Vad är militärstrategisk kommunikation egentligen?

Hur Försvarsmakten vill kommunicera sin förmåga

av Michael Winberg

Résumé

The Swedish armed forces are obliged by law to communicate in a way that the citizen can understand, to produce annual reports detailing the armed forces activities, to disseminate defense information and to defend the country against external enemies and influences. The conceptual division within the Armed Forces' communication structure together with the agency's use of different terms such as ”means”, ”tools”, ”function” and ”concept” to describe “military-strategic communication”, creates a lack of clarity in what the terms include and how they should be used. Based on collected documents, the clearest demarcation is that “military strategic communication” is everything that is linked to ongoing military operations. There is a lack of a conceptual description of how “military strategic communication” as a tool is supposed to be used to achieve the purpose. There is a need for a revision so that the concept of “military strategic communication” can achieve what the Armed Forces say they want to achieve. Based on the identified research deficit regarding the Armed Forces' “military strategic communication”, it is suggested that future studies examine how the military strategic objectives are realized within “military strategic communications” and how they are measured.

DENNA ARTIKEL ÄR baserad på en magisteruppsats inom medie- och kommunikationsvetenskap med inriktning strategisk kommunikation.[1]

Tidigare har forskningen inom det medie- och kommunikationsvetenskapliga fältet fokuserat på ”strategisk kommunikation” och hur begreppet kan definieras. Definitionen av den militära adaptionen förefaller inte ha rönt lika stort intresse. Medan forskningen ser strategisk kommunikation som en ”organisations medvetna kommunikationsinsatser”, något som ”omfattar ledning, planering och genomförande av reflexiva och kritiska kommunikationsprocesser”[2] har den militära sfären i stället nyttjat sig av begrepp som ”militärstrategisk kommunikation” och ”StratCom”. Även om samtliga tre begrepp påminner om varandra då de i grunden bygger på den gemensamma tanken om sammanhållande kommunikation, innehåller de distinkta skillnader som gör att de inte kan användas som synonymer för varandra.

Inledning

Försvarsmakten har valt att skapa tre distinkta kommunikationsrör; varumärkeskommunikation, militärstrategisk kommunikation och myndighetskommunikation. Gemensamt för dessa är att de kan vara externt såväl

som internt riktade beroende på ämne och målgrupp. Den indelningen kan tolkas som att Försvarsmakten inte anser att militärstrategisk kommunikation är en allomfattande kommunikationsprocess till skillnad från begreppet strategisk kommunikation. För Försvarsmakten har kommunikationen med det omgivande samhället tidigare kallats för ”strategisk kommunikation” men sedan 2019 har myndigheten aktivt valt att frångå begreppet och trots likartade krav på kommunikation som övriga myndigheter, skapat ett eget begrepp; ”militärstrategisk kommunikation”.

Försvarsmakten är ålagd enligt lag att kommunicera på ett sätt som medborgaren kan förstå, producera rapporter årligen där myndighetens verksamhet redogörs för, sprida försvarsinformation samt att försvara landet mot yttre fiender och påverkan. En risk med den nuvarande uppdelningen av kommunikationsfunktionen är att ett av de tre kommunikationsrören växer på bekostnad av övriga, det vill säga att en av kommunikationsinriktningarna stjäl resurser från övriga två vilket påverkar såväl den övergripande kommunikationsförmågan som de lagstadgade åtagandena negativt, vilket är synnerligen allvarligt i nuvarande informationsmiljön där möjligheten att kommunicera snabbt och riktigt i flera kanaler kan vara avgörande för att nå ut.

Därutöver är även risken att de tre ”kommunikationsrören” blir enskilda stuprör där ingen information flödar horisontellt vilket bidrar till att den helhetsbild myndigheten vill förmedla trasas sönder och att mottagaren får ett osammanhängande budskap, vilket hämmar möjligheten till en ”medveten kommunikationsinsats” som stödjer strategiska målsättningar.

Sofia Ivarsson beskriver hur en administrativ bubbla i princip föder sig själv med arbete och krav på ännu fler kommunikatörer för att kunna skapa samt uppdatera alla de dokument som ligger till grund för en myndighets kommunikationsarbete.[3] I den processen är det möjligt att det uppstår begrepp som ger sken av att vara kritiska för organisationen och som därmed måste ägnas särskild uppmärksamhet och tilldelas mer resurser i form av pengar.[4] Övergången från begreppet ”strategisk kommunikation” till ”militärstrategisk kommunikation” kan ses som ett resultat av detta. Anammandet av ett nytt begrepp framstår som utveckling och av gagn för den militära verksamheten samtidigt som det är svårt att avgöra då definitionen av begreppet inte är tydligt.

Militärstrategisk kommunikation, ett svårdefinierat begrepp

Den konceptuella uppdelningen inom Försvarsmaktens kommunikationsfunktion tillsammans med att myndigheten använder olika begrepp som ”medel”, ”verktyg”, ”funktion” och ”koncept” för att beskriva den militärstrategiska kommunikationen skapar en otydlighet i vad begreppet inbegriper och hur det ska användas. För samtidigt som det förefaller finnas en gemensam uppfattning om vad som militärstrategisk kommunikation är i uttrycksform, verkar det inte finnas ett tydligt svar på frågan vad militärstragisk kommunikation *är*. Det finns fog för att påstå att tolkningen av ett objekt som militärstrategisk kommunikation är avhängt mottagarens förmåga att sätta det observerade objektet i ett särskilt sammanhang. Avsaknaden av en tydlig definition för vad militärstrategisk kommunikation är och hur den kan användas medför också en svårighet att kunna utvärdera och vidareutveckla de processer, metoder

och materiel som ligger bakom funktionen. Det innebär också en otydlighet i vad som man med den militärstrategiska kommunikationen kan, ska och får göra för att uppnå (strategiska) kommunikativa målsättningar i jämförelse med andra myndigheters strategiska kommunikation.

