

Foredrag i Oslo Militære Samfund 26. februar 2001

ved

Benedicte Gude
Seniorrådgiver ved Forsvarets skole i
Etterretnings- og sikkerhetstjeneste

PSYKOLIGISK FORSVAR

Innledning

Krig har tradisjonelt vært ført med fysiske stridsmidler. Formålet med strid er imidlertid ikke nødvendigvis å tilintetgjøre motstanderen fysisk, men snarere å frata ham evnen og viljen til å fortsette kampen. Det er derfor alltid et viktig psykologisk aspekt ved striden i tillegg til det fysiske, og denne faktoren kan ha stor – i enkelte tilfeller avgjørende – betydning for det endelige utfallet. Det er derfor viktig å ha kjennskap til de psykologiske mekanismene og reaksjonsmønstrene som driver menneskers atferd – og ikke minst hvordan disse mekanismene kan påvirkes – i fred, krise og krig.

Begrepet og fagområdet psykologisk forsvar er forbundet med en rekke myter. Det er vanskelig å komme utenom det faktum at det knytter seg visse negative assosiasjoner til begrepet – ikke minst fordi mange assosierer fagfeltet med det belastede begrepet propaganda. Mange av motforestillingene og skepsisen bygger på misforståelser og "uansvarlig" bruk av begrepet. Dette nødvendiggjør en begrepsoppklaring.

I kveld ønsker jeg å bidra til denne begrepsoppklaringen ved å gi dere en grunnleggende forståelse for hva som ligger i begrepene psykologisk forsvar og psykologiske operasjoner (PSYOPS). Dette vil jeg gjøre ved å definere noen sentrale begreper, samt gi dere en grov oversikt over organiseringen av fagfeltet i Norge. Deretter vil jeg se på anvendelsen av PSYOPS i militære operasjoner med utgangspunkt i eksempler hentet fra Gulf-krigen og Balkan. Jeg vil også se på enkelte påvirkningsforsøk som har vært rettet mot norske soldater. Avslutningsvis vil jeg gjøre rede for noen tanker om fremtiden.

Først noen ord om utviklingen av og interessen for fagområdet.

Utviklingen av fagområdet

Begrepet psykologi stammer fra de to greske ordene *psykhe* og *logos*, henholdsvis sjel og lære, det vil si læren om sjelen. I forbindelse med PSYOPS blir begrepet brukt i betydningen læren om hvordan sjelen, det vil si menneskets psyke, følelser og mentale prosesser, kan påvirkes.

Bruk av psykologisk påvirkning i forbindelse med utøvelse av krig er i seg selv ikke et nytt fenomen, og det er langt fra vanskelig å finne historiske eksempler som går tilbake til Det gamle testamentet (Gideon's krigslist) eller Djengis Khan og hans ryktespredning på begynnelsen av 1200-tallet.

Det er imidlertid først i forbindelse med første verdenskrig at denne formen for påvirkning ble brukt systematisk for å påvirke krigsforløpet gjennom å spre propaganda mot avdelingene på slagmarken. Studier av psykologisk påvirkning ekspanderte også med fremveksten av nazismen og fascismen, og ikke minst med fremveksten av psykologi som en akademisk vitenskap. Den økte vektleggingen av påvirkning ved hjelp av informasjon henger også sammen med utbredelsen av massekommunikasjonsmidler.

På begynnelsen av forrige århundre ser vi også en ny tendens til påvirkning av sivilbefolkningen og ikke bare frontsoldaten. Dette henger sammen med det faktum at nasjonaltanken var i ferd med å slå rot i det meste av Europa. Den begynnende demokratiseringsprosessen førte også til at større deler av befolkningen følte seg som medborgere og så på nasjonens fremgang eller tilbakeslag som sine egne. Etableringen av vernepliktshæren førte også til at mange hadde en eller flere av sine nærmeste i de væpnede styrkene og derfor engasjerte seg i deres skjebne i krise og krig. Krig krevde også i økende grad et tett samarbeid mellom sivile og militære sektorer, og befolkningens forsvarsvilje fikk således stadig større betydning for nasjonens forsvarsevne.

I denne perioden blir det vi i dag omtaler som psykologiske operasjoner kjent som propaganda. I tiden frem til og med første verdenskrig var det imidlertid relativt bred motstand mot å anvende propaganda i krig. Soldater skulle bruke våpen og ikke ord. Tyskerne vurderte slik krigføring som uhederlig og i strid med krigens lover. Den tyske ledelsen bekjentgjorde sågar at piloter som ble tatt til fange på tokt for å spre flygeblader, ikke ville bli behandlet i henhold til gjeldende regler for krigsfanger og at de kunne skytes. Denne trusselen førte til at de allierte innstilte sin virksomhet.

Denne oppfatningen endret seg drastisk umiddelbart før, i løpet av og etter andre verdenskrig. I mellomkrigstiden la særlig Tyskland betydelig vekt på å utvikle kompetanse innen psykologisk påvirkning, ettersom de hevdet at det ydmykende nederlaget i første verdenskrig blant annet skyldtes fiendtlig propaganda.

