

Cognitive Warfare – jak NATO planuje wojnę o umysły

12 lipca 2023

Od 2020 roku NATO realizuje plany wojny psychologicznej, która ma stać na równi z pięcioma poprzednimi obszarami działania sojuszu wojskowego (ląd, woda, powietrze, kosmos, cyberprzestrzeń). To pole bitwy o opinię publiczną.

Dokumenty NATO mówią o „wojnie poznawczej” – wojnie mentalnej. Jaki jest to projekt, jakie kroki zostały podjęte do tej pory i do kogo jest on skierowany?

Człowiek jako pole walki

Aby odnieść zwycięstwo w wojnie, należy również wygrać bitwę o opinię publiczną. Dzieje się to od ponad 100 lat przy użyciu coraz nowocześniejszych narzędzi, tzw. technik soft power. Opisują one wszystkie te psychologiczne narzędzia wpływu, za pomocą których można kierować ludźmi w taki sposób, że sami tej kontroli nie zauważają. Dlatego amerykański politolog Joseph Nye definiuje soft power jako „zdolność przekonywania innych do robienia tego, co chcesz, bez użycia przemocy lub przymusu” (Joseph Nye, Soft Power: jak osiągnąć sukces w polityce światowej, Warszawa 2004).

Wzrasta nieufność do rządów i wojska, a jednocześnie NATO intensyfikuje wysiłki na rzecz stosowania coraz bardziej wyrafinowanej wojny psychologicznej w walce o ludzkie umysły i serca. Nadrzędnym programem w tym zakresie jest „wojna poznawcza”. Wraz z bronią psychologiczną z tego programu sam człowiek ma zostać ogłoszony nowym teatrem wojny, tak zwaną „domeną ludzką” (sferą ludzką).

iHub

Jednym z pierwszych dokumentów NATO dotyczących tych planów jest esej z września 2020 roku „NATO's Sixth Domain of Operations” („Szósty obszar operacji NATO”), napisany na zlecenie NATO Innovation Hubs (w skrócie: iHub). Autorami są Amerykanin August Cole, były dziennikarz „Wall Street Journal” zajmujący się przemysłem zbrojeniowym, od kilku lat pracujący dla transatlantyckiego think-tanku Atlantic Council oraz Francuz Hervé le Guyader. Założony w 2012 roku IHub jest samodzielnym think-tankiem, w którym „eksperci i wynalazcy z całego świata współpracują ze sobą, aby odpowiadać na wyzwania stojące przed NATO” i który ma siedzibę w Norfolk w Wirginii w USA. Oficjalnie nie jest częścią NATO, ale jest finansowany przez Sojusznicze Dowództwo Transformacji NATO, jedną z dwóch strategicznych kwater głównych Sojuszu.

Tekst ten opowiada kilka fikcyjnych historii i kończy się zmyśloną przemową prezydenta USA, który wyjaśnia swoim słuchaczom, jak działa wojna poznawcza i dlaczego każdy może być jej częścią: „Dzisiejsze postępy w nanotechnologii, biotechnologii, technologii informacyjnej i kognitywistyce, napędzane pozornie niepowstrzymanym postępem trójki sztucznej inteligencji, dużych zbiorów danych i »zależności cyfrowej« naszej cywilizacji, stworzyły znacznie bardziej złowieszczą perspektywę: osadzony piąty filar, gdzie każdy, nie wiedząc o tym, działa zgodnie z planami jednego z naszych przeciwników”.

Myśli i uczucia każdej osoby są coraz bardziej w centrum tej nowej wojny: „Jesteś spornym terytorium, gdziekolwiek jesteś, kimkolwiek jesteś”.

Ponadto autorzy ubolewają nad „ciągłą erozją morale ludności”. Cole i le Guyader argumentują zatem, że domena ludzka jest największą podatnością na zagrożenia. Ten obszar operacyjny („domena”) byłby w konsekwencji podstawą dla wszystkich innych pól bitew (lądowych, morskich, powietrznych, kosmicznych,

cyberprzestrzeni), które należy kontrolować. Dlatego obaj autorzy wzywają NATO do szybkiego działania i uznania ludzkiego ducha za „szóstą domenę operacji NATO”.

Propaganda partycypacyjna

Niemal w tym samym czasie były francuski oficer i kierownik ds. innowacji w iHub François du Cluzel pracował nad obszernym dokumentem strategicznym „Cognitive Warfare”, który został opublikowany przez iHub w styczniu 2021 roku. Zamiast wykorzystywać fikcyjne scenariusze, du Cluzel napisał szczegółową analizę wojny umysłów. Podobnie jak autorzy „NATO’s Sixth Domain of Operations” podkreśla, że „celem jest zdobycie zaufania (...)”. Można je wygrać lub zniszczyć w wojnie informacyjnej lub przez psychoperacje, czyli wojnę psychologiczną. Jednak konwencjonalne techniki soft power już nie wystarczają, potrzebna jest wojna poznawcza – czyli odnosząca się do umysłu – „propaganda partycypacyjna”, w której „wszyscy biorą udział”.

