



FORSVARET
Forsvarets høgskole

Ukrainas strategiske kommunikasjon

En kamp om Vestens oppmerksomhet og vestlige verdier

Eirik Skomedal

Masteroppgave
Forsvarets høgskole

høst 2023

Forord

Det å være fulltidsstudent ved Stabsskolen har vært et privilegium. Endringen som kom kun måneder før jeg skulle begynne med denne oppgaven, at vi fikk skrive oppgaven på fulltid, har utelukkende vært positivt. Det å kunne fokusere på å skrive masteroppgave et helt semester, uten andre forstyrrelser har vært helt utrolig. Prosessen har vært lærerik, interessant og utfordrende.

Takk til alle medstudenter, kollegaer og sparringspartnere som har satt av tid til å høre på det jeg har funnet ut. En spesiell takk til dere som har skrevet på general Fleischers sal.

Bibliotekjentesten og bibliotekar Henrik Grødem ved Stabsskolen, tusen takk. Din hjelp og serviceinnstilling har vært over all forventning.

Helge Danielsen og Tobias Sæther, uten deres kyndige veiledning hadde ikke denne oppgaven blitt det produktet som det ble, takk til dere begge!

Eirik Skomedal

Oslo, 16.11.2023

Sammendrag

Denne oppgaven har gjennom grundige analyser og modeller, undersøkt hva det er som gjør at Ukrainas strategiske kommunikasjon mot Vesten har vært effektiv. Oppgaven har hatt hovedfokus på hvilke narrativ som er blitt brukt og hvordan disse har utviklet seg. For å analysere ukrainske narrativ og utviklingen av disse, har oppgaven brukt elementene i et narrativ fra Narrative Strategies, før de er kategoriserte inn i NATOs tre narrativnivå. The Communication Value Circle er benyttet for å kunne analyserer hvorfor kommunikasjonen og narrativene har hatt effekt.

Ukrainas har fått mer effekt ut av sin strategiske kommunikasjon fordi de har kombinert ulike narrativnivå i sin kommunikasjon mot vestlige land. Hovedfunnet i denne oppgaven er at Ukraina gjennom å rette seg etter vestlige verdier i sin kommunikasjon har klart å effektivt påvirke Vesten gjennom ulik tilnærming på et mikronarrativnivå. Ukrainas kommunikasjon har først vært rettet mot enkeltland, slik at beslutningstakere enklere har identifisert seg med budskapet fra Ukraina og innholdet har vært rettet mot følelsene deres. Ved en senere fase har de påvirket en bredere målgruppe gjennom en tilnærming og kommunikasjon som har vært rettet mot flere land. Dette har vært viktig for Ukraina når det gjelder å sikre støtten fra enkeltland og som en felles støtte fra grupperinger i Vesten. Denne tilnærmingen kan ha økt støtten til Ukraina på sikt.

Ukraina har helt klart rettet seg etter vestlige verdier i sin kommunikasjon. Ved å forankre det felles vestlige narrativet om at land er suverene og uavhengige, og for at de skal kunne forsvare seg må de ha våpendonasjoner fra Vesten, har de klart å skape en forståelse og oppslutning blant vestlige land, slik at de aksepterer og er villige til å støtte Ukraina.

Gjennom å kombinere nivåene med synkroniserte fortellinger og budskap som understøtter hverandre står det endelige sluttbudskapet sterkere. Den ukrainske påvirkningen av Vesten har blitt forsterket gjennom Ukrainas helhetlige strategiske kommunikasjon.

Ukraina har hatt mye *publisitet* og fått bred dekning i mediene i vestlige land. Ukraina har gjennom en digital dominans også klart å minimere effekten til russisk propaganda. For å bygge imaginære verdier har ukrainsk kommunikasjon vært rettet mot og bygget opp en kultur og en merkevare som harmonerer med vestlige verdier. Ukrainas fleksibilitet gjennom organisering og en *one voice policy* har vært viktig. Gode relasjoner, tillit og legitimitet har vært avgjørende for effektiv kommunikasjon mot Vesten. Ukraina har tillit i befolkningen og støtte fra vestlige land gjennom å ha vist at de gjør det de sier de skal eller har gjort. Legitimiteten har de gjennom at de handler på linje med det som er aksepterte normer og verdier.

Summary

This thesis has, through analyses and models, studied the factors contributing to the effectiveness of Ukraine's strategic communication towards the West. The primary focus of the thesis has been on the narratives and how the narratives has developed. To analyze Ukrainian narratives and their development, the thesis utilized elements from a narrative framework by Narrative Strategies, categorizing them within NATO's three narrative levels. The Communication Value Circle has been employed to analyze why the communication and narratives have been effective.

Ukraine's strategic communication has been effective due to the combination of different narrative levels directed towards Western countries. The main finding of this thesis is that Ukraine, by aligning its communication with Western values, has effectively influenced the West through a nuanced approach at the micronarrative level. Initially targeting individual countries, decision makers found it easier to identify with Ukraine's message, and the content was tailored to evoke their emotions. In a subsequent phase, Ukraine broadened its influence on a wider audience through an approach and communication directed at multiple countries. This has been crucial for Ukraine in securing support from individual countries and as a collective endorsement from Western groups. This approach may have increased support for Ukraine in the long run.

Ukraine has clearly aligned itself with Western values in its communication. By anchoring the common Western narrative that states are sovereign and independent, and that they need weapon donations from the West for defense, Ukraine has managed to create understanding and support among Western countries, leading them to accept and be willing to support Ukraine.

By combining narrative levels with synchronized stories and messages that support each other, the final message is stronger. The Ukrainian influence on the West has been reinforced through Ukraine's comprehensive strategic communication.

Ukraine has received significant publicity and broad visibility in Western countries. Through digital dominance, Ukraine has also effectively minimized the impact of Russian propaganda. To build imaginary values, Ukrainian communication has been aimed at and has built a culture and brand that aligns with Western values. Ukraine's flexibility through organization and a one voice policy has been crucial. Relationships, trust, and legitimacy have been decisive for effective communication with the West. Ukraine has gained trust from its population and support from Western countries by consistently demonstrating that they follow through on their commitments. Legitimacy is established through actions in line with accepted norms and values.

Innholdsfortegnelse

Forord.....	2
Sammendrag	3
Summary	4
Innledning.....	7
Bakgrunn	7
Problemsstilling	8
Teoretisk rammeverk	10
Strategisk kommunikasjon	10
Narrativ.....	12
Metodisk tilnærming	15
Primærkildene	15
Sekundærkilder	16
Innholdsanalyse.....	16
Pålitelighet.....	19
Gyldighet	19
Overførbarhet.....	19
Metodiske valg	19
Oppgavens oppbygning.....	20
Analyse	21
Krigsutbruddet – «gi med ammunisjon, ikke skyss!».....	21
Analyse av Zelenskyjs video – We are here!	21
Analyse av Zelenskyjs tale til det britiske parlamentet.....	23
Analyse av Zelenskyjs tale til Polen	24
Analyse av Zelenskyjs tale til den amerikanske kongressen	25
Analyse av Zelenskyjs tale til den tyske Forbundsdagen.....	26
Analyse av Zelenskyjs tale til Italias parlament.....	26
Analyse av Zelenskyjs tale til det norske Stortinget.....	27
Nivåinndeling av Ukrainas narrativ i perioden ved full invasjon.....	28
Analyse Kharkiv – Kherson offensiven.....	29
Nivåinndeling av Ukrainas narrativ under Kharkiv- Kherson offensiven.....	34
The Communication Value Circle	36
Diskusjon	39
Hvilke narrativ bruker Ukraina i sin strategiske kommunikasjon mot Vesten?	39
Hvorfor har disse narrativene vært effektive?	44

Hvordan har Ukrainas narrativ utviklet seg fra perioden ved full invasjon til høstoffensiven i Kharkiv og Kherson?	47
Hvorfor har Ukrainas strategiske kommunikasjon vært effektiv, og hvilke effekter har vi sett? .	48
Konklusjon	55

Innledning

Bakgrunn

24.februar 2022 gikk Russlands militære styrker til full militær invasjon av nabolandet Ukraina.

Russlands president Vladimir Putin hevdet det var en «militær spesialoperasjon» for å beskytte sivile, demilitarisere og denazifisere Ukraina (Bowen, 2023, s. 3). Et lenge varslet angrep var et faktum og verden, i hvert fall den vestlige delen var i sjokk. Selv om etterretningstjenestene i USA, Storbritannia og Norge med flere hadde offentliggjort deler av sin etterretning og åpent varslet om at dette kunne bli utfallet, ble mange overrasket over at Russland faktisk gikk til krig (Friis, 2022, s. 400). Krig i Europa var på mange måter noe som lå til fortiden. Russernes plan var å ta Kyiv på bare noen få dager (Zabrodskyi et al., 2022), for å avsette president Volodymyr Zelenskyj og sette inn et moskvavennlig regime. Russlands invasjon startet med et luft- og missilangrep. De angrep med presisjonsvåpen mot viktige mål, som logistikkentre, havner, kommando og kontrollsentre, luftvern og kritisk infrastruktur. Russland skal ha avfyrt mer enn 100 ballistiske missiler, inkludert Iskander-M missiler i denne fasen (Bowen, 2023, s. 4). På lang vei inn i år to av krigen i Ukraina kan man med klarhet si at Russlands planer feilet. Krigen har utviklet seg på en helt annen måte enn det både russerne hadde sett for seg og hvordan ukrainerne var vant til etter åtte år med krig i Donbas.

Nettopp åtte år er viktig i denne sammenhengen. Krigen startet ikke i 2022, men i 2014.

Annekteringen av Krym og Donbas var starten av denne krigen. Et sentralt element for det Ukrainske narrativet er at krigen mot Russland startet allerede i 2014, med annekteringen av Krym. Konflikten eskalerte videre med anerkjennelsen av utbrytterrepublikkene i Donbas.

Etter de innledende kamphandlingene og den fulle invasjonen 24. februar 2022 var et faktum, står president Volodymyr Zelenskyj fram som en stor leder, en leder i krig. Den tidligere skuespilleren med relativt beskjedent politisk erfaring, står foran sin livs største utfordring. Selv om han har spilt president i en «sitcom-serie» på ukrainsk TV, er det Zelenskyj sine evner som leder av et land som er angrepet og er i krig, som imponerer svært mange. Hans taler, tweets og intervjuer få stor oppmerksomhet. Hans personlige karisma, skuespiller- og TV- erfaring hjelper ham å få ut det viktige budskapet (Dyczok & Chung, 2022, s. 147).

Det er naturlig at Ukraina får gehør og støtte fra de fleste land i verden, når nabolandet går til ulovlig angrepskrig mot dem. 141 land stemte for en FN-resolusjon som fordømte Russlands angrep på Ukraina (United Nations, 2022). Men det er likevel noe fundamentalt annerledes med 2022 enn 2014, ikke bare i hvilke styrker som gikk inn i Ukraina, men også motstanden i det Ukrainske folk og myndigheter. Den proukrainske fortellingen og økende tilhørighet til Ukraina som hjemland og økte statusen på det ukrainske språket er faktorer som har stor betydning for disse forskjellene (Sæther,

2022). Støtten fra Vesten har også vært på et helt annet nivå i 2022 enn i 2014. Kan dette ha med måten Ukraina har påvirket Vesten på med sin kommunikasjon? Det å påvirke en annen part, kan sies å være hele hensikten med strategisk kommunikasjon (Paul, 2011, s. 43). Ukraina har lenge strevd med å få oppmerksomhet for konsekvensene den russiske invasjonen i 2014 har ført til (Ekman & Nilsson, 2023, s. 20), men Ukrainas kommunikasjon, i stort det første året etter den fulle invasjonen har vært veldig effektiv (Ekman & Nilsson, 2023, s. 10). Denne oppgaven skal se på Ukrainas strategiske kommunikasjon mot Vesten fra og med dagene rundt krigsutbruddet og gjennom høstoffensiven i 2022 mot Kharkiv og Kherson.

Problemsstilling

Overordnet problemsstilling for denne oppgaven er;

«Hva er det som gjør at Ukrainas offisielle strategiske kommunikasjon mot Vesten er effektiv?»

Videre forskningsspørsmål for å kunne svare på denne overordnede problemsstillingen er;

1. Hvilke ulike narrativ er det ukrainske myndigheter benytter seg av mot Vesten?
2. Hvordan har utviklingen i ukrainske narrativ mot Vesten vært gjennom krigsutbruddet og høstoffensiven?

Det å gå til full angrepskrig mot et selvstendig land som ikke har gjort noe galt, er noe av det verste et land kan gjøre. Sympatien man får for et uskyldig offer er stor og mye i støtten til Ukraina kan ligge her. Denne oppgaven undersøker hvordan strategisk kommunikasjon kan ha forsterket effekten av støtten fra Vesten til Ukraina. Oppgaven er avgrenset ved å ta for seg disse spørsmålene i to ulike tidsperioder. Perioden rundt krigsutbruddet i februar 2022 og Kharkiv – Kherson offensiven høsten 2022 også kjent som *høstoffensiven*. Begge periodene har sine unike særegenheter. Oppgaven tar i hovedsak for seg president Volodymyr Zelenskyjs taler og samtaler med vestlige parlamenter samt hans meldinger på Twitter/X og offisielle ukrainske kanaler i sosiale medier og oppdateringer og lignende.

Begrepsavklaringer

Denne oppgaven ser på hva som gjør ukrainsk strategisk kommunikasjon *effektiv*. Begrepet effektiv er i denne oppgaven definert som; «virkningsfull, det at noe virker etter plan, at utbyttet eller avkastningen er stor i forhold til innsatsen» (Store norske leksikon, 2023). Da det er vanskelig å mene noe om målet til Ukraina er oppnådd, vil denne oppgaven sette søkelys på hva reaksjonene til Vesten har vært, og utviklingen i vestlige reaksjoner fra februar 2022. Effekt kan være operasjonalisert

gjennom mottakerens endrede oppfatning av en sak, holdning til saken eller valg og handlinger de tar (Goldberg & Gustafson, 2022, s. 8).

