

LE OPERAZIONI PSICOLOGICHE MILITARI (PSYOP) LA “CONQUISTA” DELLE MENTI

TEN.COL. LUCA FONTANA*



“*H*o battuto il nemico solamente con le marce” “mai una tale vittoria è stata ottenuta ad un prezzo più basso !!!!”. Così scriveva Napoleone in un messaggio indirizzato a Parigi la sera della battaglia di Ulma, richiamando ciò che più di 2000 anni prima aveva scritto Sun Tzu¹ “.....il massimo dell’abilità consiste nel piegare la resistenza del nemico senza combattere!!”. Tra gli altri, infatti, uno dei meriti di Sun Tzu fu quello di valutare e teorizzare l’importanza del fattore psicologico militare sul campo di battaglia. Certamente il suo studio si riferiva, in particolare, alla comprensione ed interpretazione dello stato morale delle truppe nemiche più che il loro condizionamento; è però innegabile che molte delle sue scoperte nel campo, appunto, della psicologia militare siano tuttora alla base di teorie contemporanee. Quindi, se non proprio come il vero inventore delle PSYOP, possiamo almeno considerare Sun Tzu un validissimo precursore di quella che oggi è una dottrina

diffusa in ogni scenario e teatro operativo moderno.

Certo è che da almeno trent’anni, gli Stati Uniti hanno raggiunto e mantenuto una netta *leadership* nel settore sotto tutti i punti di vista (dottrinale, addestrativo, tecnico, ecc.) tanto da farne non solo un punto di forza per loro stessi, ma una risorsa da condividere con gli alleati. Le Forze Armate USA, infatti, non lesinano di organizzare corsi di istruzione ad appannaggio dei *partners* d’oltreoceano, dispensando anche buoni consigli laddove osservano che i Paesi amici ed alleati stanno cominciando a valorizzare le PSYOP con la creazione di specifiche Unità.

Parlando di PSYOP

Storicamente, la messa in atto di operazioni psicologiche si è dimostrata efficace in combattimento almeno quanto l’oculato utilizzo della manovra e della potenza di fuoco. Tutta-

* SMD II Rep. - Uff. Materiali di Armamento e Alta Precisione

(1) Grande teorico militare cinese dell’antichità, vissuto presumibilmente negli stessi tempi di Confucio - ovvero tra il 551 ed il 479 a.C., autore della pregevole opera “L’arte della Guerra”.

via l'utilità delle operazioni psicologiche come "moltiplicatore della forza", per conseguire gli obiettivi di interesse con il minimo dello sforzo e della distruzione, è stata in origine individuata solamente da alcuni dei più percettivi e sensibili *leader* militari e statisti. Inoltre, va ricordato che è solo dalla 2^a Guerra Mondiale che le PSYOP sono assurte al rango di effettivo "sistema d'arma" e come tale impiegate. I passi da gigante fatti nel campo delle scienze comportamentali, che ora ci consentono di conoscere e comprendere cosa c'è alla base di certi modi di fare, combinati con gli strepitosi sviluppi nella sfera della comunicazione di massa, hanno di gran lunga moltiplicato le capacità ed il valore intrinseco delle PSYOP; un'analisi dei recenti conflitti ne ha dimostrato l'efficacia dentro e fuori dal campo di battaglia. Il risultato ottenuto è che, oggi, ogni Comandante, se vuole portare a termine il compito a lui assegnato con il minimo delle perdite, deve considerare l'opportunità di impiegarle adeguatamente e, alla stessa stregua, la necessità di doversi difendere da quelle messe in atto dall'avversario.

Fare tutta la storia delle PSYOP, già solo partendo dalla 2^a Guerra Mondiale, risulterebbe complesso e difficilmente riassumibile. Pertanto, attraverso considerazioni e citazioni di esempi significativi, se ne tracciano solo le linee essenziali.