När ett sådant kunskapsmässigt tomrum uppstår kan det innebära att det utvecklas en palett av tolkningar för vad militärstrategisk kommunikation innebär, vilket leder till en diskrepans mellan vad Försvarsmakten säger (tror) sig göra och vad som faktiskt utförs. Kommunikatören blir därigenom en tolkande instans som kommer att agera utifrån sin uppfattning medan soldaten blir en annan instans med en egen tolkning som styr handlingarna. I förlängningen blir det svårt för den beslutande makten i riksdagen och det svenska folket att utvärdera om Försvarsmakten utför sin uppgift och använder tilldelade resurser på ett ändamålsenligt sätt.

I Försvarsmaktens perspektivstudie framgår det att myndighetens förmåga till militärstrategisk kommunikation ska utvecklas och stärkas, bland annat genom en ”förstärkt strategisk funktion” och anskaffning av dimensionerande verktyg.[5] Men om vi inte kan vara säkra på vad exakt begreppet innebär är det därmed också i praktiken omöjligt att utbilda nästa generations officerare, uppnå en ökad förståelse inom organisationen som helhet eller att vara säkra på att beslutade och genomförda åtgärder faktiskt förstärker förmågan samt uppnår ställda målsättningar.

Problemet kan sammanfattas som att myndigheten har infört ett begrepp vilket anses vara av vikt för försvarets förmåga, vilket ska kunna användas av personalen på samtliga nivåer men som visat sig vara svårdefinierat.

Vad vet vi om militära organisationer och kommunikation?

Det förefaller vara något tabubelagt att utforska den militära sidan av den strategiska kommunikationen. Inte sällan är den militära kommunikationen studerad från olika länders militära lärosäten och forskningsinstitut. Zerfass m fl resonerar att det kan vara kopplat till den negativa klang som informationskrigföring bär med sig.[6] Försvarsmaktens kommunikation har under åren blivit studerad från en rad olika perspektiv, såväl civila som militära. En sökning på ”militärstrategisk kommunikation” genererar däremot enbart 31 träffar på Google Scholar vilket tyder på att det faktiska begreppet är något ”understuderat” i Sverige. I huvudsak består träffarna av det militära perspektivet genom de uppsatser som officerare skriver när de läser det högre officersprogrammet

Militära organisationers kommunikation

Militär kommunikation sammanlänkas inte sällan med propaganda och ett försök till att rättfärdiga våld. [7] Det är således inte konstigt att det kanske finns en skepticism mot militär kommunikation som något produktivt eller av gagn för samhället, och att det därmed inte är intressant för kommunikationsforskare att studera närmare, vilket i sig är problematiskt med tanke på att militära organisationer finansieras genom skattemedel. Därigenom kan det anses vara viktigt att förstå hur en militär organisation kommunicerar om sin verksamhet, och därigenom påverkar sin omvärld.

Även om det finns vad som närmast kan beskrivas som en naturlig koppling mellan den militära världen och konflikt, bör det inte dras likhetstecken mellan militär kommunikation och användandet av kommuni-

kation som ett vapen. Ordet ”strategi” har förvisso en militär klang i sig som de flesta troligtvis förknippar med strategispel och att flytta förband på en karta. Vilket ibland har belysts som något problematiskt för forskningen då det militära våldet kan ses som själva motsatsen till vad kommunikation ska leda till. En dialog och ökad förståelse för varandra, och därigenom minskad risk för konflikt. Ur det perspektivet framstår kommunikation som ”moraliskt tilltalande” jämfört med hot om en väpnad konflikt.[8] Samtidigt innebär inte konflikt per automatik att fysiskt våld kommer att användas.

Det kan hävdas att strategi ytterst syftar till att undvika en militär konfrontation som resulterar i våld.[9] Den militära kommunikationen kan därmed användas till att de-eskalera ett högt tonläge som annars riskerar att leda till fysiskt våldsam konfrontation. Det innebär i sig inte att en part väljer att kommunicera mindre aggressivt, utan kan kännetecknas genom att en part väljer att sända ett så pass starkt budskap att mottagaren förstår att det vore ofördelaktigt att söka en väpnad konflikt. Det här kallas ibland för ”tröskeleffekt” eller ”avskräckning”.

Samtidigt befinner sig inte världens samtliga länder i en konstant väpnad konflikt med varandra och den militära kommunikationen behöver anpassas därefter. Detta medför att den militära organisationen också behöver kunna kommunicera på ett sätt som inte bara är riktat mot en annan stat eller i ett avskräckande syfte, utan även mot målgrupper som man värnar om. Här återfinns exempelvis kommunikationen mot den egna medborgaren ur såväl informerande som rekryterande syfte.[10] Den militära kommunikationen behöver således, likt det civila företaget, anpassas efter identifierade målgrupper och vad syftet är. Det kan vara kritiskt att få den militära organisationen att framstå lite som vilken annan organisation som helst och legitimera dess existens.[11]

Allt fler militära organisationer i Europa har gått mot en mer marknadsdriven kommunikation, så även Sverige, där slutet på ”det kalla kriget” innebar att länders försvarsmakter behövde hitta sitt existensberättigande bland nya uppgifter än de som traditionellt accepterats av befolkningen.[12] Den här utvecklingen sedan 90-talet har medfört att militära organisationer har rört sig ifrån ”public affairs”, på svenska – ”presstjänst” – till en kommunikationstjänst som försöker fånga upp flera kommunikationsområden.[13]