Vesten eller vestlige land blir mye brukt som en fellestillnærming mot de land i Europa og Nord-Amerika som støtter Ukraina i sin kamp mot Russland med våpen, sanksjoner og andre økonomiske bidrag. Selv om Vesten er noe upresist, og det er ulik oppfatning og støtte i denne delen av verden, rommer begrepet bredt nok til å unngå å inkludere eller utelukke enkeltland. I denne konflikten står EU og NATO sammen, men med ulike oppgaver og roller. I forbindelse med sikkerhetspolitikk betyr Vesten ofte allierte med USA (Tjernshaugen, 2023). USA er det landet som donerer mest og er den viktigste støttespilleren for Ukraina.

Sentralt i strategisk kommunikasjon står narrativ. Å vinne narrativet blir det ofte referert til i dagligtalen. «Kampen om narrativet er en fullblods kamp i det kognitive domenet» (Graham, 2017, s. 79). Et narrativ som mennesker kjenner seg igjen i er helt sentralt for at en skal få med seg de man vil påvirke med kommunikasjonen sin. Det er derfor interessant å se på hvilke narrativ Ukraina benytter i sin strategiske kommunikasjon mot Vesten.

Selv om det er vanskelig å måle effektivitet vil denne oppgavens metodiske valg gi grunnlag for å hevde noe angående årsakene på hvorfor Ukrainas strategiske kommunikasjon har vært effektiv. Med bakgrunn i egen teoretisk innsikt kombinert med å analysere ulike narrativ og dele de inn i NATOs tre nivå samt å analysere dette sammen med elementene i Communication Value Circle vil det være mulig å si noe om årsakene til effekten man kan se.

Teoretisk rammeverk

Strategisk kommunikasjon

En sentral definisjon av begrepet strategisk kommunikasjon som er mye brukt i ulik litteratur om begrepet, er Kirk Hallahan sin definisjon som er «hensiktsmessig bruk av kommunikasjon av en organisasjon for å oppnå sine mål» (Hallahan et al., 2007, s. 3). Strategisk kommunikasjon er et fagområde brukt av mange ulike grupper i samfunnet, fra politikere, diplomater, direktører i store firmaer og militære (Falkheimer & Heide, 2023, s. 85).

Christopher Paul (2011) fremhever at mange definisjoner av Strategisk kommunikasjon fokuserer på formelle budskap gjennom uttalelser og pressemeldinger fra offisielt hold. Han legger vekt på at det vi gjør, handlingene vi foretar oss ofte er viktigere enn hva vi sier. Dette fordi handlinger sender tydelige budskap og har kommunikasjonsverdi (Paul, 2011, s. 27–28). Christopher Paul skriver om temaet fra et militært ståsted. I militær kontekst har handlingen som blir gjort av militære avdelinger på bakken stor betydning for oppfattelsen av budskapet og omdømme til dem fra sivile. Dette kan være fordi handlinger fra militære avdelinger kan få store konsekvenser som går ut over folks liv i det område de opererer. Det går rett og slett ikke an og ikke kommunisere» (Falkheimer & Heide, 2023, s. xi). Pauls definisjon på strategisk kommunikasjon er: «coordinated actions, messages, images, and other forms of signaling or engagement intended to inform, influence, or persuade selected audiences in support of national objectives» (Paul, 2011, s. 61). Med dette er det ikke slik at alle må gjenta de samme setningene gitt av en kommunikasjonsavdeling, men alle må snakke innenfor de samme retningslinjene og man er avhengig av å unngå at noen gjør eller sier det motsatte (Paul, 2011, s. 61). Betteke van Ruler kritiserer noe av synet til Paul, fordi hun mener han ser på kommunikasjonen fra en organisasjon til et publikum som en enveis prosess som påvirker mottakeren automatisk (van Ruler, 2018, s. 373). Hun mener kommunikasjon må sees som en interaksjon mellom partene der begge er aktive. «Interaksjon er vital for kommunikasjonen og at det er en prosess der meninger blir skapt og delt sammen» (van Ruler, 2018, s. 368–369). God dialog og felles forståelse vil oftest oppstå når budskapet er sant, eller i hvert fall blir oppfattet som sant, og når det er interaksjon mellom partene eller at de involverte opplever at de har mulighet til å påvirke (Wirtz & Zimbres, 2018, s. 7). Betteke van Ruler skriver at når kommunikasjonen hjelper organisasjonen til å nærme seg sine egne mål på en hensiktsmessig måte, kan vi snakke om strategisk kommunikasjon (van Ruler, 2018, s. 372).

Ansgar Zerfass med flere i artikkelen; *Strategic Communication: Defining the Field and its Contribution to Research and Practice* definerer begrepet slik:

«Strategic communication encompasses all communication that is substantial for the surviving and sustained success of an entity. Specifically, strategic communication is the purposeful use of communication by an organization or other entity to engage in conversations of strategic significance to its goals.»
(Zerfass et al., 2018, s. 493)

De mener videre at ikke all kommunikasjon er strategisk, men kan allikevel være viktig. Samtaler med strategisk betydning kan skje på ulike arenaer og plattformer som for eksempel sosiale medier eller samtaler med enkeltindivider. I tillegg legger de vekt på at kommunikasjon inkluderer både dine budskap og lytting eller mottak av tilbakemeldinger (Zerfass et al., 2018, s. 493). Tilbakemeldinger forstås også som analyser av informasjonsmiljøet som en kommunikasjonsavdeling med jevne mellomrom mottar.

Ulike akademikere har forskjellige definisjoner og fokusområder på hva strategisk kommunikasjon er. NATO sin definisjon er for denne oppgaven relevant, da det i Ukraina handler i stor grad om militære spørsmål. Definisjonen er ingen motsetning til de andre definisjonene som blir brukt for mer innsikt i oppgavens tema.

«In the NATO military context, the integration of communication capabilities and information staff function with other military activities, in order to understand and shape the information environment, in support of NATO strategic aims and objectives.» (NATO, AJP10, s. 1)

Det betyr at funksjonen strategisk kommunikasjon er ansvarlig for å forstå informasjonsmiljøet på tvers av alle relevante målgrupper, og på bakgrunn av denne forståelsen utnytte alle kommunikasjonsmidler – handlinger, bilder og ord. Hensikten er hele tiden å informere og påvirke en målgruppes holdninger og adferd gjennom en tilnærming basert på et spesifikt narrativ for å nå den valgte slutttilstanden (NATO, 2023, s. 1).

Narrativ

Narrativ er helt sentralt i strategisk kommunikasjon og avgjørende for en militær operasjon eller for mennesker som vil påvirke noen, få oppslutning eller skape endring (Miskimmon et al., 2013, s. 2; Graham, 2017, s. 79). Det er gjennom våre narrativ at vi skaper en forståelse av den verden vi lever i og vår egen identitet i en gruppe eller i et samfunn (Somers, 1994, s. 606; Patterson & Monroe, 1998, s. 315). Det er gjennom narrativ vi skaper og forstår mening med det som skjer, og i noen tilfeller er det våre narrativ som hjelper oss i vår egen tolkning, når vi skal forstå verden rundt oss (Maan & Cobaugh, 2018, s. 21). Narrativ kan være veldig virkningsfulle når de er koblet opp mot hendelser og forklaringer til hendelsen (Paul, 2011, s. 147).

I boken *Strategic Narratives* av Miskimmon, O'Loughlin og Roselle, definerer de strategiske narrativ som «midler politiske aktører bruker for å konstruere en felles forståelse av fortid, nåtid og fremtid i internasjonal politikk for å påvirke andre politiske aktører hjemme og ute» (Miskimmon et al., 2013, s. 2). Narrativ inneholder hendelser eller historier og identitet, samtidig som at det inneholder interessene til aktøren og målene deres. En slutttilstand og en plan for hvordan man kommer dit er også viktig (Miskimmon et al., 2013, s. 5). «Historier, analogier, metaforer, symboler eller bilder er viktig i fortellingen av narrativ» (Miskimmon et al., 2013, s. 7). Miskimmon deler narrativ inn i tre. Systemnarrativ (System narratives); som forklarer hvordan den grunnleggende strukturen i internasjonale forhold er. Identitetsnarrativ (Identity narratives); er om hvordan ulike aktører (et land, stor aktør etc.) er i forhold til hverandre i en konstant dragkamp mellom hverandre. Et narrativ gir mening til en aktør og hvordan de opptrer, samtidig som det gir mening til hvordan aktøren oppfatter andres handlinger rundt seg (Miskimmon et al., 2013, s. 30). Den siste er *tematiske narrativ* (Issue narratives); som skal forme/ endre terrenget den politiske diskusjonen står i (Miskimmon et al., 2013, s. 7).

Jelena Subotić i artikkelen Narrative, Ontological Security, and Foreign Policy Change fremhever at et narrativ er som en historie med mening, karakterer og en handling, samt med et spesifikt politisk mål (Subotic, 2016, s. 610). I kriser blir narrativ spesifikt brukt som kognitive bindinger mellom de endringene som blir gjort og de nye sikkerhetsutfordringene en står ovenfor. Samtidig som fortellingene skal ivareta statens selvbilde, noe befolkningen skal kjenne seg igjen i (Subotic, 2016, s. 611). Samtidig finnes det også ulike narrativ internt i et land og i en region, som er med på å skape konflikt og uenighet på grunn av ulike gruppers kognitive oppfatning og virkelighetsforståelse fordi man lever etter ulike narrativ (Mushtare, 2021).

Ajit Maan i det amerikanske tenke-tanker Narrative Strategies legger vekt på at narrativ er sentralt i krigføring og sentralt i det kognitive landskapet. Det skjer i hodene på mennesker og denne typen krigføring handler om å påvirke andre. «Det sentrale er å formidle meningen med informasjonen» (Maan, 2018, s. 10–11). Narrativ er et kulturelt produkt. Mennesker forstår kontekst og egen identitet gjennom egne narrativ. Denne forståelsen blir en felles historie til de som deler kulturen og påvirker hvordan menneskene i den kulturen handler (Maan & Coughan, 2022). Maan fremhever at det er nødvendig med flere lag med narrativ, fra meta- til strategisk og taktisk narrativ for maksimal effekt (Maan, 2018, s. 12). Med metanarrativ er hensikten å påvirke det internasjonale samfunn til egen fordel. Det strategiske nivået vil i stor grad påvirke våre handlinger og det taktiske nivået vil søke å påvirke eller undergrave tilliten til befolkningen i motstandernes områder. Kombinerer man dette, klarer man å utnytte motstandernes svakheter og moderere styrkene i ens påvirkning (Maan, 2018, s. 12–13).

NATO definerer narrativ som:

«For the purposes of NATO strategic communications (StratCom), narratives seek to explain the rationale for conducting an activity and the outcome sought. They are expressed as a story arc; a common thread communicated through individual stories, images or actions. A narrative seeks to explain how we arrived at the current situation, defines that situation and expresses a desired end state acceptable in the context of the individual narratives of the key stakeholders.» (NATO, 2023, s. 61)

NATO deler også narrativ inn i tre; Institusjonelle-, strategiske- og mikronarrativ.

Det institusjonelle narrativ er noe som er med i en etableringsfase og må ligge til grunn for hvorfor man eksisterer og det skal være forankret i alt som blir gjort. For NATO handler dette om kjernen i hvorfor NATO eksisterer. NATOs institusjonelle narrativ, som skal være kjernen i alt NATO gjør og sentralt i kommunikasjonen er: «a democratic, multinational alliance uniting across borders to guard, with courage and competence, against threats to our homes» (NATO, 2023, s. 17).

Strategiske narrativ forklarer NATOs rasjonale for en operasjon og dens følger. Det blir besluttet på høyt nivå for den aktuelle operasjonen det skal bli brukt i (NATO, 2023, s. 17). Det strategiske narrativet er sentralt i utviklingen og implementeringen av en kommunikasjonsstrategi for en aktivitet. Det må kunne stå alene, men alltid være på linje med det institusjonelle narrativ (NATO, 2023, s. 61).

Mikronarrativ blir utviklet for kortsiktige mål og taktiske operasjoner. Mikronarrativ er utviklet for å tilpasse budskapet til ulike mottakere (NATO, 2023, s. 61). Disse er mer målrettede, men alle

handlinger, bilder og ord skal alltid være på linje med de to overordnede nivåene (NATO, 2023, s. 16, 63).

Denne oppgaven bruker disse nivåene for å analysere og diskutere hvilke narrativ Ukraina bruker og hvordan de har utviklet seg. Både Ajit Maan og Miskimmon har beskrevet ulike nivåer av narrativ og hensikten med de ulike narrativene. For denne oppgaven er det likevel mest hensiktsmessig å bruke NATOs definisjon og nivåinndeling, da det i stor grad handler om militære spørsmål og denne masteroppgaven er rettet mot hva som gjør Ukrainas strategiske kommunikasjon effektiv mot Vesten. For Vesten kan man hevde at krigen i Ukraina i stor grad handler om vestlige sanksjoner og donasjoner av militært materiell for at Ukrainas skal kunne slå tilbake mot Russland. Selv om strategisk kommunikasjon for Ukraina handler om mer enn bare militære spørsmål, er dette er i større grad mot egne innbyggere og mot russiske soldater enn mot Vesten. I tillegg er denne masteroppgaven skrevet som en del av studie «*Master i militære studier*» ved Forsvarets høgskole/ Stabsskolen. Ved å bruke NATOs definisjon for å forstå dette caset, gjør den oppgaven mer profesjonsnær.

Vesten har mange ulike narrativ og narrativ som også er motsetninger til hverandre. Men et grunnleggende verdisyn og et narrativ som Vesten deler, er at land er *suverene og uavhengige*. Et lands grenser skal respekteres og et lands suverenitet skal overholdes. Uenighet mellom demokratier løses gjennom diplomatiske forhandlinger.