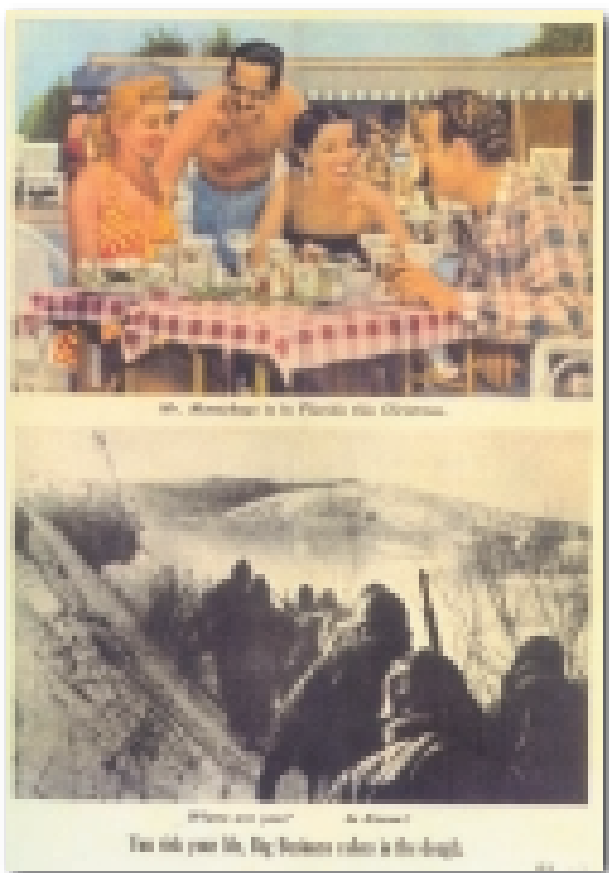
2^a Guerra Mondiale

Le operazioni psicologiche furono usate estensivamente nel corso di questo conflitto. In quel periodo le trasmissioni radio divennero uno dei mezzi principali di disseminazione di propaganda al nemico; il Giappone utilizzò la nota emittente "Tokyo Rose" per trasmettere musica, propaganda e messaggi di sconforto nei confronti degli statunitensi e dei loro alleati, mentre i tedeschi si affidarono a Mildred Gillar, meglio ricordata come "Axis Sally". Il migliore e più innovativo uso della guerra psicologica deve essere però attribuito alle trasmissioni radio della *British Broadcasting Corporation* (BBC). Tra maggio e settembre 1940, quando l'invasione tedesca dell'Inghilterra sembrava oramai imminente, un programma regolarmente trasmesso dalla BBC, indirizzato agli ascoltatori tedeschi, iniziò una serie di lezioni di inglese a favore dei potenziali invasori.

Lo *speaker* spiegava le ragioni per le quali sarebbe stato utile ai soldati del *Reich* conoscere un po' di inglese e, nel contempo, enunciava delle frasi per fare pratica del tipo: "l'attraversamento del canale (DIE KANAUEBERRFAHRT)", "la nave sta affondando (DAS BOOT SINKT)", ed ancora "ripetiamo insieme – io brucio (ICH BRENNE), tu bruci (DER BRENNE), egli brucia (ER BRENNT), ecc.....". Nonostante la relativa "crudezza" del prodotto radiofonico prescelto dagli inglesi, rimane il fatto che lo stesso si è rivelato molto efficace. Le frasi relative al "bruciare nel Canale d'Inghilterra" sembrarono infatti confermare le insistenti voci che gli agenti britannici infiltrati stavano diffondendo tra le truppe tedesche sul continente; queste facevano appunto riferimento ad un collaudato sistema che avrebbe consentito ai britannici di incendiare gran parte del canale qualora Hitler avesse lanciato l'invasione. Sebbene assolutamente privi di fondamento, questi messaggi furono così ben pianificati ed altrettanto abilmente disseminati che testimonianze raccolte di recente fanno intendere come alcuni reduci tedeschi fossero ancora convinti, a distanza di decenni, della loro veridicità.

Corea

Forte dell'esperienza maturata nel corso della 2^a Guerra Mondiale, la piccola cellula "Progetti Speciali" della branca G-2 divisionale, a sua volta inserita nel Comando statunitense in estremo oriente, iniziò ad effettuare delle trasmissioni radio ed il lancio di volantini in Corea del Sud proprio all'indomani della dell'invasione Nord coreana attraverso il 38° parallelo nel giugno 1950. Più tardi, nell'autunno dello stesso anno, la 1^a Compagnia di disseminazione (audio e volantini) si schierò in Corea del Sud. Questa Compagnia avrebbe così, ininterrottamente da quel momento fino alla fine delle ostilità nel 1952, operato al servizio della 8^a Armata come Unità tattica di guerra psicologica. La 1^a Compagnia utilizzò degli altoparlanti montati su veicoli terrestri e su mezzi aerei, al fine di diffondere i messaggi vocali nel modo più efficace possibile. Rimasero comunque i volantini, in analogia a quanto accaduto nei precedenti conflitti che hanno visto il coinvolgimento degli USA, il mezzo di dissuasione maggiormente utilizzato; i temi



Volantino di propaganda nordcoreano diretto ai soldati americani riportati su questi ultimi riguardavano la convenienza ad arrendersi, il buon trattamento che gli Stati Uniti riservavano ai prigionieri, la nostalgia della casa lontana e della famiglia.

Vietnam

Le operazioni psicologiche furono attuate da ambo le parti. In molti ricordano la nota emittente “Hanoi Hannah” che, in analogia a quanto fatto da “Tokyo Rose” durante la 2^a Guerra Mondiale, trasmetteva giornalmente un programma di musica, abbinata a messaggi riportanti la visione politica del Vietnam del Nord ed altre notizie sconcertanti per le truppe USA. Gli statunitensi controbattevano con i loro programmi radiofonici e con la disseminazione di volantini. Nel Vietnam gli USA condussero massicci attacchi aerei nei confronti di obiettivi militari di livello strategico per ottenere degli effetti sotto il punto di vista psicologico; si riproponevano infatti di costrin-

gere i *leader* militari del Nord a negoziare la pace in tempi brevi ed a condizioni favorevoli. Questi attacchi però fallirono nel loro intento principale di dissuadere i comunisti dal continuare le ostilità che invece, come noto, si protrassero per otto lunghi anni.

1^a Guerra del Golfo

La Guerra del Golfo introdusse un concetto completamente nuovo su come usare la tecnologia e le forme di comunicazione multimediale a favore delle operazioni psicologiche. Le trasmissioni radio e TV, i volantini ed i messaggi vocali diffusi con gli altoparlanti usarono i temi della fratellanza araba, dell'isolamento dell'Iraq dal resto del mondo islamico, dello strapotere aereo della coalizione per indurre un gran numero di militari iracheni a disertare. Una delle tattiche più efficaci fu quella di lanciare dei volantini su di una determinata Unità informandone i componenti che, nell'arco di 24 ore, sarebbero stati bombardati e che l'unica soluzione per evitare la distruzione sarebbe stata la resa. In un arco di tempo di sette settimane circa 29 milioni di volantini, di almeno 14 tipologie diverse, furono disseminati dietro le linee irachene, raggiungendo circa il 98% dei 300 mila soldati del regime schierati. Il 4° Gruppo PSYOP cominciò a trasmettere il programma radiofonico *Voice of the Gulf* il 19 gennaio del 1991 ed operò continuamente fino al 1 aprile dello stesso anno con più di 540 ore totali di trasmissione.



