

Informationspåverkan

Exempel, lärdomar och
slutsatser inför valet 2018

Patrik Oksanen

Valet 2018 har aktualiserat frågan om illegitim informationspåverkan som riktas mot vårt samhälle. Ryssland är den statsaktör som ägnar sig mest åt att försöka påverka Sverige. Vilka mål har Ryssland med sitt påverkansarbete? Vilka metoder använder man sig av? Hur har landet lyckats påverka svenska medier, myndigheter och politiska partier? Och hur kan samhället agera för att uppnå en god beredskap mot informationspåverkansförsök? Det är några av frågorna som avhandlas i denna briefing.



PATRIK OKSANEN är ledarskribent på Mittmedia med fokus på försvars- och säkerhetsfrågor och politisk redaktör för Hela Hälsingland. Oksanen har även skrivit om påverkansfrågor för bland annat Expressen och Svenska Dagbladet och medverkade i Frivärlds antologi *Trolltider* 2016. Han är aktuell med boken *Skarpa skärvor: om hur informationskrig hotar att slå sönder det öppna samhället* på Bertil Ohlin Förlag.

Inledning

Många försöker påverka din vardag. I valtider försöker politiska partier övertyga om sina politiska budskap och kommersiella aktörer om att du ska köpa deras produkt. I en demokrati är debatten fri och olika aktörer utbyter kunskaper, perspektiv och åsikter i ett offentligt samtal. I det öppna samhället råder det fri åsiktskonkurrens. Det innebär att journalister, forskare och företrädare för civilsamhället både deltar i samtalet och granskar såväl makten som vad som sägs i debatten. Utgångspunkten är att deltagarna strävar efter sanning och relevans. Felaktigheter korrigeras genom öppet samtal.

Men det finns en skillnad på påverkan och påverkan. Den problematiska påverkan är den som en statsaktör gör bortom den öppna public diplomacy som alla stater använder sig av för att göra PR för sitt land. Denna illegitima påverkan syftar till att mer eller mindre dolt påverka en politisk debatt och beslut med vilseledande information. Den term för detta, som i Sverige används av bland andra Myndigheten för samhällsskydd och beredskap, är informationspåverkan:

Informationspåverkan betyder att en stat eller organisation använder vilseledande information för att påverka hur du tycker, tänker, känner och agerar i olika frågor. På så sätt vill avsändaren bryta ned människors förtroende för myndigheter och politiker, skapa motsättningar mellan grupper och minska sammanhållningen i ett land. Det här görs för att vinna egna fördelar. Ett splittrat land är lättare än ett sammanhållet att få inflytande över.¹

Statsaktörens syfte med informationspåverkan är att uppnå sina egna strategiska mål. Om den får pågå ostört kan informationspåverkan få långtgående effekter under lång tid. Den har sällan uppstått snabbt eller ur ett vakuum, tvärtom har informationspåverkan ofta byggts upp under lång tid för att nå framgång. Det som framför allt kännetecknar informationspåverkan är att den är vilseledande, splittrande och misstänkliggörande. Den handlar om avsiktliga störningar av vår offentlighet. För att åstadkomma detta behöver också förtroendet för medier, myndigheter, beslutsfattare och akademien brytas ned.

Statsaktörers informationspåverkan är inte ett nytt fenomen i Sverige. Däremot har teknikutvecklingen i kombination med en längre period då frågan legat i träda i det svenska medvetandet skapat nya möjligheter att utnyttja vårt samhälls svagheter.

1 MSB: s sajt dinsakerhet.se

”Det som framför allt kännetecknar informationspåverkan är att den är vilseledande, splittrande och misstänkliggörande. Den handlar om avsiktliga störningar av vår offentlighet.”

När det gäller informationspåverkan kan man dela upp den i påverkansoperationer och påverkanskampanjer. En påverkansoperation är en enskild aktivitet medan en påverkanskampanj är en övergripande process bestående av flera aktiviteter. En statsaktör kan ägna sig åt flera olika påverkanskampanjer som löper parallellt med delvis olika syften. Det centrala är att helheten stödjer dess intressen.

