



**Forsvarets høgskole**

**2011**

**Masteroppgave**

# **Strategisk kommunikasjon**

*En analyse av ekstern kommunikasjon i NATO*

**Kåre Haugen**

## Summary

Strategic communication is a wage. This master paper discusses the term from the widest definitions to NATO's strategic communication in Afghanistan. The paper argues that the essence of strategic communication is to convince a designated population to place their confidence in NATO's narrative. Strategic communication is a top-down process, where a politically approved narrative is communicated in every possible way, through kinetic and non-kinetic means. "In military operations, actions speak as loudly, if not louder, than words" (NATO, 2010).

But is the way NATO plans and performs strategic communication really supporting the alliance's desired end state in Afghanistan? This paper employs communication theory to analyze the way NATO strategic communication is conducted in the ISAF operation. The theoretical focal point is Jürgen Habermas's theory of communicative action.

The analysis argues that the NATO long-term goal, a self-sustained Afghanistan that represents no threat to the NATO members, can only be achieved through communicative social action - dialogue. Attempting to sell NATO's narrative in Afghanistan is a strategic social action, and will, according to the theory, be an obstacle for long-term relation building, trust, and coherent inner motivation for supporting the NATO effort in Afghanistan.

This paper argues that an open and curious approach to communication will be far more beneficial than the current strategic approach. If NATO utilizes its resources in collaboration with central and local Afghan leaders, the support for and success of the ISAF operation is far more likely. Relation building and respect for Afghan culture and tradition is the key to mutual understanding and a prerequisite for dialogue. A possible arena for this dialogue is the traditional Afghan jirga gatherings. Generative dialogue with NATO and among Afghan leaders, may convey the feeling that the Afghan people are masters of their own destiny. As a contrast to being occupied and being fed charity.

## Forord

*"An eye for an eye makes the whole world go blind." – Mahatma Gandhi*

Hvis alle kommuniserer strategisk, vil ingen lære noe. For å lære må man lytte uten forutinntatthet. Denne masteroppgaven er inspirert av undervisningen i strategisk virksomhetstyring og epistemologi ved Forsvarets høgskole. Her fikk vi endelig se på Forsvarets aktiviteter i et makro perspektiv. Hva er rasjonalet for at vi har et forsvar i Norge, og hva er rasjonalet for de handlemåter vi velger? Hvordan oppstår og realiseres strategi? Er våre handlemåter utviklet på grunnlag av mennesker som rasjonelle aktører, eller har vi også tatt hensyn til menneskets hang til å handle på bakgrunn av følelser?

Det har de siste åren vært en eksploderende utvikling innen informasjonsdomenet. Kampen om sannheten – kampen om den mest overbevisende historien har blitt mye mer synlig for oss alle. NATOs operasjonslinje for å vinne denne kampen – strategisk kommunikasjon – finner jeg svært interessant. Den har hatt høy prioritet, og har vært under stadig utvikling de siste ti år. Men jeg satt før jeg begynte på denne oppgaven med en følelse av at det måtte være noe vi – NATO gjorde fundamentalt feil på dette området – men hva? Etter å ha lest den tyske filosofen Jürgen Habermas refleksjoner over bakgrunnen for terrorhandlingen 11. september 2001, ble jeg inspirert til å forsøke å applisere kommunikasjonsteori på strategisk kommunikasjon i NATO.

Proessen med å skrive denne oppgaven har vært opplysende og engasjerende for meg. Ikke minst på grunn av all den gode hjelpen jeg har fått til å diskutere mine ideer underveis. Jeg ønsker å rette en spesiell takk til Hanne Kraugerud, Janne Haaland Mathlary, Målfrid Braut-Hegghammer (IFS), Geir Kalsen (FHS) og min biveileder Petter Lindqvist (FST).

I tillegg var jeg så heldig å få en nybakt doktor i filosofi som hovedveileder. Harald Høiback har både vært en inspirerende samtalepartner om oppgavens substans, og en fremragende veileder til gjennomføring av skriveprosessen. Harald har ved flere anledninger klart å rette min fokus mot de mest vesentlige delene av stoff jeg selv hadde funnet. Slik har han hjulpet med å sortere alle digresjonene i mitt hode til en relativt stringent masteroppgave.

## Innhold

<b>1. INNLEDNING .....</b>	<b>6</b>
1.1 PROBLEMFOMULERING .....	7
1.2 OPERASJONALISERING .....	8
1.3 METODE OG FORSKNINGSSTATUS.....	9
<b>2. STRATEGISK KOMMUNIKASJON .....</b>	<b>10</b>
2.1 STRATEGISK KOMMUNIKASJON SOM BEGREP .....	10
2.2 NARRATIVET .....	13
2.2.1 <i>Themes</i> .....	16
2.2.2 <i>Master Meassages</i> .....	18
2.3 FORMIDLING AV BUDSKAPET .....	18
2.4 STRATEGISK KOMMUNIKASJON I NATO .....	20
2.4.1 <i>Virkemidlene</i> .....	22
2.5 STRATEGISK KOMMUNIKASJON I AFGHANISTAN .....	26
2.6 STRATEGISK KOMMUNIKASJON I DET NORSKE FORSVARET .....	32
<b>3. KOMMUNIKASJONSTEORI.....</b>	<b>35</b>
3.1 JÜRGEN HABERMAS "THEORY OF COMMUNICATIVE ACTION" .....	35
3.2 RICHARD RORTYS KRITIKK AV HABERMAS .....	40
3.3 HERMENEUTIKK .....	43
3.4 DIALOG .....	44
3.4.1 <i>Forutsetninger for dialog</i> .....	47
3.4.2 <i>Ledelse og gjennomføring av dialog</i> .....	50
<b>4. DRØFTING AV STRATEGISK KOMMUNIKASJON I NATO .....</b>	<b>52</b>
4.1 FORUTSETNINGER FOR STRATEGISK KOMMUNIKASJON I NATO OG ISAF .....	52
4.2 ANALYSE (APLISERING AV TEORI).....	54

4.2.1	<i>Narrativet – strategisk eller kommunikativ sosial handling.....</i>	54
4.2.2	<i>Drøfting av NATOs kommunikasjons metoder.....</i>	55
4.2.3	<i>Evaluering av NATOs tilrettelegging for dialog .....</i>	60
4.3	<b>SYNTESE .....</b>	<b>63</b>
4.3.1	<i>Hva er det store bildet – hva er rasjonalet for NATO med ISAF? .....</i>	63
4.3.2	<i>Hvilken type kommunikasjon vil ha best forutsetning for å lykkes i teorien .....</i>	65
4.3.3	<i>Broen mellom Habermas og Mullen .....</i>	67
4.4	<b>ANALYSE AV NATOS STRATEGISKE KOMMUNIKASJON I LYS AV SYNTESEN .....</b>	<b>68</b>
4.4.1	<i>Hva slags kommunikasjon er programfestet policy for NATO I Afghanistan (intensjon) .....</i>	68
4.4.2	<i>Hva slags kommunikasjon realiserer NATO i Afghanistan?.....</i>	69
4.4.3	<i>Behov for ulike typer kommunikasjon ved forskjellige anledninger.....</i>	70
5.	<b>KONKLUSJON .....</b>	<b>71</b>

# 1. Innledning

*“...despite lack of an agreed definition, there is a vague impression of consensus that when one of us says ‘strategic communication,’ we all know what we are talking about”*

*- Christopher Paul (Paul, 2010).*

Strategisk kommunikasjon omtales mye både i militære og sivile sammenhenger. Det er lett å få inntrykk av at det er viktig, men også vanskelig å lykkes med. Men hva innebærer egentlig begrepet? Denne oppgaven vil fokusere på strategisk kommunikasjon innen NATO. Strategisk kommunikasjon adresserer helt vesentlige utfordringer ved bruk av militærmakt, fordi alle militære operasjoner har en kommunikasjonsside, villet eller ikke<sup>1</sup>. Spesielt gjelder dette kinetiske virkemidlene.<sup>2</sup> Militær maktbruk generelt, og skader på sivile spesielt, kommuniserer sterkere enn veibygging og muntlige forsikringer om at vi ønsker lokalbefolkningens beste. Commander S. A. Tatham omtaler strategisk kommunikasjon som en samordning av kommunikasjonseffekten av alle tiltak i en helhetlig kampanje. Alt fra pressemeldinger til tap av sivile menneskeliv (Tatham, 2008). Strategisk kommunikasjon er dermed er forsøk på å planlegge det helhetsinntrykket en avsender ønsker definerte målgrupper skal danne seg. De siste tiårene har dette fått stadig mer fokus. Den samme perioden har vært preget av en betydelig utvikling innen informasjonsdomenet. Tilgang på mobiltelefoner, internett og dermed sosiale medier nær sagt over hele kloden, har åpnet tilgangen til verdens oppmerksomhet for store deler av verdens befolkning. BBCs krigskorrespondent og nyhetsanker – Nik Gowing beskriver dette i sin bok ”Sky full of Lies and Black Swans.” Mobiltelefoner med kamera har blitt vanlig selv i verdens fattigste land. Dette muliggjør nærmest sanntids publisering av enhver hendelse av offentlig interesse hvor som helst i verden. Noe som gir mulighet for en helt ny grad av innsyn og transparens i militære operasjoner og de menneskelige konsekvensene av disse.

*“...the forces at work are not new. But the relentless nutcracker pressures of time and real-time transparency are. So are the fragmentation and low-tech empowerment of the media space” (Gowing, 2009, p. 18).*

---

<sup>1</sup> Sitat fra Oberst Petter Lindqvist, StratCom rådgiver i den norske Forsvarsstaben

<sup>2</sup> Kinetiske virkemidler: Militær terminologi – brukt for å beskrive virkemidler som utløser kinetisk energi, som prosjektiler, granater, missiler og lignende.

Utviklingen har ført til en endring av forutsetningene for hvordan diplomati og militærmakt fungerer. Dagens situasjon gir relativt små miljøer muligheten til å påvirke store deler av verden. Samtidig skaper den nye mediesituasjonen store utfordringer for militærmaktens presse- og informasjonsapparats muligheter til å nå frem med et planlagt og velfundert budskap. Resipientenes interesse er rettet mot nær sanntids hendelser, ikke mot planlagte budskap. Diplomatiske kommunikasjonsprosesser har lett for å være byråkratiske og trege.

Disse forholdene skaper et mulighetsrom for små aktører til å sette agenda for verdenspressens fokus. Dette har gitt grupper som Al Qaeda og Taliban en stor kommunikasjonsmessig fordel i forhold til USA og NATO. Sosiale medier spilte også en vesentlig rolle for initieringen og organiseringen av opprørsbølgen i den arabiske verden i 2011.

Selv om vi i våre operasjoner i for eksempel Afghanistan har de beste intensjoner, er vi svært sårbare for å bli fremstilt som en aggressiv okkupant som handler kun i egeninteresse. Paradokset er at hva lokalbefolkningen tror, er viktigere enn hva som er virkeligheten. Hva kan vi gjøre for å forbedre denne situasjonen?

## 1.1 Problemformulering

Opprørsbekjempelse handler i stor grad om å påvirke hvor stor støtte opprøret har i lokalbefolkningen. Kognitive prosesser hos enkeltmennesker, i lokalsamfunn og regioner. I NATO snakker man om "...a general battle of perception..." (NATO, 2009c, pp. 5-6). Ola Bøe-Hansen kaller det "kampen om den mest overbevisende historien" (Bøe-Hansen, 2010). Fokus for denne oppgaven er ikke hva som skal til for å få folk til å tenke og handle slik vi ønsker de skal. Jeg vil heller velge en annen, og mer prinsipiell vinkling. Jeg vil stille spørsmål ved om måten NATOs systematiske satsning på å vinne denne kampen – satsningen på strategisk kommunikasjon, er formålstjenelig sett opp mot NATOs langsiktige målsetninger. Utgangspunktet blir strategisk kommunikasjon slik det beskrives i de NATO publikasjoner som er grunnlaget for ISAF operasjonen i Afghanistan. Som normativt grunnlag for en drøfting, vil jeg fordype meg i kommunikasjonsteori.

Denne oppgaven er en analyse av NATOs strategiske kommunikasjon på bakgrunn av utvalgt kommunikasjonsteori. Oppgavens problemstilling er:

**Hvor velegnet er NATOs satsning på strategisk kommunikasjon, til å nå alliansens målsetninger med ISAF operasjonen i Afghanistan?**

## 1.2 Operasjonalisering

I første del av oppgaven vil jeg definere hva strategisk kommunikasjon innebærer i sikkerhetspolitisk kontekst. Jeg vil tilnærme meg dette med utgangspunkt i strategisk kommunikasjon som begrep, for så og snevre meg inn mot strategisk kommunikasjon i NATO, før jeg snevrer ytterligere inn til strategisk kommunikasjon i ISAF operasjonen. Som kilder vil jeg bruke litteratur og artikler om strategisk kommunikasjon samt offentlige publikasjoner fra NATO.



*Figur 1 – Illustrasjon av oppbygging av oppgavens deskriptive del (trakt)*

Jeg vil også kort presentere noen eksempler på sikkerhetspolitisk bruk av strategisk kommunikasjon fra ISAF operasjonen i Afghanistan.

Videre vil jeg redegjøre for valgt kommunikasjonsteori. Mitt utgangspunkt er Jürgen Habermas "Theory of Communicative Action" (Habermas, 1984). For å balansere teorikapittelet vil jeg også redegjøre for kritikk mot Habermas. Jeg vil så velge ut utfyllende teori på bakgrunn av funn hos Habermas og eventuelt hans kritikere<sup>3</sup>.

Til sist vil jeg drøfte problemstillingen gjennom å applisere valgt kommunikasjonsteori på sammenstilt strategisk kommunikasjonslitteratur. Drøftingen vil ikke være normativ, men vil analysere strategisk kommunikasjon, på bakgrunn av utvalgt kommunikasjonslitteratur. Jeg vil imidlertid også vurdere om det innenfor valgt teori, kan finnes alternative måter å fasilitere NATOs kommunikasjon på.

---

<sup>3</sup> Etter "snøballmetoden"

## 1.3 Metode og forskningsstatus

Oppgaven er lagt opp som en litteraturstudie. Mitt bidrag er å anvende kommunikasjonsteori på strategisk kommunikasjon i NATO. Oppgavens problemstilling tar ikke sikte på å være forklarende – men søker forståelse. Jeg velger derfor å bruke en hermeneutisk analyse metode. Dette er en metode som fremmer fortolkning og forståelse av mennesker og innsikt i meningssammenhenger. Hermeneutikk handler om å forstå, ikke forklare fenomener.

Et kritisk parameter ved denne oppgaven er mitt utvalg av kommunikasjonslitteratur. Valget med å ta utgangspunkt i Jürgen Habermas teorier, ble tatt etter å ha lest boken ”Filosofi i terrorens tid” (Habermas & Derrida, 2005). Giovanna Borradori intervjuer her Jürgen Habermas og Jaques Derrida om situasjonen etter 11. september 2001. Habermas presenteres i boken på følgende måte:

*”Europas førende nulevende filosof og kendt for sit stærke engasjement i samfunnsdebatten på så vel nationalt som internationalt plan. Professor emeritus ved Frankfurt Universitetet. Hans hovedverk er teorien om den kommunikative handling fra 1981” (Habermas & Derrida, 2005, bakside omslag)*

I boken argumenterer Habermas om bruk av kommunikativ handling for å bekjempe de samfunnsmessige utfordringene han mener ligger bak hendelsen 11. september 2001. Jeg velger derfor å ta utgangspunkt i Habermas ”Theory of Communicative Action” for denne litteraturstudien. Det er imidlertid vesentlig for oppgaven at Habermas teorier balanseres mot andres, og gjerne kritiske teorier. Jeg velger den amerikanske filosofen Richard Rorty som utgangspunkt for kritikk av Habermas. Både Rorty og Habermas har skrevet mye om kommunikasjon. De har i tillegg begge direkte kritisert hverandres teorier.

## 2. Strategisk kommunikasjon

### 2.1 Strategisk kommunikasjon som begrep

Strategisk kommunikasjon er et redskap som kan brukes til alt fra å sikre politikere gjenvalg til oppnåelse av langsiktige sikkerhetspolitiske målsettinger. Det disse ytterlighetene har til felles, er at det har med å påvirkning av store populasjoner å gjøre. Begrepet strategisk kommunikasjon gir de fleste klare konnotasjoner, men disse kan like gjerne være negative som positive. Hvorfor er det slik?

Strategisk kommunikasjon er et sammensatt begrep. De fleste har nok en rimelig klar formening av ordene strategisk og kommunikasjon. Når man setter de sammen til strategisk kommunikasjon, er det imidlertid ikke like stor konsensus rundt hva den enkelte legger i begrepet.

Hvis vi går tilbake til ordet strategisk, kommer det av det greske ordet strategos. Det betyr hærfører, altså den som leder hæren mot sine målsetninger. Det er nettopp dette som har blitt den moderne betydningen av strategi. Hvordan man går frem for å oppnå målsetninger. Dette kan være en tilstand, som et stabilt og fungerende Afghansk land, eller det kan være en vellykket fusjon av to store konserner. Strategi er veien mellom dagens situasjon og dit man vill.

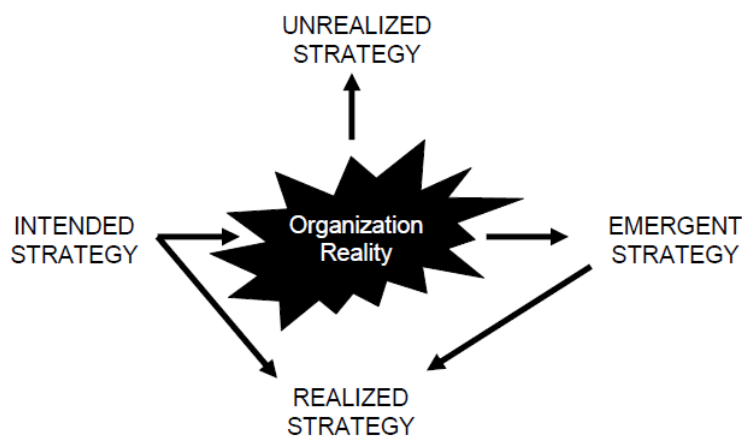
Ordet kommunikasjon kommer av det latinske ordet communicare som er akkusativ form av ordet communis. Det betyr felles. Communicare betyr dermed å dele eller å gjøre felles.

Ordet kommunikasjon ble nok opprinnelig brukt om offentlig utveksling og meningsbrytning, men brukes i dag også om både lukket og enveis formidling (ikke utveksling) av informasjon.

Når man setter disse ordene sammen, må betydningen bli at man har en strategi for hvordan man kommuniserer. Et helt bevist forhold til hvordan man kommuniserer i hensikt å nå sine overordnede målsettinger. Begrepet strategisk kommunikasjon blir dermed et paradoks. Det bygger på det latinske ordet for å dele, men beskriver en prosess for å nå frem med sin egen vilje – nærmest det motsatte av å dele.

Sikkerhetspolitisk er det mange måter å kommunisere på. Det er ikke uvanlig å dele virkemidlene inn i diplomati, informasjon, militærmakt og økonomi (DIME<sup>4</sup>). Alle disse virkemidlene kommuniserer til ulike målgrupper. Summen av tiltakene over tid, vil påvirke avsenders omdømme. Omdømmet har alltid vært av vesentlig betydning både for sivile bedrifter som er avhengig av tillit på børsen, og militærmakt for å kunne avskrekke fiender og innby til sikkerhet hos egen befolkning.

Forfatteren Henry Mintzberg vektlegger i sin bok ”The Rise and Fall of Strategic Planning” (Mintzberg, 1994) kommunikasjonens betydning for både utvikling og gjennomføring av strategi. I følge Mintzberg utvikles den virkelige realiserte strategi, når den planlagte strategi møter organisasjonen som skal gjennomføre den, samt hverdagens virkelighet. Her oppstår i følge Mintzberg en ”Emerging” eller oppdukkende strategi. Hvis man overfører dette til sikkerhetspolitikk og militære operasjoner, medfører det at den strategi som faktisk realiseres i for eksempel ISAF operasjonen, ikke er den samme strategien som var plangrunnlaget for operasjonen. Den er et resultat av integrasjonen av den planlagte strategien med ideer og påvirkning under implementeringen. I følge Mintzberg er både intern og ekstern kommunikasjon av strategien, helt vesentlig for hva som blir den endelig realiserte strategien. Strategisk kommunikasjon blir dermed helt avgjørende for hvilken strategi som realiseres – og dermed hvilke resultater som oppnås.



Figur 2 – Illustrasjon av Mintzbergs strategi modell

---

<sup>4</sup> DIME = Diplomatic, Information, Military & Economic

Det er ikke hensiktsmessig å prøve å se på strategisk kommunikasjon isolert i militær sammenheng. Siden det er snakk om strategi, må en velge en sikkerhetspolitisk synsvinkel for at det skal gi noen mening. Steve Tatham er en engelsk offiser som har tatt doktorgrad på informasjon og folkeopinionens betydning i moderne krigføring. Han beskriver strategisk kommunikasjon som en av seks hoveddeler av det han kaller ”Adaptive campaigning.” En slik tilpasset, lærende og transformasjonsvillig kampanje, består i følge Tatham av en samordnet portefølje av følgende virkemidler; politikk, økonomi, humanitær & utvikling, etterretning, diplomati og strategisk kommunikasjon (Tatham, 2008). Den militære innsatsen skal underbygge alle seks delene av kampanjen. Mye litteratur om strategisk kommunikasjon er fokusert mot informasjonsdomenet. Tatham er derimot helt eksplisitt på at alle våre handlinger er med på å kommunisere. Militærets posisjon som maktmiddel gjør at de fleste militære handlinger har en sterk kommunikasjonsside. Eksempler på slike handlinger er fornyelse av strategiske våpen, større forflytninger av tropper eller skip, fangebehandlingen på Guantanamo basen, gjennomføring av operasjoner som setter lokale sivile i fare, soldatenes måte å oppføre seg på ovenfor lokalbefolkningen, bruk av passiv beskyttelse som pansring og hjelm, samt respekt for lokale maktforhold og skikker. Tatham foreslår følgende definisjon for strategisk kommunikasjon:

*“A systematic series of sustained and coherent activities, conducted across strategic, operational and tactical levels, that enables understanding of target audiences, identifies effective conduits, and develops and promotes ideas and options through those conduits to promote and sustain particular types of behaviour” (Tatham, 2008, p. 3).*

Det de fleste definisjoner av strategisk kommunikasjon har til felles, er sammenhengen mellom overordnet målsetting og ekstern kommunikasjon. Det at våre kommunikative handlinger på alle nivåer skal underbygge vår overordnede målsetning og strategi. Vi forsøker å spre vårt eget budskap, og forsvare oss mot å bli påvirket av andres. Hva skiller egentlig dette fra propaganda?

