχουν αναφερθεί στα προηγούμενα κεφάλαια, την διαχρονικότητα που διακατέχει τις ψυχολογικές επιχειρήσεις σε βάθος χιλιετιών.

Συνεχίζοντας την ανάλυση μας, ενδιαφέρον έχει να ανατρέξουμε σε συγκεκριμένες προκηρύξεις προκειμένου να υπάρξουν απτά παραδείγματα των παραπάνω

³⁵¹ H. Friedman, *Operation Iraqi Freedom*, <http://www.psywarrior.com/OpnIraqiFreedom.html> , πρόσβαση 5 Δεκεμβρίου 2015.

σχεδιασμών. Ένα παράδειγμα είναι η προκήρυξη IZD – 022a. Στην εμπρός όψη αυτής αναφέρεται³⁵² (εικόνα 6):

«ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΑΣ»

«Μείνετε στα σπίτια σας και αποφύγετε να οδηγείτε τα οχήματα σας κατά τη νύκτα.»

«Μείνετε μακριά, από τα κτίρια τα οποία έχουν στρατιωτικά οπικά συστήματα κοντά τους»

«ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΑΣ»

Ενώ στην πίσω όψη (εικόνα 7) συνεχίζει:

«Μην εμπλακείτε με τις Δυνάμεις της Συμμαχίας»

«Οι Δυνάμεις της Συμμαχίας δεν επιθυμούν να βλάψουν το λαό του Ιράκ.»

Στην προκήρυξη αυτή απεικονίζονται Ιρακινοί στρατιώτες μαζί με τα οπικά τους συστήματα, άρματα και πυροβόλα, κοντά σε κτιριακά συγκροτήματα, ενώ παρουσιάζετε μία οικογένεια κατά την ώρα του φαγητού. Στην πίσω όψη παρουσιάζεται ένας συνδυασμός από συμμαχικά οπικά συστήματα.

Μέσα από αυτό το παράδειγμα μπορούμε να δούμε μια προκήρυξη που εντάσσεται στο πλαίσιο της λευκής προπαγάνδας, δηλαδή κάνει γνωστή την πηγή της, η οποία είναι αναγνωρισμένη και παρουσιάζει επίσημα το μήνυμά της. Τα θέματα προς εκμετάλλευση είναι πολλαπλά:

- Παρουσιάζονται δείγματα της υπέρτερης στρατιωτικής ισχύος των ΗΠΑ, προκειμένου να δοθεί ένα μήνυμα σαφούς υπεροχής έναντι των Ιρακινών Ενόπλων δυνάμεων, οι οποίες κρύβονται πίσω από πολιτικούς στόχους, αλλά και του ανώφελου της οποιασδήποτε αντίστασης τους. Έτσι επιδιώκεται ο επηρεασμός της θέλησης, της

³⁵² H. Friedman, *Operation Iraqi Freedom*, <http://www.psywarrior.com/OpnIraqiFreedom.html> , πρόσβαση 5 Δεκεμβρίου 2015.

συμπεριφοράς και του ηθικού των ενόπλων δυνάμεων μέσα από την προσβολή του κινήτρου της επιβίωσης και του φόβου του θανάτου.

- Επιδιώκεται αφενός να επιτευχθεί διαχωρισμός του Ιρακινού λαού από τις ένοπλες δυνάμεις και την ηγεσία τους, οι οποίες με τη στρατιωτική διάταξη που έλαβαν, τον έθεταν σε κίνδυνο. Αφετέρου να ενοχοποιηθεί ο Σαντάμ Χουσεΐν για οποιεσδήποτε παράπλευρες απώλειες και να απενοχοποιηθεί η συμμαχία, μειώνοντας παράλληλα τις οποιεσδήποτε αντιδράσεις στο εσωτερικό των κρατών της, από τέτοιου είδους απώλειες και οι οποίες θα μπορούσαν να μειώσουν την εσωτερική νομιμοποίηση των επιχειρήσεων στο εσωτερικό των κρατών της συμμαχίας.

- Επιδεικνύεται η εικόνα της ειρηνικής ζωής μίας μουσουλμανικής οικογένειας, προκειμένου να γίνει εκμετάλλευση ψυχολογικών θεμάτων όπως ανησυχία για τη ζωή, αγάπη για την οικογένεια, του κινδύνου για τα δεινά του πολέμου.

- Μείωση της εμπιστοσύνης προς την Ιρακινή ηγεσία, η οποία με τις ενέργειες της απομακρύνει τον Ιρακινό λαό από την ηρεμία και τη γαλήνη, τον θέτει σε κίνδυνο, χωρίς πιθανότητα επικράτησης.

Αντίστοιχο παράδειγμα των παραπάνω στοχεύσεων αποτελεί και η προκήρυξη IZD – 011a³⁵³ (Εικόνα 8). Σε αυτή αναφέρεται στην μπροστά όψη:

«Στρατιωτικά καλώδια οπτικών ινών έχουν στοχοποιηθεί για καταστροφή. Η επισκευή τους θέτει σε κίνδυνο τη ζωή σας.»

Ενώ στην πίσω όψη:

«Στρατιωτικά καλώδια οπτικών ινών είναι μέσα που χρησιμοποιεί ο Σαντάμ και το καθεστώς του, για την καταπίεση του Ιρακινού λαού.»

Το ενδιαφέρον σε αυτή την προκήρυξη είναι ότι συνδυάζει έναν αμιγώς στρατιωτικό αντικειμενικό σκοπό, που είναι η καταστροφή των στρατηγικών επικοινωνιών, με το πρόσωπο του Σαντάμ Χουσεΐν, που τον θέτει ως τον υπεύθυνο για

³⁵³ Headquarters United States Central Command, News Release 16 December 2002, The Information Warfare Site, <http://www.iwar.org.uk/psyops/resources/iraq/PsyOps-Iraq03.htm> , Πρόσβαση 5 Δεκεμβρίου 2015.

οποιαδήποτε απώλεια και καταστροφή. Σε ένα δεύτερο υπόβαθρο, παράλληλα, περνάει το στρατηγικό μήνυμα για καταπίεση του Ιρακινού λαού, τοποθετώντας υπερβατικά τη συμμαχία σε ρόλο απελευθερωτή του, από την καταπίεση. Αυτό το δεύτερο μήνυμα, που επιδιώκει την αποσυσπείρωση του Ιρακινού λαού, παρουσιάζεται με την εικονογράφηση του Σαντάμ Χουσεΐν να κρατάει τη χώρα. Η χώρα είναι σε πράσινο χρώμα, το χρώμα του Ισλάμ και βρίσκεται στα χέρια του, ενώ ταυτόχρονα διαλύεται.

Φυσικά οι ψυχολογικές ενέργειες δεν περιορίστηκαν στη ρίψη προκηρύξεων, αλλά χρησιμοποιήθηκε εκτενώς και το ραδιόφωνο. Διεξάγονταν στο πλαίσιο ενεργειών λευκής προπαγάνδας είτε με εκπομπές από τα αεροσκάφη, όπως το *commando solo*³⁵⁴, και τα αεροπλανοφόρα που βρίσκονταν στην περιοχή του κόλπου. Προκειμένου να πετύχουν το σκοπό τους, προσελκύοντας το ακροατήριο στόχο σε πρώτο χρόνο να ακούσει τις μεταδόσεις τους, έριχναν φυλλάδια με τις συχνότητες και τις ώρες μεταδόσεων (εικόνα 9), ενώ ταυτόχρονα έκαναν παρεμβολές στους Ιρακινούς ραδιοφωνικούς σταθμούς, επιτυγχάνοντας πλήρη κυριαρχία στο φάσμα ραδιοφωνικών μεταδόσεων. Έτσι επιτύγχαναν το μονοπώλιο της ενημέρωσης προς τον Ιρακινό λαό και τις ένοπλες δυνάμεις. Οι μεταδόσεις αυτές, που εντάσσονταν σε επιχειρήσεις λευκής προπαγάνδας, δεν ήταν οι μοναδικές. Η Central Intelligence Agency (CIA) το Φεβρουάριο του 2003 εγκατέστησε ραδιοφωνικούς σταθμούς που έκαναν επιχειρήσεις μαύρης προπαγάνδας, όπως για παράδειγμα το σταθμό «*Radio Tikrit*». Αυτοί οι σταθμοί αρχικά εξέπεμπαν μηνύματα υποστήριξης προς το Ιρακινό καθεστώς, για να κερδίσουν την εμπιστοσύνη του ακροατηρίου - στόχου και μετά την πάροδο μερικών εβδομάδων άρχισαν να είναι αυξανόμενα επικριτικοί εναντίων του Σαντάμ Χουσεΐν³⁵⁵.

Φυσικά κατά τη διενέργεια των ψυχολογικών επιχειρήσεων στο Ιράκ δεν μπορούσε να είναι απύσχα η εξαπάτηση. Έτσι στο πλαίσιο της επιχείρησης “April Fool” έγινε προσπάθεια να παραπλανηθεί ο Σαντάμ Χουσεΐν ως προς τις προθέσεις των συμμάχων να διενεργήσουν επιθετικές επιχειρήσεις κατά του Ιράκ από το βορρά. Αυτός ο

354 Psywarrior., *Commando Solo Radio Messages Over Iraq*, <http://www.psywarrior.com/CommandoSoloIraqScripts.html>, Πρόσβαση 6 Δεκεμβρίου 2015.

355 S. Collins, *Mind Games*, NATO Review, 2003, <http://www.nato.int/docu/review/2003/issue2/english/art4.html>, Πρόσβαση 5 Δεκεμβρίου 2015.

προπαγανδιστικός μύθος «πουλήθηκε» στους Ιρακινούς³⁵⁶ με αποτέλεσμα να εξαναγκασθούν να διατηρήσουν περίπου δεκαπέντε μεραρχίες βόρεια της Βαγδάτης³⁵⁷.

Κλείνοντας την αναφορά στις επιχειρήσεις στο Ιράκ, μία καινοτομία που παρουσιάστηκε και χρησιμοποιήθηκε για να στοχοποιήσει τον κύκλο λήψης απόφασης των Ιρακινών ήταν η χρήση γραπτών μηνυμάτων τόσο σε κινητά τηλέφωνα, όσο στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο. Επειδή η πρόσβαση στο διαδίκτυο στο Ιράκ είχε σημαντικό κόστος, τα 60 περίπου «ιντερνέτ καφέ» που υπήρχαν στη Βαγδάτη επισκέπτονταν κατά βάση άτομα με οικονομική επιφάνεια και τα οποία άνηκαν κυρίως στο κυβερνών κόμμα Baath. Έτσι αυτά στοχοποιούνταν είτε μέσω γραπτών μηνυμάτων στα κινητά τους τηλέφωνα είτε με μηνύματα στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο τους, επιδρώντας πρακτικά στον ψυχισμό τους και κατ' επέκταση στον κύκλο λήψης απόφασης της Ιρακινής κυβέρνησης³⁵⁸.

Κάποιος θα μπορούσε να υποστηρίξει ότι αυτού του είδους οι ψυχολογικές ενέργειες δεν εμπίπτουν στις κλασσικές ψυχολογικές επιχειρήσεις που έχουμε αναφέρει στα προηγούμενα κεφάλαια και αποτελούν καινοτομία στον τομέα των ψυχολογικών επιχειρήσεων. Εκείνο που όμως αποτελούν πραγματικά είναι, ψυχολογικές ενέργειες με τη χρήση της υψηλής τεχνολογίας, έχοντας κλασσική χροιά αντίστοιχη με τις λεκτικές προκλήσεις, για την επιβολή δέους στον ψυχισμό του αντιπάλου, από την εποχή της Ιλιάδας.

4.3. ΟΜΟΒΡΟΝΤΙΑ ΑΠΟ ΜΗΝΥΜΑΤΑ, ΜΙΑ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΚΔΟΧΗ ΤΗΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΩΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Οι επιχειρήσεις στον πόλεμο κατά της τρομοκρατίας συνεχίζονται μέχρι σήμερα, παρόλο που ουσιαστικά έχουμε μπει στη δεύτερη δεκαετία της διεξαγωγής του. Η ανάδυση του ισλαμικού κράτους στην περιοχή του Ιράκ, αλλά και στη μαστιζόμενη, επί σειρά ετών, από τις συγκρούσεις Συρία είναι γεγονός. Στο πλαίσιο αυτού οι ψυχολογικές

³⁵⁶ A. Russell, *American 'double agent' sold Baghdad false war plans*, Washington, Telegraph, 2 Αυγούστου 2004, <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/middleeast/iraq/1468478/American-double-agent-sold-Baghdad-false-war-plans.html>, Πρόσβαση 6 Δεκεμβρίου 2015,

³⁵⁷ H. Friedman, *Operation Iraqi Freedom*, <http://www.psywarrior.com/OpnIraqiFreedom.html>, πρόσβαση 5 Δεκεμβρίου 2015.

³⁵⁸ S. Collins, *Mind Games*, ό.π.

επιχειρήσεις έχουν πάρει σημαίνουσα θέση για τους αντιπάλους εκατέρωθεν. Στην εκδήλωση αυτών των ψυχολογικών ενεργειών, όπως είδαμε νωρίτερα, εργαλείο αποτελεί το διαδίκτυο.

Χαρακτηριστικό αυτού είναι η έκδοση περιοδικού από μέρους του ισλαμικού κράτους, το οποίο άρχισε να κυκλοφορεί διαδικτυακά στις 5 Ιουλίου 2014, μετά την πτώση της Μοσούλης στα χέρια του Ισλαμικού Κράτους. Μέσα από το υπόψη περιοδικό προσπαθεί να αναδείξει και ταυτόχρονα να υποστηρίξει τις στρατηγικές του στοχεύσεις. Το περιοδικό αυτό, που τιτλοφορείται *Dabiq* (εικόνες 12 και 13), αποτελεί την εκδήλωση της επικοινωνιακής στρατηγικής του, με μία διττή στόχευση. Αφενός να προσελκύσει οπαδούς τόσο στη στενή περιοχή που αναπτύσσεται η άμεση επιρροή του και συνεχίζει τις επιχειρήσεις, όσο ξεδιπλώνοντας, σε ένα παγκόσμιο κοινό πλέον, της ιδεολογίας του. Επιπλέον παρουσιάζει τα θρησκευτικά στοιχεία που υποστηρίζει ότι αποτελούν τη «δικαίωση» αλλά και «δικαιολόγηση» των οποιονδήποτε ενεργειών του και υποδαυλίζει ταυτόχρονα τα θρησκευτικά κίνητρα του ακροατηρίου – στόχου του, προκειμένου να πετύχει την τροποποίηση της συμπεριφοράς αυτού, προς τον επιδιωκόμενο στόχο του. Αφετέρου, μέσα αυτό να κοινοποιήσει είτε στους εχθρούς του είτε στους πιθανούς υποστηρικτές του, την υψηλή στρατηγική του. Επιπλέον το περιοδικό αυτό δίνει τη δυνατότητα στο ισλαμικό κράτος να προκαλέσει άλλες τζιχαντιστικές οργανώσεις δίνοντας ένα παγκόσμιο μήνυμα, ότι είναι παρόν χωρίς να κρύβεται στις «σκιές», όπως έκαναν οι υπόλοιπες οργανώσεις μέχρι σήμερα³⁵⁹.

Οι «εκλεπτυσμένες» ψυχολογικές επιχειρήσεις του ισλαμικού κράτους φαίνεται να έχουν αφενός εκπλήξει όλους τους δρώντες, αφετέρου να τους έχουν βρει απροετοίμαστους. Δείγμα αυτού είναι οι χαρακτηρισμοί όπως του J.M. Berger ότι «οι στρατοί παλαιότερα προχωρούσαν υπό τους ήχους των τυμπάνων, ενώ σήμερα κάτω από ομοβροντία μηνυμάτων στο twitter³⁶⁰», του David Talbot ότι «Το ισλαμικό κράτος είναι

³⁵⁹ H. K. Gambhir, *Dabiq: The Strategic Messaging of the Islamic State*, The Institute For The Study Of War, 2014, <http://understandingwar.org/background/dabiq-strategic-messaging-islamic-state-0> , Πρόσβαση 14 Δεκεμβρίου 2015

³⁶⁰ J.M. Berger, *How ISIS Games Twitter*, The Atlantic, 16 Ιουνίου 2014, <http://www.theatlantic.com/international/archive/2014/06/isis-iraq-twitter-social-media-strategy/372856/> , Πρόσβαση 14 Δεκεμβρίου 2015.

