

OPERAȚIILE INFORMAȚIONALE – RĂSPUNSUL COMUNICAȚIONAL ADECVAT LA AMENINȚĂRILE CONTEMPORANE –

Locotenent asist.univ.drd. Cosmina-Andreea NECULCEA

Academia Forțelor Aeriene „Henri Coandă”, Brașov

Din cele mai vechi timpuri, informația a reprezentat un element indispensabil și decisiv în câștigarea războiului. Deși morfologia conflictelor evoluează în funcție de capacitățile militare, tehnologii, proceduri și tehnici de luptă, precum și de spațiul în care se desfășoară, arhitectura comunicațională a câmpului de luptă este o prezență constantă. Conflictualitatea contemporană poate fi caracterizată prin creșterea hibridității și prin rolul tot mai accentuat al informației atât în spațiul fizic propriu-zis, cât și în spațiul virtual. Odată cu digitalizarea mediului informațional (acesta afectând direct mediul operațional), sfera informațională nu a devenit doar un element crucial, ci chiar câmpul de luptă în care se desfășoară războiul.

În războiul modern, multe dintre tacticile și tehnicile utilizate de forțele armate au rolul de a informa/influența și nu de a distruge. Luând în considerare diversitatea participanților (combatanți, necombatanți), putem spune că populația civilă joacă un rol preferențial. Prin urmare, interacțiunea cu populația proprie și cu populația din zona de responsabilitate este esențială pentru a garanta susținerea participării la conflict, precum și acceptarea forțelor în teren. În zilele noastre, operațiile informaționale sunt considerate un multiplicator de forță în întreg spectrul operațiilor militare, iar prin intermediul tehnologiei, se pot demara acțiuni de influențare a publicului țintă. În acest articol, ne propunem să identificăm rolul operațiilor informaționale în cea mai îndelungată și mai provocatoare misiune a NATO: Forța Internațională de Asistență pentru Securitate/ISAF în Afganistan.

Cuvinte-cheie: ISAF, talibani, operații informaționale, public țintă, activități informaționale.

INTRODUCERE

Conceptul *INFO OPS* (Information Operations) a fost dezvoltat de americani, începând cu anul 1990, și inclus, ulterior, în doctrina militară națională din 1998. În acest sens, în prima doctrină americană, operațiile informaționale implicau „acțiuni întreprinse pentru a afecta informațiile și sistemele de informații ale adversarilor, concomitent cu apărarea propriilor informații și sisteme de informații” (JP 3-13, 1998, p. I-1), definiție care, prin caracterul său generalist, a fost valabilă până în anul 2006, când a apărut o nouă doctrină a operațiilor informaționale. Tot în doctrina din 1998 este menționat și conceptul de *război informațional* (Information Warfare/IW), reprezentând „operații informaționale desfășurate în perioadă de criză sau conflict (inclusiv război) pentru îndeplinirea sau promovarea obiectivelor specifice față de un adversar sau a unor adversari specifici” (Ib.). În timp ce războiul informațional tinde să fie aplicat în timp de criză sau conflict, întrucât tehnicile folosite presupun angajarea forței coercitive, fapt văzut ca fiind ostil, operațiile informaționale pot fi desfășurate atât pe timp de pace, cât și pe timp de conflict. În consecință, în lipsa unei delimitări clare între cele două concepte, războiul informațional a fost eliminat din doctrina din 2006.

La nivelul Alianței, Info Ops reprezintă „o funcție ce presupune îndrumarea și coordonarea activităților informaționale pentru a crea efectele dorite asupra voinței, înțelegerii și capacităților adversarilor, adversarilor potențiali și a altor părți identificate de Consiliul Nord-Atlantic, în scopul îndeplinirii obiectivelor misiunii Alianței” (AJP 3-10, 2009, pp. 1-3). Totodată, activitățile informaționale reprezintă „acțiuni întreprinse pentru a afecta informațiile și sistemele de informații. Acestea pot fi desfășurate de orice actor și includ măsuri de protecție” (Ib.).

Operațiile informaționale pot fi ofensive și presupun atacarea structurii de comandă și control/C2 a inamicului, în timp ce operațiile defensive constau în protecția sistemelor C2 proprii de atacurile adversarului. Prin urmare, eficiența operațiilor informaționale rezultă din combinarea efectelor acțiunilor ofensive și a celor defensive, pentru obținerea superiorității informaționale în punctele decisive.

