

FÖRSVARSMAKTEN



Doktrintillägg
Militärstrategisk kommunikation

2023

Doktrintillägg
Militärstrategisk kommunikation

DTLG MILSTRATKOM 2023

DOKTRINTILLÄGG

© Försvarsmakten har upphovsrätten till detta verk

Omslagsbild:	Anders Sjödén, Försvarsmakten
Grafisk bearbetning:	FMLOG, Försörjning/Grafisk produktion
Produktionsid:	200616036
M-nr :	M7739-350432
Produktionsformat:	Indesign, G5
Publikationsområde:	ÖB
Tryck:	Försvarsmakten, FMLOG

Beslut om fastställande av Doktrintillägg Militärstrategisk kommunikation 2023

Doktrintillägg Militärstrategisk kommunikation (DTLG MILSTRATKOM 2023 Version 1.0) fastställs att gälla från och med 2023-01-01. Publikationens registrerade M-nr är: M7739-350432.

Publikationen tillgängliggörs genom publicering på intranätet emilia, och på www.forsvarsmakten.se. Publikationen distribueras och lagras av FMCL/BBF.

Detta beslut är fattat av general Micael Bydén. I den slutliga handläggningen har som föredragande deltagit brigadgeneral Peder Ohlsson.

Micael Bydén
Överbefälhavare

Peder Ohlsson

Ändringar

Version	Ändring nr	Gäller från	Vidarhandling	Anm
1.0	0	2023-01-01	FM2019-25996:1	

Sida avser sidnummer i den rättade versionen.

KOM IHÅG!

Om du läser denna publikation i pappersform – kontrollera att du har den senaste utgåvan. Fastställd och gällande utgåva finns alltid på Försvarmaktens intranät.

Avvikelseberättelser, förslag och behov att förtydliga, ändringar etc. sammanställs förbandsvis och sänds till infos@mil.se. Inkommande avvikelser följs upp och återkopplas till berörda.

Förord

Allt en nation och dess försvarsmakt gör eller inte gör, säger eller inte säger, sänder budskap till omgivningen. Militärstrategisk kommunikation utgör en funktion och ett koncept på militärstrategisk nivå som inriktar och samordnar kommunikationstjänst och informationsoperationer. Militärstrategisk kommunikation avser samordning av ord och handling på militärstrategisk och operativ nivå. Genom att aktivt använda militärstrategisk kommunikation kommer vi att få ett starkare försvar. Den militärstrategiska kommunikationen ska vara en central och naturlig del i såväl planeringsprocessen som i genomförandet av alla militära aktiviteter, i syfte att förstärka och optimera önskvärda effekter.

Vi i Försvarsmakten ska sträva efter att ta och bibehålla initiativet i informationsmiljön genom att aktivt rikta budskap till omvärlden. Den militärstrategiska kommunikationen ska om möjligt vara proaktiv och i alla stycken stödja såväl operationer i informationsmiljön som militära gemensamma operationer i normalläge, under säkerhetspolitisk kris samt i väpnad konflikt.

Militärstrategisk kommunikation utgör i normalläget en brygga mellan den politiska nivån och nyttjande av det militära maktmedlet och bidrar till att stärka och vidmakthålla försvarsviljan samt motståndskraften. Här och nu.

En nation med en stark, kommunicerad, etablerad och tydlig vilja har en avskräckande effekt. Det bidrar till förankringen av försvarsviljan hos svenska folket, vilket är grunden för att uppnå tröskeffekt. Ett beslutsamt, tydligt och uthålligt motstånd ska uppbådas. Ett fortsatt motstånd ska gälla. Vi ska aldrig ge upp.

Sveriges riksdag har beslutat att Sverige ska ansöka om medlemskap i försvarsalliansen NATO. Detta är ett stort steg för Sverige och därmed för Försvarsmakten. Försvarsmakten ställs genom detta inför ett paradigmskifte. Både antagningsprocessen och implementeringsprocessen tar tid och innan dessa är fullt genomförda öppnar det för påverkansmöjligheter från en antagonists sida. Det är därför viktigt att vi fortsätter att verka enligt detta doktrintillägg under övergångsperioden för att inte tappa effekt i det redan uppbyggda. Under den tiden som det tar för Sverige att till fullo kunna verka som

en fullvärdig medlem kommer därför militärstrategin att utgå från föreliggande militärstrategiska koncept. Införandeprocessen löper parallellt med att vidmakthålla lösandet av Försvarmaktens huvuduppgifter.

Micael Bydén
Överbefälhavare

Innehåll

1	INLEDNING	10
1.1	Syfte	10
1.2	Målgrupp	10
1.3	Doktrintilläggets sammanhang	11
1.4	Disposition.....	13
2	GRUNDER.....	16
2.1	Inledning	16
2.2	Militärstrategisk kommunikation	16
2.3	Varumärkeskommunikation	17
2.4	Myndighetskommunikation	18
2.5	Militärstrategiskt kommunikativt koncept	19
2.6	Narrativ	21
2.7	Vägledande principer för MilStratKom	22
2.8	Funktioner.....	26
3	MILJÖN.....	30
3.1	Informationsmiljön.....	30
3.2	Nya utmaningar	30
3.3	Operationsmiljön	33
3.4	Informationsmiljön som stridsrum.....	34
4	INRIKTNING	38
4.1	Militärstrategisk kommunikation i normalläge	38
4.2	Militärstrategisk kommunikation i säkerhetspolitisk kris.....	40
4.3	Militärstrategisk kommunikation vid väpnat angrepp	42
4.4	Multinationella operationer	43
4.5	Internationella insatser.....	43
	BILAGA 1 – Planering på strategisk och operativ nivå	46
	BILAGA 2 –Exempel på militära aktiviteter som skickar budskap	50
	BILAGA 3 –Historiska exempel – från kopparstick till Instagram	56
	BILAGA 4 –Begreppsförklaringar	59
	REDAKTIONELL INFORMATION	61
	BILDFÖRTECKNING.....	63
	KÄLLFÖRTECKNING.....	65

DOKTRINTILLÄGG



HÖG BEREDSKAP SKICKAR BUDSKAP

Närvaron av stridsfartyg eller stridsflygplan i ett område sänder budskap om att vi ständigt upprätthåller vår territoriella integritet, alla dygnets timmar och årets alla dagar.

1 Inledning

1.1 Syfte

I Doktrintillägg militärstrategisk kommunikation inriktas Försvarsmaktens användning av militärstrategisk kommunikation. Utöver Militärstrategisk doktrin (MSD) och Doktrin för gemensamma operationer (DGO) består Försvarsmaktens doktrin av fyra doktrintillägg; ledning, logistik, militärstrategisk kommunikation samt underrättelse- och säkerhetstjänst.

Doktrintillägg Militärstrategisk kommunikation syftar till att ge vägledning vid planering och genomförandet av operationer och aktiviteter. Tillämpningen regleras i andra styrdokument, exempelvis Svensk planerings- och ledningsmetod (SPL) exempel finns i bilaga 1.

Doktrintillägget tar sin utgångspunkt i MSD, DGO och boken Den militära professionen.

Doktrintillägget har utvecklat ett svenskt förhållningssätt för militärstrategisk kommunikation. De verksamheter som Försvarsmakten genomför skickar budskap till omgivningen och är därför en del i ett större kommunikativt sammanhang som påverkar från strategisk till taktisk nivå beroende på situation.

Militärstrategisk kommunikation täcker Försvarsmaktens planerade aktiviteter i alla konfliktnivåer, enskilt och tillsammans med andra. Redan i normalläget är Försvarsmakten aktiv för att skapa tröskeleffekt.

Doktrintillägget ska, precis som MSD och DGO, inte förstås som en fast ram utan som en stadig plattform som ligger till grund för uppdragstaktik.

1.2 Målgrupp

Den primära målgruppen är chefer och stabsmedlemmar som planerar, genomför och följer upp militära operationer. Dock ska samtliga medarbetare på alla nivåer i Försvarsmakten ha sådan kännedom om militärstrategisk kommunikation som behövs för att lösa sin uppgift.

1.3 Doktrintilläggets sammanhang

Den militärstrategiska kommunikationen tar sin utgångspunkt i Sveriges säkerhetsstrategi och är en del av landets strategiska kommunikation.

Dokumentet utgör en grund för att skapa förståelse för hur militärstrategisk kommunikation bidrar till och stödjer Försvarets mÅlsättningar. Doktrintillägget ska också, tillsammans med MSD och DGO, användas som grund för övningar och utbildning med fokus på strategisk och operativ nivå.

Doktrintillägget operationaliserar MSD och DGO i kommunikativa utgångspunkter, som ska utvecklas i reglementen och handböcker. Därutöver innehåller doktrintillägget också en del beskrivningar av lärobokskaraktär då handbok inom området saknas. Doktrintillägget ska i möjligaste mån vara användbart oberoende av organisatoriska lösningar och normala skiftningar i omständigheter. Förändrad politisk inriktning, radikala omvärldsförändringar samt utveckling av nya förmågor kan utgöra grund för översyn av doktrinen.

Informationsmiljön består av två dimensioner: informationsdimensionen och den kognitiva dimensionen. I den förstnämnda hanteras hur vi samlar in, bearbetar och analyserar, sprider eller agerar på information för att skapa ett informationsöverläge och hur väl vi gör detta i förhållande till andra som vill dra fördel av informationen. Denna doktrin är avgränsad till att hantera den kognitiva aspekten av informationsmiljön.

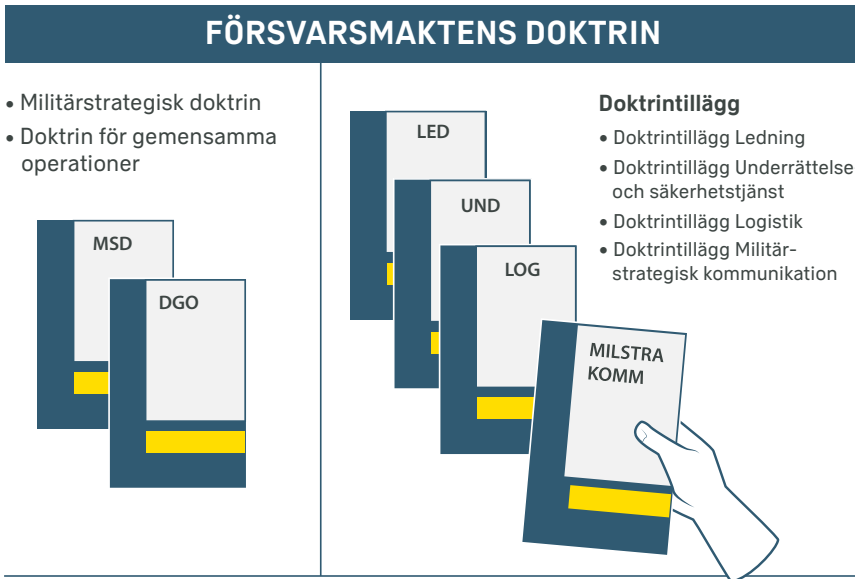


Bild 2 Försvarsmaktens doktrin. Illustration: Anna-Karin Wetzig/Försvarsmakten.