ένα φαινόμενο του διαδικτύου³⁶¹» και της αναφοράς του Evan F. Kohlmann ότι «Οι ΗΠΑ χάνουν το διαδικτυακό πόλεμο ενάντια στην τρομοκρατία³⁶²». Είναι γεγονός ότι μέσα από τη διεξαγόμενη προπαγάνδα επιτυγχάνεται η στρατολόγηση υποστηρικτών σε ολόκληρο τον κόσμο, που είτε ενεργούν στις χώρες όπου βρίσκονται, όπως είδαμε σε διάφορες περιπτώσεις τρομοκρατικών επιθέσεων, είτε μετακινούνται σε αυτή καθ' αυτή την περιοχή που αναπτύσσεται αυτό, συμμετέχοντας στις επιχειρήσεις εκεί³⁶³. Έτσι οδηγούν τις δυτικές υπηρεσίες να αναζητούν τρόπους αναχαίτισης αυτού του φαινομένου, που υποσκάπτει τόσο την ασφάλεια στο εσωτερικό των κρατών τους, όσο και ενισχύει τις στρατιωτικές δυνάμεις του ισλαμικού κράτους³⁶⁴.

Την χρήση των μέσων μαζικής ενημέρωσης, αλλά και του διαδικτύου από το Ισλαμικό Κράτος περιγράφει πολύ εύστοχα, δίνοντας ταυτόχρονα εξηγήσεις, ο Nicolas Hénin, ο οποίος ήταν αιχμάλωτος του ISIS για δέκα μήνες. Συγκεκριμένα αναφέρει ότι ο τρόπος χειρισμού των υπόψη μέσων «είναι πολύ αποτελεσματικός. Είναι πολύ καλά καταρτισμένοι, σε ό,τι αφορά την τεχνολογία. Παρακολουθούν αδιάλειπτα την επικαιρότητα, αλλά φιλτράρουν όλες τις πληροφορίες, όπως τις εξελίσσουν σε θεωρίες συνωμοσίας. Υπάρχουν πολλές αντιφάσεις στα όσα κηρύττουν, αλλά κανείς εκ των "ακόλουθων" δεν τις αντιλαμβάνεται. Ξέρουν πως για να σε προσέξουν, πρέπει να χρησιμοποιήσεις ό,τι υπάρχει διαθέσιμο. Στη λίστα υπάρχει η ακραία εκδήλωση βίας ως μέσο να δημιουργήσεις φόβο στον εχθρό, έως η καταστροφή ιστορικών μνημείων. Ό,τι κάνουν δείχνει πως υπάρχει ευφυής στρατηγική, στο κομμάτι των MME³⁶⁵».

³⁶¹ D. Talbot, Fighting ISIS Online, MIT Technology Review, 30 Σεπτεμβρίου 2015, <http://www.technologyreview.com/review/541801/fighting-isis-online/>, Πρόσβαση 14 Δεκεμβρίου 2015.

³⁶² E. F. Kohlmann, The Real Online Terrorist Threat, Foreign Affairs, Οκτώβριος 2006, <https://www.foreignaffairs.com/articles/2006-09-01/real-online-terrorist-threat>, Πρόσβαση 14 Δεκεμβρίου 2015.

³⁶³ Χ. Αργύρης, Στρατολογώντας τρομοκράτες στο διαδίκτυο: Ο online θρίαμβος της τζιχάντ, news247, 22 Νοεμβρίου 2015, <http://news247.gr/eidiseis/weekend-edition/we-stratologwntas-tromokrates-sto-diadiktyo-o-online-thriamvos-ths-tzixant.3783513.html>, Πρόσβαση 14 Δεκεμβρίου 2015.

³⁶⁴ HOMELAND SECURITY COMMITTEE TASK FORCE, Combating Terrorist and Foreign fighter travel, Σεπτέμβριος 2015, <https://homeland.house.gov/wp-content/uploads/2015/09/TaskForceFinalReport.pdf>, Πρόσβαση 14 Δεκεμβρίου 2015.

³⁶⁵ Α. Μπάκουλης, 10 μήνες όμηρος των τζιχαντιστών: Όσα έμαθα για το ISIS, news247, 21 Νοεμβρίου 2015, <http://news247.gr/eidiseis/weekend-edition/10-mhnes-omhros-twn-tzixantistwn-osa-ematha-gia-to-isis.3781059.html>, Πρόσβαση 14 Δεκεμβρίου 2015.

Μέσα από τις τρομοκρατικές επιθέσεις στο ευρωπαϊκό έδαφος και την ακραία εκδήλωση βίας προκειμένου να δημιουργηθεί δέος στον αντίπαλο, το ισλαμικό κράτος έχει ένα επιπλέον στρατηγικό αντικειμενικό σκοπό που εκδηλώνεται διαμέσου της προπαγάνδας που υποστηρίζει τις υπόψη επιθέσεις. Ο σκοπός αυτός είναι να δημιουργήσει πόλωση στη δυτική κοινή γνώμη και να προκαλέσει κοινωνικές αντιδράσεις στο εσωτερικό των δυτικών κρατών, ενάντια στις εκεί μουσουλμανικές κοινότητες. Μέσα από τη στόχευση αυτή, πιστεύει και αποσκοπεί στην αποσταθεροποίηση της Ευρώπης, με απώτερο σκοπό την εκδήλωση μίας πολιτιστικής σύγκρουσης στο εσωτερικό της³⁶⁶.

Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε ότι η έκδοση αυτή του περιοδικού του ισλαμικού κράτους, αλλά και οι γενικότερες προπαγανδιστικές ενέργειες του, αποτελούν ξεκάθαρη εφαρμογή της προπαγάνδας για την υποστήριξη της υψηλής στρατηγικής του, εκδηλώνοντας μία ολιστική προσέγγιση του σκοπού του οράματός του για τη δημιουργία κράτους. Έρχεται με τη χρήση των ψυχολογικών επιχειρήσεων να ενισχύσει την ισχύ του, ενώ ταυτόχρονα με όπλο την προπαγάνδα και εργαλείο αυτής το διαδίκτυο, να αποκτήσει μία στρατιωτική στρατηγική δυνατότητα, την οποία την είχαν ισχυρές στρατιωτικές δυνάμεις, να μεταφέρει τον πόλεμο στην επικράτεια των αντιπάλων του, σε πλανητική διάσταση, επιδιώκοντας όχι μόνο την φυσική καταστροφή προσώπων και υλικών αγαθών, αλλά ουσιαστικά την εσωτερική υπονόμηση τους, μέσα από ψυχολογικές ενέργειες. Υπονόμηση που εκτιμά ότι μπορεί να οδηγήσει είτε στην καταρράκωση της θέλησης τους για συνέχιση του πολέμου, είτε ακόμα και σε αυτή καθ' αυτή την διάλυση τους.

Οι παραπάνω ενέργειες διαφαίνεται ότι προβληματίζουν κυρίως τη Δύση, η οποία αναζητεί τρόπους για να τις αντιμετωπίσει. Ψάχνει λύσεις, οι οποίες θα είναι πέρα από την επιλογή χρήσης σκληρής ισχύος, και συγκεκριμένα στη μορφή της χερσαίας ενέργειας, καθώς η υπόψη επιλογή δεν αποτελεί για το δυτικό κοινό μία εύκολη λύση. Τέτοιου είδους επιλογή δύσκολα θα είχε εσωτερική νομιμοποίηση από τις δυτικές κοινωνίες, καθώς θα οδηγούσε νομοτελειακά σε αντίστοιχα μεγάλες απώλειες σε στρατιωτικό προσωπικό. Έτσι φαίνεται να στρέφεται στη χρήση στρατηγικών ψυχολογικών

³⁶⁶ H. K. Gambhir, *ISIS's Campaign for Europe*, The Institute For The Study Of War, 4 Δεκεμβρίου 2015, http://understandingwar.org/backgrounder/isiss-campaign-europe?utm_source=ISIS%27s+Campaign+for+Europe&utm_campaign=Russian+Airstrikes+in+Syria%3A+November+11+-+November+29%2C+2015&utm_medium=email , Πρόσβαση 15 Δεκεμβρίου 2015

επιχειρήσεων για να προσβάλει το ισλαμικό κράτος. Πρακτικά μπορούμε να πούμε ότι προκρίνεται η λύση της αντιμετώπισης της «φωτιάς» με τη «φωτιά».

4.3.1. Πολεμώντας τη Φωτιά με τη Φωτιά, Οι Ψυχολογικές Επιχειρήσεις ως Όπλο κατά της Τρομοκρατίας.

Οι συνεχιζόμενες επιχειρήσεις κατά του ISIS με τη χρήση σκληρής ισχύος από ένα όλο και μεγαλύτερο αριθμό χωρών, είναι γεγονός. Εκείνο που είναι ενδιαφέρον όμως στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας είναι η αυξανόμενη χρήση ψυχολογικών επιχειρήσεων για την αντιμετώπισή του. Έτσι ενώ νωρίτερα αναφερθήκαμε σε ενέργειες που αφορούν στην προσπάθεια αντιμετώπισης των ψυχολογικών επιχειρήσεων του ισλαμικού κράτους μέσα από το διαδίκτυο προκειμένου να αναχαιτιστεί η προπαγάνδα του, ένα καινούργιο στοιχείο που μπορούμε να δούμε είναι η χρήση στην αντιμετώπιση του ISIS «κλασσικών» ψυχολογικών επιχειρήσεων.

Στις 15 Μαρτίου 2015 έγινε η πρώτη χρήση φυλλαδίων ψυχολογικών επιχειρήσεων σχεδιασμένων αποκλειστικά για το ισλαμικό κράτος, στην περιοχή της Raqqa, την οποία αποκαλεί «πρωτεύουσα» του. Η επιχείρηση διεξήχθη με ρίψη από αμερικανικό αεροσκάφος 60.000 τεμαχίων από τα υπόψη φυλλάδια (εικόνα 14). Τα φυλλάδια απεικονίζουν στρατολογημένους από το ISIS να ρίχνονται σε μία μηχανή κοπής κιμά. Σύμφωνα με ειδικούς το υπόψη μήνυμα προσπαθεί να δημιουργήσει μία υπονόμευση στο εσωτερικό του ISIS. Επιπλέον έρχεται να εκμεταλλευτεί αντιδράσεις που υπήρξαν από ξένους μαχητές στο εσωτερικό του ισλαμικού κράτους, οι οποίοι παρουσιάστηκαν απρόθυμοι να πολεμήσουν σε περιοχές οι οποίες προσβάλλονταν από αεροπορικές επιδρομές των ΗΠΑ³⁶⁷. Έτσι μέσα από τα παραπάνω διαπιστώνουμε τη δυνατότητα επίκαιρης εκμετάλλευσης των ψυχολογικών θεμάτων προκειμένου να επηρεαστεί ο αντίπαλος και ταυτόχρονα καταδεικνύεται για μία ακόμα φορά η ανάγκη συνδυασμού των ψυχολογικών επιχειρήσεων με φυσικές ενέργειες προκειμένου να επιτευχθεί η συνέργεια και το μέγιστο αποτέλεσμα.

³⁶⁷ T. V. Brook, *U.S. drops propaganda bomb on ISIL*, USA TODAY, 26 Μαρτίου 2015, <http://www.usatoday.com/story/news/world/2015/03/26/propaganda-syria-isis/70452880/> , Πρόσβαση 15 Δεκεμβρίου 2015.

Μία άλλη ενδιαφέρουσα ψυχολογική επιχείρηση με στρατηγική εφαρμογή διενεργήθηκε λίγες μέρες μετά από την προαναφερόμενη ρίψη. Στις 18 Μαρτίου 2015, οι Ιρακινές ένοπλες δυνάμεις έριξαν 2.000.000 φυλλάδια στη περιοχή της Μοσούλης (εικόνα 15). Το μήνυμα αναφέρει:

«Προς το γενναιόδωρο πληθυσμό της Μοσούλης»

«Η μέρα που περιμένατε για την απελευθέρωση σας είναι κοντά. Ήρθε η ώρα να διώξουμε τους άπιστους του ISIS από την ιερή γη σας. Οι ένοπλες δυνάμεις σας είναι κοντά και είναι έτοιμες να συμμετάσχουν μαζί με εσάς στην ήττα του ISIS. Βρείτε τις κρυμμένες θέσεις τους και καταγράψτε τις εξωφρενικές ενέργειες τους. Η Μοσούλη είναι η πόλη σας και το Ιράκ είναι το Ιράκ σας³⁶⁸».

Συμπερασματικά, αφενός προσβάλλεται με ψυχολογικές ενέργειες η σημαντική δεξαμενή άντλησης προσωπικού, η οποία αποτελείται από την προσέλκυση μαχητών από το εξωτερικό, και άρα υφίσταται μείωση της μαχητικής ισχύος του αλλά και ταυτόχρονα δυσχέρεια υλοποίησης τρομοκρατικών ενεργειών στις χώρες της Δύσης, αφετέρου επιδιώκεται η υπονόμηση του πληθυσμού στο εσωτερικό της περιοχής που το ισλαμικό κράτος να μετουσιώσει σε κρατική οντότητα. Έτσι μέσα από τις δύο παραπάνω κλασικές ψυχολογικές ενέργειες, καταδεικνύεται για άλλη μία φορά η διαχρονικότητα των ψυχολογικών επιχειρήσεων αλλά και η σημαντική αξία που έχουν κατά την υποστήριξη των στρατηγικών στοχεύσεων. Στρατηγικών στοχεύσεων που είτε προσβάλουν τη στρατιωτική στρατηγική του αντιπάλου, μέσω της προσβολής της ισχύος του, είτε την υψηλής στρατηγικής του, μέσω της υπονόμησης της εσωτερικής νομιμοποίησης του στις περιοχές που ελέγχει.

Με βάση λοιπόν τα παραπάνω καταδεικνύεται ότι οι ψυχολογικές ενέργειες μπορούν να αποτελέσουν την κινητήριο δύναμη προκειμένου να ενεργοποιήσουν την ώσμωση ιδεών, που θα εκτονώσει το φαινόμενο της αυξημένης, θρησκευτικής αντιπαλότητας και να αποτελέσει το μέσο που θα λύσει το «γόρδιο δεσμό» της ισλαμικής τρομοκρατίας, καθόσον το ξίφος της σκληρής ισχύος δεν φαίνεται ικανό από μόνο του να τον κόψει, αλλά μάλλον τον τροφοδοτεί. Φυσικά πρέπει να έχουμε υπόψη, όπως

³⁶⁸ H. Friedman, *U.S. PSYOP Against The Islamic State*, <http://www.psywarrior.com/PSYOPAgainstISIS.html>, πρόσβαση 15 Δεκεμβρίου 2015.

καταδείξαμε νωρίτερα, ότι δεν πρέπει να αναμένεται η οποιαδήποτε λύση αποκλειστικά από τις ψυχολογικές ενέργειες, αν αυτές δεν συνδυαστούν με τις κατάλληλες φυσικές.

4.4. ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Στο παρόν κεφάλαιο αποπειράθηκε να καταγραφεί η διάσταση εφαρμογής των ψυχολογικών επιχειρήσεων στη στρατηγική κατά τον 21^ο αιώνα. Τον αιώνα ο οποίος μέσα από την ανάπτυξη της σύγχρονης τεχνολογίας επικοινωνιών έχει φέρει πιο κοντά τις γειτονίες του «παγκόσμιου χωριού».