INTERVENȚIA DIN AFGANISTAN

Războiul din Afganistan a început acum 20 de ani, în urma atacurilor teroriste asupra Statelor Unite ale Americii, din 11 septembrie 2001. Forțele Speciale ale SUA, sprijinite de serviciile de informații americane, alături de forțele Alianței Nord-Atlantice au inițiat operațiunea din Afganistan, sub numele de cod *Enduring Freedom*. Misiunea era aceea de a învinge organizația Al Qaeda (și pe liderul acesteia, Osama bin Laden, suspectat de planificarea și execuția acestor atacuri), precum și îndepărtarea talibanilor de la putere (răsturnarea guvernului taliban). Misiunile au fost rapid îndeplinite. Astfel, guvernul taliban a fost înlăturat de la putere, însă grupul taliban s-a întrunit în Pakistan, sub conducerea spirituală a lui Mullah Mohammed Omar, și a început să recurgă la acțiuni insurgente lente, pentru a recuceri Afganistanul. De asemenea, și răspunsurile SUA par a fi fost diferite față de răspunsurile anterioare la atacurile talibanilor împotriva unor ținte americane. De atunci, talibanii și-au adaptat acțiunile insurgente pentru a compensa diferența față de forțele militare ale SUA și NATO. Reprezentative pentru acțiunile talibanilor erau ambuscadele și folosirea diferitelor tipuri de dispozitive explozive improvizate (Improvised Explosive Devices/IED).

La 20 decembrie 2001, a fost înființată Forța Internațională de Asistență pentru Securitate (International Security Assistance Force/ISAF), stabilită prin Rezoluția 1386 a Consiliului de Securitate al ONU și la cererea guvernului afgan, cu scopul de a sprijini guvernul afgan în menținerea securității în și în jurul capitalei Kabul. Dislocarea acesteia a început în 2001, inițial sub conducerea individuală a aliaților NATO, iar în anul 2003, NATO a preluat comanda Forței, care și-a extins treptat operațiunile în întreaga țară (în a doua jumătate a anului 2006, ISAF s-a extins în toată țara).

Până în prezent, ISAF a fost cea mai îndelungată și mai provocatoare misiune a NATO, implicând trupe din 51 de țări atât membre ale NATO, cât și partenere, respectiv 130.000 de soldați. Ca parte a efortului comunității internaționale, misiunea ISAF era de a asigura guvernului afgan condițiile pentru exercitarea autorității în toată țara, precum și dezvoltarea unei forțe de securitate afgane care să diminueze capabilitățile insurgente și să se asigure că Afganistanul nu va mai deveni niciodată locul preferat al teroriștilor. Prin urmare, începând cu anul 2011, responsabilitatea privind siguranța țării a fost transferată, treptat, către forțele afgane. Din vara anului 2013, acestea au preluat conducerea operațiilor de securitate pe întreg teritoriul. Misiunea ISAF s-a încheiat în anul 2014, când forțele naționale afgane de securitate și apărare (ANDSF) au preluat întreaga responsabilitate privind

menținerea securității și stabilității în întreaga țară. În anul 2015, NATO a lansat misiunea *Resolute Support/RSM*. Spre deosebire de ISAF, această misiune a fost una necombatantă, fără angajarea forțelor în lupta împotriva insurgenților.

În ceea ce privește implicarea României la eforturile NATO din Afganistan, țara noastră se numără printre principalii contributori, participând atât în cadrul ISAF, cât și în cadrul misiunii *Resolute Support*.

OPERAȚIILE INFORMAȚIONALE DESFĂȘURATE DE NATO (ISAF) ȘI ACTIVITĂȚILE INFORMAȚIONALE DESFĂȘURATE DE TALIBANI – DIFERENȚE ȘI ASEMĂNĂRI

În războiul din Afganistan, activitățile de modificare a percepțiilor sau de influențare a opiniei publice au fost conduse atât de către ISAF, cât și de talibani. Majoritatea activităților au cunoscut un real succes, iar acest lucru s-a datorat folosirii unui instrument indispensabil – informația. În ceea ce privește folosirea informației ca instrument, am identificat multe diferențe între cele două părți, în raport cu modul de desfășurare a operațiilor informaționale, mijloacele folosite sau scopul urmărit. Încă de la izbucnirea războiului, talibanii au dovedit că *au înțeles foarte bine rolul operațiilor informaționale*. A spune adevărul era un aspect irelevant pentru ei, de aceea, apelau la o mixtură între adevăruri și minciuni, cu scopul de a crea o permanentă stare de incertitudine.