Nie jest jasne, kto dokładnie jest celem tej propagandy, ale du Cluzel podkreśla, że „wszyscy są zaangażowani w tę nową formę manipulacji i że celem jest ochrona „kapitału ludzkiego NATO”. Obszar zastosowania odnosi się do „całego środowiska człowieka, czy to przyjaciela, czy wroga”. Chociaż możliwości wroga i zagrożenie w dziedzinie wojny poznawczej są „nadal niskie”, du Cluzel domaga się, aby NATO działało szybko i rozwijało wojnę poznawczą: „Wojna kognitywna może być brakującym elementem umożliwiającym przejście od zwycięstwa militarnego na polu bitwy do trwałego sukcesu politycznego. Czynnikiem decydującym mogłaby być z pewnością domena ludzka (...). Pierwsze pięć teatrów działań [lądowy, morski, powietrzny, kosmiczny, cyberprzestrzeń] może przynieść zwycięstwa taktyczne i operacyjne, ale tylko ludzki teatr działań może przynieść ostateczne i całkowite zwycięstwo”.

Neurobiologia jako broń

Kilka miesięcy później NATO spełniło żądania strategów. W czerwcu 2021 roku odbyło się pierwsze spotkanie naukowe poświęcone wojnie poznawczej w Bordeaux we Francji. W antologii symposium zabrali głos wysocy rangą oficjerzy NATO i stratedzy Innovation Hub. W przedmowie francuski generał André Lanata podziękował „naszemu Centrum Innowacji” i podkreślił znaczenie „wykorzystywania słabości natury ludzkiej” oraz prowadzenia tej „bitwy” we „wszystkich obszarach społeczeństwa”. Chodzi również o włączenie neuronauki w wyścig zbrojeń („Weaponization of Neurosciences”). Podkreślono, że wojna poznawcza NATO jest obroną przed podobną wojną Chin i Rosji. Ich „działania dezinformacyjne” wywołały „rosnący niepokój” wśród sojuszników z NATO.

Podczas symposium toczyła się intensywna dyskusja na temat wykorzystania neuronauki do przeprowadzania cyfrowych ataków na ludzkie myślenie, czucie i działanie: „Z punktu widzenia atakującego najskuteczniejszym – choć najtrudniejszym – działaniem do podjęcia jest zachęcenie do korzystania z urządzeń cyfrowych, które mogą zakłócać lub wpływać na wszystkie poziomy procesów poznawczych przeciwnika”.

Przeciwko własnym społeczeństwom

NATO chciałoby jak najdokładniej zdezorientować potencjalnych przeciwników, aby „dyktować” im określone zachowanie. W ramach symposium du Cluzel napisał wraz z francuskim kognitywistą Bernardem Claverie esej, w którym wyjaśnia, że NATO – wbrew twierdzeniu, że reaguje się tylko na zagrożenia ze strony Rosji czy Chin – chodzi także o „przeprowadzanie dobrze przemyślanych procesów ataku oraz środków zaradczych i zapobiegawczych”. „Atak jest deklaratywnym celem i wykorzystywanie, dewaluowanie, a nawet niszczenie tego, jak buduje się własną rzeczywistość, swoją duchową pewność siebie, swoją wiarę w funkcjonujące grupy, społeczeństwa, a nawet

narody” – stwierdził.

Stratedzy rzadko otwarcie przyznają, że techniki te mogą być stosowane nie tylko na wrogich populacjach, ale także w krajach NATO. Stwierdzenia na ten temat są często niejasne. Niemniej jednak istnieją przesłanki, że NATO bierze na cel także własną populację. Francuski generał Eric Autellet pisze w artykule we wspomnianej antologii: „Od czasu Wietnamu nasze wojny były przegrywane pomimo sukcesów militarnych, głównie z powodu słabości naszej narracji (czyli umiejętności »zdobywania serc i umysłów ludzi«), zarówno w odniesieniu do miejscowej ludności na teatrach działań, jak i nasze własne populacje. W naszych stosunkach z wrogiem i przyjacielem są dwie stawki i możemy wybrać pasywny i aktywny tryb działania – lub oba te sposoby – kiedy rozważamy granice i ograniczenia naszego modelu wolności i demokracji. Jeśli chodzi o naszego wroga, musimy być w stanie »czytać« w myślach naszych przeciwników, aby przewidzieć ich reakcje. Jeśli to konieczne, musimy być w stanie »przeniknąć« umysły naszych przeciwników, aby wpłynąć na nich i sprawić, by działali w naszym imieniu. Jeśli chodzi o naszego przyjaciela (a także nas samych), musimy być w stanie chronić nasz mózg i poprawiać nasze zdolności poznawcze zrozumienia i podejmowania decyzji”.