Medlemskap i Nato kan ses som en förklaring till att våra danska och norska grannar inte har ett eget begrepp för militär kommunikation, medan Sverige har det. Genom sina medlemskap har både Norge och Danmark tidigt fått förhålla sig till Natos StratCom och implementerat detta i sina egna kommunikationsstrukturer.[14] [15] [16]

Sammanfattningsvis kan det sägas att det som forskningen visat vara viktigast är i sig inte *att* en militär organisation kommunicerar, eller vilken nivå som kommunikationen sker på konceptuellt. Det viktiga är *vad* som kommuniceras, *hur* det kommuniceras och *när* kommunikationen sker.[17]

Analys

Militärstrategisk kommunikation

> Genom att aktivt använda militärstrategisk kommunikation kommer vi få ett starkare försvar.[18]

En utvecklad definition av strategisk kommunikation är att begreppet inbegriper all kommunikation som är av vikt för ”aktörens överlevnad”. Därtill att det är en medveten användning av kommunikation för att driva en strategisk diskussion.[19] Det är svårt att med exakthet avgöra när begreppet

militärstrategisk kommunikation myntades i Försvarsmakten. I myndighetens riktlinjer för kommunikation från 2011 nämns begreppet vid ett tillfälle kopplat till information och propaganda.[20] Däremot förefaller begreppet ”strategisk kommunikation” dominera vilket bland annat synliggörs genom 2013 års ”Direktiv för Försvarsmaktens strategiska kommunikation”.

Även om strategisk kommunikation nämns såväl som ett angreppssätt som en viktig del i det totala försvaret av Sverige dröjer det till 2018 års perspektivstudie innan ämnet tillägnas någon särskild uppmärksamhet. I studien nämns militärstrategisk kommunikation som skiljt från strategisk kommunikation och att den förstnämnda ska stödja den nationella strategiska kommunikationen.[21,22]

Under 2019 införde Försvarsmakten begreppet militärstrategisk kommunikation som en ersättare till strategisk kommunikation och därmed ett fastställt begrepp. Då beskrevs det som en grundidé och en process på militärstrategisk nivå som vuxit fram ur en omvärldsutveckling med ökad osäkerhet.[23] Grundidén skulle genomsyra Försvarsmaktens kommunikation och samordna kommunikationstjänsten och informationsoperationer mot ett gemensamt mål. Det uttalade syftet var att beröra mottagaren på ett emotionellt plan för att därigenom höja försvarsviljan.[24]

Försvarsmakten beskriver i sina publikationer begreppet militärstrategisk kommunikation som både ett koncept och en funktion som ska inrikta och samordna såväl kommunikationstjänst som informationsoperationer.[25] Den politiska nivån ska ge styrningar som den militärstrategiska nivån kan omsätta till handlingar för att uppnå operativa målsättningar.[26] På samma sätt ska den militärstrategiska kommunikationen inrikta både militärstrategisk och operativ nivå i ord och handling. I ”doktrin för gemensamma operationer” beskrivs begreppet även som ett verktyg för att skapa ett eget narrativ och huvudbudskap för att stärka försvarsviljan samt motverka påverkan från en motståndare.[27] Därutöver beskrivs begreppet ”information” som en egen funktion för att inrikta och samordna ”tillgängliga kommunikationsresurser” och att funktionen omhändertas av militärstrategisk kommunikation, kommunikationstjänst samt informationsoperationer.[28]

Försvarsmakten anger att strategisk kommunikation och militärstrategisk kommunikation tillsammans motverkar påverkansoperationer utifrån och att den militärstrategiska kommunikationen har en central roll i att möta så kallad icke-linjär krigföring.[29,30] Samtidigt anges också att den militärstrategiska kommunikationen är en del av landets strategiska kommunikation.[31] Vid ett väpnat angrepp ska den militärstrategiska kommunikationen användas för att upprätthålla försvarsviljan, generera stöd för Sveriges försvar (bland annat från militära samarbetspartners) och möta angriparen med ett ”tydligt budskap”.[32] En förutsättning för att vidmakthålla och stärka försvarsviljan är kontinuerlig kommunikation[33] samt att en effektiv kommunikation ”hjälper samarbetspartners att förstå de gemensamma utmaningarna” och fatta vad myndigheten beskriver som ”avgörande beslut”.[34] Försvarsviljan vilar på begrepp som relevans, synlighet och trovärdighet.[35]

Utifrån ”doktrin för gemensamma operationer” framgår det att försvaret av Sverige bland annat vilar på ett militärstrategisk narrativ som ska försvaras vid ett angrepp. Den operativa ledningsnivån förväntas genom kommunikationsaktiviteter och informationsoperationer stödja den militärstrategiska kommunikationen. Den övergripande målsättningen beskrivs som att etablera en korrekt verklighetsbild som stödjer Försvarsmaktens och Sveriges strategiska intentioner.[36] I doktrintillägget anges även

att den militärstrategiska kommunikationen i fred utgör en brygga mellan det politiska och det militära.[37]

Försvarsmaktens militärstrategiska kommunikation utgör tillsammans med varumärkeskommunikation och myndighetskommunikation myndighetens samlade kommunikationsinsats där respektive del kan drivas enskilt såväl som tillsammans för att uppnå ett specifikt syfte.[38] Enligt Försvarsmakten skiljer sig myndighetens kommunikation från andra myndigheter genom kommunikationen om militära operationer, vilket i sammanhanget kallas för militärstrategisk kommunikationen.[39]