Det synes ikke nødvendig å si noe om bruk av propaganda og psykologisk påvirkning under annen verdenskrig, ettersom det trolig er kjent for alle. Med tanke på fagområdets utvikling synes det tilstrekkelig å nevne at fiendtlig propaganda i løpet av annen verdenskrig og de første etterkrigsårene ble definert som psykologisk krigføring. I forbindelse med annen verdenskrig blir også begrepet psykologiske operasjoner brukt for første gang, da japanerne ble tilbudt en menneskelig behandling dersom de avsto fra å motarbeide de amerikanske styrkene i 1945.

I Norge i dag er det to sentrale begreper som danner utgangspunktet for den aktiviteten vi bedriver – nemlig psykologisk forsvar og psykologiske operasjoner.

Hva er psykologisk forsvar og psykologiske operasjoner? ¹

Psykologisk forsvar (PF)

Med psykologisk forsvar menes alle tiltak som tar sikte på å avdekke, analysere og motvirke psykologiske operasjoner rettet mot norske militære enheter eller mot Forsvarets personell. Hensikten med psykologisk forsvar er å styrke forsvarsviljen og

¹ Psykologiske operasjoner må ikke likestilles med informasjonsoperasjoner, men sees som et selvstendig funksjonsområde som først i kombinasjon med andre militære virkemidler utgjør kommando- og kontrollkrigføring. Når kommando- og kontrollkrigføring koordineres med politiske beslutningsprosesser og politiske virkemidler kalles det informasjonsoperasjoner. For definisjon av henholdsvis informasjonsoperasjoner (INFO OPS) og kommando- og kontrollkrigføring (C2W), se Forsvarets fellesoperative doktriner.

hindre eller begrense skadevirkningene av fiendtlig operasjoner rettet mot norske interesser. Mot slutten av foredraget kommer jeg tilbake til enkelte tiltak som kan bidra til å styrke forsvaret mot slik påvirkning.

Psykologisk forsvar omfatter både basisvirksomhet og psykologiske operasjoner.² Basisvirksomhet omfatter studier og analyser, utdanning samt faglig rådgivning. Hovedansvaret for basisvirksomheten tilligger seksjon for Psykologisk forsvar ved Forsvarets skole i etterretnings- og sikkerhetstjeneste (FSES) som også er fagmyndighet for psykologisk forsvar.

Psykologiske operasjoner (PSYOPS)³

Psykologiske operasjoner definerer vi som planlagte operasjoner i fred, krise og krig rettet mot fiendtlige, vennligsinnede eller nøytrale målgrupper for å påvirke holdninger, følelser og adferd som kan innvirke på oppnåelsen av politiske og militære mål.⁴ Hensikten med PSYOPS er å:

- Svekke motstanderens moral og kampvilje
- Oppnå støtte fra nøytrale nasjoner eller grupperinger
- Styrke støtten fra vennligsinnede nasjoner eller grupperinger.

Det er vanlig å dele PSYOPS inn i fire kategorier. Disse definerer PSYOPS på ulike nivå (strategisk, operativt og taktisk) og i ulike faser av et konfliktspenn (fred, krise, væpnet konflikt og krig):

- Strategiske psykologiske operasjoner
- Konsoliderende psykologiske operasjoner
- Psykologiske operasjoner i felt
- Fredsstøttende psykologiske operasjoner

Strategisk PSYOPS

Psykologiske operasjoner i fred, krise og krig som har til hensikt å redusere **potensielt fiendtlige styrkers eller nasjoners vilje og evne til krigshandlinger** defineres som strategisk PSYOPS. Strategisk PSYOPS har også til hensikt å vinne støtte og samarbeid fra vennligsinnede og nøytrale nasjoner. Ettersom slik aktivitet har til hensikt å påvirke nasjoners vilje og evne til krigshandlinger, kan et eksempel på strategisk PSYOPS være diplomatisk aktivitet mellom stater. Vi ønsker å påvirke nasjoner til å opptre på en måte som er i vår interesse og som reduserer sannsynligheten for voldelige sammenstøt eller andre former for konflikt. Økonomiske sanksjoner mot apartheidregimet i Sør-Afrika og demokratiseringstiltak på Balkan kan være andre eksempler på slik aktivitet. Norsk kanonbåt diplomati med trusler om eller bruk av kystvakten mot islandske fiskefartøy, kan også defineres som strategisk PSYOPS.

Ettersom strategisk PSYOPS er rettet mot det nasjonal-strategiske nivået, tilligger hovedansvaret for slik virksomhet Regjeringen.

Konsoliderende PSYOPS

Konsoliderende PSYOPS omfatter psykologiske operasjoner i krise og krig rettet mot **sivilbefolkningen i områder under egen kontroll**, i den hensikt å oppnå en ønsket opptreden som støtter de militære mål og den operative handlefriheten.

² Begrepet psykologisk forsvar erstatter begrepet psykologisk forsvarsberedskap, og ble for første gang tatt i bruk i forbindelse med Forsvarssjefens direktiv 402-1 *Psykologisk forsvar* av 1 januar 1998.

³ Sjefer for militære avdelinger og skoler er ansvarlig for at underlagt personell er kjent med de metoder og midler innen psykologiske operasjoner som kan bli benyttet mot militære enheter og Forsvarets personell. Alle skoler og avdelinger har ansvar for å gi grunnleggende opplæring, mens all spesialutdanning skjer ved FSES.

⁴ Denne definisjonen tilsvarer NATO definisjonen av psykologiske operasjoner (jf MC 402).