Activitățile de război informațional ale talibanilor au fost adesea descrise ca fiind operații informaționale. Totuși, compararea directă a activităților non-cinetice ale talibanilor cu conceptul doctrinar al NATO de operații informaționale, ce presupune coordonarea activităților informaționale în cadrul campaniilor militare, nu este tocmai fundamentată. Chiar dacă strategia ISAF era diferită de activitățile de informare ale talibanilor, cea mai comună asociere dintre cele două părți ar fi folosirea unei tehnici comune: *propaganda*. Operațiile informaționale desfășurate de ISAF au avut caracter legitim, iar descrierea activităților talibanilor prin prisma terminologiei NATO le-ar putea conferi și acestora același caracter. Prin urmare, acest aspect ne determină să folosim termenul de *activități informaționale* pentru a descrie strategia talibanilor de a informa și influența opinia publică.

Deși nu făceau diferență între activitățile desfășurate, talibanii recurgeau la tehnici precum propaganda, contactul cu liderii locali, postura și sprijinul populației locale, distrugerea fizică etc. În conceptul doctrinar al NATO, aceste activități au corespondent în operații psihologice (Psychological Operations/PSYOPS), angajarea liderilor cheie (Key Leaders Engagement/KLE), prezență, postură și profil (Presence, INFORMAȚII ȘI SECURITATE

Profile and Posture/PPP), cooperarea civil-militară (Civil-Military Cooperation/CIMIC) etc. Ei vedeau aceste activități ca pe niște măsuri, pentru a crea efectele dorite și nu ca pe niște activități distincte.

În încercarea de a intimida sau a constrânge, talibanii foloseau *night letters*¹, majoritatea scrise de mână, care erau trimise unor destinatari bine aleși, cu intenția de a le schimba comportamentul. Majoritatea activităților se bazau pe comunicarea directă, față în față cu liderii locali sau cu bătrânii satelor, pentru a-i convinge să nu sprijine acțiunile ISAF sau ale GIROA (Guvernul Republicii Islamice Afganistan/Government of the Islamic Republic of Afghanistan).

Mesajele talibanilor erau transmise și prin emisiuni radio, prin CD-uri, DVD-uri ce erau disponibile în piețele și bazarele din toată țara. Dar, activitățile de informare ale talibanilor nu se limitau la populația afgană, ci țineau și opinia publică mondială, prin intermediul mass-mediei internaționale, al cablurilor TV, sateliților, internetului și diferitelor site-uri web.

La fel de importantă a fost și funcția CIMIC, prin intermediul căreia talibanii asigurau populația locală de sprijinul lor. Scopul acesteia era de a întări mesajul conform căruia aceștia erau cu mult mai capabili să sprijine populația decât o făceau ISAF sau GIROA, în special în zonele unde ISAF și Forțele Naționale de Securitate afgane (Afghan National Security Forces/ANSF) nu puteau asigura o prezență efectivă.

O chestiune cheie ce a influențat mediul informațional era percepția timpului. Talibanii aveau un mod distinct de măsurare a timpului, iar schimbul de informații se realiza foarte rapid. Când venea vorba de daune colaterale, putem spune că aceștia profitau de greșelile forțelor NATO, pentru că reprezentantul acestora în presa internațională se afla tot timpul cu un pas înaintea ISAF. Apelau la o mixtură de minciuni și adevăruri, pentru a pune ISAF într-o poziție dezavantajoasă. Până ca ISAF să finalizeze operațiunea și să ia act despre un incident cu daune colaterale, purtătorul de cuvânt al talibanilor deja raporta incidentul presei internaționale, făcând replicile ISAF tot mai dificile. Când ISAF greșea, talibanii erau tot timpul pe poziție și foloseau informațiile în scopuri propagandistice. Aceștia răspândeau mesaje conform cărora ISAF omoară civili afgani nevinovați, mesaje ce veneau în contradicție cu argumentul că „forțele coaliției sunt prietene, aducând pace și progres/dezvoltare” (Muñoz, 2012, p. 38).

