

30. maj 2024

## **Vurdering af truslen fra fremmede staters påvirkningsvirksomhed i forbindelse med Europa-Parlamentsvalget den 9. juni 2024**

Fremmede stater og deres efterretningstjenester forsøger at påvirke politiske beslutningsprocesser og den almene meningsdannelse i Europa, også Danmark. Denne påvirkningsvirksomhed foregår konstant og er ikke alene fokuseret på valghandlinger. Påvirkningstruslen fra fremmede stater udgår primært fra Rusland og Kina.

Det er mindre sandsynligt, at Rusland vil prioritere at gennemføre en forberedt, systematisk og koordineret påvirkningskampagne mod det danske valg til Europa-Parlamentet. Dette skal bl.a. ses i lyset af, at FE og PET ikke forventer, at Danmark er et selvstændigt prioriteret mål for Ruslands påvirkningsaktiviteter. Det skyldes, at Rusland sandsynligvis betragter Danmark og den danske befolkning som mindre modtagelige over for russisk påvirkning.

Rusland har imidlertid omfattende kapaciteter til at udøve påvirkning. Det er derfor muligt, at Rusland gennemfører en hurtig, målrettet påvirkningsoperation mod Danmark, hvis der op til Europa-Parlamentsvalget opstår en mulighed for med begrænsede midler at opnå en stor effekt. Det kan f.eks. være, hvis der under valgkampen bliver rejst emner, som Rusland kan udnytte til at fremme sine interesser. En sådan ad hoc-operation kan bl.a. foregå ved gennem traditionelle og sociale medier at sprede fordrejet information eller decideret falsk information.

Det er muligt, at der også kan forekomme mere enkeltstående russiske forsøg på påvirkning, f.eks. ved at anvende falske profiler på sociale medier til at påvirke synet på kandidaterne.

FE og PET vurderer, at den aktuelle skærpede trussel fra Rusland i forhold til sabotage og andre såkaldte hybride virkemidler i og mod Europa ikke i sig selv øger truslen fra påvirkningsvirksomhed i forbindelse med Europa-Parlamentsvalget i Danmark.

Det er meget sandsynligt, at Rusland vil prioritere at påvirke Europa-Parlamentsvalget i udvalgte lande, hvor Rusland vurderer, at effekten af en påvirkningskampagne vil være større end i Danmark.

Ruslands invasion af Ukraine har ført til, at forholdet mellem Rusland og Vesten, også Danmark, er blevet kraftigt forværret. EU har reageret ved bl.a. at indføre omfattende sanktioner mod Rusland og suspendere samarbejdet med Rusland på en lang række områder. Rusland anvender påvirkning som instrument til at skabe splittelse mellem de enkelte EU-lande og svække opbakningen til sanktionerne mod Rusland og til EU's fortsatte økonomiske støtte til Ukraine. Her er de enkelte landes europaparlamentarikere og beslutningsprocesser i Europa-Parlamentet også løbende mål for russiske påvirkning.

Hvis Danmark bliver ramt af russiske påvirkningsaktiviteter i forbindelse med Europa-Parlamentsvalget, er det sandsynligt, at det vil være en del af en bredere russisk påvirkningskampagne om de vestlige landes opfattede anti-russiske politik og EU's og NATO's konfrontatoriske kurs mod Rusland.

## Formålet med påvirkning

Der er mange eksempler på, at lande forsøger at påvirke meningsdannelsen eller politiske beslutningsprocesser i andre lande eller internationale organisationer for at fremme deres egne interesser. Påvirkningsvirksomhed er ofte rettet mod at udnytte eksisterende skillelinjer i en befolknings holdninger, hvor det er let at skabe konflikt og polarisering. Fremmede stater forsøger også mere målrettet at påvirke enkelte beslutningstagere i en mere favorabel retning. Påvirkningsaktiviteterne kan være målrettet konkrete begivenheder, f.eks. valghandlinger, men foregår i ligeså høj grad i det daglige.

Den teknologiske udvikling har frembragt en række nye redskaber, som statslige aktører kan anvende til at understøtte påvirkning i forbindelse med valghandlinger. Dette gælder f.eks. muligheden for at anvende cyberangreb som led i påvirkningsaktiviteter i form af 'hack og læk' operationer, hvor oplysninger stjæles og dernæst offentliggøres for at skade offerets omdømme eller understøtte et budskab.

Ligeledes har udviklingen af kunstig intelligens (AI) potentiale til at accelerere truslen fra desinformation, herunder ved at give fjendtlige aktører flere værktøjer til at producere desinformation af høj indholdsmæssig kvalitet. Eksempelvis kan generativ AI, der kan generere originalt indhold, anvendes til at gøre desinformation mere realistisk, hvilket kan øge risikoen for, at modtagerne faktisk bliver vildledt. Dette gælder både i forhold til desinformation baseret på tekst samt desinformation baseret på billeder, video, lyd mm. – såkaldte Deep Fakes.

Kina har meget omfattende kapaciteter til at gennemføre påvirkningskampagner. Der foregår løbende kinesisk påvirkning mod europæiske befolkningsgrupper og beslutningstagere. Kina er især bekymret for konsekvenserne af EU's forsøg på at begrænse risici ved samarbejdet med Kina.

Kina anvender i stigende omfang påvirkningskampagner til at fremme det kinesiske kommunistpartis fortælling om Kina, undertrykke kritik på områder, Kina anser som følsomme, skubbe politiske diskussioner i Europa i en mere kinavenlig retning og så splid mellem europæiske lande for at undgå et samlet og kinakritisk EU. Endelig forsøger Kina at svække det europæiske partnerskab med USA.

Det er mindre sandsynligt, at Kina vil prioritere at påvirke Danmark specifikt i forbindelse med valget. Hvis Kina alligevel forsøger at påvirke valget, vil det sandsynligvis ikke være gennem forberedte, systematiske og koordinerede kampagner rettet mod offentligheden, men i stedet målrettede forsøg på at fremme en mere pro-kinesisk politik eller påvirke politiske beslutninger i Kinas favør i udvalgte lande eller EU-institutioner. Det kinesiske kommunistparti gør også en stor indsats for at kontrollere kinesere, der bor i udlandet, og for at bruge dem til at fremme Kinas interesser ved at øve indflydelse på opinionen og de politiske processer i de lande, de opholder sig i.

Det er muligt, at der fra kinesisk side kan forekomme enkeltstående påvirkningsforsøg, f.eks. ved at anvende falske profiler på sociale medier for at påvirke synet på kandidaterne.

## Om påvirkningskampagner

Man kan inddele påvirkningskampagner i tre hovedtyper.

**Lange kampagner** forsøger at udbrede en række narrativer, som er stærkt kritiske over for Vesten og vestlige politiske sammenslutninger, f.eks. EU. Rusland og Kina anvender lange kampagner til over lang tid at påvirke vestlige befolkningsgrupper og beslutningstagere bl.a. gennem medier og sociale medier til at tro på de to landes egne narrativer.

**Forberedte kampagner** er planlagte, systematiske og koordinerede. Kampagnerne skal opnå et *konkret* strategisk mål, som afsenderen anser for tilstrækkeligt vigtigt. De midler, som indsættes, afhænger af målgruppen.

**Ad-hoc** operationer er målrettede, specifikke påvirkningsoperationer mod enkelte mål eller på baggrund af enkelte hændelser. De opstår enten som reaktion på en spontan opstået mulighed eller et pludseligt opstået behov. Landet anvender de midler, som umiddelbart kan aktiveres på kort tid.