Slik aktivitet kan enten rettes mot områder man fysisk behersker, man frykter å miste kontroll over eller områder som nettopp er tatt fra motstanderen. Den virksomheten tidligere president i Serbia, Slobodan Milosevic, drev innad i Serbia under Kosovo-krisen kan være en form for konsoliderende PSYOPS. Eksempler på denne aktiviteten er blant annet regimets strenge kontroll med mediene samt deres kampanje rettet mot å skape et serbisk fellesskap mot NATO. Et annet eksempel er tiltak fra norske myndigheters side for å opprettholde moral og forsvarsvilje innad i Norge under annen verdenskrig, blant annet ved å ha nyhetssendinger fra London og ved å dele ut Grunnloven i miniformat.

Det overordnede ansvaret for konsoliderende psykologisk operasjoner tilligger Regjeringen.

PSYOPS i felt

PSYOPS i felt er integrert i militære operasjoner i den hensikt å **påvirke fiendtlige styrker og sivile under fiendtlig kontroll** i kampområdet slik at egne militære mål lettere kan oppnås. Slike operasjoner har ofte mer kortsiktige målsettinger enn både strategisk og konsoliderende PSYOPS, og er knyttet til konkrete militære aksjoner eller andre hendelser.

Fredsstøttende PSYOPS

Den siste kategorien er fredsstøttende PSYOPS. Slik aktivitet blir utført som en integrert del av en fredsstøttende militær operasjon i den hensikt å oppnå støtte og samarbeid mellom partene i en konflikt og sivilbefolkningen i operasjonsområdet. Det blir også gjennomført i den hensikt å bidra til egen styrkebeskyttelse og for at operasjonens mål lettere kan oppnås. Dette begrepet er relativt nytt, og ble en del av NATO terminologien i 1994.

Denne innledende begrepsmessige fremstillingen er ment å være et grunnlag for å se nærmere på konkrete eksempler.

Eksempler fra Gulf-krigen og Balkan

Gulf-krigen – et eksempel på PSYOPS i felt

Mange forbinder PSYOPS med flygeblader. Jeg ønsker derfor å understreke at leveringsmetodene omfatter langt mer enn dette, herunder bruk av trykte medier i alle former som for eksempel aviser, klistremerker, kladdebøker samt TV, radio, Internett, høyttalere, reflekser og kulepenner for å nevne noe. Hvilke leveringsmetoder man anvender avhenger av tilgjengelige ressurser man selv har og hvilke ressurser som er tilgjengelig i operasjonsområdet. Leveringsmetodene vil også variere sterkt avhengig av om operasjonen er en del av en fredsstøttende operasjon eller en krig. I sist nevnte tilfelle er antallet leveringsmidler begrenset til hovedsakelig radio/tv, høyttalere og flygeblader.

De allierte gjennomførte en omfattende kampanje med sikte på å påvirke irakiske soldater. PSYOPS i felt begynte i desember 1990 og varte gjennom hele luft- og bakkeoperasjonen. I tillegg til radioen "Voice of the Gulf", hadde amerikanerne 66 høyttalerlag i aksjon og de droppet nærmere 30 millioner flygeblader. For å illustrere noen av de budskapene de allierte ønsket å formidle til de irakiske soldatene, ønsker jeg å trekke frem enkelte flygeblader.

Et av flygebladene ble kalt "The Wave" og fremstilte en bølge av amerikanske og allierte soldater som skyldte inn over strendene i Kuwait. Bølgen var enorm og kraftig.

På den ene siden skulle dette flygebladet avskrekke irakiske soldater og redusere deres forsvarsvilje ved å vise til de alliertes overlegenhet. Flygebladet hadde også til hensikt å styrke troen på at de allierte var i ferd med å forberede en amfibieoperasjon i håp om at irakiske styrker ville konsentrere sin oppmerksomhet mot sjøen og ikke ørkenen, som var den faktiske hovedaksen. I tillegg til å spille på sterke følelser som frykt, støttet dette flygebladet også villedningsplanen og det understreket den mektige fienden irakiske soldater sto overfor.

Ideen til dette flygebladet, som ble plassert i flasker og kastet på sjøen utenfor Kuwait, ble utviklet som følge av at et hvert forsøk på påvirkning som kunne oppfattes som en offensiv eller aggressiv handling, ville stå i strid med de forsøk som ble gjort på diplomatisk nivå i håp om å finne en politisk og fredelig løsning på konflikten. Flaskepost ble ikke definert som aggressivt. Flaskene med "The Wave" nådde strendene i Kuwait den 14 januar – en dag før fristen for irakisk tilbaketrekning gikk ut og 3 dager før luftoperasjonen ble iverksatt.

Fra Desert Storm har vi også flere klassiske eksempler på bruk av PSYOPS i felt. Flere flygeblader oppfordret irakiske soldater til å legge ned sine våpen og flykte fra steder hvor amerikanerne ville bombe. I denne konflikten var dette trolig effektivt ettersom flygebladene med advarsler om angrep ble sluppet rett før selve angrepet. Ettersom de både kunne høre bombeflyene og se bombede avdelinger, fikk slike budskap høy troverdighet. Frykten for bombing resulterte også i at irakiske soldater sogar "overga" seg til droner (UAV).