I Försvarsmaktens inriktning för kommunikation anges att den militärstrategiska kommunikationen, som en del av kommunikationsfunktionen, bidrar till operativ planering och genomförande. I dokumentet anges även att den militärstrategiska kommunikationen ska ses som ett verktyg för att uppnå militärstrategiska målsättningar i samtliga lägen.[40] Det poängteras att den militärstrategiska kommunikationen verkar i den kognitiva informationsmiljön med syftet att influera valda målgruppers ”preferenser, engagemang och agerande” för att uppnå vad som beskrivs som önskad effekt.[41]

Den kognitiva informationsmiljön definieras som den dimension som berör hur mottagaren reagerar på den utsända informationen.[42] Genom att sätta den militära verksamheten i en kontext förväntas man med den militärstrategiska kommunikationen bidra till på förhand definierade effekter.[43] Samtidigt anges att när myndigheten planerar en militär operation ska begreppet militärstrategisk kommunikation användas.[44]

Häri ligger sedan en diskussion om militärstrategisk kommunikation innefattar militära övningar eller ej. Å ena sidan är det en rutinmässig och återkommande verksamhet på framför allt lokal nivå. Utifrån begreppet ”Strategic communication for security and national defense” är övningar nödvändigtvis inte att anse som strategiska i sin natur.[45] Å andra sidan kan övningar vara strategiska då de, när de är rätt kommunicerade, dels kan stärka försvarsviljan, dels avskräcka en motståndare (åtminstone i teorin). Således ligger det mer i linje att säga att det är själva kommunikationsinsatsen omkring den militära aktiviteten som definierar militärstrategisk kommunikation som begrepp, det vill säga att oavsett storlek på övning eller militär operation blir den militärstrategisk kommunikation först när den knyts till en strategisk målsättning från den politiska nivån. Därför kan bilden på ett amerikanskt bombflyg som övar med svenskt stridsflyg klassificeras som militärstrategisk kommunikation (avskräckning) medan fotot på en grupp svenska soldater som övar vid hemmaförbandet inte blir det.

Även om det i det här specifika exemplet kan tyckas vara självklart vad som är militärstrategisk kommunikation eller ej blir det mer komplicerat när exempelvis tid blir en faktor. Den militärstrategiska kommunikationen ska vara sammanhängande och kunna skapa såväl försvarsvilja som trovärdighet. För detta krävs tid och att kommunikationen är återkommande. För att återvända till gruppen med svenska soldater som övar. Den enskilda bilden är i sig inte militärstrategisk kommunikation, men när den bilden vävs in i en helhet med andra bilder eller när bilden av övande soldater är återkommande över lång tid kan den höjas till att vara strategisk i sin karaktär. Det kan likväl även vara att det är det multimodala budskapet som bygger ett militärstrategiskt budskap kopplat till en ögonblicksbild av det svenska samhället där och då. Med det menas att vissa budskap enbart är intressanta ur ett strategiskt perspektiv under en avgränsad tidsperiod.

Ett nutida exempel när detta skrivs är det svenska stödet i form av militär sökpersonal samt militärt transportflyg till Turkiet efter

jordbävningskatastrofen.[46] Under själva genomförandet kan bilderna på svensk personal i rasmassor eller ett transportflyg med humanitärt bistånd ses som strategisk kommunikation. Men efter några veckor har betydelsen av bilderna sannolikt nedgått och det kommer att krävas tillförd information för att kunna höja betydelsen. Vad som däremot är tveksamt, utifrån Försvarsmaktens beskrivning om hur militärstrategisk kommunikation ska stärka försvarsvilja, är om exempelvis stödet till Turkiet kan räknas som militärstrategisk kommunikation. De flesta skulle antagligen säga att det är i allra högsta grad strategisk. Men då den militärstrategiska kommunikationen syftar till att öka försvarsviljan och tröskeleffekten är det mer tveksamt om detta uppnås. Det går förvisso att hävda att Försvarsmakten, genom sin operation, har visat en förmåga att utföra en specifik uppgift. Samtidigt är det utförandet något som i sig inte kan klassificeras som avskräckande eller en tröskel som påverkar en motståndares anfall.

Likheter, skillnader i strategisk och militärstrategisk kommunikation

Strategisk och militärstrategisk kommunikation delar en del likheter vilket i sig är naturligt då den senare kan ses som en avknoppning från det stora trädet ”strategisk kommunikation”. Det går även att förklara med att Försvarsmakten initialt använde sig av begreppet ”strategisk kommunikation” och att det var först relativt nyligen som myndigheten i stället gick över till begreppet ”militärstrategisk kommunikation”, men utan att det resulterat i några noterbara förändringar i hur myndigheten kommunicerar eller för den delen organiserar sin kommunikationsfunktion. Medvetenheten om att allt en aktör gör eller inte gör innebär att det sker en kommunikation, och den aktiva planeringen av densamma, är troligtvis den största gemensamma nämnaren mellan de två begreppen. Myndigheten beskriver återkommande hur den militärstrategiska kommunikationen behöver vara närvarande i planeringen och utarbeta mål till stöd för den militära chefens beslut. Mycket likt hur strategisk kommunikation behöver stödja statsledningens, eller för den delen företagsledningens, beslut att föra landet eller verksamheten i en viss riktning. Uttrycket ”medvetna kommunikationsinsatser” gör sig påmint i sammanhanget.