Metodisk tilnærming

Denne oppgaven er en kvalitativ studie av Ukrainas strategiske kommunikasjon mot Vesten, fra tidspunktet ved full invasjon av Ukraina til «høstoffensiven» som startet 29. august 2022. Oppgaven går i dybden på enkeltkilder fra offisielle ukrainske kanaler og personer som henvender seg mot vestlige ledere og befolkning for å påvirke Vesten til økt støtte i deres kamp mot Russland. Kvalitativ metode egner seg best til denne oppgaven da krigen fortsatt raser og dataene for en kvantitativ oppgave ville være vanskelige å få tak i, samt svært usikre hva gjelder validitet. Kvalitative data er mer innholdsrike og gir mer rom for tolkning (Busch, 2018, s. 74). Oppgaven har et hermeneutisk utgangspunkt for dataene og tolker Ukrainas kommunikasjon mot Vesten. Samtidig veksler oppgaven mellom en deduktiv og induktiv tilnærming til primærkildene. I hovedsak vil dette være en pragmatisk abduktiv tilnærming der oppgaven leter etter sannsynlige forklaringer og det blir en vekselvirking mellom teori og empiri (Jacobsen, 2015, s. 35).

De to periodene som er valgt er på bakgrunn av tid tilgjengelig for å skrive oppgaven, samt de to periodenes likheter og ulikheter. Periodene er like med at det i forkant av hver periode var «ventet» at det skulle skje noe, en form for stillstand og usikkerhet rundt situasjonen. Den første perioden rundt tidspunktet for full invasjon var i Vesten preget av overraskelse over hvor godt Ukraina sto imot det russiske angrepet. I et strategisk kommunikasjonsperspektiv er dette interessant, da mye av formingen av narrativer og støttespilleres oppfatning av Ukraina er skapt i denne innledende fasen. Periode to, som er offensiven i Kharkiv-Kherson er ansett i Vesten som en vellykket operasjon som ble utført med høyt tempo (IISS, 2023, s. 8). Dette er interessant å se på i et strategisk kommunikasjonsperspektiv når det kommer til hva som ble formidlet og hva som faktisk skjedde på bakken.

Primærkildene i denne oppgaven er i hovedsak Volodymyr Zelenskyj taler til ulike vestlige ledere, hans ulike poster på sosiale medier som Twitter/X, Facebook og Instagram, samt ukrainske offisielle kanaler i sosiale medier. Ukrainas kommunikasjon på appen Telegram vil ikke bli tatt med, da denne retter seg mot et mer russiskspråklig publikum, samt at Forsvaret ikke tillater appen på sine digitale plattformer. Utvalget av primærkilder er søkt å vise bredde og variasjon i Ukrainas kommunikasjon. Utvalget i den første perioden, er gjort på bakgrunn av landets posisjon i Vesten og tilknytning til Ukraina. USA, Storbritannia og Norge er land som er viktige fordi de to førstnevnte er stormaktene i NATO og Norge er interessant for nordmenn. Italia, Tyskland og Polen er valgt ut fordi de er viktige aktører i Europa, og hadde sterke bånd til Russland og Polen til Ukraina. Utvalget i fase to er gjort gjennom et bredt søk i Ukrainas kommunikasjon i denne perioden og blitt valgt da jeg mener dette er

eksempler på effektiv og god kommunikasjon. Dette valget har blitt tatt på bakgrunn av min erfaring med kommunikasjon i Forsvaret og kommunikasjonsavdelingen i Hæren.

For å forstå hva som har skjedd på bakken i Ukraina i periodene oppgaven ser på er det i hovedsak brukt rapporter fra vestlige kilder som analyserer krigen dag for dag, som Institute for the Study of War (ISW) og Royal United Services Institute (RUSI). Det er vesentlig at både skriftlig og visuell kommunikasjon fra Ukraina med bilder/ videoer er med i analysen for å få en bred forståelse for Ukrainas kommunikasjon mot Vesten og påvirkning av Vesten. Dette er helt i tråd med kjernen i hva strategisk kommunikasjon er.

Sekundærkilder for denne oppgaven er forskningsrapporter, vitenskapelige artikler og nyhetsartikler. Kildene gir oppgaven en bred forståelse for hvordan Vesten oppfatter ukrainsk innsats og kommunikasjon mot Vesten. Samtidig er det flest vitenskapelige artikler fra vestlige institutter og utgivere som analyserer og beskriver situasjonen på bakken. Sekundærkildene er i all hovedsak funnet gjennom spissede søk i databaser med relevante søkeord, som Forsvarets Høgskole har tilgang på og som er fagfelleurdert og relevante for oppgaven. Litteratursøkene er i hovedsak gjennomført i august 2023. Med tanke på tidsperioden denne oppgaven tar utgangspunktet i, er de fleste av kildene ferske og lite brukt av mange andre lignende oppgaver. Utgangspunktet for utvalg av litteratur om strategisk kommunikasjon og narrativ er gjort gjennom søk i databasen med relevant sammenheng mellom strategisk kommunikasjon og en militær kontekst. Søkeord som er blitt brukt i utvalgsprosessen av litteratur er; Strategic Communication, Ukrain*, narrative, war og andre. Mer spissede søk som ble foretatt var med søkeord som hadde sammenheng til hverandre; Ukrain* narratives, strategic communication og War in Ukraine. Utvalgte vitenskapelige artikler er fagfelleurderte, dette var et kriterium for utvalget.

Innholdsanalyse

For å analysere ukrainske narrativ og utviklingen av disse, har oppgaven brukt elementene i et narrativ som Narrative Strategies med dr. Ajit Maan og Paul Cobaugh har definert det. Ajit Maan er en av de som skriver mest om krigføring og narrativ i en militær kontekst, det gjør bruken av elementene fra denne duoen relevant og profesjonsnær. Elementene i et narrativ er *betydning/mening, identitet, innhold og struktur* (Maan & Cobaugh, 2018). Narrativene er videre kategorisert inn i NATOs narrativnivåer, som er beskrevet i teoridelen av oppgaven. Dette grepet er blitt brukt for å tydeliggjøre hvilke ulike narrativ Ukraina benytter og for å enklere kategorisere og strukturere analysen med de ulike narrativene. For å analysere hvorfor kommunikasjonen og narrativene har hatt effekt, er *The Communication Value Circle* (Zerfass & Viertmann, 2016) som i boken Strategic Communication er beskrevet som en «excellent model to test existing communication strategies» (Falkheimer & Heide, 2023, s. 203) blitt benyttet. Det er summen av de

ulike analysene sammen med egen teoretisk forståelse som gjør at oppgaven kan mene noe om årsaken til at kommunikasjonen har vært effektiv.

De fire elementene til Maan og Coughan er tett sammenvevd for å skape et narrativ som klarer å påvirke en målgruppe. Det strategiske narrative er lagd og kommunisert på en spesifikk måte for å kunne påvirke atferd (Maan & Coughan, 2018, s. 14). Betydningen av historien som blir fortalt er det avsenderen som «kontrollerer», det er alltid en betydning av det man forteller slik at man oppnår det ønskede målet. Maan og Coughan påpeker viktigheten av betydningen, som kan bli brukt ulikt på ulike grupper fordi de forstår betydningen forskjellig ut i fra deres identitet (Maan & Coughan, 2018, s. 14–15). Identiteten i fortellingen (narrativet) og den gruppen man skal påvirke er helt sentralt. For å trigge et publikum med ditt narrativ må man vite hvem du snakker til og deres identitet og hvilke fortellinger som har påvirket dem til det de er, slik at man kan trigge identiteten deres gjennom å forme din fortelling (Maan & Coughan, 2018, s. 16). Det handler altså om at mottakeren skal identifisere seg med fortellingen og identifisere seg med fortellingen gjennom hvordan mottakeren ser seg selv.

Et narrativ handler om noe, det er innholdet som er fortellingen (Maan & Coughan, 2018, s. 17). Fortellingen er bygd opp etter en struktur. Vesten er vant med en innledning, en hoveddel og en slutt. Dette er ikke tilfelle i alle ikke-vestlige fortellinger eller kulturer. Både innhold og struktur er kulturelt avhengig og ikke likt i hele verden (Maan & Coughan, 2018, s. 17). I denne oppgaven som ser på kommunikasjon rettet mot Vesten, vil ikke struktur være lagt mye vekt på da den tradisjonelle strukturen i Vesten er innledning, hoveddel og avslutning. Dette er ikke nødvendigvis strukturen i en ikke-vestlig kultur, derfor er denne med i Narrative Strategies inndeling av et narrativ.

Communication Value Circle

Sirkelen til Ansgar Zerfass og Christine Viertmann (2016) er lagd for organisasjoner, men vil være relevant for problemstillingen i denne oppgaven i denne konteksten. Sirkelen gir oppgaven god innsikt i hva som gjør at Ukrainas strategiske kommunikasjon er effektiv og har i det store hatt suksess. Valget av denne modellen for denne oppgaven er gjort med bakgrunn i at den er med i boken til Falkheimer og Heide, to professorer ved Lund universitet i strategisk kommunikasjon. Boken kom ut i andre utgave i 2023.

Sirkelen består av fire hovedelementer som igjen er delt inn i tre underfasetter hver. De fire hovedelementene er; (1) muliggjøre daglige operasjoner, (2) bygge imaginære verdier, (3) opprettholde fleksibilitet og (4) utvikle strategien.

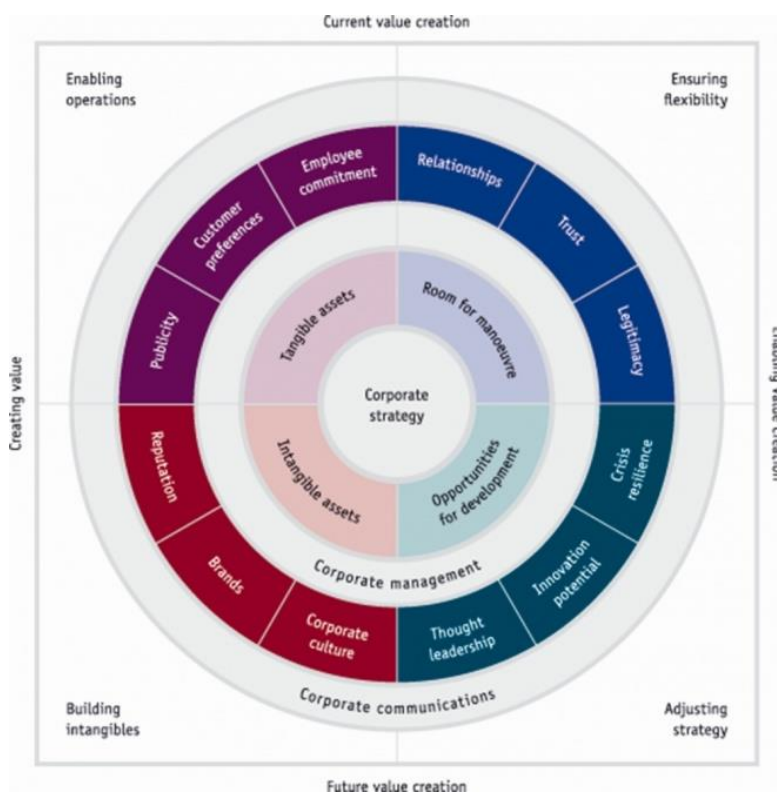
Nr. 1; muliggjøre daglige operasjoner består av å skape *publisitet* i medier av ulik type. *Kundens preferanser* (i denne oppgaven mottakerens), som er deres mening og holdning til (i denne

sammenheng) Ukraina og til slutt *engasjementet til medarbeiderne* som blir befolkningen og soldatene i Ukraina. Engasjerte medarbeidere identifiserer seg med verdiene, målene og reglene til de de representerer (Falkheimer & Heide, 2023, s. 205).

Nr. 2; bygge imaginære verdier består av *omdømme*, som er viktig for å muliggjøre suksess og at det positive inntrykket skal være langvarig og dyptinngripende. *Merkevaren* er viktig for at posisjonere seg opp imot en motstander (Falkheimer & Heide, 2023, s. 206). Til slutt kommer *kulturen*. Denne består av felles normer, verdier, inntrykk av de involverte og symboler (Falkheimer & Heide, 2023, s. 206; Zerfass & Viertmann, 2016).

Nr. 3; opprettholde fleksibilitet er kritisk i en krise. Underfasettene er gode *relasjoner* til viktige støttespillere. *Tillit* gjennom at man opptrer slik man sier og handler konsekvent og pålitelig. Til slutt legitimitet som handler om at man handler på linje med det som er aksepterte normer og verdier i de miljøene man henvender seg til (Falkheimer & Heide, 2023, s. 207).

Nr. 4; utvikle strategi er delt inn i «*Thought leader*» som er aktiviteten som gjør en organisasjon til ledende innenfor nye ideer og innovasjon i andres øyne. *Potensialet for innovasjon* er viktig og åpen kommunikasjon og et klima og kultur som støtter under kreativitet og åpenhet. *Resiliens mot kriser* er det siste som handler om evne og kapasitet til å identifisere svakheter og tidlige signaler som kan føre til en trussel eller krise (Falkheimer & Heide, 2023, s. 208).



Figur 1: Communication Value Circle - Kilde: Zerfass og Viertmann (2016)

Pålitelighet, eller reliabilitet, handler om en kan stole på dataene som er kartlagt (Jacobsen, 2015, s. 17; Nyeng, 2018, s. 105). Primærkildene er ukrainsk kommunikasjon, enten muntlig, skriftlig eller visuelt som er rettet mot Vesten. Disse er der for å oppnå en hensikt, som er målet til Ukrainske myndigheter. Sekundærkildene er hentet fra forskningsrapporter, fagfellevurderte artikler og nyhetsartikler fra anerkjente mediehus. Disse kildene ser verden gjennom vestlige briller. Rapporten fra det svenske Försvarsanalysen «Ukraine's Informations Front – Strategic Communication during Russia's Full-Scale Invasion og Ukraine» ser det hele fra et ukrainsk perspektiv. Forfatterne av disse har gjort mange intervjuer av ukrainere i Ukraina gjennom 2022 og er ansett som en god og en sentral kilde for å forstå det ukrainske perspektivet.