Ένα σημαντικό στοιχείο που επηρεάζει τις ψυχολογικές επιχειρήσεις σήμερα είναι το διαδίκτυο. Η ανάπτυξη συσκευών που συνδέονται στον παγκόσμιο ιστό, από οπουδήποτε και οποτεδήποτε είναι εξαιρετικά σημαντική για την εξέλιξη των οποιονδήποτε ψυχολογικών ενεργειών. Αυτή η «δικτυωμένη δημόσια σφαίρα» προκαλεί σοβαρά τη δυνατότητα των κρατών, αλλά και των επιμέρους ελίτ, να καθορίζουν την δημόσια ημερήσια διάταξη των θεμάτων που απασχολούν, αλλά και το εύρος των απόψεων που παρατίθενται³⁶⁹. Η πρόκληση αυτή έρχεται να συνδυαστεί με την ανάδειξη μη κρατικών φορέων, που προκαλούν τη «Βεστφαλιανού» τύπου κρατική υπόσταση. Όπως διαφαίνεται οι ψυχολογικές επιχειρήσεις στον 21^ο αιώνα, με τη χρήση της υψηλής τεχνολογίας έρχονται να αναδειχθούν σε ένα στρατηγικό όπλο των «αδύναμων» σε όρους σκληρής ισχύος, σε σχέση πάντα με τις παραδοσιακές στρατιωτικές δυνάμεις του πλανήτη, προκειμένου να υποστηρίξουν την εφαρμογή τόσο της στρατιωτικής στρατηγικής τους όσο και αυτής καθ' αυτής της υψηλής στρατηγικής τους.

Παρουσιάστηκαν οι εφαρμογές των ψυχολογικών επιχειρήσεων στην κυρίαρχη σύγκρουση της αυγής της 3^{ης} χιλιετίας, του πολέμου κατά της τρομοκρατίας. Όπως είδαμε οι ψυχολογικές ενέργειες έχουν θέση στη σύγχρονη σύγκρουση είτε στις συμβατικές επιχειρήσεις, είτε στις συγκρούσεις χαμηλής έντασης, αλλά κυρίως όπως το είδαμε αναμφισβήτητα και στο προηγούμενο κεφάλαιο, στις αντεπαναστατικές επιχειρήσεις. Για μία ακόμα φορά αναδείχθηκε ότι δεν μπορούν από μόνες τους να επιφέρουν την επίτευξη των στρατηγικών στοχεύσεων αλλά απαιτείται ο συγχρονισμός και η συνέργεια τους με

³⁶⁹ B. Etling; R. Faris; J. Palfrey; J. Kelly, *Mapping the Arabic Blogosphere: Politics, Culture and Dissent*, Berkman Center Research Publication, 2009, https://cyber.law.harvard.edu/publications/2009/Mapping_the_Arabic_Blogosphere , Πρόσβαση 14 Δεκεμβρίου 2015, σ. 7.

φυσικές ενέργειες. Φυσικές ενέργειες που μπορεί να είναι για παράδειγμα από απλή χρήση σκληρής ισχύος, μέχρι την προσφορά ανθρωπιστικής βοήθειας.

Μία σημαντική διαφορά όμως που είδαμε είναι ότι πλέον η σύγχρονη τεχνολογία επικοινωνιών, με την αμεσότητα και την ταχύτητα που προσφέρει, έχει προσδώσει τη δυνατότητα στον εκάστοτε σχεδιαστή ψυχολογικών επιχειρήσεων να έχει ακροατήριο – στόχο οποιονδήποτε και οπουδήποτε πάνω στον πλανήτη, χωρίς καμία εξαίρεση. Επιπλέον η ακαριαία μετάδοση των μηνυμάτων και μέσα σε αυτά τη διοχέτευση της οποιασδήποτε προπαγανδιστικής ενέργειας, έχει οδηγήσει σε μία συνεχή σύγκρουση, που όπως εύστοχα ονομάστηκε, τη «μάχη για την αφήγηση³⁷⁰». Αυτό καθιστά πλέον άρρηκτα συνδεδεμένες, αλλά και υποχρεωτικές τις ψυχολογικές επιχειρήσεις, οποιαδήποτε ονομασία και αν τους δώσουμε, είτε στρατηγική επικοινωνία είτε πληροφοριακές επιχειρήσεις είτε ενημέρωση κοινού, για την υποστήριξη και επίτευξη οποιασδήποτε στρατηγικής στόχευσης.

Δεν πρέπει να παραβλέπονται ή ερμηνεύονται κατά το δοκούν και μονολιθικά ενέργειες αυτού του τύπου, αλλά ούτε να υποτιμάται η ταχύτητα που δύναται να χειραγωγηθεί το ακροατήριο – στόχος, οποιοδήποτε και εάν είναι αυτό, από μία μικρή ομάδα μέχρι μία ολόκληρη χώρα. Τρανή απόδειξη είναι η αναφορά του Henry Kissinger ότι «Η Δύση χαιρέτισε με ενθουσιασμό το ρόλο που έπαιξαν το Face book και το Twitter στις εξεγέρσεις της Αραβικής Άνοιξης. Όμως στις περιπτώσεις που το ψηφιακά εξοπλισμένο πλήθος πετυχαίνει στις αρχικές διαδηλώσεις του, η χρήση της νέας τεχνολογίας δεν εγγυάται ότι οι αξίες που θα επικρατήσουν θα ανταποκρίνονται στις αρχικές προθέσεις των εφευρετών των συσκευών, ούτε καν ότι θα είναι εκείνες της πλειοψηφίας του πλήθους³⁷¹.» Σε αυτό θα μπορούσαμε να προσθέσουμε ότι δεν είναι εφικτό να προκαταλάβουμε το τελικό αποτέλεσμα, καθόσον η ανωνυμία που προσφέρει η σύγχρονη τεχνολογία επικοινωνίας δεν καθιστά ευχερές να εκτιμηθούν έγκαιρα, οι πραγματικοί σχεδιαστές και οι τελικές στοχεύσεις τους για τον ψυχολογικό επηρεασμό, καθιστώντας τη σύγχρονη τεχνολογία το ιδανικό εργαλείο για επιχειρήσεις μαύρης προπαγάνδας.

³⁷⁰ Joint and Coalition Operational Analysis, *Decade of War, Volume I*, Virginia, 2012, σ. 11.

³⁷¹ H. Kissinger, *Παγκόσμια Τάξη*, μτφ Χρήστος Καψάλης, Αθήνα, Εκδόσεις Λιβάνη, 2015, σ. 498.

Συγκεφαλαιώνοντας οι ψυχολογικές επιχειρήσεις συνεχίζουν για μία ακόμα χιλιετία να προσφέρουν στην εφαρμογή της στρατηγικής. Τα ουσιαστικά μηνύματα τους δεν έχουν αλλάξει. Εκείνο που έχει αλλάξει δραματικά στον 21^ο αιώνα είναι ο τρόπος παράδοσης των μηνυμάτων. Ένας τρόπος παράδοσης που έχει καταστήσει ολόκληρο τον πλανήτη ακροατήριο – στόχο οποιουδήποτε επιθυμεί να εκτελέσει ψυχολογικές επιχειρήσεις, χωρίς να περιορίζεται κατά βάση από σύνορα και υλικούς πόρους. Μπορούμε να πούμε υπερβολικά ότι οι ψυχολογικές επιχειρήσεις του σήμερα, με τις αντίστοιχες στην ομηρική εποχή έχουν διαφορά στο ότι, η τρομοκρατία και ο φόβος που εξέπεμψε ο φόνος του Έκτορα από τον Αχιλλέα εκτεινόταν στους Τρώες που παρακολουθούσαν από τα τείχη της πόλης τους, ενώ οι αποκεφαλισμοί του ISIS, οι οποίοι έχουν αντίστοιχη στόχευση, μπορούν να έχουν παγκόσμια εμβέλεια και απήχηση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΕΠΙΜΕΤΡΟ, ΤΟ ΑΡΧΕΓΟΝΟ ΕΙΦΟΣ Η' ΤΟ ΣΥΓΧΡΟΝΟ «ΑΓΙΟ ΔΙΣΚΟΠΟΤΗΡΟ»;

Στη υπόψη εργασία τέθηκε ο σκοπός να εξεταστούν οι δυνατότητες εφαρμογής των ψυχολογικών επιχειρήσεων στη στρατηγική. Για να τον προσεγγίσουμε, επιλέχθηκε να ακολουθήσουμε το μονοπάτι από τον Ομηρικό κόσμο μέχρι το σημερινό παγκόσμιο χωριό, εξετάζοντας τις ψυχολογικές ενέργειες που έχουν εφαρμογή στην υποστήριξη των στοχεύσεων σε επίπεδο είτε υψηλής είτε στρατιωτικής στρατηγικής, μέσα από το πρίσμα της θεωρίας των ψυχολογικών επιχειρήσεων όπως αυτή έχει διαμορφωθεί σήμερα.

Αρχικά αναπτύχθηκε η θεωρία των ψυχολογικών επιχειρήσεων στην αυγή της 3^η χιλιετίας. Η υπόψη θεωρία επιδιώχθηκε να αποτελέσει τόσο αρωγό στην κατανόηση των επιμέρους ψυχολογικών ενεργειών που εξετάστηκαν, όσο και το φάρο που θα επέτρεπε να έχουμε ένα σταθερό σημείο αναφοράς, προκειμένου να συσχετίσουμε την εφαρμογή ενεργειών αλλά και των αποτελεσμάτων τους στη στρατηγική, από την αυγή της ιστορίας μέχρι σήμερα, προκειμένου έτσι να αποφευχθούν οι άσκοποι περιδηνισμοί. Αυτός ο φάρος χτίστηκε επάνω στην έννοια των ψυχολογικών επιχειρήσεων αλλά και των επιμέρους κατηγοριών, τεχνικών, αρχών και των μέσων τους, όπως έχουν διαμορφωθεί στο σήμερα, και χρησιμοποιούνται για την επίτευξη του αποτελεσματικού ψυχολογικού επηρεασμού.

Αφού τέθηκε το σταθερό σημείο αναφοράς, στη συνέχεια της αναζήτησης ταξιδέψαμε στον αρχαιοελληνικό κόσμο. Σε αυτό το ταξίδι το πρώτο βήμα έγινε επάνω στο θεμέλιο λίθο της ελληνικής γραμματείας, όπως το χαρακτηρίζει ο Σπυρίδων Λίτσας³⁷², την Ιλιάδα. Μέσα από τον Όμηρο είδαμε για πρώτη φορά ψυχολογικές επιχειρήσεις που στόχευαν είτε στο αντίπαλο ακροατήριο – στόχο είτε στο αντίστοιχο φίλιο. Έτσι μέσα από τις προσπάθειες ψυχολογικών ενεργειών υπονόμησης τόσο μέσω της θηριωδίας, όσο μέσω του λεκτικού επηρεασμού, αλλά και μέσω των πολεμικών παραινέσεων, έγινε η θεμελίωση της εφαρμογής ψυχολογικών επιχειρήσεων στη στρατηγική στην αυγή της ιστορίας. Επιπλέον παρουσιάστηκε ένα κυρίαρχο συστατικό των ψυχολογικών επιχειρήσεων, όπως προστέθηκε αυτό από τον ίδιο τον Όμηρο, η διάσταση των ψυχολογικών ενεργειών για την επίτευξη της εξαπάτησης, ο διαχρονικός «Δούρειος Ίππος». Τον θεμέλιο αυτό λίθο αποπειραθήκαμε να τον διευρύνουμε

³⁷² Σ. Λίτσας, *ΙΛΙΑΔΑ και διεθνής πολιτική: Μια Θεωρητική Προσέγγιση*, ό.π., σ. 318.

αναζητώντας τη χρήση ψυχολογικών επιχειρήσεων μέσα στα διαχρονικά έργα του Ηρόδοτου και του Θουκυδίδη. Στον Ηρόδοτο είδαμε την εφαρμογή στην υψηλή και τη στρατιωτική στρατηγική, της υπονόμησης και του διχασμού για τον ψυχολογικό επηρεασμό του αντιπάλου, αλλά και την πρωτοποριακή χρήση προκηρύξεων και μαύρης προπαγάνδας κατά τη διεξαγωγή ψυχολογικών επιχειρήσεων. Τέλος μέσα από το Θουκυδίδη συμπληρώσαμε την αναφορά στην αρχαιοελληνική προσέγγιση των ψυχολογικών επιχειρήσεων μέσα από το εξαιρετικό κείμενο στρατηγικών ψυχολογικών επιχειρήσεων, τον Επιτάφιο λόγο του Περικλή.

Μέσα από τα παραπάνω θεμελιώθηκε η εφαρμογή των ψυχολογικών επιχειρήσεων στην υπηρεσία της στρατηγικής από την αρχαιότητα και συνάμα η διαχρονικότητά τους. Υποστηρίχθηκε ότι δύναται να συνδράμουν τις στρατηγικές στοχεύσεις τόσο κατά τη διάρκεια αυτού καθ' αυτού του πολεμικού φαινομένου όσο και για να πετύχουν αποτροπή. Καταδείχθηκε ξεκάθαρα ότι στο οπλοστάσιο των αρχαίων Ελλήνων προκειμένου να πετύχουν τις στρατηγικές στοχεύσεις τους, είτε χωρίς απώλεια φορτίων ισχύος, είτε για την ανατροπή των σε βάρους τους συσχετισμών, όπλο αποτέλεσαν οι ψυχολογικές επιχειρήσεις. Φανερώθηκε ότι οι ψυχολογικές ενέργειες κυριαρχούσαν στις δράσεις τους, για σειρά αιώνων, προκειμένου να πετύχουν την τροποποίηση της συμπεριφοράς και επηρεασμό της θέλησης τόσο των αντιπάλων όσο και των φίλων. Το παραπάνω γεγονός, με δεδομένο ότι τέτοιου είδους δράσεις αποτελούν τον κυρίαρχο σκοπό των ψυχολογικών επιχειρήσεων, όπως παρουσιάστηκε στη σύγχρονη θεωρία τους, καθιστά ολοφάνερο ότι είχε αναπτυχτεί συνειδητά η λογική χρήσης τους, καθιστώντας την υποστήριξη των στρατηγικών στοχεύσεων μέσω αυτών αναπόσπαστο μέρος του *modus operandi* στην αρχαία Ελλάδα. Έτσι μπορούμε να τους ανάγουμε σε πρωτοπόρους και θεμελιωτές των ψυχολογικών επιχειρήσεων στην υπηρεσία της στρατηγικής.

Το επόμενο βήμα που έγινε ήταν να ανατρέξουμε στην τελευταία πλανητική σύγκρουση. Στο πλαίσιο αυτής της χρονικής περιόδου εστίασαμε τόσο στη χρήση για την επίτευξη εσωτερικής νομιμοποίησης, όσο και στη χρήση για την επίτευξη ελέγχου σε μία κατεχόμενη χώρα. Ταυτόχρονα προστέθηκαν στοιχεία που αφορούσαν την υπονόμηση της διαδικασίας λήψης απόφασης και πάνω από όλα στην εξαπάτηση. Η παραπάνω χρονική περίοδος συμπληρώθηκε με στοιχεία που αντλήθηκαν στο πλαίσιο μίας από τις κυρίαρχες συγκρούσεις του δεύτερου μισού του 20^{ου} αιώνα, αυτής της υπερδύναμης στην περιοχή του Βιετνάμ. Αυτό μας έδωσε τη δυνατότητα να παρατηρήσουμε τις εφαρμογές

των ψυχολογικών ενεργειών σε μία διαφορετική μορφή σύγκρουσης, αυτής των αντεπαναστατικών επιχειρήσεων, αλλά και τη διεξαγωγή τους στο πλαίσιο μίας διαφορετικότητας στις αντιλήψεις και την κουλτούρα μεταξύ των δύο αντιπάλων.

Έτσι από τα προηγούμενα καταρρίφτηκε η ουτοπία της πιθανότητας χρήσης των ψυχολογικών επιχειρήσεων απομονωμένα από τις υπόλοιπες φυσικές ενέργειες. Υποστηρίχθηκε ότι οι ψυχολογικές επιχειρήσεις μπορούν να επιφέρουν την μεταβολή της συμπεριφοράς του ακροατηρίου – στόχου αλλά απαιτείται ο πλήρης συγχρονισμός τους με άλλες ενέργειες, όπως για παράδειγμα τη χρήση σκληρής ισχύος ή οικονομικές και διπλωματικές ενέργειες, προκειμένου να υπάρξει ο αποτελεσματικός ψυχολογικός επηρεασμός. Ψυχολογικές απειλές δεν λαμβάνονται ως αξιόπιστες αν δεν υπάρχει ή δεν υλοποιείται με φυσικές ενέργειες η αυτή καθ' αυτή απειλή της ανθρώπινης υπόστασης. Αντίστοιχα, υποσχέσεις μέσα από τη διεξαγωγή προπαγάνδας, για παράδειγμα ευημερίας και προόδου, πρέπει να υποστηρίζονται πραγματικά, να αναδεικνύονται και να αποδεικνύονται στα μάτια του ακροατηρίου - στόχου τα απτά αποτελέσματα. Αλλιώς οι ψυχολογικές ενέργειες πέφτουν στο κενό, όντας αναποτελεσματικές και χωρίς κατ' ελάχιστο κάποιο υπαρκτό αντίκτυπο, αν όχι στην χειρότερη περίπτωση έχουν αντίθετα αποτελέσματα.