De som är indragna i nätverk som sprider statsaktörens informationspåverkan behöver inte känna till eller förstå vilken roll de själva spelar. Ofta odlas olika marginalgrupper som hyser ett missnöje mot majoritetssamhället. Fokus på marginalgrupper syftar till att ytterligare splittra samhället.

Informationspåverkan designas oftast mot specifika målgrupper, ibland ned till individnivå för att nå nyckelpersoner. Ju sämre informerad en målgrupp är kring de faktiska omständigheterna i en sakfråga, desto lättare är det att påverka samma grupp genom att väcka känslor och använda auktoriteter som gruppen erkänner. Ibland behöver inte påverkansmålet vara djupare än att målgruppen i fråga ska binda upp sin energi och tid i en viss fråga.

Statsaktörers illegitima påverkansarbete sträcker sig också bortom informationspåverkan och det som slarvigt kallas för "falska nyheter". I själva verket har det illegitima påverkansarbetet en bred verktygslåda som inkluderar en lång rad metoder. Några exempel: dataintrång, förtalskampanjer, mutor, hot, telefonavlyssning, botar, trollfabriker, väpnad utbildning av extremistgrupper, dark ads, överbelastningsattacker, tillämpandet av influencers och bloggare, politiska mord, användandet av exilorganisationer, organisering av demonstrationer, energikrigföring, militärmanövrer, politiska utspel, finansiering av politiska rörelser och tankesmedjor, utnyttjande av kriminella nätverk, valövervakare, statsmedier, alternativa mediepublikationer med egna "experter".

Den aktör som försöker påverka Sverige mest just nu är Ryssland, något som svenska myndigheter som Säpo och MSB varnat för.² På senare år har vi sett exempel på hur Ryssland tillämpat alla metoder i ovannämnda uppräkningsgenomgående mot länder i Europa och Nordamerika. Därför fokuserar den här briefing på rysk påverkan och ryska exempel. Värt att notera är dock att informationspåverkan mot Sverige även utövas av andra aktörer, som våldsbejakande islamister och statsaktörer som Kina och Iran.

I resten av denna briefing presenteras exempel och lärdomar om rysk informationspåverkan i enkel punktform.

² Se exempelvis Säkerhetspolisens årsbok för 2016 respektive 2017.

”Den aktör som försöker påverka Sverige mest just nu är Ryssland.”

Rysslands övergripande säkerhetspolitiska mål

- Återupprätta en inflytelsesfär bland kringliggande länder.
- Splittra EU/Nato och kapa den transatlantiska länken.
- Skapa en ny europeisk säkerhetsordning där stormakter dominerar och småstaters suveränitet beskärs.

Fyra ryska mål med informationspåverkan riktad mot Sverige

1. Skapa kaos och ge bilden av ett Sverige i förfall i syfte att lamslä svenskt beslutsfattande och minska Sveriges positiva inflytande i de östra partnerskapsländerna.
2. Stoppa svenskt Natointräde.
3. Splittra EU.
4. Fördröja svensk upprustning och svensk hjälp till grannländer i händelse av en kris eller konflikt.

Ryska mediers fem toppberättelser om Sverige³

1. Migranter och flyktingar destabiliserar Sverige.
2. Sverige är en del av förföljelsen av Wikileaksgrundaren Julian Assange.
3. Radikal islamism är destabiliserande.
4. Högerextremismen växer.
5. EU:s enighet vittrar sönder/islamisk kultur är destabiliserande.

Tre vanliga ryska propagandapåståenden – och varför de inte stämmer

1. **Natos utvidgning hotar Ryssland.** Nato är en försvarsallians som bygger på kollektivt försvar. Dels underkänner argumentet suveräna stater rätten att själva välja säkerhetspolitisk lösning i enlighet med Helsingforsavtalet 1975. I Östersjöområdet har Ryssland militär överlägsenhet gentemot Nato vilket gör att argumentet framför allt används för att hävda Rysslands rätt till en intressesfär på bekostnad av sina grannländers suveränitet.
2. **Väst lovade att Nato inte utvidgas:** Det fanns inga sådana löften, än mindre några avtal. Ett sådant löfte skulle ha varit oförenligt med Helsingforsavtalet.