Fort Bragg - la sede del 4° Gruppo Psyop

Naturalmente anche la controparte irachena, analogamente a quanto successo in altri grandi conflitti, scelse un nome di donna, “Baghdad Betty”, per effettuare trasmissioni radiofoniche di propaganda e di dissuasione nei confronti delle forze della coalizione. Sfortunatamente per l’Iraq gli operatori di settore dimenticarono che, per essere veramente efficace, un programma di operazioni psicologiche necessita del supporto di psicologi altamente qualificati; questi ultimi, oltre ad essere specializzati nelle dinamiche comportamentali dell’uomo, sono tenuti a conoscere i valori ed i costumi delle varie culture. Evidentemente, così non fu; basti pensare che in una delle primissime trasmissioni di Baghdad Betty fu inviato un messaggio ai soldati statunitensi che li informava di come le loro mogli, rimaste sole nella lontana madrepatria, si stessero “consolando” cedendo alle lusinghe di personaggi del calibro di Tom Cruise, Brad Pitt e Bart Simpson. Ebbene, senza pensare a quanto ridicolo potesse risultare per i militari americani il solo fatto che le loro mogli fossero avvicinate da divi del cinema, l’errore madornale, che valse per sempre la credibilità dell’emittente, è stato commesso nel momento in cui, nonostante le probabili ricerche fatte nella cultura statunitense, anche un personaggio dei cartoni animati (Bart Simpson) è stato inserito tra i potenziali seduttori.

Oltre le definizioni

Le operazioni psicologiche militari (PSYOP), secondo gli statunitensi, sono l’insieme di prodotti e/o azioni che condizionano o rafforzano attitudini, opinioni ed emozioni di specifici *target* quali governi di Paesi stranieri, organizzazioni, gruppi o singoli individui al fine di indurli a comportarsi in modo tale da supportare gli obiettivi di politica nazionale statunitense. Le attività di PSYOP sono un sottoinsieme che nasce dalle *Information Operations* (IO) e le *International Public Information* (IPI) come descritto dalla *Presidential Decision Directive* (PDD) numero 68. Questa la definizione contenuta nel Rapporto del *Defence Science Board Task Force*², uno studio

commissionato dal *Department of Defence* (DoD) e finalizzato a verificare lo “stato dell’arte” delle PSYOP condotte dalle Forze Armate statunitensi.

Quella NATO recita invece: “Pianificate attività psicologiche, condotte in pace ed in guerra, dirette ad un uditorio, amico, nemico o neutrale, al fine di influenzarne attitudini e comportamenti che, altrimenti, potrebbero compromettere il raggiungimento di obiettivi politici e militari. Esse comprendono le attività psicologiche strategiche, le operazioni psicologiche di consolidamento e le attività psicologiche proprie del campo di battaglia”.

Le PSYOP, come già evidenziato, sono state parte della strategia militare nel corso della storia. Nonostante né la definizione, né la finalità delle stesse siano significativamente cambiate dalla fine della Guerra Fredda, la natura dei conflitti, le tecnologie oggi disponibili, il contesto socio-politico e la tipologia delle operazioni che vedono impegnate le Forze Armate sono invece mutati totalmente. Al riguardo, è opinione diffusa che l’importanza delle PSYOP stia costantemente crescendo a garanzia del successo di ogni azione che si debba intraprendere ovunque nel mondo, sia essa di carattere diplomatico o militare. L’ormai costante e significativa partecipazione di forze occidentali, spesso con preponderanza – almeno iniziale – degli USA, alle operazioni di *Peacekeeping*, dove l’uso della forza è rigidamente prescritto da dettagliate regole d’ingaggio, ha ulteriormente enfatizzato la necessità di mettere in atto efficaci attività informative. Nell’effettuazione di tali operazioni, le Unità militari di PSYOP possono ragionevolmente pensare di essere chiamate ad operare per un lungo periodo di tempo in un’area dove, talvolta, sussiste la presenza di strumenti mediatici significativi e penetranti, i cui messaggi competono con quelli “lanciati” dagli operatori militari alleati. In questo tipo di ambiente, come ad esempio – pensando ai più recenti - Serbia ed Iraq, le attività di PSYOP militare non hanno avuto modo di monopolizzare lo spettro elettromagnetico a mezzo di distruzione od oscuramento di tutte le altre fonti. Infatti, sempre più, ci si dovrà confrontare con una

(2) Un rapporto redatto nel 2000 dal titolo “*The Creation and Dissemination of All Forms of Information in Support of Psychological Operations (PSYOP) in Time of Military Conflict*”.

miriade di entità internazionali neutrali se si vorrà “agganciare” l’attenzione della *target audience* da influenzare.