Försvarsmakten kan sägas ha gjort medvetna kommunikationsinsatser under lång tid, främst utifrån ett varumärkes- och marknadsperspektiv. Däremot inbegriper inte det militärstrategiska begreppet utifrån Försvarsmaktens beskrivning vare sig ”public relations”, organisationskommunikation eller marknadskommunikation. De senare är i stället placerade utanför den militärstrategiska bubblan. Vilket därmed också blir den stora skillnaden jämfört med strategisk kommunikation. De tre delarna kan sägas vara kritiska för organisationens överlevnad, vilket enligt litteraturen lyfter upp kommunikationen på en strategisk nivå. Utifrån den definitionen blir det i stället övriga kommunikationsdelar som står för den strategiska kommunikationen medan den militärstrategiska står för ”något annat”. Detta ”något annat” är inte lika tydligt definierat eller avgränsat likt övriga begrepp.

Militära organisationer framställs inte sällan som konservativa, vilket kan vara en delförklaring till varför Försvarsmakten aktivt väljer att röra sig bort från ett fastställt begrepp som ”strategisk kommunikation”. En möjlig förklaring är just ordet ”strategisk”, dess innebörd och hur myndigheten använder ordet för att beskriva ledning. Försvarsmakten skiljer även mellan strate-

gisk ledning och militärstrategisk ledning. Det förstnämnda syftar på landets politiska ledning, och det senare på den militära ledningen av militära operationer. Således är det möjligt att drivkraften bakom det förändrade begreppsanvändandet är viljan att ha enhetliga begrepp för att skapa tydlighet. Begrepp som däremot bär med sig specifika betydelser som kan förstås olika beroende på om individen befinner sig på insidan eller utsidan av myndigheten.

När Försvarsmakten beskriver den militärstrategiska kommunikationen som koncept beskrivs de tre inriktningarna: avhålla och förebygga, vinna tid och skapa handlingsfrihet samt bryta anfallskraft eller bestrida uthålligt, på ett sätt som kan förstås som strategiska mål. De ligger i linje med den politiska ledningens inriktning om att värna landets självständighet. Vilket överensstämmer med Guerrero-Castros definition om strategiska målsättningar i fred, kris och krig för att avskräcka, skapa trovärdighet och legitimitet såväl nationellt som internationellt.

Den militärstrategiska kommunikationen är, som en del av en helhet, beroende av att det sker en strategisk samordning inom myndigheten. Det antyder att det, åtminstone processuellt, finns en strategisk nivå även inom Försvarsmakten som syftar till att skapa en helhet av myndighetens kommunikation. Samtidigt verkar den inte vara organisatorisk i sitt väsen utan snarare konceptuell, det vill säga att det inte finns en fysisk organisationsenhet vars uppgift är att samordna kommunikationen för ett strategiskt syfte.

Militärstrategisk kommunikation som verktyg

Ett verktyg kan vara ett fysiskt redskap eller ett kognitivt hjälpmedel för att utföra en viss uppgift. Som verktyg ska den militärstrategiska kommunikationen kunna nyttjas av såväl organisatoriska aktörer (exempelvis Försvarsmaktens ledning) som individen (exempelvis soldaten eller sjömannen).[47] Militärstrategisk kommunikation beskrivs även som ett redskap för att uppnå strategiska målsättningar.[48] Militärstrategisk kommunikation som ett verktyg ska i det här sammanhanget förstås som ett intellektuellt hjälpmedel för att omvandla ord till handling.

Försvarsmakten menar att militärstrategisk kommunikation är ett verktyg för att stärka försvarsviljan och samtidigt försvara befolkningen mot motståndarens påverkan[49], och det har lyfts att militär personal behöver förstå hur de kan använda det här verktyget.[50] I Försvarsmaktens inriktning för kommunikation anges också att den militärstrategiska kommunikationen ska ses som ett verktyg för att uppnå militärstrategiska målsättningar.[51] Den militärstrategiska kommunikationen är i det sammanhanget att se som ett abstrakt hjälpmedel, i grunden ett tankeverktyg mer än ett handgripligt dito, för att uppnå ett utpekat mål. Det här tankeverktyget ska sedan samtliga nivåer i organisationen, från enskild individ längst ner i myndigheten till landets högst militära ledning, kunna använda sig av för att uppnå det utpekade målet.[52] Förståelsen för hur ett sådant verktyg bör användas kommer således att ha olika utgångslägen och möjliga nyttjanden baserat på tillgängliga resurser för respektive nivå. Det medför i förlängningen att en generell ökad kunskapsnivå kan bli svår att uppnå då en sådan utbildning behöver anpassas utifrån respektive nivås specifika förutsättningar.

Militärstrategisk kommunikation som koncept

Koncept, eller grundidé, skapar en form av enklare ramverk för individen att hålla sig till. Enligt doktrintillägget för militärstrategisk kommunikation grundar sig det kommunikativa konceptet i tre inriktningar: avhålla och förebygga, vinna tid och skapa handlingsfrihet samt bryta anfallskraft eller bestrida uthålligt. Samtliga tre områden fokuserar på Sveriges medborgare som målgrupp där allmänheten ska förberedas för ett krig, försvarsviljan ska bibehållas och motståndsandan stärkas. En motståndares anfallsvilja ska brytas genom att analysera dennes mål och där svensk kommunikation kan nyttjas för påverkan.[53]

Begreppet koncept ska i det här sammanhanget förstås som en bärande idé om hur den militärstrategiska kommunikationen ska användas i fred, kris och krig. Den bärande idén är att förbereda den svenska medborgaren för ett krig och stärka försvarsviljan. Ambitionen att stärka försvarsviljan och bygga tröskeleffekt är återkommande inslag i dokumentationen om vad den militärstrategiska kommunikationen vill uppnå, vilket också var den uttalade grundidén när begreppet infördes 2019. Ur det perspektivet kan det sägas att den militärstrategiska kommunikationen i allra högsta grad är ett koncept. Det är en idé vars inriktning de flesta kan förhålla sig till och omvandla till sin egen verksamhet.