Propaganda kommer opprinnelig fra det latinske ordet propagare, som betyr innpoding av skudd fra en plante til en annen. Altså å innplante og dyrke frem tanker man ønsker en målgruppe skal tenke. Historien har mange eksempler på at dette har vært effektivt. Det er først etter Nazismen og propagandaminister Goebbels kampanjer, at ordet propaganda har blitt nærmest en tabu. Strategisk kommunikasjon har til felles med propaganda, at avsenderen har et budskap som ønskes solgt inn. Strategisk kommunikasjon har imidlertid ikke de samme negative konnotasjonene som preger propaganda i vår tid. Er egentlig

strategisk kommunikasjon bare et nytt og mer akseptabelt synonym for propaganda? Philip Taylor definerer propaganda på følgende måte: "...the deliberate attempt to persuade people to think and behave in a desired way" (Taylor, 2003, p. 6). Utførelsen av propaganda beskriver han som "...conscious, methodical and planned decisions to employ techniques of persuasion designed to achieve specific goals that are intended to benefit those organizing the process" (Taylor, 2003, p. 6). Både definisjon og utførelse kunne ha vært brukt om planleggingsarbeide ifm strategisk kommunikasjon. Det er allikevel en vesentlig forskjell. Jeg synes Taylor illustrerer også dette godt:

*"Propaganda is part of the struggle for perceptions in which words attempt to speak as loud as actions, and sometimes even to replace the need for action. It works most effectively when words and deeds (the propaganda and the policy) are synchronous..." (Taylor, 2003, p. 8).*

Propaganda foregår innen informasjonsdomenet. Propaganda dreier seg om "words." Strategisk kommunikasjon er planlegging og synkronisering av både "words and deeds." Jeg mener derfor propaganda ikke kan brukes som et synonym for strategisk kommunikasjon. Jeg har imidlertid ikke like store problemer med å nytte propaganda som synonym for et av de legitime virkemidlene innen strategisk kommunikasjon – psykologiske operasjoner. Dette virkemiddelet vil bli beskrevet i pkt 2.4.1.

## 2.2 Narrativet

*"All the world is a stage, and all the men and women merely players"*  
- William Shakeseare (Shakespeare, 1623).

Dette berømte sitatet fra rollefiguren Jaques i William Shakeseare's "As you like it" er et godt bilde på hva man innen strategisk kommunikasjon mener med et narrativ. Mennesker har behov for å se sine liv og sine handlinger i en større kontekst. Grunnlaget for denne konteksten er vanligvis kollektiv. Kultur, religion, tradisjon og lokale normer former en historie, som beskriver hvordan vi oppfatter verden rundt oss. Denne konteksten blir menneskets foretåelseshorisont – vår historie – vårt narrativ. De hendelser som inntreffes forstås på bakgrunn av dette narrative. Slik jeg tolker Shakespeare, blir dette narrative så viktig for oss, at vi lever våre liv i henhold til det. Vi spiller den rollen vi føler vi er tildelt. Siden store deler av narrative er kollektivt, vil dette gi oss en følelse av tilhørighet. Hendelser som er i konflikt med vårt narrativ, vil kunne gjøre oss usikre. Det er naturlig og

holde fast på, og prøve å bevare troen på narrativet, da det gir oss trygghet. Persepsjonen blir derfor lett selektiv. Vi legger vekt på hendelser som bekrefter narrativet, og ser bort fra eller bortforklarer hendelser som ikke passer inn i narrativet.

Narrativet kan justeres over tid, gjerne kollektivt, slik av individet får bekreftet sine egne antagelser. Traumer eller andre sjelsettende hendelser kan medføre et bytte av narrativ. Dette vil for et menneske innebære et paradigmeskifte. Verden har ikke forandret seg, men vedkommendes måte å forstå verden har forandret seg. Mennesket lever i en ny historie. Når mennesker med helt forskjellig narrativer lever nært hverandre, vil de derfor forstå hendelser ulikt. Dette kan føre til alvorlige konflikter. Militær maktbruk kan initiere eller forsterke slike forhold<sup>5</sup>.

Narrativet er en viktig del av menneskers motivasjon for hvordan de velger å handle. I ytterste konsekvens kan et narrativ ha så sterk påvirkning på mennesker, at det kan få de til å melde seg frivillig som selvmordsbombere. Erkjennelsen av dette er antageligvis grunnlaget for narrativets vektlegging innen strategisk kommunikasjon. Hovedmålsetningen med strategisk kommunikasjon er at målgrupper gjennom akkumulering av budskap og persepsjon av handlinger, skal danne seg et helhetlig bilde. Strategisk kommunikasjon bygger oppunder et bevist valgt narrativ. Målsetningen er at samtlige av avsenders signaler og handlinger, skal underbygge narrativet, slik at resipientenes bilde etter hvert stemmer overens med avsenders narrativ.

Narrativet er avsenderens fortelling, avsenderens historie. Det er imidlertid en mulighet for to nivåer her. Det narrativet vi selv tror på, og det narrativet vi vill at andre skal tro på. Strategisk kommunikasjon kan brukes til å selge inn både autentiske og konstruerte narrativer. Narrativet er det avsenderen vil skal være den mest overbevisende historien, uansett hva han selv måtte tro på.

---

<sup>5</sup> Et nærliggende eksempel er den tyske okkupasjonen av Norge under andre verdenskrig. Befolkningens politiske synspunkt skapte et skille i narrativet mellom finnmarkingene. – Tyskerne som okkupanter eller som beskyttelse mot den røde fare fra øst... Og da Den røde arme hadde nedkjempet tyskerne, og ble stående igjen med styrker i Finnmark. - Russerne som frigjørere eller som ekspansive kommunister... Etter krigen var dette skillet fortsatt vanskelig å leve med. Lokal polarisering oppstod, for eksempel i Kiberg, der den generelle holdningen ble sett på som mer pro russisk enn i resten av fylket. Mange takket til og med ja til å flytte over på russisk side av grensen.

Steve Tatham beskriver narrativet på følgende måte: "Narratives are the foundation of all strategy. They are the organizing framework for policy and the definitive reference for how events are to be argued and described" (Tatham, 2008, p. 9). Narrativet skal binde sammen den samlede innsatsen og kommunikasjonen for et land eller en koalisjon som NATO. Det er helt vesentlig at det er enighet og en felles forståelse og aksept for narrativet internt. I komplekse situasjoner som ISAF, der en rekke land, GO<sup>6</sup>er og NGO<sup>7</sup>er er involvert, er dette en stor utfordring. For hvert særskilt land må innenrikspolitiske hensyn ofte veie opp mot de utenrikspolitiske målsettingene.

George Bush administrasjonens kampanje "The War on Terror" er et eksempel på slogan fra et narrativ. Osama bin Ladens narrativ for den samme kampanjen er "korstoget mot muslimene" (Nilsen, 2007). Begge narrative kan gi en rekke sterke konnotasjoner. Disse vil gjerne være helt forskjellige avhengig av resipientenes bakgrunn. Begge narrative oppfattes å være rettet mot en "intern" målgruppe. "The War on Terror" er ikke enkel å selge inn blant muslimer i Midt Østen, og "korstoget mot muslimene" er tilsvarende vanskelig å selge inn blant ikke muslimer i den vestlige verden.

ISAFs narrativ fra sommeren 2007 er derimot tydelig utformet for å kunne kommuniseres både i Afghanistan og blant medlemslandenes egen opinion.

---

<sup>6</sup> OG = Governmental Organization

<sup>7</sup> NGO = Non Governmental Organization

#### 4. NATO ISAF Goals for Afghanistan (NATO in Afghanistan: Master Narrative – 08 June 2007)

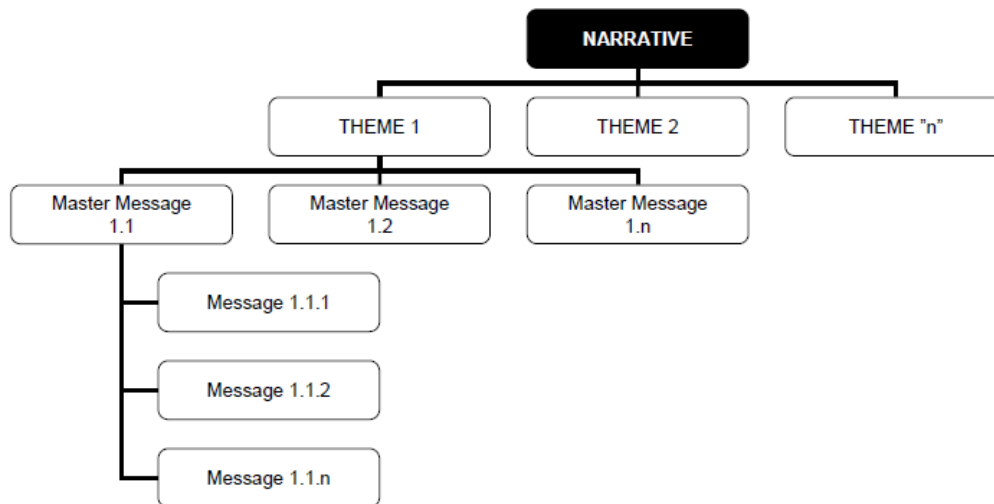
- a. The extension of government authority across Afghanistan
- b. The development of the Afghan government structures necessary to maintain security across the country without the assistance of international forces
- c. The establishment of a stable and secure environment in which sustainable reconstruction and development has taken hold
- d. The promotion by the Afghan government of democracy, human rights, and the rule of law
- e. NATO-ISAF provides indirect assistance to the Afghan authorities' counternarcotics operations through training and logistic, and in-extremis support, as appropriate. NATO/ISAF also helps the Afghan government to explain its counter narcotics policy to its people

*Figur 3 – ISAF master narrative fra 8. juni 2007 (Joint\_Warfighting\_Center, 2010, pp. J-2, faksimile)*

Hovedbudskapet synes å være at ISAFs målsetting er et mere stabilt, trygt og selvstyrt Afghanistan. Krigen mot terror er ikke lenger nevnt. Dette narrativet kunne også ha vært brukt som en beskrivelse av en ønsket slutttilstand, eller "End State" på NATO språket. Jeg vil komme tilbake til grunnlaget for NATOs narrativ for ISAF i underkapittel 2.5.

### 2.2.1 Themes

End State brytes under planlegging i NATO ned i "Objectives," eller målsettinger innenfor hoved innsatsområdene (NATO, 2005). På samme måte brytes også narrativet ned i hoved "Themes" eller temaer, for innsatsområdene som skal bygge opp under narrativet. Temaene er utformet for å kunne kommuniseres, og inneholder hovedbudskapet innefor respektive innsatsområder.



Figur 4 – Narrativ hierarkiet slik det beskrives i NATOs publikasjoner

Følgende eksempler er hentet fra ISAFs operasjon i Afghanistan (Joint\_Warfighting\_Center, 2010, pp. J-2):

#### Themes in Afghanistan

- The Government of the Islamic Republic of Afghanistan, NATO-ISAF, and the US are committed for the long term to ensuring a democratic, stable, peaceful Afghanistan that is inhospitable to terrorism. The Afghan people can rely on their allies, including the US government and NATO, to stay the course.
- Success in Afghanistan over insurgency, terrorism, violent extremism, and trafficking in narcotics is critical to the security of the Afghan people, the United States, our NATO Allies, Afghanistan's regional neighbors, and the international community.
- Afghanistan's security, reconstruction, and development needs remain large but the country has come a long way since the overthrow of the Taliban and the Government of the Islamic Republic of Afghanistan continues to make progress.
- Success requires a comprehensive approach that includes both security and stability and reconstruction and development.
- **The Taliban are a destructive force that targets innocent Afghan civilians. They engage in criminal activity and brutal tactics for their own gain and cannot offer long-term security, stability, or development for the people of Afghanistan.**

Disse temaene beskriver det ISAF vil skal være den mest overbevisende historien, både for befolkningen i Afghanistan og i egen opinion. Temaene er politisk godkjente. For ISAFs del vil dette formelt skje i NAC<sup>8</sup>. NATO beskriver temaene innen strategisk kommunikasjon på

<sup>8</sup> NAC = The North Atlantic Council (NATOs politiske ledelse med faste nasjonale representater)

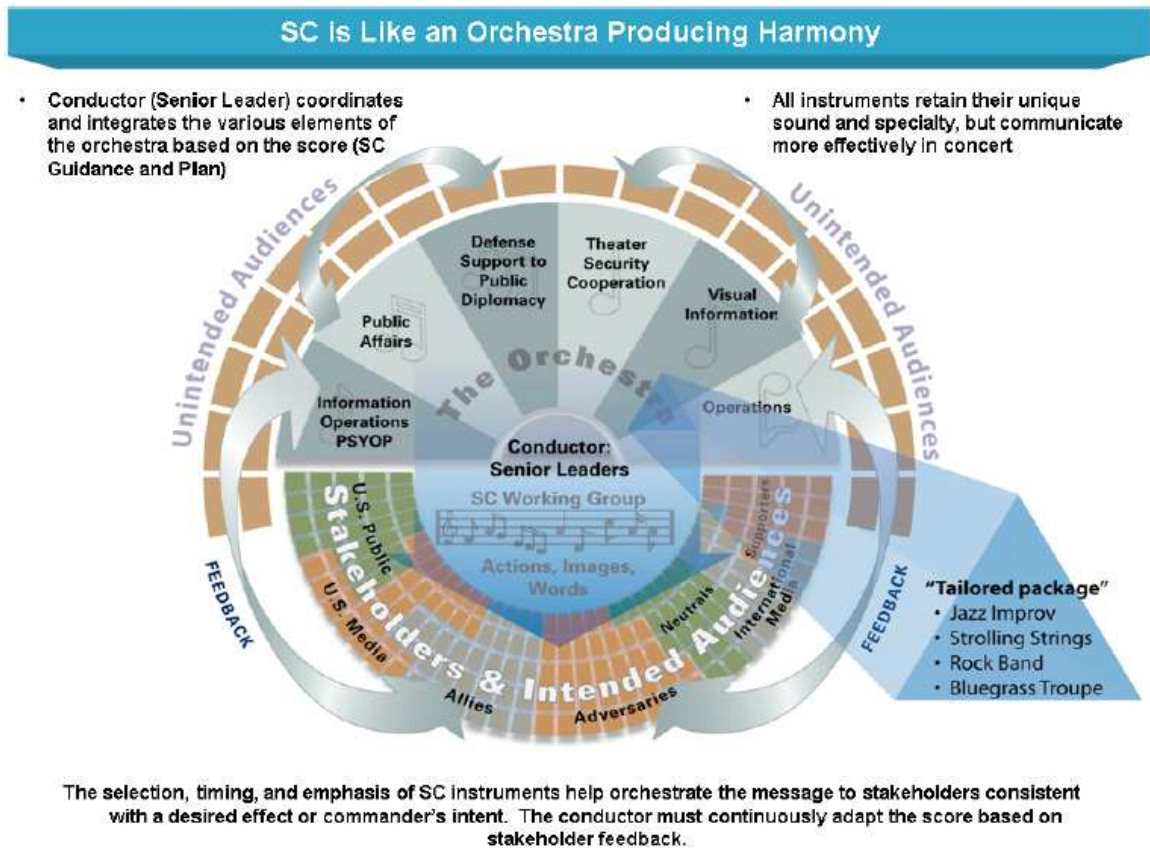
følgende måte: ”Themes express the context for messages to be conveyed to audiences and activities to affect targets” (NATO, 2009d). For å nå frem til de respektive målgruppene må imidlertid temaene deles opp i ”messages” eller meldinger, som er tilpasset de enkelte målgruppene.

### **2.2.2 Master Messages**

”Master Messages” eller hovedbudskap utarbeides som en del av den til en hver tid godkjente informasjonsstrategi (NATO, 2009d). Hvert tema har gjerne en rekke hovedbudskap tilpasset hver enkelt målgruppe. Innenfor rammen av disse godkjente budskapene utarbeides ”messages” eller tilpassede budskap på operasjonelt nivå i organisasjonen. Disse budskapene må være gjenstand for permanent evaluering og oppdatering, avhengig av politisk styring og utviklingen i operasjonsområdet. Det er også helt vesentlig at budskapene tilpasses den kultur målgruppen har. I tillegg må det tas hensyn til at budskap rettet mot en målgruppe kan bli oppfattet av andre målgrupper. Effekten et budskap for eksempel rettet mot sivile Pasjtunere i Afghanistan kan få, hvis det når opinionen i USA, må også vektlegges.

## **2.3 Formidling av budskapet**

Hvordan skal så narrativet formidles? Er det mulig å koordinere formidling gjennom alt fra politisk nivå til soldaten ute i felt? Dette er ubetinget en av de store utfordringene innen strategisk kommunikasjon. I USA har koordinering av strategisk kommunikasjon blitt sammenliknet med å dirigere et orkester (Joint\_Warfighting\_Center, 2010, pp. 4-II). Sivile og militære organisasjoner med mer eller mindre overlappende oppdrag, bidrar med å spille til forskjellige tider, tempo og volum, men alle skal spille etter de samme notene, narrativet brutt ned til respektive nivåer.



Figur 5 – Orkestermodellen (Joint\_Warfighting\_Center, 2010, fig II-1)

En god dirigent og et godt orkester trenger ikke nødvendigvis å spille god musikk. Orkesteret trenger også bra noter. Strategisk kommunikasjon kan brukes til å formidle alle typer budskap. Når man skal evaluere strategisk kommunikasjon er det derfor viktig å skille på budskapet man planlegger å formidle, og den faktiske formidlingen av dette narrative. Det er imidlertid en utfordring at dirigenten i denne sammenheng ikke dirigerer hele orkesteret. Det er ingen selvfølge at deltagende sivile ikke-nasjonale organisasjoner spiller i takt.

Orkestermodellen eller orkestermetaforen, er ikke noen metode for koordinering og distribusjon av strategisk kommunikasjon, verken nasjonalt i USA eller i NATO. Metaforen er i tillegg blitt mindre fremtredene i publikasjoner, og brukes nok mest som et bilde på utfordringer ved koordinering av strategisk kommunikasjon for uinnvidde. Orkestermodellen vil heller ikke bli brukt som modell videre i denne oppgaven, men kan også her få lov til å være et metafor for strategisk kommunikasjon. En massiv synkronisert distribusjon av et på forhånd politisk forankret narrativ. Nærmer beskrivelse av metoder for formidling av strategisk kommunikasjon vil følge i underkapittel 2.4.1.

## 2.4 Strategisk kommunikasjon i NATO

NATO doktriner er bygget hierarkisk opp. På toppen troner ”Allied Joint Doctrine AJP-01(C). Doktrinen legger til grunn en effektbasert tilnærming der det skal planlegges for den helhetlige effekten av NATOs handlinger. Dette medfører at eventuelle sekundæreffekter av NATOs handlinger også skal vurderes i planleggingsfasen. Informasjonsoperasjoner fremheves som en viktig del av dette, sammen med samarbeide med sivile organisasjoner som deltar i operasjonsområdet (NATO, 2007b, pp. 1-10 - 11-11). Når det gjelder kategoriseringen av tilgjengelige virkemidler i NATO er det i følge doktrinen ikke konsensus blant medlemslandene. Det er enighet om at alliansen kan dele sine virkemidler inn i minst tre kategorier; diplomatiske, økonomiske og militære instrumenter. Det er imidlertid dissens om det kan defineres et fjerde separate virkemiddel – informasjon. De land som ikke er enige i dette, mener at informasjon er en integrert i de tre øvrige instrumentene (NATO, 2007b, pp. 2-18 - 12-19).

Når man beveger seg videre ned i NATOs doktrine hierarki defineres informasjonsoperasjoner som en fellesoperativ funksjon på lik linje med kommando & kontroll eller manøver & ildgivning (NATO, 2007a, pp. 1-11 - 11-12). Informasjonsoperasjoner defineres som; ...coordinated and synchronized actions, to create desired effects on the will, understanding and capability of adversaries...”

SHAPE<sup>9</sup> publiserte i november 2009 et direktiv for strategisk kommunikasjon. Bakgrunnen for direktivet oppgis her å være at ”...the global role of information and media is critical to success” (SHAPE, 2009). Strategisk kommunikasjon beskrives som sentralt gjennom alle stadier av en operasjon for å påvirke ”public perceptions.” – Det vil si hvordan NATO og NATOs handlinger blir oppfattet. Strategisk kommunikasjon defineres i publikasjonen på følgende måte:

*”the coordinated and appropriate use of NATO communications activities and capabilities – Public Diplomacy, Public Affairs (PA) Military Public Affairs, Information Operations (Info Ops) and Psychological Operations (PSYOPS), as appropriate – in support of Alliance policies, operations and activities, and in order to advance NATO’s aims” (SHAPE, 2009).*

---

<sup>9</sup> SHAPE = Supreme Headquarters Allied Powers Europe

Dette er en mye snevrere definisjon enn både USA og Steve Tatham (UK) bruker, siden den har fokus på informasjons domenet alene, og ikke alle øvrige kommunikasjonseffekter NATOs handlinger måtte produsere. Først på operasjonelt nivå inkluderes de kinetiske virkemidlene i planleggingen av strategiske kommunikasjon gjennom Information Operations Coordination Board (NATO, 2009d, p. 37).

På strategisk nivå ligger hovedfokus på budskapet, på historien som skal overbevise. SHAPE StratCom har følgende definerte hovedoppgaver (SHAPE, 2009, p. 9):

- Generere "Themes and Messages" for godkjenning i NAC
- Kontinuerlig distribusjon av oppdaterte budskap
- Kvalitetssikre at budskapene er forstått, oppdatert og riktig formidlet
- Søke selv å spre ønsket informasjon kontinuerlig i informasjons domenet
- Kvalitetssikre klar link mellom budskap og handlinger. "Key Audiences" respons skal monitoreres og NATOs handlinger skal forklares, rettfærdiggjøres eller hvis nødvendig modifisere policyer eller handlemåter.

I juli 2010 utstedet imidlertid NATOs Militærkomité (MC) et nytt konsept for strategisk kommunikasjon (NATO, 2010), som representerte et brudd med det tidligere fokuset mot informasjonsdomene alene. Konseptet beskriver en målsetning om at strategisk kommunikasjon skal være en integrert del av både NATOs militære operasjoner og den helhetlige kampanjen som disse operasjonene er en del av. Dokumentet retter også i mye større grad enn tidligere fokus mot den helhetlige kommunikasjonen av NATOs handlinger. "In military operations, actions speak as loudly, if not louder, than words" (NATO, 2010, p. 2, 4-2 b.). Konsekvensen av denne erkjennelsen er at strategisk kommunikasjon skal søkes integrert så tidlig som mulig i planleggingen. Alle NATOs mannskaper, handlinger og operasjoner, har et potensial for å kunne kommunisere strategisk for globale målgrupper. Suksesskriteriet for strategisk kommunikasjon beskrives som evnen til å kunne integrere handlinger, ord og bilder. Det presiseres at denne integreringen er et lederansvar. Dette dokumentet representerer en utvidelse av begrepet strategisk kommunikasjon i NATO, og

tilnærmer seg i mye større grad enn tidligere Tathams<sup>10</sup> definisjon. Det poengteres imidlertid at NATOs AJPer "...are not fully integrated, and lack a comprehensive, overarching point of view" (NATO, 2010, p. 8).

