

Informationskriget — det moderna slagfältet

Per-Erik Nilsson

Under den ryska fullskaliga invasionen av Ukraina har Ukrainas kommunikation blivit ikonisk. Den ukrainske presidenten Volodymyr Zelenskyj har beskrivits som en Winston Churchill med en iPhone. Soldaternas meddelande på den lilla, men strategiskt viktiga, Ormön i Svarta havet om att ryssarna ”kan dra åt helvete” har blivit världskänt. TikTok-videor visar känslomässigt laddade videor på barn som försöker höja moralen för civila som uthärdar i skyddsrum med sånger från Disneyfilmer. Sarkastiska memer om rysk förmåga har blivit virala succéer.

Min presentation idag är en sammanfattning av ett pågående forskningsprojekt om ukrainsk strategisk kommunikation och informationskrigföring som jag bedriver tillsammans med min kollega Ivar Ekman.¹

I vårt arbete har vi försökt att komma bakom det som upptar våra flöden genom att intervjua personer som planerar, organiserar och producerar den information som fyller flöden i sociala medier och nyhetsrapporteringen. Tidigt i vårt arbete stod det klart att en av de viktigaste framgångsfaktorerna för den ukrainska strategiska kommunikationen och informationskrigföringen, under det första året av den ryska invasionen, grundar sig i att det handlar om insatser från hela samhället.²

Vi har därför intervjuat både civila och militära representanter för ukrainsk strategisk kommunikation. Sammanlagt rör det sig om ett trettiotal personer inom statsapparaten samt mediesektorn, den privata sektorn och civilsamhället. Syftet med detta arbete är att kartlägga ukrainska erfarenheter för att utröna vilka lärdomar som kan dras i en svensk kontext.

I skrivande stund håller vi på att sammanställa en mer omfattande rapport på ämnet varför denna presentation



Per-Erik Nilsson, FOI. Foto Ulf Palm

endast ska ses som ett utkast på ett pågående arbete och således inte som en slutgiltig redovisning av ett forskningsprojekt.

För ganska precis 3 månader sedan var vi i Kyiv för fältarbete. Till morgonkaffet den 10 oktober fick vi på nära håll bevittna starten på den nya vågen av ryska strategiska bombningar – som rättmätigt bör kallas för terrorbombningar – vilka har fortsatt sedan dess. Två kryssningsrobotar slog ner väldigt nära vårt hotell.

I skyddsrummet kunde vi i detalj följa fortsättningen på attacken via en rad olika konton i sociala medier. Kriget som vi i realtid hade kunnat följa på digitala medier innan, skedde här och nu.

Dagen efter fortsatte så de ryska attackerna. Men till skillnad från den första dagen fanns det ytterst knapphändig information. Ukrainska myndigheter hade uppmanat till radiotystnad. Den detaljerade rapporteringen om ryska attacker informerade nämligen inte bara ukrainare och deras allierade om effekterna av attackerna utan även angrifaren.

Den här korta episoden visar på två centrala aspekter av ukrainsk kommunikation som betonas av våra respondenter i intervjuerna. Den första handlar om vikten av

1 Föreliggande memo är en anpassning av anförandet till textformat. För anförandet i videoformat, se: <https://www.youtube.com/watch?v=FwzikapcsLQ> [2023-01-26].

2 Strategisk kommunikation handlar om kommunikation som utförs av en aktör (organisation, företag, myndighet eller stat) i syfte att implementera en organisations målsättning. I ett statligt syfte handlar det om *Public Diplomacy*, *Public Affairs*, militär *Public Affairs*, informationsoperationer och psykologiska operationer. Informationskrigföring är en mångtusenårig företeelse och en generell definition av informationskrigföring är att det handlar om en medveten manipulering eller användande av information av en aktör mot en motståndare för att påverka de val och beslut som motståndaren tar och gör för militär eller strategisk vinst.

att *koordinera* kommunikation och den andra om att snabbt *sprida och kontrollera* information. Till detta kan också läggas ytterligare två aspekter som betonas i våra intervjuer och som är avgörande för att kommunikationen ska nå fram, nämligen vikten av att ha en god förståelse för *målgrupper* och vikten av att ha klara och tydliga *budskap*.

Med president Zelensky i spetsen **koordineras** den ukrainska kommunikationen med så kallad en-röst-politik [*one voice policy*]. Den beskrivs i våra intervjuer som en kommunikationspyramid där strategiska budskap sipprar nedåt och förstärks, bland annat i sociala medier. Utöver detta sker viktig koordinering med myndigheter vars kommunikation inte är lika synlig, till exempel de ukrainska underrättelsetjänsternas.

Som tidigare understrukits har den privata sektorn och civilsamhället varit avgörande för den ukrainska kommunikationsinsatsen. Det handlar om allt från ren innehållsproduktion, till expertis, analys av rysk propaganda och offensiv psykologisk krigföring men även kreativitet och flexibilitet. En förklaring till att den privata sektorn och civilsamhället har kunnat spela så framträdande roller är att koordineringen med myndigheter förefaller ha fungerat väl. Den kreativa och organiska kommunikationen som sker utanför statsapparatusens kontroll har bejakats där tillit mellan aktörerna i fråga är ett återkommande tema i intervjuerna.