Φυσικά το τελευταίο δεν είναι κάτι καινούργιο, αλλά παρόλο που έχει διαπιστωθεί δεν ενσωματώνεται επιτυχώς στη σχεδίαση και την υλοποίηση των ψυχολογικών ενεργειών σε κάθε περίπτωση. Εξαιρετική αποτύπωση αυτού του συμπεράσματος παρουσιάζεται στις οδηγίες – παροτρύνσεις του Πατριάρχου Κωνσταντινουπόλεως Φωτίου στην επιστολή του προς το Μιχαήλ άρχοντα της Βουλγαρίας, όπου παρουσιάζεται η αντίληψη που είχε ο Πατριάρχης Φώτιος για τη συνέργεια ψυχολογικού επηρεασμού με τις φυσικές ενέργειες:

«Να μην φαίνεσαι ότι παραβαίνεις τίποτα απ' όσα φανερά υποσχέθηκες στους άλλους³⁷³.»

Συνεχίζοντας ο Φώτιος σε άλλο σημείο σχετικά αναφέρει:

³⁷³ Φώτιος Πατριάρχης Κωνσταντινουπόλεως, *Ο Ηγεμών*, μτφ Ιωάννης Πλεξίδης, Αθήνα, Εκδόσεις Αρμός, 2007, σ. 73.

«Πρέπει να προσέχεις τις υπερβολικές υποσχέσεις. Γιατί αν τις εκπληρώσεις, με το μέγεθος της υπόσχεσης είναι σαν να αφαιρείς από πριν το μεγαλύτερο μέρος της ευχαρίστησης, αφού έχεις από πριν κομματιάσει και μειώσει την αξία του δώρου σαν να είναι πια δύο μικρά κομμάτια. Εάν δεν τις εκπληρώσεις, αποκτάς διπλή ντροπή, επειδή υποσχέθηκες υπερβολικά και δεν πρόσφερες τίποτα απ' αυτά που υποσχέθηκες. Και θα θεωρηθείς εχθρός αντί φίλος, γιατί αφαιρέσες αυτό που προσδοκούσαν³⁷⁴.»

Επιπλέον καταδείχθηκε ότι η ψυχολογική εξαπάτηση είναι εξαιρετικά αποδοτική όταν ο «μύθος» μπορεί να μολιαστεί στο μυαλό του λήπτη απόφασης, δημιουργώντας του μία «ψευδή βεβαιότητα». Μία ψευδή βεβαιότητα, όπως την ονομάζει ο Ηλίας Κουσκουβέλης, που οφείλεται μεταξύ άλλων στην οργανωμένη παραπλάνηση ή παραπληροφόρηση με σοβαρές επιπτώσεις στη λήψη ορθής απόφασης³⁷⁵.

Παράλληλα είναι πλέον ξεκάθαρο ότι στη σχεδίαση και τη διεξαγωγή ψυχολογικών επιχειρήσεων πρέπει να λαμβάνεται υπόψη η οπτική του ακροατηρίου – στόχου και όχι η μονολιθική αντίληψη της «πραγματικότητας» του σχεδιαστή. Η επίτευξη αυτού είναι εξαιρετικά σημαντική για την αποτελεσματικότητα της προπαγάνδας και συνάμα εξαιρετικά δύσκολη όταν υπάρχει κοινωνική, πολιτιστική ή και ακόμα γλωσσική διαφορά μεταξύ των δύο αλληλεπιδρώντων, σχεδιαστών και ακροατηρίου - στόχου.

Τέλος ο συσχετισμός των ψυχολογικών ενεργειών όπως υλοποιήθηκαν αυτές από τους «πρωτοπόρους» τους, αλλά και στο πλαίσιο του τελευταίου αιώνα της 2^{ης} χιλιετίας, από τους συνεχιστές τους, κατέδειξε τόσο τη συνάφεια των ψυχολογικών επιχειρήσεων όπως τις εφάρμοσαν εκατέρωθεν, όσο και επαναβεβαίωσε όχι μόνο τη διαχρονικότητα τους αλλά και την ύπαρξη αναλλοίωτων στοιχείων στις ψυχολογικές επιχειρήσεις κατά την εφαρμογή τους στη στρατηγική.

Στο τελευταίο βήμα στη διαδρομή μας έγινε μία αναδρομή στην διεξαγωγή ψυχολογικών επιχειρήσεων κατά την αυγή της 3^{ης} χιλιετίας και εντός του πλαισίου του πολέμου κατά της τρομοκρατίας, ο οποίος συνεχίζεται μέχρι σήμερα. Εξετάστηκαν οι ψυχολογικές ενέργειες τόσο στο Αφγανιστάν όσο και στον πόλεμο του Ιράκ,

³⁷⁴ Στο ίδιο, σ. 75.

³⁷⁵ Η. Κουσκουβέλης, *Θεωρία Απόφασης στον Θουκυδίδη*, Θεσσαλονίκη, Εκδόσεις Πανεπιστημίου Μακεδονίας, 2015, σ. 38.

προσθέτοντας ταυτόχρονα στοιχεία ψυχολογικών επιχειρήσεων από τις πρόσφατες συγκρούσεις στη Μέση Ανατολή. Είδαμε ψυχολογικές επιχειρήσεις είτε κατά τις συμβατικές επιχειρήσεις είτε κατά τις αντεπαναστατικές επιχειρήσεις, αλλά πάνω από όλα το πώς διαμορφώθηκε το πεδίο ψυχολογικών επιχειρήσεων από τις επιδράσεις της σύγχρονης τεχνολογίας επικοινωνιών. Οι αυτές καθ' αυτές ψυχολογικές στοχεύσεις διαφάνηκε ότι παραμένουν αναλλοίωτες, όμως το διαδίκτυο έχει ρίξει τα «τείχη» των συνόρων και έχει καταστήσει δυνατό να απευθύνονται οι προπαγανδιστές στο παγκόσμιο κοινό. Παρουσιάστηκαν οι εφαρμογές της προπαγάνδας που διεξάγεται μέσα από τον παγκόσμιο ιστό και η νέα γενιά «πολεμιστών» που αναπτύχθηκε για την πλήρη αξιοποίηση του, προκειμένου να καταστεί ένα επιπλέον «βέλος» στη φαρέτρα των μέσων ψυχολογικών επιχειρήσεων, ίσως το σημαντικότερο σήμερα, αλλά από ότι φαίνεται και στο μέλλον.

Αποτελεί αναμφισβήτητα γεγονός ότι τα μέσα μαζικής ενημέρωσης επηρεάζουν όχι μόνο την επίτευξη των στρατηγικών στοχεύσεων, αλλά και αυτούς καθ' αυτούς τους αντικειμενικούς σκοπούς αυτών. Αυτό επιβεβαιώνει και η αγόρευση του Ελευθέρου Βενιζέλου στην Βουλή στις 30 Μαρτίου 1932, με θέμα τη δημοσιονομική τότε κατάσταση, η οποία συνδυάζει τον έλεγχο των μέσων μαζικής ενημέρωσης με τη δημιουργία ψυχολογικής ατμόσφαιρας για τον έλεγχο του κοινού:

«Διότι τοιουτοτρόπως και τα προς αντιμετώπισιν της καταστάσεως αναγκαία μέτρα, τα οποία δεν είναι δυνατόν παρά να θίγουν τα συμφέροντα μεγάλου μέρους του πληθυσμού, θα εγίνοντο προθυμότερον δεκτά, υπό της κοινής γνώμης, και η ψυχολογική ατμόσφαιρα, άνευ της οποίας τοιούτοι αγώνες είναι δύσκολον να ευδοκιμήσουν, θα εδημιουργείτο, και η αντίδρασις του αντιπολιτευόμενου τύπου, τουλάχιστον του φιλικού προς τα πολιτικά κόμματα, θα έπαυε, και ο ξένος πάσης επαφής προς τα πολιτικά κόμματα τύπος θα ηδύνατο αποτελεσματικώτερον να χαλιναγωγηθή³⁷⁶.»

Έτσι αναδεικνύεται σε κυρίαρχο παράγοντα στη ζυγαριά της αποτελεσματικότητας των ψυχολογικών ενεργειών, η στάση των μέσων μαζικής ενημέρωσης. Φυσικά αυτό μπορεί να έχει και τις δύο αναγνώσεις. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης μπορούν να αποτελέσουν ένα εξαιρετικά ανασταλτικό παράγοντα στην ευόδωση των ψυχολογικών

³⁷⁶ Ε. Κ. Βενιζέλος, *Ποίοι οι Υπεύθυνοι δια την Μικρασιατικήν Καταστοφήν: τα Απώτερα Αίτια των Σημερινών Οικονομικών μας Δυσχερειών*, Αθήνα, Εκδόσεις Πελεκάνος, 2007, σ. 8.

επιχειρήσεων. Από την άλλη είδαμε ότι οι πολεμιστές της πληροφόρησης αλλά και οι φυτεμένοι δημοσιογράφοι μπορούν να εξυπηρετήσουν τη διεξαγωγή των ψυχολογικών επιχειρήσεων κατά τρόπο εξαιρετικά αποτελεσματικό.

Επιπλέον επαναβεβαιώνεται εντονότερα στον 21^ο αιώνα η ανάγκη συνέργειας φυσικών ενεργειών με τις διεξαγόμενες ψυχολογικές επιχειρήσεις, αλλά πλέον προστίθεται εντονότερα, η βαθιά γνώση και κατανόηση των χαρακτηριστικών της κουλτούρας των αποδεκτών τόσο στις φυσικές ενέργειες, όσο και στις ψυχολογικές, δημιουργώντας ένα εξαιρετικά σημαντικό τρίπολο που αλληλεπιδρά, πολλές φορές ανεξέλεγκτα ή προς μη αναμενόμενη κατεύθυνση για τους σχεδιαστές και των δύο ειδών ενεργειών. Εξίσου σημαντική επίδραση σε αυτό έχει η σύγχρονη τεχνολογία επικοινωνιών, που καθιστά υποχρεωτική την άμεση προβολή της «επιθυμητής» από τους σχεδιαστές αντίληψης – οπτικής των γεγονότων, προκειμένου να αποφύγουν αυτοί την ήττα στη «μάχη για την αφήγηση».

Ανατρέχοντας στα ερωτήματα είχαν τεθεί στην αρχή της παρούσας εργασίας, εκτιμάται ότι αυτά απαντήθηκαν. Υποστηρίχθηκε ότι οι ψυχολογικές επιχειρήσεις δεν είναι ένα «καινούργιο» εργαλείο, αλλά έχουν τις ρίζες τους βαθιά στην ιστορία. Αποδείχθηκε ότι οι ψυχολογικές στοχεύσεις και οι εφαρμογές τους κατά κανόνα παραμένουν αναντίρρητα παρόμοιες μέσα στην εξέλιξη της ιστορίας. Εκείνο που διαφοροποιείται είναι τα μέσα, όπως για παράδειγμα περάσαμε από τις προκηρύξεις στους βράχους από το Θεμιστοκλή, στις προκηρύξεις στον «τοίχο» του Face book. Στη εποχή του Ομήρου ο μηχανισμός της θηριωδίας προκαλούσε δέος στις ψυχές των αντιπάλων. Αντίστοιχο είναι το αποτέλεσμα που επιδιώκει η τρομοκρατία σήμερα. Όμως ο «τρόμος» πλέον έχει ανάγκη τις ψυχολογικές επιχειρήσεις μέσω διαδικτύου για να τον ντύσουν με «θεατρικότητα» και να τον προβάλλουν στην πλανητική οθόνη. Αυτή η εξέλιξη της τεχνολογίας και η υιοθέτηση νέων μεθόδων ή τεχνολογιών δεν αναιρεί αυτή καθ' αυτή τη διαχρονικότητά τους, απλά αλλάζει την εκάστοτε «ένδειξη» στο δυναμόμετρο της αποτελεσματικότητάς τους για την υποστήριξη των στρατηγικών στοχεύσεων. Αυτή η αύξηση της εν δυνάμει αποτελεσματικότητας έγκειται στην διαμόρφωση της εποχής μας, όπου «τα όρια μεταξύ ουσίας και εικόνας θα πρέπει να αναζητηθούν σε μία αδιόρατη κλωστή³⁷⁷», όπως αναφέρει ο Παναγιώτης Θεοδωρακόπουλος. Ο οποίος προσθέτει «ότι

³⁷⁷ Π. Θεοδωρακόπουλος, *Προπαγάνδα η Ένδοξη*, ό.π., σ. 279.

από ένα σημείο και μετά η εικόνα καθίσταται ουσία. Ή η εικόνα καθίσταται πραγματισμός και προετοιμάζει την ουσία³⁷⁸». Έτσι στην αυγή της 3^{ης} χιλιετίας, όπου κυριαρχούν τα μέσα μαζικής επικοινωνίας αλλά και το διαδίκτυο, εξηγείται η αυξανόμενη σημασία που λαμβάνουν οι ψυχολογικές επιχειρήσεις

Είναι βέβαιο ότι οι άνθρωποι κατέχουν τα όπλα, τα χειρίζονται και τα διευθύνουν για να νικήσουν και δεν πρέπει να μας διαφεύγει ότι η ιστορία σε αυτό στηρίζεται και δημιουργείται. Όμως ανεξάρτητα από τις φυσικές δυνατότητες μπορούν να ηττηθούν, όπως αναφέρει εύστοχα ο Ιωάννης Βολωνάκης³⁷⁹. Σε αυτό μπορούμε να πούμε υπερβατικά έρχεται και υποβοηθά η χρήση των ψυχολογικών επιχειρήσεων, τεκμηριώνοντας την εφαρμογή τους στη στρατηγική. Εφαρμογή εξαιρετικά σημαντική και διαδεδομένη, που όμως εξαρτάται για την επίτευξη αποτελεσμάτων από την εκάστοτε εύστοχη ή άστοχη διαχείριση της εφαρμογής αυτών. Ορμώμενοι από το Joseph S. Nye Jr., ο οποίος αναφερόμενος στην έξυπνη ισχύ θεωρεί ότι «σημαίνει να μάθουμε να συνδυάζουμε με τον καλύτερο τρόπο τη σκληρή με την ήπια ισχύ μας³⁸⁰», μπορούμε να τον παραφράσουμε λέγοντας ότι η αποτελεσματική εφαρμογή των ψυχολογικών επιχειρήσεων στη στρατηγική σημαίνει να μάθουμε να συνδυάζουμε όλες τις διαστάσεις της ισχύος με τις ψυχολογικές επιχειρήσεις. Αποτελεσματική εφαρμογή που συναρτάται με το ερώτημα που θέτει ο ίδιος συγγραφέας «το ερώτημα είναι ποια μηνύματα στέλνονται και από ποιον και υπό ποιες συνθήκες λαμβάνονται και με ποιο τρόπο επηρεάζουν την ικανότητα μας να εξασφαλίσουμε τα αποτελέσματα που θέλουμε³⁸¹».

Μέσα από τα παραπάνω οδηγούμαστε να καταρρίψουμε τη θέση ότι οι ψυχολογικές επιχειρήσεις έχουν εφαρμογή μόνο στον πόλεμο³⁸². Είναι πεντακάθαρο ότι έχουν εφαρμογή όχι μόνο σε περιπτώσεις χρήσης σκληρής ισχύος, αλλά επηρεάζουν και άλλους συντελεστές που συνδράμουν στην επίτευξη των στρατηγικών στοχεύσεων, όπως την οικονομία ή τη διπλωματία. Κάτι που υποστηρίζει αντίστοιχα ο Randall G. Bowdish για τις ψυχολογικές επιχειρήσεις στην εποχή της πληροφορίας. Ο Bowdish θεωρεί ότι οι

³⁷⁸ Στο ίδιο, σ. 279.

³⁷⁹ Ι. Βολωνάκης, *Παγκόσμιος Ιστορία του Ψυχολογικού Πολέμου και της Προπαγάνδα*, ό.π., σ. 14.