Gyldighet, eller validitet handler om dataene gyldige for oppgavens problemstilling (Jacobsen, 2015, s. 17). Primærkildene som denne oppgaven har valgt ut og analysert er kun et fåtall av den ukrainske kommunikasjonen i denne perioden. Kildene er likevel ansett som gode og gyldige for oppgavens problemstilling. Kildene kommer fra president Volodymyr Zelenskyjs taler og andre offentlige myndigheter eller statsdrevne kanalers innhold og kommunikasjon. Det ville ikke vært mulig for denne oppgaven, gitt den tiden som har vært tilgjengelig å få intervju med Zelenskyj.

Overførbarhet. Oppgaven anser overførbarheten til andre situasjoner, andre land og organisasjoner som stor, da krig og konflikt mest sannsynlig vil oppstå også andre steder og andre i fremtiden også må forholde seg til en verden mer lik den vi ser i dag enn slik den var for femti år siden.

Metodiske valg

En masteroppgave om et så stort tema som strategisk kommunikasjon i en pågående krig vil alltid ha ulike alternativer for vinkling og tilnærming til problemstillingen. Denne oppgaven er basert på offentlige tilgjengelige kilder. Andre typer kilder kunne vært relevante, som intervjuer med personer som sitter sentralt plassert i Ukraina. Gitt oppgavens tid og temaets ømfintlighet, er det ikke sannsynlig å få kontakt med de rette menneskene som kunne gi et slikt utvalg god nok pålitelighet. Ukrainaprogrammet ved Stabsskolen/FHS har et godt kontaktnettverk i Ukraina, men disse ville heller ikke gitt utvalget god nok pålitelighet og vil ikke kunne gi mere informasjon enn det som finnes i rapporten fra det svenske Försvarsanalysen *Ukraine's Informations Front – Strategic Communication during Russia's Full-Scale Invasion og Ukraine*. Ømfintligheten i dette temaet for Ukraina gjør at det er naturlig å være tilbakeholden med informasjon i strategien de har i en pågående krig.

Oppgavens oppbygning

Oppgaven er delt inn i seks kapitler. Innledning, teori og metodekapittel før et lengre analysekapittel som tar for seg de to ulike periodene oppgaven ser på. Først en analyse av Ukrainas strategiske kommunikasjon mot Vesten fra utbruddet av full russisk invasjon og til president Zelenskyj sin tale til det norske Stortinget, før del to som tar for seg kommunikasjonen under høstoffensiven i Kharkiv og Kherson. Etter dette kapittelet følger et diskusjonskapittel som drøfter funnene i analysen opp imot problemstillingen og forskningsspørsmålene før konklusjon.

Analyse

Denne delen av oppgaven vil ta for seg to tidsperioder i krigen i Ukraina. Første periode er fra 24. februar 2022, dagen Russland starter sin fulle invasjon av Ukraina og fram til president Volodymyr Zelenskyj holder talen til det norske Storting, 30. mars 2022. Oppgaven analyserer den første selfie-videoen presidenten publiserte på sin Facebookside 25. februar og enkelte taler fra president Volodymyr Zelenskyj til vestlige parlamenter, hver for seg.

Andre periode er Kharkiv - Kherson offensiven som ble startet sensommeren 2022, fra sent august til oktober. En offensiv som har blitt sett på som en suksess og en finte fra Ukraina. Perioden blir delt inn i fire deler, men blir analysert i en bolk. Begge periodene vil i tillegg bli analysert gjennom NATOs narrativnivåer og dette blir brukt i analysen av Communication Value Circle.

Før hver periode vil de store linjene som definerer krigshandlingene og hendelser med betydning for Ukrainas strategiske kommunikasjon bli beskrevet.

Krigsutbruddet – «gi med ammunisjon, ikke skyss!»

24. februar 2022 starter angrepet mot Ukraina og Russlands fulle invasjon av nabolandet er et faktum. Militære mål blir bombet og russiske bakkestyrker angriper fra nord og Belarus, på to akser mot Kyiv. Målet er å ta Kyiv og Ukraina på 72 timer (Zabrodskyi et al., 2022, s. 18). I tillegg til angrepet fra nord er det russiske styrker som rykker inn fra nordøst, øst og fra sør. Den ukrainske øverstkommanderende general Valeriy Zaluzhny prioriterer å forsvare Kyiv og angrepet fra Belarus. Taktikken var simpel, men vanskelig nok å utføre. La de russiske styrkene ha fremgang, før man ødelegger kolonnene deres med å stoppe de i front og angripe dem langs etterforsyningskjeden (Shuster & Bergengruen, 2022). Slaget om flyplassen nord av Kyiv, Hostomel flyplass ble avgjørende for å hindre at russiske styrker klarte å ta hovedstaden. Kampene rundt flyplassen, i småbyer, langs elven Dnepr og langs hovedveiene ble blodige. Bakholdsangrepene med panserbekjempelsesvåpen står igjen som en suksess og avgjørende for hvordan verden nå så på ukrainske forsvarsvilje og ferdighetene til de ukrainske styrene, selv om russiske avdelinger hadde fremgang andre steder i Ukraina.

Analyse av Zelenskyjs video – We are here!

Et av bildene som har brent seg fast, er bildet av president Zelenskyj sammen med sine nærmeste fra statsapparatet, i en mørk gate, foran presidentkontoret i Kyiv, 25. februar. I korte trekk sier han at han er her (i Kyiv) sammen med sine nærmeste rådgivere, sjefen for presidentkontoret, statsministeren, forsvarsministeren og seg selv. Våre soldater er her, våre innbyggere er her. Vi er alle her for å forsvare Ukrainas uavhengighet. Vi vil fortsette på denne måten. Zelenskyj avslutter

med å si: Ære til våre forsvarere, ære til Ukraina og ære til våre helter! (Zelenskyj, 2022b, øvrige sitater i denne delen er hentet fra denne referansen).



Figur 2: Bilde er skjermdump fra Volodymyr Zelenskyj Facebook side (Zelenskyj, 2022b)

Meningen/ betydningen i denne korte videoen er at det ukrainske folk står sammen og forsvarer landet sitt. Samtidig som denne videoen ble lagt ut var det flere russiske meldinger om at presidenten hadde evakuert ut av Ukraina. Det var en stor overraskelse at han ikke hadde flyktet (Matlary, 2023a, s. 60). Betydningen for denne videoen er også å vise at presidenten og myndighetene fortsatt er til stede og viser at Ukraina ikke har falt, men skal fortsette å sloss mot inntrengeren.

Identitet: Denne videoen viser viktige ukrainske ledere, utendørs, i en mørk gate i Kyiv. I motsetning til der presidenten for vane har vist seg, er han og hans nærmeste myndighetspersoner nå utendørs uten det pene tøyet folk vanligvis forbinder politikere med. Med dette som bakgrunn treffer de alle ukrainske borgere som også har kjent konsekvensene av krigen på kroppen, noen har kanskje mistet hus og hjem, eller er redde for hva som kommer. Det viser at selv ikke presidenten sitter beskyttet i en bunkers, men trekker ut i gatene. Dette er med på å skape noe felles, mellom presidenten som avsender og mottakeren som hovedsakelig er ukrainske borgere (Maan & Cobaugh, 2018, s. 17), men som Vesten har stor medfølelse med. Når er narrativ er mest effektivt er når identiteten til avsenderen treffer identiteten til mottakeren, da er det ekstremt vanskelig å imøtegå det (Maan & Cobaugh, 2018, s. 17). Denne videoen har naturlig bundet Zelenskyj og det ukrainske folk sammen, men *meldingen ut* er også rettet mot resten av verden på en sofistikert måte som engasjerer alle

(Matlary, 2023a, s. 62). Dette fordi Vesten og det ukrainske folk deler de samme identitetslagene (Maan, 2020, s. 98) om at mennesker er frie og land er uavhengige og selvstendige.

Innholdet i denne videoen er relativt enkelt, men likevel ekstremt virkningsfullt. President Zelenskyj sier hvem som er til stede. Det er sjefen for presidentens kontor, det er statsministeren, forsvarsministeren og han selv. Han fortsetter med at «våre soldater er til stede, og våre innbyggere er til stede». Hovedinnholdet i talen er at; «Vi er alle her for å beskytte vår uavhengighet, og det vil vi fortsette med». Det er dette det handler om for presidenten i denne fasen, beskytte landets uavhengighet og fortsette kampen og forsvare seg. Zelenskyj avslutter med «ære til våre forsvarere, ære til Ukraina, ære til våre helter!» Narrative Strategies skriver som kommentar på Facebook til posten av artikkelen; «How Ukrainian Narrative Identity Dominates the War of Influence» at «Ukraina allerede har vunnet kampen om narrativet» (Narrative Strategies INK, 2022). Denne videoen har mulighet til å stå igjen som et ikon over forsvarsviljen til Ukraina sammen med svaret Zelenskyj skal ha svart med til det amerikanske tilbudet om evakuering; «Kampen er her. Jeg trenger ammunisjon, ikke skyss!» (AP News, 2022). «Strategisk kommunikasjon av ypperste klasse» (Matlary, 2023a, s. 62).

Strukturen er gjenkjennelig med en innledning; hvem som er representert. En hoveddel med hvorfor de er der og til slutt en avslutning med en hyllest av de som kjemper.

Analyse av Zelenskyjs tale til det britiske parlamentet

Det første landet president Volodymyr Zelenskyj talte direkte til, gjennom videolink var Storbritannia, den 8. mars 2022, etter 13 dager med krig i Ukraina. En tale som blir den første i en lang rekke taler, direkte til ulike parlamenter over hele verden og andre grupperinger med innflytelsesrike maktpersoner.

Meningen og betydningen av innholdet med talen til det britiske parlamentet er tydelig. Det er å øke sympatien for ukrainerne, skape tettere bånd mellom de to landene og påvirke Storbritannia og Vesten til å ytterligere gjøre motstand mot Russland. Dette gjør han ved å gi en kort, men brutal beskrivelse av hver av de 13 dagene krigen har vart. Han gjør det gjennom utvalgte ord som trigger et vestlig samfunn og en tidligere stormakt. Ordene *folkemord*, *angrep fra lufta*, *fra land* og *fra sjøen* blir brukt for å øke sympatien for Ukraina. Når Zelenskyj sier, «Vi, barna, alle oss levende mennesker, alle ukrainere» (Zelenskyj, 2022c, øvrige sitater i denne delen er hentet fra denne referansen) viser han at dette ikke bare gjelder soldatene som slåss, men hele samfunnet.

President Zelenskyj treffer med identiteten i talen til de britiske politikerne når han henvender seg til «Great people. With a great history» og når han snakker om at «de ikke har lyst til å miste noe som er deres, nemlig Ukraina, slikt som at dere ikke ville miste deres øy når nazistene forberedte slaget

om de britiske øyer». Videre snakker han om at de har startet med å ta fanger, «men at de selvfølgelig behandler dem som mennesker, fordi ukrainerne fortsatt er mennesker på den fjerde dagen av krigen». Han siterer Shakespeare; «å være, eller ikke være?» og ikke minst Churchills kjente tale om at de «skal kjempe på sjøen, i lufta og på land, vi skal forsvare vårt land, uansett hva det vil koste». Dette er enkle, men virkningsfulle verktøy for å trigge følelsene og identiteten hos britene.

Innholdet er en kort beskrivelse av krigen for hver dag de siste tretten dagene, stort sett hva russerne har gjort og hva som bor i det ukrainske folket. Eller hvordan de forferdelige angrepene påvirker ukrainere, som for eksempel at russerne har blokkert tilgangen til mat og vann til innbyggerne i Mariupol eller at de har drept 50 uskyldige barn. Talen fortsetter med forsvarsviljen til ukrainerne, gjennom kjente britiske sitater. Til slutt, et rop om hjelp.

Talen er bygd opp på en tradisjonell måte med en start, som henvender seg til det britiske folk og viser likheten mellom Ukraina i dag og Storbritannia under andre verdenskrig. Hoveddelen er delt i to. En del som tar for seg hver av de tretten dagene, før han ser fremover og snakker om forsvarsvilje. Avslutningsvis henvender han seg til statsministeren, «Boris, my friend» og ber om mer støtte fra Storbritannia

Analyse av Zelenskyjs tale til Polen

Den 11. mars 2022 holder president Zelenskyj tale til det polske parlamentet, som land nummer to. Polen som grenser til Ukraina og tar mye ansvar i denne situasjonen er et viktig land for Ukraina å holde tette bånd til (Strand, 2023).

Meningen med talen til den polske Sejm er å forsterke båndet mellom Ukraina og Polen og fortsette kampen som Polen bidrar med. Zelenskyj prater om båndene mellom dem og sitt første møte med den polske presidenten. «Vi forsto hverandre, som ukrainere og polakker, som europeere, som venner» (Zelenskyj, 2022d øvrige sitater i denne delen er hentet fra denne referansen). Han drar frem at krigen har gjort det klart at det ikke er grenser mellom dem, «ingen historiske eller personlige» og at det er «fred mellom slektninger, fred mellom brødre».

Identiteten Zelenskyj holder på i talen er den felles identiteten de to landene har og den spesielt den tradisjonelle katolske identiteten polakkene har, der Zelenskyj ofte trekker fram familie og Gud. Polakkene og de baltiske landene er mer bekymret for russisk aggresjon enn noen andre NATO-medlemmer. Dette spiller han på når han trekker fram talen til den polske presidenten fra 2008, der Lech Kaczynski sier at «i dag er det Georgia, i morgen Ukraina, dagen etter i morgen – Baltikum og kanskje etter dette Polen.» Zelenskyj fortsetter «24. februar var i morgen». Videre fortsetter Zelenskyj med å snakke om hva Polen og Ukraina kan få til sammen, med 90 millioner mennesker og den sterke alliansen de har er.