### 2.4.1 Virkemidlene

Det viktigste og samtidig mest utfordrende virkemidlet innen strategisk kommunikasjon i NATO er koordinering, synkronisering og integrering av den helhetlige kommunikasjonseffekten NATOs handlinger gir. Slik NATOs nye konsept for strategisk kommunikasjon beskriver det, er dette først og fremst et spørsmål om ledelse og planlegging. Planlegging og synkronisering av NATOs operasjoner gjennomføres som tidligere omtalt i hovedsak på operasjonelt nivå i Information Operations Coordination Board (IOCB). Dette er derfor et viktig forum i NATO. IOCB vurderer den helhetlige effekten av planlagte handlemåter før de besluttes gjennomført. Spesielt potensielle ikketilsiktede effekter av kinetiske virkemidler, vurderes opp mot hva NATO ønsker å kommunisere. Dette gjelder også effekten av annen militær maktutøvelse eller opptreden. IOCB inkluderer derfor blant annet Targeting<sup>11</sup>, representant for hver av komponentene<sup>12</sup>, politisk rådgiver (POLAD), juridisk rådgiver (LEGAD), kulturell rådgiver (CULAD) og CIMIC<sup>13</sup>. I tillegg kommer representantene innenfor informasjons domenet som presse & info, InfoOps og PSYOPS. Her diskuteres også "Lessions Identified" fra tidligere aksjoner, spesielt med tanke på utilsiktede effekter, slik at fremtidige aksjoner skal bli mer vellykkede. IOCB er imidlertid et av flere styreverv som er underlagt operasjonelt nivå's øverste organ Joint Coordination Board (JCB). Det vil derfor i praksis være både personavhengig, og kunne være gjenstand for indre maktkamp i hovedkvarteret, hvor stor vekt det legges på deltakelse i, og resultatet fra IOCB. Den viktigste premissgiveren her er nok operasjonell Commander. Dette understreker at strategisk kommunikasjon først og fremst er et spørsmål om ledelse, også i NATO.

---

<sup>10</sup> Refererer til Steve Tathams definisjon i underkapittel 2.1

<sup>11</sup> Targeting er NATOs prosess for utvelgelse og klarering av mål operasjonene skal rettes mot.

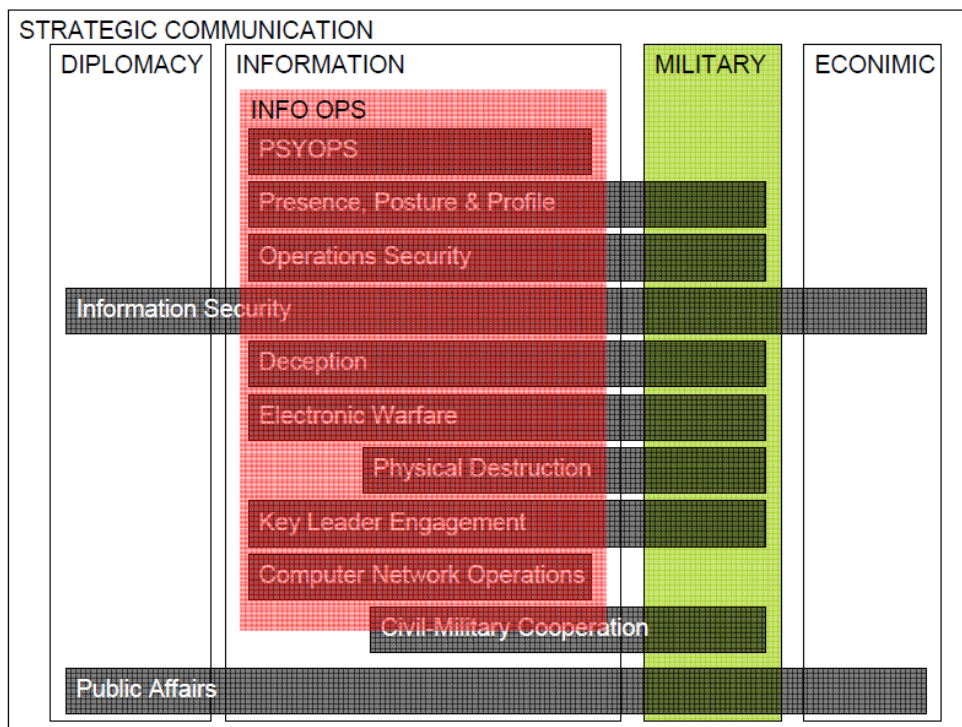
<sup>12</sup> Hær, sjø, luft og SOF

<sup>13</sup> CIMIC = Civil-Military Cooperation – rådgiver som er oppdatert på de sivile organisasjonene meninger og målsetninger

Når det gjelder aktive virkemidler innenfor informasjonsdomenet, er disse definert inn under paraplyen informasjons operasjoner. InfoOps deles inn i 3 hovedeffekter (NATO, 2009b, pp. 1-7):

- Informasjonsaktivitet i hensikt å endre, påvirke eller forsterke oppfattninger og holdninger
- Informasjonsaktivitet som fokuserer på bevare og beskytte alliansens frihet til å operere i informasjonsdomenet
- Informasjonsaktiviteter mot erklært fiendtlige kommando funksjoner og kapasiteter

For å oppnå disse effektene beskrives ulike typer virkemidler (capabilities, tools and techniques) (NATO, 2009b, pp. 1-8 - 1-10). Figuren nedenfor illustrerer innen hvilke ”instrumenter” virkemidlene hører til.



Figur 6 – NATO virkemidler innen strategisk kommunikasjon (fritt etter NATO doktrine)

**Psychological Operations** har som hovedoppgave å påvirke persepsjon, holdninger og oppførsel hos utvalgte individer eller grupper. I motsetning til Public Affairs har man innenfor PSYOPS direkte kontroll over både informasjon, distribuering og målgrupper. PSYOPS baserer seg på bruk av etterretning, lingvistisk ekspertise, grafiske tjenester og

ulike kringkastingsformidlere. I NATO er det et prinsipp at all PSYOPS skal være basert på sann informasjon. Dette er vurdert som vesentlig i forhold til NATOs troverdighet (NATO, 2007c, pp. 5-1 - 5-6). Som tidligere omtalt er PSYOPS ikke veldig forskjellig fra det som ble kalt propaganda før slutten av andre verdenskrig.

**Presens, Posture and Profile (PPP)** er en bevist holdning til hvordan NATOs mannskaper skal opptre. ”Presens” er bevissthet rundt tilstedeværelse av NATOs avdelinger. ”Posture” eller avdelingenes fremtreden er vesentlig for hva deres tilstedeværelse kommuniserer. Utstrakt bruk av kropps- og kjøretøy pansring gir et langt mer truende inntrykk enn åpne kjøretøyer og soldater uten hjelm og våpen i beredskap. ”Profile” eller NATO avdelingers offentlige profil, har stor påvirkning på gjennomføringen av militære oppdrag. Uttalelser i konflikt med høyere nivå i organisasjonen kan være skadelig. Sprik mellom hva som uttales offentlig og hvilke handlinger NATO faktisk utfører er ødeleggende for troverdigheten. Samtidig kan offentlige uttalelser som virker oppriktige og betryggende for berørte målgrupper være til stor hjelp for gjennomføringen av oppdraget. Transparens i NATOs handlinger gjennom at pressen får komme nært inn på NATOs personell og operasjoner kan være til stor hjelp for å vinne ”Harts & Minds,” men det kan også være negativt hvis det oppstår utilsiktede skader av sivile, og sivil eiendom.

**Operations Security (OPSEC)** er sikring av egen operasjons sikkerhet, med både aktive og passive hjelpemidler. Dette gjennom å nekte fiender tilgang på egne disposisjoner, kapasiteter og intensjoner. OPSEC består av kartlegging og monitorering av hva som er egen Essential Elements of Friendly Information (EEFI), samt planlegging og gjennomføring av beskyttelse av denne informasjonen.

**Information Security** er beskyttelse av egne informasjonssystemer og kommando og kontrollstruktur, også her både med aktive og passive tiltak.

**Deception** er bevist villedning av motstandere ved hjelp av manipulasjon, fordreining eller forfalskning. Villedning er vanligvis ikke er ren InfoOps aktivitet, men InfoOps ressurser kan spille en viktig rolle sammen med rene militære tiltak. Slik villedning er i grenseland for hva som kan kalles basert på sannferdig informasjon. Bruken av villedning er derfor omdiskutert i NATO.

**Electronic Warfare (EW)** eller elektronisk krigføring er en militær kapasitet som også kan brukes til InfoOps. EW kan angripe både kommandofunksjoner og informasjonssystemer. EW kan også støtte Deception og PSYOPS gjennom kringkasting mot målrettede publikum.

**Physical Destruction** gjennom kinetiske tiltak, kan bidra til InfoOps på to måter. Gjennom direkte angrep mot kommando og kontroll fasiliteter, og gjennom psykologiske sekundæreffekter av kinetiske handlinger. Maktbruk sender sterke signaler.

**Key Leader Engagement (KLE)** er identifisering, kartlegging samt eventuelt påvirkning av nøkkel aktører. Gjennom ervervelse av detaljert kunnskap om aktørens personligheter, lederstil, ambisjoner, motivasjoner, målsetninger, ståsted, eventuelle avhengigheter, psykologiske profiler og personlige historie, legges grunnlaget for å tilnærme seg aktørene på den antatt mest fordelaktig måte. Dette kan gjøres gjennom informasjonstiltak, eller gjennom direkte kommunikasjon. NATO systematiserer tilnærmingen gjennom en KLE plan, med klare målsetninger for påvirkningen av hver enkelt aktør.

**Computer Network Operations (CNO)** består av direkte elektroniske angrep av fiendtlige informasjonssystemer (Computer Network Attack (CNA)), utforskning og utnyttelse av fiendtlige informasjonssystemer (Computer Network Exploitation (CNE)), samt egen beskyttelse mot CNA og CNE.

**Civil-Military Cooperation (CIMIC)** er også listet som InfoOps virkemiddel i NATOs doktrine (NATO, 2009b, pp. 1-12). Det er imidlertid ikke konsensus rundt dette, da USA ikke anerkjenner CIMIC som en InfoOps kapasitet (NATO, 2009b, p. xii). CIMIC er målrettet aktivitet for å skape et godt samarbeide mellom militære og sivile ressurser, og den lokale befolkningen. Dette er et viktig oppdrag, som iht doktrinen også kan brukes som en verdifull informasjonskilde for planlegging av InfoOps aktiviteter. Doktrinen advarer imidlertid om at CIMIC arbeidet skal kunne oppfattes som en etterretningskilde. NATOs praksis for CIMIC har vært omdiskutert i de senere årene. Oberstløytnant Tormod Heier ved Forsvarets høgskole har forsket på CIMIC i ISAF, og ser store utfordringer for NATO på dette området (Heier, 2009). NATO forankret på toppmøtet i Riga i november 2006 at ”Comprehensive Approach” skal legges til grunn for planlegging og gjennomføring av sine operasjoner. FN er positive til dette og har parallelt utarbeidet retningslinjer for det de kaller ”integreerte operasjoner.” Det byr imidlertid på mye friksjon og integrere militær og sivil planlegging. Kai Eide oppsummerte utfordringene med at de fleste aktører ser nytten av en koordinert innsats, men at ingen ville la seg koordinere. CIMIC er uansett et satsningsområde i NATO, men om det kan defineres som en del av NATOs InfoOps er omdiskutert. NATOs bidrag innefor CIMIC har imidlertid en sterk og synlig kommunikasjons side. Det gjør at CIMIC aktiviteten uansett er en viktig del av NATOs strategiske kommunikasjon.

**Sosial Media** er det siste tilskuddet i InfoOps verktøykassen. I 2009 kom NATO for første gang med et direktiv (NATO, 2009a) for aktiv bruk av sosiale media. Her erkjennes potensialet som ligger i sosiale medier, som vi nå i 2011 har fått demonstrert gjennom revolusjonene i araberverdenen. Nye og store målgrupper kan potensielt nås på kort tid. NATO tillater med direktivet sosiale medier som en ny kanal for det allerede etablerte narrativet. Det poengteres imidlertid at fordelene med bruk av sosiale medier, må veies opp mot behovet for beskyttelse av identitet og informasjon.

**Public Affairs** er ikke definert som en del av InfoOps i NATO. "To avoid giving the false impression that the media are being manipulated in any way, a clear distinction must be maintained between InfoOps and PA." (NATO, 2009b, pp. 1-13) Imidlertid beskriver doktrinen det som essensielt at PA- og InfoOps stabene samarbeider for å sikre at et koordinert budskap distribueres til målgruppen. PA er dermed en viktig del av NATOs strategiske kommunikasjon, men ingen del av NATOs InfoOps.

## 2.5 Strategisk kommunikasjon i Afghanistan

Før 11. september 2001 var Afghanistan et land som i begrenset grad hadde verdens fokus. Etter 11. september ble fokuset mot landet intenst nærmest over natten. Den initielle amerikanske responsen var "...to hunt down the perpetrators, and the 'war' on international terrorism was declared" (Taylor, 2003, p. 315). 7. oktober var flybombing av antatte Taliban tilholdsteder igang. Etter en intensiv jakt på Al Qaeda, og en fortrenning av Taliban ut av de mest befolkede områdene, gikk operasjonen over i en mer langsiktig fase. Maktvakuumet etter Taliban måtte fylles, og USA & NATO igangsatte tiltak for å sikre seg lokalbefolkningens støtte til videre operasjoner og stabilisering av landet. PSYOPS team spredte over 80 millioner postere med budskapet "The Partnership of Nations is Here to Help" (Taylor, 2003, p. 316). Kampen om den mest overbevisende historien var igang. Spesielt i starten var Taliban flinkere til å utnytte den nye mediesituasjonen. Ved å kringkaste sine budskap gjennom Al Jazeera, som gikk på luften fire timer før BBC i London, og 10 timer før Washington, fikk Taliban gang på gang lov til å sette agendaen. Gjennom filmsnutter fra mobiltelefoner av skader på sivile, fikk de NATO på defensiven (Gowing, 2009).

Den norske diplomaten Kai Eide som var FNs spesialutsending til Afghanistan fra 7. mars 2008 inntil 1. mars 2010, har skrevet en bok om det politiske spillet og virkeligheten i

Afghanistan – slik han oppfattet det (Eide, 2010). Eide skriver mye om kommunikasjonseffekten av ISAFs handlinger ovenfor den afghanske befolkningen. Han trekker frem hendelser som et flyangrep mot Gerani i Farah prvinen 4. mai 2009, der FN kom til at 64 kvinner og barn var blant de drepte (Eide, 2010, p. 81). Etter press fra den amerikanske generalen Raymond A Thomas, velger Eide ikke å gå ut med saken. Også under flyangrepet av to tankbiler i Kunduz 4. september 2009, velger Eide og FN og forholde seg tause, på grunn av sammenfall i tid med den nasjonale tyske valgkampen. Resultatet av denne tildekningen, er at Taliban blir den eneste kilden som på et tidlig tidspunkt omtaler de reelle sivile tapene, på sin måte og iflettet sitt narrativ. Eide mener slike hendelser samt ISAFs måte å takle dem på kommunikatvt, provoserer president Karzai til å komme med sjokkerende uttalelser, som at han vurderer å slutte seg til Taliban. Karzai føler at slike situasjoner er ydmykende, og at de forsterker inntrykket om at Government of the Islamic Republic of Afghanistan (GIROA), ikke er herrer i eget hus (Eide, 2010, p. 85). En annen negativ kommunikasjonseffekt Eide trekker frem, er at afghanerne ofte hører om de store beløpene det internasjonale samfunnet bruker i landet – men hvor blir det av de? Den gjennomsnittlige afghanske innbygger merker lite av denne innsatsen i følge Eide. Dette kombinert med at mange oppfatter GIROA som et korrump system, underbygger Talibans strategiske kommunikasjon, og undergraver tilsvarende ISAFs.

Chairman of the Joint Chiefs of Staff I USA Admiral Michael G. Mullen, skrev 28. august 2009 en artikkel om strategisk kommunikasjon i Afghanistan. Mullen stiller spørsmålsteget ved utviklingen av strategisk kommunikasjon:

*“...I believe we have walked away from the original intent. By organizing it - creating whole structures around it - we have allowed strategic communication to become a thing instead of a process, an abstract thought instead of a way of thinking. It is now sadly something of a cottage industry” (Mullen, 2009).*

I stedet for å kommunisere strategisk, mener Mullen det har blitt for mye fokus på å bygge opp en stor og hierarkisk informasjonsorganisasjon. Strategisk kommunikasjon må for å fungere, være en integrert del av ledelsen, ikke bare en av mange deler av organisasjonen. Om fienden skriver Mullen: ”The Taliban and al Qaeda live largely among the people. They intimidate and control and communicate from within, not from the sidelines.”

Admiral Mullen mener Taliban ikke bare er gode på kommunikasjon gjennom informasjonsdomenet, men de er også gode på å kommunisere gjennom handling. Gjennom

umiddelbare og strenge reaksjoner på brudd på deres Sharia lover, kommuniserer Taliban hver dag, at det er de som ivaretar lov og orden. Mullen mener ISAFs største problem er troverdigheten: "Our messages lack credibility because we haven't invested enough in building trust and relationships, and we haven't always delivered on promises." Mangel på langsiktig relasjonsbygging og det han kaller et "say-do gap," gjør at kommunikasjonen innen informasjonsdomenet mangler troverdighet. Mullen mener de største problemene med strategisk kommunikasjon i Afghanistan ikke er kommunikasjon relaterte, men er problemer som stammer fra overordnet politikk, samt gjennomføringen og koordineringen av de sivil/militære operasjonene i landet. Men når det gjelder ISAFs kommunikasjon, mener Mullen det er for mye fokus på å fortelle vår egen historie, i forhold til å etablere relasjoner og være bedre lyttere: "We cannot capture hearts and minds. We must engage them; we must listen to them, one heart and one mind at a time - over time." For å få til dette mener Mullen at strategisk kommunikasjon må integreres i ledelsen av kampanjen på øverste nivå. Det må være en del av grunnlaget for hvordan de viktige politiske og strategiske beslutninger fattes. Strategisk kommunikasjon skal ikke være en organisasjon, men prosess for å integrere og koordinere kommunikasjons effekten av ISAFs handlinger. "To put it simply, we need to worry a lot less about *how* to communicate our actions and much more about *what* our actions communicate." – avslutter Mullen.

Etter at General Stanley McChrystal tok over som Commander ISAF i Afghanistan ble fokuset på strategisk kommunikasjon intensivert. I sin "Commander's Initial Assessment" rapport, omtaler generalen fokuset på strategisk kommunikasjon på følgende måte:

*"The information domain is a battlespace, and one which ISAF must take aggressive actions to win the important battle of perception. Strategic Communication makes a vital contribution to the overall effort, and more specifically, to the operational centre of gravity: the continued support of the Afghan population" (McChrystal, 2009).*

Når det gjelder status på hvem som på dette tidspunktet ligger best an til å vinne frem i kampen om den mest overbevisende historien, beskriver generalen situasjonen slik:

*"To date, the insurgents (INS) have undermined the credibility of ISAF, the International Community (IC), and GIROA, through effective use of the information environment, albeit without a commensurate increase in their own credibility." (McChrystal, 2009, pp. D-1).*

McChrystal vil at hovedfokus innen strategisk kommunikasjon i ISAF skal være å vedlikeholde og styrke den afghanske befolkningens støtte til de etablerte nasjonale

myndighetene i GIRoA, og støtten til ISAF i rollen som støttende til disse myndighetene.

Generalen lister 7 kritiske suksessfaktorer:

- Diskreditere opprørerne
- Hjelp GIRoA til å ta eierskap i prosessen med å bekjempe voldelig ekstremisme
- Forbedre muligheter for internasjonal og GIRoA kommunikasjon med lokalbefolkningen
- Forsterke StatCom koordinering internt i NATO
- Promotere ANSF troverdighet i den lokale befolkningen
- Vedlikeholde og styrke internasjonal støtte til ISAF målsetninger og politikk

I sine anbefalinger følger McChrystal opp Admiral Mullens normative syn på strategisk kommunikasjon:

*”There must be a fundamental change of culture in how ISAF approaches operations. StratCom should not be a separate line of Operation, but rather an integral and fully embedded part of policy development, planning processes, and the execution of operations” (McChrystal, 2009).*

For å gjennomføre dette mener McChrystal det er helt vesentlig at ISAF må synkronisere alle ”StratCom stakeholders.” Den Afghanske befolkningen pekes ut som den viktigste målgruppen, og det viktigste budskapet er å promotere en velfungerende afghansk ledelse støttet av ISAF. Generalen ønsker å dreie fokus fra ”Winning hearts and minds” til å oppnå ”Trust and confidence.” Dette budskapet må formuleres i et kort og klart uttalt narrativ, som hver soldat i ISAF må kjenne, og kunne opptre som en kommunikasjonsbærer for.

McChrystal argumenter også for en offensiv INFO OPS kampanje for å diskreditere Taliban, ved å få frem alle tap og lidelse de påfører egen befolkning. Videre foreskriver McChrystal en forsterket evne både hos GIRoA og ISAF til å reagere tilstrekkelig raskt på å kommentere hendelser.

General McChrystals første vikelige prøve på gjennomføring av den nye strategien var operation ”*Moshtarak*” som betyr ”sammen” på det mest brukte lokale språket dari. Operasjonen baserte seg på en rekke forhåndsplanlagte kommunikasjonseffekter (Dressler, 2010). Byen Marjah, og området som skulle tas og holdes, var et kjerneområde både for

Taliban og for opiumsproduksjon. En suksess i et slik område vil sende et sterkt signal om at ISAF er i stand til å ta over for og erstatte Talibans hegemoni på deres egen hjemmebane. Videre settes ISAFs Task Force sammen av halvt om halvt med ISAF og Afghanske ANA<sup>14</sup> soldater. Derav navnet Moshtarak. Dette kommuniserer at GIROA og ISAF i felleskap nedkjemper Taliban opprøret. I tillegg annonserer operasjonen i god tid før den gjennomføres. Dette står i stor kontrast til det nitidig hemmeligholdet som ofte preger forberedelsene av store militære angrep, for å opprettholde størs mulig grad av overraskelsesmoment. Slik forhåndsannonsering hadde med hell blitt utprøvet en gang tidligere i området, under Pakistans operasjon mot Taliban i Sør Waziristan året før.

