

«Gammelt nytt» om militæraktivisme og fredsaktivisme i nye klær

Sigrun Marie Moss og Malcolm Langford
Universitetet i Oslo, Norge

Sammendrag

Hvordan Norge håndterer sin militæraktivisme og fredsaktivisme ble aktualisert i kampanjen for et sete i sikkerhetsrådet. Aktivisme forstås her som nasjonens villighet til å ta initiativ på tross av kostnader. I denne replikken svarer vi på Friis sin kommentar som trekker verdien av vårt bidrag i tvil, da han omtaler vår analyse av Norges unnløstelse av å fremme sin militæraktivisme til fordel for «mykere verdier», som «gammelt nytt.» I kampanjen fremmet Norge både militæraktivisme og fredsaktivisme, men i ulikt materiale og forum. Vi hevder dermed at dette som et minimum er gammelt nytt i nye klær. Ved bruk av nasjonsbranding-rammeverket finner vi at Norge ønsket å fremstille seg som en aktør som er villig til å bidra, samtidig med å understreke Norge som en ikke utpreget militæraktør.

Nøkkelord: fredsaktivisme · militæraktivisme · nasjonsbranding · kampanje · sikkerhetsrådet

I sitt debattinnlegg om fokusnummeret «Når krig blir hverdag» i *Internasjonal Politikk* reiser Karsten Friis (2021) spørsmål om redaktørene og bidragsyterne fra Norge har forvirret sin bruk av militæraktivisme (og ikke har håndtert tematikken som vi «burde»), og mener bidragene bærer preg av normativ-preget kritikk hvor graden av landenes mulige militæraktivisme overselges. Kritikken dekker delvis vårt bidrag «Militæraktivisme brandet som fredsaktivisme? Norges kampanje for

*Kontaktinformasjon: Sigrun Marie Moss, e-post: s.m.moss@psykologi.uio.no

©2021 Sigrun Marie Moss og Malcolm Langford. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), allowing third parties to copy and redistribute the material in any medium or format and to remix, transform, and build upon the material for any purpose, even commercially, provided the original work is properly cited and states its license.
 Citation: Moss, S. M. & Langford, M. (2021). «Gammelt nytt» om militæraktivisme og fredsaktivisme i nye klær. *Internasjonal Politikk*, 79(2), 177–181. <http://dx.doi.org/10.23865/intpol.v79.3147>

en plass i FNs sikkerhetsråd». I teksten vår spurte vi blant annet: Hvordan fremstilte Norge seg som fredsnasjon i sin kampanje, og hvordan ble militæraktivismen håndtert? Vi så på Norges kampanjebrosjyre for setet i Sikkerhetsrådet, samt et utvalg taler og tekster fra det norske utenriksdepartementet som omhandler kandidaturet.

Friis sparer oss for kritikk for en manglende definisjon siden vi i teksten definerer aktivisme som «nasjonens villighet til å ta initiativ på tross av kostnader (Branner, 2013)». Derimot trekker Friis verdien av bidraget vårt i tvil, da vår analyse av Norges unnlattelse av å fremme sin militæraktivisme til fordel for «mykere verdier» avskrives som «gammelt nytt»:

Lenger ned i teksten får vi imidlertid det inntrykk at det er utviklingen av en militær profesjon, en «krigerkultur», samt den politiske tendensen til å tone dette ned til fordel for mykere verdier, som er sakens kjerne. Dette er gammelt nytt (se Egeberg, 2017). Det vises ikke at «nasjonen har tatt initiativ på tross av kostnader» i militære utenlandsoperasjoner. Det er sikkert korrekt at Norges deltakelse i kontroversielle internasjonale militæroperasjoner (som Libya) ikke ble fremhevet i markedsføringen av Norges kandidatur til Sikkerhetsrådet, men da kunne vel forfatterne sagt det? Igjen er det uklart hva slags analytiske innsikter begrepet militæraktivisme bringer til torgs – annet enn et politisk verdiladet begrep.

Det er viktig i utgangspunktet å avklare tilnærmingen i teksten vår. Det handler ikke om den klassiske realpolitiske tilnærmingen til nordiske paradokser, som er fokusnummerets første fokus: spørsmålet om en «normalisering» av skandinavisk militæraktivisme til tross for våre selvbilder som fredsnasjoner. Vår tekst handler derimot om fokusnummerets andre spørsmål: hvordan landene håndterer dette paradokset når det oppstår. Friis reduserer vårt spørsmål og analyse til et spørsmål om forventet markedsføring, med kommentar om at det jo er forståelig at kontroversielle internasjonale operasjoner ikke brukes i markedsføringen av Norges kandidatur til Sikkerhetsrådet. Vi mener derimot at hvordan landene fremstiller seg er et like viktig spørsmål i seg selv. Dessuten kan denne konstruksjonen ha realpolitiske konsekvenser: fremstillingen av en fredsnasjon skaper muligheten til oppnåelsen av viktige politiske goder (som et sete i sikkerhetsråd), samtidig som det begrenser framtidig militæraktivisme hvis fredspolitikken faktisk fester seg i politikk og debatt.