Innholdet er klart definert i det de to landene har felles og hvordan den russiske aggresjonen påvirker dem begge. Det er betydelig mindre beskrivelse av krigshandlingene enn i andre taler og mer felles identitet og følelser.

Strukturen er tydelig med en innledning, hoveddel med felles identitet og avslutning der han takker for støtten og viktigheten med å stenge luftrommet over Ukraina.

Analyse av Zelenskyjs tale til den amerikanske kongressen

16. mars holdt president Zelenskyj tale til den amerikanske kongressen fra Kyiv.

Meningen med talen til den amerikanske kongressen er tydelig, sikre økt støtte til Ukraina og øke sympatien og forståelsen for de grusomhetene Russland utøver mot Ukraina. Men viktigst, kanskje det å påvirke USA til å virkelig ta på seg ledertrøya som den stormakten de faktisk er.

Identitet skaper Zelenskyj ved å snakke til amerikanerne på en typisk amerikansk måte og gjennom amerikanernes egne opplevelser og historier. Zelenskyj sier at Ukraina vil det samme som USA og nevner *et* «frihetselskende folk, frihet, menneskelige verdier, vår egen fremtid og nasjonale drømmer. Det at Amerika er bygd på demokrati, uavhengighet, frihet ... at alle jobber flittig, ærlig og respekterer loven. Dette er det vi også vil» (Zelenskyj, 2022e, øvrige sitater i denne delen er hentet fra denne referansen). Talen tar videre opp amerikanske eksempler som Pearl Harbor, 11. september og Martin Luther King; «I have a dream». Zelenskyj legger stor vekt på at USA må ta lederansvar i verden. «Å være lederen for verden betyr å være lederen for fred». Han sier: «i dag forsvarer det ukrainske folk ikke bare Ukraina, men at de slåss for verdiene for Europa og verden, de ofrer seg i fremtidens navn» og at amerikansk hjelp er for å holde verden i live og for å bevare rettferdighet i historien. Alle eksempler på verdier som står høyt hos amerikanere og sammenligner utfordringene Ukraina står ovenfor med noen av de utfordringene som amerikanerne selv har stått i (Edmondson, 2022).

Innholdet skiller seg fra talen til britene. Zelenskyj snakker mer om USA enn krigens gang og det er på langt nær så mange beskrivelser av krigshandlingene som han hadde i talen til det britiske parlamentet. Dette gir mening, fordi det er viktig at et narrativ reflekterer erfaringene til publikum for å bli anerkjent (Maan, 2018, s. 17).

Strukturen er kjent vestlig fortellermåte med en innledning, hoveddel og avslutning. I denne talen legger han inn en «for å oppsummere» på slutten. Talen til Kongressen er en del lengre enn til det britiske parlamentet, så det kan sikkert være fornuftig å oppsummere alle hovedpoengene.

Analyse av Zelenskyjs tale til den tyske Forbundsdagen

17. mars snakket Volodymyr Zelenskyj til de tyske folkevalgte. Talen skiller seg ut fra de andre der Zelenskyj er mere krass i tonen til tyskerne enn de andre som denne oppgaven analyserer.

Meningen med talen til den tyske Forbundsdagen er ganske klar. Hele poenget med talen er å få tyskerne til å bidra mer for Ukraina og få større og mer inngripende tyske sanksjoner mot Russland. Han prøver å få tyskerne til å våkne og innse de ukrainske realitetene som krigen har påført dem. Dette gjøres gjennom en tung historisk kobling til andre verdenskrig.

Det er ingen hemmelighet at den tyske identiteten bærer en skam og en svært forsiktig holdning etter grusomhetene nazistene utførte under andre verdenskrig. Denne identiteten og skammen utnytter Zelenskyj i talen, der han drar frem at politikerne ofte sier «aldri mer», men at de ikke betyr noe når russerne ødelegger alt de «lever av og lever for» (Zelenskyj, 2022f, øvrige sitater i denne delen er hentet fra denne referansen). Han rokker ved identitetsfølelsene til tyskerne der han formaner om at de må hjelpe Ukraina, «så de ikke trenger å se seg over skulderen også etter denne krigen». Så trekker Zelenskyj frem at de må hjelpe for at de ikke igjen skal se seg over skulderen etter ødeleggelsene i Kharkiv, bombingene av Donbas og andre byer og tusener av mennesker som er drept eller torturert, alle gangene «for andre gang på 80 år». Det at Zelenskyj ikke velger å si noe om lidelsene ukrainerne åpenbart var gjennom under Stalins regime etter andre verdenskrig, kan være fordi Zelenskyj ikke vil svekke budskapet rettet mot tyskerne.

Innholdet i talen er grusomhetene Ukraina opplever i dag og knytningene eller likhetene de har til andre verdenskrig og perioden til Berlinmurens fall.

Strukturen er lik de fleste andre. Tilpasset et vestlig publikum. Avslutningen er veldig symbolsk, «kansler Scholz! Tear down this wall».

Analyse av Zelenskyjs tale til Italias parlament

22. mars 2022 var det italienerne sin tur til å ta imot Ukrainas president over videolink. Italia, der 48% av befolkningen hadde et positivt syn på Russland i 2020, noe som sank til 14% i 2022 (Wike et al., 2022). Zelenskyj snakker om de ukrainske familiene, vestlige verdier og starter talen med å ha fått forståelse av paven for kampen de står i. Dette er noe det italienske folk identifiserer seg med. Han drar også likheter mellom hovedstedene og hvor viktig Kyiv er for Ukraina når det kommer til kultur og at «Kyiv er like viktig for regionen som Roma er for verden» (Zelenskyj, 2022a).

Talen inneholder mange eksempler fra de første 27 dagene av krigen. Mange skildringer av hvordan ukrainske familier har lidd. Dette er en sterk kontrast til talen til den amerikanske kongressen.

Meningen med talen til det italienske parlamentet er helt klart å endre holdningene til italienerne. Zelenskyj snakker mindre om hva han vil ha av Italia, men mye mer om hvordan krigen påvirker

Ukraina og ukrainske familier. Han er ute etter økt oppslutning om Ukraina å øke motstanden mot Russland i de italienske kretsene. Det å gå gjennom tradisjonell italiensk identitet med sterke familiebånd prøver Zelenskyj å treffe en nerve og identiteten deres og gjennom dette øke oppslutningen og motstanden mot Russland i Italia.

Innholdet i talen er kjent fra tidligere taler, men godt spisset mot Italia som samfunn. De ulike beskrivelsene av lidelsene de går gjennom treffer både meningen og identiteten til italienerne. Talen tar opp Italia som et nydelig feriested, men også at de tillater russiske yachter og at Russland fortsatt tjener mye penger på olje og gass. Gjennom dette legger Zelenskyj press om å øke sanksjonene mot Russland. Temaet om familier går igjen flere ganger, og hva familien og barna betyr for italienerne nettopp for å lykkes med budskapet til mottakerne.

Strukturen er kjent vestlig med en innledning hoveddel og avslutning. En innledning der han viser til at paven har aksept og forståelse for kampen han kjemper. En hoveddel der han beskriver hvordan krigen påvirker det ukrainske folk og hva han forventer at Italia gjør framover. Talen avsluttes med å trekke på vestlige verdier og italienske verdier og en takk.

I motsetning til de to foregående, var Italia i langt større grad påvirket av russiske narrativer og en mer pro-russisk holdning var utbredt i mange italienske samfunnslag (Crippa, 2022). I tillegg var det opp imot 20 medlemmer av forsamlingen som boikottet Zelenskyjs tale (Dyczok & Chung, 2022, s. 154). Denne holdningen reflekterer både en sterk pasifistisk holdning, mye på grunn av erfaringen etter andre verdenskrig, men også en sterk pro-russisk forankring som stikker dypt i enkelte politiske partier (Amante & Balmer, 2022).

Analyse av Zelenskyjs tale til det norske Stortinget

35 dager etter at Russland gikk til full invasjon av Ukraina, holdt president Zelenskyj tale til Stortinget. Talen er gjenkjennelig ved at budskapet og eksemplene er spesifikt knyttet opp mot identiteten til publikum.

Meningen med talen er å ytterligere forsterke den pro-ukrainske holdningen i Norge og påvirke norske myndigheter til ytterligere donasjoner. Dette gjøres ved å spesifikt peke på hva de trenger som Norge kan levere, Zelenskyj sier for eksempel; «vi behøver våpen... særlig antiskipsvåpen i tillegg til NASAMS» (Zelenskyj, 2022g, øvrige sitater i denne delen er hentet fra denne referansen). Samtidig trekkes det frem at det norske selskapet Motus Teck må slutte å understøtte Russlands evne til å ødelegge naboer. Brutale beskrivelser av ødeleggelsene og lidelsene legges det ikke særlig vekt på sammenlignet med talen til Storbritannia og Italia. Dette fordi det er ganske klart hvor Norge står i spørsmålet om støtte til Ukraina.

Den norske identiteten treffer han ved å legge vekt på norsk skipsfart, da han spesielt trekker fram «Russlands forræderske opptreden på havet», menneskerettigheter, rettsstatlige prinsipper, demokrati og vikinger som var på besøk i Kyiv for tusen år siden og felles slektskap i tidligere kongefamilier. Når Zelenskyj avslutter med 17. mai og at ukrainske barn i år skal være med på denne feiringen og han håper at norske barn en gang kan være med å delta på barnetog i Kyiv på en av Ukrainas festdager, deler nok de norske stortingspolitikere et felles identitetslag med den ukrainske presidenten.

Innholdet i talen er kort om hvordan krigen påvirker Ukraina i dag, men det går fort over til å handle om påvirkningen krigen har for Europa og verden. Deretter handler talen om hva han spesifikt ønsker av Norge, våpen og sanksjoner. Norge får litt kjeft når han trekker fram Motus Tech som selger varer til russiske firmaer. Fremtidsutsiktene og gjenoppbygningen av Ukraina som talen avsluttes med er myntet mot Norge som en stor bistandsnasjon og rollen Norge har tatt i ulike deler av verden.

Strukturen er med en innledning, hoveddel og avslutning.

Nivåinndeling av Ukrainas narrativ i perioden ved full invasjon

For å få bedre oversikt over hvilke narrativ Ukraina har brukt i denne perioden av krigen vil oppgaven sette de inn i NATOs tre nivåer av narrativ.

Det institusjonelle narrative, som skal ligge til grunn for alt som blir gjort, er i de ulike casene denne oppgaven har analysert, at Ukraina er et fritt uavhengig land som sloss for sin frihet. Både videoen av Zelenskyj sammen med sine nærmeste rådgivere, som i større grad var rettet mot den ukrainske befolkningen, men fikk stor oppmerksomhet i resten av verden og de ulike talene til vestlige parlamenter inneholder dette institusjonelle narrative om det eneste rette er et fritt uavhengig Ukraina. Zelenskyj trekker fram at Ukraina er et uavhengig land og skal fortsette som det i videoen fra Kyivs gater (Zelenskyj, 2022b), han trekker fram ord som folkemord i talen til Storbritannia (Zelenskyj, 2022c), frihet og demokrati (Zelenskyj, 2022f) i talen til den amerikanske kongressen (Zelenskyj, 2022e), rettsstatlige prinsipper i talen til Stortinget (Zelenskyj, 2022g) eller hvorfor tyskerne er bak en mur mellom frihet og slaveri . Zelenskyj trekker frem solidaritet, forsvar og samarbeid i sin kommunikasjon mot Vesten. Alle eksempler på vestlige verdier som vestlige samfunn setter høyt (Nisch, 2023, s. 12).

Det strategiske narrative som skal forklare rasjonale for det Ukraina gjør, er i de ulike casene tett sammenvevd med det institusjonelle narrative i denne fasen av krigen. Ukraina må forsvare seg og trenger hjelp fra Vesten som må støtte Ukraina med våpen og sanksjoner mot Russland. Zelenskyj takker alle for den støtten Ukraina har fått og oppfordrer alle til ytterligere sanksjoner. Vesten må bidra i kampen for frihet og uavhengighet, Ukraina trenger hjelp fra andre demokratier (Dyczok &

Chung, 2022, s. 149). Dette blir veldig tydelig i talen til den tyske forbundsdagen, der Zelenskyj retorisk spør om hvorfor sanksjonen bli forsinket og de møter motstand (Zelenskyj, 2022f).

Det strategiske narrativet i videoen fra Kyivs gater den 25. februar 2022 forsterkes veldig ved at han kler seg i noe som ligner militær bekledning og er til stede i en by som er angrepet, relativt ubeskyttet og ber befolkningen om å sloss (Sanchez-Castillo et al., 2023, s. 619). Ved både det institusjonelle- og det strategiske narrativet får mottakerne en følelse av at presidenten er en av oss (Sanchez-Castillo et al., 2023, s. 616), eller at vi er med dem. Videoen «We are here» 25. februar er dette svært tydelig.

Mikronarrativet i Zelenskyjs kommunikasjon har fått mye oppmerksomhet og vakt stor begeistring. Han bruker et emosjonelt språk for å beskrive situasjonen i Ukraina og skreddersyr hver tale til det spesifikke landet og lytterne. Han refererer til nasjonale hendelser, historiske og traumatiske hendelser som er spesielle for hvert enkelt land, samtidig som han påpeker hvor de ikke har tettet alle hull mot Russland (Dyczok & Chung, 2022, s. 152). Familien blir trukket fram i talen til det italienske parlamentet (Zelenskyj, 2022a), barnetog blir brukt mot Stortinget (Zelenskyj, 2022g) og sitater fra Churchill og Shakespeare til britene (Zelenskyj, 2022c). Bruken av følelser og følelser som trigger mottakeren er avgjørende og Zelenskyj viser viktigheten med nettopp dette (Nisch, 2023, s. 12). Han bruker dette for å vekke følelsene og øke sympatien til Ukraina (Dyczok & Chung, 2022, s. 153). Eksemplene ved de ulike narrativinivåene viser at Ukraina tydelig har rettet seg mot vestlige verdier og prinsipper i sin kommunikasjon mot Vesten.