Forhåndsannonseringen av operasjonen har både kommunikative og praktisk fordeler. Forutsatt en vellykket gjennomføring av operasjonen, er dette et praktisk eksempel på at ISAF gjennomfører det de lover, altså ikke noe say-do gap. Annonseringen kommuniserer en mangel på respekt for Talibans kapasitet, og en overlegen tro på at ISAF og GIROA i felleskap har kontroll på situasjonen. I tillegg gir forhåndsannonseringen lokalbefolkningen mulighet til å forlate område før kamphandlingene. På tross av annonseringen oppstod det helt initialt i operasjonen et betydelig tap av sivile liv på grunn av feilbombing. Dette ble helt bevist ikke dysset ned. General McChrystal var i stede nærmest umiddelbart ute å bekreftet og beklaget tapet. Dette reduserte sannsynligvis Talibans gevinst av sin strategiske kommunikasjon betydelig.

I henhold til "Oil-Spot"<sup>15</sup> teorien for COIN<sup>16</sup> skulle Marjah området etter operasjonen fremstå som et utstillingsvindu for en vellykket ISAF/GIROA overtagelse av et tidligere Taliban dominert område. Videre skulle liknende operasjoner klarert, bygget opp, og vedlikeholdt fungerende samfunns strukturer i område for område utover i landet fra Marjah. Etter gjennomføringen av operasjon Moshtarak ble det imidlertid ikke nye vellykkede operasjoner som ble fokus i pressen, men President Obamas plan for tilbaketrekning av de amerikanske styrkene fra sommeren 2011. Dette er en betydelig utfordring innen strategisk kommunikasjon for ISAF. Kommunikasjons effekten kan vel nærmest omtales som en

---

<sup>14</sup> ANA = Afghan National Army

<sup>15</sup> Oil spot teorien: I stedet for å engasjere hele operasjonsområdet langs en front eller simultant over det hele, velges det ut et problemområde som fort ryddes for fiendtlig motstand, deretter avsettes sikringsstyrker for å holde området, før infrastruktur og samfunnsfunksjoner bygges opp igjen (Clear – Hold – Build). Deretter utvides "oljeflekken" til et nytt område etter samme resept. Dette fortsetter til man har kontroll i hele operasjonsområdet (NATO, 2009c, pp. 5-21 - 25-26).

<sup>16</sup> COIN = Counterinsurgency

gavepakke til Taliban. Dette virker å være et klassisk eksempel på det Admiral Mullen omtaler som de virkelige utfordringene med strategisk kommunikasjon – politikken:

*”The most common questions that I get in Pakistan and Afghanistan are: ‘Will you really stay with us this time?’ ‘Can we really count on you?’ I tell them that we will and that they can, but when it comes to real trust in places such as these, I don’t believe we are even in Year Zero yet. There’s a very long way to go” (Mullen, 2009).*

Kai Eide omtaler General McChrystals ”Commanders Initial Assessment” som et ”brudd med tidligere tenkning” (Eide, 2010, p. 226). Eide mener dette var et klart skritt i riktig retning ved at han setter ISAF opptreden i en bredere sammenheng, fokuserer på tillitskrisen mellom befolkningen og GIROA/ISAF, og gjennomføring av operasjoner med minst mulig sivile tap.

Imidlertid omtaler Eide operasjon ”Moshtarak” som mislykket. Han mener de militære styrkene hadde problemer med å holde Taliban ute av området, de innsatte myndighetene slet med å få tillit, og at utviklingsarbeidet ikke kom ordentlig i gang. I tillegg ble antallet internt fordrevne langt større enn ventet. Påfølgende operasjonen iht Oil-Spot teorien ble derfor lagt på is. I følge Eide ble dette en bekreftelse på at COIN teorien som hadde fungert i Irak, ikke fungerte i Afghanistan.

**Skrive noe mer her...**

Eide omtaler og forsværer også mangelen på integrasjon mellom ISAF og den sivile innsatsen i Afghanistan (Eide, 2010, p. 235). NATOs generalsekretær Anders Foght Rasmussens oppfordring til en kulturrevolusjon blant de frivillige organisasjonene, omtales av Eide som ”misvisende og farlige.” Eide mener økt integrasjon mellom sivile og militære bidrag vil sette de sivile i fare, og at det riktige er å kommunisere avstand. Dette strider klart mot prinsippet med en strategisk kommunikasjon for en helhetlig innsats.

Det Eide trekker frem som en suksessfaktor for å komme frem til en fungerende stat i Afghanistan er dialog. Herunder dialog med Taliban. Han beskriver en tilnærmet enighet om dette i det internasjonale samfunnet med unntak av USA, som fortsatt har tro på at Taliban kan presses og svekkes militært (Eide, 2010, p. 271). Eide mener en seriøs dialog med Taliban fordrer bred tilslutning i den afghanske befolkningen. Eide trekker frem ”Fredsjirgaen” i juni 2010 som et tiltak for å kommunisere mellom folkegruppene i landet og den internasjonale innsatsen. Eide trekker frem perioden før Moshtarakoffensiven som den

mest lovende, i løpet av sine to år i Afghanistan. Dette på grunn av at fokuset på dialog og ikke militære løsninger var mer fremtredende (Eide, 2010, p. 275). I avslutningen av boka trekker Eide frem et paradoks ved kommunikasjonen i Afghanistan. Alle kommunikasjonsmulighetene med nær sanntid overføring av informasjon, kan føre til at man i stedet for å søke gjensidig forståelse, skremmes av hverandres reaksjoner. Eide mener evne til å forstå er nøkkelen til å kunne bistå Afghanistan til å få slutt på sin egen konflikt (Eide, 2010, p. 293). Positive trekk ved medierevolusjonen er i følge Eide at diskurs rundt overgrep og korrupsjon forsterkes. Dette interne fokuset sammen med internasjonal støtte til reformarbeidet, mener Eide over tid vil kunne føre frem. Men han poengterer viktigheten av at reformene skjer på Afghanernes egne premisser.

## 2.6 Strategisk kommunikasjon i Det norske forsvaret

I den offisielle norske ”Faryab strategien“ erklæres følgende:

*“Hovedmålet for det norske engasjementet i Afghanistan er å bistå afghanske myndigheter i deres ansvar for å sikre stabilitet, sikkerhet og utvikling. I tråd med enigheten fra giverkonferansen i Paris i juni 2008 og NATOs politisk-militære plan, må det internasjonale samfunnet bedre sin koordinering for å kunne styrke afghansk kapasitet og eierskap” (Utenriksdepartementet, Forsvarsdepartementet, & Justisdepartementet, 2009, p. 3).*

Ved Universitetet i Oslo (UiO) er det de siste årene blitt skrevet masteroppgaver som fokuserer på henholdsvis Stoltenberg II regjeringens legitimering av den norske innsatsen i Afghanistan, og den norske mediedekningen av innsatsen.

Ane Marte Nordvik analyserer i sin oppgave ”Så sivilt som mulig – så militært som nødvendig” hvordan regjeringen legitimerer den norske deltagelsen i ISAF. Grunnlaget for oppgaven er politiske uttalelser gitt i media i perioden 2005 frem til og med våren 2008. Nordvik konkluderer på følgende måte:

*” Den norske deltagelsen i ISAF legitimeres ved å tilpasse argumentene etter hva som skjer i felt. På grunn av at man må ta hensyn til den norske fredsnaesjonsidentiteten tilpasses operasjonen dette selvbildet så langt det lar seg gjøre. Det er bare når nordmenn står ovenfor alvorlige situasjoner, eller mister livet at det sikkerhetspolitiske kommer inn i argumentasjonen” (Nordvik, 2009).*

Nordvik bygger dette på at helhetsinntrykket av media uttalelsene begrunner tilstedeværelsen med humanitære argumenter som å etablere sikkerhet, gjenoppbygging samt økonomisk- og

sosial utvikling i Afghanistan. Etter at nordmenn har blitt såret eller mistet livet, har terrortrusselen blitt brukt som argumentasjonen for den norske deltagelsen. Nordvik mener dermed å finne støtte for sin tese om at Norge ønsker å fremstille seg som en fredsnasjon, heller enn som bidragsyter til nasjonal sikkerhet gjennom en felles internasjonal forebyggende innsats.

### Les boken "Drømmekrigeren" av Sømme Hamner...

Gro Mette Moen gjennomfører en analyse av diskursen om Afghanistan i norske medier<sup>17</sup> i perioden 2006 til 2007. Masteroppgaven (Moen, 2009) konkluderer med at den norske mediedekningen av konflikten i stor grad er fokusert mot det norske bidraget i Afghanistan, og ikke mot den helhetlige innsatsen. Moens hypotese om at det norske militære bidraget presenteres i et positivt lys, og separeres fra problematiske temaer, støttes også av hennes analyse. Hvorvidt denne mediadekningen av konflikten er et resultat av norsk strategisk kommunikasjon, behandles ikke i Moens oppgave. Hun skriver imidlertid at hvordan journalistenes reise til Afghanistan gjennomføres, har betydning for balansen mellom kritisk profesjonell- eller dekning med norsk slagside. Hun mener det er avgjørende om journalistene bruker tiden sammen med norske politikere og militære, eller på egenhånd ute i det afghanske samfunnet.

Det er dermed en viss diskrepans mellom disse oppgavene, som er skrevet samme år ved UiO. Nordvik hevder at norsk retorikk har hovedfokus på humanitære argumenter som å etablere sikkerhet, gjenoppbygging samt økonomisk- og sosial utvikling i Afghanistan. Dette underbygger direkte ISAF strategiske kommunikasjon slik General McChrystal presenterer den. Avvikene fra denne kommunikasjonen synes å være brannslukkende innenrikspolitisk nødvendighet. Gro Mette Moens hevder imidlertid at fokus er rettet mot egen vellykket innsats heller enn den helhetlige måloppnåelsen. Dog har oppgavene ulik innfalsvinkel. Nordviks bygger direkte på politiske uttalelser, mens Moens bygger på pressens redigerte fremstilling. En mulig årsak til diskrepans, kan dermed være at pressen har mer fokus på det norske bidraget enn den helhetlige innsatsen. Imidlertid har både norske politikere og militære hatt en god mulighet til å påvirke mediadekningen. Siden

---

<sup>17</sup> Aftenposten, Dagsavisen, Dagbladet og Verdens Gang

de fleste journalistene følger enten politikere eller militære, vil mulighetene til å kommunisere strategisk være gode.

Sjef PRT 15 i Meymaneh Oberst Rune Solberg, kommer med følgende kraftsalve i sin kronikk (Solberg, 2010) i Aftenposten 6. desember 2010: ”Jeg ser dessverre at konsekvensene av den norske modellen kan vise seg å være et stadig voksende opprør, med økende forskjeller og mistro mellom befolkningen og myndighetene i Faryab.” Oberst Solberg begrunner sin påstand med at den lokalt dominerende befolkningsgruppen Usbekerne, nyter godt av majoriteten av de norske utviklingsmidlene. Dette skaper i følge Solberg missnøye bland minoriteten pashtunere. Dette er med på å forsterke pashtunernes mistro til det usbekiske lederskapet i provinsen. Det motiverer dermed til å søke mot Taliban. Solberg trekker også frem mangel på involvering av distrikts- og provinsmyndighetene i prioriterings-, planleggings- og beslutningsprosessen. Dette undergraver i følge Solberg autoriteten til de nasjonale myndighetene, som ISAF har som målsetning å bygge opp.

Kommunikasjonseffekten av en slik forfordeling av utviklingsprosjekter vil kunne være formidabel, selv om den etter all sannsynlighet ikke er tilsiktet fra norsk side.

### 3. Kommunikasjonsteori

#### 3.1 Jürgen Habermas "Theory of Communicative Action"

I kjølvannet av 11. september 2001 intervjuet Giovanna Borradori både Jacques Derrida og Jürgen Habermas om "Filosofi i terrors tid." Resultatet ble en bok der begge filosofene reflekterer over sine tidligere teorier, og deres relevans i dag. På direkte spørsmål til Jürgen Habermas om hans teori om kommunikativ handling er anvendbar i denne sammenheng, svarer Habermas positivt. (Habermas & Derrida, 2005, pp. 56-60). Habermas ser den voldsspiral som han mener terroren er en del av, som et resultat av "forvrent kommunikasjon." Denne spiralen har oppstått over tid, og som følge av missforståelser, manglende forståelse mellom kulturer, og på tvers av den økende ulikhet som følge av globalisering, uoppriktighet og bedrag. Han mener spiralen av forvrent kommunikasjon utvikler seg til en spiral av ukontrollerbar gjensidig misstillit. Når så kommunikasjonen bryter sammen har voldsspiralen startet.

Habermas baserer dette på sin "Theory of Communicative Action" (Habermas, 1984). Han tar her utgangspunkt i Max Webers "theory of action". Webers teori baserer seg på mennesker som rasjonelle aktører. Habermas mener denne forenklingen ikke fanger opp dynamikken som oppstår gjennom mellommenneskelige relasjoner – "sosial interaksjon". Habermas Theory of Communicative Action regnes som et vendepunkt, der han oppgir sine forsøk på å begrunne "den ideelle talesituasjon<sup>18</sup>", til å fokusere på utfordringene ved kommunikativ handling (Habermas, 1999, p. 17). Habermas beskriver tre problemkomplekser; kommunikativ rasjonalitet, et to-trinns samfunnsbegrep (livsyn & system) samt en moderniseringsteori. I denne oppgaven velger jeg å gå videre kun med Habermas kommunikativ rasjonalitets begrep, da dette etter min mening er den delen av teorien, som er mest appliserbar på strategisk kommunikasjon. Habermas definerer kommunikativ rasjonalitet som en prosedyre for å komme frem til felles oppfatning.

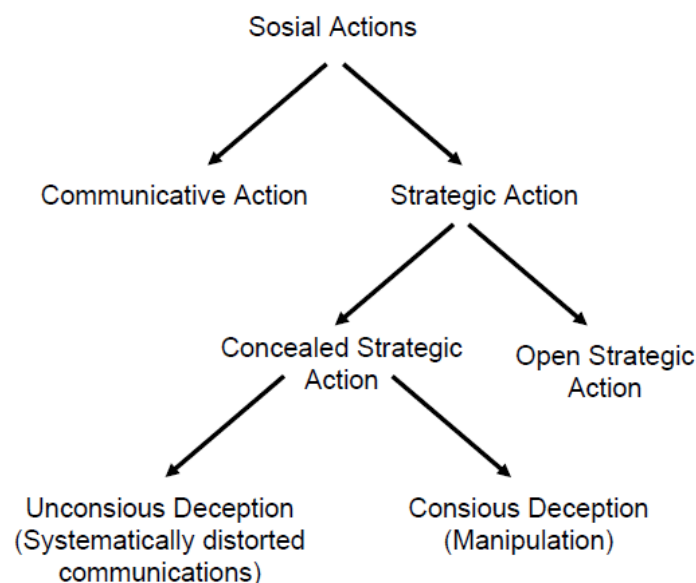
I Webers oppgaverasjonelle modell, defineres suksess som en ønsket tilstand som kan oppnås gjennom målrettet handling (Habermas, 1984, p. 285, volume one). Habermas kaller

---

<sup>18</sup> Den Ideelle talesituasjon: Hermeneutisk begrep – språklig kommunikasjon fri fra fordommer med grunnlag i menneskets kommunikative evne som en universelt gyldig norm for samfunnskritikk, og modell for et samfunn basert på frihet og likhet.

en handling for å oppnå suksess for instrumental. Handlingen er et instrument for å nå et mål. Videre kaller han en handling strategisk, når den som handler bevisst forsøker å påvirke sin rasjonelle opponents handlinger. Hvis den som handler i stedet for å forsøke å oppnå suksess, prøver å oppnå felles forståelse av situasjonen, kaller Habermas det en kommunikativ handling. Alle sosiale handlinger vil intuitivt bli vurdert som enten strategiske eller kommunikative, på bakgrunn av deres tidligere erfaringer med den som handler, samt settingen og situasjonen handlingen gjennomføres i. Habermas mener at strategiske handlinger derfor ofte ikke være hensiktsmessige på lang sikt. De kan føre til en kortsiktig gevinst, men vil være underminerende for tillit og troverdighet ovenfor avsenderen.. Kommunikative handlinger som resulterer i en felles forståelse, basert på en felles rasjonell logikk, vil derimot være grunnlag for relasjonsbygging og gjensidig styrke tillit og troverdighet. De vil også på grunn av at de er felles, forbli gjensidig akseptert på lengre sikt.

Alle sosiale handlinger vil altså bli gjenstand for mottakerens intuitive oppfattelse av avsenderens hensikt:



*Figur 7 – Habermas demarkasjon av sosiale handlinger (Habermas, 1984, p. 333, volume one, figure 18)*

Hvis avsenderen er åpent strategisk, vil denne beholde sin troverdighet på tross at sin intensjon om å påvirke. Hvis avsenderen derimot er skjult strategisk, vil integritet og troverdighet kunne tapes. Dette vil kunne påvirke mottakerens intuitive grad av tiltro til avsenderens sosiale handlinger i fremtiden. Bruk av skjulte strategiske handlinger som for

eksempel innen PSYOPS kan derfor i følge Habermas ha en langsiktig negativ effekt for avsenderen.

Habermas deler skjult strategisk handling inn i bevisst bedrag (eller manipulasjon) og ubevisst bedrag. Med ubevisst bedrag, mener han kan oppstå når handlinger i hensikt å oppnå dialog og felles forståelse sammenblandes med bakenforliggende motiver om å oppnå konkrete mål. Dette kaller han systematisk forvrengt kommunikasjon. → **Skrive mer om dette...**

I Habermas kommunikative handlingsmodell ser han på språket som et pragmatisk hjelpemiddel for det han kaller å opprette verdensrelasjoner. I følge Habermas vil alle som deltar i en kommunikasjonsprosess vil ha sitt ståsted innen tre definerte verdener (Habermas, 1999, pp. 57-58):

- Den objektive verden (sammensatt av det vi betrakter som objektive sannheter)
- Den sosiale verden (vi vurderer all kommunikasjon ut i fra vår sosiale relasjon til den som kommuniserer)
- Den subjektive verden (vår subjektive oppfattelse av hele situasjonen og den som kommuniserer til oss)

Det er innen den sosiale- og subjektive verden at noen som har et ønske om å kommunisere legger grunnlaget både for om kommunikasjon i det hele tatt er mulig, og for hvor fruktbar den har mulighet til å bli. Habermas poengterer spesielt tre forhold som er vesentlige for at tilhøreren skal "...give credence to what is said" (Habermas, 1984, pp. 308-309). Deltagerne må føle at dialogen føres i en legitim kontekst, det som fremføres i dialogen må være sannferdig, og deltagerne må være åpne med sine målsetninger, intensjoner og reaksjoner.

Enhver kommunikasjonsprosess finner sted på bakgrunn av aktørenes kulturelle forståelse. Habermas mener dette er uproblematisk hvis aktørene ikke har annen agenda enn å søke en felles forståelse av det som er tema. Hvis deltageren klarer å drøfte seg frem til en felles situasjonsdefinisjon, etableres et grunnlag for videre konstruktiv og utviklende dialog. Dette oppnås gjennom å innbefatte øvrige deltagers situasjonsfortolkning i ens egen situasjonsfortolkning. For å få til dette må dialogen være åpen. Det er like viktig å lytte som og tale. Kommunikasjonen må ikke være instrumentell, den må med andre ord ikke være strategisk, men kommunikativ. Kommunikative handlinger definerer Habermas som; "...interaksjoner der deltagerne samordner sine handlingsplaner etter felles overenskomst"

(Habermas, 1999, p. 105). Denne overenskomsten vil være under kontinuerlig evaluering fra alle parter. Den er med andre ord dynamisk.

I strategisk handling innvirker den ene part bevisst andre. Jeg oppfatter Habermas slik at han mener dette gir en ytre motivasjon gjennom for eksempel trusler om sanksjoner, eller antydninger om belønning. Dette er en kortsiktig og lite pålitelig form for motivasjon. I kommunikativ handling blir partene rasjonelt motivert. Dette er slik jeg oppfatter det en mer langsiktig og indre motivasjon for videre handling. Et viktig kriterium for motivasjon til videre handling iht felles forståelse, er at partene opptrer konsistent i forhold til hva som uttales i dialogen. Det kan med andre ord ikke være noe say–do gap. Habermas kaller dette for handlingsforpliktelser (Habermas, 1999, p. 106). I en utfordrende diskurs er det vesentlig at det tilstrebes en felles forståelse av at konsekvensene og eventuelt bivirkningene, av den valgte handlingsmåte eller norm. Videre at konsekvensene foretrekkes av alle den angår, frem for konsekvensene av alternative handlingsmåter. Dette kaller Habermas universalitetsprinsippet. I tillegg formulerer Habermas en diskursetisk grunnregel:

*”...en norm kan bare gjøre krav på gyldighet når alle som den kan tenkes å angå, kommer (eller ville komme) til enighet som deltagere i en praktisk diskurs om at denne normen gjelder” (Habermas, 1999, p. 113)*

Dette er et strengt krav, men jeg oppfatter Habermas slik at det er noe man skal strebe mot, selv om det neppe er realiserbart i praksis. Grunnregelen forutsetter at felles normer eller handlemåte kan begrunnes. Habermas mener at hvis universalitetsprinsippet legges til grunn, vil det alltid være mulig å komme til en felles forståelse eller enighet i praktiske diskurser.

**Forutsetningen er at det tas like stort hensyn til alle de deltakernes interesser.** Hvis det har oppstått en konflikt om normer eller handlemåter, mener Habermas denne bare kan avproblematiseres gjennom å søke intersubjektiv anerkjennelse av en felles løsning. Dette kan bare oppnås gjennom en reflekterende kommunikasjonsprosess der alle relevante parter får anledning til å delta. Deltagerne må da redegjøre for situasjonen slik de ser den, og være åpne for å la seg påvike av diskursen. Så kan de til sammen å komme frem til ny forståelse iht universalitetsprinsippet. Habermas formulerer to vesentlige antakelser for diskursetikk (Habermas, 1999, p. 115):

*”...normative gyldighetskrav har en kognitiv mening og kan behandles som sannhetskrav...”*

*”...begrunnelsen av normer og påbud krever en gjennomføring av en reel diskurs og endelig ikke er monologisk<sup>19</sup> mulig...”*

**Habermas erklærer seg uenig med Ernst Tugendhats definisjon på diskurs. Tugendhat oppfatter diskursen som en arena som skal sikre at alle berørte parter skal få samme mulighet til å delta i kompromissdannelse.** Habermas har strengere krav til diskursen. Han mener

deltagerne i praktisk diskurs søker å bli klar over hva som er i deres felles interesse. Forhandlinger om kompromiss blir i følge Habermas en avveining av motstridende enkeltinteresser. Dette vil skape parter som vil føle er behov for omkamp, og følgelig ikke en langsiktig løsning. Habermas mener deltagerne i en praktisk diskurs i stedet for å forsøke å oppnå et kompromiss så nært sitt utgangspunkt som mulig, skal tilstrebe åpen utprøving av hypoteser, nærmest som en form for wargaming<sup>20</sup>. Da vil deltagerens forutinntatthet i mindre grad prege diskursen, og det vil være mye større mulighet for å komme frem til nye konstruktive og fremtidsrettede felles normer og handlemåter (Habermas, 1999, p. 152).