Vi finner derfor et nasjonsbranding-perspektiv interessant, der nasjoner posisjonerer seg på måter som gjør dem unike. Her er man opptatt av ekstern opplevelse av nasjonen, og ønsket om å differensiere seg fra andre (Browning, 2007; Dinnie, 2008). Dette perspektivet er nyttig når vi analyserer motsatsen mellom fremstillingen av Norge relatert til militæraktivisme versus fredsaktivisme, da Norge nettopp i kampanjen om setet i Sikkerhetsrådet konkurrerte mot Irland og Canada og trengte å differensiere seg fra disse på positive markører. I Norges kampanjebrosjyre er 4 av 32 punkter viet til en aktiv understreking av Norge som villig til å ta militært initiativ, på tross av kostnader, ved å delta i FN-operasjoner. I de talene og tekstene

vi derimot har analysert, fremmes flere av de andre hovedpunktene i kampanjebrosjyren, inkludert de som snakker til fredsaktivismen – for eksempel kvinner, fred og sikkerhet, samt fredsprosesser. Militæraktivismen snakkes det ikke om i disse talene, selv de som direkte omhandler sikkerhet.

Den diskrepansen er det interessante for oss i vår tekst. Som vi sier om disse talene og tekstene (s. 404): «Det er ikke fokus på det militære, men stort fokus på Norge som fredsnasjon.» Der Friis påpeker at man får inntrykk av at det i vår tekst er «utviklingen av en militær profesjon, en 'krigerkultur', samt den politiske tendensen til å tone dette ned til fordel for mykere verdier, som er sakens kjerne», og videre understreker at dette er gammelt nytt, så er det jo nettopp en mer kompleks nasjonsbranding som her er sakens kjerne. Man toner i kampanjen den militære aktivismen ned, og spiller opp de mykere verdier i visse forum og sammenhenger; men i kjernekommunikasjonen av Norges kandidatur, så bruker man 4 av 32 punkter på å kommunisere Norges militæraktivisme og militære bidrag til FN. Dette tar dermed som et minimum «gammelt nytt» ut på dansegulvet for en svingom i nye klær. Hvorfor ville man i kampanjesammenheng understreke dette militære samtidig som det tones ned? Svaret på dette foreslår vi nettopp forklares godt via nasjonsbrandingen, med tanke på ønsket om å fremstille seg som en aktør villig til å bidra, samtidig som man understreker at man er en ikke utpreget militær aktør (noe som mulig ble gjort mer akutt av at Irland, en av to konkurrenter om setet, ikke er NATO-medlem).

Friis spør videre:

Og da melder spørsmålet seg igjen: Er det nødvendigvis en diskrepans mellom fredsarbeid og internasjonale militæroperasjoner? Kan ikke maktbruk redde liv og skape fred? Om det er en diskrepans må man si hva det er mer konkret. Er det å bombe i Libya uten en plan for hva som kommer etterpå kritikkverdig? Ja, det kan man si, selv om mandatet formelt sett var «beskyttelse av sivile», var fraværet av en militær strategi forstemmende. Men står det å kjempe mot terrorregimet til ISIL i Irak, eller å trene opp afghansk spesialpoliti i kontrast til «fredsnasjonen»?

Som vi eksplisitt sier i teksten mener vi ikke at det er en nødvendig diskrepans mellom fredsarbeid og internasjonale militæroperasjoner, som Friis her spør oss om. Vi sier innledningsvis: «Selv om fredsaktivisme og militæraktivisme ikke trenger å være klare, binære motsatser, så kan kontrasten her invitere til et nærmere blikk på hvordan disse aspektene ved det norske kandidaturet ble presentert.» Her må vi dog understreke følgende poeng fra teksten vår (s. 404): «Samtidig kan man stille spørsmålstegn ved om ikke norske regjeringer har satt for stort likhetstegn mellom fredspolitik og sikkerhetspolitikk, og at spenningene mellom disse bør anerkjennes (se Harpviken & Skjelsbæk, 2010, i relasjon til Afghanistan-deltakelsen til norske militære).» Igjen er hovedpoenget i teksten vår *bruken* av disse aktivismene i nasjonsbrandingen, og hvordan Norge i sitt kandidatur fremstiller seg i lys av sin villighet til å ta initiativ på tross av kostnader, enten innen det militære eller det fredsfokuserte

feltet. Vi fremmer to mulige forklaringer i vår tekst. Den første omhandler den mulige framingen av militæraktivisme i FNs navn som overlappende med fredsaktivisme (s. 404):