Analyse Kharkiv – Kherson offensiven

Tidlig i juni 2022 annonserte den amerikanske presidenten at USA donerer det langtrekkende og svært presise rakettartilleriet «High Mobility Artillery Rocket System» bedre kjent som HIMARS til Ukraina (Pannett & Hudson, 2022). Kun få dager etter bekreftet den norske regjering at de hadde donert norske artillerivogner av typen M109 (Forsvarsdepartementet, 2022a). Sommeren 2022 kom det mer artilleri fra ulike vestlige land til Ukraina.

29. august annonserte ukrainerne at en offensiv var i gang i områdene rundt Kherson. Det hele viste seg å være en desinformasjonskampanje for å forberede en større offensiv i nord, i områdene rundt Kharkiv (Koshiw et al., 2022). Fremgangen i de sørlige områdene rundt Kherson var liten, men russerne flyttet store deler av styrkene sine fra Kharkiv til Kherson, samtidig konsentrerte ukrainerne sine mest presise våpen, som HIMARS i nord. I det offensiven virkelig starter i Kharkiv, mot byen Izum og nordover er russiske gjenværende styrker så lite forberedt at de flykter. Russiske uttalelser sier det er en planlagt tilbaketrekning, men det russiske materiellet som ligger igjen er tydelige bevis på

at dette er hurtig ukoordinerte tilbaketrekninger (Gibbons-Neff & Santora, 2022). 9. september annonserer president Volodymyr Zelenskyj at over 30 steder i Kharkiv- regionen er frigjort og at ukrainske styrker fortsetter å frigjøre landsbyer og heiser opp det ukrainske flagget i nylig frigjorte områder (Zelenskyj, 2022d). Vestlige medier følger spent med på fremgangen og lovpriser den ukrainske taktikken. 2. oktober melder presidenten at de ukrainske styrkene fortsetter fremgangen i Kherson og har frigjort byene Arkhanhelske and Myroliubivka i Kherson fylke (Zelenskyj, 2022g), offensiven mot Kherson er et faktum, de utnytter momentet fra Kharkiv.

Analysen av høstoffensiven i Kharkiv og Kherson er delt inn i fire deler, hver del inneholder flere eksempler som er analysert, både taler, tweets og videoer.

Del en tar for seg i denne analysen president Zelenskyjs taler og meldinger på Twitter/X, det ukrainske forsvarets meldinger og videoer på Twitter/X og Instagram.

2. september 2022 skriver Zelenskyj «Freedom» på Twitter/X (Zelenskyj, 2022h) og det ukrainske forsvaret skriver «Victory» på sin side (Defense of Ukraine, 2022a).

6. september 2022 skriver Zelenskyj:

«Ukraine continues to save the world with its grain. In addition to previous ships with Ukrainian grain for Africa, 28,600 tons of Ukrainian wheat will arrive in Somalia in the coming weeks. In this country, due to the war of the RF against Ukraine, the UN predicted a famine by the end of this year.» (Zelenskyj, 2022h)

7., 8. og 9. september holder president Zelenskyj sine daglige taler som legges ut på presidentens offisielle internettsider. Talene har titlene; «This week we have good news from the Kharkiv region» (7.sept) (Zelenskyj, 2022j), «In total, more than a thousand square kilometers of the territory of Ukraine have been liberated since the beginning of September» (8.sept.) (Zelenskyj, 2022k) og «As of now, the Armed Forces of Ukraine liberate and take control of more than 30 settlements in Kharkiv region» (9. Sept.) (Zelenskyj, 2022l).

Del to inneholder to videoer av de militære styrkene på Twitter/X og den statlige kanalen United24 på YouTube, begge viser frigjøringen av områder i Kharkiv-regionen. Den 9. september legger det ukrainske forsvaret ut en video på Twitter/X med tittelen: «Ukrainian troops in the liberated territories of the Kharkiv region» (Defense of Ukraine, 2022b). Videoen varer i 50 sekunder uten tekst eller lyd, annet enn en melodi i videoen. Teksten som er i tillegg til videoen er; «Ukrainian troops in the liberated territories of the Kharkiv region. It is very difficult for us, but we are moving forward. General Valerii Zaluzhnyi, Commander-in-Chief of Ukrainian Armed Forces» (Defense of Ukraine, 2022b).

13. september legger United 24 ut en video på sin kanal på YouTube med tittelen «Ukraine counteroffensive: life after the occupation» (UNITED24, 2022a). Videoen er litt over seks minutter lang med kommentatorstemme på engelsk, og intervjuer av enkeltpersoner. Teksten som er lagt ved videoen er.

«The bravery of Ukrainian soldiers along with the help of international partners have made the liberation of Balaklia (Kharkiv Region) possible. It became a symbol of hope for millions of Ukrainians, who are still under occupation and waiting for the Ukrainian army to make Ukraine fully and without any sort of compromise, UNITED.» (UNITED24, 2022a)

Del tre inneholder talene president Volodymyr Zelenskyj holdt til FNs 77. generalforsamling 21. september og til FNs sikkerhetsråd 27. september. FNs hovedformål er å opprettholde fred og sikkerhet i verden og opprette effektive tiltak for å hindre og fjerne truslene mot freden (FN, 1945, art. 1). En tale fra et lands leder som er i krig og under angrep av et annet land er en symbolsk handling og en tale til hele verden.

Del fire inneholder to taler av president Zelenskyj fra den 4. og 6. oktober 2022, et Instagram innlegg fra Zelenskyj den 10. oktober, samt en video fra United 24 som oppsummerer offensiven i Kharkiv og Kherson. Videoen ble lagt ut den 6. oktober.

Meningen eller betydningen med denne kommunikasjonen fra ukrainske offisielle kanaler i alle fire delene er helt klart å vise verden fremgangen ukrainerne har hatt på slagmarken og hva dette fører med seg i områder som har vært okkupert de siste seks månedene. Samtidig fokuserer Ukraina også på de brutale overgrepene Russland har begått og hvilke grusomme forhold sivile ukrainere har levd under. Twitter/X meldingene 2. september er et klart symbol på fremgangen, men på hver sin måte, der presidenten skriver *frihet* (Zelenskyj, 2022i), som åpenbart er hovedmålet for han og hele Ukraina, mens de militære styrkene skriver *seier* (Defense of Ukraine, 2022a, som er det mest suksessfulle en militær styrke kan oppnå. Talene til Zelenskyj i del en, tar alle opp fremgangen de militære styrkene har i Kharkiv-regionen. Han trekker fram suksessen til de ulike avdelingen i talen den 7. september (Zelenskyj, 2022j), at de har frigjort mer enn 1000 km² siden 1. september (Zelenskyj, 2022k), og at de har frigjort mer enn 30 landsbyer i Kharkiv-regionen i talen den 9. september (Zelenskyj, 2022l). Militær fremgang sammen med fremgang i sanksjoner mot Russland, er med på å beskytte Europa (Zelenskyj, 2022l) dette er sentralt i meningen med talene disse dagene. Bruken av det ukrainske flagget er fremtredende i begge videoene i del to og fire. Det blå og gule flagget som vaier i ukrainske byer og landsbyer som i lang tid har vært under russisk okkupasjon har blitt et symbol på frigjøring, sies det i United 24 videoen (UNITED24, 2022a, 3:39). Det ukrainske flagget vaiende høyt oppe i en TV-mast som er synlig fra store områder er et klart tegn på et frigjort

område (Defense of Ukraine, 2022b, 0:16). De ukrainske styrkene har lyktes grunnet god taktikk (som er i tråd med vestlig taktikk) og vestlig våpendonasjoner, spesielt HIMARS og artilleri, dette fremkommer tydelig i all kommunikasjon som omhandler kampene i del fire.

Både bilder og intervjuer med mennesker som har opplevde grusomheter vises. Dette er med på å øke sympatien og støtte til Ukrainas kamp mot Russland. Sympati for offeret og den moralske rettergang oppnår talene til FN med å henvise til FN pakten og Russlands brudd på denne (Zelenskyj, 2022n) samt retten til selvforsvar i artikkel 51 (Zelenskyj, 2022m).

Målgruppen for kommunikasjonen er ikke like spisset som ved talene etter Russlands fulle invasjon, der disse eksemplene ikke er spisset til et konkret land. Det er likevel klart at målgruppen og identiteten som søkes å treffe med kommunikasjonen er tydelig rettet mot vestlige land som støtter Ukrainas kamp for frihet. Dette gjøres gjennom å spille på vestlige demokratiske verdier. Fremgangen og seire som blir oppnådd, der vestlig våpendonasjoner og pengestøtte blir trukket frem er åpenbart rettet mot Vesten. Dette måtte de også gjøre, da det var kritisk for Ukraina å vise vestlige land at all våpenhjelp har ført til fremgang (Watling, 2022). De to enkle meldingene på Twitter/X 2. september er med å trigge et håp hos flere som støtter Ukraina.

I alle tre talene til Zelenskyj i del en, takker han enkelte lands ledere med navn, som alle har vært på besøk eller bidratt med noe spesielt. Han viser takknemlighet for hvert enkelt bidrag og støtte. En tysk frivillig blir intervjuet i del to, og det sies at mange frivillige fra ulike land er med for å hjelpe sivile med nødhjelp og grunnleggende behov. Dette viser at kampen ikke kjempes alene, men sammen med andre og at det er kampen for frihet som er det viktigste. Fokuset filmene i del to har på de russiske ødeleggelsene og brutaliteten er tydelig rettet mot Vestens oppfatning av rettsstatlige prinsipper og at man skal følge reglene i krig, noe Ukraina mener Russland ikke gjør. I videoen fra United 24 viser de dokumenter som beviser russisk planlagte propaganda og kontroll i de okkuperte områdene. En av planene var å samle inn og brenne alle ukrainske bøker (UNITED24, 2022a, 4:37) i tillegg til beskrivelser av tortur utført av russiske styrker (UNITED24, 2022a, 5:38). Begge eksemplene er klare brudd på krigens folkerett (Forsvarets høgskole, 2013). Fokuset som Zelenskyj har på korneksport både i tweets og ikke minst talene sine 7. og 8. september viser at kommunikasjonen er rettet mot et vestlig verdisyn og identitet som har fokus på andre lands befolkning og hungersnød rundt om i verden. Det er vanskelig å se for seg en massiv kritikk av Ukraina fra vestlige land om de utelukkende hadde fokusert på seg selv og engen eksistens i krigen mot Russland. Med dette grepet viser Zelenskyj at Ukraina har overskudd til å se ut over egne grenser og kritiske situasjon. De vet at de er verdens matfat og at store deler av verden er avhengig av ukrainsk korn. Dette utnytter Zelenskyj i talene sine og treffer vestlige demokratiers identitet.

Målgruppene og identiteten i del tre og fire er tilhørere i FNs generalforsamling og resten av verden. I salen under generalforsamlingen satt de fleste lands statsledere, og i sikkerhetsrådet som er det øverste organet i FN følger hele verden med på hvilke beslutninger som blir tatt eller ikke. Identiteten til alle i FN, i hvert fall i kontekst i FN salen, kan hevdes å være i samsvar med hovedformålet til FN i FN-pakten, som tidligere nevnt å opprettholde fred og sikkerhet. Derfor legger Zelenskyj vekt på «forbrytelsene» Russland har begått og at Ukraina og verden prøver å oppnå «fred» i talen til generalforsamlingen. Han har i tillegg fem prinsipper som ved å følges skal kunne oppnå fred (Zelenskyj, 2022m), alle i samsvar med FN-pakten. Han adresserer talene til «alle som verdsetter fred og enhet mellom like og ulike nasjoner» og til «de som respekterer og følger FN-pakten» (Zelenskyj, 2022m, 2022n). Dette er åpenbart rettet mot de som støtter Ukraina, noe som mange land i FN gjør, ut ifra avstemningen for en resolusjon som fordømmer voldsbruken (United Nations, 2022).

Ukrainas suksess på slagmarken er blitt lagt merke til og får mye oppmerksomhet av vestlige medier i hele perioden. Ukrainisk suksess blir også fremhevet av Institute for the Study of War (Hird et al., 2022, s. 1). Zelenskyj takker spesielt vestlige ledere han har vært i kontakt med og trekker spesielt fram HIMARS som en viktig brikke i suksessen (Zelenskyj, 2022p), men også flere sanksjoner fra EU mot Russland, støtte fra USAID og enda en finansiell støttepakke fra USA på 12 milliarder dollar (Zelenskyj, 2022h, 2022i). Kommunikasjonen er tydelig rettet mot Vesten og støttespillernes identitet, dette ser man særlig gjennom intervjuene med ukrainske soldater som forteller hvordan de har gjennomført deler av offensiven ved hjelp av taktisk kløkt og en vestlig måte å krige på og bruken av vestlige våpen som HIMARS og rør-artilleri (UNITED24, 2022b, 5:00). Vestlig identitet og oppmerksomhet blir berørt gjennom beskrivelsene av russiske angrep på atomkraftverket i Zaporizhzhia og frykten for en ulykke ved atomreaktoren som kan påvirke store områder. Zelenskyj fremholder at han har støtte fra det internasjonale atomenergi byrået (IAEA) om at det er ukrainske spesialister som kan garantere for sikkerheten ved anlegget (Zelenskyj, 2022i). Russisk kontroll over anlegget er en sikkerhetsutfordring for alle. Et annet grep Zelenskyj gjør i sin tale den 6. oktober for å ta opp russisk desinformasjon mot Vesten, ved å motsi informasjonen som har kommet om at Iran ikke har gitt Russland iranske droner. Han sier: «Vi ser dem på himmelen. Vi skyter de ned» (Zelenskyj, 2022i). Dette sammen med et bilde på Instagram som viser ødeleggelsene av sivil infrastruktur, hus og biler og menneskelige lidelser i en fredfull by (Zelenskyj, 2022j) er med å opprettholde fokuset på de grusomme handlingene og overgrepene Russland begår ovenfor Ukraina selv om de har fremgang på slagmarken.