Habermas mener terrorhandlingen 11. september 2001 ikke i utgangspunktet var politisk, det var en kriminell handling med en veldig sterk kommunikasjonsside. Han betegner Bush beslutning om å erklære krig mot terrorisme, som en enorm feil. På denne måten blir kriminelle moralsk sett opphøyet til å få status som stridende i en krig. I tillegg er det praktisk sett ikke mulig å føre krig mot et nettverk. Når så maktmidlene rettes mot muslimske land og befolkninger, forverres kommunikasjonsprosessen ytterligere.

Dette er en meget vanskelig situasjon, som i følge Habermas krever hermeneutisk innsats. Partene må skritt for skritt utvide sitt opprinnelige perspektiv slik at man gradvis arbeider seg mot en felles situasjonsforståelse. Han mener det viktigste virkemidlet er å veksle mellom lytterens og talerens rolle. Det er viktig at den ene ikke skal overbevises om den annens synspunkt, men at partene beveger seg mot et delt intersubjektivt synspunkt. Dette mener Habermas bare er mulig hvis det etableres symmetriske betingelser for gjensidig innsikt i den andre parts perspektiv. Habermas fastholder at det er vesentlig med et fravær av strategiske handlinger for å eliminere muligheten av at konsensus er fremkommet ved

---

<sup>19</sup> Monologisk - det motsatte av dialog, betyr enetale

<sup>20</sup> Wargaming: Begrep som stammer fra militær operasjonsplanlegging. Egne handlemåter spilles ovenfor motspillere som prøver å handle slik en tenkt fiende ville ha gjort. På denne måten kan man prøve ut mulige konsekvenser av ulike handlemåter før man velger hvilken som skal iverksettes.

maktbruk. Han mener det er helt kritisk for å få slutt på voldsspiralen, at partene går inn i dialogen med en målsetning om gjensidig forståelse. (Habermas & Derrida, 2005, p. 61).

### 3.2 Richard Rortys kritikk av Habermas

På samme måte som Habermas, er Richard Rorty opptatt av utvikling av et demokratisk samfunn og informasjonstilgangens plass i en slik utvikling. Som Habermas omtaler Rorty kommunikasjon som en viktig del av dette. Her finner man mange fellestrekk mellom de to. Rorty argumenterer for et liberalt samfunn der mest mulig dialog og mulighet til å søke ulike oppfatninger og beskrivelser etterstrebes. Rorty er imidlertid kritisk til abstrakte teorier om kommunikasjon eller hva som er sannhet. Han er også kritisk til Habermas teoritisering over hva slags kommunikasjon som vil fungere best. Rorty har en mye mer pragmatisk tilnærming. Løsninger fremkommet på bakgrunn av åpen og inkluderende dialog, der ingen meningsberettigede er stengt ute, vil gi langsiktige velfungerende løsninger. Det er imidlertid et viktig poeng at løsningene er dynamiske, åpne for meningsforskjeller og videre diskurs. (Rorty, 1992, p. 70). Rorty mener at hovedforutsetningen for en positiv utvikling er virkemidlene kontigens, ironi og solidaritet. Med kontigens, mener han at den kunnskap og innsikt vi mennesker opparbeider oss igjennom livet, ikke skal gå tapt den dagen vi går bort (Rorty, 1992, p. 40). Dette gjelder ikke bare for enkeltmennesker, men også for samfunnet. Rorty beskriver hvordan han ideelt sett mener verden hadde fungert mest optimalt. Han innser imidlertid at dette ikke er mulig i praksis. Han kaller derfor sitt ideal samfunn for "...mitt liberale Utopia..." (Rorty, 1992, p. 79). Menneskene i Utopia skal være liberale ironikere. De skal være åpne og ironiske, stille spørsmål ved etablerte sannheter, og på den måten sørge for kunnskapsakkumulasjon og samfunnsutvikling til det beste for alle, samtidig som de føler seg ubetinget forpliktet på visse grunnleggende liberale verdier.

Rorty erklærer seg ikke politisk uenig med Habermas, og støtter idealiseringen av dominans fri kommunikasjon, men han erklærer seg imidlertid filosofisk uenig med Habermas (Rorty, 1992, p. 83). Slik Rorty tolker essensen av Habermas teori om kommunikativ aksjon, argumenterer Habermas for å bevege seg fra en subjekt sentrert logikk til en kommunikativ logikk. Rorty mener dette bare er en misvisende måte å tilnærme seg det samme kjernepunkt som han selv. Nemmelig et liberalt samfunn som kommer frem til det de kaller sant eller rett gjennom reel dialog (undistorted communication) (Rorty, 1992, p. 85). Rorty mener ironi er vesentlig for utviklingen av forståelse mellom mennesker. Han mener alt kan fremstilles som

både godt og dårlig avhenging av hvordan det presenteres. Rorty beskriver ironi som en grunnholdning, og en måte å komme til kjernen i hva kommunikasjonen omhandler. En måte å konfrontere eventuelle antydninger, tvetydigheter eller uklarheter på. En ironiker vil ikke søke etter, eller ha tro på at mennesker kan forstå hverandre fullstendig, men vil stadig være på jakt etter å oppklare de situasjoner der mennesker taler forbi hverandre (Rorty, 1992, p. 93). Det er imidlertid helt vesentlig at denne ironien utøves på et liberalt fundament, med respekt for andre mennesker og deres kultur.

Det er mye felles ved Habermas og Rortys syn på hva slags kommunikasjon som fungerer best for en langsiktig positiv utvikling. De argumenter begge for å komme frem til felles løsninger gjennom dialog. Dog kan Rorty virke noe mer pragmatisk enn Habermas. Spesielt gjelder dette Habermas demarkasjonen mellom kommunikativ og strategisk kommunikasjon (Rorty, 1992, p. 102). Rorty mener at reel åpen dialog<sup>21</sup> vil oppnås gjennom demokratiske rammer, forutsetninger og funksjoner. I følge Habermas argumenterer Rorty for forståelsesmessig assimilasjon der demokratiske verdier skal kunne selges inn og overtas. (Habermas & Derrida, 2005, p. 60). Dette vil slik jeg ser det for eksempel gi et helt annet syn på ubevisst bedrag. Habermas definerer dette som en sammenblanding av handlinger i hensikt å oppnå dialog og felles forståelse, med bakenforliggende motiver om å oppnå konkrete mål. Dette kaller Habermas systematisk forvrent kommunikasjon. Slik jeg oppfatter Rorty, vil denne typen kommunikasjon være funksjonell så lenge hensikten er å oppnå dialog og felles forståelse. Bakenforliggende motiver vil nesten alltid være til stede, og den åpne dialogen iht demokratiske prinsipper, vil sørge for konsensus for en løsning som vil være til det beste for fellesskapet. Slik kommenterer Rorty selv Habermas distinksjon mellom strategisk og kommunikativ handling:

*"We should instead admit that we have found no neutral ground to stand on then we defend such politics against its opponents. If we do not admit this, I think we can rightly be accused of attempting to smuggle our own social practises into the definition of something universal and ineluctable, because presupposed by the practises of any and every language user. It would be franker, and there fore better, to say that democratic politics can no more appeal to such preassumptions than can anti-democratic politics, but is none the worse for that" (Rorty, 2000, p. 2).*

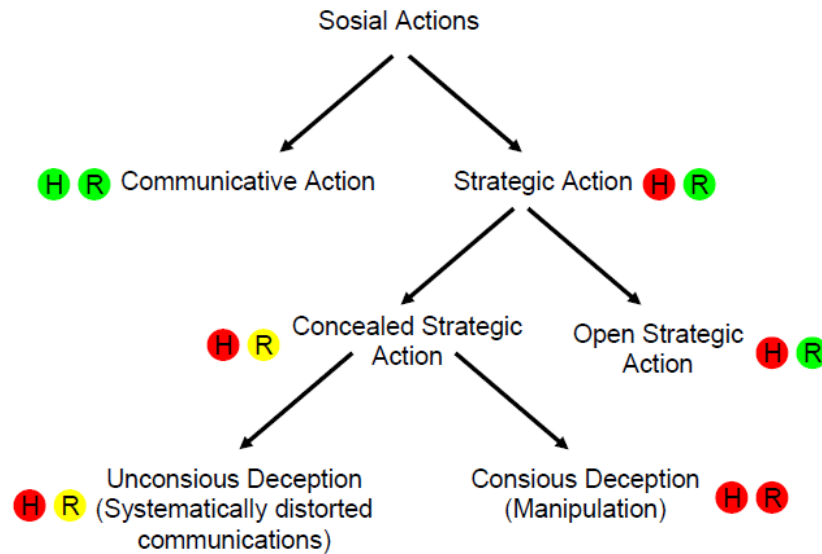
I følge Rorty er altså demokratiske verdier er like viktige og riktige å promovere, selv om vi ikke kan etablere den "perfekte" kommunikasjonsmodellen Habermas skisserer. Måten vi

---

<sup>21</sup> Undistorted Communication

kommuniser på et altså mindre viktig enn at vi faktisk kommuniserer. Rorty kritiserer dermed også Habermas utgangspunkt i menneskelig rasjonalitet. Rorty mener at det som kjennetegner menneskene ikke er at de har evnen til å opptre rasjonelt, men at de kan kommunisere språklig. Diskursen blir ikke noe redskap for å finne ideelle løsninger, men et redskap for å promotere åpen kommunikasjon og dermed bevegelse og utvikling (Rorty, 2000, p. 14). Rorty støtter Habermas i at diskurs er ideelt for å komme frem til nye løsninger og handlemåter, men er også her mer pragmatisk i hvor ideelle eller riktige de felles løsningene er. Han erklærer seg som koherens tilhenger. Så lenger man i diskursen kommer frem til en løsning som kan godtas av deltagerne, mener Rorty relasjonen til ideelle løsninger er uinteressant (Rorty, 2000, p. 9).

Slik jeg tolker Rorty, mener han at det Habermas kaller ubevisst bedrag, kan være en fornuftig måte å kommunisere på. Gjennom å opprette en reel og tillitsfull dialog, men fortsatt kunne ha en bakenforliggende strategisk målsetning for kommunikasjonen, vil man kunne komme frem til løsninger som dekker fellesinteresser hos partene. Kommunikasjonen kan godt være strategisk i en diskurs, så lenge parten finner gjensidige felles insentiver ved en valgt løsning eller handlingsmåte. Figur X illustrerer min tolkning av hvilken type sosiale aksjoner henholdsvis Habermas og Rorty beskriver som konstruktive for positiv utvikling. Fargene representerer trafikklys signaler. Siden Rorty ikke er noen tilhenger av teoretiske modeller for kommunikasjon, er det mulig denne sammenlikningen gjør han urett. I denne oppgaven er imidlertid Habermas modell sentral. Jeg gjennomfører derfor denne illustrasjonen av antatt demarkasjonsforskjell mellom de filosofene for videre bruk i drøftingen.



Figur 8 – Demarkasjons forskjeller mellom Habermas og Rorty

### 3.3 Hermeneutikk

Hermeneutikk er læren om forståelse og fortolkning. I NATOs utøvelse av strategisk kommunikasjon i Afghanistan, er hermeneutikk helt vesentlig. Et budskap som er unnfanget på full mage i en vestlig kultur, vil ofte kunne bli fortolket og forstått på en helt annen måte av en sulten afghaner i en hytte bygget av kumøkk.

Hermeneutikken har redskaper for å gjøre seg bevist slike utfordringer, og redskaper for å tilnærme seg det opprinnelige budskapet, selv om den som tolker tilhører en annen kultur enn avsenderen. Et av redskapene innen hermeneutikken er den hermeneutiske sirkelen. At enhver analyse må gjøre på bakgrunn av helheten, og at enhver syntese må gjøres ved å se delene i sammenheng. I praksis medfører dette at for å forstå et budskap, må man ta utgangspunkt i den kontekst budskapet er utformet i. ”Den som forsøker å forstå, blir villedet av foroppfattninger...” (Gadamer, 2010, p. 304). Vår kultur, vår sosiale hverdag og våre tidligere erfaringer former et sett med foroppfattninger. Disse gjør oss forutinntatte, og danner en referanse som alle våre inntrykk vurderes opp mot. Resultatet vil ofte være at vi danner fordommer på bakgrunn av vår foroppfattning. I følge Gadamer er ikke fordommer negativt, da de kan fortelle både oss selv og andre mye om våre foroppfattninger. De har større verdi for å få selvinnsikt, enn de har for å bedømme den person eller det budskap vi tolker. Fordommene er imidlertid en stor utfordring for strategisk kommunikasjon.

Et hovedspørsmål innen hermeneutikken er hvordan vi skal unngå å bli trollbundet av våre egne foroppfatninger. Hans-Georg Gadamer beskriver dette som prinsipielt enkelt, men praktisk vanskelig. Prinsipielt svarer han følgende i "Sannhet og metode":

*"Det eneste som kreves er at vi er åpne for den andres eller tekstens oppfatninger. Denne åpenheten forutsetter imidlertid at vi relater den andres oppfatning til helheten av våre egne oppfatninger, eller relaterer oss selv til den andres oppfatning" (Gadamer, 2010, p. 305).*

Den alternative forutsetningen Gadamer skisserer, å relatere oss selv til den andres oppfatning er ikke enkel i praksis. Å tilpasse det budskapet vi kommuniserer til målgruppens forventede foroppfatninger. I følge Gadamer er alternativet at vi relater den andres oppfatning til helheten av våre egne oppfatninger. Det som gjør dette vanskelig i praksis, er at vi må avdekke alle våre egne forutinntattheter før vi kan tolke andres budskap. Gadamer argumenter for en gradvis gjensidig justering av sine fordommer gjennom dialog (Føllesdal & Walløe, 2000, p. 106). Dr William Isaacs ved MIT har skrevet en bok om dialog, der han adresserer blant annet denne utfordringen.

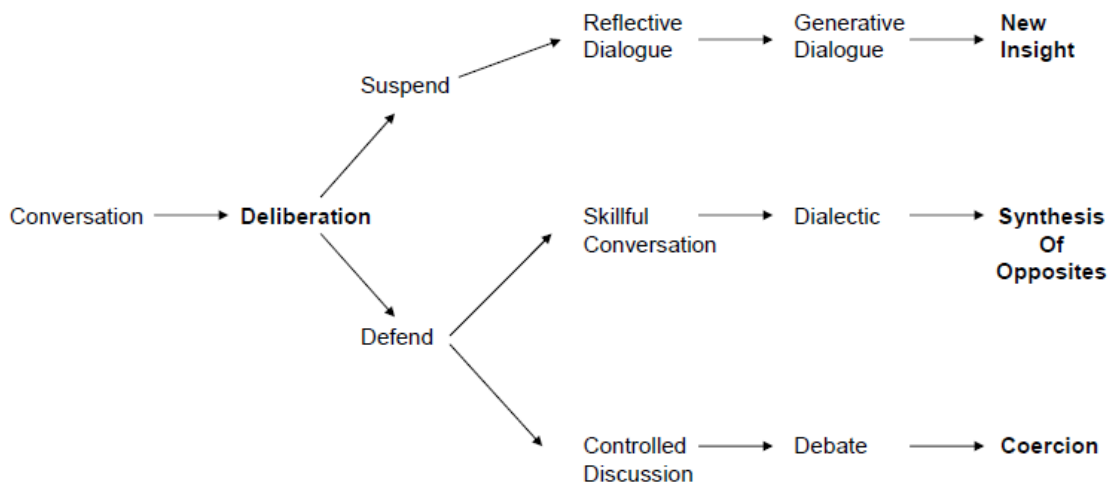
### 3.4 Dialog

William Isaacs skriver i sin bok "Dialogue and the art of thinking together" (Isaacs, 1999) både om hva man kan oppnå med dialog, og hvordan man praktisk kan tilnærme seg en målsetning om reel dialog. Hans utgangspunkt er at de fleste er mye mer opptatt av å fremføre sitt eget budskap, enn å lytte å eventuelt lære av andres. Dialog derimot, definerer Isaacs som kommunikasjon "with a center not sides" (Isaacs, 1999, p. 19). I dette legger han at kommunikasjonen skal fungere som om den ikke er mellom parter med ulik agenda, men mellom bidragsytere som søker **å nå en ny og felles forståelse**. En kommunikasjon uten slagside, uten polarisering. Hvis man betrakter enhver deltager i kommunikasjonen som en kilde til ny forståelse, heller enn part med en agenda som skal debatteres, vil det åpne et hav av muligheter. Dette er imidlertid vanskelig i praksis, da det fordrer at alle deltagere har samme innstilling. Jeg vil derfor gå litt dypere inn i hvordan Isaacs mener dialog kan promoteres og fasiliteres.

Av historiske eksempler på reel dialog, trekker Isaacs frem kommunikasjonen mellom Sør-Afrikas president de Klerk og Nelson Mandela, mens sistnevnte fortsatt satt i fangeskap. Dette var i følge Isaacs en kommunikasjon med målsetning om å finne felles løsninger, som kunne aksepteres både av den hvite- og fargede befolkningen.

Isaacs beskriver tre nivåer for mellommenneskelig interaksjon, på veien fra parter med ulik agenda til deltagerne i en reel dialog. Den første er at deltagerne er oppmerksom på eget say-do gap. Dette mener han er en forutsetning for å utvikle en kapasitet for læring. I motsatt fall vil vi ikke klare å kommunisere det vi ønsker. Det andre nivået er forutseende intuisjon. I enhver kommunikasjon vil det være personer med ulik forståelse av de samme fenomenene. Dette kan ofte være et hinder for å komme frem til felles løsninger. Med forutseende intuisjon mener Isaacs evnen til å se og tilnærme seg disse ulike forståelsene, og dermed ha grunnlag for å kunne søke felles forståelse. Det tredje nivået er å gjøre seg fri fra egen forutinntatthet. Summen av deltageres forutinntatthet skaper det Isaacs kaller "Architecture of the Invisible." Dette er arkitekturen til den arenaen kommunikasjonen skal fasiliteres på. Uten forutinntatthet er mulighetene ubegrensede, og ved stor forutinntatthet, er mulighetene for dialog svært begrensede.

I likhet med Habermas har Isaacs laget en modell for kommunikasjon (sosial interaksjon). Utgangspunktet for modellen er deltageres valg i situasjoner der ulik forståelse eller meningsforskjeller avdekkes. Deltagerne kan da vurdere om de vil velge (deliberate) å forsvare sitt eget syn (defend), eller prøve å sette seg inn i hva andre mener (suspend).



Figur 9 – Kommunikasjons etter modell fra Isaacs (Isaacs, 1999, p. 41)

Velger man å forsvare sitt forutinntatte syn har man igjen to alternativer. Saklig argumentering (skillful conversation) åpner mulighetene for å bli overbevist om andres syn gjennom analyse av fakta. Dette kan gi deltagerne øket innsikt i andre deltagers synspunkter, og kan skape oversiktighet i alternative synspunkter og løsninger på utfordringer. Forutsetningen for dette er at deltagerne er åpne for å lytte til de andre

deltagerne, og at de gjør rede for bakgrunnen for sitt synspunkt. Hvis dette lykkes kan diskusjonen gå over i en logisk diskusjon (Dialectic<sup>22</sup>). Hvis deltagerne lykkes med en analyttisk og saklig gjennomføring av kommunikasjonen, kan resultatet bli at de avdekker eventuelle fellesinteresser (synthesis of opposites). Selv om Isaacs i hele sin bok argumenterer for dialog, ser han i motsetning til Habermas nytten av denne typen kommunikasjon. Isaacs beskriver dialog som noe vi bør legge til rette for og tilstrebe, men realitetene er at dialog er en sjeldenhet. Isaacs erkjenner også at vi faktisk har behov for både diskusjon og dialog i samfunnet. Hvis man trenger å skjære igjennom å ta en rask beslutning, men ønsker meningsbrytning om hva man skal velge å gjøre, kan en diskusjon være produktiv. Dialog er tidkrevende, utforskende og langsiktig. "Skilfull conversation" kan derfor være et godt verktøy i mange sammenhenger. Det er uansett klart å foretrekke i forhold til det andre alternativet, hvis man har valgt å forsvare seg. I en diskusjon der partene ikke er villige til å lytte, men bare er ute etter å vinne frem med sitt eget syn (Controlled Discussion), er det egentlig ikke mulig å få noe produktivt ut av kommunikasjonen. En debatt kan for eksempel være opplysende for å få frem forskjeller for velgerene mellom partier i en valgkamp, men vil sjelden medføre at noen av de politiske deltagerne lærer noe som helst. Thomas Jefferson, en av USAs grunnleggere og forfatter av den amerikanske uavhengighetserklæringen formulerte seg slik: "I never saw an instance of one or two disputants convincing the other by argument" (Isaacs, 1999, p. 17).

Hvis man derimot velger å åpenhet frem for å forsvare seg (suspend), kan man begynne på veien mot dialog. Veien er krevende spesielt siden dialog krever at alle deltagere er åpne. Men for å komme dit må noen være den første til å senke garden. Hvis dette lykkes, kan man gjennom reflekterende dialog (Reflective Dialogue), nærme seg en felles forståelse av de temaer som deltagerne mener er vesentlige. I tillegg bygges en relasjon og gjensidig tillit mellom deltagerne. Når man forsvare seg, er det ikke usannsynlig at man skaper en negativ relasjon eller bygger videre på negativ forutinntatthet. Gjennom reflekterende dialog er det sannsynlig at prosessen går motsatt vei. Tidligere forutinntattheter og stereotype oppfatninger kan ryddes av veien, og det kan bygges opp et grunnlag for fruktbar dialog (Generative Dialogue).

---

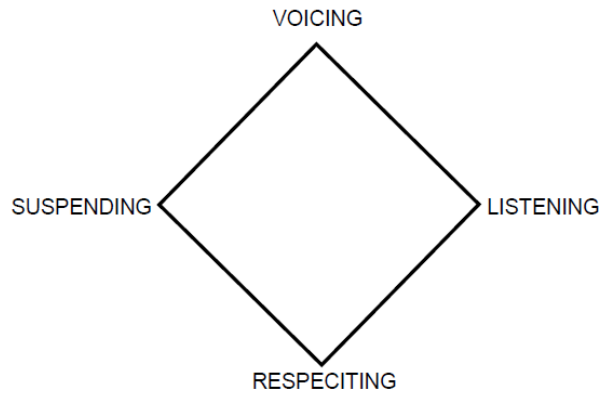
<sup>22</sup> "Dialectic: The art or practice of logical discussion as employed in investigating the truth of a theory or opinion (Dictionary.com, 2011).