³⁸⁰ J. Jr. Nye, *Ήπια Ισχύς: Το Μέσο Επιτυχίας στην Παγκόσμια Πολιτική*, ό.π., σ. 79.

³⁸¹ Στο ίδιο, σ. 99.

³⁸² Γ. Πλειός, *Αρχές Στρατηγικής Επικοινωνίας*, ό.π..

ψυχολογικές επιχειρήσεις όχι μόνο συνδυάζονται με τις περιπτώσεις συγκρούσεων, αλλά έχουν εφαρμοσιμότητα πέρα από αυτή και παρουσιάζει στην οπτικοποίηση αυτής της ιδέα ξεκάθαρα την επίδραση των ψυχολογικών ενεργειών σε μη στρατιωτικούς παράγοντες³⁸³ (εικόνα 16). Μπορούμε να πούμε υπερβατικά ότι σε αυτό το συμπέρασμα φαίνεται να είχε καταλήξει και ο Edward Carr, ο οποίος αναφέρει χαρακτηριστικά «η ισχύ της πειθούς δεν μπορεί να διαχωριστεί από τη στρατιωτική και οικονομική ισχύ».

Φυσικά όμως σε περιπτώσεις συγκρούσεων η διεξαγωγή ψυχολογικών επιχειρήσεων αναγορεύεται σε αναγκαιότητα. Αναγκαιότητα καθόσον «μέσω της χρήσης αυτής είναι δυνατόν να μειωθεί σε πολύ μεγάλο ποσοστό το κόστος της πολεμικής διαδικασίας είτε σε υλικό επίπεδο είτε σε επίπεδο έμψυχου δυναμικού», όπως αναφέρει ο Σπυρίδων Λίτσας³⁸⁴. Αυτός είναι ίσως και ο λόγος που από τα μέσα του 20^{ου} αιώνα η μελέτη για την εφαρμογή έχει λάβει ιδιαίτερη σημασία, εξαιτίας τις απροθυμίας των κοινωνιών να αποδεχτούν απώλειες υλικές ή ανθρώπινες. Οι ψυχολογικές ενέργειες έχουν «αναλάβει» να μειώσουν αυτό το κόστος, αλλά και να πείσουν πολλές φορές τις κοινωνίες ότι είναι αναγκαίο, επιτυγχάνοντας την εσωτερική νομιμοποίηση. Επιπλέον δεν πρέπει όμως να παραβλέπεται ότι δύναται μέσα από τις ψυχολογικές επιχειρήσεις, ο σχεδιαστής αυτών, «να αυξήσει την ψυχολογική πίεση στις αντίπαλες δυνάμεις», όπως προσθέτει ο ίδιος συγγραφέας³⁸⁵. Έτσι μέσα από τα παραπάνω δίνεται η απάντηση ότι οι ψυχολογικές επιχειρήσεις έχουν ξεκάθαρα εφαρμογή για την υποστήριξη των στοχεύσεων σε επίπεδο τόσο της υψηλής όσο και της στρατιωτικής στρατηγικής. Εφαρμογή που έχει αυξανόμενη σημασία στην εποχή του επικοινωνιακού πολέμου όπως τον αποκαλεί ο Παναγιώτης Θεοδωρακόπουλος, ο οποίος προσθέτει ότι «ήττες στον επικοινωνιακό τομέα συνεπιφέρουν πισωγυρίσματα και ανατροπές στην ουσία της πολιτικής³⁸⁶»

Τέλος στην προσπάθεια να δοθεί απάντηση στο ερώτημα εάν μπορούν να δράσουν από μόνες τους για να επιτευχθούν οι αντικειμενικοί σκοποί των σχεδιαστών τους, έγινε αναζήτηση στο πλαίσιο εξέτασης αποτελεσμάτων, είτε της απομονωμένης χρήσης τους,

³⁸³ R. G. Bowdish, «*Information Age Psychological Operations*», *Military Review*, December – February, 1998, σ. 30.

³⁸⁴ Σ. Λίτσας, *Πόλεμος και Ορθολογισμός: Θεωρητικές Προεκτάσεις και Στρατηγικές Εφαρμογές*, ό.π., σ. 313.

³⁸⁵ Στο ίδιο, σ. 313.

³⁸⁶ Π. Θεοδωρακόπουλος, *Προπαγάνδα η Ένδοξη*, ό.π., σ. 279.

είτε της συνέργειάς τους με άλλους συντελεστές ισχύος. Αυτή η αναζήτηση κατέληξε στο συμπέρασμα ότι οι ψυχολογικές επιχειρήσεις κατά κανόνα δεν μπορούν να επιφέρουν την τροποποίηση της συμπεριφοράς του ακροατηρίου – στόχου προς την επιδιωκόμενη, δρώντας μεμονωμένα. Εκείνο όμως που διαφοροποιείται είναι το είδος των ενεργειών που πρέπει να συνδυαστούν μαζί τους και το οποίο πρέπει να συναρτάται με τα κίνητρα του ακροατηρίου – στόχου που θέλουμε να επικαλεστούμε.

Φυσικά «ο επηρεασμός της συμπεριφοράς είναι ισχύς³⁸⁷», όπως αναφέρει ο Joseph S. Nye Jr., αλλά δεν πρέπει να ταυτίζουμε εννοιολογικά το αποτέλεσμα με το αίτιο, την τροποποίηση της συμπεριφοράς με τις ψυχολογικές επιχειρήσεις αποκλειστικά. Σε κάθε περίπτωση ο επηρεασμός της συμπεριφοράς θα προέλθει από το συγκερασμό των προσπαθειών όλων των παραγόντων, ανάμεσα στους οποίους είναι και οι ψυχολογικές επιχειρήσεις. Υποστηρικτική σε αυτό είναι και η αναφορά του Σπυρίδωνα Λίτσα ο οποίος προσθέτει:

«Οι ψυχολογικές επιχειρήσεις δεν μπορούν να κερδίσουν έναν πόλεμο· μπορούν όμως να συντελέσουν στην πτώση του ηθικού του αντιπάλου και στην επιτάχυνση των διαδικασιών της παύσης του πολέμου εις όφελος αυτού που χρησιμοποιεί αυτού του είδους τις πρακτικές³⁸⁸.»

Εκείνο που διαφαίνεται να αλλάζει είναι τα εκάστοτε συστατικά του μίγματος που απαιτείται για να επιτευχθεί η τροποποίηση της συμπεριφοράς. Οι ψυχολογικές επιχειρήσεις στην εποχή του διαδικτύου αρχίζουν να καταλαμβάνουν μία όλο και πιο κεντρική θέση στον εκάστοτε σχεδιασμό, χωρίς να επιτρέπουν σε οποιονδήποτε να τις παραβλέψει. Αυτό απαιτείται είτε γιατί το επιβάλλει η αδυναμία της δεδομένης ισχύος που είναι διαθέσιμη, είτε για να αντιμετωπίσει αντίστοιχες ενέργειες των αντιπάλων του. Σε κάθε περίπτωση όμως καταδεικνύεται η αδήριτη ανάγκη για συγχρονισμό και συνταύτιση όλως των συντελεστών, και των ψυχολογικών επιχειρήσεων οι οποίες δεν μπορούν χαρακτηριστούν πανάκεια, αλλά μία ζωτική δεξιότητα.

³⁸⁷ J. Jr. Nye, *Ήπια Ισχύς: Το Μέσο Επιτυχίας στην Παγκόσμια Πολιτική*, ό.π., σ. 28.

³⁸⁸ Σ. Λίτσας, *Πόλεμος και Ορθολογισμός: Θεωρητικές Προεκτάσεις και Στρατηγικές Εφαρμογές*, ό.π., σ. 314.

Συγκεφαλαιώνοντας οι ψυχολογικές επιχειρήσεις, είτε παίζουν πρωτεύοντα, είτε υποστηρικτικό ρόλο, αναδεικνύονται κρίσιμες για την επίτευξη των αντικειμενικών σκοπών της υψηλής και της στρατιωτικής στρατηγικής. Στην προσπάθειά τους για να τροποποιήσουν τη συμπεριφορά του στόχου μπορούν να παίζουν παιχνίδια στο μυαλό του, θολώνοντας την κρίση του ή και ακόμα αυτή καθ' αυτή την εικόνα που έχει για την «πραγματικότητα». Στην εποχή την πληροφορίας, όπου οι συμβατικοί πόλεμοι έχουν υποχώρηση και οι συγκρούσεις χαμηλής έντασης αυξάνονται, ενώ η παγκόσμια τρομοκρατία αναδεικνύεται στην κυρίαρχη απειλή για την ασφάλεια, και οι κοινωνίες γίνονται ολοένα πιο απρόθυμες να νομιμοποιήσουν την εμπλοκή σε ένα συμβατικό πόλεμο, η αξία των ψυχολογικών επιχειρήσεων μόνο θα αυξάνεται.

Έτσι κλείνοντας την παρούσα εργασία μπορούμε να πούμε ότι:

Οι ψυχολογικές επιχειρήσεις στην εποχή της πληροφορίας φαίνεται να μετουσιώνονται στο «Άγιο δισκοπότηρο» κατά την εφαρμογή τους στη στρατηγική. Όμως μάλλον αποτελούνται από το ίδιο «μετάλλευμα» από το οποίο σφυρηλατήθηκαν σε «αρχέγονο ξίφος» πριν από χιλιάδες χρόνια και το οποίο έκοψε αρκετές φορές το «Γόρδιο Δεσμό» των στρατηγικών στοχεύσεων. Έτσι λοιπόν για μία ακόμα φορά ίσως μπορέσουν να αποτελέσουν τον καθρέφτη που θα χρησιμοποιηθεί για να ξορκίσει την αυξανόμενη τρομοκρατία μέσα από την απεικόνιση του εαυτού της.

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνικές Πηγές

- Αργύρης Χ., *Στρατολογώντας τρομοκράτες στο διαδίκτυο: Ο online θρίαμβος της τζιχάντ*, news247, 22 Νοεμβρίου 2015, <http://news247.gr/eidiseis/weekend-edition/we-stratologwntas-tromokrates-sto-diadiktyo-o-online-thriamvos-ths-tzixant.3783513.html> , Πρόσβαση 14 Δεκεμβρίου 2015.
- Βαφειάδης Ι., *Το Ραδιόφωνο και η Τηλεόραση ως Μέσα Επικοινωνίας*, Αθήνα, Στρατιωτική Επιθεώρηση, Νοέμβριος – Δεκέμβριος, 2007.
- Βελλιάδης Α., *Κατοχή: Γερμανική Πολιτική Διοίκηση στην Κατεχόμενη Ελλάδα 1941-1944*, Αθήνα, Εκδόσεις Ενάλιος, 2008.
- Βενιζέλος Ε. Κ., *Ποίοι οι Υπεύθυνοι δια την Μικρασιατικήν Καταστοφήν: τα Απώτερα Αίτια των Σημερινών Οικονομικών μας Δυσχερειών*, Αθήνα, Εκδόσεις Πελεκάνος, 2007.
- Βολωνάκης Ι., *Παγκόσμιος Ιστορία του Ψυχολογικού Πολέμου και της Προπαγάνδα*, Αθήνα, Εκδόσεις Γεωργιάδης, 2008.
- ΓΕΕΘΑ, «*Διακλαδικό Δόγμα Πολιτικοστρατιωτικής*» Συνεργασίας, Αθήνα, 2013.
- ΓΕΕΘΑ, «*Διακλαδικό Δόγμα Ψυχολογικών Επιχειρήσεων*», Αθήνα, 2014.
- ΓΕΕΘΑ, *ΔΚ 2-1 "Επιχειρησιακή Σχεδίαση ΕΔ"*, Αθήνα, 2012.
- ΓΕΣ, *ΕΕ 123-1 "Πληροφοριακές Επιχειρήσεις"*, Έκδοση ΤΥΕΣ, Αθήνα, 2012.
- ΓΕΣ, *ΕΕ 125-1 "Ψυχολογικές Επιχειρήσεις"*, Έκδοση ΤΥΕΣ, Αθήνα. 1996.
- ΓΕΣ, *ΣΚ 30-1 "Η Σχεδίαση στο ΣΞ"*, Αθήνα, 2014.
- ΓΕΣ, *ΣΚ 42-1 "Στρατιωτική Ορολογία"*, Έκδοση ΤΥΕΣ, Αθήνα. 2001.
- Γεωργαλάς Γ., *Η Προπαγάνδα*, Αθήνα, 2008.
- Γιαρένης Ε., *Οι Έλληνες και ο Πόλεμος: Από το Ομηρικό Σύμπαν στον Κλασικό Ελληνικό Κόσμο*, Αθήνα, Εκδόσεις Ενάλιος, 2012.

- Δεληγιάννης Π., *Τρωικός Πόλεμος: Η πιο Διάσημη Σύγκρουση της Παγκόσμιας Ιστορίας*, Αθήνα, Εκδόσεις Περισκόπιο, 2009.
- Δημητράκης Π., *Οι Γερμανικές Μυστικές Υπηρεσίες στην Ελλάδα του Μεσοπολέμου και της Κατοχής (1937-1945)*, Αθήνα, Εκδόσεις Ενάλιος, 2009.
- ΔΙΣ, *Θέματα Στρατιωτικής Ιστορίας*, Αθήνα, Εκδόσεις Διεύθυνσης Ιστορίας Στρατούς, 1999.
- Ηρόδοτος, *ΚΑΛΛΙΟΠΗ: Η ένατη των Ιστοριών Ηροδότου του Αλικαρνασέως*, μτφ Γ. Συντομόρου, Εκδόσεις Ζήτρος, 2002.
- Ηρόδοτος, *ΟΥΡΑΝΙΑ: Η όγδοη των Ιστοριών Ηροδότου του Αλικαρνασέως*, μτφ Γ. Συντομόρου, Εκδόσεις Ζήτρος, 2002.
- Θεοδωρακόπουλος Π., *Προπαγάνδα η Ενδοξη*, Αθήνα, Εκδόσεις Σιδέρης, 2006.
- Θουκυδίδου Ιστορία., μτφ Ε. Βενιζέλου, επιμ. Σ. Στεφάνου – Κ. Στεργίοπουλου, Αθήνα, Εκδόσεις Φωτιάδης.
- Καλογερόπουλος Ν. Α., *Η Προπαγάνδα Μέσον Βιασμού των Λαών: Η Φιλοσοφία της Προπαγάνδας*, Αθήνα, Εκδόσεις Δρόμων, 2012, 3^η Έκδοση.
- Κολιόπουλος Κ., *Η Στρατηγική Σκέψη*, Αθήνα, Εκδόσεις Ποιότητα, 2008, Β' Έκδοση.
- Κολιόπουλος Κ., *Η Υψηλή Στρατηγική της Αρχαίας Σπάρτης*, Αθήνα, Εκδόσεις Ποιότητα, 2001, Έκδοση 6^η.
- Κονδύλης Π., *Από τον 20^ο στον 21^ο Αιώνα: Τομές στην Πλανητική Πολιτική περί το 2000*, Αθήνα, Εκδόσεις Θεμέλιο, 1998, Έκδοση β'.
- Κονδύλης Π., *Θεωρία του Πολέμου*, Αθήνα, Εκδόσεις Θεμέλιο, 1998, Έκδοση Β'.
- Κουσκουβέλης Η., *Εισαγωγή στις Διεθνείς Σχέσεις*, Αθήνα, Εκδόσεις Ποιότητα, 2010, Έκδοση ΣΤ'.
- Κουσκουβέλης Η., *Θεωρία Διεθνών Σχέσεων: Αποτροπή και Πυρηνική Στρατηγική στον Ψυχρό Πόλεμο*, Αθήνα, Εκδόσεις Ποιότητα, 2000, Έκδοση 2^η.