Innholdet i hele perioden er Ukrainas kamp for frihet. Presidenten takker styrkene som har bidratt i kampene og har hatt suksess. Han takker for støtten Ukraina mottar fra EU, USA og andre land og

vestlige ledere som han har vært i kontakt med. Fremgangen vises først og fremst gjennom soldater med ukrainske flagg i nye områder med en sivilbefolkning som er lykkelige og tar imot soldatene med klemmer og lykkeønskninger. I en video fra United 24, som er over seks minutter er det intervjuer med mennesker som har opplevd russisk okkupasjon på kroppen for å beskrive den russiske brutaliteten, dette får man også inntrykk av i videoen fra det ukrainske forsvaret når de viser takknemmeligheten som gis til de militære styrkene mot slutten av videoen (Defense of Ukraine, 2022b, 0:40). Beskrivelser av russiske overgrep og forbrytelser er også et gjennomgående tema. Innholdet i talene til FN inneholder mange beskrivelser av de brutalitetene den ukrainske befolkningen opplever. Det er beskrivelser av hvordan døde familier er funnet torturert og hvordan russiske handlinger ved ukrainske atomkraftverk truer hele verden. Talene inneholder forslag til FN hvordan de kan handle for å få stoppet galskapen. Forslagene til Sikkerhetsrådet bygger videre på punktene til generalforsamlingen, men er mer konkret og kortfattet. Talen kommer seks dager etter den til generalforsamlingen. Så det er god sammenheng mellom dem.

Korneksporten fra Ukraina til resten av verden er et annet hovedtema i kommunikasjonen fra presidenten. Dette er med på å vise hva Ukraina gjør for verden annet enn å stå i en krig. Mat til verden er også en måte å forsvare freden på, da matmangel ofte har ført til konflikt i verden. Korneksporten kan sees som et ledd i kampen Ukraina flere ganger har snakket høyt om, at deres kamp mot den russiske invasjonen er kampen for fred og demokrati.

Nivåinndeling av Ukrainas narrativ under Kharkiv- Kherson offensiven

For å få bedre oversikt over hvilke narrativ Ukraina har brukt i denne perioden av krigen vil oppgaven sette de inn i NATOs tre nivåer av narrativ, det institusjonelle narrative, det strategiske narrative og mikronarrativet.

Det institusjonelle narrativ som blir brukt i alle fire delene er relativt sett mye likt med oppgavens første periode som er analysert. Narrative om at Ukraina kjemper for sin frihet og er et fritt demokratisk land som er invadert av en større nabo fastholdes i Ukrainas strategiske kommunikasjon mot Vesten også under høstoffensiven mot Kharkiv og Kherson. President Zelenskyj fremhever Russlands kriminelle handlinger i talene sine og forbrytelsene de gjør ovenfor grensene til Ukraina, ovenfor befolkningens liv og respekten for menn og kvinner (Zelenskyj, 2022m) og at de har brutt alle internasjonale anerkjente lover (Zelenskyj, 2022n). Dette sees også i sammenheng med alle referansene som er brukt i de ulike eksemplene for rettsstatlige prinsipper og en moralske valg som det påpekes at Russland ikke har i møte med sivilbefolkningen. Både intervjuer med sivile som er blitt torturert av russiske soldater og spørsmålet Zelenskyj stiller i talen til FNs generalforsamling om noen kan spørre russerne om hvorfor de er så opptatt av kastrering (UNITED24, 2022a; Zelenskyj, 2022e),

er eksempler på moralske brudd og rettsstatlige prinsipper som Vesten identifiserer seg med. En fortelling som kommer tydeligere frem i denne perioden, og som henger sammen med oppmerksomheten på rettsstatlige prinsipper, er Ukrainas fokus på korneksport til resten av verden. Selv om krig herjer i landet, klarer de å snakke om viktigheten av mat til andre steder i verden. Dette samsvarer godt med det institusjonelle narrativ om at Ukraina er et fritt og demokratisk land. De ser fremover og tenker på tiden også etter krigen er over.

Det strategiske narrativ som blir brukt spesielt i disse fire delene er fremgangen og suksessen til de ukrainske styrkene i Kharkiv og Kherson. Det ukrainske flagget som blir heist i landsby etter landsby er et bilde som Zelenskyj bruker flittig og United 24 i videoene fra Kharkiv- Kherson offensiven. Ordet «Freedom» og «Victory» som Zelenskyj og det ukrainske forsvaret la ut på Twitter/X 2. september 2022 er tydelig bundet opp til narrativet om ukrainsk fremgang. Linken mellom fremgangen og vestlige våpen er sterk, da det er viktig for Ukraina å opprettholde våpenstøtte og vise at de klarer å bruke de våpnene de får for at Vesten skal være villige til å opprettholde donasjonene. Selv om fremgangen og suksessen på slagmarken er fremhevet, er det fortsatt en motvekt i den ukrainske kommunikasjon som handler om å forklare og vise russiske overgrep og barbariske handlinger. Dette kommer spesielt godt frem i Zelenskyjs taler i FN. Hans forslag til hvordan stoppe disse barbariske handlingene er også i tråd med FNs og internasjonale anerkjente regler, som for eksempel; å ekskludere Russland fra internasjonale organisasjoner, sanksjoner mot Russland, en egen domstol for de russiske overgrepene, gjenopprette sikkerhet og territoriell integritet (Zelenskyj, 2022m, 2022n). Det er tydelig i Ukrainas kommunikasjon at hvis Russland stopper krigføringen, slutter krigen. Hvis Ukraina stopper krigføringen, slutter Ukraina å eksistere.

Mikronarrativet i Ukrainas strategiske kommunikasjon under høstoffensiven i Kharkiv- Kherson er godt tilpasset de ulike anledningen og mottakerne av kommunikasjonen. Det er ikke like spisset mot enkeltgrupper, men i større grad innblikk i krigen. I den innledende fasen i Kharkiv, de første dagene i september, er det mer oppdatering av den nylige fremgangen og frigjøringen av nye landsbyer, enn senere i perioden. Det er vitnesbyrd fra sivile som nylig er frigjort fra russisk okkupasjon i videoen fra United 24 den 13. september, noe det ikke er i videoen den 6. oktober. I denne videoen er det derimot flere soldater som forteller om hvordan kampene og offensiven har vært.

The Communication Value Circle

Bruken av The Communication Value Circle vil gi denne oppgaven dybdeforståelse i Ukrainas kommunikasjonsstrategi og vil kunne si noe om hvorfor Ukrainas strategiske kommunikasjon er effektiv og hvordan den har utviklet seg fra perioden etter full invasjon til høstoffensiven i Kharkiv-Kherson. Oppgaven tar utgangspunkt i de allerede analyserte narrativnivåene fra periodene som denne oppgaven har tatt utgangspunkt i, i forståelsen av sirkelens fire hovedmål og 12 underkategorier.

Hovedmål nr. 1; muliggjøre daglige operasjoner:

Publisitet; Ukraina fikk enorm publisitet i verden også før tidspunktet for full invasjon. Dette er naturlig i det verden ser oppbygning til en «ny» krig. President Zelenskyj ble over natten det store samtaletemaet og har kommet med budskap i verdensklasse (Dyczok & Chung, 2022, s. 148). Videoen som oppgaven har analysert «We are here» er et eksempel på dette. Det at presidenten står ute i en gate og snakker direkte til folket sitt gjennom mobilen skapte enorm oppmerksomhet og denne videoen spredte seg raskt over alt. Zelenskyj ble en av de mest innflytelsesrike lederne i verden, på svært kort tid (Sanchez-Castillo et al., 2023, s. 621). Publisiteten var høy gjennom sommeren, men den ukrainske fremgangen i Kharkiv regionen i starten av september 2022 førte til at oppmerksomheten igjen var rettet mot Ukraina. NATOs generalsekretær Jens Stoltenberg uttalte at «krigen i Ukraina er inne i en kritisk fase» den 9. september (NATO, 2022b).

Mottakerens preferanser; Ukrainas kommunikasjon er som analysen viser, vinklet mot at Ukraina er et fritt og uavhengig land som sloss for sin frihet. Zelenskyj gjentok hvordan Russland har ødelagt Ukraina og brutt internasjonal lov og hvordan dette truer europeisk og global fred i flere av sine taler og videoer fra Ukraina. Denne vinklingen er et bevist valg og gjør mottakeren identifiserer seg med budskapet og fortellingen Ukraina kommer med. Kommunikasjonen er skreddersydd etter hvert enkelt lands identitet og er fylt av følelsesmessige komponenter (Ekman & Nilsson, 2023, s. 32; Nisch, 2023, s. 12). Fokuset på rettsstatlige prinsipper og Ukraina som et land som forsvarer demokratiske verdier er rettet mot Vesten og Vestens oppfatning av seg selv. Kommunikasjonen under høstoffensiven var i større grad rettet mot et bredere publikum og ikke i like stor grad spisset til hvert enkelt land slik som det i større grad var i den første perioden.

Engasjementet til befolkningen og soldatene i Ukraina er ikke det som er mest relevant for denne oppgaven, men kommunikasjonen treffer godt mot den ukrainske befolkningen. Videoer fra presidenten, som den første videoen som ble analysert i denne oppgaven, har ført til å øke moralen og vist befolkningen at presidenten er med det ukrainske folk (Dyczok & Chung, 2022, s. 150). «De

har vist til verden at de er en nasjon og at de er dedikert til sitt land» (Ekman & Nilsson, 2023, s. 21). Kharkiv- Kherson offensiven bli brukt til å vise soldatenes engasjement og dedikasjon. Fremgangen og suksessen blir trukket frem av ulike ukrainske soldater som uttaler seg som; «Militære rundt om i verden enes om at denne operasjonen er håndtert svært godt og vil bli brukt i fremtidige taktikk og strategi studier» (UNITED24, 2022b, 0:54) og soldater snakker om hvordan de har blitt tatt imot av sivilbefolkningen som akkurat har blitt frigjorte og at «Russland har blitt det største landet innen donasjon av våpen» (UNITED24, 2022b, 4:30).

Hovedmål nr. 2; bygge imaginære verdier:

Omdømme, som er viktig for å muliggjøre suksess og at det positive inntrykket skal være langvarig og dyptinngripende (Falkheimer & Heide, 2023, s. 206) har økt etter tidspunktet for full invasjon.

Omdømme etter Zelenskyjs taler og målrettede kommunikasjon mot vestlige land økte i takt med ukrainsk motstand. Måten Ukraina viser bruken av vestlig materiell som HIMARS og artilleri under høstoffensiven kan hevdes å øke omdømme blant vestlige land.

Merkevaren er viktig for at posisjonere seg opp imot en motstander (Falkheimer & Heide, 2023, s. 206). Zelenskyj og Ukraina har bygget en sterk merkevare gjennom kommunikasjonen sin i begge periodene. Det kan se ut som om «Zelenskyj håper på at global digital dominans vil gjøre forskjellen på seier og overgivelse» (Serafin, 2022, s. 461). Kommunikasjonsstilen til ukrainerne og Zelenskyj spesielt er i vel-regissert for å fange oppmerksomheten til publikum (Ekman & Nilsson, 2023, s. 31). Narrativene som Ukraina bruker i begge periodene, med vestlige demokratiske prinsipper og verdier, våpenstøtte for å bevare demokratiet i Europa er alle med å bygge «merkevaren» for dem.

Kulturen. Denne består av felles normer, verdier, inntrykk av de involverte og symboler (Falkheimer & Heide, 2023, s. 206; Zerfass & Viertmann, 2016). Ukraina har gjennom sin kommunikasjon spredt den ukrainske befolkningens verdier, moral og kultur (Ekman & Nilsson, 2023, s. 22). Videoene fra høstoffensiven viser og forteller det ukrainske folkets kultur og verdier. Talene til parlamentene bygger også opp under kulturen i det ukrainske folk. Om å stå imot mot en felles fiende og stå sammen i kampen mot angriperen. Oppmerksomheten som Zelenskyj har på rettsstatlige prinsipper og for eksempel korneksport i både taler og tweets er et klart tegn på fokuset på den ukrainske kulturen, eller hvordan de ønsker at Vesten skal forstå ukrainsk oppmerksomhet på kultur og verdier.

Hovedmål nr. 3; opprettholde fleksibilitet:

Gode *relasjoner* til viktige støttespillere har utvilsomt vært en suksess. Som tidligere skrevet ble presidenten en av de mest innflytelsesrike maktpersonene i verden etter at Russland gikk til full invasjon av Ukraina. Talene Zelenskyj fikk holde til ulike parlamenter og til FN er eksempler på at det

var gode relasjoner mellom Ukraina (kanskje Zelenskyj spesielt?) og de ulike landene. Denne aksessen hadde ikke kommet alene på grunn av at Ukraina var angrepet av nabolandet.

Tillit får man gjennom at man opptre slik man sier og handler konsekvent og pålitelig (Falkheimer & Heide, 2023, s. 207). Zelenskyj fikk tillit i det han ikke rømte landet, men sto opp og sa «We are here» etter de første angrepene i februar. Denne tilliten henger sammen med hvordan ukrainske soldater blir tatt imot og hvordan den ukrainske befolkningen hjelper til i nylige frigjorte områder. Det ukrainsk kommunikasjon både sier og viser er med å skape tillit til Ukraina som land og dens befolkning.

Legitimitet som handler om at man handler på linje med det som er aksepterte normer og verdier i de miljøene man henvender seg til (Falkheimer & Heide, 2023, s. 207). Som analysen viser handler Ukrainas strategiske kommunikasjon om vestlige verdier, som å sloss for demokrati, frihet og uavhengighet. Dette kommer fram i talene fra Zelenskyj, i begge periodene, men også videoer som viser fremgangen de ukrainske styrkene har i Kharkiv. Ved å beskrive grusomhetene russiske soldater begår, viser de til en høyere moralsk standard ved hvordan de selv behandler sivile.