Militärstrategisk kommunikation som funktion

Inom den militära sfären återfinns olika funktioner vilka ska stödja en chef i dennes beslutsfattande. Den militärstrategiska kommunikationen uppges att; tillsammans med logistik, ledning och underrättelsetjänst, utgöra en militärstrategisk funktion,[54] Som funktion ska den militärstrategiska kommunikationen inrikta och samordna informationsoperationer och kommunikationstjänsten. Det innebär att den militärstrategiska nivån tillser att Försvarsmaktens militära operationer i informationsmiljön och kommunikationstjänsten leder till de fastställda målsättningarna, och att dessa två delar inte motarbetar varandras insatser.[55] Begreppet funktion ska i det här sammanhanget förstås som en specifik avgränsad uppgift som utförs till stöd för den militära chefens beslutsprocess.

Syftet för funktionen är att vara ett stöd vid planering och beslut för kommande operationer. Det innebär även i sin tur att det ska finnas en chef för funktionen som har det yttersta ansvaret för att inrikta och samordna helheten. Vilket utifrån Försvarsmaktens inriktning och direktiv[56] förefaller vara det som förr hette chefen för ledningsstaben. Kommunikationsdirektören verkar, trots titeln, enbart haft till uppgift att utarbeta ett underlag för inriktning och leda den militärstrategiska kommunikationen utifrån den, av en högre chef godkända, fastställda inriktningen. Även om kommunikationsdirektören även är utsedd att leda varumärkes- och myndighetskommunikationen och således bör ha ett helhetsgrepp föreligger det en konflikt med exempelvis C OPL som har till uppgift att leda informationsoperationer, vilket är en del av den militärstrategiska kommunikationen.

Slutsatser

Vad är militärstrategisk kommunikation enligt Försvarsmakten?

När Försvarsmakten beskriver begreppet militärstrategisk kommunikation som ett verktyg, ett koncept och en funktion öppnar

myndigheten upp för ett brett användande av begreppet. Likväl öppnas möjligheterna till ett bredare tolkningsutrymme om vad militärstrategisk kommunikation är, eller inte är. Risken är således att sändare och mottagare pratar förbi varandra när de diskuterar aktiviteter inom ramen för Försvarsmaktens kommunikation. Bland annat baserat på olika förståelse för vad olika begrepp innebär. Utifrån det insamlade underlaget är den tydligaste avgränsningen att militärstrategisk kommunikation är allt som är sammanlänkat till militära operationer.

Likheter, skillnader mellan strategisk & militärstrategisk kommunikation

Likheterna mellan begreppen vilar på arbetet med medvetna kommunikationsaktiviteter och målsättningar som är strategiska i sin natur. Här finns en vilja att samordna budskap för att skapa ett strategiskt narrativ riktat mot utpekade, eller åtminstone uttänkta, målgrupper. Skillnaderna ligger i att den militärstrategiska sfären avgränsar bort kommunikationsområden som myndighets- och varumärkeskommunikation för att i stället fokusera på kommunikation kring militära operationer. Det finns ur det perspektivet ingen helhet i kommunikationen även om den militära kommunikationen ska vara en del av en helhet.

Militärstrategisk kommunikation som ett verktyg

Då verktyget ska skapa ”ett narrativ, tema och huvudbudskap” blir det abstrakt hur verktyget ska kunna användas av de olika nivåerna och om exempelvis narrativet, det vill säga berättelsen som myndigheten vill berätta för att stärka försvarsviljan, ska vara sammanhängande genom samtliga nivåer eller om den kan tillåtas vara skifta beroende på vem som berättar. Det saknas i grunden en konceptuell beskrivning om hur militärstrategisk kommunikation som verktyg är tänkt att användas för att uppnå syftet.

Militärstrategisk kommunikation som en funktion

Utifrån de angivna direktiven och den organisationsstruktur som anges i det insamlade underlaget är det tveksamt att funktionen militärstrategisk kommunikation kan fullfölja sitt syfte att samordna och inrikta såväl informationsoperationer som kommunikationstjänsten då mandatfördelningen placerar ledningsansvaret på olika platser. Även om kommunikationsdirektören ska stödja övriga chefer innebär det inte att denne har någon form av beslutsrätt. Det talar i grunden för att funktionen är stödjande i sin essens, samtidigt som det talar emot att den militärstrategiska kommunikationen ska kunna uppnå att inrikta och samordna någon form av helhetsbild när mandatfördelningen ser ut som den gör.

Militärstrategisk kommunikation som ett koncept

Som ett koncept framställs den militärstrategiska kommunikationen som holistisk. Den ska omhänderta den samlade kommunikationen mot målgrupperna för att uppnå en rad effekter såsom stolthet, rekrytering, försvarsvilja och avskräckning. Samtidigt är den redan i sitt införande avgränsad till att enbart beröra två subkategorier inom den militära kommunikationsfunktionen. Den konceptuella och för den delen organisatoriska indelningen av kommunikationsfunktionen förefaller inte stödja grundidén med den militärstrategiska kommunikationen som något som kan stödja den strategiska kommunikationen och dess målsättningar.

Här finns behov för förändringar för att konceptet militärstrategisk kommunikation ska kunna uppnå det Försvarsmakten säger sig vilja uppnå.