Vivendo nella cosiddetta *Information Age*, si osserva incessante l’insorgere di mezzi sempre più sofisticati per la disseminazione mediatica, spesso sempre più vicina al “tempo reale”. La conclusione che se ne trae è semplice: *dare, o negare, informazioni è fonte di enorme potere*. Lo Stato o l’attore/entità non statale più capace di controllare o gestire le informazioni e, in particolare, di influenzare la percezione di particolari *target audiences*, sarà “dominante” in una certa situazione o momento storico. Nel caso, ad esempio, della superpotenza USA sarà molto più probabile che futuri, ipotetici avversari riterranno più opportuno tentare un sovvertimento dei suoi obiettivi di politica estera attraverso l’uso di sofisticata propaganda – sia nei confronti della propria popolazione sia dell’opinione pubblica internazionale – piuttosto che a mezzo di un confronto diretto in campo militare.

Le operazioni psicologiche nel presente

Se usate scientemente le PSYOP possono aiutare a (utilizzando la frase di Sun Tzu cui si è accennato in apertura) -“ *piegare la resistenza del nemico senza combattere!!*”-. Specialmente in un periodo storico nel quale non si accettano perdite umane, l’abilità delle PSYOP di essere un *combat reducer*, e - come tali - di poter minimizzare le vittime civili e militari su ambo i fronti, sta assurgendo ad un grado di importanza molto elevato. Le Unità dedite all’effettuazione di operazioni psicologiche offrono ai governi degli Stati che le impiegano uno strumento più discreto e, spesso, più politicamente appetibile rispetto alle operazioni militari cosiddette “convenzionali”, concepite invece per portare l’avversario alla resa attraverso morte e distruzione.

PSYOP Strategiche

Nel passato esisteva una chiara distinzione tra i tre livelli di PSYOP, ovvero quello strategico, operativo e tattico. Nel periodo “post

Guerra Fredda”, queste distinzioni sono divenute sempre più flebili, fino quasi a scomparire. La modalità quasi “istantanea” di accedere a notizie ed informazioni ovunque nel mondo rende praticamente impossibile localizzare una campagna informativa; ad esempio, un volantino disseminato dai cieli della Bosnia o dell’Iraq può essere facilmente mostrato nel telegiornale di qualsivoglia *Network* il giorno stesso ed essere visionato negli Stati Uniti od in un Paese europeo alla stessa stregua che a Sarajevo o Baghdad. Le PSYOP strategiche, rifacendosi alla dottrina USA³, sono definite come aventi implicazioni globali e sono pianificate, iniziate ed eseguite a livello nazionale. Le PSYOP militari, sempre in base alla menzionata dottrina, supportano quelle strategiche nell’ambito della pianificazione e, se ritenuto opportuno, attraverso il dispiegamento di idonei assetti; le stesse, inoltre, devono assicurare che le attività del *Commander in Chief* (CINC), geograficamente collocato in Teatro, non siano divergenti dal piano strategico nazionale delle operazioni psicologiche.

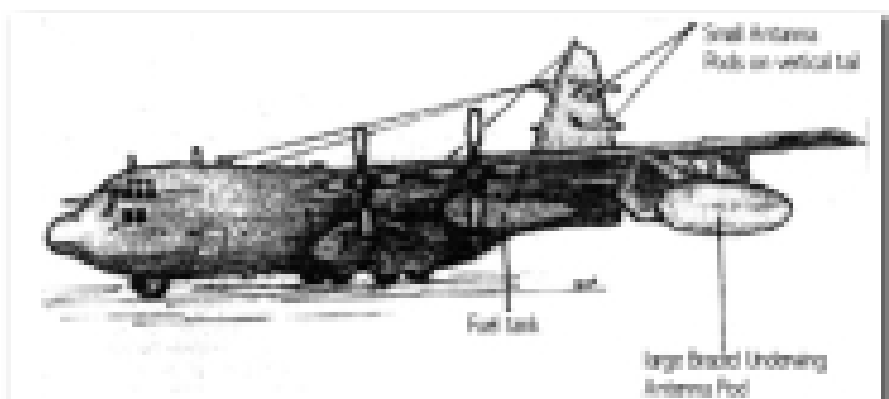
PSYOP Operative

Le PSYOP condotte a livello operativo influenzano tutto il Teatro e, normalmente, consistono nella trasmissione diffusa di programmi radio e televisivi, nonché la distribuzione di riviste e giornali o la disseminazione di volantini; le Unità ivi impegnate sono spesso chiamate a competere con sofisticate organizzazioni mediatiche sia locali, sia internazionali che talvolta si presentano meglio organizzate e tecnologicamente equipaggiate della compagine militare. Al contrario dei loro rivali, che normalmente operano sul loro territorio, le unità di PSYOP attuali non sono in grado di disseminare tempestivamente dei messaggi via Internet o via satellite commerciale. Inoltre, la capacità delle Unità PSYOP di poter trasmettere dei programmi televisivi o radiofonici in aree remote è abbastanza ridotta; basti pensare che gli USA posseggono attualmente, come solo mezzo per la disseminazione radio-televisiva, dell’aeromobile *Command Solo*⁴, che può trasmettere segnali radio in AM ed FM e

(3) Dottrina che, nello specifico, si uniforma ai dettami della *Presidential Decision Directive 68* (PDD 68).

(4) Consiste in un C-130E della US Air Force, opportunamente modificato e dotato di apparecchiature speciali.

segnali TV in VHF e UHF da circa 6.000 metri di quota. Senza dubbio quella di *Command Solo* è una potenzialità non trascurabile ma, di contro, va sottolineato che lo *Special Mission Equipment* (SME) di cui il velivolo è dotato presenta una tecnologia non certo di ultima generazione e, tra l'altro, anche facilmente neutralizzabile a mezzo di contromisure elettroniche.