Fruktbar dialog innebærer at fokus for kommunikasjonen er kommet videre fra behovet for en felles oppfattning av situasjonen, til å dreie seg om kreativ utvikling. Isaacs sammenlikner dette med jazz musikere som jammer sammen, og gjennom dette sammen komponerer ny musikk. Dialog har først og fremst med relasjonsbygging, læring og utvikling å gjøre. De viktigste forutsetningene er åpenhet, og at deltagerne tar ansvar for å tenke, ikke bare reagere. Dialog kan da være et instrument for å rokke ved dogmer, bryte ned stereotype oppfattninger, skape langsiktige og produktive relasjoner på tvers av kulturelle barrierer, og komme frem til felles produktive løsninger på utfordringer.

### **3.4.1 Forutsetninger for dialog**

Hvorfor er dialog så vanskelig? Vi deler verden opp i kategorier av mennesker, som vi ubevist tillegger egenskaper og holdninger. Man inkluderer seg selv i en del av disse kategoriene, og ekskluderer seg selv fra andre. Dette skaper en hel rekke mentale "us & them" relasjoner. Denne forutinntattheten er svært vanskelig å komme forbi, hvis man ikke er det bevist. Noe som gjør det ekstra utfordrende, er at vi ofte forveksler vår forutinntatthet med tenkning, logikk og reelle vurderinger. Dette kan resultere i at vi tror vi har perspektiv, men handler ut i fra forsteinede holdninger (Isaacs, 1999, p. 59). For å føle oss stabile og trygge, har vi mennesker en hang til å fylle manglende detaljer i et situasjonsbilde eller en relasjon, ved hjelp av å lete etter bekreftende faktorer gjennom selektiv persepsjon. Mennesker har også et behov for å forkynne våre standpunkter og holdninger til verden rundt oss. Når vi så har gjort dette, oppstår et behov for å forsvare det vi har formidlet.

Hva skal vi så gjøre for å unngå å falle i alle disse fellene, og lykkes med å etablere dialog? I følge Isaacs er de fire viktigste faktorene å lytte, vise andre respekt, ikke forsvare seg og være åpen og kommuniserende med egne holdninger, meninger og følelser. Jeg vil gå noe dypere inn i hva Isaacs legger i dette, for å kunne applisere disse virkemidlene på måten NATO legger opp sin strategiske kommunikasjon.



*Figur 10 – New Capacities for Behavior (Isaacs, 1999, p. 419)*

### *Listening*

Lytting (Listening) innebærer ikke bare å høre, men også ta innover seg, reflektere over, og la seg påvirke av det andre sier (Isaacs, 1999, p. 83). Å lytte vil kunne legge et grunnlag for å viske ut "Us & Them" barrierer, og være med på å skape en felleskapsfølelse. Lytting vil kunne gjøre oss i stand til å forstå rasjonale for andres synspunkter og handlinger.

For å utvikle seg til en bedre lytter, må man være åpen for den man kommuniserer med. Være villig til å lytte uten å se etter bekreftelse for sine fordommer. Kjenne etter hvordan det som sies påvirker en selv. Hvilke følelser, refleksjoner og tankerekker forløses. Det er viktig å prøve å skille på hvilke refleksjoner som kommer fra tidligere erfaringer, og hvilke som kommer fra øyeblikkets opplevelse. Dette kan gjøres ved å analysere grunnlaget for egne antagelser fortløpende. Være åpent tilsted i konversasjonen, med et ønske om å lære heller enn å bekrefte noe. En teknikk for å bli klar over egne antagelser som gjøres på grunnlag av tidligere erfaringer, er å kjenne etter emosjonelle reaksjoner. Emosjonelle reaksjoner henger gjerne sammen med tidligere erfaringer. En antagelse om den eller det vi snakker om på bakgrunn av en emosjonell reaksjon, vil ofte prege hvordan vi lytter videre i samtalen. Hvis du klarer å identifisere hvilken erfaring som utløser den emosjonelle reaksjonen, kan du gjennom videre åpen lytting bidra til å oppklare eventuelle missforståelser med den du kommuniserer med. I stedet for å lete etter bekreftelse for dine antagelser, bør du sette de på prøve, gjennom å se etter ting som falsifiserer de - Follow the disturbance, to fill the gaps (Isaacs, 1999, p. 99). Man bør tilstrebe å lytte uten egen motstand mot hva som sies, og samtidig prøve å legge merke til andres motstand og emosjonelle reaksjoner. Dette blir dermed en reflekterende lytting. Hvis man i dialog etter hvert opplever at alle deltagere lytter

på denne på denne måten, vil det være forløsende for gjensidige felles forståelse og samhörighet. Mulighetene for langsiktig relasjonsbygging og felles kreative og langsiktige løsninger vil være gode.

Et vanlig hinder for åpen lytting er de dilemmaer som ofte vil prege en representant for en organisasjon eller et land. Vi er redde for å si ting vi ikke har mandat til, eller komme inn på evner som er ømtålelige for organisasjonen eller nasjonen. Dette hinderet kan forseres ved tidlig å være åpen med slike dilemmaer. Reaksjonen på denne typen åpenhet bringer oss over i Isaacs neste faktor for dialog – respekt.

### *Respect*

Det å vise respekt (Respect) er å se etter de bakenforliggende årsakene til andres adferd og utsagn (Isaacs, 1999, p. 110). Selv om vi ikke liker det de sier, må vi ha respekt for legitimiteten de har til å utale seg. I dette ligger aksept og respekt for alle de dilemmaer vedkommende stilles ovenfor, og de begrensninger som ligger i vedkommendes kultur og eventuelle mandat. Hvis man tar innover seg disse begrensningene, og prøver å fokusere på det store bildet og sammenhengene i situasjonen, gir det grunnlag for kreativitet innenfor de rammer som er akseptable for alle deltagere.

Hvis vi ikke utviser respekt for våre samtalepartnere vil mulighetene for reel dialog være svært små. Hvis man ikke føler seg respektert, vil andres utsagn ofte føles belærende. Det er ingen konstruktiv følelse, og vil gjerne være ødeleggende for muligheten til å komme i dialog. Spesielt hvis det fører til et behov for å rettferdiggjøre, eller forsvare seg.

### *Suspending*

Det å ikke forsvare seg, men holde tilbake (Suspending), er hva Isaacs kaller det mest kritiske valget for å komme i dialog (Isaacs, 1999, p. 134). Man skal heller velge å være åpen for andres synspunkter selv om de ikke passer med våre tidligere oppfatninger. Dette betyr ikke at vi skal undertrykke egne oppfatninger, men at vi skal være åpne for å forstå andres. Det er viktig å være bevisst egne reaksjoner på det vi hører, men vi trenger ikke forsvare eget syn. Forsvar av eget syn vil virke som indirekte kritikk av andres synspunkter. I følge Isaacs kan undertrykkelse av egne forsvars reflekser frigjøre kreativ energi.

Isaacs omtaler to typer av tilbakeholdelse. "Suspention I" som er å erkjenne for deg selv og de andre hva du føler uten å argumentere for det. "Suspention II" er å avdekke årsakene til din reaksjon, og være åpen med denne. Dette vil øke selvvinnsikten, og vil hvis formidlet la

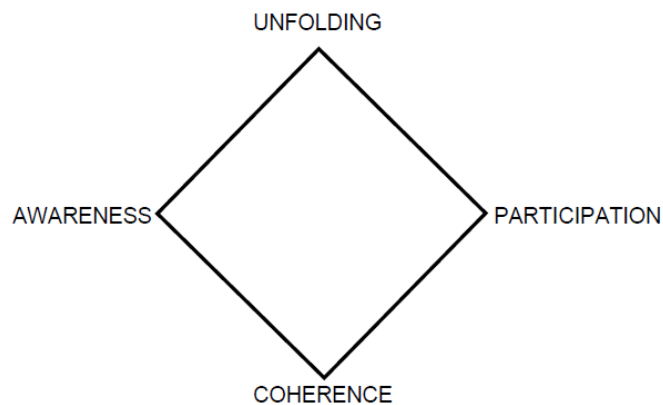
andre lære deg og din kultur å kjenne. Slik formidling av selvinnsikt bringer oss over i Isaacs siste faktor for dialog.

### *Voicing*

Det å være åpen og kommuniserende med egne holdninger, meninger og følelser (Voicing), er kanskje det mest utfordrende for å komme i reel dialog. En vesentlig forutsetning er selvinnsikt. I tillegg må man lytte til og erkjenne sine emosjonelle reaksjoner og impulser. Man må også skille på hva som er din kulturs normer for hvordan du burde handle, og egne refleksjoner over hva som er riktig handlemåte. I dagens travle verden oppfatter ofte mennesker samtaler uten en spesiell agenda som bortkastet tid. Dette vil ofte være en faktor som binder oss til å begrense vår kommunikasjon av egne holdninger, meninger og følelser. Dialog er som tidligere omtalt langsiktig, og er avhengig av både relasjonsbygging og innsikt i hverandres holdninger, meninger og følelser. Det er derfor viktig ikke bare å være åpen og ærlig, men å kommunisere de utfordringer og potensialer du identifiserer.

### **3.4.2 Ledelse og gjennomføring av dialog**

For å forsøke og lede mennesker inn i og gjennom en vellykket dialog, oppsummerer Isaacs det han mener er de fire kjerneprinsippene for dialog.



*Figur 11 – Core Principles for Dialogue (Isaacs, 1999, p. 420)*

I prinsippet ”**Unfolding**” legger Isaacs det potensialet for læring og ny innsikt som ligger i alle sosiale aksjoner. Spesielt gjelder dette når man møter mennesker med annen kulturell bakgrunn eller andre meninger enn man selv har. Gjennom dialog kan deltagerne i felleskap bygge videre fra deres respektive ståsted, og nå ny felles erkjennelse, innsikt og kreative muligheter.

Med prinsippet ”**Participation**” mener Isaacs at man verken skal fremmedgjøre seg selv eller andre. For å oppnå dialog er det vesentlig å ikke tenke us & them. Isaacs vil at vi skal se på oss selv og alle andre deltagere som en del av et felleskap, som ønsker å oppnå noe sammen.

”**Coherence**” eller sammenheng er spesielt viktig når det i utgangspunktet er store meningsforskjeller. I stedet for å fokusere på meningsforskjellene, skal man fokusere på eventuelle fellesinteresser. Disse vil ofte kunne være utgangspunkt for ”unfolding” – potensial for ny innsikt og nye felles løsninger.

Det siste prinsippet ”**Awareness**” går på selvinnikt. Hvis man ikke kjenner seg selv. Hvordan ens adferd påvirker andre, og hvordan andres adferd initierer følelser og reaksjoner hos seg selv, vil man verken oppfatte andre på riktig måte, eller selv evne å kommunisere det man ønsker.

## 4. Drøfting av strategisk kommunikasjon i NATO

Drøftingsdelen av denne oppgaven er todelt. Først drøftes forutsetningen for strategisk kommunikasjon i NATO. Deretter følger en drøfting av oppgavens problemformuleringen etter hermeneutisk sirkel metode. Denne består av en analyse av strategisk kommunikasjon i NATO på bakgrunn av teoridelen i oppgaven. Så følger en syntese av NATOs rasjonale for ISAF operasjonen og det helhetsbilde som dannes av den første analysen. Til slutt drøftes oppgavens problemformulering på bakgrunn av syntesen. Sirkelen er sluttet.

### 4.1 Forutsetninger for strategisk kommunikasjon i NATO og ISAF

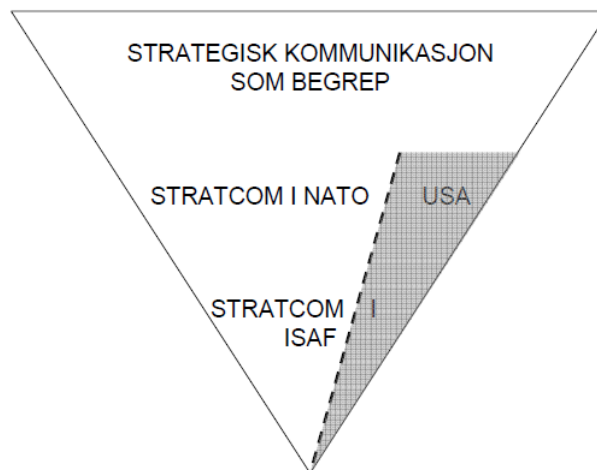
NATO var i 1989 en allianse mellom 16 land, uten noen offisielle partner nasjoner. I 2010 består alliansen av 28 land. Hvis man regner med NATOs parter land, representerer det omtrent en fire dobling på 20 år. Dette er nær en tredjedel av verdens nasjoner.

Styrkebidragene og kommunikasjons enhetene i NATOs operasjoner, er i stor grad nasjonale. Alle medlemmene og partnerne har både en innenriks- og utenrikspolitisk agenda. Dette er settingen for å utvikle NATOs strategi, og NATOs strategiske kommunikasjon. Hvis man bruker orkester metaforen, er det lett å se for seg utallige utfordringer for NATO.

Siden narrativet må politisk forankres, vil det måtte bli gjenstand for utallige kompromiss mellom medlemslandene. I tillegg må det tas hensyn til partnerlands eventuelle negative følelser for budskapene. Selv om NATO lykkes med konsensus om et narrativ, vil det kunne oppstå utallige situasjoner der dette narrativet i praksis må vike plass for nasjonale agendaer. Slike eksempler finner vi bandt annet fra den norske deltagelsen i ISAF. Ane Marte Nordviks masteroppgave viser at Norge er mest opptatt av å fremstille seg som en fredsnasjon. Denne agendaen vil kunne komme i konflikt med NATOs narrativ, selv om den norske kommunikasjonen mye av tiden faktisk underbygger NATOs narrativ. Gro Mette Moens masteroppgave indikerer at hovedmotivet for den norske kommunikasjonen er å fremstille egen innsats som vellykket. Dette er også en mulig utfordring. Norge er en småstat, og har dermed et bidrag i Afghanistan som er av en slik størrelse at det sannsynligvis ikke vil ha noen vesentlig betydning for utfallet av operasjonen. Det samme er tilfellet med mange av de andre bidragsyterne i ISAF. Når disse småstatene allikevel har en

agenda i å vise frem egne suksess historier, kan den samlede kommunikasjonen fra ISAF bli ganske forvirrende.

Det er imidlertid ikke bare småstatene som representerer en utfordring. Det er naturlig at store stater, som bidrar mye, også har en nasjonal agenda de ønsker å kommunisere. De store statene med USA i en særstilling, har proporsjonelt med sitt bidrag, mye større mulighet for å kommunisere sin agenda. Lojalitet til narrativet fra de store statene er derfor helt vesentlig for gjennomføring av strategisk kommunikasjon, slik NATO legger opp til i sin doktrine. USA har på hele 2000 tallet ligget i forkant av NATO innen strategisk kommunikasjon, og vært en pådriver for implementeringen. Det eksisterer vesentlig mer nasjonal amerikansk litteratur om strategisk kommunikasjon, enn det er produsert i NATO. Mye av det som er produsert i NATO er til forveksling likt tidligere nasjonale amerikanske publikasjoner. Dette gjelder også NATOs nye doktrine for COIN (NATO, 2009c), som klart bygger på den amerikanske hærens feltmanual for COIN (US\_Army, 2006). USA har samlet mye av sin militære faglitteratur i en manual om strategisk kommunikasjon for militære sjefer (Joint\_Warfighting\_Center, 2010). Denne publikasjonen beskriver i stor grad hvordan strategisk kommunikasjon faktisk gjennomføres i ISAF operasjonen. Figuren nedenfor illustrerer denne kompleksiteten i ISAF, der det amerikanske bidragets størrelse sannsynligvis er større enn figuren indikerer.



*Figur 12 – Storstatens dominans i doktrine produksjonen*

Denne storstats dominansen er et tveegget sverd for ISAF. Uten USAs hegemoni ville sannsynligvis ISAF hatt enda større problemer med å koordinere sin kommunikasjon, men

samtidig vil USAs sterke rolle kunne bidra til at resipientene oppfatter avsenderen som USA – ikke NATO.

## 4.2 Analyse (aplisering av teori)

I dette underkapittelet drøftes NATOs strategiske kommunikasjon slik den planlegges og gjennomføres under ISAF operasjonen i Afghanistan. Grunnlaget for analysen er kapittel 2 og 3 i denne oppgaven.

På bakgrunn av teoriredegjørelsen i kapittel 3 utledes følgende faktorer for analysen:

- Narrativet – strategisk eller kommunikativ sosial handling
- NATOs troverdighet
- NATOs forhold til diskurs som grunnlag for sine handlemåter
- Hermeneutikk i praksis i ISAF
- NATOs bruk av utforskende ironi
- Pragmatisme i forhold til agenda
- Bevissthet i forhold til fordommer
- Bevissthet rundt say-do gap
- Handler NATO med respekt
- Ærlighet og kommunikasjon av NATOs motiver og reaksjoner

Analysen er tredelt. Første del drøfter hvorvidt NATOs kommunikasjon er kommunikativ eller strategisk sosial handling. Andre del drøfter NATOs kommunikasjonsmetoder, og tredje del evaluerer NATOs tilrettelegging for dialog. Denne oppbyggingen gjenspeiler oppbyggingen av teorikapittelet.

### 4.2.1 Narrativet – strategisk eller kommunikativ sosial handling

Hvis det er slik at mennesker tolker sitt liv i henhold til et narrativ, er det naturlig å forsøke å forklare alle hendelser i lys av narrativet. Persepsjonen blir lett selektiv. Vi ser etter hendelser som bekrefter narrativet og bortforklarer hendelser som utfordrer narrativet. Narrativet kan justeres over tid, gjerne kollektivt, slik av individet får bekreftet sine egne

antagelser. Traumer eller andre sjelsettende hendelser kan medføre et bytte av narrativ. Dette vil for et menneske innebære et paradigmeskifte. Å få et menneske til å endre narrativ fra korstoget mot muslimene til krigen mot terror, ville være noe i nærheten av et slik paradigmeskifte. Hvis det er målsetningen med strategisk kommunikasjon, er jeg redd sjansen for å lykkes er liten. I 2011 er narrativet som ligger til grunn for ISAF strategiske kommunikasjon fjernt fra krigen mot terror. Men NATO har et narrativ for ISAF, og den strategiske kommunikasjonen har som formål å selge inn dette narrativet hos befolkningen i landet. I følge Habermas vil alle sosiale handlinger automatisk bli vurdert som strategiske eller kommunikative av resipientene. Tidligere erfaringer med kilden (NATO) vil i stor grad påvirke hvordan den sosiale handlingen oppfattes. Dette skulle tilsi at listen for å bli oppfattet som kommunikativ, ligger rimelig høyt for NATO i Afghanistan. I følge Habermas vil NATO i en slik situasjon fortsatt kunne opprettholde troverdigheten ved å være åpent strategiske. Ved fordekte strategiske metoder derimot, vil sannsynligvis både gjennomslagsevne og troverdighet bli svekket. Denne beskrivelsen virker dekkende for perioden før operasjon "Moshtarak" i 2009. Intensjonene med både operasjonen og planleggingen av strategisk kommunikasjon ifm operasjonen, virker som et skritt i retning av et mer åpent og inkluderende NATO. Siden operasjonen i følge Kai Eide ble mislykket, er det imidlertid vanskelig å evaluere hvor vellykket kommunikasjons strategien var.

På bakgrunn av denne oppgavens beskrivelse av NATOs strategiske kommunikasjon i ISAF, konkluderer jeg med at NATO oppfattes som strategisk, og ikke kommunikative i sin kommunikasjon i ISAF. I følge Habermas vil da alle NATOs handlinger og kommunikative utspill bli oppfattet som strategiske.

#### **4.2.2 Drøfting av NATOs kommunikasjons metoder**

##### *Troverdighet*

Den mest vesentlige forutsetningen for kommunikasjon, strategisk eller ikke, er troverdighet. Habermas mener forutsetningen for troverdighet er at konteksten oppfattes som legitim, at det som kommuniseres er sannferdig, og at NATO må være åpne med sine målsetninger, intensjoner, og reaksjoner<sup>23</sup>.

---

<sup>23</sup> Refererer til pkt 3.1

Legitim kontekst innebærer at det må etableres transparente relasjoner mellom afghanske ledere og NATOs personell, og at disse relasjonene ikke blir oppfattet som et svik av den afghanske befolkningen. Stammehøvdinger som handler på bakgrunn av pengegaver eller andre fordeler gitt av NATO, er klare eksempler på en kontekst som ikke vil bli oppfattet som legitim. Her er det nok ikke mulig å tekkes alle, men hvis majoriteten av lokalbefolkningen oppfatter konteksten som legitim, vil det ha vesentlig betydning for NATOs troverdighet og dermed gjennomslagsevne. Kai Eide viser til flere eksempler på at NATO spesielt gjennom handlinger, skaper en kontekst som ikke oppfattes som legitim for President Karzai. Blant annet trekker han frem en hendelse der en gammel mann mistenkt for å være opprører, tvinges til å gå med håndjern over store avstander i ulendt terreng. Når mannen etterpå får møte Karzai sier han: ”Jeg tror ikke jeg vil leve lenge nok til å oppleve at dette landet blir vårt igjen” (Eide, 2010, p. 84). Karzai utalte til Eide at dette utsagnet var som å få en dolk i ryggen. Presidenten følte seg ydmyket over at han befolkning ikke oppfattet at det var han og GIROA som styrte landet.

I en rekke av de NATO publikasjoner som omhandler strategisk kommunikasjon, presiseres det at all kommunikasjon skal være sannferdig. Dette gjelder også innen PSYOPS. I praksis er det likevel kommet frem en del eksempler på det motsatte. Flyangrepet i Farah prinsen 4. mai 2009, som Eide omtaler er ett av dem. Han hevder press fra NATO er årsaken til at han velger ikke å gå ut i pressen med informasjon om at 64 kvinner og barn var blant de drepte. NATO underrapporter disse tallene til 26 sivile, dette på tross av at de i tillegg til FNs tall i følge Aftenposten satt på tall fra Røde Kors som konkluderte med 89 sivile drepte (Tron Strand & Per Anders Johansen, 2011). Når dette allikevel kommer frem gjennom Taliban og Al Jazeera, diskrediteres både NATO og FN.

Når det gjelder NATOs unnskyldning til å være åpne etter å ha gjort feil, trekker både Nik Gowing<sup>24</sup> og Eide frem flyangrepet av to tankbiler i Kunduz 4. september 2009. Igjen er Taliban den eneste kilden som på et tidlig tidspunkt omtaler de reelle sivile tapene. Det går timevis før NATO kommer etter, og da først etter at det har blitt innlysende gjennom presentasjon av filmopptak fra mobiltelefoner i området. I følge Aftenposten har NATO gitt følgende politiske føringer til strategisk kommunikasjon etter hendelser som har resultert i sivile tap:

---

<sup>24</sup> Under et foredrag ved FHS høsten 2009.