¹ *Scrisori anonime* – cunoscute sub denumirea de *shabnamah*, acestea reprezintă forma tradițională de comunicare în Afganistan. Erau folosite pentru a amenința indivizi sau grupuri de indivizi care erau suspectați de colaborarea cu forțele coaliției. De obicei, destinatarii erau sătenii și bătrânii și erau amenințați inclusiv cu moartea dacă nu se supuneau cerințelor talibanilor.

De exemplu, la producerea unui eveniment, talibanii apăreau în fața presei internaționale în maximum 60 de minute, considerabil mai repede față de timpul de contracarare al ISAF. Pentru a contracara sau infirma mesajele talibanilor despre producerea unor evenimente, ISAF avea nevoie, pentru derularea investigațiilor, de confirmarea producerii acestor evenimente și de aprobarea pe cale ierarhică înainte de a apărea în fața presei internaționale. Acest exemplu poate confirma percepția armatei americane în perioada petrecută în Afganistan: „*We’ve got the watches, but they’ve got the time*”. („*Am câștigat ceasurile, dar timpul este de partea lor*”). (Gant, 2009, p. 12).

De la invazia sovietică produsă în 1979, nu s-au schimbat foarte multe în ceea ce privește starea constantă de război. Talibanii își mențineau poziția de *luptători pentru libertate* (AP Newx, 2021) (așa cum i-a numit președintele american Ronald Reagan) și încercau să portretizeze forțele NATO asemenea trupelor militare sovietice, atât timp cât în memoria colectivă afgană încă mai dăinuia amintirea invaziei.

Pentru că nu purtau uniforme, talibanii se integrău cu ușurință în rândul sătenilor. Mai mult decât atât, cunoscând foarte bine cultura populației afgane și făcând adesea referire la Coran, mesajele acestora primeau legitimitate și autoritate, având un impact de durată. Totodată, mesaje precum „*The talibans will be here when ISAF is gone*”, „*Afghanistan is the graveyard of Empires*”, „*The infidels are deliberately killing our women and children*”, „*ISAF soldiers are foreigners and GIROA are their puppets*”. („*Talibanii vor fi aici când ISAF va dispărea*”, „*Afganistanul este cimitirul imperiilor*”, „*Infidelii neucid în mod deliberat femeile și copiii*”, „*Soldații ISAF sunt străini, iar reprezentanții Guvernului Republicii Islamice a Afganistanului sunt marionetele lor*”). (Nissen, 2007, p. 7) etc. erau eficiente în contracararea mesajelor ISAF și ale GIROA. Pe lângă acestea, în perioada 2001-2014, talibanii au desfășurat acțiuni cinetice, pe care le exploatau ulterior în scopuri propagandistice. Ei apelau chiar la revendicarea unor acțiuni pe care nu le-au desfășurat și pe care și le asumau pentru propagandă.

În ceea ce privește intervențiile ISAF în Afganistan, majoritatea constau în operații cinetice, bazate pe manevră. Aceste operații erau sprijinite de operațiile informaționale (Info Ops) și operațiile psihologice (Psychological Operations/PSYOPS), dar principalele mijloace folosite rămăneau, în continuare, acțiunile cinetice.

Contrar talibanilor, care nu făceau distincție între nivelurile operaționale (strategic, operațional, tactic) și nu-și limitau activitățile informaționale la un anumit nivel, ISAF își restrângea operațiile informaționale la nivelurile operațional și tactic. Unii planificatori erau chiar neobișnuiți cu integrarea acestor operații non-cinetice în cadrul operațiilor militare și cu efectele pe care puteau să le obțină.

Pentru că doctrina oferea puține instrucțiuni, orientări și îndrumări privind integrarea operațiilor informaționale în operațiile unității, comandanții trebuiau să le configureze singuri. Prin urmare, în măsura în care comandanții considerau necesară sau importantă integrarea operațiilor informaționale în operațiunile lor, aceștia își exprimau intenția prin stabilirea unor obiective și abia atunci integrarea acestora devenea importantă și pentru staff-ul lor sau pentru subordonați.