³ Enligt Nato Stratcom i Riga. Toppberättelserna är hämtade ur rapporten "Russia's Footprint in the Nordic-Baltic Information Environment".

Sovjetunionens siste ledare, Michail Gorbatjov, har i en intervju 2014 förnekat påståendet om att sådana löften ska ha getts.

3. **Svenskarna är russofober:** Argumentet om att rasism mot ryssar ska ligga bakom kritik mot den ryska regimens återkommande brott mot internationell rätt faller på sin egen orimlighet. Russofobnarrativet används för flera syften. Dels skapar det en belägringskänsla för den egna befolkningen som gör det lättare för regimen att behålla kontroll, dels binder det den ryska diasporan till moderlandet genom att få den att känna sig utsatt, dels stämpelar den kritiker som rasister. Om svenska debattörer använder begrepp som russofobi kan det vara en signal om rysk informationspåverkan.

Fyra exempel på hur Ryssland påverkat svenska medier

1. Hackergruppen Fancy Bears, även känd som APT28 och som är länkad till den ryska militära underrättelsetjänsten GRU, släppte i maj 2018 dopingdokument som de kommit åt genom dataintrång hos Riksidrottsförbundets servrar. Svenska medier, som Expressen Sport och SR Ekot, klarade inte av att berätta vad det var för grupp. Sveriges Radio rapporterade att uppgifterna presenteras på "en tidigare omdebatterad rysk sida". Expressens sportredaktion kallade det "en rysk hackergrupp, som tidigare har fått uppmärksamhet". På Riksidrottsförbundet kallade man det "starka krafter". I stället för att uppmärksamma nyhetskonsumenterna om avsändaren handlade en betydande del av reaktionerna åt sakinnehållet i vad som hade hackats. Därigenom spelade redaktionerna den ryska påverkansoperationen i händerna och sådde misstro mot svenskt anti-dopingarbete. Rapporteringen har inte talat klartext om Fancy Bears koppling till GRU. Publiken hade därtill fått en annan förståelse för nyheten om redaktionerna berättat att gruppen varit inblandad i hackningen av Demokraternas e-postservrar och utgett sig för att vara "cyberkalifatet" när den stängde ned franska TV5 Monde och riktade hot mot amerikanska militärfruar.
2. När TV4 intervjuade Viktor Kremenjuk i maj 2015 informerade kanalen att han företrädde en tankesmedja som var närstående regimen i Kreml. I intervjun som sändes till svenska folket fick publiken veta att det var önskvärt för freden i Östersjön med ett demilitariserat Gotland och att Gotland borde göras neutralt så som det var på 20-talet. Vad TV4 inte berättade för publiken var den att Gotland aldrig varit neutralt. För att ge en korrekt bild kunde TV4 också ha berättat att tankesmedjan "USA- och Kanadainstitutet vid ryska vetenskapsakademien" grundades av självaste KGB-chefen Jurij

Andropov. Andropov var dessförinnan chef för KGB:s direktorat för desinformation och blev senare Sovjetunionens ledare. De felaktiga uppgifterna som TV4 sände baserades på den bild av Gotland – som ett Åland – som rysk säkerhetstjänst vill förmedla. Med tiden fick denna bild genomslag och är i dag partipolitik för Feministiskt Initiativ och en legitim politisk uppfattning i svensk debatt.

3. När underrättelseoperationen Örnen pågick i Stockholms skärgård hösten 2014 försökte ryska medier både avleda uppmärksamheten och skapa osäkerhet kring vilken typ av ubåt man letade efter. I stället för att berätta historien om att Ryssland försöker använda desinformation för att förvirra vidarebefordrades den ryska berättelsen om att en nederländsk ubåt befann sig i Stockholms skärgård av flera stora redaktioner, bland annat via pushnotiser.
4. På juldagen 2014 publicerade DN i sin nätupplaga uppgifter om att ett anonymt ögonvittne hävdade att MH17 sköts ned av ett ukrainskt jaktplan. Detta trots att det från början för militära experter stod klart att det var en rysk BUK-robot som sköt ned planet. I dag är det också klarlagt att förbandet kom från 53:e luftvärnsbrigaden i Kursk. DN hade hämtat innehållet i artikeln från brittiska Daily Mail, som i sin tur hade fått uppgifterna från den ryska tidningen Komsomolskaja Pravda. Genom att publicera uppgifterna bidrog DN till den dimridå som Ryssland från första början försökt skapa runt nedskjutningen av MH17. DN:s artikel är i dag avpublicerad.