1.4 Disposition

Doktrintillägg Militärstrategisk kommunikation består av fyra kapitel och tre bilagor:

Kapitel 1

I inledningen beskrivs den roll som doktrintillägget har i Försvarens doktrinråd samt dess syfte och målgrupp.

Kapitel 2

I detta kapitel beskrivs grunderna för strategisk kommunikation och militärstrategisk kommunikation.

Kapitel 3

I detta kapitel beskrivs informationsmiljön och sätter militärstrategisk kommunikation i sitt sammanhang.

Kapitel 4

I detta kapitel beskrivs hur militärstrategisk kommunikation bedrivs i olika konfliktnivåer.

Bilaga 1

Strategisk och operativ planering

Bilaga 2

Exempel på militära aktiviteter som skickar budskap

Bilaga 3

Historiska exempel – från kopparstick till Instagram



SKARP VERKSAMHET SKICKAR BUDSKAP

När Försvarmakten agerar visar vi att vi menar allvar med vad vi säger. Våra handlingar väger tyngre än våra ord och sänder ett tydligt budskap.

Bild 3 Foto: Jimmy Croona/Försvarmakten

2 Grunder

2.1 Inledning

Allt Försvarsmakten säger, gör eller inte gör, sänder ett budskap som uppfattas av andra. Till och med saker som förblir osagda skickar ett budskap. Slutsatsen blir därför att allt kommunicerar. Istället för att låta saker hända ska vi proaktivt forma vår bild och utforma i ord och med handlingar så att den stödjer Försvarsmaktens målsättningar. I bilaga 2 finns exempel på aktiviteter som kommunicerar.

Strategisk kommunikation definieras som en organisations medvetna kommunikationsinsatser för att nå sina mål. Strategisk kommunikation utgår från att kommunikation är en central komponent i en organisations verksamhet och fokuserar på planering och ledning av alla kommunikativa processer i organisationen. Ett helhetsperspektiv inom organisationen ska uppnås när det gäller samtliga kommunikativa aktiviteter.

För Försvarsmaktens vidkommande är strategisk kommunikation ett begrepp som används för den politiska mer långsiktiga kommunikationen. Den politiska kommunikationen har verktyg och syften som skiljer sig från den militärstrategiska, men de samspelar. Den politiska nivåns styrningar ska användas och nyttjas i den militärstrategiska kommunikationen för att optimalt bidra till den operativa målsättningen.

Bilden av Försvarsmakten utgörs av en helhet oavsett vilken form av kommunikation som genomförs.

2.2 Militärstrategisk kommunikation

En konsekvens av dagens informationssamhälle är att informationsmiljön får en allt större betydelse för och utgör en gränsyta till alla typer av militära operationer och verksamheter. Denna miljö har en komplex karaktär, och om man förstår

utmaningarna och möjligheterna med denna komplexitet, kan man dra nytta av detta i genomförande av militära operationer. Läs mer om detta i kapitel 3.

När Försvarsmakten planerar och inriktar en militär operation ska begreppet militärstrategisk kommunikation, MilStratKom, användas. Internationellt används ofta begreppet Strategic Communications, StratCom, synonymt med militärstrategisk kommunikation, men innehåller då även den politiska nivån.

Den militärstrategiska kommunikationen är en central och naturlig del av Försvarsmaktens verksamhet. Försvarsmaktens aktiviteter ska genomsyras av en kommunikativ idé och avsikt i syfte att stödja den militära operationen. Detta för att uppnå Försvarsmaktens strategiska målsättningar, såväl i normalläge, säkerhetspolitisk kris som i ett väpnat angrepp. Den kommunikativa kraften ökar genom kommunikation från flera aktörer som beskriver samma verklighet genom ord och handling.

Militärstrategisk kommunikation är en funktion som understödjer militära operationer i syfte att öka effekten eller exploatera utfallet. Ibland kan militärstrategisk kommunikation utgöra en avgörande funktion där den konventionella militära verksamheten understödjer.

Militärstrategisk kommunikation utgör en funktion och ett koncept på militärstrategisk nivå som inriktar och samordnar kommunikationstjänst och informationsoperationer. Militärstrategisk kommunikation avser inriktning av ord och handling på militärstrategisk och operativ nivå. Den är en aktiv del av och förstärker militära aktiviteter i syfte att optimera definierade effekter.

2.3 Varumärkeskommunikation

Utöver ovanstående genomför Försvarsmakten kommunikation som sprider kunskap om säkerhetspolitik, totalförsvaret och Försvarsmaktens uppgifter. Försvarsmakten gör det på uppdrag av regeringen genom att bedriva försvarsinformation i enlighet med förordning (1996:927) om Försvarsmaktens personal. Exempel på detta är event såsom regementets dag, uppvisningar och skolbesök. Aktiviteterna genomförs med målsättningen att upplysa och att rekrytera. Ökad kunskap om

Försvarsmaktens verksamhet kan också påverka uppfattningen av Försvarsmakten. Kunskap är en viktig parameter kopplat till relevansen för ett militärt försvar och Försvarsmaktens förtroende, och därmed legitimitet som samhällsbevarande aktör. Kunskap och varumärkeskommunikation bidrar aktivt till bilden av Försvarsmakten och ytterst till att förstärka verksamhetsidén: Vi försvarar Sverige, landets intressen och vår frihet att leva som vi själva väljer.

Vi definierar ord i begreppet ord och handling på följande vis. Är alla de kommunikativa enheter och format som avser att bära och forma ett samlat budskap. Kan utövas av bild, text, filmer, grafik, ljud etc enkelt eller i kombination i våra kommunikationskanaler.

2.4 Myndighetskommunikation

Försvarsmakten är en förvaltningsmyndighet likt exempelvis Försäkringskassan, Skatteverket eller Energimyndigheten och omfattas därmed av ett antal lagar och förordningar när det gäller vad myndigheten ska och får kommunicera. Detta benämns som myndighetskommunikation. Varje myndighet är ålagd ett uppdrag av regeringen. I Försvarsmaktens fall är huvuduppgiften att försvara landet mot väpnat angrepp med väpnad strid som vår unika kompetens.

Exempel på myndighetskommunikation för Försvarsmakten är:

- Information om övningar eller insatser som medför risker för allmänheten eller innebär störningar i trafiken
- Årsredovisningar och budgetunderlag
- Egna publikationer och policydokument
- Författningar och interna bestämmelser
- Miljöredovisningar

Myndighetskommunikationen kan bidra till att förstärka den bild av Försvarsmakten som förmedlas och ska därför samordnas med MilStratKom och varumärkeskommunikation och övrig verksamhet. I normalläge och grundberedskap utgör myndighetskommunikationen tyngdpunkten för Försvarsmaktens kommunikation. Denna tyngdpunkt förskjuts sedan i händelse av

höjd beredskap eller väpnat angrepp, då förmågan att bedriva väpnad strid blir avgörande.



Bild 4 Exempel på relationsförskjutningen mellan myndighetskommunikation och militärstrategisk kommunikation. Illustration: Ingrid Årfström, Försvarsmakten.

2.5 Militärstrategiskt kommunikativt koncept

2.5.1 Avhålla och förebygga

Kunskap om Försvarsmakten bygger förtroende. Trovärdighet och synlighet är avgörande komponenter för att förebygga krig och konflikt. Detta innebär att Försvarsmakten tillsammans med övriga totalförsvaret vinnlägger sig om att utgöra en upplevd tröskel. Om Försvarsmakten upplevs som trovärdig och relevant i rollen som försvarare av Sverige och våra intressen bidrar detta till försvarsviljan redan i normalläge. Det Försvarsmakten gör under normalläge och under en säkerhetspolitisk kris syftar till att verka krigsavhållande och förebygga väpnad konflikt. I informationsmiljön är gränsen mellan krig och fred otydlig och påverkansoperationer pågår ständigt. Därför ska allmänheten redan i normalläget förberedas mentalt genom försvarsinformation.

2.5.2 Vinna tid och skapa handlingsfrihet

Tillsammans med övriga totalförsvaret ska Försvarsmakten upptäcka och identifiera hot för att möjliggöra beredskapsanpassningar och därmed förebygga motståndarens möjlighet att överraska. Försvarsmakten har förmåga att samverka med internationella partner. Situationsuppfattning och metoder för förvarning är av särskild betydelse för att vid rätt tidpunkt vidta rätt åtgärder för att öka Försvarsmaktens handlingsfrihet och därmed höja trös-

keln. Att bibehålla och stärka försvarsviljan görs genom att tydliggöra den svenska hållningen och ett tydligt och robust agerande i informationsmiljön.

2.5.3 Bryta anfällskraft eller bestrida uthålligt

I samband med väpnat angrepp ska den militärstrategiska kommunikationen stärka motståndssandan hos medborgarna och utgöra en aktiv del av de militära operationerna antingen enskilt eller tillsammans med andra. Motståndarens anfällsvilja ska brytas av våra stridskrafter med stöd av militärstrategisk kommunikation. Angriparens mål och intentioner ska analyseras ur ett kommunikativt perspektiv, främst utifrån påverkan samt moraliska och folkrättsliga aspekter. Parallellt med detta ska den militärstrategiska kommunikationen bidra till ett ökat internationellt stöd, oaktat om Försvarsmakten bedriver striden enskilt eller tillsammans med andra.