*”Standardresponsen til ISAF bør tilsvare USAs respons både i tid og budskap, som kjennetegnes ved beklagelser av sivile tap, løfter (og gjennomføring) av undersøkelser og uttrykke støtte til familiene, understreke sammenhengen til de militære operasjonene, og legge vekt på Talibans taktikk om å bruke sivile som menneskelige skjold’, heter det i et amerikansk referat fra NATOs øverste råd 2. mai 2007” (Tron Strand & Per Anders Johansen, 2011).*

Aftenpostens bruk Wikileaks som kilde, gjør imidlertid etterretteligheten i denne artikkelen diskutabel. PRIOs direktør Berg Harpviken kommer med følgende kommentar i artikkelen i Aftenposten:

*”- NATOs linje har vært svært ødeleggende og kommunikasjonsstrategien har vært elendig. Det har vært forferdelig dumt å være så lite sannferdig om de sivile tapene. Dette har underminert troverdigheten til de internasjonale styrkene” (Tron Strand & Per Anders Johansen, 2011).*

Imidlertid skjedde det iht Eide en klar forbedring etter at General Stanley McCrystal tok over kommandoen i ISAF. Dette viste seg i praksis under operasjon Mostarak. Skaden denne typen avslappethet til sannheten påfører NATOs troverdighet, er sannsynligvis ikke lett å rette opp.

### *Diskurs*

Åpen diskurs med bevist bruk av hypotesetesting og wargaming av lovende hypoteser er Habermas resept for utviklende dialog<sup>25</sup>. Lokal deltagelse i valg av handlemåte vil kunne gi oppslutning og langsiktig samarbeide. Bruken av hypotesetesting, gjør at det legges mindre prestisje i valg av løsninger, og at handlemåtene sannsynligvis blir møtte med mindre forutinntatthet, enn hvis de føler de blir påtvunget en løsning som er fabrikkert i USA.

Denne oppgaven gir ikke grunnlag for å drøfte hvorvidt dette faktisk gjennomføres i ISAF. Gjennomgangen av NATO publikasjonene gir imidlertid ingen signaler på at det legges opp til denne typen samarbeide. Kai Eides bok gir inntrykk av en afghansk president som ved mange tilfeller føler seg stilt i forlegenhet ovenfor sitt folk av NATOs handlinger. Selv om dette etter all sannsynlighet ikke har vært NATOs intensjon, er det en klar indikator på at valgt handlemåte fra NATOs side, ikke er et resultat av diskurs der de viktigste afghanske aktørene har fått anledning til å bidra.

---

<sup>25</sup> Refererer til pkt 3.1

Et av Habermas grunn prinsipper for utviklende diskurs er universalitetsprinsippet. Dette innebærer at konsekvensene av de handlinger NATO velger å gjennomføre, foretrekkes frem for alternative handlemåter, av de viktigste afghanske aktørene. En slik situasjon kan være et suksess kriterium for ISAF. Siden Afghanistan er et multietnisk stammesamfunn, er en slik diskurs vanskelig og fasilitere. I prinsippet burde diskursen også inkludere de Taliban sympatiserende delene av befolkningen. Kai Eide argumenterer for dette, og uttrykker sin beklagelse over at det ikke satses mer på å bruke afghanernes tradisjonsrike jirga samlinger, for å fasilitere dialog mellom NATO, sivile bidragsytere og afghanerne selv. NATOs tilnærming til stammeledere og andre afghanske ledere er Key Leader Engagement. Etter å ha kartlagt lederes liv og personlighet, lages en plan for hvordan de best mulig kan påvirkes til å handle som NATO ønsker. Lederne engasjeres normalt individuelt. Dette gir også muligheter for bevist eller ubevist splitt og hersk fra NATOs side. Denne fremgangsmåten er rimelig langt fra Habermas anbefaling om mest mulig åpen og inkluderende diskurs.

### *Hermeneutisk innsats*

Å samle afghanere, sivile og militære til diskurs er i følge Habermas ikke nok. Siden deltagerne på grunn til dels svært forskjellig bakgrunn vil ha ulik forståelseshorisont, krever situasjonen en hermeneutisk innsats. Dette innebærer at NATO må fokusere på å lytte og prøve å sette seg inn i de afghanske ledernes forståelseshorisont. Dette er svært vanskelig å fasilitere, og vil selv om alle parter ønsker å gjøre et forsøk, ta lang tid. Iht Habermas Theory of Communicative Action krever en slik prosess symmetriske betingelser for deltagerne. Afghanerne må føle at diskursen gjennomføres like mye på deres betingelser, som på NATOs. Kai Eide mener mulighetene til å få til dialog var bedre før offensiven i 2010. ”Tesen om at det må legges større press på Taliban på slagmarken før dialog kan komme i gang er forfeilet” (Eide, 2010, p. 274). Eide mener NATOs styrke oppbygging og offensiv bare virker rekrutterende for Taliban, og at ”...rommet for kontakt og dialog skrumper inn” (Eide, 2010, p. 280). Eide etterlyser også mer fokus mot afghanske initiativ til dialog fra NATOs side. Organisasjonen Afghan National Peace Jirga, har arrangert flere freds jirgaer med inntil 700 mullaer og afghanske ledere.

### Utforskende ironi

I følge Rorty er ironi et godt verktøy for å utvikle forståelse mellom mennesker<sup>26</sup>. Et alternativ til å fortelle afghanerne hva NATO mener er "Desired End State" for operasjonen i landet, er ironiske uttalelser til hvordan livet ville bli i landet hvis Taliban får tilbake makten, eller hvis det satses videre på et opiumsmffinnanisert stammestyrt samfunn. Det samme gjelder en utfordringen med korrupsjon ved satsning på en sterk sentralstyring av landet. Slik ironi kunne være en katalysator for en diskurs om landets utvikling ledet av afghanerne selv. I tillegg måtte NATO være villig til å vurdere seriøst alle ironiske innspill fra afghanerne, angående egne motiver og handlemåter. Kai Eides bok gir ikke inntrykk av at NATO så langt har vært særlig åpen for afghansk ironi, men NATO har ofte brukt ironi i sin kommunikasjon vedrørende Taliban. Jeg har imidlertid fått inntrykk av at denne ironien har hatt litt for normativt preg. Kritiske spørsmål som inneholder eller sterkt indikerer fasit, stimulerer ikke til kritisk refleksjon.

### Pragmatisme

The Theory of Communicative Action bygger på en klar demarkasjon mellom strategisk og kommunikativ sosial handling. Rorty snur dette på hodet med å hevde at alle har en agenda<sup>27</sup>. Han erklærer dermed kommunikasjon uten strategi som en utopi. I forhold til Habermas modell vil NATO havne i en ubevist bedrag situasjon. Også Isaccs beskriver nytten av denne typen kommunikasjon, som han kaller "skillful conversation." Gjennom prosessen med å gjøre seg kjent med hverandres motiver og ønsker for fremtidig utvikling, kan fellesinteresser identifiseres. Disse kan deretter utvikles i felleskap. Slik Kai Eide fremstiller forholdet mellom NATO og GIRoA, er det på denne måten kommunikasjonen foregår i dag. Mangelen på symmetriske betingelser fører imidlertid til forlegenhet og lite konstruktive behov for selv hevdelser fra GIRoAs side (Eide, 2010, p. 85).

Rorty er også mer pragmatisk i forhold til resultatet av diskursen enn Habermas. Han har ikke tro på ideelle løsninger, men på koherens. At diskursen kan få NATO og GIRoA til å jobbe mot felles mål. Dette synes også å være tilfellet med NATOs satsing på OMLT<sup>28</sup>, og mål om 50% afghansk deltagelse i ISAFs offensive operasjoner. Slik jeg ser det med

---

<sup>26</sup> Refererer til pkt 3.2

<sup>27</sup> Refererer til 3.2

<sup>28</sup> OMLT = Operational Mentoring and Liaison Teams

bakgrunn i denne oppgaven, er derfor NATOs handlemåter i Afghanistan mye nærmere Rorty enn Habermas.

### 4.2.3 Evaluering av NATOs tilrettelegging for dialog

#### *Fordommer*

I følge Gadamer vil den som forsøker å forstå bli villedet av sine fordommer. Han skisserer to hermeneutiske metoder for å unngå denne villedningen. Relatere NATO til afghanernes oppfatninger, eller relatere afghanernes oppfatninger til helheten av NATOs fordommer.

NATOs strategiske kommunikasjon legger grovt sett opp til å formidle et politisk forankret narrativ eller budskap til spesifikke målgrupper. I følge Gadamer vil dette bare kunne lykkes hvis budskapet tilpasses målgruppens foroppfatninger<sup>29</sup>. Dette er imidlertid svært krevende, og metodene har vært gjenstand for debatt mellom de ledende hermeneutikere i et halvt hundre år.

For å omgå denne utfordringen ved enveis strategisk kommunikasjon, er det en mulighet å velge en annen metode for å nå frem til mål gruppene – to veis kommunikasjon i form av dialog. NATO må da håndtere Gadamers første forutsetning, at vi relater den andres oppfatning til helheten av våre egne oppfatninger. Det som gjør dette vanskelig i praksis, er at NATO må avdekke alle egne forutinntattheter før vi kan tolke andres budskap. NATO er på samme måte som Afghanistan sammensatt av mange fraksjoner med ulik agenda og kultur. Dette er derfor også krevende, men det burde være en vesentlig mindre utfordring å gjøre seg bevist egne fordommer, enn og avdekke og tilpasse seg konglomeratet av alle afghanske fordommer. Denne oppgaven gir ikke grunnlag for å vurdere hvor bevist NATO prioriterer hermeneutikk, men den gir grunnlag for å hevde at NATO har valgt den mest utfordrende av de to metodene Gadamer skisserer.

#### *Bevisthet rundt eget say-do gap*

I følge William Isaacs er bevissthet på eget say-do gap er en forutsetning for at NATO kommuniserer det de ønsker.<sup>30</sup> Admiral Mullen adresserer også dette som en av de mest vesentlige utfordringene i ISAF. Ideelt sett skulle det ikke vært noe say-do gap, med en så

---

<sup>29</sup> Refererer til pkt 3.3

<sup>30</sup> Refererer til pkt 3.4.1

stor og sammensatt organisasjon som ISAF, er det nærmest for en utopi å regne. Bevissthet rundt eget gap er imidlertid ikke urimelig å oppnå. Men det holder ikke at stabssjefen i Pentagon har det. Dette må være en erkjennelse hos alle i NATO som har sosial aksjon med afghanere. En slik bevissthet ville også sannsynligvis bidra sterkt til å redusere hele gapet. Denne oppgaven gir ikke grunnlag for å vurdere i hvor stor grad en slik bevissthet forsøkes stimulert i de respektive lands utdanning til tjeneste i ISAF, ei heller i hvor stor grad det vektlegges hos NATOs kommandanter ute i felt. General McCrystals Commanders Initial Assessment samt innledende fase av operasjon Moshtarak, var imidlertid svært positive tegn. Når denne operasjonen i følge Eide ble mislykket, har det i ettertid vært lite offentlig selvransakelse fra NATOs side. Hvis say-do gap ikke gjøres offentlig, er det liten grunn til å tro at majoriteten av NATOs soldater kjenner til det. Noe som ville ha vært et grunnlag for det andre av tre nivåer Isaacs definerer på veien mot dialog – forutseende intuisjon. Evnen til å kunne forutse hva som er til hinder for felles forståelse mellom NATO personell og afghanere. Uansett er arenaen for all potensielt fruktbar dialog mellom NATO og afghanerne, summen av fordommene hos alle som deltar. Det virker i alle fall som denne vissheten er tilstede hos Oberst Rune Solberg. Hans innsikt i, og fusterasjon over hvordan den norske innsatsen etter hans mening skaper misstro til GIROA og styrker Taliban, er et godt eksempel på bevissthet rundt eget say-do gap. Handlemåten er i skarp kontrast i Norges Farjab strategi, der vi har som erklært hovedmål å bistå og styrke GIROA. Det er liten grunn til å tro at situasjonen er så mye bedre i resten av ISAFs operasjonsområde.

For at dialog skal kunne bli fruktbar, må NATO unngå å være reaktive. Dialog er avhengig av refleksjon over andres synspunkter og åpenhet med egne. Eide omtaler McCrystals inntreden som et brudd med tidligere tenkning. Operasjon Moshtarak er et eksempel på et mer proaktivt NATO, men i ettertid er det vanskelig å finne noen klar oppfølging av denne trenden. I stedet er ballen spilt over til Talibans strategiske kommunikasjon, ved å annonsere at USA begynner sin uttrekking sommeren 2011.

En av de største hindringene for dialog, er i følge Isaacs us & them settinger. At NATO soldater bruker stereotype og nedsettende betegnelser på afghanske tjenestemenn og soldater, er eksempler på slike hindringer. I følge Isaacs vil dette kunne resultere i at NATO soldater tror de handler utifra et velfundert helhetsperspektiv, mens de reelt sett handler ut i fra fordommer. Et slik utgangspunkt vil hemme dialog og skape fremmedgjøring mellom NATO og afghansks personell. Janus Metz dokumentarfilm ”Armadillo” og påfølgende debatt, tyder på at us & them settingene i høyeste grad er til stede i ISAF. Filmen viser både

den store kulturforskjellen mellom de afghanske og danske soldatene, og mangelen på forståelse og respekt mellom allierte.

### *Handle med respekt*

Isaacs fremhever også betydningen av respekt, som en forutsetning for reel dialog. Det er mange måter NATO kan vise respekt for afghanerne og GIROA på. Isaacs fremhever imidlertid spesielt fokus mot de bakenforliggende årsakene til afghanernes adferd, for dermed å kunne respektere deres handlinger i lys av deres eget narrativ. NATO bruker mye resurser på å avdekke motiver for handling hos den antatt talibansympatiserende delen av befolkningen. Kanskje kunne disse motivene blitt vel så godt avdekket gjennom åpen dialog med disse grupperingene. NATO gjennomfører også dette gjennom sitt Monitoring and Observer Teams (MOT) konsept. Antageligvis baserer Oberst Solbergs uttalelser seg på rapporter fra hans MOT lags dialog med lokale afghanere i distriktet. Slik situasjonen utviklet seg i 2010 med intensivering av offensive ISAF operasjoner i samme område som MOT patruljene, vil denne typen dialog foregå under enda mindre symmetriske forhold enn tidligere. Det blir like vanskelig for afghanerne å skille på hvilke soldater som skyter på de, og hvilke som kommer for å kommunisere, som det er for NATO soldatene å skille ut hvem i den afghanske lokalbefolkningen som er Taliban. Kommunikasjonsmessig er denne blandingen av offensive operasjoner og forsøk på dialog en stor utfordring.

### **Mullen?**

#### *Ærlighet og kommunikasjon av egne motiver*

Den siste av Isaacs forutsetninger for dialog er kommunikasjon av egne motiver, og ærlighet rundt egne reaksjoner. Som også Admiral Mullen hevder, er langsiktig relasjonsbygging den viktigste veien til å opparbeide tillit. Tillit er igjen en forutsetning for at NATO opparbeider seg troverdighet til det som oppgis som motiver for ISAF. Både Admiral Mullen og General McCrystal adresserer denne utfordringen i ISAF. McCrystal setter GIROA og ISAFs troverdighet som hovedmålsetning for NATOs strategiske kommunikasjon i sin Commanders Initial Assessment. Dette er en målsetting som er i harmoni med kommunikasjonsteorien i denne oppgaven, men den praktiske kommunikasjonseffekten av NATOs handlinger, kinetiske som ikke-kinetiske, synes ikke å følge opp denne intensjonen.

Foruten den omtalte miksen av offensive og dialogsøkende operasjoner, er også bruken av villedningstiltak lite konstruktive for etablering av fruktbar dialog. Ei heller det kunstige skillet mellom NATOs pressetalsmenn (PAO) og NATOs informasjons operasjoner. I desember 2008 slo David McKiernan sammen sine PAO og PSYOPS ressurser i ISAF hovedkvarteret (Hemming, 2008). Dette initierte en diskurs innad i NATO så vel som i pressen. Om sammenslåingen hadde noe å bety for PAO apparatets troverdighet og tillit i Afghanistan er usikkert. Kanskje er dette en mer ærlig organisering, enn å opprettholde et skille utad. Når ISAF iht Strand & Johansen i Aftenposten i en periode instruerte sine PAO ressurser til å legge ansvaret over på Taliban, når NATO hadde forårsaket skader på sivile, er det nok lite troverdighet igjen å bevare. PAO er et talerør for ISAF. Afghanerne oppfatter det nok slik at NATO noen ganger bruker dette talerøret til å villedde. Her er vi igjen tilbake til Admiral Mullens say-do gap. Mener NATO det de sier de sier, eller gjør de det ikke? Hvilke langsiktige omkostninger har i så fall det siste?

## 4.3 Syntese

*"You can fool all the people some of the time, and some of the people all the time, but you cannot fool all the people all the time."*

- Abraham Lincoln

### 4.3.1 Hva er det store bildet – hva er rasjonalet for NATO med ISAF?

Hva er rasjonalet for at NATO velger å gå inn i Afghanistan? Den initierende hendelsen var 11. september 2001. På den norske regjeringens nettside begrunnes NATOs handlinger på følgende måte:

*"Allerede 12. september 2001 vedtok Nato, hvor Norge er medlem, at terrorangrepene 11. september hadde utløst artikkel 5 i Atlanterhavspakten. Dette innebar at angrepet 11. september ble ansett som et angrep på alle Natos medlemsland, og at alle medlemmene hadde plikt til å bistå USA i arbeidet med å gjenopprette fred og stabilitet." (Utenriksdepartementet, 2011)*

USA gikk allerede i oktober 2001 inn i Afghanistan gjennom operasjon Enduring Freedom. Dette var en offensiv operasjon for å fjerne Taliban fra makten, nedkjempe Al Qaida i landet, og fjerne rekrutteringsbaser for terrorister. For å fylle maktvakuemet i landet på en forsvarlig måte, vedtok FN en resolusjon som ble grunnlaget for NATOs ISAF operasjon.

*"I resolusjon 1386 som ble enstemmig vedtatt 20. desember 2001 betegnet FNs sikkerhetsråd situasjonen i Afghanistan som en trussel mot internasjonal fred og sikkerhet. På bakgrunn av Bonn-avtalen og etter ønske fra afghanske myndigheter vedtok Sikkerhetsrådet å opprette en internasjonal styrke - International Security Assistance Force – Isaf." (Utenriksdepartementet, 2011)*

I følge FN var Afghanistan en trussel mot internasjonal sikkerhet, og NATO vedtok at medlemmene pliktet å bistå USA med å gjenopprette fred og stabilitet. Når USA samtidig erklærer krig mot terror, og definerer Afghanistan som en del av "Axis of Evil"<sup>31</sup> er det ikke urimelig å se for seg at USA også kunne ha et hevnmotiv. Spesielt innrikspolitisk ble det i tiden etter 11. september fra mange krevet hevn. I sin første tale etter angrepet gjør daværende President George W. Bush det klart at både terroristene og de som støtter de vil måtte betale:

*"...thousands of lives were suddenly ended by evil' and asks for prayers for the families and friends of Tuesday's victims. 'These acts shatter steel, but they cannot dent the steel of American resolve,' he says. The president says '...the U.S. government will make no distinction between the terrorists who committed the acts and those who harbor them'" (CNN, 2001)*

USA har også blitt beskyldt for langsiktig strategisk posisjonering i et land som er nær verdens største reservoar av fossile resurser, Afghanistan er også nær Russland, Pakistan, India og Kina. Det er grunnlag for å spekulere i ulike nasjonale motiver, ikke bare for USA. NATO vedtak fordrer imidlertid konsensus blant medlemmene. Uansett eventuelle nasjonale agendaer, vedtok NATO å støtte USA i gjenoppretting av fred og stabilitet. Dette står i skarp kontrast til Al Qaedas narrativ, der de fremstiller seg selv som offer for et korstog mot verdens muslimer. Hvem som har rett kan ikke bevises, men i denne oppgaven tar jeg utgangspunkt i at NATOs målsetning er det de har vedtatt med konsensus. Jeg bruker derfor langsiktige sikkerhetsmessig forebyggende tiltak som hovedrasjonale for NATO med ISAF operasjonen.

---

<sup>31</sup> Wikipedia: "**Axis of evil**" is a term initially used by the former United States President George W. Bush in his State of the Union Address on January 29, 2002 and often repeated throughout his presidency, describing governments that he accused of helping terrorism and seeking weapons of mass destruction. Bush labeled Iran, Iraq and North Korea as the axis of evil (Wikipedia, 2011).

### 4.3.2 Hvilken type kommunikasjon vil ha best forutsetning for å lykkes i teorien

Prof. Thomas P.M. Barnett beskriver i sin bok "Pentagon's New Map", det han mener er verdens altoverskyggende sikkerhetspolitiske utfordring etter 11. september. Barnett beskriver en ny front som deler verden i to deler. Fronten mellom de land som er innenfor det han kaller den fungerende kjernen av den globaliserte verden, og de land som faller utenfor. Dette gapet i levestandard, skaper i følge Barnett en dypfølt misnøye. Denne misnøyen mener Barnett er grunnlaget mange av de konfliktene vi ser i verden i dag. Det eneste virkelig effektive og langsiktige sikkerhetspolitiske tiltaket blir dermed å redusere gapet (Barnett, 2004). Barnetts filosofi er på ingen måte offisielt synspunkt hverken i USA eller NATO. Boken har imidlertid vakt oppsikt, og har vært en inspirasjon for diskurs og endring av fokus innen sikkerhetspolitikk, ikke minst i USA. Det er liten tvil om at gap i levestandard kan skape misnøye og sogar misunnelse. At det skaper hat og grobunn for terrorisme og konflikter, er ikke usannsynlig, men det er diskutabelt. Hvis det likevel skulle være slik, at gapet i levestandard er den største sikkerhetspolitiske utfordringen i dag, er det liten grunn til på tro at USA og resten av den erklært fungerende kjernen av den globaliserte verden, vil redusere egen rikdom til fordel for de milliarder av mennesker som faller utenfor. Mer sannsynlig er det at USA og NATO ser seg tjent med velfungerende, demokratiske og transparente styresmakter i disse landene. Slik at disse landsene på egen hånd har bedre forutsetninger til å redusere gapet i levestandard. Dette er også mer i tråd med sikkerhetsråds resolusjonen som er grunnlaget for ISAF.

