



Informaatiovaikuttaminen

Hallintovaliokunnan kuuleminen
30.9.2016

ST, Tutkija Saara Jantunen
strateginen analyysi
Doktriiniosasto



Puolustusvoimat

Försvarsmakten • The Finnish Defence Forces



Informaatiovaikuttamisesta

Informaatiovaikuttaminen ei ole vain median, somen tai muilla viestinnän keinoilla tehtyä vaikuttamista.

Informaatiovaikuttamisen kyky on kykyä tuottaa psykologisia vaikutuksia kaikilla mahdollisilla keinoilla – myös fyysisillä teoilla.

Tavoitteena on vaikuttaa ihmisten käyttäytymiseen.





Informaatiopsykologinen taistelu osana venäläistä operaatiota: "4:1"

Vaihe 1: Informaatiopsykologinen taistelu on johtava rooli vastustajan alistamisessa moraalisesti, psykologisesti ja kognitiivisesti.

Vaihe 2: Epäsymmetriset ja epäsuorat keinot (pol, mil, econ, info, techno) vastustajan sotilaallisten suorituskykyjen neutralisoimiseksi (minimaalinen sotilaallinen vaikuttaminen)

Vaihe 3: Ei-sotilaalliset keinot vastustajan sotilaallisen voimankäytön estämiseksi ja vastustajan maineen mustaaminen kansainvälisessä yhteisössä.

Vaihe 4: Hämäys- ja disinformaatiokampanjat (maskirovka) hyökkäyksen ajankohdan, laajuuden ja luonteen peittämiseksi.

Vaihe 5: Kumoukselliset erikoisoperaatiot kohdeyhteiskunnassa

Vaihe 6: Kineettinen vaihe alkaa ilmasotana ja kohdistuu kohdeyhteiskunnan strategiaan ja kriittisiin kohteisiin.

Vaihe 7: Alueellinen haltuunotto ja miehitys

Lähde: Adamsky, Dmitry (2015) Cross Domain Coercion: The Current Russian Art of Strategy.





Teoriasta nousevia ajatuksia

- Informaatiogeopolitiikka: maa-alueiden hallintaa kompensoidaan kognitiivisella etupiirillä, jonka alueella väestöä hallitaan kognitiivisessa ulottuvuudessa
- Refleksiivinen kontrolli: suostuttelun ja pakottamisen yhteisvaikutus, venäläinen tapa käyttää "soft poweria" (toisin kuin esim. Yhdysvalloilla, jolla painotus suostuttelussa)
- Sekä salakavala ja taitava vaikuttaminen että tökerö hämmentäminen ovat kumpikin osa informaatiopelotetta (*information deterrence/coercion*)





Tästä hetkestä tulevaisuuteen

1. Pehmeät kohteet entistä keskeisempiä

- Sekä yksilötasolle räätälöity että laajoihin yleisöihin kohdistuva psykologinen vaikuttaminen
 - Yksilötaso: avainhenkilöiden ja kansalaisten hakkerointi tai "psyykkaaminen", (ml. väkivallan uhka) vaikutusten luomiseksi
 - Suuri yleisö: Mediaoperaatiot

2. Arjen keinot ja arjen ilmiöt

- Vaikuttamisoperaatioissa nousevat epäsuorat ja arjen keinot ja alustana toimivat arjen ilmiöt

3. Valtion rooli viestinnän kentällä heikkenee

- Epävirallisten verkostojen ja ei-valtiollisten toimijoiden merkitys korostuu erityisesti informaatioympäristössä

4. Yhtenäiskulttuurin heikkeneminen haastaa johtamisen

- Laaja-alainen hajautuminen (arvot, valta, mediamaisema, perinteinen puoluepolitiikka, kansallisajattelu, jne.)





Strateginen viestintä

- Suomella, toisin kuin suurimmalla osalla muista länsimaista, ei ole strategisen viestinnän "doktriinia"
- Valtionhallinnolta puuttuu keskeinen työkalu
 - tilannekuva
 - ennaltaehkäisy
 - tuki viestinnälle (yhtenäinen viesti, kyky reagoida)
 - viestinnän jatkuvuus ja kehittäminen
 - "Suomen tarina"
 - keino jalkauttaa kokonaisturvallisuutta kansalaistasolle