Tre exempel på informationspåverkan riktad mot myndigheter och partier

1. Länsstyrelsen på Gotland utsattes 2016 för ett informationsöverfall. En journalist från Gazprom-ägda tv-kanalen NTV vandrade in på länsstyrelsen och fick en tjänsteman att på en karta peka ut några av Gotlands 100 naturvårdsområden. Intervjun berörde över huvud taget inte säkerhetspolitik, men det efterföljande inslaget kom att handla om hur Gotland återmilitariserades i syfte att angripa Ryssland. När bilden på tjänstemannen visades pratade speakern om hur Gotland varit i "centrum för alla krig på 1900-talet och nu även på kartor i svenska stora dagstidningar" där en bild från DN visas. Därefter i inslaget påstås också en amerikansk general uttala sig i termer om ett tredje världskrigstillstånd och att kriget kommer.
2. Myndigheten för samhällsskydd och beredskap blev måltavlan när den felaktiga nyheten spreds om att Sverige sommaren 2018 skulle ha tackat nej till hjälp från ryskt brandflyg på grund av russofobi. Påståendet som var falskt

”De felaktiga uppgifterna som TV4 sände baserades på den bild av Gotland – som ett Åland – som rysk säkerhetstjänst vill förmedla. Med tiden fick denna bild genomslag och är i dag partipolitik för Feministiskt Initiativ och en legitim politisk uppfattning i svensk debatt.”

spreds bland annat av proryska kretsar i Sverige, men hämtade sin näring från Västmanlandbranden 2014 då Ryssland erbjöd hjälp. Den gången tackade Sverige nej för att man redan hade fått den hjälp som behövdes för att släcka elden.

- 2016 attackerades Moderaterna i form av en förfalskad e-postkonversation som utgav sig för att inbegripa Diana Janse, då utrikespolitisk rådgivare för Moderaterna (i dag internationell chef). I den förfalskade konversationen med en politiker från Ukraina diskuterades planerna på att göra Carl Bildt till premiärminister i Kiev. Trots det uppenbart felaktiga påståendet om Bildts kandidatur spred sig ryktet över världen och rapporterades av svenska tidningar som Dagens Industri, Expressen och Dagens Nyheter.

Sexton exempel på metoder för digital påverkan i sociala medier

1. Botar som sprider information.
2. Synkroniserade personattacker som får den angripne att känna sig isolerad och överväldigad.
3. Manipulation av information där något element läggs till eller förvrids.
4. Korrekt fakta i vilseledande kontext.
5. Förfalskning av dokument och brev.
6. Kulisser av "tankesmedjor/medier" som man kan länka till när man övervämmar motståndaren.
7. Falska medier som kopierat sidutseende av etablerade medier.
8. Falska konton som utger sig för att vara någon man inte är.
9. Dold annonsering, så kallade "dark ads".
10. Riggade debatter som förstärker konflikter.
11. Deepfakes – förfalskning av ljud och bild genom AI.
12. Mobilisering för att skapa en bild av en "folkstorm".
13. Konton som utger sig för att vara oberoende men som stegvis för fram ett budskap.
14. Whataboutism, argumentation som lyfter något icke relaterat; "Vad då Ryssland, men USA då?"
15. Kapning, ändrad debattriktning med bilder och taggar.
16. Satir/humor.

”Trots det uppenbart felaktiga påståendet om Bildts kandidatur spred sig ryktet över världen och rapporterades av svenska tidningar som Dagens Industri, Expressen och Dagens Nyheter.”