Aeromobile *Command*

Il concetto attuale di operazioni psicologiche a livello operativo vede il dispiegamento avanzato di un piccolo nucleo di elementi PSYOP che usufruiscono del supporto fornito dall'esistente architettura impiantata dal CINC nell'ambito del Teatro delle operazioni. In base alla dottrina USA queste forze così impiegate sarebbero principalmente supportate da piani, programmi e prodotti di PSYOP provenienti direttamente da Fort Bragg, North Carolina, dove risiede il Comando centrale delle operazioni psicologiche statunitensi. Quanto sopra, conosciuto con il nome di *reachback concept*, implica un uso massiccio di comunicazioni a banda larga attraverso canali di trasmissioni sicuri. In pratica, il *reachback* è stato spesso molto difficile da alimentare e supportare adeguatamente.

PSYOP Tattiche

Le attività PSYOP del livello tattico sono azioni intraprese in un'area circoscritta e prevedono un "impatto" molto localizzato. Operazioni con gli altoparlanti, volantini distribuiti a mano, trasmissioni radiofoniche locali e programmazioni televisive sono tipiche attività riconducibili alle PSYOP tattiche. La capacità di condurre questo tipo di operazioni è, al

giorno d'oggi, abbastanza sviluppata e, nondimeno, gli elementi PSYOP messi a disposizione dei Comandanti locali sono sempre più numerosi; pertanto è verosimile aspettarsi, anche in questo ambito, la realizzazione di un certo numero, seppur limitato, di prodotti ed il raggiungimento di apprezzabili obiettivi. L'attività di questi nuclei, generalmente svolta a "contatto" con il nemico, ingenera forti preoccupazioni nei Comandanti ai vari livelli, in particolare quando si affronta il tema della sopravvivenza di queste Unità nel corso di conflitti ad alta o media intensità. Con l'alto livello di letalità dimostrata dai diversi sistemi d'arma nei moderni campi di battaglia, l'arco temporale di sopravvivenza di un *team* di PSYOP tattiche, a bordo di un veicolo da ricognizione ed equipaggiato con casse acustiche per la trasmissione di messaggi vocali (con un campo d'azione

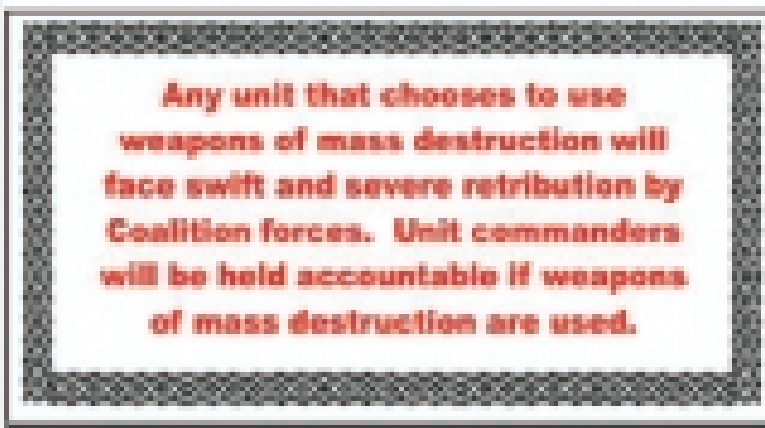
di poche centinaia di metri), si potrebbe presumibilmente misurare in minuti piuttosto che in ore. Se la necessità di disseminare messaggi a mezzo di casse acustiche sulla "linea del fuoco" dovesse essere sentita in futuro, sarebbe opportuno farvi fonte con dei sistemi comandati a distanza, a bordo di veicoli corazzati o UAVs (*Unmanned Aerial Vehicles*).



Volantino utilizzato in Iraq distribuito anche in lingua araba

PSYOP in *Iraqi Freedom*

Con il regime di Saddam Hussein sbaragliato dalle soverchianti forze anglo-americane, i Comandanti hanno presto tratto le loro conclusioni, così come la prima *trance* di *Lessons Learned* (lezioni apprese, così care agli anglosassoni). Ciò che risulta subito chiaro è che la guerra è stata un successo anche per come le PSYOP sono state impostate, con un approccio nuovo ed “aggressivo”. Le operazioni psicologiche contro le Forze Armate irachene, sviluppate su vasta scala, hanno visto, tra le altre attività, la disseminazione di più di 40 milioni di volantini⁵ prima e durante il conflitto. Questi volantini che, tra gli altri, facevano appello ai Comandanti iracheni affinché non usassero le armi di distruzione di massa contro le forze della coalizione ed alle truppe di “prima linea” per invitarle alla diserzione, sembra proprio abbiano sortito il loro effetto. Nell’aprile scor-



Volantino utilizzato in Iraq distribuito anche in lingua araba

so il Contrammiraglio Timothy Keating, capo delle forze navali statunitensi nel Golfo, dichiarò che la ragione per la quale gli iracheni non avevano lanciato i missili balistici tipo *Scud* avrebbe potuto essere direttamente imputabile all’efficacia della “campagna psicologica”. Altri hanno invece sostenuto che il mancato lancio era dovuto, molto semplicemente, al fatto che l’Iraq non possedeva quel tipo di missile.