Men hvordan skal man lykkes med å hjelpe land som Afghanistan til et selvstendig og fungerende samfunn, og gjennom det muliggjøre øket levestandard for sine innbyggere? Dr. Robert D. Deutsch er Senior Associate for International Communications ved Center for the Study of the Presidency and Congress. Han er kognitiv antropolog, og argumenterer for bruk av strategisk kommunikasjon for å vise befolkningen i land som Afghanistan, at vi forstår deres situasjon, og til å oppnå reel dialog med dem. I følge Deutsch skal man ikke prøve selge inn sin egen historie, men å skape et identifiserende bånd med målgruppene. "If we can show that we understand them and the stories they have about themselves, their attachment to and regard for us will grow". Kan kommunikasjon brukes til å skape et identifiserende bånd mellom NATOs medlemsland og innbyggerne i et fattig og herjet land som Afghanistan? Og bør kommunikasjonen være strategisk? Habermas mener ikke det. Han ser den voldspiralen som han mener terroren er en del av, som et resultat av "forvrengt

kommunikasjon.” Habermas mener denne spiralen har oppstått over tid, og som følge av missforståelser, manglende forståelse mellom kulturer, og på tvers av den økende ulikhet som følge av globalisering, uoppriktighet og bedrag. Han mener spiralen av forvrengt kommunikasjon utvikler seg til en spiral av ukontrollerbar gjensidig misstillit. Habermas mener løsningen er hermeneutisk innsats. Dette harmonerer bra med Deutsch syn. Også Kai Eide agrements for dialog og forsoningspolitikk fra NATO og USA. I følge teorien i denne oppgaven, vil sjansene for å lykkes da være vesentlig bedre hvis kommunikasjonen ikke er strategisk, men kommunikativ. Det mest positive med strategisk kommunikasjon slik NATO gjennomfører det er bevissthet om og samordningen av kommunikasjonseffekter. Dette er helt i tråd med teorien, og er nok helt vesentlig for hvor vellykket bruk av militærmakt er. Jeg syns imidlertid at det er et svært interessant spørsmål om det er mulig å kombinere dette med å fasilitere åpen og fordomsfull dialog.

I følge Habermas fører ikke strategisk sosial handling til øket innsikt og forståelse. Hvis man legger til grunn at målsetningen med vår kommunikasjon er øket grad av forståelse på tvers av gapet i levestandard, er da strategisk kommunikasjon riktig virkemiddel? Med utgangspunkt i den amerikanske orkestermodellen<sup>32</sup>, innebærer strategisk kommunikasjon å kommunisere et overordnet politisk narrativ eller budskap gjennom flest mulige (helst alle) kanaler. Denne fremgangsmåten faller rimelig klart innefor Habermas strategiske interaksjon. I følge Habermas ligger løsningen på å oppnå større grad av forståelse innen hermeneutikken.

Slik jeg tolker Habermas må man da forlate konseptet med å ta utgangspunkt i et strategisk narrativ som skal selges inn. Narrativet må erstattes med åpenhet og nysgjerrighet mot de menneskene og den kulturen vi ønsker vise at vi forstår. Vi må sette oss inn i deres situasjon, og gjennom både ord og handlinger vise at vår intensjon er å hjelpe afghanerne til på egenhånd å kunne redusere gapet i levestandard. Dette må gjøres på deres premisser, like mye som på våre. Hermeneutikken – å forstå og bli forstått, krever gode relasjoner og tillit. Imidlertid har Rortys et svært godt poeng i sin kritikk av Habermas. Alle mennesker lever i et narrativ, og alle stater har en agenda – hvis vi ikke er pragmatiske og godtar dette, står vi i fare for at metodene som foreskrives bare vil fungere i teorien. Dette gjør at NATO fort kan havne i en ”unconscious deception” eller ”skillfull conversation” situasjon. Hvis NATO

---

<sup>32</sup> Orkestermodellen: Metafor for å billedliggjøre hvordan alle kommunikasjonseffekter spiller sammen i en symfoni etter narrativets noter, dirigert av DoS/DoD (Joint\_Warfighting\_Center, 2010).

imidlertid er åpne med sine agendaer (open strategic action,) og at disse ikke er dogmatiske, men åpne for påvirkning fra afghanernes side, kan dialog likevel være oppnåelig<sup>33</sup>. I praksis vil dette være å anvende Habermas teori som et utgangspunkt for hvordan kommunikasjon planlegges og gjennomføres, men med et pragmatisk og åpent forhold til partenes grunnleggende agendaer. Med andre ord en demarkasjon i forhold til hvilke sosiale handlinger som er hensiktsmessige, som er nærmere Rorty enn Habermas. En tilnærming som totalt sett ligger et sted mellom Habermas og Rorty.

### 4.3.3 Broen mellom Habermas og Mullen

Admiral Mullen mener ISAFs største problem er troverdigheten, mangel på langsiktig relasjonsbygging og NATOs say-do gap. Han innser at de største problemene med strategisk kommunikasjon i Afghanistan ikke er kommunikasjon relaterte, men er problemer som stammer fra overordnet politikk og sivil/militær koordinering. Han innser også NATOs fokus på å selge inn et narrativ går på bekostning av å etablere relasjoner og lytte til hva den afghanske befolkningen. Dette er langt på vei en omskrivning av Habermas betraktninger i ”Filosofi i terrorens tid.” Mullens fokus på gjensidig forståelse – hermeneutikk og NATOs say-do gap som Habermas kaller handlingsforpliktelser, er til forveksling like i deres respektive analyser av situasjonen. Habermas fremhever viktigheten av at handlinger som er konsistente i forhold til hva som uttales over tid, bygger tillit og troverdighet. Dette er en utfordring det er fullt mulig å gjøre noe med i ISAF. Det fordrer imidlertid større grad av realisme, oppriktighet og ærlighet i NATOs uttalelser, enn hva denne oppgaven viser eksempler på. Mullens sitat; “...to put it simply, we need to worry a lot less about how to communicate our actions and much more about what our actions communicate“ er en insikt som i stor grad harmonerer med Habermas teori. Admiral Mullen har imidlertid ingen formel plass i ledelsen av ISAF operasjonen. Denne måten å tenke på vil også i praksis medføre nærmest en total omlegging av NATOs kommunikasjonspolicy.

---

<sup>33</sup> Refererer til illustrasjon av demarkasjonsforskjeller mellom Habermas og Rorty i pkt 3.2

## 4.4 Analyse av NATOs strategiske kommunikasjon i lys av syntesen

I denne analysen drøftes funnene fra første analyse av strategisk kommunikasjon opp mot NATOs intensjoner og hvordan disse normativt best kan oppnås, ut i fra syntese delen av drøftingen.

### 4.4.1 Hva slags kommunikasjon er programfestet policy for NATO i Afghanistan (intensjon)

I NATOs nyeste offentlig tilgjengelige publikasjon om strategisk kommunikasjon – NATOs konsept for strategisk kommunikasjon, oppgis følgende målsetning for strategisk kommunikasjon i NATO:

*“The aim of NATO Strategic Communications is to ensure that NATO’s audiences, whether in the Nations or in a region where a NATO operation is taking place, either friendly or adversarial, receives truthful, accurate and timely information that will allow them to understand and assess the Alliance’s actions and intentions. This will deter aggression and promote NATO’s aims and objectives” (NATO, 2010).*

Det ligger ingen ambisjon om dialog i denne målsetningen. Kun en intensjon om å skape forståelse, og dermed rettferdiggjøre egne handlemåter i og utenfor operasjonsområdet. I

NATOs policy dokument for strategisk kommunikasjon er dette enda tydeligere: ”

...multiplicity of efforts and maximum reach, engaging all of NATO communications capabilities and all available communications platforms to strengthen the dissemination of consistent messages” (NATO, 2009e, p. 3). NATOs politikk er å spre og selge inn sitt budskap på mest mulig effektiv måte.

Dette stemmer godt overens med det bildet analysen av NATOs strategiske kommunikasjon i ISAF.

#### 4.4.2 Hva slags kommunikasjon realiserer NATO i Afghanistan?

Henry Mintzberg beskriver realisert strategi som noe helt annet en den planlagte policyfestede strategien<sup>34</sup>. I følge Kai Eides beskrivelse av NATOs kommunikasjon i ISAF, kan det imidlertid synes som om den realiserede strategien er relativt lik den planlagte. I alle fall på epistemologisk nivå. NATO planlegger for en i hovedsak enveis innsegling av sitt narrativ, og dette er i stor grad prinsippet også for den praktiske gjennomføringen. Analysen konkluderer med at NATO handler strategisk, og ikke kommunikativt. Analysen viser også at NATO gjentatte ganger prioriterer gjentagelse av sitt planlagte budskap frem for å være ærlig med for eksempel sivile tap etter ISAFs handlinger. Denne handlemåten vil være undergravende for NATOs troverdighet. NATOs handlemåter er også direkte negativ for GIRoA og den afghanske president troverdighet, gjennom gjentatte handlinger som setter presidenten i en illegitim kontekst. I følge Kai Eide ble også FN diskreditert gjennom å la seg påvirke av NATO til å holde tilbake informasjon, som sto i kontrast til NATOs budskap. I følge PRIO direktør Berg Harpviken har dette vært underminerende til ISAFs troverdighet.

Når det gjelder tilrettelegging for diskurs, viser analysen at NATO prioriterer direkte påvirkning med ytre motivasjon ovenfor afghanske ledere, frem for å fasilitere muligheter for diskurs gjennom jirga samlinger og liknende.

NATOs hermeneutiske innsats har også trange kår i Afghanistan, siden en av de grunnleggende forutsetningene for gjensidig forståelse er symmetriske betingelser. Analysen viser at dette ikke på noen måte er på plass. NATOs valg av en strategisk handlemåte frem for kommunikative sosiale handlinger, medfører at ISAF må forholde seg til den mest utfordrende av Hans-Georg Gadamer's metoder for å løse den hermeneutiske utfordringen. NATOs budskap må tilpasses afghanernes foroppfatninger for at de skal forstå det på intendert måte.

NATOs bruk av utforskende ironi har for normativt preg til at den gir grunnlag til forløsning av diskurser i landet. Når det gjelder pragmatisme i forhold til agenda, synes det som om NATO bevisst bruker prinsippet med å finne fellesnevner i agenda som utgangspunkt for å påvirke utviklingen i landet. Et sannsynlig resultat av en slik handlemåte, er at NATO kan vinne frem i en rekke lokale enkelt situasjoner, men at dette vil gå på bekostning av

---

<sup>34</sup> Referer til pkt 2.1

eskalerende missnøye i andre deler av befolkningen. Eksempler på dette er den norske forfordelingen av pasjtunere i Farjab, og president Karzais markeringsbehov ovenfor ISAF på grunn av NATO handlinger som han føler har undergravet hans autoritet.

Analysen viser at NATO ved både Admiral Mullen og General McCrystal har identifisert sitt eget say-do gap, men at det i praksis er svært utfordrende å unngå dette. Det at NATO adresserer utfordringen, og har satt den høyt på dagsorden, er et godt grep med tanke på ISAFs videre operasjoner. NATOs utfordringer med å handle med respekt, og innen ærlighet og kommunikasjon av egne motiver, virker forsterkende på den afghanske oppfattelsen av et say-do gap. Særlig negativt er det når NATOs handlinger samt måte å takle dem på kommunikativt, provoserer president Karzai til å komme med sjokkerende uttalelser, som at han vurderer å slutte seg til Taliban. Slike episoder er tegn på at NATO oppnår det motsatte av hva som er intensjonen, og at afghanerne føler seg tilsidesatt i utviklingen av eget land.

Denne analysen av NATOs strategiske kommunikasjon i Afghanistan viser at NATO planlegger for strategisk sosial handling, også i stor grad realiserer dette. Unntaket er Mullen og McCrystals tilnærming til mer kommunikative handlemåter fra høsten 2009. Denne linjen virker imidlertid mindre tydelig etter operasjon Mushtarak.

#### **4.4.3 Behov for ulike typer kommunikasjon ved forskjellige anledninger**

ISAF er i en kompleks situasjon. Hvis det var slik at det bare var behov for dialog i Afghanistan, hadde det ikke vært behov for noen militær operasjon. Dette er det delte meninger om, men NATO gikk inn i landet med et FN mandat. Uansett er NATO i den utfordrende situasjonen at de både skal bidra til innbyggernes sikkerhet, og gjennom dialog med sentrale og lokale ledere, finne løsninger for å gjøre landet i stand til å fungere som en stat. Isaacs poengterer at NATO trenger å bruke ulike kommunikasjonsmidler til ulike situasjoner. Imidlertid er relasjonsbygging, tillit og troverdighet langsiktige faktorer. Handlinger som skader NATO på disse områdene, vil derfor være svært negativt for ISAF operasjonen. Dette virker rimelig klart også i Admiral Mullens analyse, men det har vært vanskelig for NATO i praksis.

## 5. Konklusjon

Hvor velegnet er så NATOs satsing på strategisk kommunikasjon, til å nå alliansens målsetninger med ISAF operasjonen i Afghanistan? Materialet i denne oppgaven tyder på at NATOs satsing på strategisk kommunikasjon skaper avstand mellom NATO og den afghanske befolkningen, heller enn gjensidig forståelse og støtte til NATOs handlemåter. Admiral Mullen og General McCrystal har ved sine uttalelser vist innsikt i NATOs say-do gap, eller mangel på oppfølging av handlingsforpliktelser. Mullen har også satt fokus på viktigheten av hva NATOs handlinger kommuniserer, heller enn hvordan NATOs handlinger skal kommuniseres. Det synes imidlertid som om dette er svært vanskelig i praksis. I henhold til NATOs publikasjoner skjer den første reelle koordinering av hva NATOs handlinger kommuniserer først på operasjonelt nivå<sup>35</sup>. NATO beveger seg i positiv retning med utvidelsen av strategisk kommunikasjon som begrep i NATOs nye konsept for strategisk kommunikasjon fra 2010 (NATO, 2010). Her dreies fokus fra enveis informasjonsoperasjoner, til bevissthet rundt hva NATOs handlinger kommuniserer. Imidlertid er det nærmest et fravær av fokus på dialog og diskurs både i NATOs publikasjoner, og i NATOs praktiske kommunikasjon i Afghanistan. NATO både planlegger og gjennomfører strategiske sosiale handlinger ovenfor befolkningen i Afghanistan. Slik jeg oppfatter Habermas, er kjernen i hvorfor kommunikative handlinger fungerer så mye bedre og mer langsiktig enn de strategiske, at de gir den som påvirkes av de en indre motivasjon for gjennomføring av de handlemåter man i felleskap kommer frem til. Slik NATO gjennomfører strategisk kommunikasjon i ISAF, legges det i følge Habermas opp til fragmentert ytre motivasjon for afghanerne som samarbeider med alliansen.

Min konklusjon er derfor at NATOs satsing på strategisk kommunikasjon ikke er egnet til å nå alliansens målsetninger med ISAF operasjonen i Afghanistan. Ut i fra teorien i denne oppgaven er det grunnlag for å hevde at NATOs strategiske kommunikasjon i mange tilfeller er negativ for måloppnåelsen. Det mest positive med strategisk kommunikasjon i NATO, er at den fører til øket fokus på hva alliansens handlemåter kommuniserer.

---

<sup>35</sup> Information Operations Coordination Board

I andre deler av ISAF kampanjen som OMLT<sup>36</sup> legges det i mye større grad opp til samarbeide og dialog i hvordan utfordringene skal møtes. OMLT har også ofte hvert fremhevet som en av de viktigste og mest suksessrike delene av kampanjen. Utviklingen og opptreningen av det afghanske politiet og hæren kan derfor være et utgangspunkt, hvis NATO ønsker kommunikative sosiale handlinger heller enn strategiske. Det er imidlertid et stort paradoks her. NATO er et instrument for utøvelse av militær makt på vegne av sine medlemsland. Det er derfor mye mer naturlig å påtvinge afghanerne NATOs narrativ, enn det er å gå i åpen dialog med afghanerne, for i felleskap å finne beste handlemåte for alliansen i landet. Denne oppgaven gir imidlertid grunnlag for å anta, at en kombinasjon av relasjonsbygging mellom NATO og afghanerne, og en militær maktbruk i henhold til et handlemønster som har blitt generert gjennom åpen dialog og diskurs med afghanerne, vil kunne ha vesentlig større mulighet for å nå NATOs målsetninger.

---

<sup>36</sup> OMLT = Operational Mentoring and Liaison Teams

**Figurliste**

Figur 1 – Illustrasjon av oppbygging av oppgavens deskriptive del (trakt).....	8
Figur 2 – Illustrasjon av Mintzbergs strategi modell .....	11
Figur 3 – ISAF master narrative fra 8. juni 2007 (Joint_Warfighting_Center, 2010, pp. J-2, faksimile).....	16
Figur 4 – Narrativ hierarkiet slik det beskrives i NATOs publikasjoner .....	17
Figur 5 – Orkestermodellen (Joint_Warfighting_Center, 2010, fig II-1).....	19
Figur 6 – NATO virkemidler innen strategisk kommunikasjon (fritt etter NATO doktrine)	23
Figur 7 – Habermas demarkasjon av sosiale handlinger (Habermas, 1984, p. 333, volume one, figure 18) .....	36
Figur 8 – Demarkasjons forskjeller mellom Habermas og Rorty .....	43
Figur 9 – Kommunikasjons etter modell fra Isaacs (Isaacs, 1999, p. 41) .....	45
Figur 10 – New Capacities for Behavior (Isaacs, 1999, p. 419) .....	48
Figur 11 – Core Principles for Dialogue (Isaacs, 1999, p. 420).....	50
Figur 12 – Storstatens dominans i doktrine produksjonen.....	53

## Litteraturliste

- Barnett, T. (2004). *Pentagon's New Map - War and Peace in the Twenty-first Century*. New York: G. P. Putnam and Sons.
- Bøe-Hansen, O. (2010). *Taliban og ISAFs prpogandakrig - Kampen om den mest overbevisende historien*. Oslo: Institutt for Forsvarsstudier.
- CNN. (2001). Chronology of terror. Retrieved 10.03, 2011, from [http://articles.cnn.com/2001-09-11/us/chronology.attack\\_1\\_collapse-attacks-building?s=PM:US](http://articles.cnn.com/2001-09-11/us/chronology.attack_1_collapse-attacks-building?s=PM:US)
- Dictionary.com. (2011). Dialectic. Retrieved 08.02.2011, 2011, from <http://dictionary.reference.com/browse/dialectic>
- Dressler, J. (2010). Operation Moshtarak: Preparing for the battle of Marjah. *Military Analysis and Education for Civilian Leaders*.
- Eide, K. (2010). *Høyt spill om Afghanistan*. Oslo: Cappelen Damm.
- Føllesdal, D., & Walløe, L. (2000). *Argumentasjonsteori, språk og vitenskapsfilosofi*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Gadamer, H.-G. (2010). *Sannhet og metode*. Oslo: Pax forlag.
- Gowing, N. (2009). *Skyful of Lies and Black Swans*: Reuters Institute.
- Habermas, J. (1984). *The Theory of Communicative Action*. Cambridge: Polity Press.
- Habermas, J. (1999). *Kommunikativ handling, moral og rett*. Otta: Tano Aschehoug.
- Habermas, J., & Derrida, J. (2005). *Filosofi i terrorens tid - samtaler med Giovanna Borradori*. Kjøbenhavn: Informations Forlag.
- Heier, T. (2009). Sivil-militær samordning i Afghanistan - et militært stebarn? *Norsk Militært Tidsskrift*, 2009(1).
- Hemming, J. (2008). Press av "Psy Ops" to merge at NATO Afghan Headquarters: sources. Retrieved 14.03, 2011, from <http://www.globalresearch.ca/index.php?context=va&aid=11250>
- Isaacs, W. (1999). *Dialogue and the art of thinking together*. New York: Random House.
- Joint\_Warfighting\_Center. (2010). *Commander's Handbook for Strategic Communication and Communicating Strategy*.
- McChrystal, S. (2009). *Commander's Initial Assessment*. Kabul: International Security Assistance Force (ISAF).
- Minzberg, H. (1994). *The Rise and Fall of Strategic Planning*. London: Prentice Hall.
- Moen, G. M. (2009). *Afghanistan through Norwegian Lenses*. Oslo: Universitetet i Oslo.
- Mullen, M. G. (2009). Strategic Communication - Getting Back to Basics. *Joint Force Quarterly*.
- NATO. (2005). *Guidelines for Operational Planning (GOP)*. Mons: NATO.
- Allied Doktrine for Joint Operations (AJP3(a)) (2007a).
- NATO. (2007b). *Allied Joint Doctrine AJP-01(c)*. Brussel: NATO.
- Allied Joint Doctrine for Psychological Operations AJP-3.10.1(A) (2007c).
- ACO Directive on Social Media (AD 95-3) (2009a).
- Allied Joint Doctrine for Information Operations AJP-3.10 (2009b).
- Allied Joint Publication for Conterinsurgency (COIN) (2009c).
- NATO. (2009d). *NATO BI-SC Information Operations Reference Book* (Vol. Version 1). Bryssel: NATO.
- NATO Strategic Communications Policy (2009e).
- Military Concept for NATO Stratgic Communications (2010).

- Nilsen, A. B. (2007). Osama bin Ladens skulte slagkraft. *Norsk medietidsskrift*(1), 298-312.
- Nordvik, A. M. (2009). Så sivilt som mulig – så militært som nødvendig. Oslo: Universitetet i Oslo.
- Paul, C. (2010). "Strategie Communication" Is Vague - Say What You Mean. *Joint Forces Quarterly*, 56(1st quater 2010).
- Rorty, R. (1992). *Kontingens, ironi og solidaritet*. Aarhus: Modtryk.
- Rorty, R. (2000). *Rorty and his Critics*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
- Shakespeare, W. (1623). *As you like it*. Oxford: First Folio.
- SHAPE. (2009). ACO Directive 95-2 Strategic Communications. SHAPE; Belgium: NATO.
- Solberg, R. (2010). Bistand på ville veier. [Kronikk]. *Aftenposten*.
- Strand, T., & Johansen, P. A. (2011). Løgnene om massakren i Bala Baluk. *Aftenposten*.
- Strand, T., & Johansen, P. A. (2011). NATO-lokk på drapstall *Aftenposten*.
- Tatham, S. A. (2008). *Strategic Communication: A Primer*.
- Taylor, P. M. (2003). *Munitions of the mind - A history of propaganda from the ancient world to the present day*. Manshester: Manchester University Press.
- Field Manual 3.24 Counterinsurgency (2006).
- Utenriksdepartementet. (2011). Hvorfor er Norge i Afghanistan? Retrieved 10.03, 2011, from [http://www.regjeringen.no/nb/dep/ud/kampanjer/bistand\\_afghanistan/situasjonen.html?id=573476](http://www.regjeringen.no/nb/dep/ud/kampanjer/bistand_afghanistan/situasjonen.html?id=573476)
- Utenriksdepartementet, Forsvarsdepartementet, & Justisdepartementet. (2009). *Strategi for helhetlig norsk sivil og militær innsats i Faryab-provinsen i Afghanistan*.
- Wikipedia. (2011). Axis of evil. Retrieved 10.03, 2011, from [http://en.wikipedia.org/wiki/Axis\\_of\\_evil](http://en.wikipedia.org/wiki/Axis_of_evil)