- Κουσκουβέλης Η., *Θεωρία Απόφασης στον Θουκυδίδη*, Θεσσαλονίκη, Εκδόσεις Πανεπιστημίου Μακεδονίας, 2015.
- Κουσκουβέλης Η., *Λήψη Αποφάσεων Κρίση Διαπραγμάτευση*, Αθήνα, Εκδόσεις Παπαζήση, 1997.
- Κυρανούδη Δ., *Επανάσταση και κοινωνική αλλαγή μέσω twitter*;, Deutsche Welle, 4 Ιουλίου 2014, <http://www.dw.com/el/επανάσταση-και-κοινωνική-αλλαγή-μέσω-twitter/a-17753589> , Πρόσβαση 28 Νοεμβρίου 2015.
- Κωτούλας Ι., *Η Προπαγάνδα κατά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο: Τα Ιδεολογικά Όπλα των Αντιπάλων*, Αθήνα, Εκδόσεις Περισκόπιο, 2006.
- Λίτσας Σ., *ΙΛΙΑΔΑ και διεθνής πολιτική: Μια Θεωρητική Προσέγγιση*, Αθήνα, Εκδόσεις Ποιότητα, 2014.
- Λίτσας Σ., *Πόλεμος και Ορθολογισμός: Θεωρητικές Προεκτάσεις και Στρατηγικές Εφαρμογές*, Αθήνα, Εκδόσεις Ποιότητα, 2010.
- Μπάρμπας Ι., *Θουκυδίδη: Περικλέους Επιτάφιος*, Αθήνα, Εκδόσεις Ζήτρος, 2002, Επανεκδοση Το Βήμα.
- Μαυραγάνης Κ., *Οι πολεμιστές του Facebook και του Twitter. Ποια είναι η σημασία των social media στον σύγχρονο πόλεμο*, TheHuffingtonPost.com, 15 Φεβρουαρίου 2015, http://www.huffingtonpost.gr/2015/02/15/facebook-twitter-social_n_6683716.html , Πρόσβαση 28 Νοεμβρίου 2015.
- Μπάκουλης Α., *10 μήνες όμηρος των τζιχαντιστών: Όσα έμαθα για το ISIS*, news247, 21 Νοεμβρίου 2015, <http://news247.gr/eidiseis/weekend-edition/10-mhnes-omhros-twn-tzixantistwn-osa-ematha-gia-to-isis.3781059.html> , Πρόσβαση 14 Δεκεμβρίου 2015.
- Μπόση Μ., *Ζητήματα Ασφαλείας στη Νέα Τάξη Πραγμάτων*, Αθήνα, Εκδόσεις Παπαζήση, 1999.
- Ομήρου, *Ιλιάδα*, μτφ Ν. Καζαντζάκη -Ι. Κακριδή.
- Ομήρου, *Οδύσσεια*, μτφ Ν. Καζαντζάκη -Ι. Κακριδή.

Παπαδημητρίου Κ., Κουφογιώργος Γ., Γρηγορόπουλος Κ., *Η Ναυμαχία της Σαλαμίνας: Τα «Ξύλινα Τείχη» Σώζουν την Ελλάδα*, Αθήνα, Εκδόσεις Περισκόπιο, 2006.

Παπασωτηρίου Χ., *Βυζαντινή Υψηλή Στρατηγική 6ος - 11ος αιώνας*, Αθήνα, Εκδόσεις Ποιότητα, 2004, Έκδοση Δ'.

Πλατιάς Α., *Διεθνείς Σχέσεις και Στρατηγική στον Θουκυδίδη*, Αθήνα, Εκδόσεις Εστία, 2010, Έκδοση 6^η.

Πλειός Γ., Αρχές Στρατηγικής Επικοινωνίας, HellasStratcom, <http://stratcomhellas.weebly.com/stratcom-docs-greek.html> , Πρόσβαση 26 Νοεμβρίου 2015.

Τα ΝΕΑ, *Βίντεο καταγράφει τον πανικό στην Παναγία των Παρισίων*, 15 Νοεμβρίου 2015, <http://www.tanea.gr/news/world/article/5311096/astynomikos-synagermos-gyrw-aro-thn-panagia-twn-parisiwn>, Πρόσβαση 25 Νοεμβρίου 2015.

Φώτιος Πατριάρχης Κωνσταντινουπόλεως, *Ο Ηγεμών*, μτφ Ιωάννης Πλεξίδης, Αθήνα, Εκδόσεις Αρμός, 2007.

Ξενογλωσσες Πηγές στα Ελληνικά

Beaufre A., *Εισαγωγή στη Στρατηγική*, μτφ Π. Μαυρόπουλος, ΓΕΕΘΑ, Αθήνα, 2015.

Βιργίλιος, *Αινειάδα Βιβλίο Β*, μτφ Λ. Μαβίλης, https://el.wikisource.org/wiki/Αινειάδα,_Βιβλίο_δεύτερο, πρόσβαση 18 Οκτωβρίου 2015.

Brzezinski Z., *Η Μεγάλη Σκακιέρα*, μτφ Ελένη Αστερίου, Αθήνα, Εκδόσεις Λιβάνης, 1998.

Galula D., *Αντεπαναστατικός Πόλεμος "Θεωρία και Πρακτική"*, μτφ Δ. Παυλακάκης, Αθήνα, Εκδόσεις Οδυσσέας, 2009.

Carr E. H., *Η Εικοσαετής Κρίση 1919-1939: Εισαγωγή στη μελέτη των διεθνών σχέσεων*, μτφ Η. Στρούκου, επιμ. Κ. Αρβανιτόπουλος, Αθήνα, Εκδόσεις Ποιότητα, 2011, Δ' Έκδοση

- Clauzevitz K. V., *Περί του Πολέμου*, μτφ Νατάσα Ξεπουλιά, Θεσσαλονίκη, Εκδόσεις Βάνιας, 1999, ε' ανατύπωση.
- Creveld M. Van, *Η Άνοδος και η Πτώση του Κράτους*, μτφ Κ. Κολιόπουλος, Αθήνα, Εκδόσεις Τουρίκης, 2003.
- Creveld M. Van, *Η Μεταμόρφωση του Πολέμου: Η πιο Ριζοσπαστική Επανερμηνεία της Ένοπλης Σύγκρουσης από την Εποχή του Κλαούζεβιτς*, μτφ Μ. Μπλέτας, Αθήνα, Εκδόσεις Τουρίκης, 2007.
- Hanson V. D., *Ο Δυτικός Τρόπος Πολέμου: Η Αποφασιστική Μάχη στην Κλασσική Ελλάδα*, μτφ Μ. Μπλέτας, Αθήνα, Εκδόσεις Τουρίκης, 2003.
- Hutchinson G., *Ο Ξενοφών και η Τέχνη της Διοίκησης: Πολεμική Τακτική και Στρατηγική 411-363 π.χ.*, μτφ Π. Μουτούλας, Αθήνα, Εκδόσεις Ιωλκός, 2005.
- Irving D., *Ρόμελ: Η Αλεπού της Ερήμου*, μτφ Γ. Καστανάρας, Αθήνα, Εκδόσεις Γκοβόστη, 2005.
- Irving D., *Ο Πόλεμος του Χίτλερ*, μτφ Δ. Π. Κωστελένος, Αθήνα, Εκδόσεις Γκοβόστη, 2003.
- Irving D., *Ο Πόλεμος των Στρατηγών: Στα Ενδότερα των Συμμαχικών Δυνάμεων 1944-45*, μτφ Σ. Χουρμουζιάδης, Αθήνα, Εκδόσεις Ιωλκός, 2005, Έκδοση .
- Keegan J., *Η Ιστορία του Πολέμου*, μτφ Λ. Χαραλαμπίδης, Αθήνα, Εκδόσεις Λιβάνης, 1997.
- Kissinger H., *Η Διπλωματία*, μτφ Γιούρι Κοβαλένκο, Αθήνα, Εκδόσεις Λιβάνη, 1995.
- Kissinger H., *Παγκόσμια Τάξη*, μτφ Χρήστος Καψάλης, Αθήνα, Εκδόσεις Λιβάνη, 2015.
- Liddell Hart B. H., *Οι Γερμανοί Στρατηγοί Μιλούν: Οι άγνωστε πτυχές του Δευτέρου Παγκόσμιου Πολέμου*, μτφ Α. Κωνσταντοπουλος, Αθήνα, Εκδόσεις Λιναίος, 1948.

- Μακαϊζακ Ν., *Οι Δημιουργοί της Σύγχρονης Στρατηγικής: Από το Μακκιαβέλι στην Πυρηνική Εποχή*, Επιμέλεια Ρ. Paret, Επιστ. Επιμέλεια Θ. Ντόκος, Αθήνα, Εκδόσεις Τουρίκης, 2004.
- Mearsheimer J. J., *Η Τραγωδία των Μεγάλων Δυνάμεων*, μτφ Κ. Κολιόπουλος, επ. επιμ Π. Ήφαιστος, Η. Κουσκουβέλης, Αθήνα, Εκδόσεις Ποιότητα, 2011, 6^η Έκδοση.
- Nye J. Jr., *Ήπια Ισχύς: Το Μέσο Επιτυχίας στην Παγκόσμια Πολιτική*, μτφ Ε. Μπαρτζινοπουλος, Αθήνα, Εκδόσεις Παπαζήση, 2005.
- Nye J. Jr., «Ο πόλεμος στον 21ο αιώνα», Το Βήμα, 2015, <http://www.tovima.gr/world/article/?aid=675494>, πρόσβαση 6 Σεπτεμβρίου 2015.
- Σάι Τ.; Κόλλιερ Τ., *Οι Δημιουργοί της Σύγχρονης Στρατηγικής: Από το Μακκιαβέλι στην Πυρηνική Εποχή*, Επιμέλεια Ρ. Paret, Επιστ. Επιμέλεια Θ. Ντόκος, Αθήνα, Εκδόσεις Τουρίκης, 2004.
- Sun Tzu, *Η Τέχνη του Πολέμου*, μτφ Κ. Γεωργαντάς, Θεσσαλονίκη, Εκδόσεις Βάνιας, 1997, γ' ανατύπωση.
- Taylor P. M., *Πόλεμος και Διεθνείς Σχέσεις στην Εποχή της Πληροφορίας*, μτφ. Κ. Περεζούς, Αθήνα, Εκδόσεις Παπαζήσης, 2004.
- Young M. B., *Οι Πόλεμοι του Βιετνάμ 1945 – 1990*, μτφ Δημήτρης Παυλάκης, Αθήνα, Εκδόσεις Οδυσσέας, 2008.

Ξενόγλωσσες Πηγές

- Abbott A., *PSYOP Soldiers: Winning the War One Friendship at a Time*, <http://www.psywarrior.com/WinningFriendshipwar.html> , Πρόσβαση 8 Δεκεμβρίου 2015.
- Abunimah A., *Israel student union sets up “war room” to sell Gaza massacre on Facebook*, electronicintifada.net, 14 Ιουλίου 2014, <https://electronicintifada.net/blogs/ali-abunimah/israel-student-union-sets-war-room-sell-gaza-massacre-facebook> , Πρόσβαση 28 Νοεμβρίου 2015.

- Barger M. G., *Psychological Operations Supporting Counterinsurgency: 4th Psyop Group in Vietnam*, Fort Leavenworth Kansas, Έκδοση United States Military Academy: West Point, 2007.
- Beelman M. S., *Commentary: The dangers of disinformation in the war on terrorism*, *The Center for Public Integrity*, 2 Φεβρουαρίου 2002, <http://www.publicintegrity.org/2002/02/02/3203/commentary-dangers-disinformation-war-terrorism> , Πρόσβαση 27 Νοεμβρίου 2015.
- Berger J.M.; Morgan J., *The ISIS Twitter Census: Defining and describing the population of ISIS supporters on Twitter*, The Brookings Institution, Washington, 20 Μαρτίου 2015, http://www.brookings.edu/~media/research/files/papers/2015/03/isis-twitter-census-berger-morgan/isis_twitter_census_berger_morgan.pdf , Πρόσβαση 14 Δεκεμβρίου 2015.
- Berger J.M., *How ISIS Games Twitter*, The Atlantic, 16 Ιουνίου 2014, <http://www.theatlantic.com/international/archive/2014/06/isis-iraq-twitter-social-media-strategy/372856/> , Πρόσβαση 14 Δεκεμβρίου 2015.
- Bowdish R. G., «*Information Age Psychological Operations*», *Military Review*, December – February, 1998.
- Brook T. V., *U.S. drops propaganda bomb on ISIL*, USA TODAY, 26 Μαρτίου 2015, <http://www.usatoday.com/story/news/world/2015/03/26/propaganda-syria-isis/70452880/> , Πρόσβαση 15 Δεκεμβρίου 2015.
- Burnett P. Jr. *Information Operations*, Pennsylvania, U.S. Army War College, 2002.
- Bytwerk R., *German Propaganda Archive*, Calvin College, <http://research.calvin.edu/german-propaganda-archive>.
- Collins S., *Mind Games*, NATO Review, 2003, <http://www.nato.int/docu/review/2003/issue2/english/art4.html> , Πρόσβαση 5 Δεκεμβρίου 2015.

- Delwiche A., *Propaganda: Common techniques- Glittering generalities*, 2011, <http://www.propagandacritic.com/articles/ct.wg.gg.html>, πρόσβαση 9 Νοεμβρίου 2015.
- Department of the Army, *FM 1-02 «Operational Terms and Graphics»*, Washington, 2004.
- Department of Defense, *JP 1-02 «Joint Doctrine Dictionary of Military and Associated Terms»*, 2010 (As Amended Through 2015).
- Department of Defense, *JP3-03 “Joint Interdiction”*, 2007 (Change 1 14 October 2011).
- Donovan M., *Strategic Deception: Operation Fortitude*, Pennsylvania, U.S. Army War College, 2002.
- Etling B.; Faris R.; Palfrey J.; Kelly J., *Mapping the Arabic Blogosphere: Politics, Culture and Dissent*, Berkman Center Research Publication, 2009, https://cyber.law.harvard.edu/publications/2009/Mapping_the_Arabic_Blogosphere, πρόσβαση 14 Δεκεμβρίου 2015.
- Friedman H., Chieu Hoi Program of Vietnam, <http://www.psywarrior.com/ChieuHoiProgram.html>, πρόσβαση 3 Νοεμβρίου 2015.
- Friedman H., *Dai Doan Ket National Reconciliation*, <http://www.psywar.org/doanket.php>, πρόσβαση 7 Νοεμβρίου 2015.
- Friedman H., *D-DAY PSYOP*, <http://www.psywarrior.com/DDAYPSYOP.html>, πρόσβαση 9 Νοεμβρίου 2015.
- Friedman H., *Operation Iraqi Freedom*, <http://www.psywarrior.com/OpnIraqiFreedom.html>, πρόσβαση 5 Δεκεμβρίου 2015.
- Friedman H., *PSYOPS Order of Battle for Vietnam*, <http://www.psywarrior.com/VietnamOBPSYOP>, πρόσβαση 3 Νοεμβρίου 2015.

- Friedman H., *U.S. PSYOP Against The Islamic State*, <http://www.psywarrior.com/PSYOPAgainstISIS.html> , πρόσβαση 15 Δεκεμβρίου 2015.
- Friedman H., *PSYOP Dissemination*, <http://www.psywarrior.com/dissemination.html>, πρόσβαση 10 Νοεμβρίου 2015.
- Friedman H., *PSYOPS Mistakes*, <http://www.psywarrior.com/PSYOPMistakes.html> , πρόσβαση 7 Νοεμβρίου 2015.
- Gambhir H. K., *Dabiq: The Strategic Messaging of the Islamic State*, The Institute For The Study Of War, 2014, <http://understandingwar.org/backgroundunder/dabiq-strategic-messaging-islamic-state-0> , Πρόσβαση 14 Δεκεμβρίου 2015.
- Gambhir H. K., *ISIS's Campaign for Europe*, The Institute For The Study Of War, 4 Δεκεμβρίου 2015, http://understandingwar.org/backgroundunder/isiss-campaign-europe?utm_source=ISIS%27s+Campaign+for+Europe&utm_campaign=Russian+Airstrikes+in+Syria%3A+November+11++November+29%2C+2015&utm_medium=email , Πρόσβαση 15 Δεκεμβρίου 2015.
- Goldstein F. L., Findley B. F., *Psychological Operations: Principles and Case Studies*, Alabama, Air University Press, 1996.
- Gravé-Lazi L. , *IDC fights war on another front*, The Jerusalem Post, 16 Ιουλίου 2014, <http://www.jpost.com/PromoContent/IDC-fights-war-on-another-front-362989> , Πρόσβαση 28 Νοεμβρίου 2015.
- Hall J., *ISIS mass beheading video took up to six HOURS to film and cost \$200,000: Forensic analysis of Syrian soldier murders reveals clues that could help nail Jihadi John*, *Mail Online*, 8 Δεκεμβρίου 2014, <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2865745/Has-EXACT-location-infamous-ISIS-beheading-video-pinpointed-Forensic-analysis-filmed-Syrian-soldier-murders-breaks-filmed-long-took-cost-make.html> , Πρόσβαση 28 Νοεμβρίου 2015.