I tillegg til slike flygeblad ble det også sluppet flygeblader som oppmuntrer til overgivelse (såkalte "Surrender Appeals") eller ga den enkelte soldaten fritt leide (såkalte "Safe Conduct Pass"). Flygebladene la blant annet vekt på at de dersom de overga seg ville bli behandlet som krigsfanger i henhold til internasjonale lover og regler, og at de ville bli sendt hjem til Irak etter krigen. Tilsvarende budskap ble formidlet ved hjelp av høyttalere. De sist nevnte budskapene spilte på følelser som trygghet og sikkerhet og tilfredsstillelse av elementære behov for mat og søvn.

Amerikanske rapporter hevder at så mange som 95% av krigsfangene hadde hørt eller sett et PSYOPS budskap og at 78% hadde handlet i tråd med budskapet. Med bakgrunn i slike tall begrunner amerikanerne bruk av PSYOPS som en effektiv styrkemultiplikator og et viktig bidrag til frigivelsen av Kuwait.

Operasjoner på Balkan – eksempel på PSYOPS i felt og fredsstøttende PSYOPS

Det har ikke så vidt meg bekjent vært gjennomført en mer omfattende og mer langsiktig kampanje med tanke på fredsstøttende PSYOPS enn i Bosnia. Det er fire hovedhensikter med denne aktiviteten:

- Forhindre voldelige handlinger mellom partene
- Bidra til gjenoppbygging av Bosnia
- Sikre støtte til implementeringen av fredsavtalen (Dayton)
- Forhindre voldelige handlinger rettet mot SFOR.

I denne forbindelse er det utviklet en rekke program for å støtte oppnåelsen av de overordnede målsettingene. Disse tar blant annet sikte på å fremme tilbakevending av flyktninger, øke sympatien med og støtten til SFOR blant lokal befolkningen, informere om minefaren og redusere antallet mineulykker, oppmuntre til innlevering av våpen og andre eksplosiver, slik at de kan uskadeliggjøres eller sikres.

SFOR PSYOPS har også kampanjer for å øke støtten til internasjonale organisasjoners arbeid og har blant annet samarbeid med FNs høykommisær for flyktninger (UNHCR) om tilbakevending av flyktninger og Organisasjonen for samarbeid og sikkerhet i Europa (OSSE) i forbindelse med gjennomføring av valg. SFOR PSYOPS har også samarbeidet med internasjonale organisasjoner i forbindelse med aksjoner mot personer anklaget for krigsforbrytelser.

SFOR PSYOPS mener selv at effekten av det arbeidet de gjør er betydelig. Dette begrunner de blant annet med at folk i regionen gir uttrykk for støtte og tillit til SFORs arbeid og at folk handler i tråd med de budskapene SFOR PSYOPS oppmuntrer til. I tillegg viser de til det faktum at regionen er stabil til tross for omfattende og voldelige konflikter for 5-6 år siden.

I KFOR har PSYOPS-organisasjonen vært i drift i litt over ett år. Etter luftkampanjen har aktiviteten vært rettet mot fredsstøttende PSYOPS og budskapene og målsettingene er mer eller mindre identiske med de vi finner i SFOR. Av interesse er det kanskje å nevne at da luftkampanjen pågikk, den såkalte Allied Force, slapp NATO om lag 104 millioner flygeblader på 78 dager i operasjonsområdet. Dette tilsvarer 8 ganger opp og ned Norge hvis vi hadde lagt flygebladene etter hverandre.

Flygebladene ble rettet både mot sivilbefolkningen og mot serbiske soldater. Flygebladene ble brukt for å lede flyktninger i retning av flyktningleire eller til å lede både soldater og flyktninger bort fra områder eller mål NATO hadde til hensikt å ta ut. Temaene som ble benyttet er klassiske, og spiller blant annet på frykten for å dø og familiens ve og vel.

Et flygeblad ble rettet mot en avdeling hovedsakelig fra byen Krusevac. De serbiske myndighetene lovet de pårørende lønn og mat, mens mennene var deployert til Kosovo. Mødre, koner, bestemødre startet demonstrasjoner i byen mot krigen som følge av at de ikke fikk det de ble lovet. Demonstrasjonene tiltok i omfang og serbisk spesialpoliti (MUP) ble satt inn for å stanse demonstrasjonene. Dette ble ikke rapportert på serbisk media, men TV-stasjoner i Montenegro hadde nyhetsinnslag om demonstrasjonene. På denne måten fikk NATO PSYOPS ideen til å lage produkter rettet mot soldatene i denne brigaden. NATO ønsket å vise soldatene hvordan situasjonen var i deres hjemby og hvordan serbisk spesialpoliti angrep deres familier med gummikuler og vannkanoner. Hensikten var å påvirke soldatenes moral og forsvarsvilje i håp om at de ville trekke seg tilbake eller desertere. Flere kilder bekrefter intern uro i avdelingen og at et sted mellom 500 og 1000 soldater deserterte. Vi kan ikke se bort fra at PSYOPS bidro til dette.

Et annet eksempel fra Kosovo konflikten er bruk av det amerikanske flyet Commando Solo, som blant annet kringkastet russiske og vestlige nyhetssendinger inn i Serbia. Hensikten var blant annet å veie opp for subjektiv serbisk informasjon og for å formidle NATOs syn på konflikten.