Am putea conchide că acțiunile ISAF se desfășurau sub o presiune constantă, fiind obligați să ofere rezultatele progresului în Afganistan, în timp ce talibanii urmăreau să atragă și să mențină populația de partea lor sau măcar să fie neutră.

MIJLOACE DE DISEMINARE A INFORMAȚIILOR

Intervenția din Afganistan a fost consecința atacurilor teroriste din 11 septembrie, dar, odată cu trecerea timpului, această temă nu mai avea aceeași rezonanță printre afgani. Diferența viza, în primul rând, acțiunile propagandistice, care nu se mai focalizau pe ceea ce le-au făcut teroriștii americanilor, ci pe ceea ce le produceau afganilor. Totodată, mesajele ISAF căutau sprijinul comunității afgane, pentru eliminarea diferitelor amenințări (IED etc.) și sublinierea rolului guvernului și al armatei afgane în asigurarea unei vieți mai bune.

Câțiva ani mai târziu, în decembrie 2009, președintele Barack Obama a declarat că forțele vor rămâne în Afganistan și vor conduce un „război de necesitate”, cu scopul de a opri Al Qaeda să-și restabilească un nou sanctuar pe care să-l folosească pentru a ataca din nou SUA: „Nu trebuie să uităm niciodată: acesta nu este un război la alegere. Acesta este un război de necesitate. Cei care au atacat America pe 11 septembrie completează să o facă din nou. Dacă nu va fi controlată, insurgența talibanilor va însemna un refugiu și mai mare, din care Al Qaeda ar putea complota pentru uciderea mai multor americani”. (The New York Times). Acest mesaj a obținut o oarecare credibilitate, atât timp cât această temă se focusa pe Al Qaeda și teroriștii străini care și-au stabilit tabere în Afganistan. Cu toate acestea, majoritatea afganilor nu au văzut niciodată o tabără de antrenament a teroriștilor și nu au interacționat deloc cu Al Qaeda.

Efortul de a eticheta talibanul ca fiind *terrorist* a dus la pierderea credibilității, pentru că audiența țintă nu considera talibanul ca fiind un terorist internațional. Totodată, pashtunii păreau să nu accepte premisa conform căreia talibanii aveau de-a face cu atacurile din 11 septembrie 2001. Mai mult, continuarea războiului împotriva terorismului după înlăturarea lui Osama Bin Laden i-a făcut pe majoritatea membrilor Al Qaeda să fugă din țară, abandonându-și taberele. Prin urmare,

justificarea ocupației străine a devenit și mai puțin credibilă. Practic, eficiența/viabilitatea războiului împotriva terorii s-a diminuat treptat. În Afganistan, au avut loc acte de terorism mai multe ca niciodată. Numărul atacurilor sinucigașe și amplasarea IED-urilor a crescut semnificativ, la fel ca și efectivele forțelor, respectiv numărul operațiilor de luptă desfășurate.

Talibanii au început să dezvolte o propagandă bazată pe învinovățirea ocupației străine și pe faptul că, de îndată ce forțele străine vor părăsi teritoriul Afganistanului, va fi pace. De aici am putea conchide că vorbim despre un război între idei, de vreme ce americanii susțineau că sunt în Afganistan pentru a suprima terorismul, iar teroriștii susțineau că ocupația străină era cauza terorismului. De exemplu, la câteva luni după invazia Afganistanului de către forțele contrainsurgente, unitățile PYOPS au realizat un video în limbile *dari* (farsă) și *pastho*, cu grafică și muzică afgană, pentru a răspândi mesajul privind justificarea prezenței lor în Afganistan. Analizând acest exemplu din punct de vedere al eficienței, cei care vizionau filmul nu înțelegeau imaginile cu avioanele care se prăbușeau în clădiri înalte, pompieri, oameni alergând, moloz, praf etc. Mai mult decât atât, mulți localnici afgani nu au văzut niciodată un televizor și nu puțini erau cei care văzuseră fotografii cu orașul New York. Tot ce au înțeles era că *ceva s-a întâmplat*. Acest lucru indică eșecul comunicării vizuale, pentru că publicul țintă nu a înțeles imaginile și nu le-a asociat cu lupta antiteroristă. Majoritatea populației pasthune nu a văzut niciodată un zgârie-nori și nu a asociat desenele și fotografiile din World Trade Center cu clădiri pline de oameni, aflate în pericol. Totodată, aceștia nu au văzut niciodată avioane și nu realizau că acele avioane erau pline cu oameni nevinovați.