- Hannigan R., *The web is a terrorist's command-and-control network of choice*, The Financial Times, 3 Νοεμβρίου 2014, <http://www.ft.com/cms/s/2/c89b6c58-6342-11e4-8a63-00144feabdc0.html#axzz3socBhxZu> , πρόσβαση 28 Νοεμβρίου 2015.
- Headquarters United States Central Command, *News Release 16 December 2002*, The Information Warfare Site, <http://www.iwar.org.uk/psyops/resources/iraq/PsyOps-Iraq03.htm> , Πρόσβαση 5 Δεκεμβρίου 2015.
- HOMELAND SECURITY COMMITTEE TASK FORCE, *Combating Terrorist and Foreign fighter travel*, Σεπτέμβριος 2015, <https://homeland.house.gov/wp-content/uploads/2015/09/TaskForceFinalReport.pdf> , Πρόσβαση 14 Δεκεμβρίου 2015.
- Hunter E.; Pernik P., «The Challenges of Hybrid Warfare», International Centre for Defence and Security, 2015, http://www.icds.ee/fileadmin/media/icds.ee/failid/Eve_Hunter__Piret_Pernik_-_Challenges_of_Hybrid_Warfare.pdf , (πρόσβαση 6 Σεπτεμβρίου 2015).
- Il-Woo Lee, *Psychological Warfare: True Coercion, or a Byproduct that has yet to be Mastered?*, The Journal of Military Operation: Discussions on the Conduct of War, Tel Aviv, Άνοιξη 2015, <https://www.tjomo.com>, Πρόσβαση 26 Νοεμβρίου 2015.
- Joint and Coalition Operational Analysis, *Decade of War, Volume I*, Virginia, 2012.
- Joint U.S. Public Affairs Office, *National Catalog of PSYOPS Materials*, Έκδοση Joint U.S. Public Affairs Office: Field Development Division, San Francisco, 1969.
- Kohlmann E. F., *The Real Online Terrorist Threat*, Foreign Affairs, Οκτώβριος 2006, <https://www.foreignaffairs.com/articles/2006-09-01/real-online-terrorist-threat> , Πρόσβαση 14 Δεκεμβρίου 2015.
- Krulak C. C., *The Strategic Corporal: Leadership in the Three Block War*, Marines Magazine, Ιανουάριος 1999, http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/usmc/strategic_corporal.htm , Πρόσβαση 8 Δεκεμβρίου 2015.

- Liddy L., *The Strategic Corporal Some Requirements in Training and Education*, Australian Army Journal, Volume II, Number 2, Autumn 2004.
- Lind W. S., «*Understanding Fourth Generation War*», Military Review, September – October, 2004.
- Manchester J., *The Strategic Corporal vs. The Strategic Cameraman*, Small Wars Journal, 8 Μαΐου 2007, <http://smallwarsjournal.com/blog/the-strategic-corporal-vs-the-strategic-cameraman> , πρόσβαση 8 Δεκεμβρίου 2015.
- Marshall G., *The Internet and Memetics*, London, <http://pespmc1.vub.ac.be/Conf/MemePap/Marshall.html> , πρόσβαση 5 Δεκεμβρίου 2015.
- McCluhan M., *Understanding Media: The Extensions of Man*, London and New York, 1964.
- Miller D., , *The domination effect*, The Guardian, 8 Ιανουαρίου 2004, <http://www.theguardian.com/world/2004/jan/08/usa.iraqandthemedial>, πρόσβαση 26 Νοεμβρίου 2015.
- Multi-National Force – Iraq, <https://www.youtube.com/profile?user=MNFIRAQ> , Πρόσβαση 8 Δεκεμβρίου 2015.
- Munoz A., *U.S. Military Information Operations in Afghanistan: Effectiveness of Psychological Operations 2001 – 2010*, Santa Monica, RAND Corporation, 2012.
- Murray W.; Mansoor P., *Hybrid Warfare: Fighting Opponents from the Ancient World to the Present*, Cambridge, Cambridge University Press, 2012.
- Mynott A., *Afghans more optimistic for future*, survey shows, BBC World Affairs Correspondent, 2010, http://news.bbc.co.uk/2/hi/south_asia/8448930.stm , Πρόσβαση 7 Δεκεμβρίου 2015.
- NATO, *AJP 3.10.1 Allied Joint Doctrine For «Psychological Operations»*, NSO, 2014.
- Olsen J., Crevelde M. V., *The Evolution of Operational Art: From Napoleon to the Present*, New York, Oxford University Press Inc., 2011.

- Paddock A., *PSYOP: On a Complete Change in Organization, Practice, and Doctrine*, Small Wars Journal, 26 Ιουνίου 2010, <http://smallwarsjournal.com/jrnl/art/psyop-on-a-complete-change-in-organization-practice-and-doctrine> , Πρόσβαση 26 Νοεμβρίου 2015.
- Progue F. C., U.S. Army in WWII Operations: The Supreme Command, <http://www.ibiblio.org/hyperwar/USA/USA-E-Supreme/USA-E-Supreme-26.html#cn22>, πρόσβαση 10 Νοεμβρίου 2015.
- Psywarrior , *Afghanistan Leaflets*, <http://www.psywarrior.com/afghanleaf26.html> , Πρόσβαση 7 Δεκεμβρίου 2015.
- Psywar.org, *Report on Special Operations During Overlord*, 2015, <http://www.psywar.org/overlordspecialops.php>, πρόσβαση 9 Νοεμβρίου 2015.
- Psywarrior, *Commando Solo Radio Messages Over Iraq*, <http://www.psywarrior.com/CommandoSoloIraqScripts.html> , Πρόσβαση 6 Δεκεμβρίου 2015.
- Rasmussen A. F., *Strategic Concept Seminar*, Helsinki, 2010, http://www.nato.int/cps/en/natolive/opinions_61891.htm , πρόσβαση 12 Νοεμβρίου 2015.
- Roberts M., *United States Psychological Operations in Support of Counter insurgency: Vietnam 1960 to 1965*, 2010, <http://www.vietnamconf.org/papers/Mervyn%20Roberts%20Paper.pdf>, πρόσβαση 4 Νοεμβρίου 2015.
- Russell A., *American 'double agent' sold Baghdad false war plans*, Washington, Telegraph, 2 Αυγούστου 2004, <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/middleeast/iraq/1468478/American-double-agent-sold-Baghdad-false-war-plans.html> , Πρόσβαση 6 Δεκεμβρίου 2015,
- Ruttig T., *The Other Side Dimensions of the Afghan Insurgency: Causes, Actors an Approaches to 'Talks'*, Afghanistan Analysts Network, 2009.

- Scott T.M., *Enhancing the Future Strategic Corporal*, Quantico, Marine Corps University, 2006.
- Schechter D., *Information Warriors: Pentagon's Ministry Of Truth Shapes War Coverage*, Media Alliance, <http://www.media-alliance.org/article.php?id=403> , 2002
- Schleifer R., *Perspectives of Psychological Operations in Contemporary Conflicts: Essays in Winning Hearts and Minds*, Sussex Academic Press, Brighton, 2011.
- Shah A., *War, Media Manipulation*, Global Issues, 17 Απριλίου 2006, <http://www.globalissues.org/article/532/media-manipulation#FakeNews> , πρόσβαση 27 Νοεμβρίου 2015.
- Shah A., *War, Propaganda and the Media*, Global Issues, 31 Μαρτίου 2005, <http://www.globalissues.org/article/157/war-propaganda-and-the-media#EmbeddedJournalistsAnAdvantagefortheMilitary>, πρόσβαση 26 Νοεμβρίου 2015.
- Shamir E., *Transforming Command: The Pursuit of Mission Command in the U.S., British and Israeli Armies*, California, Stanford University Press, 2011.
- Stilwell R., *Political-Psychological Dimensions Of Counterinsurgency*, in *Psychological Operations Principles and Case Studies*, Editor F. L. Goldstein, Alabama Air University Press, 1996.
- Talbot D., *Fighting ISIS Online*, MIT Technology Review, 30 Σεπτεμβρίου 2015, <http://www.technologyreview.com/review/541801/fighting-isis-online/> , Πρόσβαση 14 Δεκεμβρίου 2015.
- Tatham S., *NATO Strategic Communication: More To Be Done?*, National Defence Academy of Latvia Center for Security and Strategic Research, Riga, 2014, https://www.academia.edu/6808986/NATO_Strategic_Communication_More_to_be_done , Πρόσβαση 26 Νοεμβρίου 2015.
- Tayac, *Psychological Operations in Guerrilla Warfare*, 1995, <http://fas.org/irp/cia/guerilla.htm> , πρόσβαση 7 Νοεμβρίου 2015.

Taylor M. P., *Munitions of the mind: A history of propaganda from the ancient world to the present day*, Manchester and New York, Manchester University Press, 2003, third edition.

The public papers and addresses of Franklin D. Roosevelt. 1944-45 volume, *Victory and the threshold of peace*, University of Michigan Digital Library, 2005
[http://quod.lib.umich.edu/p/ppotpus/4926605.1944.001/230?rgn=full+text;view=i](http://quod.lib.umich.edu/p/ppotpus/4926605.1944.001/230?rgn=full+text;view=image)
 mage πρόσβαση 9 Νοεμβρίου 2015.

The White House, *National Security Action Memorandum No 325*, Washington, 1965
<http://www.lbjlib.utexas.edu/johnson/archives.hom/NSAMs/nsam325.asp>,
 πρόσβαση 6 Νοεμβρίου 2015.

The White House, *National Security Action Memorandum No 330*, Washington, 9
 Απριλίου 1965
<http://www.lbjlib.utexas.edu/johnson/archives.hom/NSAMs/nsam330.asp> ,
 πρόσβαση 6 Νοεμβρίου 2015.

Tucker S. C., *The Encyclopedia of the Vietnam War*, Santa Barbara California, Εκδόσεις
 ABC CLIO, 2011.

U.S. Government, Counterinsurgency Guide, Bureau of Political-Military Affairs, 2009,
<http://www.state.gov/documents/organization/119629.pdf> , πρόσβαση 16
 Νοεμβρίου 2015.

U.S. Marine Corps, *FMFRP 12-18 Mao Tse-tung on Guerrilla Warfare*, Washington, 1989
[http://www.marines.mil/Portals/59/Publications/FMFRP%2012-](http://www.marines.mil/Portals/59/Publications/FMFRP%2012-18%20Mao%20Tse-tung%20on%20Guerrilla%20Warfare.pdf)
 18%20Mao%20Tse-tung%20on%20Guerrilla%20Warfare.pdf, πρόσβαση 7
 Νοεμβρίου 2015.

Zavis A., *U.S. military offers up its side of the Iraq war on YouTube*, Los Angeles Times, 1
 Μαΐου 2007, <http://articles.latimes.com/2007/may/01/world/fg-cyberwar1> ,
 Πρόσβαση 8 Δεκεμβρίου 2015.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ «Α» ΣΤΗ
ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΕΙΚΟΝΕΣ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΥΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ
ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

IMMEDIATE RELEASE

JUNE 6, 1944

My Fellow Americans:

In this poignant hour, I ask you to join me in prayer:

Almighty God: Our sons, pride of our nation, this day have set upon a mighty endeavor, a struggle to preserve our Republic, our religion, and our civilization, and to set free a suffering humanity.

Lead them straight and true; give strength to their arms, stoutness to their hearts, steadfastness to their faith.

They will need Thy blessings. Their road will be long and hard. The enemy is strong. He may hurl back our forces. Success may not come with rushing speed, but we shall return again and again; and we know that by Thy grace, and by the righteousness of our cause, our sons will triumph.

They will be sore tried, by night and by day, without rest — till the victory is won. The darkness will be rent by noise and flame. Men's souls will be shaken with the violences of war.

These are men lately drawn from the ways of peace. They fight not for the lust of conquest. They fight to end conquest. They fight to liberate. They fight to let justice arise, and tolerance and good will among all Thy people. They yearn but for the end of battle, for their return to the haven of home.

Some will never return. Embrace these, Father, and receive them, Thy heroic servants, into Thy kingdom.

And for us at home — fathers, mothers, children, wives, sisters and brothers of brave men overseas — whose thoughts and prayers are ever with them — help us, Almighty God, to rededicate ourselves in renewed faith in Thee in this hour of great sacrifice.

Many people have urged that I call the nation into a single day of special prayer. But because the road is long and the desire is great, I ask that our people devote themselves in continuance of prayer. As we rise to each new day, and again when each day is spent, let words of prayer be on our lips, invoking Thy help to our efforts.

Give us strength, too — strength in our daily tasks, to redouble the contributions we make in the physical and material support of our armed forces.

And let our hearts be stout, to wait out the long travail, to bear sorrows that may come, to impart our courage unto our sons wheresoever they may be.

And, O Lord, give us Faith. Give us Faith in Thee; Faith in our sons; Faith in each other; Faith in our united crusade. Let not the keenness of our spirit ever be dulled. Let not the impacts of temporary events, of temporal matters of but fleeting moment — let not these deter us in our unconquerable purpose.

With Thy blessing, we shall prevail over the unholy forces of our enemy. Help us to conquer the apostles of greed and racial arrogancies. Lead us to the saving of our country, and with our sister nations into a world unity that will spell a sure peace — a peace invulnerable to the schemings of unworthy men. And a peace that will let all men live in freedom, reaping the just rewards of their honest toil.

Thy will be done, Almighty God.

AMEN

SUPREME HEADQUARTERS
ALLIED EXPEDITIONARY FORCE



Soldiers, Sailors and Airmen of the Allied Expeditionary Force!

You are about to embark upon the Great Crusade, toward which we have striven these many months. The eyes of the world are upon you. The hopes and prayers of liberty-loving people everywhere march with you. In company with our brave Allies and brothers-in-arms on other Fronts, you will bring about the destruction of the German war machine, the elimination of Nazi tyranny over the oppressed peoples of Europe, and security for ourselves in a free world.

Your task will not be an easy one. Your enemy is well trained, well equipped and battle-hardened. He will fight savagely.

But this is the year 1944! Much has happened since the Nazi triumphs of 1940-41. The United Nations have inflicted upon the Germans great defeats, in open battle, man-to-man. Our air offensive has seriously reduced their strength in the air and their capacity to wage war on the ground. Our Home Fronts have given us an overwhelming superiority in weapons and munitions of war, and placed at our disposal great reserves of trained fighting men. The tide has turned! The free men of the world are marching together to Victory!

I have full confidence in your courage, devotion to duty and skill in battle. We will accept nothing less than full Victory!

Good Luck! And let us all beseech the blessing of Almighty God upon this great and noble undertaking.

Dwight D. Eisenhower

Εικόνα 2 Το γράμμα του Στρατηγού Αϊζενχάουερ στα στρατεύματα τη "D" ημέρα³⁸⁹.

³⁸⁹ H. Fiedman, *D-DAY PSYOP*, <http://www.psywarrior.com/DDAYPSYOP.html>, πρόσβαση 9 Νοεμβρίου 2015.



Εικόνα 3 Προκήρυξη για την ανοικοδόμησης της Γερμανίας από τους Ναζί το 1936. Το κείμενο αναφέρει «κοίτα τι καταφέραμε»³⁹⁰.

³⁹⁰ R. Bytwerk, *German Propaganda Archive*, Calvin College, <http://research.calvin.edu/german-propaganda-archive/>



Toàn dân hân hoan đón tiếp các bạn cán binh CS trở về với đại gia-đình dân-tộc.

Εικόνα 4 Προκήρυξη του Προγράμματος Chieu Hoi.

Το κείμενο στο κάτω μέρος αυτής αναφέρει: «Όλος ο κόσμος καλωσορίζει τα στελέχη και τους στρατιώτες των κομμουνιστών, πίσω στη μεγάλη οικογένεια της εθνικής κοινότητας³⁹¹».

³⁹¹ H. Friedman, Chieu Hoi Program of Vietnam, <http://www.psywarrior.com/ChieuHoiProgram.html>, πρόσβαση 3 Νοεμβρίου 2015.