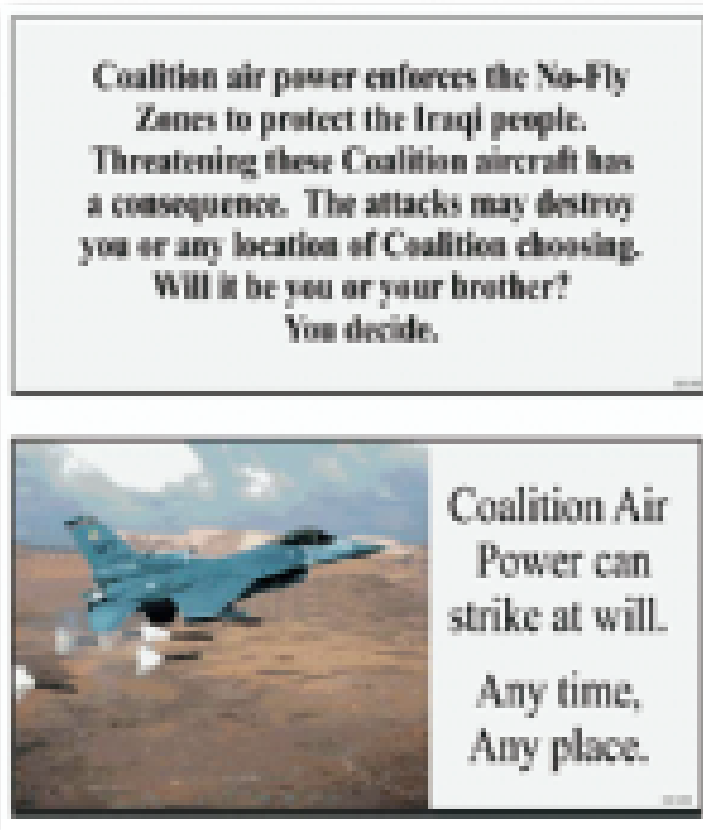
Le PSYOP di *Iraqi Freedom* hanno avuto anche l’apporto di una immissione “diretta” di propaganda attraverso la già menzionata piattaforma aerea *Command Solo*. L’aereo del *193rd Special Operations Wing* ha “bombardato” lo spettro elettromagnetico preparando il campo di battaglia attraverso la messa in atto di operazioni psicologiche di qualsiasi genere, nonché trasmissioni orientate ad influenzare i *civil affair*. Il messaggio “lanciato” ai militari come al resto della popolazione è sempre stato inequivocabile. Esso riguardava la possibilità di scegliere tra due opzioni, contribuire all’abbattimento del regime ed allo stabilimento della democrazia o venire “annientati”. Evidentemente la maggior parte degli abitanti dell’Iraq si è lasciata convincere in merito alla necessità di togliere al più presto il potere a Saddam; forse proprio per questo il conflitto si è concluso in tempi brevi evitando più tragici spargimenti di sangue.

Altre “implicazioni”

Tecnologia e PSYOP

Già all’epoca della 1^a guerra del Golfo qualche idea “non-convenzionale” balenò nella testa dei pianificatori dell’US Air Force (USAF); si trattava di proiettare un ologramma gigante sopra la città di Baghdad raffigurante la figura di Allah e, come sottofondo, una voce profonda che descriveva Sad-

(5) Alcuni recitavano così: “Saddam non esiste più – arrenditi ed incontra la tua libertà”, “Saddam non controlla più l’Iraq – aiutaci ad ottenere la tua libertà con il minimo delle perdite umane”, “Noi sappiamo chi sei – se lancerai dei missili sarai ucciso o catturato e giudicato come un criminale di guerra”.



Volantino utilizzato in Iraq distribuito anche in lingua araba

dam Hussein come un traditore della causa che doveva essere scacciato. Il progetto, sì avveniristico ma non poi così tanto da rientrare nella sfera dell'inarrivabile⁶, ha poi incontrato una serie di ostacoli, non ultimo il problema che le immagini di Allah sono proibite nell'Islam (come si poteva proiettare un'immagine di Dio senza che nessuno ne conoscesse le sembianze?) e che i cittadini di Baghdad non sono certo dei superstiziosi primitivi, pronti a fuggire alla vista di una sfocata immagine nel cielo o al suono di una voce impersonale disseminata da casse acustiche. L'esempio, comunque, è utile per introdurre l'argomento della tecnologia che, in misura sempre maggiore, sta giocando un ruolo importante nell'ambito delle PSYOP. Per il momento il principale mezzo di persuasione sono le trasmissioni radio e televisive, ed in questo campo è esclusivamente la piattaforma aeromobile *Command Solo* ad operare efficacemente. Il prossimo passo logico sarà quello di utilizzare in maniera più mirata i satelliti, facendo in modo che gli stessi possano

“coprire” zone più vaste con potenze sempre più elevate, tali da eventualmente “oscurare” le emittenti di qualche scomodo nemico della libertà e democrazia. Ai suddetti campi d'azione si aggiunge quello non trascurabile dell'informatica; infatti, tenendo nella debita considerazione la diffusione ormai raggiunta da Internet, anche la costruzione di siti dedicati alla informazione/propaganda può rientrare in quelle operazioni rivolte a condizionare l'opinione pubblica (di uno o più Paesi) che la dottrina prevalente include nelle PSYOP.