Konkurs innowacji NATO

Kolejny krok zrobił iHub, gdy w październiku 2021 roku oficjalnie ogłosił natowski konkurs na innowacyjność Countering Cognitive Warfare. Innovation Challenge istnieje od 2017 roku i od tego czasu odbywa się dwa razy w roku. Aby zebrać jak najwięcej pomysłów, NATO zawsze podkreśla otwarty charakter konkursu: „Wyzwanie jest otwarte dla wszystkich (osób fizycznych, przedsiębiorców, start-upów, przemysłu, nauki itp.) zlokalizowanych w kraju członkowskim NATO”. Ktokolwiek wygra, może spodziewać się nagrody pieniężnej w wysokości 8500 dolarów.

Tematy są wybierane we współpracy z Johns Hopkins University. Zawsze chodzi o tematy „szczególnie wpływające na rozwój przyszłych zdolności wojskowych”, zgodnie z mottem „najlepszym sposobem przewidywania przyszłości jest jej wymyślanie”. Obszary te to: sztuczna inteligencja, systemy autonomiczne, przestrzeń kosmiczna, hipersoniczna, technologia kwantowa i biotechnologia.

Kluczowe obszary poprzednich konkursów są zatem mieszane i wyznaczają bardzo różne priorytety. Jesienią 2018 roku chodziło np. o systemy, które można wykorzystać do przechwytywania bezzałogowych dronów. Tutaj wygrał holenderski producent dronów Delft. Jesienią 2019 roku skupiono się na pomocy żołnierzom ze stresem psychicznym lub zmęczeniem w celu poprawy ich wyników w walce. Wiosną 2021 roku była związana z obserwacją kosmosu. Wygrał tu francuski start-up Share My Space.

Pomimo różnych punktów centralnych, ciągle pojawia się jeden temat: obchodzenie się z informacjami i danymi w Internecie. Wiosną 2018 roku tematowi temu poświęcony był konkurs na innowacje pod hasłem „Złożoność i zarządzanie informacją”, wiosną 2020 roku temat brzmiał „Fake News in Pandemics”, a jesienią 2021 roku – „Niewidzialne zagrożenie – neutralizacja wojny poznawczej”.

Najbardziej zaawansowana forma manipulacji

W październiku 2021 roku, tuż przed ogłoszeniem tego konkursu na stronie iHub NATO wyemitowało transmisję na żywo omawiającą wojnę poznawczą i wzywającą do udziału w konkursie innowacji. Zadanie to jest obecnie „jednym z najgorętszych tematów dla NATO”, podkreślił du Cluzel w swoim przemówieniu inauguracyjnym. Francuska ekspertka ds. obrony, Marie-Pierre Raymond, skorzystała z okazji, aby wyjaśnić, czym właściwie jest wojna poznawcza, a mianowicie „najbardziej zaawansowaną

formą manipulacji, jaka istnieje obecnie”.

W finale konkursu, który został wyemitowany prawie dwa miesiące później, wzięło udział dziesięciu uczestników. Ośmiu z nich opracowało programy komputerowe wykorzystujące sztuczną inteligencję do skanowania i analizowania dużych ilości danych w Internecie w celu lepszego monitorowania i przypuszczalnie przewidywania opinii, myśli i wymiany informacji. Najpopularniejszym celem programów komputerowych są media społecznościowe: „Facebook”, „Twitter”, „Tik-Tok”, „Telegram”.

Zmienić przekonania i zachowania

Zwyciężyła amerykańska firma Veriphix (jej motto: „Mierzmy przekonania, aby przewidywać i zmieniać zachowania”), która opracowała platformę, za pomocą której można identyfikować opinie. Tzw. Platforma Veriphix jest używana od lat i współpracuje z kilkoma rządami i dużymi firmami, pod kierownictwem jej szefa, Johna Fuisza, który ma bliskie powiązania rodzinne z amerykańskim aparatem bezpieczeństwa. Dla niego wojna poznawcza to zmiana przekonań. Jego oprogramowanie może analizować te zmiany „w twoim wojsku, w twojej populacji i w obcej populacji”, jak wyjaśnił jurorom konkursu.

Biorąc pod uwagę, że wojna poznawcza już się toczy, a najnowocześniejsze techniki manipulacji są obecnie wykorzystywane w wojnie na Ukrainie do kierowania myślami i uczuciami populacji wszystkich narodów zaangażowanych w wojnę, wyjaśnienie w zakresie stosowania technik soft power wojny poznawczej trzeba docenić bardziej niż kiedykolwiek.

Autorstwo: dr Jonas Tögel

Tłumaczenie: Paweł Jakubas

Źródło zagraniczne: [Multipolar-Magazin.de](https://multipolar-magazin.de)

Źródło polskie: [MyslPolska.info](https://myslpolaska.info)

0 autrzej

Dr Jonas Tögel (ur. w 1985 roku) jest amerykanistą i badaczem propagandy. Zrobił doktorat na temat soft power i motywacji, a obecnie pracuje jako asystent naukowy w Instytucie Psychologii na Uniwersytecie w Regensburgu. Jego zainteresowania badawcze obejmują propagandę, motywację oraz wykorzystanie technik soft power.