 **Think Again Turn Away** 
@ThinkAgain_DOS  

#ISIS rape cult: Mosul prison's "room of horrors" used to rape women goo.gl/T51bEn
#thinkagainturnaway

 Reply  Retweet  Favorite  More



RETWEETS **62** FAVORITES **28** 

4:36 PM - 19 Sep 2014 Flag media

Εικόνα 5 Ανάρτηση από την Αμερικανική Κυβέρνηση ενάντια στο ISIS³⁹²

³⁹² Κ. Μαυραγάνης, *Οι πολεμιστές του Facebook και του Twitter. Ποια είναι η σημασία των social media στον σύγχρονο πόλεμο, ό.π..*

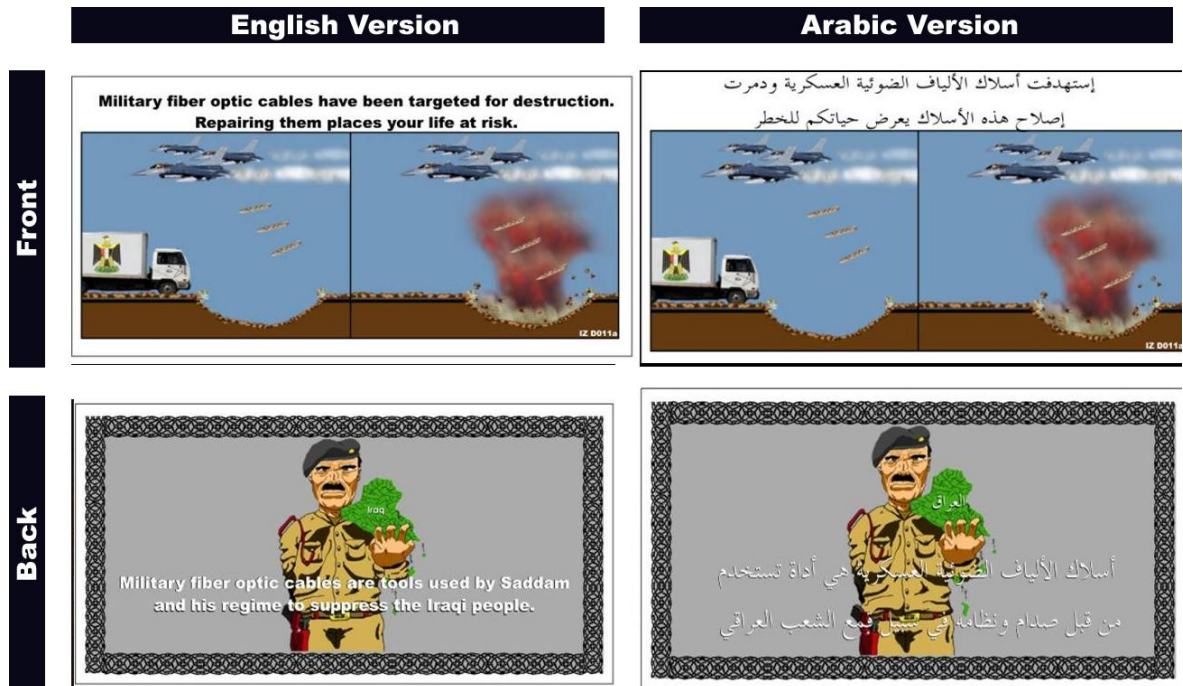


Εικόνα 6 Εμπρός όψη προκήρυξης IZD - 22a



Εικόνα 7 Πίσω όψη προκήρυξης IZD-022a³⁹³

³⁹³ H. Friedman, *Operation Iraqi Freedom*, <http://www.psywarrior.com/OpnIraqiFreedom.html> , πρόσβαση 5 Δεκεμβρίου 2015.



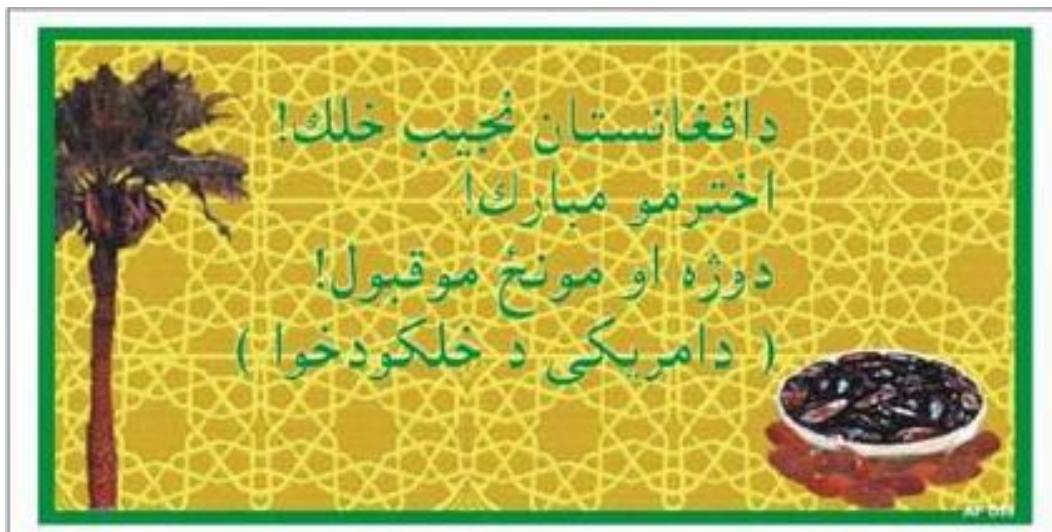
Εικόνα 8 Προκήρυξη IZD - 011a³⁹⁴



Εικόνα 9 Προκήρυξη IZD - 001 με πληροφορίες ραδιοφωνικών μεταδόσεων³⁹⁵.

³⁹⁴ Headquarters United States Central Command, News Release 16 December 2002, The Information Warfare Site, <http://www.iwar.org.uk/psyops/resources/iraq/PsyOps-Iraq03.htm> , Πρόσβαση 5 Δεκεμβρίου 2015.

³⁹⁵Psywarrior., *Commando Solo Radio Messages Over Iraq*, <http://www.psywarrior.com/CommandoSoloIraqScripts.html> , Πρόσβαση 6 Δεκεμβρίου 2015.

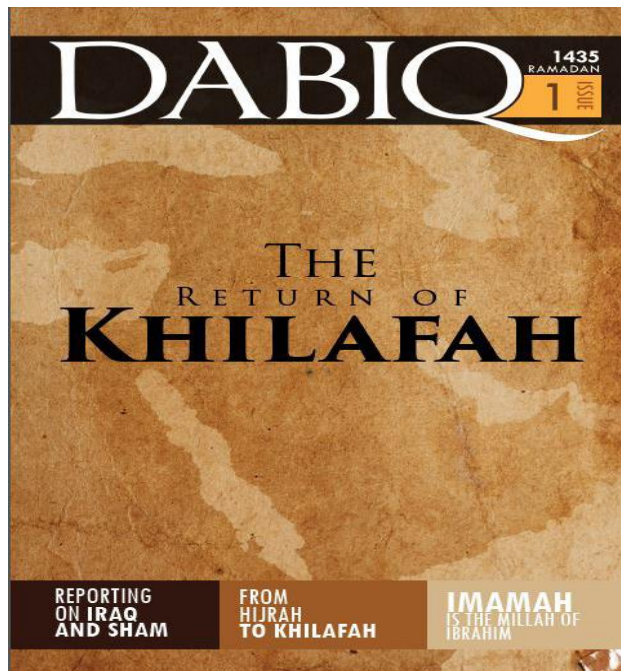


Εικόνα 10 Προκήρυξη AFD – 89 που συνδυάζονταν με τη ρίψης τροφίμων³⁹⁶.

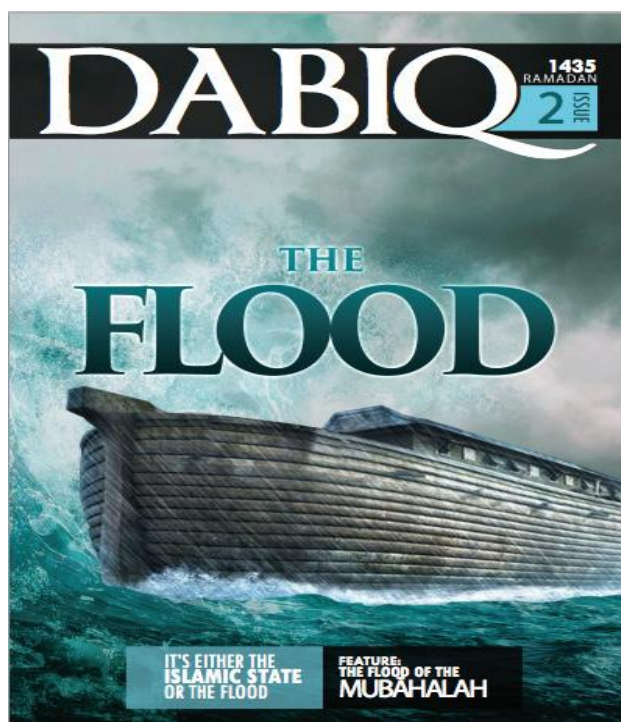


Εικόνα 11 Τρόφιμα που συνδυάζονταν με την προκήρυξη AFD - 89.

³⁹⁶ Η υπόψη ρίψη συνδυάστηκε για να σηματοδοτήσει το Eid Mabarakm, τη λήξη της εορτής Ραμαζανιού και στην οποία καταναλώνονταν συγκεκριμένες τροφές. Το κείμενο έγραφε «Ευχόμαστε ο θεός να δεχθεί γρήγορα τις προσευχές σας. Να έχετε ευλογημένες γιορτές. Ο πληθυσμός της Αμερικής». Η κάθε πλευρά ήταν γραμμένη σε διαφορετική διάλεκτο του Αφγανιστάν. Βλέπε Psywarrior , *Afghanistan Leaflets*, <http://www.psywarrior.com/afghanleaf26.html> , Πρόσβαση 7 Δεκεμβρίου 2015.



Εικόνα 12 Εξώφυλλο της 1ης έκδοσης του περιοδικού Dabiq³⁹⁷.



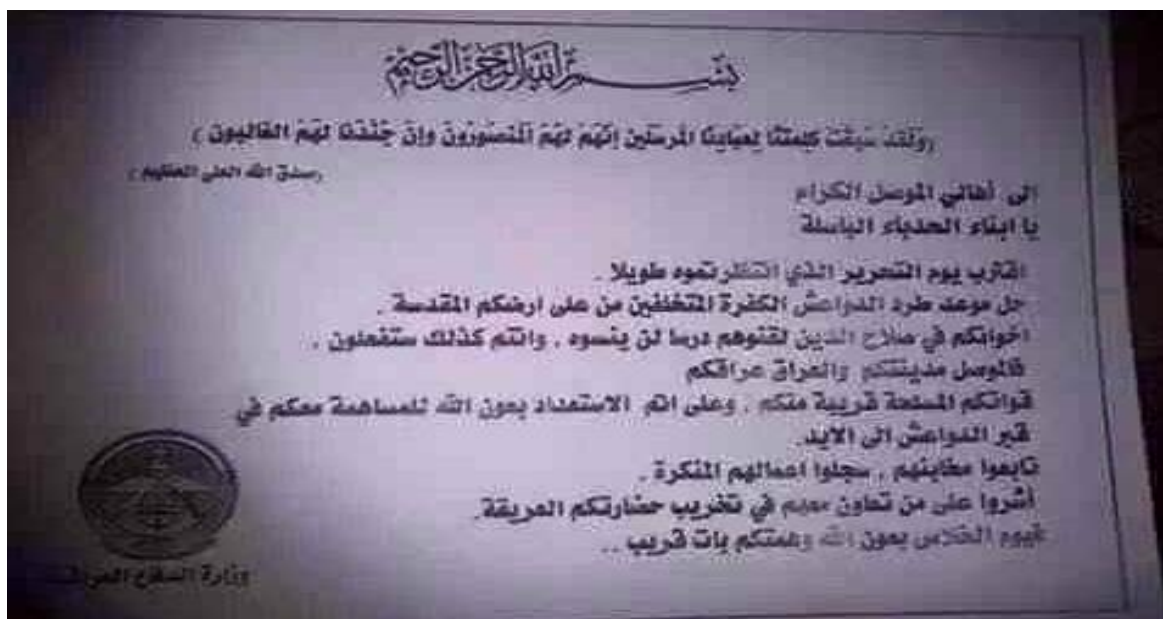
Εικόνα 13 Εξώφυλλο της 2^{ης} έκδοσης του περιοδικού Dabiq³⁹⁸

³⁹⁷ H. K. Gambhir, *Dabiq: The Strategic Messaging of the Islamic State*, The Institute For The Study Of War, 2014, <http://understandingwar.org/backgrounder/dabiq-strategic-messaging-islamic-state-0> , Πρόσβαση 14 Δεκεμβρίου 2015

³⁹⁸ Κυκλοφόρησε 27 Ιουνίου 2014.



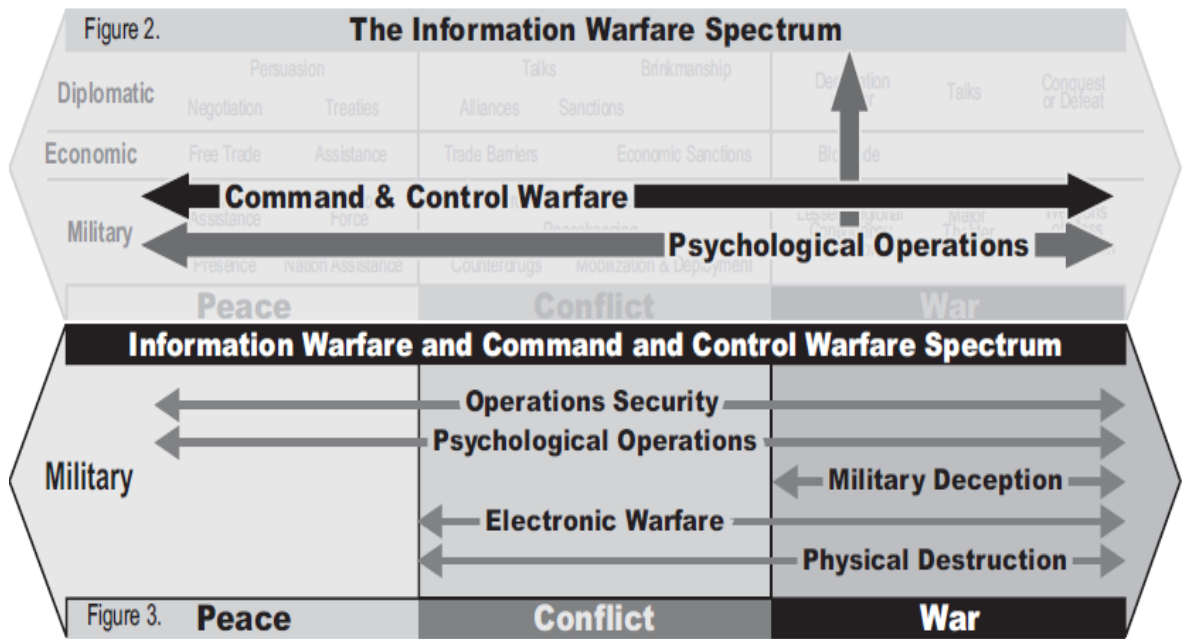
Εικόνα 14 Φυλλάδια με μηνύματα ενάντια στο ISIS³⁹⁹



Εικόνα 15 Φυλλάδια των Ιρακινών ΕΔ ενάντια στο ISIS⁴⁰⁰

³⁹⁹ T. V. Brook, *U.S. drops propaganda bomb on ISIL*, USA TODAY, 26 Μαρτίου 2015, <http://www.usatoday.com/story/news/world/2015/03/26/propaganda-syria-isis/70452880/> , Πρόσβαση 15 Δεκεμβρίου 2015.

⁴⁰⁰ H. Friedman, *U.S. PSYOP Against The Islamic State*, <http://www.psywarrior.com/PSYOPAgainstISIS.html> , πρόσβαση 15 Δεκεμβρίου 2015.



Εικόνα 16 Το φάσμα των Πληροφοριακών Επιχειρήσεων⁴⁰¹

⁴⁰¹ R. G. Bowdish, «Information Age Psychological Operations», Military Review, December – February, 1998, σ. 34.