PSYOP: effetti collaterali sulla “sicurezza informatica”

Alle PSYOP si può guardare anche da prospettive diverse che possono anche distaccarsi dai canoni tradizionalmente militari nei quali le si fanno normalmente rientrare. Per introdurre questo concetto è forse opportuno ripartire da un'altra definizione, tra le tante, di PSYOP: *manipolazione della psiche* di un avversario o di un gruppo attraverso informazioni, disinformazione, propaganda. Ciò coinvolge la gestione della percezione del singolo o del gruppo che si pone come “obiettivo” dell'azione di PSYOP, il controllo del loro pensiero e delle loro aspirazioni. Ribaltando il discorso avremo che le PSYOP operate da più o meno credibili “avversari” condizioneranno il nostro modo di pensare e di reagire agli eventi, soprattutto a quelli legati alla sicurezza. Nel mondo del *pre* 11 settembre, una comune minaccia di matrice PSYOP, quale poteva essere l'indiscriminata diffusione in rete di e-mail contenenti annunci di virus informatici in agguato, poteva sortire diversi effetti: qualcuno dava seguito all'avviso “rimbalzandolo” a sua volta ad altri utenti mentre altri, unitamente alle grandi aziende ed alla Pubblica Amministrazione, riuscivano meglio a discernere i falsi allarmi dal vero pericolo e non si lasciavano condizionare. Nel *post* 11 settembre è invece tutto diverso.

(6) Le tecnologie già presenti all'epoca avrebbero consentito, probabilmente, di creare un'immagine artificiale attraverso l'utilizzazione di speciali proiettori ed operando il riscaldamento di strati dell'atmosfera (a mezzo di irraggiamento con microonde) così da creare quella differenza di densità tra aria fredda e calda che avrebbe consentito, realizzando un vero e proprio schermo, di riflettere la luce.

Un singolo pezzo di carta con scritte delle frasi apparentemente minacciose può portare all'evacuazione immediata di un aereo. Si sta assistendo ad una situazione di tensione generalizzata e di elevato livello di allarme anche nei confronti di eventi una volta considerati come innocui.



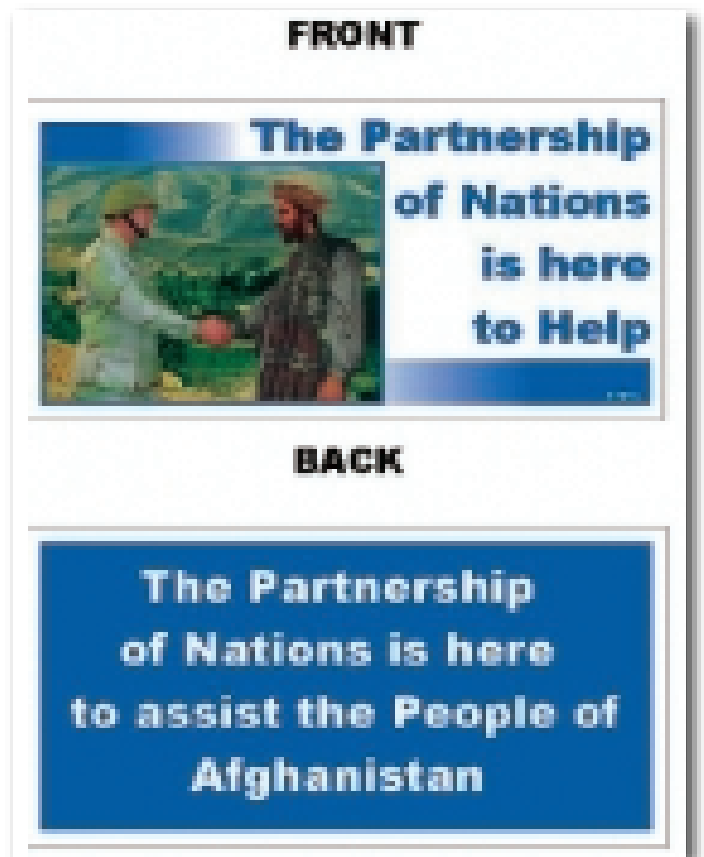
Volantino utilizzato in Afghanistan con l'effigie del Mullah Omar

Le PSYOP stanno inoltre avendo riflessi sull'apparato informatico dei vari Paesi. Ad esempio, da tempo negli Stati Uniti il *National Infrastructure Protection Center* sta disseminando degli avvisi sul fatto che in un prossimo futuro, non ancora ben specificato, gli attacchi terroristici potrebbero avere natura informatica e cibernetica, andando a "colpire" infrastrutture critiche. Una vera e propria operazione di PSYOP "interna", la quale, influenzando sulla sensibilità dei singoli e delle organizzazioni, in un certo senso "obbliga" ad innalzare la soglia delle difese informatiche. In questo mondo post 11/9, il più ovvio effetto collaterale legato al rischio di "terrorismo informatico" ed all'intensa azione psicologica da esso generata è che le organizzazioni statali e private stanno riesaminando accuratamente le relazioni tra componenti fisiche e virtuali delle loro reti informatiche. Osserviamo, ancora oggi, Amministratori Delegati di famose Compagnie ordinare il decentramento dei propri centri di elaborazione dati in sedi remote così da meglio salvaguardare le "banche dati" da attacchi terroristici. Le PSYOP, la mera presenza di un possibile rischio, stanno cambiando il modo in cui le attività sono state condotte da almeno 10 anni a questa parte, anche in assenza di nuovi episodi concreti ed eclatanti.