Disse eksemplene viser hvordan PSYOPS kan brukes på forskjellige måter i ulike faser av en konflikt – både som del av selve konflikten, som i Gulfen og Kosovo, og som del av en gjenoppbyggingsfase, som i Bosnia.

Jeg har ved flere anledninger kommentert hvilken effekt PSYOPS har eller kan ha. La meg kommentere dette litt nærmere.

Effekt

Til tross for at det er vanskelig, er det svært viktig å evaluere et PSYOPS produkt eller en større kampanje. En evaluering kan gi oss viktige indikasjoner på hvorvidt produktet eller kampanjen har nådd målgruppen og har hatt ønsket effekt.

Evalueringen bør ikke bare ta sikte på å forklare om vi lykkes, men også si noe om hvorfor vi lykkes, med tanke på fremtidig planlegging og produktutvikling. En slik evaluering kan også gi indikasjoner på hvorfor vi eventuelt ikke lykkes, og hvilke endringer vi kan foreta for å øke sannsynligheten for å nå våre målsettinger og således effekten av PSYOPS innsatsen.

Det er en rekke metodiske utfordringer knyttet til evaluering av PSYOPS-produkter og -kampanjer, uten at jeg vil gå i dybden på dem her. Jeg vil imidlertid nevne at det blir utviklet effektindikatorer til hvert produkt. Slike indikatorer kan for eksempel omfatte konkrete handlinger som sammenfaller med de budskapene vi har. Vi kan også anta at våre budskap har blitt lagt merke til dersom motstanderen gjennomfører tiltak for å forhindre at våre budskap blir sett eller hørt. Et eksempel på mottiltak er det faktum at serbiske medier gikk ut og advarte folk mot å plukke opp flygeblad under Operation Allied Force. De hevdet blant annet at NATOs flygeblader var radioaktive. Hensikten var trolig tosidig – både å anklage NATO for å spre radioaktive stoffer og for å hindre eller begrense spredningen av våre PSYOPS produkter.

Nødvendigheten av effektanalyser er stor, ikke minst for å legitimere bruken av ressurser på slik aktivitet og for å rettfærdiggjøre eksistensberettigelse av PSYOPS som fagfelt og satsningsområde.

Tiltak rettet mot norske interesser, Forsvaret og den norske befolkning.

Norske interesser, Forsvaret og den norske befolkning er heller ikke skånet for ulike former for påvirkning. Daglig utsettes vi enten vi vil det eller ikke for påvirkning i form av reklame. Vi utsettes også for politisk påvirkning, der blant annet partier kjemper om vår støtte i politiske valg. Vi utsettes også som nasjon for utenrikspolitisk påvirkning, der ulike nasjoner og grupperinger søker å sikre seg vår støtte og sympati og selge sine egne interesser og verdier. Dette er en naturlig del av sosialt samkvem og kommunikasjon mellom mennesker og mellom nasjoner.

La meg nå rette oppmerksomheten mot enkelte konkrete eksempler på påvirkning, som har vært rettet mot Forsvarets personell.

En måned etter luftkampanjen over Kosovo startet, det vil si 24 april 1999, delte personer tilknyttet Anti-krigsnettverket ut flygeblader i forbindelse med en demonstrasjon utenfor Heistadmoen, der Telemark bataljonen holder til. Flygebladet understreket at NATOs bombing hadde vært mislykket og at sivilbefolkningen led. I klassisk stil fortalte flygebladet også om hvor godt trent fienden var og det ble understreket at det var vanlige soldater som døde i krig og ikke generaler og politikere. Flygebladet søkte å påvirke frykten for en sterk motstander og samtidig appellere til rettfærdighetsfølelser ved å understreke NATOs manglende evne til å oppfylle hensikten med luftkampanjen – nemlig å presse Milosevic til å inngå en fredsavtale. Det appellerte også til faren for tap av eget liv. Flygebladet avsluttet med en moralsk oppmuntring til hva slags atferd soldatene burde gjennomføre: Det er ingen skam å snu. Si opp kontrakten.

På ettårsdagen for luftkampanjen i Kosovo ble det også delt ut flygeblader på parkerte biler utenfor Forsvarskommando Sør-Norge. Løpeseddelen fortalte hvor mange som omkom eller ble fordrevet som følge av krigen og understreket at en rekke ikke-militære mål ble bombet. Videre understreket flygebladet KFORs og FNs manglende evne til å forhindre hevnooppgjør mellom partene. Flygebladet, som ble delt ut av ungdommer som angivelig skal ha tilhørt Sosialistisk Ungdom, lignet på flygeblader som ble distribuert under luftkampanjen i Kosovo mot NATO.

Et annet produkt som mange kanskje kjenner til er soldatavisen Hærværk. Avisen har et klart sosialistisk og antimilitaristisk preg og oppmuntrer til å kjempe mot dagens forsvar og ikke minst det de beskriver som et autoritært system med befal som utøver diktatorisk makt.