Diskussion

Under 2019 gjorde Försvarsmakten valet att frångå de fastställda begrepp och definitioner som fanns etablerade kring kommunikation på en strategisk nivå, och skapade således en ny väg för myndighetens kommunikation mot omvärlden. Samtidigt förefaller förändringen inte ändrat hur myndigheten kommunicerar rent praktiskt eller hur den väljer att fördela ansvar och resurser. Det har, tillsammans med abstrakta beskrivningar om begreppets innebörd, skapat en bild av något som alla förstår är viktigt men som få (eller ingen) förstår hur det egentligen ska användas.

Den konceptuella utformningen av begreppet militärstrategisk kommunikation är på flera sätt lätt att förstå. Som idé skapar den ramar som kan nyttjas på samtliga nivåer och åtminstone skapa en förståelse för hur soldaten kan påverka utfallet på en militärstrategisk nivå genom exempelvis en kort filmsnutt på sociala medier. Som funktion blir det otydligare hur den militärstrategiska kommunikationen med sina förgreningar ska kunna stödja en militär chef i operationsplaneringen med den mandatfördelning som dokumentationen beskriver. Som verktyg är det oklart hur det praktiskt ska nyttjas i verksamheten. Det förefaller bli svårt för kommunikationsdirektören att använda resurser effektivt när dessa är fördelade under andra chefer, chefer som har behov av att använda resurserna för att stödja sina egna beslut.

Sett till begreppets ”unga ålder” är det å andra sidan inte konstigt att det uppfattas som diffust eller att det kan uppfattas som att det finns ett stort omfång avseende hur begreppet kan appliceras i verkligheten. Det är tydligt att den begreppsförvirring som beskrivs av en intervjuperson i Holms och Jirlinds uppsats[57] inte bara har återgivits i Försvarsmaktens interna dokumentation, den förefaller även ha förstärkts med en glidning bort från den strategiska helheten (det nationella) till att handla om en avgränsad kommunikation (den kognitiva) för en avgränsad del av den militära verksamheten (den militära operationen). Utifrån det perspektivet framstår en definition för begreppet ”militärstrategisk kommunikation” som den kognitiva verkansdelen före, under och efter en på förhand definierad militär operation.

Om vi accepterar det perspektivet skulle det i sådana fall innebära att en militärstrategisk kommunikativ förmågeökning är ihopkopplad med mängden personal, den utrustning som den personalen har tillgång till för att dokumentera och redigera underlag samt de kanaler som är tillgängliga för att sprida information. De ”dimensionerande verktyg” som Försvarsmakten då beskriver i sin perspektivstudie kan i sådant fall förstås som både mjukvara (människor och transmissionsmedia) och hårdvara (kameror och redigeringsutrustning) i samklang. Det är inte tillräckligt att öka det ena eller andra för att uppnå en ökad förmåga till verkan, det kräver att bägge delar ökar i harmoni med varandra.

Även om det finns utrymme för diskussion kring vad försvarsvilja faktiskt är, och att det kan ta sig olika uttryck beroende på hur frågan ställs, är det åtminstone något som går att mäta för att få en uppfattning om folkets försvarsvilja har ökat eller minskat efter genomförda kommunikationsinsatser. Även om försvarsviljan i sig inte enkom är upphängd på Försvarsmaktens kommunikation utan även samhället i övrigt, blir myndighetens kommunikation själva navet

för det som anses vara nationens förmåga till försvar och således borde myndighetens sätt att kommunicera ha en större påverkan än exempelvis civila dito.

Vad som däremot är svårt, om inte helt omöjligt, är att mäta vilken effekt den militärstrategiska kommunikationen har på avskräckningsförmågan. Värderingen av den verkan riskerar att i bästa fall bli binär. Antingen anföll motståndaren eller inte.

Militärstrategisk kommunikation beskrivs som något som sammanlänkar den militära sfären med den politiska nivån. Samtidigt beskrivs det, åtminstone på en konceptuell nivå, att det finns en strategisk samordning inom myndigheten. Vilket kan vara den ”strategiska funktion” myndigheten beskriver som ska förstärkas i framtiden, alltså en nivå som samordnar den militärstrategiska kommunikationen med varumärkes- och myndighetskommunikationen. Det uppstår således några frågor kring hur väl den strategiska och den militärstrategiska kommunikationen egentligen hänger ihop när det finns ytterligare en nivå emellan som i text inte ägnas särskilt mycket tanke. Utifrån det identifierade forskningsunderskottet vad gäller Försvarsmaktens militärstrategiska kommunikation föreslår den här artikeln att framtida studier undersöker hur de militärstrategiska målsättningarna realiseras och mäts.

Författaren är fanjunkare och innehar en magister i medie- och kommunikationsvetenskap med inriktning strategisk kommunikation.

Noter

1. Winberg, Michael: *Vad är militärstrategisk kommunikation egentligen? Hur Försvarsmakten vill kommunicera sin förmåga till omvärlden*, Mittuniversitetet, 2023.
2. Falkheimer, Jesper och Heide, Mats (red): *Strategisk kommunikation: forskning och praktik*, 1. uppl, Studentlitteratur, Lund 2011, s 13.
3. Ivarsson, Sofia: ”Myndigheter och kommunikation” i Fredriksson, Magnus (red): *Organisationer och kommunikation*, Studentlitteratur, Lund 2021, s 124-125.
4. Ibid, s 111.
5. FM2022-19979:15 *Försvarsmaktens perspektivstudie 2022*, s 70.
6. Nothhaft, Howard; Werder, Page; Kelly; Verčič, Dejan och Zerfass, Ansgar: ”Strategic communication: Reflections on an elusive concept”, *International Journal of Strategic Communication*, vol 12, nr 4, 352-366, 2008, s 489.
7. Fry, Elizabeth: ”Persuasion Not Propaganda: Overcoming Controversies of Domestic Influence in NATO Military Strategic Communications”, *Defence Strategic Communications*, vol 11, 2023, s 177-213, DOI: 10.30966/2018.RIGA.11.6.
8. Zerfass, Ansgar; Verčič, Dejan; Nothhaft, Howard och Page Werder, Kelly: ”Strategic communication: Defining the field and its contribution to research and practice”, *International Journal of Strategic Communication*, vol 12, nr 4, 487-505, 2018, s 489.
9. Nothhaft, Howard och Schölzel, Hagen: ”(Re-) Reading Clausewitz: The Strategy Discourse and its Implications for Strategic Communication” i *The Routledge Handbook of Strategic Communication* (s 42-57), Routledge, 2014, s 19.
10. Deverell, Edward; Olsson, Eva-Karin; Wagnsson, Charlotte; Hellman, Maria och Johnsson, Magnus: ”Understanding public agency communication: the case of the Swedish armed forces”, *Journal of public affairs*, vol 15, nr 4, 2015, s 387-396.
11. Ågren, Malin och Sataoen, Hogne: ”Becoming a “Normal” and “Ordinary” Organization through Strategic Communication? Discursive