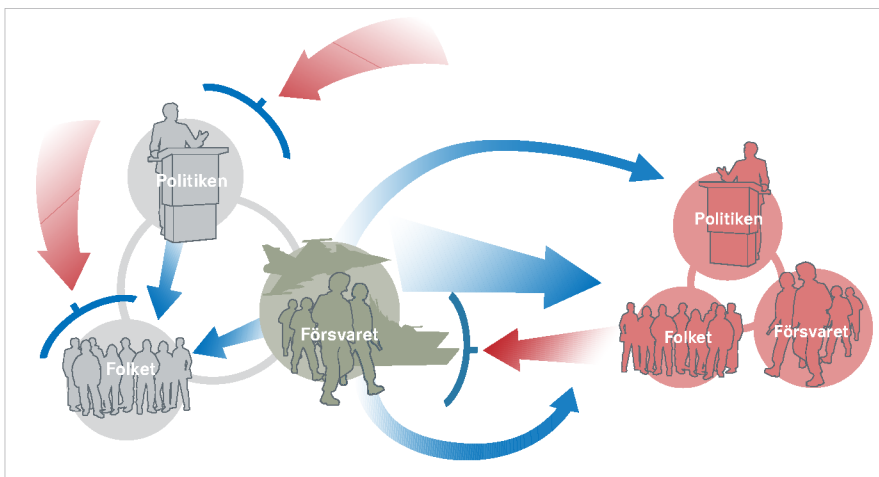


Bild 5 Kommunikationsduellen. I kommunikationsduellen angriper motståndaren (röda symboler) samhällets vitala delar: folket, politiken och försvaret. Exempel på motmedel är myndighetssamverkan, en tydlig och koordinerad egen kommunikation och aktiviteter (blå symboler). Illustration: Anna-Karin Wetzig, Försvarsmakten

2.6 Narrativ

Narrativet tar sin utgångspunkt i det militärstrategiska målet och slutläget. Det bygger på en långsiktig berättelse om varför och hur en stat eller en organisation agerar eller avser att agera i en viss situation. Ett narrativ ramar in synsättet på en fråga eller ett område. Narrativet skrivs med ett enkelt språk som är lätt att förstå, komma ihåg och är lätt att kommunicera samt bygger på principerna – ethos, patos och logos.

Det finns ibland mer än ett narrativ. Den politiska nivåns narrativ inriktar och är styrande för det militärstrategiska narrativet. Det militärstrategiska narrativet utgör plattformen för Försvarsmaktens huvudbudskap, tema och fokusområden. Det militärstrategiska narrativet bör genomsyra alla Försvarsmaktens operationer och övningar. Det är den gemensamma referenspunkten som bör vägleda planering och genomförande av alla aktiviteter och för hela hotskalan. Det militärstrategiska narrativet för normalläget omfattar även vårt internationella engagemang. Narrativet justeras och förändras då det säkerhetspolitiska läget förändras.

Ett väl formulerat eget narrativ som dessutom är skickligt kommunicerat på alla nivåer skapar goda förutsättningar för att uppnå de strategiska och operativa målsättningarna. Begreppet ”att äga narrativet” betyder att en aktör har ett väl genomtänkt narrativ som fungerar i flera scenarier och över en längre tid. Det betyder också att omvärlden och utvalda målgrupper upplever att dennes berättelse är den som dominerar och som är relevant och trovärdig. Det narrativ som dominerar, vinner striden i informationsmiljön.

No-one ever made a decision because of a number. They need a story.

Daniel Kahneman, Professor och Nobelpristagare

2.7 Vägledande principer för MilStratKom

Nedan presenteras vägledande principer för militärstrategisk kommunikation vid planering och genomförande av operationer och övningar, oavsett konflikt-nivå.

2.7.1 Målgruppens förståelse

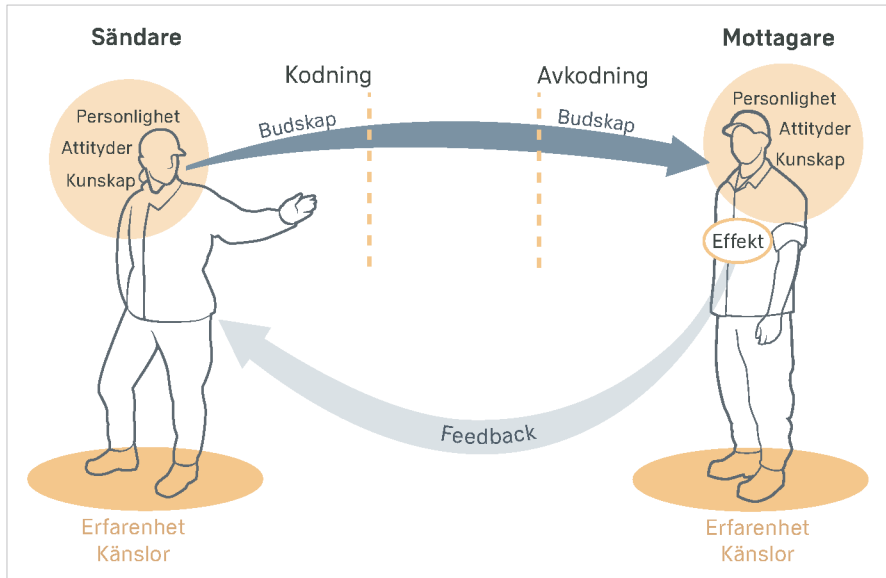


Bild 6 Kontextens betydelse för sändare och mottagare och förståelsen för ett budskap.
Illustration: Anna-Karin Wetzig, Försvarsmakten

Vid planering av en operation är det svårt att förutse hur en tänkt målgrupp kommer att uppfatta ett sänt budskap. Både sändare och mottagare av ett budskap befinner sig i varsin kontext och kodar budskapet utifrån sina individuella, sociala och organisatoriska faktorer. Olika målgrupper tolkar budskap på olika sätt. Det som är positivt för en målgrupp, kan vara negativt för en annan. Till detta utsätts en mottagare för budskap från flera sändare som alla befinner sig i sin kontext, se illustration 2.5.

Vid all kommunikation måste sändaren vara medveten om skillnaden mellan avsett budskap, sänt budskap, budskapet i sig, mottaget budskap och uppfat-

ta budskap. Som grund för detta ligger en analys av informationsmiljön och en målgruppsanalys, samt valda kanalers olika förutsättningar att förmedla budskap.

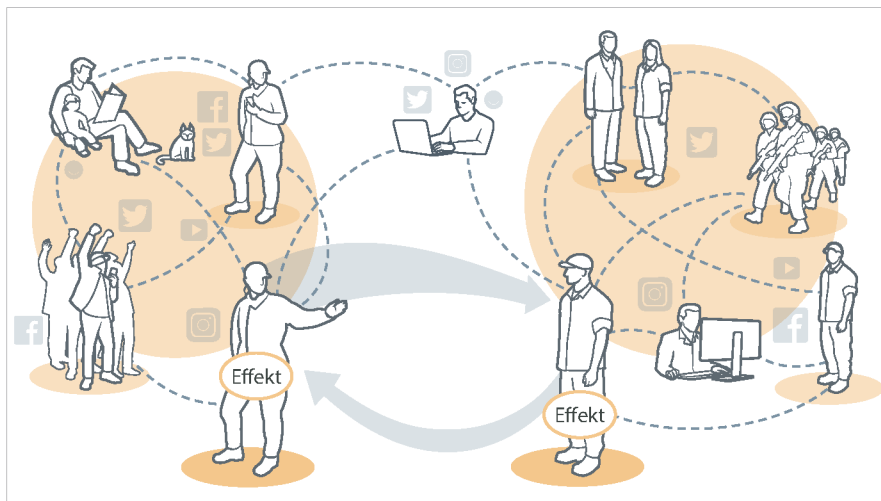


Bild 7 Den grundläggande kommunikationsmodellen behöver sättas i ett större sammanhang. I informationsmiljön finns det flera sändare och aktörer, både företag, organisationer och grupper med särintressen. Alla kommunicerar sin verklighetsbeskrivning och sitt narrativ. Illustration: Anna-Karin Wetzig, Försvarsmakten.

2.7.2 Våra handlingar och uttryck ska gå hand i hand

Våra handlingar påverkar mer än ord. Det bör därför inte vara någon skillnad mellan vad Försvarsmakten säger och gör. Varje situation där Försvarsmakten uttrycker en sak men gör något annat påverkar trovärdigheten negativt. Försvarsmaktens handlingar bör därför vara självförklarande utan att de alltid behöver motiveras. Gemensam medvetenhet och förståelse för att ord och handling starkt hänger ihop stödjer genomförandet av den militära operationen.

2.7.3 Alla aktiviteter kommunicerar

Alla förband och resurser är potentiella medel för kommunikation. De militära aktiviteterna ska kommunicera genom en väl planerad och synkroniserad kombination av fysiska aktiviteter, bilder och ord. Detta implementeras genom order och ledarskap på alla nivåer i Försvarsmakten. Exempel på aktiviteter finns i bilaga 2.

All militär personal, oavsett grad eller position, som uttalar sig i media eller talar offentligt om en fråga, kommer att uppfattas som en militär talesperson, oavsett om så är fallet eller inte.

2.7.4 Känslobaserat agerande

Beslut styrs till stor del av känslor. Även om vi vill se oss själva som rationella individer, baseras våra och motståndarens beslut huvudsakligen på känslor och intuition.

Om vi vill att Försvarsmaktens kommunikation ska vara effektiv måste vi därför tilltala den emotionella och intuitiva sidan hos våra målgrupper, inte bara den rationella. Våra berättelser, bilder och ytterst vårt agerande påverkar våra och vår omvärlds känslor.

2.7.5 Balanserad kommunikation

Viktiga budskap måste kunna tas emot och förstås av tilltänkta målgrupper. Om vi inom Försvarsmakten sänder för många budskap samtidigt blir vi otydliga där prioriterade budskap döljs av mindre viktiga. Våra strategiska och operativa önskvärda effekter kan då äventyras. Balanserad kommunikation, där en väl avvägd kommunikation stödjer den strategiska målsättningen ska därför eftersträvas.

2.7.6 Proaktiv och repetitiv kommunikation

Mänsklig beteendeförändring tar tid. Budskap behöver därför upprepas över tid och gärna komma den utpekade målgruppen till del i flera kanaler. Kommunikationsaspekten behöver komma in tidigt i planeringsprocessen för att samordnas med operationens övriga verkansmedel mot det gemensamma målsättningarna.

Flera alternativa kommunikationsaktiviteter måste förberedas och planeras i förväg för att säkerställa att den önskade effekten uppnås, oaktat val av handlingsalternativ. Ibland är det dock inte möjligt att ur ett sekretess- och säkerhetsskyddsperspektiv kommunicera militära aktiviteter i förväg.

2.7.7 Mätbara målsättningar

Målsättningar för operationer ska alltid ha tydligt definierade effekter. Principen för detta är att utgå från nollmätningar avseende olika målgruppers attityder och beteenden, vilka sedan analyseras. I planeringsarbetet tas relevanta kognitiva målsättningar fram som därefter inarbetas i de strategiska eller operativa målsättningarna. Detta regleras i andra dokument, bland annat i SPL.

2.7.8 Att vara först ut med bra bilder

I skarp krishantering kan det vara oerhört värdefullt att först komma ut med bilder och budskap som skildrar förloppet och skeendet. Bilder och video kan i sådana lägen bli särskilt viktiga för att få snabb och bred spridning.