Slutligen ska det tilläggas att Ukraina inte vaknade upp den 24 februari 2022 och kom på att kommunikation var viktigt. De har en lång historisk erfarenhet att utsättas för rysk informationspåverkan och hade vid den fullskaliga invasionen redan varit i krig med Ryssland i 8 år. Detta ledde till att Ukraina i efterspelet av annekteringen av Krym och under det ryska invasionskriget i Donbass började arbeta aktivt med förmågeutveckling inom informativ, offensiv och defensiv kommunikation.

När det kommer till att **sprida** information har den ukrainska strategiska kommunikationsapparaten varit effektiv. Alla tillgängliga medel har använts för att proaktivt och snabbt nå ut med information i en informationsmiljö som i stora drag är en klick och uppmärksamhetsekonomi.³

Spridandet av information är dock sammanlänkat med **kontroll** av information. Sedan den fullskaliga invasionen ses också kontroll av informationsmiljön som ett nödvändigt ont för att stå emot vad som i flera

intervjuer benämns som rysk ”informationsterrorism.” Detta har bland annat skett genom en ökad censur av Rysslandskopplade medier, de stora tv-bolagen har gått samman och skapat en centralisering av tv-sändningar (i ett så kallat nyhetsmaraton) och de journalister vi har intervjuat verkar drivas av en operationssäkerhetsmedveten självcensur.⁴

Ytterligare en viktig aspekt beträffande kontroll av information är vikten av att veta vilken instans eller myndighet som äger vilket budskap, vilket hör samman med den övergripande strategin för koordineringen av kommunikation. En intressant aspekt av detta är att olika instanser och myndigheter i viss mån faktagranskar varandras budskap för att säkerställa att den information som publiceras via statliga kanaler är saklig och korrekt.

Koordinering, spridning och kontroll av information är en sak, att veta hur informationen ska nå olika **målgrupper** en annan. Givet den ukrainska statens förmågeutveckling inom strategisk kommunikation och samarbetet med den privata sektorn och civilsamhället är vår bedömning att kunskapen om målgrupper inte bara är hög, den är unik för den situation Ukraina befinner sig i.

På ett högst övergripande plan delas målgrupperna för Ukrainas kommunikation in i tre: den ukrainska befolkning, den internationella arenan och den ryska befolkningen. Den här uppdelningen blir dock snabbt mer komplext eftersom ingen av dessa målgrupper är homogena. Till exempel består den ukrainska befolkningen av civila i icke-ockuperade områden där försvarsvilja betonas och civila i ockuperade områden där viljan att befrias betonas.

Målgruppernas heterogenitet gäller även i skyddet mot rysk informationskrigföring. Olika målgrupper är sårbara på olika sätt. Till exempel riktar sig ryska påverkansoperationer in sig på soldaters familjer för att påverka dem, inte nödvändigtvis i en explicit pro-rysk linje, utan i en linje som långsiktigt skulle gynna ryska intressen – till exempel att få till fredsförhandlingar under rådande territoriella uppdelning. Ett annat exempel är att fysiskt och psykologiskt utmattade soldater vid slagfältet kan bli extra mottagliga för psykologisk påverkan. I en sådan situation kan vad som på distans uppfattas som banala narrativ få effekter.

3 För en ingående beskrivning av dagens informationsmiljö se: Per-Erik Nilsson, Sofia Olsson och Ivar Ekman, *Den nya informationsmiljö topografi: teknik, människa och strategi i osäkerhetens tidevarv*. FOI-R--5342--SE, Totalförsvarets forskningsinstitut (FOI), Stockholm, 2022: <https://www.foi.se/rapporter/rapportsammanfattning.html?reportNo=FOI-R--5342--SE>.

4 Våra intervjuar gjordes innan den omtalade nya medielagen som röstades igenom i december 2022.

Att kommunicera till olika målgrupper på för dem anpassade sätt grundar sig självfallet i kunskap om specifika målgrupper. Och den ukrainska kommunikationsapparaten har visat sig skicklig på att adressera olika målgrupper på olika sätt. Generellt sätt har den varit skicklig på att spela på högst kontextuella, historiska och emotionella strängar, hos sina allierade och fienden, för att rama in olika budskap. Vidare är en anledning till att civilsamhället har kunnat fylla en så pass viktig roll i den ukrainska strategiska kommunikationsapparaten, särskilt i att hantera rysk informationspåverkan, den djupa kulturella kunskapen som finns om Ryssland, vilket så klart har sina historiska förklaringar.

Det som kanske har varit och är det mest iögonfallande med den ukrainska strategiska kommunikationen är själva inramningen av kommunikationen. Utifrån vår erfarenhet arbetar Ukraina med relativt enkla strategiska **budskap** (eller narrativ). Till den egna befolkningen betonas nationell enighet, försvarsvilja och uthållighet, här ingår, hittills, bland annat att aldrig tala om ukrainska förluster.