Operațiile cinetice au avut un rol decisiv în războiul din Afganistan, dar era nevoie ca ISAF să mute accentul către Info Ops, în special în ceea ce privește sprijinul și încrederea populației. Talibanii au înțeles foarte bine acest centru de greutate și au depus eforturi considerabile în discreditarea acțiunilor ISAF și ale comunității internaționale, ca și în menținerea sprijinului populației afgane pentru a amenința coeziunea Alianței.

Pentru a perturba legăturile de comunicații și rețeaua de apărare aeriană, forțele contrainsurgente dispuneau de avioane precum EC-130H Compass Call, care conduceau bruiaj de baraj/barrage jamming cu frecvențele C2 afgane și EA-6B Prowler, care însoțeau avioanele de atac până la ținte. Aceasta a permis o distrugere rapidă a sistemelor de apărare aeriană integrată (Integrated Air Defense Systems/IADS), a sistemelor C2 și a forțelor afgane de la sol.

În încercarea de a convinge luptătorii talibani să se predea, broșurile și difuzările radio subliniau capacitățile forțelor constrainsurgente și inutilitatea unei lupte continue, având în vedere că liderii talibani și Al Qaeda s-au ascuns și au părăsit câmpul de luptă. Radioul s-a dovedit a fi un mijloc eficient de transmitere a mesajelor, iar forțele americane au continuat să sponsorizeze unele stații din Afganistan, în special pe cele comerciale sau pe cele controlate de guvern.

Pliantele și emisiunile radio aveau rolul de a convinge populația afgană să ofere informații care ar putea conduce la capturarea lui Osama Bin Laden și a liderilor talibani. Cei care ofereau informații erau recompensați. Totodată, pliantele ofereau informații despre operațiile de asistență umanitară (Humanitarian Assistance/HA) care se desfășurau în paralel cu operațiile de luptă. Aceste produse descriau natura operațiilor de asistență umanitară, precum și modul în care afganii puteau beneficia de acestea. Avantajul pliantelor era acela că puteau fi aruncate din avioane sau elicoptere dincolo de zona de patrulare a forțelor. Având în vedere alfabetizarea redusă, forțele de coaliție foloseau cu preponderență imagini sugestive în detrimentul textului, un efort pentru a ilustra mesajul vizual. Talibanii nu beneficiau de acest avantaj, pentru că nu aveau avioane. Pliantele conțineau mesaje precum: „*The U.S. military is the friend of Afghan people*”, „*We are here to help*” sau „*We know where you are*” („*Forțele militare ale SUA sunt prietene cu poporul afgan*”, „*Suntem aici să ajutăm*”, „*Știm unde sunteți*”) (Muñoz, p. 100), cu referire la liderii talibani.

Un alt mijloc de transmitere a mesajelor era reprezentat de ziare și reviste. Acestea erau distribuite în zone aglomerate precum școli, restaurante sau magazine. Dar, și aici, rata de analfabetism era una crescută, iar cine știa să citească se bucura de un anumit statut și îi putea influența pe alții.

Rețelele sociale și internetul au avut un rol esențial de ambele părți. În iunie 2009, Associated Press a anunțat că forțele americane din Afganistan au lansat o pagină de Facebook, un canal de Youtube și Twitter. Ca parte a efortului de comunicare, aceste mijloace „*ar ajuta forțele militare să ajungă la cei care își procură informațiile din mediul online mai degrabă decât prin intermediul materialelor printate*”. (Ngo, 2009). Principalul scop al acestor site-uri era „*să contracareze propaganda talibanilor, despre care se spune că publică, în mod frecvent, declarații despre câți soldați americani au fost uciși de către forțele talibane sau despre câți civili ar fi fost uciși în raidurile aeriene. Acesta este un război informațional pe care, conform unor oficiali americani, forțele militare îl pierd*”. (Ib.). Talibanii se bazau pe internet pentru a răspândi ideologia și propaganda, iar cei care obțineau informații