Jeg har også et konkret eksempel fra luftkampanjen i Kosovo der norske piloter ble brukt i en serbisk påvirkningskampanje. Det må imidlertid understrekes at dette budskapet trolig var rettet mot serbisk befolkning i håp om å styrke deres tro på at alliansen snart ville bryte sammen og at NATOs legitimitet var dalende. Budskapet dukket imidlertid opp på det serbiske informasjonsdepartementets webside den 9 april 1999 – en dato som kanskje ikke er tilfeldig sett med norske øyne. I følge websiden ønsket norske piloter ikke å delta i NATOs kamphandlinger. Videre ble det understreket at familiene ble lettet og at deres landsmenn ble glade da de reiste hjem. I følge websiden skal nordmennene ha uttalt at de ikke fant noen legitim grunn til å angripe Serbia og de skal ha anklaget NATO for å misbruke sivile og flykninger for sin egen ~~Ders~~ som de nevnte eksemplene på en eller annen måte er satt i system, kan vi ikke se bort fra at de på sikt kan ha en effekt som påvirker oppslutningen om Forsvaret og vår forsvarsevne.

Forsøk på å svekke vår kampvilje og moral er ikke minst stor dersom påvirkningsforsøkene finner sted i en situasjon der Forsvarets personell og norske interesser står under et sterkt psykisk og fysisk press, i situasjoner der redsel og usikkerhet er rådende og sult, tretthet og frykten for eget og nærmeste families liv er overhengende. Dersom påvirkningen er rettet mot rett målgruppe, på rett tidspunkt, med rett budskap og rett leveringsmetode vil budskap med sikte på å redusere moral og forsvarsvilje kunne ha betydelig effekt.

Hvordan kan vi så beskytte oss mot denne formen for påvirkning?

Psykologisk forsvar

Psykologiske operasjoner har vært et tabubelagt og høyt gradert fagområde i Norge i etterkrigstiden, og Forsvaret har vært gitt svært få muligheter til å utvikle fagområdet. Dette til tross for at det allerede i 1952 ved kgl res av 28 juni ble opprettet et utvalg for å utrede spørsmål vedrørende norsk psykologisk forsvarsberedskap. Begrunnelsen for opprettelsen av utvalget var det faktum at moderne krigføring hadde gitt erfaringer for at en angriper ved siden av militære styrker også trakk sivilbefolkningen aktivt og direkte med i krigshandlingene gjennom en systematisk opinionspåvirkning. Hensikten var å svekke motstandsviljen hos den nasjonen som ble angrepet. Denne formen for angrep nødvendiggjorde visse forsvarstiltak.

Til grunn for opprettelse av utvalget lå også erfaringer fra andre verdenskrig. Den fiendtlige propagandaen hadde betydelig virkning i den første fasen av krigen. Manglende beredskap skapte grobunn for ryktespredning og forvirring. I tillegg var den norske befolkning svært sjokkert over at de i kom med i selve krigen, og dette hadde trolig også en viktig betydning for manglende psykologisk beredskap. Påvirkningen avtok imidlertid raskt da den norske motstanden økte både i form av militære operasjoner og sabotasje-handlinger, samt gjennom illegale aviser og psykologiske operasjoner.

Et av de viktigste tiltakene mot psykologisk påvirkning er å gjøre soldater og offiserer, så vel som befolkningen for øvrig, oppmerksom på at slike operasjoner kan bli og blir gjennomført mot oss.

Det er viktig å kunne spre informasjon om hvorfor og ikke minst hvordan slike operasjoner iverksettes, herunder hvilke metoder og teknikker som vil bli brukt. Opplysningsvirksomhet er følgelig en viktig del av vår psykologiske forsvarsevne. Dette vil gi Forsvarets personell og befolkningen generelt en mental bevissthet om slike operasjoner og gjøre dem bedre i stand til å identifisere og motvirke slike påvirkningsforsøk. Dersom vi er dårlig forberedt mot slik påvirkning, kan vår motstandsånd brytes raskere og mer effektivt ned enn om vi var forberedt.

Det ligger i motstanderens interesse å minske vår vilje til å stå i mot eller motvirke et angrep. En sterk forsvarsvilje er derfor et sentralt element i vår psykologiske forsvarsevne. Viljen til forsvar forutsetter kunnskap om at det er noe å forsvare, som for eksempel rikets sikkerhet og suverenitet, demokratiet og samfunnsvital infrastruktur. Viljen forutsetter også en forestilling om hvilke konsekvenser et angrep – i siste instans – et nederlag har og at det lønner seg å yte motstand og tro på seier og at det man kjemper for er det rette. Dersom politiske og militære myndigheter fokuserer på at det fortsatt er viktige verdier og interesser å kjempe for, vil dette være et viktig bidrag til, for det første, å opprettholde forsvarsviljen og, for det andre, til å gjøre befolkningen bedre rustet til å møte eventuelt fiendtlige påvirkningsforsøk.

Et annet viktig tiltak er å sikre oppdatert og korrekt informasjon om de faktiske forhold – både om egen og motstanderens situasjon. Dette er viktig ikke minst for å få et realistisk bilde av situasjonen og for å unngå usikkerhet og kaos i kritiske situasjoner der informasjonsbehovet er enormt og mangel på informasjon skaper grobunn for ryktespredning og desinformasjon.

I tillegg er det viktig å ha tro på egne ledere og eget utstyr, og ikke minst at man har etablert en sterk lojalitetsfølelse og et sterkt samhold i den enkelte avdeling, i Forsvaret og i landet som helhet. Manglende tillit til beslutningstakerne eller den politikken de fører i en kritisk periode kan være en trussel mot folkets motstands- og kampvilje. Ved å understreke og bygge opp under de verdier og idealer som binder oss sammen som en demokratisk nasjon, og ved å styrke vår fellesskapsfølelse, kan vi bidra til å styrke folkets motstandskraft og moral.