2.7.9 En central del i planeringsprocessen

Framgång i moderna militära operationer uppnås bland annat genom framgång i informationsmiljön. Således behöver all planering av militära aktiviteter ske med det kommunikativa perspektivet i åtanke. Hur en tänkt aktivitet ska uppfattas av olika målgrupper ska alltid tas med i planeringen.

2.7.10 Undvik motståndarens narrativ

Motståndaren bygger sitt narrativ redan i normalläge och förstärker det med hjälp av olika aktiviteter såsom påverkans- och informationsoperationer. Sverige och Forsvarsmakten måste ha förmåga att identifiera och analysera dessa för att undgå att påverkas eller för att kunna vidta motåtgärder mot dessa. Forsvarsmaktens aktiviteter och budskap ska inte förstärka motståndarens narrativ.

Segev och nederlag – det är en psykologisk fråga om viljan att slåss.

Sun Tzu, cirka 2500 f.Kr.

2.8 Funktioner

Den gemensamma funktionen militärstrategisk kommunikation syftar till att inrikta och samordna tillgängliga kommunikationsresurser så att de åstadkommer de effekter som krävs för att stödja uppdraget och nå de operativa och militärstrategiska målsättningarna.

Militärstrategisk kommunikation leds från Försvarsmaktens strategiska nivå och är en del i inriktningen av hur operationer i informationsmiljön ska genomföras ur ett kommunikativt perspektiv.

Funktionen inriktar kommunikationstjänsten och informationsoperationer. Inriktningen sker med strategiskt planeringsdirektiv (SPD) som är den del i planeringsprocessen för att ta fram en försvarsmaksorder (FMO).



Bild 8 Funktioner i den militärstrategiska kommunikationen. Illustration: Ingrid Ärfström, Försvarsmakten.

2.8.1 Informationsoperationer

Informationsoperationer samordnar och planerar Försvarsmaktens operationer i informationsmiljön, för att i alla konfliktnivåer stödja insatschefens målsättningar. Det görs genom att influera målgruppers uppfattning av data, information och aktiviteter i syfte att påverka motståndarens eller andra aktörers agerande.

Samtidigt ska egen verksamhet och kritiska sårbarheter skyddas genom att upptäcka, identifiera, analysera och motverka antagonistisk kognitiv påverkan.

Företrädare för informationsoperationer stödjer den strategiska och operativa ledningsnivån. De stödjer även operativ chef och stab med bedömningen av informationsmiljön.

Försvarmakten har förmågan att genomföra olika typer av operationer i informationsmiljön. Exempel på egna offensiva operationer är psykologiska operationer som påverkar moraliska faktorer hos en angripare, vilka primärt syftar till att minska den angripande statens stridsvilja och sammanhållning på djupet. Defensiva operationer genomförs av Försvarmakten för att minska effekt och verkan av angriparens påverkansaktiviteter och påverkansoperationer, exempelvis de som syftar till att påverka våra förbands stridsvilja och befolkningens försvarsvilja.

2.8.2 Kommunikationstjänst

Kommunikationstjänsten bedriver extern och intern kommunikation till stöd för Försvarmaktens verksamhet. Kommunikationstjänsten bidrar till att FM uppnår de militärstrategiska målsättningarna I den externa kommunikationen stödjer kommunikationstjänsten överbefälhavaren som militärstrategisk chef, insatschefen som leder gemensamma militära operationer, taktiska chefer och chefer för militärregioner eller motsvarande i sina kontakter med media. Internt stödjer kommunikationstjänsten genom att bidra till en ökad kunskap och ett höjt engagemang inom Försvarmakten.



ÖVNINGAR SKICKAR BUDSKAP

Övningar som syns eller hörs signalerar kraftigt vår förmåga och vilja.

Bild 9 Foto: Bezav Mahmod/Försvarmakten

3 Miljön

3.1 Informationsmiljön och dess kognitiva dimension

Informationsmiljön har alltid funnits, se exempel i bilaga 3. Det som skiljer dagens informationssamhälle mot gårdagens är att den präglas av snabb informationsspridning och att alla kan dela och ta del av information. Ett exempel är moderna telefoner och digitala plattformar med dess möjligheter att skapa, förändra och sprida innehåll. I informationsmiljön finns information av olika format, i data, i ljud och bild som påverkar aktörers förståelse av verkligheten. Systemen har idag också en förmåga att selektera informationen, vilket innebär att alla inte får ta del av samma information.

En konsekvens av informationssamhället är att informationsmiljön får en allt större betydelse och utgör en naturlig del av alla typer av militära operationer och verksamheter. Informationsmiljön utgör ett stridsrum som är en integrerad del av militär verksamhet. Alla militära förband och enheter kan, genom sina aktiviteter, uppnå indirekt verkan och effekt i informationsmiljön och därigenom påverka kognitionen och uppfattningen av verkligheten, se exempel i bilaga 2. Direkt verkan i informationsmiljön fås genom förband, exempelvis operativa kommunikationsförbandet, med avsedd förmåga för strid i informationsmiljön.

3.2 Nya utmaningar

3.2.1 Teknikutvecklingen

Alla individer i samhället kan dela och ta del av information, näst intill i realtid. Detta har förändrat människors beteenden i vardagen och hur man konsumerar nyheter och information samt hur människor interagerar i sociala sammanhang. Det har också medfört radikala strukturella förändringar av flera sektorer i samhället. Idag kan vem som helst som är uppkopplad mot internet vara journalist, publicist eller propagandist och anonymt sprida material som ser ut som nyheter och fakta utan att vara det. Med andra ord, medias roll i samhäl-

let har förändrats. Ett högteknologiskt samhälle medför ökade möjligheter för främmande makt att sprida desinformation. Den tekniska utvecklingen drivs snabbt framåt där artificiell intelligens intar en särställning. Nya tekniska tillämpningar lanseras löpande och kvalitén blir hela tiden bättre. Den moderna tekniken är samtidigt nödvändig för den fortsatta utvecklingen av vårt välstånd och för vår hantering av de alltmer komplexa system som är grunden för samhällets funktionalitet i dag. Men digitaliseringen ger också antagonistiska aktörer möjlighet att sprida budskap som utmanar våra grundläggande värden och samhällets säkerhet. En antagonist kan därför påverka vårt samhälle från en helt annan geografisk plats och i realtid.

3.2.2 Media

Medierna har alltid varit viktiga aktörer i väpnade konflikter för att förklara och spegla skeenden. Medierna utgör i dag en arena för krigföring. Information och kommunikation har blivit en del av vapenarsenalen. Mediernas allt viktigare roll har också ökat ansträngningarna från politiska makthavare och militär att kontrollera informationsflödet. Således är journalister numera en viktig målgrupp där syftet är att få dem att sprida viss information eller förstärka olika narrativ. Försvarsmaktens förhållningssätt till media bygger på de demokratiska grundprinciperna utifrån vårt öppna och demokratiska samhälle.

Det i dag enorma utbudet av nyhetsförmedlare och andra kanaler för information och kultur gör att alla inte längre hör och ser samma nyheter, tv-serier eller opinionsbildande budskap. Detta innebär också att våra gemensamma kunskapsramar förändras och fragmenteras. Medierna har fått ändrad roll i dagens nyhetsrapportering och opinionsbildning men påverkar fortfarande människors världsbild starkt. Uppkomsten av sociala medier och plattformarna de bygger på har förändrat vilken typ av nyheter som sprids och hur de presenteras. Det är främst två förändringar som påverkar nyhetsförmedlingen. Den första förändringen är att vår konsumtion av nyheter flyttats från professionella redaktörers val till algoritmer och vad våra vänner konsumerar. Den andra förändringen är att de ekonomiska medlen flyttar från traditionella medier till plattformarna för sociala medier. Läsarintäkter försvinner som bas för redaktionella produktioner samtidigt som reklamintäkterna för mediehusen drastiskt minskar. Detta urholkar mediehusens ekonomiska bärkraft som inte kan hålla en lika stor journalistkår som tidigare. Istället övertas nyhetsproduktionen i allt högre grad av internationella nyhetsbyråer och till del användargenererat inne-

håll. Detta resulterar bland annat i att ensidigheten och polariseringen i nyhetsförmedlingen ökar.

3.2.3 Informationssamhället

Ur ett större perspektiv är militära operationer en del av en cirkel (se illustration 3.1). Militära operationer är resultatet av politiska beslut. De är också en del av statligt finansierad verksamhet och under ständig observation av medier som starkt påverkar opinionen. Opinionsen, i sin tur, påverkar den politiska diskussionen och i förlängningen beslutsfattandet. Idag är det inte bara medier som observerar och påverkar opinionen, globala företag har också en stor inverkan. Enskilda individer och organisationer med olika särintressen har stor påverkan på verklighetsbeskrivningen. Sammantaget innebär detta att utmaningarna i dagens informationssamhälle är stora, bland annat genom att aktörer, digitala plattformar och kanaler är många och inte alltid tydliga.

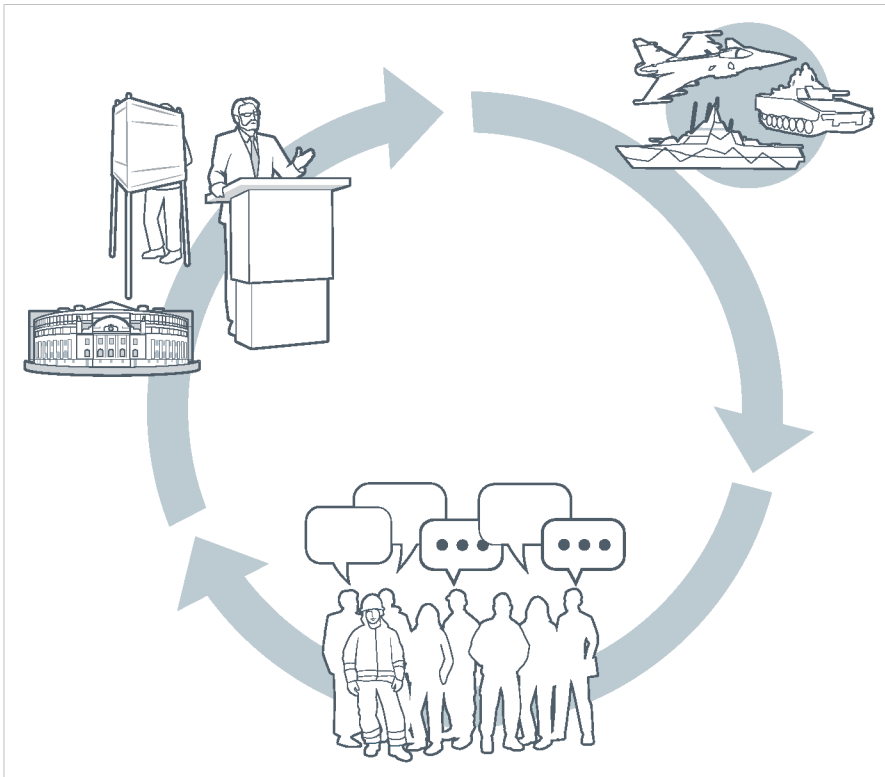


Bild 10 Informationsmiljöns utmaning. Illustration: Anna-Karin Wetzig, Försvarsmakten

“Everything we say and do, and everything we fail to say and do, will have an impact in other lands. It will affect the minds and the wills of men and women there.”