Legitimation of the Swedish Armed Forces", *International Journal of Strategic Communication*, vol 16, nr 1, 2022, s 50-69.
12. Op cit, Deverell, Edward m fl, se not 10, s 1.
13. Op cit, Ågren, Malin och Sataoen, Hogne, se not 11, s 51.
14. Nissen, Thomas Elkjer: *Strategisk kommunikation: en nødvendig konceptuel og strategisk udfordring*, København, 2011, s 18.
15. Nissen, Thomas Elkjer: *Strategisk kommunikation-et spørgsmål om legitimitet: En analyse af teoretiske, militære og civile tilgange til strategisk kommunikation og hvad det betyder for Forsvaret*, Forsvarsakademiet, København 2017, s 47.
16. Hagen, Janne Merete och Søgaard, Henning André: *Strategisk kommunikasjon som redskap i krisehåndtering*, Forsvarets forskningsinstitutt (FFI), 2014, s 26.
17. Op cit, Nothhaft, Howard och Schölzel, Hagen, se not 9, s 22.
18. Citat hämtat ur *Doktrintillägg Militärstrategisk kommunikation 2023*, s 5.
19. Op cit, Zerfass, Ansgar mfl, se not 8, s 493.
20. 17 100:63161 2011-09-09 *Försvarsmaktens riktlinjer för intern och extern kommunikation*, s 2.
21. FM2015-13192:15 *Slutlig redovisning av perspektivstudien 2016–2018*, Försvarsmakten, s 39.
22. Ibid, s 41.
23. FM2019-10546:1 *LEDS direktiv – Försvarsmaktens militärstrategiska kommunikation 2019–2020*.
24. Ibid, s 2.
25. *Militärstrategisk doktrin 2022*, s 66.
26. *Doktrintillägg militärstrategisk kommunikation 2023*, s 16.
27. *Doktrin för gemensamma operationer*, s 63.
28. Ibid, s 88.
29. Ibid, s 24.
30. *Försvarsmaktens Strategiska inriktning 2021*, bilaga 1, s 19.
31. *Doktrintillägg militärstrategisk kommunikation 2023*, s 11.
32. *Doktrin för gemensamma operationer*, s 74.
33. Ibid, s 67.
34. Ibid, s 79.
35. *Militärstrategisk doktrin 2022*, s 66.
36. Ibid, s 66.
37. *Doktrintillägg militärstrategisk kommunikation 2023*, s 5.
38. *Militärstrategisk doktrin 2022*, s 66.
39. *Handbok Kommunikationstjänst 2022*, Försvarsmakten, s 17.
40. *HKV LEDS Direktiv – Inriktning Försvarsmaktens kommunikation 2021–2025* FM2021-17:26, s 4.
41. Ibid, s 6.
42. *Militärstrategisk doktrin 2022*, s 58.
43. *HKV LEDS Direktiv – Inriktning Försvarsmaktens kommunikation 2021–2025*, s 6.
44. *Doktrintillägg militärstrategisk kommunikation 2023*, s 17.
45. Guerrero-Castro, Christian E: "Strategic Communication for Security & National Defense: Proposal for an Interdisciplinary Approach", *Connections*, vol 12, nr 2, 2013, s 27-52.
46. Högkvarteret: "Försvarsmaktens akuta räddningsinsats i Turkiet avslutad", Försvarsmakten, 2023-02-16, *https://www.forsvarsmakten.se/sv/aktuellt/2023/02/forsvarsmaktens-akuta-raddningsinsats-i-turkiet-avslutad/*, (2023-07-13).
47. *Doktrintillägg Militärstrategisk kommunikation 2023*, s 10.
48. *HKV LEDS Direktiv – Inriktning Försvarsmaktens kommunikation 2021–2025* FM2021-17:26, s 4.
49. *Doktrin för gemensamma operationer*.
50. Holm, Mikael och Jirlind, Magnus: *Militärstrategisk kommunikation: Informationsmiljön – det nya slagfältet: En bild säger mer än tusen ord*, 2019, s 66.
51. *HKV LEDS Direktiv – Inriktning Försvarsmaktens kommunikation 2021–2025* FM2021-17:26, s 4.
52. *Doktrintillägg Militärstrategisk kommunikation 2023*, s 10.
53. Ibid, s 20.
54. Ibid, s 46.
55. Ibid, s 26.
56. *HKV LEDS Direktiv – Inriktning Försvarsmaktens kommunikation 2021–2025* FM2021-17:26
57. Op cit, Holm, Mikael och Jirlind, Magnus, se not 50, s 9.