Den psykologiske forsvarsevnen i en situasjon preget av krise, væpnet konflikt eller krig i Norge vil være helt avhengig av de kunnskaper og innstillinger som er bygget opp i fredstid. Dette nødvendiggjør en effektiv innsats i fredstid som må styrkes i tilfelle krise eller krig.

Så noen tanker om fremtiden.

Fremtiden

Den sikkerhetspolitiske utviklingen generelt samt utviklingen i retning av stadig flere lavintensitetskonflikter, har resultert i en situasjon der toleransen for tap av menneskeliv og materielle ødeleggelser er betydelig svekket. Disse trendene har blant annet også bidratt til reduserte forsvarsbudsjetter i en rekke land, deriblant Norge. Moderne militære operasjoner finner videre i økende grad sted i komplekse omgivelser, der tradisjonell anvendelse av væpnet makt ikke nødvendigvis er det mest hensiktsmessige virkemiddelet. Politikerne er ikke villige til å investere i dyre og dødelige stridsmidler. Dette styrker nytteverdien av informasjon og påvirkning både for å forhindre væpnede konflikter eller krig, for å støtte konflikten dersom den er uunngåelig og/eller for å gjenopprette fred og sikkerhet i etterkant av en konflikt. Med dette som utgangspunkt tror jeg at betydningen av og potensialet for bruk av PSYOPS vil øke i fremtiden – ikke minst fordi PSYOPS regnes som et billig virkemiddel med stort potensiale.

At informasjon og påvirkning får en stadig sterkere posisjon understrekes også av utviklingen innen informasjons- og kommunikasjonsteknologi og medias økende innflytelse – ikke minst på politiske og militære beslutningsarenaer. Mulighetene til å kommunisere et budskap raskt øker i likhet med mulighetene til å påvirke mennesker. Forsvaret må derfor ta konsekvensen av den påvirkningstrusselen som følger av den nye mediesituasjonen, og være i stand til å reagere raskt og riktig på utfordringer på det psykologiske planet.

Videre har fraværet av eksistensielle trusler flyttet fokus for politisk og militær aktivitet over fra territoriale målsettinger og ambisjoner om landvinning, til blant annet strategisk informasjonstilgang. Tilgangen til kritisk, relevant og tidsriktig informasjon er viktig for å kunne fatte beslutninger på et selvstendig, korrekt og tidsriktig informasjonsgrunnlag. Påvirkning kan med andre ord svekke vår nasjonale handlefrihet og integritet, det være seg påvirkning av våre øverste politiske og militære beslutningstakere eller befolkningen for øvrig. Denne utfordringen er ikke ny, men blir stadig større ettersom kontroll med informasjon blir vanskeligere. Utfordringen blir også større som følge av at den teknologiske utviklingen i retning av globale informasjons- og kommunikasjonssystemer øker antallet aktører som kan tenkes å påvirke norske interesser på en eller annen måte.

Norges internasjonale forpliktelser og engasjement utenfor norske grenser, samt regionale nasjonale interesser, gjør Norge til et aktuelt mål for aktører som ønsker å påvirke norske beslutningstakere og/eller norsk opinion. Til tross for at vår sikkerhetspolitiske situasjon må betegnes som stabil sammenlignet med for noen tiår tilbake, ser vi fortsatt en rekke utfordringer knyttet til forsøk på å påvirke norske interesser. Dette vil også være en betydelig utfordring i fremtiden.

Videre finner jeg det nødvendig å understreke at en rekke av våre allierte i NATO, samt vår nabo i øst – Russland – har betydelige kunnskaper om og ressurser knyttet til slik aktivitet. I de fleste land i Europa er PSYOPS et viktig satsningsområde. Vi må derfor sørge for å være en aktiv part i utviklingen av fagområdet, og sørge for at Norge har tilstrekkelig kompetanse til å drive psykologisk forsvar og til å gjennomføre psykologiske operasjoner i forbindelse med internasjonale operasjoner eller forsvaret av Norge dersom det skulle bli nødvendig.

Hvor bringer dette oss?

For det første må vi sørge for at norske beslutningstakere, Forsvarets personell og befolkningen for øvrig har kjennskap til påvirkningsforsøk, hvilke metoder som anvendes og hvilke temaer og symboler man spiller på. I dag ivaretas dette gjennom kurs ved Forsvarets skole i etterretnings- og sikkerhetstjeneste. Deretter må vi sørge for å sikre nødvendig kompetanse i Forsvaret – ikke bare om hva PSYOPS og psykologisk forsvar innebærer, men også hvordan det kan utøves, hvilke effekter det kan ha og ikke minst hvordan det kan drives kontraproduktivitet. Dette krever ikke bare kunnskap om psykologiske operasjoner generelt, men også mer inngående kompetanse innen blant annet psykologi, kulturforståelse, tverrkulturell kommunikasjon og medievitenskap, for å nevne noe. I tillegg krever dette at PSYOPS får sin rettmessige plass i vårt nye forsvar – både på strategisk, operativt og taktisk nivå.