Presidential candidate Dwight D Eisenhower Campaign speech, 1952

3.3 Operationsmiljön

Informationsmiljön är tillsammans med mark-, sjö-, luft-, cyber- och rymddomänen en del av operationsmiljön. Aktörerna i operationsmiljön tolkar data och information utifrån sina värderingar, erfarenheter och känslor, vilket leder till ett visst beteende eller agerande. Beslut styrs till stor del av känslor. Även om vi vill se oss själva som rationella individer, baseras våra och motståndarens beslut ofta på känslor och intuition. Striden i informationsmiljön syftar till att påverka aktörers uppfattning av verkligheten.

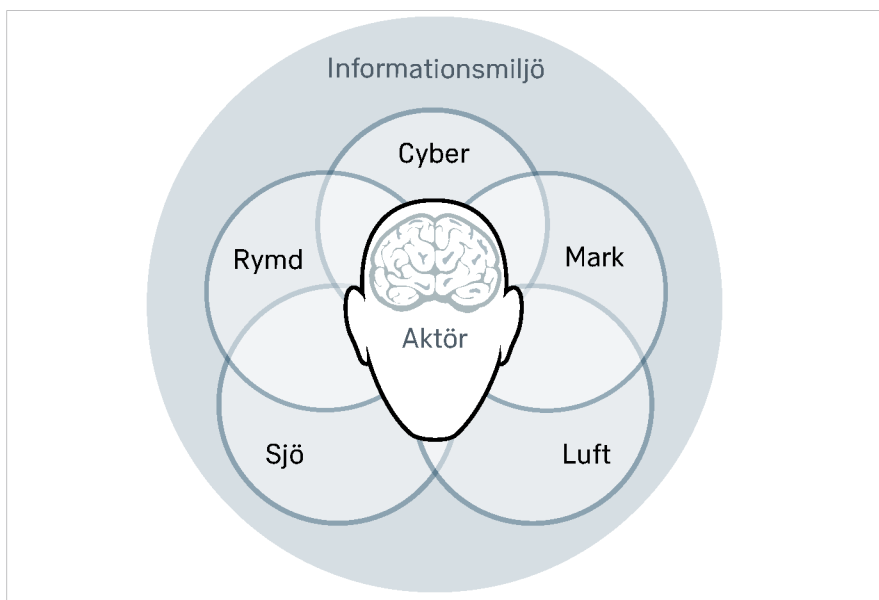


Bild 11 Informationsmiljön är tillsammans med mark-, sjö-, luft-, cyber- och rymddomänen en del av operationsmiljön. Aktörer verkar i såväl operationsmiljön som i informationsmiljön. Illustration: Anna-Karin Wetzig, Försvarsmakten.

3.4 Informationsmiljön som stridsrum

Påverkans- och informationsoperationer pågår dagligen, även i normalläge. Militära maktmedel, eller hot om dessas användning, är verktyg som en stat kan använda i kombination med påverkansoperationer. Informationsmiljön är en del av operationsmiljön.

Många stater använder militärstrategisk kommunikation, även om begreppet kan variera, som ett verktyg för att uppnå definierade effekter. Alla stater har egna narrativ som de med olika maktmedel driver. Militärstrategisk kommunikation och användandet av narrativ är ett av flera verktyg för att bedriva operationer i informationsmiljön. Andra exempel på maktmedel som kan nyttjas är politik, militärt agerande, ekonomi, diplomati, information och infrastruktur. Information används ofta i kombination med övriga maktmedel på den politiska och militärstrategiska nivån.

Vilseledning och överraskning har historiskt utgjort två särskilt viktiga typer av agerande vid militära operationer. En motståndare använder vilseledning i syfte att överraska och därmed skapa ett övertag, både militärt och politiskt. Stater och organisationer använder redan idag vilseledande information för att försöka påverka befolkningens värderingar och andra staters agerande. Syftet kan vara att minska det andra landets motståndskraft och försvarsvilja eller att få oss att fatta fel beslut, eller att skapa acceptans för kommande åtgärder mot andra stater.

Vilseledning kan också användas för att splittra motståndarens och landets politiska ledning. Där det finns en åsiktsspricka, sätts olika kommunikativa åtgärder in för att vidga sprickan och öka polariseringen mellan olika grupperingar. Detta kan ske genom att skapa starkt vinklade eller falska nyheter i media och på sociala medier, ibland genom ombud. Det kan även ske genom uttalanden i media eller i de politiska och diplomatiska kanalerna. Kommunikation används för att skapa förvirring, ofta genom att sända falsk information, för att dölja den korrekta bilden av en händelse eller en fråga, vilket sänker tempot i motståndarens beslutsfattande.

En motståndare angriper genom olika kommunikativa aktiviteter mål för att slå mot vår och våra partners sårbarheter. För en motståndare är vår statsledning, myndigheter, befolkningen och näringslivet mål. Andra aktiviteter är använd-

ningen av statskontrollerad media och falska konton på sociala medier som sprider felaktig information. Till det kommer nyttjandet av automatiserade konton, främst i sociala medier som skapar höga tittarflöden på internet och därigenom ökar genomslaget. Riktade annonser och köp av följare och "likes" är också vanligt. Även nyttjandet av så kallade deep fakes; video, bild eller ljud, där innehållet manipulerats förekommer. Vad som idag är korrekt eller manipulerat, är svårt att upptäcka.

Vissa stater agerar utifrån ett mer långsiktigt perspektiv och använder ofta hela statsapparaten som sin arsenal för att påverka en annan stat eller aktör. Informationsmiljön och aktiviteter i den nyttjas till stor del för detta. Varje nation har en kommunikativ utgångspunkt som har formats av kultur, historia, erfarenheter och politik över flera decennier. Genom att under längre tid påverka den kommunikativa tyngdpunkten blir det svårt för en nation att identifiera de små förändringarna som sker i samhället. Ett långt tidsperspektiv är därför en viktig parameter för en aktör när önskade effekter ska uppnås genom påverkan på de kommunikativa tyngdpunkterna, såväl våra egna, våra partners och vår motståndares.

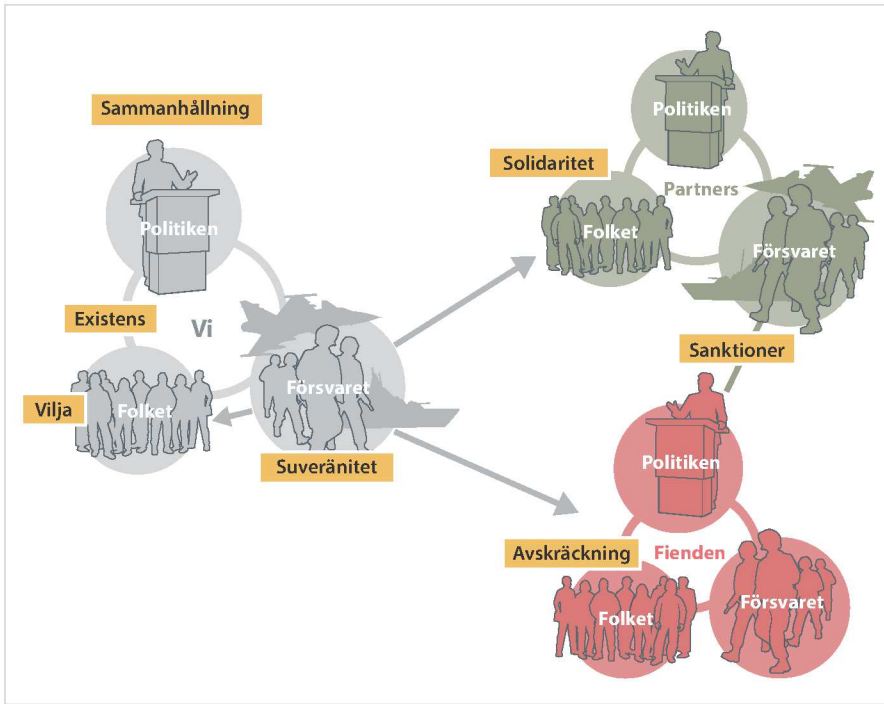


Bild 12 Bilden illustrerar exempel på sårbarheter hos oss själva, partners och motståndare. I Sverige kan sammanhållning, existens, suveränitet och vilja anses vara sårbarheter. Illustration: Anna-Karin Wetzig, Försvarsmakten

4 Inriktning

Kapitlet beskriver tillämpning av militärstrategisk kommunikation för fem möjliga scenarier,

- i normalläge,
- i säkerhetspolitisk kris,
- vid väpnat angrepp,
- i multinationella försvarsoperationer,
- i internationella insatser.

4.1 Militärstrategisk kommunikation i normal-läge

4.1.1 Inledning

Under normalläget utgörs Försvarsmaktens kommunikation av myndighetskommunikation och militärstrategisk kommunikation till stöd för militära operationer. Försvarsmakten genomför dessutom varumärkeskommunikation som påverkar uppfattningen och kunskapen om Försvarsmakten. Försvarsinformation är en central del i detta.

4.1.2 Problemramen

En motståndare analyserar och bedömer kontinuerligt vår förmåga utifrån allt vad Försvarsmakten företar sig. Dessutom har en motståndare förmåga att genomföra operationer mot det svenska totalförsvaret. Långsiktiga påverkansoperationer riktade mot svenskt beslutsfattande eller utvalda segment inom den svenska opinionen kommer att vara en naturlig del av problemramen.

Ombud, medvetna eller omedvetna, för olika former av antagonistiska angrepp kan utgöras av exempelvis kriminella nätverk och extremister, som kan utnyttja eventuella svagheter i Sveriges ansvarsfördelning mellan inre och yttre säkerhet. Påverkansoperationer i bland annat sociala medier kan möjliggöra för en motståndare att påverka vårt narrativ och därmed splittra både det svenska samhället och Försvarsmaktens personal.

Sammantaget innebär problemramen att normalläget kännetecknas av kontinuerlig påverkan i informationsmiljön av olika aktörer, både kända och okända. Vi i Försvarsmakten behöver betrakta information som en del i möjliga påverkansoperationer riktade mot oss, där uppsåtet är att påverka våra militärstrategiska mål och kritiska sårbarheter.