At alle talene har til felles at det ikke fokuseres på militæraktivismen spesifikt, er verdt å merke seg. Fremhevelsen av det militære i den norske kampanjebrosjyren for SR, men unnlattelsen av å ta opp dette eksplisitt i kampanjerelaterte taler, kan i den norske kampanjen potensielt forklares med at militæraktivismen knyttet til FN-operasjoner ses på som innlemmet i fred og internasjonalisme, heller enn at diplomater og politisk ledelse ser dette som militært i den mer vanlige forstand.

I en sånn framing bør man da igjen se på Harpviken og Skjelsbæk sitt sitat over, der de spør om norske regjeringer har vært noe for villige til å sidestille fredspolitik og sikkerhetspolitikk. Vi fremmer en annen forklaring på denne nedtoningen av det militære parallelt med at nettopp det militære understrekes i kampanjebrosjyren (s. 405):

En alternativ forklaring er at Norge har mindre å vinne på å fremme det militære aspektet. Som vi skal se, kan Irland og Canada matche Norge på både fredsbevarende operasjoner og likestilling i forsvaret. Dessuten handler en god del av SR-kampanjen om å sanke stemmer blant de 70-pluss stater i Afrika og Stillehavet som kan være skeptiske til og mindre interessert i militæraktivisme (selv fredsbevarende operasjoner kan bli regnet som en form for kolonialisme). Et kjennetegn i mange uttalelser fra Norge, er bidrag til internasjonal utvikling, pålitelighet og nøytralitet.

Her kan nettopp nedtoningen av det militære tjene nasjonsbrandingen av Norge i tråd med kandidaturet. Denne fremstillingen av nasjonen for eksterne publikum er viktig å analysere når vi vil forstå balansegangen mellom fredsaktivisme og militæraktivisme. Vi takker Friis for hans lesing av fokusnummeret, og for hans innspill, og ser frem til videre diskusjoner om Norges balansegang mellom fredsaktivisme og militæraktivisme. Kanskje vil Norges vellykkede kandidatur og nå sete i Sikkerhetsrådet gjøre denne diskusjonen enda mer relevant.

Referanser

- Branner, H. (2013). Denmark between Venus and Mars: How great a change in Danish foreign policy? I N. Hvidt & H. Mouritzen (Red.), *Danish foreign policy yearbook 2013* (s. 134–166). DIIS.
- Browning, C. S. (2007). Branding Nordicity: Models, identity and the decline of exceptionalism. *Cooperation and Conflict*, 42(1), 27–51. <https://doi.org/10.1177/0010836707073475>
- Dinnie, K. (2008). *Nation branding. Concept, issues, practice*. Elsevier.
- Friis, K. (2021). Militæraktivisme: Uklare definisjoner og politisk slagside. *Internasjonal Politikk*, 79(2), 166–172.
- Harpviken, K. B. & Skjelsbæk, I. (2010). Tilslørt fredspolitik. *Nytt Norsk Tidsskrift*, 27(4), 379–388. <https://www.idunn.no/nnt/2010/04/art02>
- Moss, S. M. & Langford, M. (2020). Militæraktivisme brandet som fredsaktivisme? Norges kampanje for en plass i FNs sikkerhetsråd. *Internasjonal Politikk*, 78(3), 397–410.

Abstract in English

“Old news” on military activism and peace activism in new clothes

How Norway communicates its military activism and peace activism was actualized in the campaign for a seat on the Security Council. Activism is here understood as the nation's willingness to take initiatives despite the costs. In Friis' comment on our article, he questions the value of our contribution, as he categorises our analysis of Norway's public relations focus on “softer values” over its military activism, as “old news”. However, Norway in the campaign emphasized both military activism and peace activism, but in different ways and in different forums. We thus claim that this – as a minimum – is interesting old news in new clothes. By using the nation branding framework in the context of a tightly contested political contest, we find that Norway sought to present itself as an actor that was willing to make significant contributions to security, whilst stressing simultaneously that Norway was a non-military actor.

Keywords: peace activism · military activism · nation branding · campaign · security council