pe internet aveau obligația să le transmită mai departe. Dar, activitatea talibanilor nu se limita la populația locală, ci putea fi direcționată și spre audiența străină, cu scopul de a câștiga susținere pentru cauza lor. Chiar dacă erau neplanificate, intruziunile și inducerile în eroare pe rețelele radio afgane și talibane, desfășurate de forțele speciale, au ajutat la ghidarea avioanelor către ținte. Forțele speciale, din postura de luptători talibani la radio, au convins forțele talibane care erau atacate să ofere feedback, să ofere corecții la țintă pentru atacurile aeriene, talibanii raportând cât de departe și în ce direcție explodau bombele. Forțele Speciale foloseau acele informații și corectau traiectoriile bombelor care atacau acele poziții. Totuși, deasupra Afganistanului nu cădeau doar bombe, ci și provizii de asistență umanitară în zonele identificate ca ducând lipsă de alimente, de la începutul atacurilor. Avioanele de transport aruncau containere din plastic cu rații oferite de forțele de coaliție în scopul prevenirii foametei în rândul populației afgane. Tot în acele zone erau distribuite pliante care descriau ce conțineau acele containere. Chiar dacă erau rare, pentru diminuarea insurgenței, erau amplasate și panouri publicitare.

Comunicatele și conferințele de presă zilnice aveau rolul de a informa Pentagonul și conducerea forțelor privind acțiunea din ziua precedentă și erau date exemple de atacuri conduse de forțele coaliției, finalizate cu succes. Un punct slab privind comunicatele de presă era timpul îndelungat până la finalizarea și aprobarea acestora. De exemplu, când plutonul care acționa într-o anumită zonă era implicat într-un eveniment, comandantul de pluton întocmea un raport în care descria cele întâmplate. Acest raport parcurgea întregul lanț de comandă, până ajungea la ofițerul responsabil de operații informaționale de la nivel brigadă, care scria un comunicat de presă, în engleză, în care informa eșaloanele superioare despre producerea evenimentului. Însă, trecerea raportului prin întregul lanț de comandă ducea, adesea, la pierderea clarității, a contextului de producere și chiar la pierderea actualității. Uneori, comandanții de la nivel tactic minimizeau evenimentul doar pentru a nu mai implica întregul lanț de comandă în operațiunile sale.

În timp ce operațiile cinetice au contribuit la înfrângerea talibanilor și a trupelor Al Qaeda, condițiile pentru succesul din Afganistan puteau fi setate și prin operații de influență. Cel mai mare succes PSYOPS a avut loc în comunicarea *face to face*, fiind considerată cea mai bună modalitate de a răspândi informația. Prin întâlnirile cu *jirgas*², puteau fi organizate angajarea liderilor cheie și stabilirea relațiilor cu reprezentanți ai mass-media afgane. Odată ce auzeau în mod direct de la soldați

² Consiliul local de bătrâni.

că ei sunt acolo pentru a-i ajuta și a le oferi securitate și că singurul lor obiectiv era acela de a înfrânge terorismul, mesajul căpăta credibilitate. Această funcție PSYOPS îi făcea pe soldați să se simtă precum niște ambasadori ai bunăvoinței. Rolul era contracararea propagandei talibane, care, oricum, era văzută de majoritatea afganilor dintr-un unghi negativ. Totodată, audiența afgană nu era omogenă, iar audiența cheie pentru obiectivele contrainsurgente era cea pashtună, care reprezenta aproximativ 42% din populația afgană și care cuprindea zonele în care insurgența talibană era cea mai puternică.

CONCLUZII

Diferența dintre ISAF și talibani în războiul informațional a condus la o asimetrie tactică și normativă care a funcționat bine pentru talibani, cel puțin în sfera comunicațională. Acest avantaj i-a făcut eficienți în influențarea audienței locale și a opiniei publice internaționale. Se pare că talibanii au fost mai eficienți în activitățile informaționale decât au fost în activitățile tactice, prin urmare, ei nu s-au străduit să câștige bătăliile la nivel tactic. Ei au căutat, mai degrabă, să provoace cât mai multe daune pentru a submina atât credibilitatea ISAF, cât și angajamentele comunității internaționale în Afganistan. Ei au încercat să domine sfera informațională prin orice mijloace, în timp ce ISAF a interacționat diferit cu media, fiind constrânsă de considerații legale, politice, etice în diseminarea mesajelor.