4.1.3 Bärande idé

Samverkan med civila aktörer är en förutsättning för att hantera normalläget. Försvarsmaktens narrativ, våra huvudbudskap och teman ska vara väl kända av personalen inom hela organisationen. Övriga delar av totalförsvaret behöver ha kunskap om Försvarsmaktens narrativ, teman och budskap. Försvarsmakten ska aktivt arbeta med försvarsinformation.

Allt Försvarsmakten gör under normalläge sker för att tydliggöra att vi med ett aktivt försvar verkar kris- och konfliktdämpande samt förebyggande mot ett väpnat angrepp. Genom militärstrategisk kommunikation skapar Försvarsmakten eget narrativ, tema och huvudbudskap för att uppnå de önskade effekterna samt stärka vår egen befolknings försvarsvilja och motverka motståndarens eventuella påverkan.

Syftet är att vara krigsavhållande och bidra till tröskeffekt. Vid hot och kränkningar är vårt agerande aktivt och offensivt för att visa vår förmåga och försvarsvilja.

4.1.4 Övergripande principer

Trovärdighet och synlighet är avgörande komponenter för att förebygga väpnat angrepp. Genom militärstrategisk kommunikation skapar vi eget narrativ, tema och huvudbudskap för att stärka vår egen befolknings försvarsvilja och att motverka en motståndares påverkan samt dennes vilja till angrepp.

En grundförutsättning för ett aktivt försvar i informationsmiljön är god lägesuppfattning. Lägesbilden av informationsmiljön följs därför upp kontinuerligt för att upptäcka möjliga hot och tendenser. Informationsutbyte med civila aktörer ger en utvecklad lägesuppfattning och påvisar samtidigt robustheten i det svenska samhället. Varumärkeskommunikationen används aktivt för att

synliggöra förändringar i normalläget, parallellt med att den kommunikativa verksamheten bedrivs över hela landet.

Motståndarens narrativ ska undvikas, vi i Försvarsmakten ska förstärka vårt eget. Motståndarens sårbarheter ska dock identifieras och kunna nyttjas i vårt narrativ.

Utöver detta är det av vikt att vår personal kontinuerligt utbildas och informeras om hur aktörer använder olika påverkansaktiviteter mot oss samt hur vi kan och bör agera mot dem.

4.2 Militärstrategisk kommunikation i säkerhetspolitisk kris

4.2.1 Inledning

Allt Försvarsmakten gör och säger under säkerhetspolitisk kris sker för att tydliggöra att vi med ett aktivt försvar verkar kris- och konfliktdämpande, samt bestrider påverkan i informationsmiljön.

4.2.2 Problemramen

Angriparen har uppträtt på ett sådant sätt att vi har identifierat att ett angrepp är nära förestående. Vi måste i detta skede räkna med att angriparen försöker vilseleda oss om angreppsriktning och metoder, vilket kan ske såväl i den fysiska miljön som i informationsmiljön. Informationsmiljön betraktas som ett stridsrum. Påverkan sker med alternativa metoder och genom ombud över hela djupet och i alla domäner samtidigt för att skapa kaos som försvårar vår lägesuppfattning och beslutsförmåga. Hela samhället kommer att utsättas för påverkan. Försvarsmaktens legitimitet och trovärdighet kommer att angripas.

4.2.3 Bärande idé

Försvarsmaktens narrativ, våra huvudbudskap och teman ska vara väl kända av personalen inom hela organisationen. Övriga delar av totalförsvaret behöver ha kunskap om utvalda delar i narrativ, teman och budskap. Alla till buds stående medel ska aktivt användas för att sprida vår bild.

Den militärstrategiska kommunikationen samordnas med civila aktörer för att skapa enhetlighet och tydlighet. Den nationella sammanhållningen och ett offensivt agerande i informationsmiljön är av avgörande betydelse. Den militärstrategiska kommunikationen är planerad för att fungera vid ledningsbortfall.

Försvarsmakten tar fram nya, alternativt justerar befintliga, narrativ, teman och huvudbudskap för att de önskade effekterna ska kunna uppnås. Kontinuerligt sker en anpassning av den militärstrategiska kommunikationen så att beredskapsförändringar upplevs som relevanta och trovärdiga.

Vid en säkerhetspolitisk kris får den militärstrategiska kommunikationen en alltmer dominerande roll. Se illustration 2.1.

4.2.4 Övergripande principer

Samhällets motståndskraft mot påverkan ökar genom gemensam planering och övningar tillsammans inom totalförsvaret. Förmåga till gemensamma prioriteringar är central. Prioriterade skyddsvärden skyddas för att vidmakthålla samhällets viktiga funktioner. Försvarsmakten analyserar kontinuerligt informationsmiljön och motståndarens påverkansoperationer för att förekomma dennes nästa steg. Identifierad påverkan och säkerhetshotande verksamhet motverkas genom myndighetsöverskridande samarbeten.

Den operativa nivån samverkar med försvarsgrensstaber och andra intressenter för att bereda, analysera, och samordna de effekter som operativ chef vill uppnå i informationsmiljön med respektive operation. Militärstrategiska budskap integreras i operationsplaneringen.

4.3 Militärstrategisk kommunikation vid väpnat angrepp

4.3.1 Inledning

När Sverige har utsatts för ett väpnat angrepp genomförs militära operationer för att möta det väpnade angreppet och skapa förutsättningar för stöd från tredje part. Den militärstrategiska kommunikationen är betydelsefull för att bemöta motståndaren och för att förstärka försvarsviljan.

Effekterna av vår verkan i informationsmiljön ska kontinuerligt utvärderas för att upptäcka förändringar i lägesbilden och behov av justeringar i gällande orderläge.

4.3.2 Problemramen

Motståndaren påverkar aktivt omvärlden och försöker manipulera rättfärdigandet av sina handlingar i syfte att legitimera dessa. Motståndaren agerar aktivt i informationsmiljön för att vilseleda och försvåra vår lägesuppfattning. Hot och skrämelse kommer att vara en naturlig del i motståndarens vapenarsenal syftandes till att sänka vår försvarsvilja.

4.3.3 Bärande idé

Vid väpnat angrepp möts motståndaren av militärstrategisk kommunikation med ett tydligt budskap. Sverige ska försvaras. Vi kommer aldrig att ge upp. Den militärstrategiska kommunikationen bidrar också till att vidmakthålla försvarsvilja samt att skapa stöd, nationellt och internationellt.

4.3.4 Övergripande principer

De övergripande principerna är att bestrida angriparens kontroll i operationsmiljön. Angriparens kognitiva sårbarheter påverkas både med direkta och indirekta metoder, bland annat genom informationsoperationer.

God lägesuppfattning möjliggör initiativ över hela det operativa djupet, i alla domäner och i informationsmiljön. Operativ chef skapar lägesuppfattning

inför val av operationsinriktning. Hur en tänkt operation uppfattas av olika målgrupper tas alltid med i planeringen.

Vår militärstrategiska kommunikation ska i detta läge ge den svenska bilden av konflikten och bidra till att konflikten internationaliseras. Försvarmaktens legitimitet ska belysas. Samtidigt ska illegitimiteten i motståndarens angrepp påvisas.

Tillsammans med våra partners kommunicerar Försvarmakten ett enhetligt narrativ, tema och budskap.

Förberedelser för värdlandsstöd och gemensamma operationer tillsammans med annan part kommuniceras aktivt.

4.4 Multinationella operationer

Som EU-medlem, och i enlighet med EU-fördraget, har Sverige förbundit sig att solidariskt medverka till Europas fred och säkerhet. Sverige är också medlem i Natos Partnerskap för fred, och har ett fördjupat försvarssamarbete med utvalda nationer, där Finland har en särställning.

Vår vilja att agera tillsammans kommuniceras redan i normalläget genom återkommande multinationell övnings- och träningsverksamhet. Ett viktigt syfte med denna verksamhet är att verka kris- och konfliktförebyggande samt ytterst avhållande för väpnat angrepp, det vill säga att skapa tröskeleffekt. Kommunikativ planering och förberedelser inom det militära försvaret måste genomföras redan i normalläget för att vi ska kunna verka tillsammans med partners i en säkerhetspolitisk kris eller vid ett väpnat angrepp, mot oss eller vår partner.

4.5 Internationella insatser

När Sverige har kommit överens med annan part om att ge militärt stöd eller beslut har fattats om att Sverige ska delta i en internationell insats, kommer den militärstrategiska nivån att ge operativ chef i uppdrag att avdela de resurser eller förband som överenskommit. Det politiska beslutet att delta med svenska förband inrymmer en nationell strategisk kommunikativ utgångspunkt.

Insatsen kan även innebära att svenska resurser, understödjer en annan parts operation för att uppnå definierade effekter.

I en internationell insats, med flera länder, exempelvis en FN-insats är det av stor vikt att budskapen är samordnade, så eventuella splittrande åtgärder från en motståndare kan undvikas. Det gemensamma narrativet för insatsen gäller för Sveriges deltagande.

Den militärstrategiska kommunikativa planeringen utgår ifrån att grunden för försvarsvilja och motståndsanda läggs i normalläget.

Den militärstrategiska kommunikativa planeringen utgår ifrån att grunden för försvarsvilja och motståndsanda läggs i normalläget.

Viljan och andan bildar ett fundament när vi utsätts för kris och väpnat angrepp. Det svenska narrativet och den svenska hållningen etableras och tydliggörs vid krisens inledning. Detta vägleder sedan den regionala och lokala kommunikationen så länge angreppet fortsätter. Över tid hanteras militärstrategiska frågor som kräver skyndsam kommunikativ hantering.



GRUPPERINGAR SKICKAR BUDSKAP

Var och hur Försvarsmakten förband är grupperade, såväl under övningar, skarp incidentverksamhet som med utbildningsanläggningar skickar budskap.

Bilaga 1

Planering på strategisk och operativ nivå

Allmänt

Militära operationer ska ha de kommunikativa effekterna i åtanke. Strategisk nivå förstärker den militära operationen med, i de fall det är möjligt, en kommunikativ plan på hur militärstrategisk kommunikation kan förstärka de önskvärda effekterna med operationen. Detta resulterar i en FMO.

Planeringsarbetet omfattar analys och bedömning när det gäller till exempel informationsmiljön, målgrupper, kommunikationsstrategier samt budskap. Militärstrategisk kommunikation tillsammans med ledning, logistik samt underhålls- och säkerhetstjänst utgör militärstrategiska funktioner. Militärstrategiska koncept tas därför fram för dessa fyra funktioner. Detaljerad beskrivning av innehållet finns i svensk planerings- och ledningsmetod (SPL). Det militärstrategiska kommunikationskonceptet är en del av den strategiska operationsplanen som utgör inriktningar till fortsatt planering i staben samt till underställda förband i operationen.