For tiden arbeider vi aktivt med å utvikle et konsept for slike operasjoner og for hvordan PSYOPS best kan implementeres i den nye forsvarsstrukturen. I det nye konseptet for Forsvaret går vi bort fra den tradisjonelle utmattelseskrigen til et manøverorientert konsept, der vi ved hjelp av indirekte tilnærminger søker å forhindre motstanderens evne og vilje til å føre krig.

I dette konseptet vil PSYOPS være et nødvendig bidrag og en viktig styrkemultiplikator.

Jeg har tidligere nevnt at forsvarsviljen i stor grad hviler på en forståelse av at det er noe å forsvare, samt troen på at de verdiene man kjemper for er riktige og legitime. Forsvaret står overfor en storstilt omstillingsprosess og mange stiller spørsmål ved Forsvarets eksistensberettigelse. Flere har påpekt faren for at den positive holdningen til Forsvaret kan være truet dersom vi ikke makter å formidle en forståelse for behovet av Forsvaret for å sikre nasjonale interesser. Et svekket vernepliktsforsvar kan også medføre redusert kunnskap om Forsvarets betydning. En aktiv informasjonskampanje for å styrke norske verdier og interesser må derfor stå sentralt på dagsordenen i fremtiden dersom vår psykologiske forsvarsevne skal opprettholdes.

I dag er det ikke klart hvem som skal håndtere påvirkningsforsøk mot norske interesser. Hovedsakelig gjøres dette gjennom dagspressen. I fremtiden må vi imidlertid få en diskusjon rundt hvem som skal håndtere konkrete påvirkningsforsøk og ved hjelp av hvilke metoder. I tillegg må vi styrke Forsvarets evne til å anvende psykologiske operasjoner til støtte for annen militær aktivitet nasjonalt og internasjonalt, ved å utdanne norske offiserer innen taktisk PSYOPS.

Før jeg avslutter ønsker jeg å fremheve en viktig utfordring. Hensikten med dette foredraget har ikke vært å fremstille PSYOPS som et virkemiddel som i fremtiden alene vil vinne krigen, men snarere understreke det potensialet som ligger i fagfeltet og fremheve fagets bidrag som en styrkemultipliserende faktor. I tillegg ønsker jeg å presisere at dette fagfeltet er langt fra så enkelt som kanskje fremstillingen kan tyde på. Bak et hvert produkt ligger det et møysommelig arbeid for å analysere målgruppen og hvordan denne lar seg påvirke. Det er heller ikke slik at PSYOPS alltid lykkes, noe man ofte ønsker å gi inntrykk av. Det er flere eksempler fra blant annet Balkan der PSYOPS produkter har hatt uheldige konsekvenser eller på annen måte har vært mislykket. Vi står derfor overfor en viktig utfordring når det gjelder å forbedre fagområdet "treffsikkerhet" og ikke minst hvordan vi kan analysere effekten av det arbeidet vi gjør.

Avslutning

Psykologiske operasjoner må forventes utført mot Norge i fred, krise og krig, ikke minst som følge av økende aktiv norsk deltakelse i internasjonale operasjoner og det faktum at Norge har en høy internasjonal profil. Organiserte påvirkningskampanjer i tilknytning til militære operasjoner er derfor blitt en utfordring Forsvaret må forholde seg til.

Psykologisk påvirkning av en nasjons forsvarsvilje er langt fra ukjent, men er samtidig et fagfelt i vekst. Dette skyldes blant annet flere faktorer i den sikkerhetspolitiske utviklingen.

Til tross for at PSYOPS ble aktivt brukt i forrige århundre, har det vært et forsømt kapittel i det norske forsvaret i etterkrigstiden. Forsvarets manglende kunnskap om dette fagområdet er i ferd med å reduseres, ikke minst som følge av at stadig flere får tilbud om kurs i psykologisk forsvar. Dette bidrar også til å redusere antall myter og misforståelser som er knyttet til dette fagområdet. Forsvaret har også med Forsvarssjefens direktiv av 1 januar 1998 signalisert en mer aktiv satsning på dette fagområdet, ved blant annet å opprette en seksjon for psykologisk forsvar ved FSES. Forsvaret har også styrket sin kompetanse innen dette fagfeltet ved at vi har hatt flere offiserer som har arbeidet med PSYOPS på Balkan.

Manglende evne til å se betydningen av psykologisk påvirkning rettet mot norske interesser, Forsvarets personell og befolkningen generelt kan ha fatale konsekvenser i tilfelle av en sikkerhetspolitisk krise eller krig i Norge.

Jeg ønsker igjen å understreke behovet for å ta dette fagområdet seriøst og at det blir et prioritert område innen vårt fremtidige forsvar, ikke minst fordi bruk av PSYOPS kan bidra til å forebygge potensielle kriser, redusere konfliktperioder, bidra til styrkebeskyttelse samt bidra til gjenoppbygging av tidligere konfliktområder – noe som er spesielt viktig i forbindelse med vår deltakelse i internasjonale operasjoner. PSYOPS understøtter også diplomatiske, økonomiske, militære og sosiale aktiviteter med den hensikt å begrense eller fjerne behovet for bruk av fysisk makt. I kombinasjon med andre militære og sivile virkemidler har bruk av PSYOPS et betydelig styrkemultipliserende potensiale.