Till den internationella arenan har mycket av kommunikationen först och främst handlat om att göra Ukrainas fråga till en universell fråga om demokrati, frihet och rättsbaserad världsordning, vilket är tätt kopplat till att få materiellt och ekonomiskt stöd, att isolera och sanktionera Ryssland samt att visa konsekvenserna av Rysslands krigföring och krigsbrott.

Till den ryska befolkningen och ledningen har det fokuserats på lönlösheten i att strida mot ett motiverat Ukraina och att påvisa de meningslösa förlusterna av rysk materiel och människoliv – men hittills verkar ukrainarna tala inför döva öron.

Vad som verkligen har fått så många att intressera sig för ukrainsk kommunikation är själva inramningen av budskapen – och de är minst sagt icke-konventionella för myndighetskommunikation. Det gäller hur humor, satir och emotioner används för att sprida budskapen; det gäller hur trolldom - alltså att väcka anstöt och provocera - används strategiskt, bland annat för vilseledning; det gäller hur kriget explicit ramas in som ett ny-klassiskt epos, som en kamp mellan David och Goliath, Mordor och Midgård, mellan hjältar och fiender; det handlar om att visa mänsklighet med humor, glädje, sorg, ilska, rädsla och kärlek till andra människor såväl som till husdjur.

Sammantaget har detta blivit ett tydligt varumärke för den ukrainska kommunikationen som är väsensskilt från det ryska. En fråga vi har ställt i många intervjuer har handlat just om denna atypiska kommunikation, om det är

något nytt för Ukraina? Som en kommunikatör sa i en av våra intervjuer: ”Vi har kommunicerat så här länge. Men det här är första gången världen verkligen ser det.” Svaret handlar inte bara om att ukrainsk humor har blivit känd utanför landets gränser, utan att Ukraina i Västs ögon har blivit ett land och nation med en egen historia och inte endast ett gränsland mellan Europa och Öst.

I den slutgiltiga rapporten kommer mer omfattande och underbyggda slutsatser att presenteras. Utan att gå in i detaljer kan dock fyra övergripande slutsatser dras om informationskrigföring som en del i modern krigföring med bäring på svensk totalförsvarsförmåga.

För det första har informationskrigföringen inför och under den ryska fullskaliga invasionen kommit att omtalas i singular – vem vinner i informationskriget? Det här sättet att se på informationskrigföring kan leda oss fel. Det till stor del digitala informationskriget som sker på våra skärmar är i allra högsta grad en del av det analoga och kinetiska kriget som sker på fronten såväl som över hela Ukraina. Krigsrapportering via algoritmstyrda sociala medieflöden kan ge en skev bild av den analoga verkligheten på slagfältet – både för hemmaopinion och för allierade. I stället för att tala om ett informationskrig bör vi tala om en informationsfront, eller informationsfronter, för att fånga krigets helhet.

För det andra är fysisk och digital informationsteknik infrastruktur avgörande för att nå framgång med kommunikation och informationskrigföring i dagens informationsmiljö. Ukraina har lyckats väl med att upprätthålla sin infrastruktur, men det finns flera exempel på när den har förstörts eller tagits över av Ryssland vilket har lett till informationsunderläge. Förmåga i form av skydd och verkan i informationsmiljön är med andra ord en totalförsvarsfråga som rör alltifrån infrastruktur till budskap.

För det tredje är frågan om kontroll och censur av informationsmiljön viktig. För den ukrainska befolkningen pågår en kamp om liv och död, här och nu. Det förefaller som att en hel nation har slutit samman för att försvara inte bara sitt land, utan löftet om en demokratisk, rättsstatlig och västtillvänd framtid. För många handlar det om att strida och kämpa för att nästa generation ukrainare inte ska behöva göra det. Det handlar om en imponerande försvarsvilja där var och en bidrar på alla möjliga olika sätt med en överhängande förståelse att målen helgar medlen. Frågan handlar dock om hur länge ett demokratiskt samhälle tål att vissa grundprinciper inskränks innan det som ska försvaras utarmas.



Slutligen, koordinering och förmågeutveckling förefaller vara en nyckel till Ukrainas framgång med kommunikation och informationskrigföring. Här finns många lärdomar att dra. En viktig principiell fråga är till exempel hur en strategisk kommunikation för det svenska totalförsvaret

skulle se ut. Vilken instans koordinerar med vilka mandat, vilka fyller vilka roller, hur hanteras eventuella civila initiativ och så vidare?

Med detta vill jag tacka för mig samt tacka Folk och Försvar för att ha givit mig tillfället att prata här idag. ■

Per-Erik Nilsson är forskare på enheten Asymmetriska hot vid avdelningen Försvarsanalys och docent vid Uppsala Universitet. Han projektleder enhetens projekt för Försvarsmakten inom strategisk kommunikation och informationskrigföring.