I chefens beslut i stort (BIS) kan med fördel en inriktning anges för kognitiva effekter inom informationsmiljön.

Internationella försvarssamarbeten är nödvändiga för att stärka vår militära förmåga för att ytterst kunna möta ett väpnat angrepp. I dessa samarbeten är det nödvändigt att även den militärstrategiska kommunikationen omhändertas.

Strategisk planering

Inriktningen för den militärstrategiska kommunikationen återfinns i strategiskt planeringsdirektiv (SPD).¹ Denna kommunikativa inriktning fördjupas i funktionskonceptet som biläggs försvarsmaktsordern. I ÖBs operationsplan och ÖBs beslut i stort återfinns målsättningar, målgrupper, narrativ, tema och fokusområden och ger förutsättningar att ta fram en kommunikationsplan på den operativa nivån.

¹ Återfinns i SPL, Svensk Planerings- och ledningsmetod 2017.

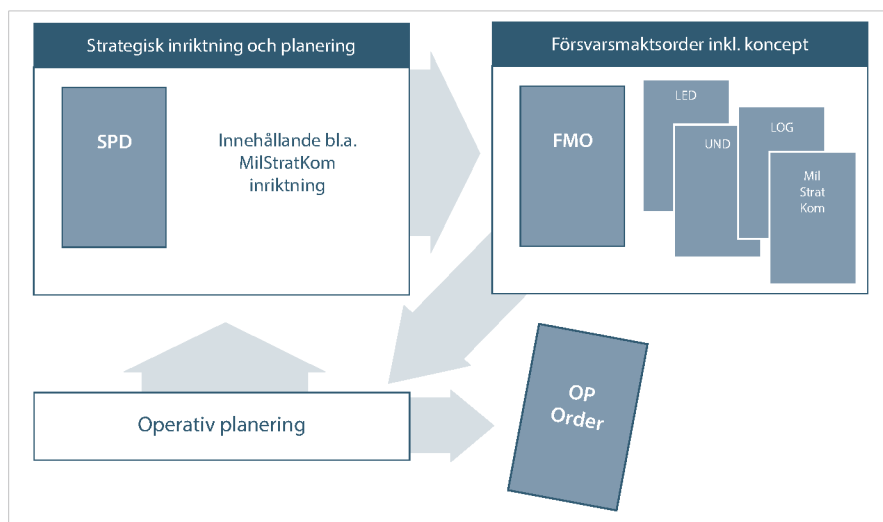


Bild 15 Från militärstrategisk inriktning till operationsorder. Illustration: Anna-Karin Wetzig.

Underrättelse- och säkerhetstjänsten har en viktig funktion i den strategiska planeringen av militärstrategisk kommunikation. Underrättelse- och säkerhetstjänst omfattas till stor del av sekretess, men när så är lämpligt bör det övervägas om information om vår verksamhet och våra samarbeten med andra aktörer ska kommuniceras. Motivet är att det kan bidra till att skapa förtroende såväl inom som utom Försvarsmakten och därmed bidra till tröskeffekt.

Operativ planering

Den operativa planeringen tar sin utgångspunkt i ÖB:s operationsplan med militärstrategiska inriktningar och koncept. Därigenom genomsyras den gemensamma operationsplanen av den militärstrategiska kommunikativa inriktningen.

Ansvaret för den operativa planeringen och genomförandet av den operativa planen ligger på den operativa staben. Den detaljerade samordningen mellan de militära operationerna inklusive informationsoperationer samt press- och mediefunktionen genomförs på operativ nivå.

Militärregionerna har ett särskilt ansvar vad avser militärstrategisk kommunikation då dessa ansvarar för regional samverkan. Exempel på detta är totalförsvarsförsvarssamverkan på regional nivå.

DOKTRINTILLÄGG

I den operativa planen återfinns bilagor som särskilt reglerar de taktiska förbandens verksamhet vad avser kommunikation och andra aktiviteter i informationsmiljön:

- Bilaga TT (Kommunikationstjänst)
- Bilaga UU (Informationsoperationer)
- Bilaga LL (Psykologiska operationer)

Motsvarande bilagor bör även finnas i orderverk på lägre nivåer.

Den militärstrategiska kommunikationen ska vara långsiktig och beständig, men ska ses över och vid behov uppdateras inför en ny avgörande fas i operationen. Så även om ett omfall ska planeras och genomföras.

Hur stabsarbetet bedrivs finns beskrivet i handböcker och stående order.



DE VI SAMARBETAR MED SKICKAR BUDSKAP

Försvarets samarbete med andra länder exempelvis vid övningar, insatser och materielutveckling skickar budskap. Budskap som stärker tröskeleffekten. Vi är beredda och vi är inte ensamma.

Bilaga 2

Exempel på militära aktiviteter som skickar budskap

Alla Försvarsmaktens aktiviteter sänder budskap som förändrar eller bibehåller attityder och beteenden hos målgrupper. Det handlar om var vi grupperar, när och hur vi övar samt med vem vi övar. Det handlar också om vårt skarpa agerande i exempelvis incidenthantering vid kränkningar samt om vår naturliga delaktighet i det svenska samhället och försvaret av de svenska kärnvärdena. Avgörande är att ha det militärstrategiska målsättningar i sikte och binda ihop kommunikationen med aktiviteterna. På sidorna 9, 15, 29, 37, 45, 49 och 55 finns exempel på militära aktiviteter som skickar budskap och som kan användas oavsett konfliktnivå. Här nedan följer fler exempel.

Hur vi tänker skickar budskap

Att vi har väl genomarbetade förhållningssätt till hur vi agerar, som all personal känner till, skickar budskap.



Bild 17

Foto: Björn Terring

Vad vi skyddar skickar budskap

Genom övningar samt med text och bild visar vi att vi skyddar det svenska sättet att leva.

Försvarsmakten är till för att alla som bor i Sverige ska kunna fortsätta att leva i en demokrati och med våra grundläggande värderingar.

Bild 18

Foto: Antonia Sehlstedt/Försvarsmakten



Var vi uppträder skickar budskap

Vi har fördel av att vi känner terrängen
och hur strid förs i den.

Att öva och visa bilder på att vi behärs-
kar terrängen, men som kan vara svår
att behärska för en motståndare, sänder
signaler.

Bild 19

Foto: Emil Byström/Försvarmakten



Hur vi uppträder skickar budskap

Hur vi bemöter andra människor under
övningar och insatser skickar budskap.
Ska vi uppfattas som hårda och formella
eller ska vi uppfattas som mänskliga
och resultatinkärliga?
Båda sätten sänder signaler.

Bild 20

Foto: Mats Nyström/Försvarmakten



Våra dolda system skickar budskap

Att Försvarmakten har ubåtar och
andra undervattenssystem som är
svåra eller omöjliga att upptäcka
skickar budskap.

Bild 21

Foto: Ingrid Ärfström/Försvarmakten



Att vi är vältränade och motive- rade skickar budskap

Uppfattningar sprids fort.
Att Försvarsmakten har vältränad,
motiverad och professionell personal
skickar budskap snabbt och effektivt.

Bild 22

Foto: Jimmy Croona/Försvarsmakten



Materielutveckling skickar budskap

Vår materielutveckling och anskaffning
av materiel skickar budskap.
Att vi gör det tillsammans med andra
nationer skickar också budskap.

Bild 23

Foto: Saab



Försvarsmaktens tillväxt skickar budskap

Att Försvarsmakten ökar personal och
materiel, bygger ny infrastruktur och
ökar förmågan skickar budskap.

Bild 24

Foto: Besav Mahmod/Försvarsmakten



Att Försvarsmakten är en del av totalförsvaret skickar budskap

Försvarsmakten bidrar när samhället behöver det. Det signalerar att Försvarsmakten är en viktig del av totalförsvaret.

Bild 25

Foto: Jimmy Croona/Försvarsmakten



Vår frivilligverksamhet skickar budskap

Försvaret av Sverige sker inte bara med Försvarsmaktens personal. Frivilligheten är ett stort och värdefullt bidrag till vår försvarsförmåga. Detta skickar budskap om viljan att försvara Sverige.

Bild 26 Försvarsmakten



Vårt ställningstagande skickar budskap

När Försvarsmakten genom sitt agerande tydligt ställer upp på samhällets grundläggande värderingar sänder det budskap till både den svenska befolkningen och till vår omvärld.

Bild 27

Foto: Astrid Amten/Försvarsmakten



Övningar med nya vapen skickar budskap.

När Försvarsmakten övar och testar nya förmågor med internationella partners sänder det tydliga signaler till vår omvärld.

Bild 28 HIMARS
Foto: Anders Åberg/FMV





ATT VI KOMMUNICERAR SKICKAR BUDSKAP

Att vi är öppna och transparenta skickar ett tydligt budskap internt och externt. Också på vilket sätt vi gör det.

Bild 29 Foto: Jesper Sundström/Försvarmakten

Bilaga 3

Historiska exempel – från kopparstick till Instagram

Att använda information och kommunikation som maktmedel har funnits lika länge som väpnade konflikter har funnits. ”Krigets första offer är sanningen”, orden kommer från journalisten Philip Knightly, och pekar på att information och propaganda är centralt i krigföringen. Det pekar också på att medvetna kommunikativa insatser är avgörande, kanske ännu mer i dag, än när orden skrevs på 1970-talet. Även historiska skeenden och bilden av den används som vapen, eller för att förmedla alternativa sanningar.

1600-talet

På 1600-talet spred kungahusen bilder över sina försvarsanläggningar för att påverka grannländerna. Ofta var bilderna överdrivna, ibland förbättrade med detaljer som inte fanns i verkligheten, allt för att stödja det egna budskapet. I fallet med Vaxholms fästning var bland annat flera våningar med kanoner tillagda och budskapet var att huvudstaden var ointaglig, vilket skapade en tröskoeffekt.



Bild 30 Erik Dahlberg Svecia Antiqua et Hodierna Vaxholm, Riksarkivet

Andra exempel från den tiden är våra berättelser om lejonet från Norden som kommit för att frälsa protestanterna från den katolska ligan. Även om kriget

egentligen var en maktkamp om överhögheten över Östersjöns handelsvägar så sändes konsekvent bilden av att det handlade om en religiös kraftmätning

1900-talet

Under hösten 1941 kom allt fler tecken till Försvarsstaben och regeringen på att Tyskland förberedde ett anfall mot Sverige. Regeringen höjde därför beredskapen i februari 1942 och Försvarsstaben forcerade inkallelserna. I den bistra marsvintern inleddes Jämtlandsmanövern.