Tre saker att vänta i valet, och en sak som inte händer

1. **”Valövervakare”:** Proryska alternativa medier och konton har jämfört svenska val med exempelvis Zimbabwe och efterlyst valobservatörer, i vissa fall från Ryssland. Ett tänkbart scenario är att aktörer som exempelvis Nya Tider, tillsammans med ryska statsfinansierade organisationer, kommer att besöka vallokaler för att ”bevisa” att valet inte gått rätt till.
2. **Valsedelssabotage:** Med hjälp av bristande uppmärksamhet och en mobilkamera går det att på några sekunder skapa illusionen av att ett visst parti inte får ha sina valsedlar i lokalen. Dessutom kan renodlad valsedelssabotage genomföras i syfte att stärka den virtuella bilden.
3. **Fysisk skrämself:** Väljare vid vallokaler såväl som rösträknare kan drabbas av att olika grupper försöker skapa obehag genom sin blotta organiserade närvaro.
 - Vad som inte kommer att hända är att själva valresultatet påverkas. Sverige har ett analogt och decentraliserat valsystem som är ytterst robust, vilket gör det synnerligen svårt att åstadkomma ett inkorrekt valresultat.

Sex tips till redaktioner, myndigheter, organisationer och medborgare

1. Kunskap höjer tröskeln, ju högre medvetenhet desto bättre.
2. Lär er identifiera de vanligaste återkommande metoderna och dokumentera exempel.
3. Fastna inte i detaljdiskussioner med påverkansaktörer; svara välavvägt, fakta-baserat och pedagogiskt med tredje man som målgrupp.
4. Var öppen och dela med er av erfarenheter, lyckade såväl som misslyckande, även utanför organisationen. Öppenhet höjer kunskapsnivån.
5. Tala klarspråk om påverkan och vad som sker. Undvik ”lull-lull-ord”: En ockupationslinje är inte en administrativ gränslinje, det är ett krig och inte en frusen konflikt. Ord bär makt, det vet aktören som försöker påverka.
6. Varken paranoia eller naivitet kommer att hjälpa, var i stället förberedd.

Till sist: Fyra saker att komma ihåg

1. Skilj på påverkansaktörer och klassiskt spioneri. Spionen vill vara hemlig, påverkansaktören kan agera öppet och ofta helt lagligt. Att vara mer eller mindre öppen är också ett verktyg att splittra samhället genom att polarisera debatten i fråga om vad som sker.
2. Informationspåverkanskampanjer är långsiktiga till sin natur. Nätverk och narrativ tar tid att bygga upp. Hur mycket påverkan växlar upp beror både på hur hög medvetandegrad den som ska bli påverkad har och hur mycket det finns att vinna.
3. Riksdagsvalet 2018 är bara en av flera möjligheter att påverka och försöka skapa kaos i närtid. Bildandet av en regering är nästa kritiska period, därefter kommer budgetprocessen. Europaparlamentsvalet 2019 skapar ett tillfälle att förlama hela EU:s beslutsprocess under fem år. Om aktiviteterna växlar upp beror på möjligheten att lyckas i förhållande till risken. Ju högre svensk medvetenhet och motståndskraft, desto lägre risk. Därför är det långt ifrån säkert att vi kommer att se någon stor informationsattack i valrörelsen. Vardagen består dock av en ständig informationspåverkanskampanj: 24/7/365.
4. Allt är inte otillbörlig informationspåverkan. Spela inte främmande makt i händerna genom att tro att de är större och mer närvarande än vad de faktiskt är. Fundera i stället på vilken information du konsumerar.

”Om aktiviteterna växlar upp beror på möjligheten att lyckas i förhållande till risken. Ju högre svensk medvetenhet och motståndskraft, desto lägre risk.”

Lästips:

”Att möta informationspåverkan – handbok för kommunikatörer”, MSB 2018.

”Russia’s footprint in Nordic Baltic information environment”, Nato Stratcom COE 2018.

“UI brief: Resilience Against Influence Operations in the Eastern Partnership Countries”, Henrik Sundbom, Martin Kragh, Utrikespolitiska Institutet 2018.

“Russia’s strategy for influence through public diplomacy and active measures: the Swedish case”, Martin Kragh och Sebastian Åsberg, Journal of Strategic Studies 2017.

”Trolltider”, Frivärld, 2016.

”Skarpa skärvor”, Patrik Oksanen, Bertil Ohlin förlag, 2018.