

Paweł Zawadzki

Akademia Sztuki Wojennej

Operacja PsyOps „Tinder”

Wprowadzenie

Zanim przejdę do operacji „Tinder”, należy wyjaśnić czym są operacje psychologiczne i kto je realizuje w ramach polskich sił zbrojnych. Według polskiej doktryny operacje psychologiczne to planowy proces przekazywania treści za pomocą różnych metod i środków komunikacji do wyselekcjonowanych i zatwierdzonych obiektów oddziaływania w celu wywołania oczekiwanej zmiany ich postaw i zachowań, która umożliwi osiągnięcie zamierzonych celów politycznych i militarnych¹. W polskich siłach zbrojnych do zadań PsyOps dedykowana jest Centralna Grupa Działań Psychologicznych². W nazwie tej jednostki osadzono słowo działania, wynikało to z faktu, iż początkowo działania te miały zdecydowanie charakter działań prowadzonych na najniższym poziomie dowodzenia, czyli działań taktycznych³. Zatem operacje psychologiczne są zazwyczaj szeroko zakrojonymi, systematycznymi kampaniami przeprowadzanymi w ramach większych strategii wojskowych lub politycznych, podczas gdy działania psychologiczne są bardziej taktyczne, krótkoterminowe i ukierunkowane na specyficzne sytuacje lub grupy.

Tinder

W operacji Tinder postanowiono dotrzeć do obiektów oddziaływania w sposób bezpośredni. Obiekt oddziaływania to osoba lub grupa osób wyselekcjonowana do wpływania środkami będącymi w dyspozycji jednostek operacji psychologicznych⁴. W

¹ Operacje Psychologiczne DD-3.10.1 (B), Ministerstwo Obrony Narodowej, Centrum Doktryn i Szkolenia Sił Zbrojnych, Bydgoszcz 2017, s. 78.

² Strona internetowa, <https://www.wojsko-polskie.pl/dgrsz/CGDP/>, dostęp dnia: 30.11.2024 r.

³ T. Kacała, *Działania Psychologiczne w operacjach wielonarodowych*, [w:] red. Marek Wrzosek, „Praktyczne i teoretyczne konteksty wykorzystania komponentów sił zbrojnych w procesie utrzymania bezpieczeństwa międzynarodowego”, Akademia Sztuki Wojennej, Warszawa 2016, s. 164.

⁴ Operacje Psychologiczne DD-3.10.1 (B), Ministerstwo Obrony Narodowej, Centrum Doktryn i Szkolenia Sił Zbrojnych, Bydgoszcz 2017, s. 77.

tym przypadku obiektem oddziaływania stali się młodzi, niezadowoleni mężczyźni na Bliskim Wschodzie. Do przekazu zastosowano produkt psychologiczny czyli obiekt materialny lub niematerialny; czyn/działanie, obraz/widok lub słowo/interakcja, emisja audiowizualna lub przedmiot fizyczny zawierające wcześniej określoną, wcześniej przygotowaną treść⁵. Środkiem zastosowania stała się aplikacja randkowa Tinder.



Séamus Malekafzali, a freelance journalist based in Lebanon, on Thursday encountered a Tinder advertisement purportedly from U.S. Central Command warning against joining Iranian-backed militants. This ad linked to a Central Command post on X, Malekafzali said. (Screenshot by Séamus Malekafzali)

Źródło: E. Nakashima, A. Horton, *U.S. military's Tinder ad in Middle East raises eyebrows*, The Washington Post 27.08.2024, strona internetowa: <https://www.washingtonpost.com/national-security/2024/08/27/centcom-tinder-advertisement-lebanon/>, dostęp dnia: 30.11.2024 r.

Na powyższym zrzucie z ekranu zamieszczono przekaz komunikacyjny „**Nie chwytaj za broń przeciwko Stanom Zjednoczonym lub ich partnerom**”, wraz z informacją, że Centralne Dowództwo jest „**w pełni przygotowane**” i gotowe do użycia

⁵ Operacje Psychologiczne DD-3.10.1 (B), Ministerstwo Obrony Narodowej, Centrum Doktryn i Szkolenia Sił Zbrojnych, Bydgoszcz 2017, s. 78.

samolotów F-16 i A-10 „znajdujących się obecnie w regionie”. W zasadzie przekaz nie był frapujący, jednak kontrowersje wzbudziło wykorzystanie aplikacji jako środka komunikacji. Dzięki dostępowi do danych użytkowników aplikacji możliwe jest wyselekcjonowanie obiektów oddziaływania do dalszych działań. Mechanizm ten polega na tym, że jeśli użytkownik nie zgadza się z przekazem, to przesuwa komunikat w lewo, jeśli się zgadza to przesuwa w prawo, po czym zostaje przekierowany do U.S. Central Command na portalu X, gdzie dalej toczy się walka informacyjna.

Wnioski

Powyższa operacja może mieć sens, jeśli stanowi element szerszej kampanii psychologicznej, bowiem działania PsyOps zaczynają się na długo przed konfliktem oraz trwają w czasie stabilizacji po jego zakończeniu. Sama idea dotarcia do obiektów oddziaływania psychologicznego zasługuje na uwagę, gdyż pozwala dotrzeć do ludzi tam, gdzie są. Natomiast warto zadać pytanie czy Bliski Wschód nosi przymioty społeczeństwa informacyjnego. Gdyż wątpliwym jest fakt, że typowy bojownik z Bliskiego Wschodu korzysta z tego typu aplikacji. Większe prawdopodobieństwo zaangażowania w tego typu platformach można zaobserwować w społeczeństwach zachodnich.