Flygvapnet gick upp i krigsorganisation och stora delar av den deltog i Jämtlandsmanövern tillsammans med 82 bataljoner ur Armén. Totalt mobiliserades omkring 300 000 man. Utöver själva manövern genomfördes en bred kommunikationsinsats för att stödja det svenska budskapet, Sverige är ett neutralt land som kommer att slåss mot alla som angriper oss och därför intar vi nu en högre beredskap.

Utländska militärattachéer, däribland den tyske, tilläts besöka manövern. Samtidigt informerades attachén om att gränsen mellan Sverige och Norge var befäst. Tyska sändebud fick meddelandet att Sverige skulle slåss mot alla som angrep landet. Samma budskap förmedlades även till Tyskland genom finska regeringstjänstemän och sändebud. Jämtlandsmanövern och kommunikationen kring den gav en förhöjd tröskeffekt.



Bild 31 Jämtlandsmanövern, Storlien februari 1942. Fotograf: G Dyhlén, Riksarkivet

2000-talet

Internets intåg och utbredning har medfört att ett stort antal nya medier har tillkommit som kommunikationskanaler. Dessa har både ökat räckvidden och tempot i spridningen av budskap.

Under hösten 2020 genomfördes en försvarsövning i Sverige där USA deltog. Deltagandet var i huvudsak specialförband från båda länderna. Kommunikationen kring övningen var en central del i planeringen och genomförandet. Resultatet var att ett antal internationella och nationella medier beskriver ingående övningen och dess syfte. En kanal som användes var bland annat överbefälhavarens Instagramkonto.



Bild 32 Överbefälhavarens Instagramkonto

Begreppsförklaringar

I den här publikationen används nedanstående begrepp som inte definieras i den löpande texten.

Begrepp	Innebörd
Den mänskliga kognitionen	Hur individer tar emot och bearbetar information samt hur vi reagerar på och använder denna information i beslutsfattning.
Försvarsvilja	Befolkningens samlade uppfattning att Sverige ska försvaras med väpnat motstånd vid angrepp, och folkets villighet att göra de uppoffringar som krävs.
Motståndsandan	Den enskilde individens villighet att personligen delta i försvarsansträngningarna.
Narrativ	En berättelse som framställer en viss situation eller ett visst skeende. Narrativet tar sin utgångspunkt i den militärstrategiska målsättningen. Det kan beskriva varför och hur en stat eller en aktör agerar eller avser att agera i en viss situation. Ett narrativ ramar in synsättet på en fråga eller ett område etc.
Information	Information uppstår när data har bearbetas, av maskiner eller människor, till något slag av innehåll och mening för användaren, en maskin eller en människa.
Informationsmiljön	Informationsmiljön omfattar alla individer, organisationer och system som samlar in, bearbetar, sprider eller agerar på information. Det är i denna miljö som människor och automatiserade system observerar, värderar och utvärderar, beslutar och agerar på information.
Informationsoperationer	Operation som syftar till att uppnå effekter genom att förmedla en specifik informationsmängd till en eller flera utvalda målgrupper.
Kommunikationstjänst	Kommunikationstjänst innefattar extern och intern kommunikation till stöd för Försvarsmaktens verksamhet. Syftet med kommunikationstjänsten är att öka kunskapen och höja engagemanget gentemot och inom Försvarsmakten. Kommunikationstjänsten ska betraktas som en del av militärstrategiska kommunikationen och då som sidoordnat informationsoperationer (Info Ops).
Militärstrategisk kommunikation	Militärstrategisk kommunikation utgör en funktion och ett koncept på militärstrategisk nivå som inriktar och samordnar kommunikationstjänst och informationsoperationer. Militärstrategisk kommunikation avser samordning av ord och handling på militärstrategisk och operativ nivå. Den är en aktiv del av och förstärker militära aktiviteter i syfte att optimera definierade effekter.

DOKTRINTILLÄGG

Begrepp	Innebörd
Myndighetskommunikation	Kommunikation som Försvarsmakten genomför som en statlig myndighet, styrd av lagar och förordningar.
Varumärkeskommunikation	Kommunikation som påverkar uppfattningen om Försvarsmakten, såväl internt som externt, och som bidrar till förtroende för Försvarsmaktens roll som samhällsbevarande aktör.
Påverkansoperation	Operation som initieras av en aktör och som har som målsättning att påverka beslut, uppfattningar och beteenden hos en statsledning, befolkning eller särskilt utpekade målgrupper i syfte att främja egna målsättningar. Kan bedrivas genom spridande av korrekt eller falsk information kompletterad med annat för ändamålet särskilt anpassat agerande.

Natos begrepp har inte exakt samma innebörd som de svenska. Här nedan redovisas några av Natos begrepp som är relevanta för militärstrategisk kommunikation.

Begrepp	Innebörd
Information Environment	The virtual and physical space in which information is received, processed and conveyed. It consists of the information itself and information systems.
Information Operations	Info Ops is a military function to provide advice and coordination of military information activities in order to create desired effects on the will, understanding and capability of adversaries, potential adversaries and other NAC approved parties in support of Alliance mission objectives.
Public Affairs	NATO military PA is the function responsible to promote NATO's military aims and objectives to audiences in order to enhance awareness and understanding of military aspects of the Alliance. This includes planning and conducting media relations, internal communication and community relations.
Strategic Communications	Strategic Communication is the coordinated and appropriate use of NATO communications activities and capabilities – Public Diplomacy, Public Affairs, Military Public Affairs, Information Operations and Psychological Operations, as appropriate – in support of Alliance policies, operations and activities, and in order to advance NATO's aims.

Redaktionell information

Doktrintillägg Militärstrategisk kommunikation 2023 har tagits fram mot bakgrund av en förändrad omvärld och Försvarens omdiriktning mot ett nationellt försvar, enskilt eller tillsammans med andra parter, genom försvarsbeslutet 2015. 2023 fastställdes Militärstrategisk doktrin av samma skäl.

Då tillägget är nytt har ett antal frågeställningar av principiell karaktär varit nödvändiga att fördjupa, därför har remissarbetet tillägnats god tid.

Doktrintillägg Militärstrategisk kommunikation 2023 har genomgått fyra remisser. Flera diskussioner i olika seminarieformer har genomförts samt återkommande behandling hos brigadgeneral Mats Ström, som bidragit med avgörande inriktningar. Dessutom har avstämningar gjorts med J7 så att tillägget harmoniserar med DGO.

Dialog har förts med strategisk analysgrupp – utveckling (SAG-U). Under arbetet har allt underlag funnits tillgängligt på samarbetsyta emilia:
<http://samarbetsytor.emilia.swedi.mil.se/samarbetsytor/militarstrategiskdoktrin>

Sakansvarig

Carl A Karlsson, LEDS KOMM

Kärnarbetsgruppen

Johan Rodensjö, FHS

Robert Tolf, INS

Patrik Thomé, LedR

Anders Kallin, LEDS TF

Jenny Lundén, LEDS TF

Magnus Lavman, LEDS INRI

Hanna Lönn, Per Age, Anders Blom och Pontus Weström, INS samt Patrik Sternudd och Marie Westberg, LEDS CIO har också lämnat avgörande bidrag. Stöd har även lämnats av PROD och JUR.

Bildförteckning

I denna publikation förekommer följande bilder med verkshöjd:
Fotograf/Illustratör anges med namn och organisatorisk tillhörighet.

Bild nr	Fotograf/Illustratör	Hur FM säkrat rätten att använda bild
1	Louise Levin	Försvarmaktens bild. Louise Levin är anställd vid Flygstaben
2 5 6 7 10 11 12 15	Anna-Karin Wetzig	Försvarmaktens bild. Anna-Karin Wetzig är anställd vid FM FMLOG GP
3 22 25	Jimmy Croona	Försvarmaktens bild. Jimmy Croona är anställd vid SkyddC
4 8 21	Ingrid Ärfström	Försvarmaktens bild. Ingrid Ärfström är anställd vid FM FMLOG GP
9, 24	Bezav Mahmod	Försvarmaktens bild. Bezav Mahmod är anställd vid Stridsfotoavdelningen
13	Försvarmakten	Försvarmaktens bild
14	Karin Malmström	Försvarmaktens bild. Karin Malmström är anställd vid Stridsfotoavdelningen
16	Försvarmakten	Försvarmaktens bild
17	Björn Terring	Fri för användning
18	Antonia Sehlstedt	Försvarmaktens bild. Antonia Sehlstedt är anställd vid Stridsfotoavdelningen
19	Emil Byström	Försvarmaktens bild. Emil Byström är anställd vid Försvarmakten
20	Mats Nyström	Försvarmaktens bild. Mats Nyström är anställd vid Stridsfotoavdelningen
23	Saab	Fri för användning
26	Försvarmakten	Försvarmaktens bild
27	Astrid Amten	Försvarmaktens bild. Astrid Amten är anställd vid F 7
28	Anders Åberg, FMV	Fri för användning
29	Jesper Sundström	Försvarmaktens bild. Jesper Sundström är anställd F 21
30	Erik Dahlberg, Riksarkivet	Fri för användning
31	G Dyhlén, Riksarkivet	Fri för användning
32	Försvarmaktens skärmbild	Försvarmaktens bild

Källförteckning

I den här versionen av handboken har följande källor använts:

Källor utanför Försvarmakten

- Motståndskraft, Inriktningen av totalförsvaret och utformningen av det civila försvaret 2021–2025 (Ds 2017:66)
- Värnkraft, Inriktningen av säkerhetspolitiken och utformningen av det militära försvaret 2021–2025 (Ds 2019:8)

Källor inom Försvarmakten

- Försvarmaktens strategiska FMSI 2021–2030 FM2021:7333:1
- Doktrin för gemensamma operationer 2020, gällande från och med 2020-07-01
- Försvarmaktens arbetsordning 2021, gällande från och med 2021-01-30
- Militärstrategisk doktrin 2023, gällande från 22-07-01
- Svensk planerings- och ledningsmetod 2017, gällande från 2017-07-01
- Försvarmaktens handbok i Kommunikationstjänst 2021, gällande från och med 2022-01-01.
- MCDC, Military Implementation of Strategic Communication in Coalition Operations- A Practitioners Handbook, 2018

Dokrintillägget förklarar och förmedlar ett gemensamt förhållnings-sätt inklusive gemensamma begrepp för planering och genomförande av militärstrategisk kommunikation. Den bidrar till att öka förståelsen för hur militärstrategisk kommunikation används och leds.

Tillägget ska till tillsammans med MSD, DGO och övriga tillägg ses som en kompass i kombination med gott omdöme som ska ge vägledning för Försvarens personal i försvaret av Sverige.



FÖRSVARSMAKTEN