Secondo alcune malelingue il Pentagono avrebbe enfatizzato in modo eccessivo gli attacchi subiti dalla sua rete negli ultimi due anni solo per mantenere, nel settore specifico della sicurezza informatica, una disponibilità più elevata di risorse finanziarie. E se invece fosse

tutto vero? Gestione della percezione, capacità di creare falsi allarmismi, propaganda: materiale di prim'ordine per chi si interessa di PSYOP. Cosa crea un credibile rischio per un'organizzazione: una e-mail minacciosa, uno strano pacco recapitato senza l'indicazione del mittente, una telefonata anonima, una combinazione di tutto questo? E poi, cosa ben più importante, come si reagisce a tutto ciò? Questi accadimenti vengono trattati come si sarebbe fatto un paio d'anni fa oppure si comincia a lavorare in stato di pre-allerta rosso attendendo il collasso della rete? Cos'è reale e

cos'è un *bluff*? Forse l'unica cosa positiva, relativamente agli effetti di queste azioni di PSYOP sulla nostra collettività, risiede nel fatto che è migliorata la consapevolezza intorno al concetto di sicurezza in generale e quello di sicurezza informatica in particolare. Allo stesso tempo, però, un accenno di pericolo appena più plausibile ci può spedire rapidamente in una condizione di parossismo da reazione, con il rischio di creare danni maggiori rispetto a quelli che avrebbe creato la fonte del-



Volantino utilizzato in Afghanistan

l'ipotetica minaccia qualora si fosse mai manifestata. Una risposta in merito a cosa si debba fare in futuro è difficile da trovare. Quello che probabilmente bisognerà ricercare sarà il giusto bilanciamento tra la condizione di inconsapevolezza che si viveva fino a qualche tempo fa e quella di eccessivo allarmismo che caratterizza il presente da qualche anno a questa parte.

Conclusioni

Nel futuro, il valore delle PSYOP continuerà ad essere utilizzato al meglio prima e dopo un conflitto. Le operazioni psicologiche messe in atto prima aiuteranno a preparare il contesto operativo nel quale le truppe si troveranno ad operare e talvolta, se opportunamente combinate con qualche altro tipo di intervento, potranno anche prevenire lo scoppio delle ostilità. Quelle usate al termine saranno invece orientate a migliorare la percezione delle attività militari condotte dalle forze "straniere" da parte della popolazione civile che risiede nella Regione coinvolta dai combattimenti. Mentre, negli anni a venire, saranno comunque le bombe, i missili e l'occupazione del territorio con truppe di terra a determinare sul piano militare il vincitore ed il perdente, le operazioni psicologiche, in misura sempre maggiore,

determineranno la durata dei conflitti e l'impatto dello sforzo militare sugli interessi strategici di lungo termine.

Forse quanto è avvenuto, e sta avvenendo tuttora, per *Iraqi Freedom* è già il futuro; ciò che è stato messo in pratica risponde a criteri innovativi di impiego del potente strumento PSYOP come risolutore dei conflitti, preparatore del ritorno alla normalità e, infine, accompagnatore verso il processo di democratizzazione del Paese. Purtroppo è comunque triste constatare che, nonostante gli sforzi profusi a fattor comune da tutti gli "addetti ai lavori", le PSYOP messe in atto al termine del conflitto iracheno non si sono dimostrate efficaci quanto quelle operate a premessa.

Non si può non sottolineare la grande attualità della tematica analizzata ed il profondo interesse che suscita non solo tra gli operatori del settore. Gli sforzi che molti Paesi stanno approfondendo in questo delicato ambito è indice di sempre maggiore consapevolezza sull'utilità delle PSYOP nella loro primaria funzione di *combat reducer*, proprio in questi tempi moderni nei quali l'Opinione Pubblica mondiale è meno incline ad accettare sacrifici umani di qualsiasi tipo e gli Stati Maggiori delle Forze Armate sempre più spesso chiamati a pianificare operazioni con "perdite zero"! ■

BIBLIOGRAFIA E FONTI

- 1 SME UFFICIO STORICO
Huang Jialin e Raimondo Luraghi / "Sun Tzu - L'arte della Guerra" / pag. 9 - 18
- 2 DEPARTMENT OF DEFENCE (May 2000)
Defence Science Board Task Force / "The Creation and Dissemination of All Forms of Information in Support of Psychological Operations (PSYOP) in Time of Military Conflict" / pag. 6-14
- 3 NETWORK WORLD (11/2001)
Winn Schwartau / "PsyOps and network security"
- 4 LA REPUBBLICA (5 ottobre 2001)
Alessandra Retico / "Usa, per battere Bin Laden anche i guerrieri della psiche"
- 5 ANALISI DIFESA (Anno 3, numero 26)
Gianandrea Gaiani / "Radio West - La voce dei militari italiani in Kosovo".
- 6 NEXUS MAGAZINE (Oct./Nov. 1999)
Judy Wall / "Aerial mind-control: the threat to civil liberties"
- 7 AL-AHRAM WEEKLY ONLINE (23 - 29 Jan. 2003 - Issue No. 622)
Philip Taylor / "Battles of the mind"
- 8 JANE'S DEFENCE WEEKLY (28 April 2003)
Kim Burger / "What went right?"
- 9 IASD / Tesi 51^ Sessione / Anno Accademico 1999 - 2000
Col. Franco PASQUAZZI / "Le operazioni psicologiche nel contesto delle moderne operazioni militari di supporto alla pace: modelli di strutture operative e situazione presso le principali Nazioni europee" / Pag. 36 - 39
- 10 ANSA (30 luglio 2003)
Sito Internet (www.ansa.it) / "Bush: Iran, Sauditi, Corea e Liberia - fronti caldi"