Pentru ca forțele contrainsurgente să facă față în Afganistan, acestea trebuiau să câștige războiul informațional, iar una dintre condiții era aceea de a câștiga sprijinul populației. Pentru ca acest lucru să se realizeze, trebuia să fie recunoscut la toate nivelurile, în cadrul NATO, că războiul informațional sau bătălia asupra percepțiilor era la fel de importantă, poate chiar mai importantă decât angajarea fizică a forțelor și mijloacelor. Cu alte cuvinte, era vorba de câștigarea încrederii populației locale și nu de distrugerea fizică.

Bătălia informațională a fost una asimetrică și caracterizată, în primul rând, de modul în care talibanii au condus activitățile informaționale și cum a condus ISAF Info Ops. De aici putem trage următoarele concluzii:

ISAF a condus operații cinetice în sprijinul cărora s-au aflat activitățile informaționale, în timp ce talibanii au condus activități informaționale sprijinite de operații cinetice.

ISAF căuta să demonstreze capacitățile folosind Info Ops, în timp ce talibanii foloseau intimidarea și constrângerea pentru a transmite mesajele.

BIBLIOGRAFIE:

- Gant, J. (2009). *One Tribe at a Time. A Strategy for Success in Afghanistan*, Nine sisters imports, Inc. SUA: Los Angeles. California.
- Munoz, A. (2012). *U.S. Military Information Operations in Afghanistan. Effectiveness of Psychological Operations 2001-2010*. National Defense Research Institute, RAND Corporation, https://books.google.ro/books?id=dOm0UXpIHR4C&pg=PA123&lpg=PA123&dq=it+reaches+the+IO+officer+at+brigade+level&source=bl&ots=N18_7WM-bk&sig=ACfU3U1IEpy_iR82VJ0tAYACZ2PwbeyPNQ&hl=ro&sa=X&ved=2ahUKewiri4PKo6v0AhVM_aQKHU3pCywQ6AF6BAGEAM#v=onepage&q=it%20reaches%20the%20IO%20officer%20at%20brigade%20level&f=false, accesat la 26 septembrie 2021.
- Ngo, D. (2009). *U.S. military joins Twitter, Facebook. The U.S. military has created a Facebook page and Twitter feeds as an communication effort for the war in Afghanistan*, <https://www.cnet.com/tech/services-and-software/u-s-military-joins-twitter-facebook/>, accesat la 27 septembrie 2021.
- Nissen, T. (2007). *The Taliban's information warfare. A comparative analysis of NATO Information Operations (Info Ops) and Taliban Information Activities*. Copenhagen: Royal Danish Defence College.
- AJP 3-10, Allied Joint Doctrine For Information Operations (2009), <https://info.publicintelligence.net/NATO-IO.pdf>, accesat la 26 septembrie 2021.
- AP News (2021). *A timeline of more than 40 years of war in Afghanistan*, <https://apnews.com/article/joe-biden-islamic-state-group-afghanistan-europe-middle-east-70451c485d46908ef5c6a83a1de9f0f6>, accesat la 28 septembrie 2021.
- Joint Publication 3-13, *Information Operations*, 13 februarie 2006, https://www.jcs.mil/Portals/36/Documents/Doctrine/pubs/jp3_13.pdf, accesat la 28 septembrie 2021.
- JP 3-13, Joint Doctrine for Information Operations (1998), p. I-1, https://www.c4i.org/jp3_13.pdf, accesat la 28 septembrie 2021.
- The New York Times (2009). *Obama Defends Strategy in Afghanistan*, <https://www.nytimes.com/2009/08/18/us/politics/18vets.html>, accesat la 26 septembrie 2021
- <https://www.cnet.com/tech/services-and-software/u-s-military-joins-twitter-facebook/>, accesat la 17 septembrie 2021.
- <https://www.nytimes.com/2009/08/18/us/politics/18vets.html>, accesat la 21 septembrie 2021.
- <https://thesystemsthinker.com/the-blind-men-and-the-elephant/>, accesat la 17 septembrie 2021.