Hovedmål nr. 4; utvikle strategi:

Underkategoriene, «Thought leader», potensialet for innovasjon og reisliens har vært viktig i krigen mot russerne og i Ukrainas strategiske kommunikasjon. De to første underkategoriene kan sees i sammenheng. Alt av vestlig materiell Ukraina har mottatt fra andre land har de på overraskende kort tid tatt i bruk på en svært god måte av styrkene på bakken. Både bruken av droner, langtrekkende presisjonsild som HIMARS og vestlige stridsvogner har hatt effekt på slagmarken og dette fremheves i kommunikasjonen i begge perioder.

Diskusjon

Oppgavens problemsstilling er som kjent; Hva er det som gjør Ukrainas strategiske kommunikasjon mot Vesten effektiv? I diskusjonsdelen vil problemstillingen bli prøvd besvart, først og fremst gjennom forskningsspørsmålene som har oppheng i hovedproblemstillingen. For å svare på hvilke narrativ Ukraina har brukt mot Vesten og utviklingen av narrative vil innholdet i analysen og inndelingen i NATOs tre nivå av narrativ være det diskusjonen tar utgangspunkt fra. Dette er det institusjonelle-, strategiske- og mikro narrativ-nivået. Det institusjonelle narrative ligger til grunn for hvorfor man har NATO og skal være forankret i alt som blir gjort. Strategiske narrativ forklarer rasjonale for operasjonen. Mikronarrativ blir utviklet for kortsiktige mål, taktiske operasjoner. Disse er mer målrettede, men alltid på linje med de to andre nivåene (NATO, 2023, s. 16), se side 13 for nøyere gjennomgang av nivåene. Elementene i *Communication Value Circle* og funnene i analysen, vil være utgangspunkt for diskusjonen om hvorfor Ukrainas strategiske kommunikasjon har vært effektiv.

Hvilke narrativ bruker Ukraina i sin strategiske kommunikasjon mot Vesten?

Narrativene mot Vesten som denne oppgaven har analysert kan i hovedsak samles rundt noen ulike hovedtrekk for begge periodene. På et institusjonelt narrativnivået er det at Ukraina kjemper for sin frihet og uavhengighet og at Russland har brutt alle anerkjente internasjonale lover og regler ved å gå til full invasjon av Ukraina som er toneangivende og gjennomgående i begge periodene. Dette er fortellinger som er bundet opp i en internasjonal regelbasert orden. Utviklingen og endringene analysen viser, er at det er flere og mer beskrivende detaljer om grusomme overgrep utført av russiske styrker i de frigjorte områdene i Kharkiv-Kherson enn hva tilfelle var ved tidspunktet ved full invasjon. Ved detaljerte beskrivelser av grove russiske folkerettsbrudd søker ukrainerne å kaste søkelys over manglende russisk etterlevelse av internasjonal lov. Med et slikt søkelys vil Ukraina rette oppmerksomhet på alle grusomme handlinger som sivile ukrainere har blitt utsatt for og ukrainske myndigheter har pekt på. Folkerettsbrudd får stor oppmerksomhet i Vesten og dette vet Ukraina å spille på.

I tillegg vil Ukrainas fokus på korneksport til resten av verden også være et trekk som fanger oppmerksomhet i Vesten. Dette viser at Ukraina tenker lengre enn her og nå, mot en periode etter krigen. Mat til resten av verden underbygger vestlige verdier, som solidaritet og ivaretagelse av de fattige i verden. Denne tanken henger godt sammen med at alle land er frie og uavhengige, som er kjernen i det institusjonelle narrative til Ukraina. Verdens land lever side om side og de rike skal

hjelp de fattige. Dette kan sees på som nobelt av et land som er rammet av en brutal krig. Det at Ukraina tjener penger på denne eksporten og slik sett er avhengig av korneksport er noe alle vet.

På nivået under, det strategiske nivået, er narrativet at Ukraina er avhengig av støtte fra verdenssamfunnet, og Vesten spesielt, for at Ukraina igjen skal bli et fritt uavhengig land. Narrativet er at Ukraina må forsvare seg og våpenstøtten fra Vesten har vært helt sentral. Fremgangen som Ukraina har hatt under høstoffensiven i 2022 er mye takket være denne støtten og sanksjoner mot Russland. Russlands brudd på folkeretten er med på å opprettholde behovet for fortsatt og økt støtte til mer våpen fra Vesten til Ukraina, for at Ukraina skal kunne slå tilbake og få en stopp på de russiske overgrepene. De strategiske narrative er i hovedsak i liten endring de to periodene, behovet og målet er det samme. Det at Ukraina må forsvare seg og trenger mer våpen og flere sanksjoner står fast. Fremgang i Kharkiv og suksessen under offensiven blir mer fremhevet i denne perioden enn det ble under invasjonen.

På et mikronivå er narrativet fra Ukraina svært godt tilpasset mottakeren, enten det er enkeltlands parlamenter, en internasjonal organisasjon eller et bredere publikum som inkluderer store deler av befolkningen som følger med på krigen i Ukraina. Den største endringen i de to periodene er hvem mottakeren er. Fra å fokusere veldig på enkeltlands parlamenter og bruke de ulike lands identitet til å påvirke de til å i større grad snakke til et bredere publikum. Selv om det er eksempler på strategisk kommunikasjon mot enkeltland og viktige beslutningstakere også i periode to, er det i større grad kommunikasjon mot organisasjoner og mot større målgrupper. Når Zelenskyj startet sine taler til ulike parlamenter fulgte naturligvis mange med på hva han sa, også utenfor det enkelte land. Men talene snakket i hovedsak til hvert enkelt lands identitet. Det å referere til Churchill og «Battle of Britain» er å snakke direkte til britene, ingen andre. Det er heller ingen andre enn USAs president som kan være «the Leader of the world», i hvert fall gjennom amerikanske linser. Slik var talene bygd opp i den første perioden. 22. september 2022, i talen til FNs generalforsamling henvender han seg til verden, at «verden må beskytte liv» og hvor viktig Ukraina er i FNs matvareprogram (Zelenskyj, 2022m). Dette er generelle verdier og prinsipper som FNs medlemsland har sluttet seg til gjennom FN-pakten. Ved å først binde enkelte stater til narrativet om å støtte Ukraina gjennom mikronarrativer som er tilpasset identiteten til hver enkelt stat, er det ved fortellingen om ytterligere støtte under høstoffensiven, enklere og binde landene sammen til det felles narrative Zelenskyj for eksempel legger fram i FN.

Ukraina har kommunisert til Vesten ved hjelp av de overnevnte narrative, for å påvirke Vesten og for å oppnå maksimal effekt. Dette er narrative som Ukraina har brukt for å skape oppslutning og for å påvirke Vesten i Ukrainas retning. Hensikten er å skape endring i vestlig tenkemåte og handling,

helt i tråd med teorien om narrativ (se side 12 i denne oppgaven) (Miskimmon et al., 2013, s. 2; Graham, 2017, s. 79). Ukrainas narrativ må anerkjennes og bli akseptert for at Vesten skal tro og følge de (Subotic, 2016, s. 611). Ukrainas institusjonelle narrativ om at landet er et fritt, uavhengig og selvstendig land som har blitt utsatt for et overgrep som bryter all internasjonale rettsoppfatning, har truffet identiteten til Vesten og vunnet hjertet til Vesten. Betydningen av at Ukraina er et fritt uavhengig land er helt sentralt i vestlig oppfatning. Dette er med på å skape en større forståelse og mening med vestlig støtte (Patterson & Monroe, 1998, s. 319), som er helt sentralt i påvirkning og bruken av narrativ (Maan, 2022). Mye av identiteten til NATO ligger i at de er forsvarere av frihet og sikkerhet og at de er for en regelstyrt verdensorden basert på suverenitet og territorial integritet (Miskimmon & O'Loughlin, 2017, s. 117) og NATOs strategiske kommunikasjon er basert på verdier og interesser (Insis, 2022, s. 18). Ukraina henvender seg først og fremst til NATO land, som USA, Storbritannia, Polen med flere. Ved å spille på kjernen i det som identifiserer NATO, kan man hevde at Ukraina treffer noe av identiteten til de landene.

Ukrainas fokus på våpenstøtte, sanksjoner, suksess på slagmarken og russiske overgrep har vært fortellinger som har vært sentrale for å støtte opp om Ukrainas institusjonelle narrativ om frihet og uavhengighet. Disse strategiske narrativene står godt som selvstendige narrativer og er sentrale mål med Ukrainas strategiske kommunikasjon mot Vesten, nettopp å få økt støtte og flere sanksjoner mot Russland, slik at det ukrainske forsvaret klarer å slå motstanderen. Strategiske narrativ er nettopp strategiske fordi de hjelper å realisere et mål (Miskimmon et al., 2013, s. 23; NATO, 2023, s. 61). Et mål om å få inntrengerne ut og igjen være et fritt og uavhengig land. En av hensiktene med slike narrativ er å demonisere fienden og for å mobilisere viljen til å slå (Ventsel et al., 2021, s. 21). Mot Vesten kan dette sees på som å øke viljen til å donere våpen. Historier om Russlands brutale overgrep og brudd på folkeretten virker på Vesten fordi det engasjerer den målgruppens kulturelle minne og bekrefter en historisk linje om tidligere brutaliteter begått av Russland (Ventsel et al., 2021, s. 26). De ukrainske fortellingene om nødvendigheten av våpenstøtte og sanksjoner begrunnes også i sikkerhet for Europa. Dette sammen med suksessen i Kharkiv- Kherson er forbundet med fortellingen om David og Goliat, om underdoggen som klarte å slå den mye større motstanderen og muligheten om at David kunne vinne og faktisk vant (Zachara-Szymanska, 2023, s. 5). Fortellingen er en bibelsk fortelling som alle i Vesten kjenner. Ukrainas budskap om at de er underdog, men klar til å slå og klar til å vinne er noe Vesten liker og er villige til å satse på (Serafin, 2022, s. 464). De ukrainske strategiske narrativene er godt gjennomarbeidet og slike narrativ kjennetegnes ved at de når et viktig punkt der en kritisk mengde aktører aksepterer og kjøper det (Ukrainas narrativ) som troverdig og en sannhet (Subotic, 2016, s. 615). Dette har skjedd med Vesten, de har akseptert og støtter Ukrainas behov, fordi de identifiserer seg med verdiene det tar utgangspunkt fra. Ukrainsk strategisk

kommunikasjon har vært tydelig rettet mot vestlige verdier. Ved å se på hva Vesten donerte av våpen til Ukraina i tiden før 24.februar, etter det tidspunktet og etter høstoffensiven, ser man at Vesten tydelig har akseptert behovet og støtter det. Samtidig er kritikken også at Vesten stort sett har donert våpen de allerede har på lager og ikke har økt produksjonen sin for ytterligere støtte til Ukraina (Sæther, 2023).

Der det institusjonelle narrative har truffet hjertet til Vesten og de strategiske narrative har nådd et viktig punkt der Vesten aksepterer det, har de ulike mikronarrative kanskje overrasket enda mer med å være sylskarpe og truffet spot on på den enkelte mottakers identitet. For eksempel ved talen til den amerikanske Kongressen, der Zelenskyj sier: «That's why today the American people are helping not just Ukraine, but Europe and the world to keep the planet alive ... I wish you to be the Leader of the world ... Take the lead!» (Zelenskyj, 2022e). Dette er tydelig rettet mot amerikanerne og den amerikanske presidenten. Kombinasjonen av disse tre nivåene har vært sterke bidragsyttere til at Vesten har blitt påvirket i Ukrainas retning og russisk påvirkning og propaganda har blitt svekket. Narrative er sterkere når de tre ulike nivåene henger sammen og er spisset mot hver enkelt målgruppe, med ulike hensikter i hva de skal oppnå. Når i tillegg ulike taler, videoer og bilder henger sammen og underbygger hverandre vil oppfattelsen og situasjonsforståelsen hos mottakeren forsterkes. Slik henger mye av kommunikasjonen under høstoffensiven i Kharkiv og Kherson sammen. Det startet med innledende taler og tweets om fremgang og nye frigjorte områder før lengre videoer som viste fremgangen og intervjuer med sivilbefolkningen som kunne fortelle om egne erfaringer under russisk okkupasjon. For å få maksimal effekt av narrative må man kombinere ulike nivå, dette får ukrainerne til.

Gjennom analysen og gjennomgangen av narrative i ulike nivåer kombinert med teori om temaet vil denne oppgaven hevde at Ukraina har brukt ulike narrative på ulike nivå svært godt for å synkronisere fortellingene og budskapet til Vesten. Gjennom en slik oppbygning har de ulike narrative og fortellingene klart å understøtte hverandre og oppnå en forsterket effekt, både mot enkeltland og deres identitet, men også om et felles narrative om støtte på sikt gjennom kommunikasjon mot en bredere målgruppe. Gjennom å kombinere nivåene med synkroniserte budskap som understøtter hverandre står det endelige sluttbudskapet sterkere, fordi mottakeren har blitt påvirket på flere plan. Den ukrainske påvirkningen om mer støtte til Ukrainas kamp mot Russland har blitt forsterket gjennom Ukrainas helhetlige strategiske kommunikasjon. Ukraina har brukt det felles vestlige narrative om at land er suverene og uavhengige til å skape en forståelse og mening i vestlige land, slik at de aksepterer og er villige til å støtte Ukraina. Dette forsterkes, men har opphav i det dr. Ajit Maan skriver: «når narrative og fortellingen er logiske og korresponderer, vil historien man forteller bli akseptert og menneskers oppfatning vil være at slik er det» (Maan, 2023).

Herbert Marshall McLuhan kategoriserte allerede i 1964 at «The medium is the message» og at nye medier ville endre en kulturs måte å sanse og oppfatt på. En av de viktigste effektene moderne teknologi og medier har på offentlig retorikk er intimisering og ethos-orientering (Kjeldsen, 2006, s. 59–60). Zelenskyj får til dette, for eksempel ved at hele Stortingssalen reiser seg, selv om han er på skjerm. Stortingssalen må ha opplevd at Zelenskyj snakket til dem. Et parasosialt forhold er en dynamikk som oppstår, man føler man kjenner og knyttet til noen, man bare har sett og hørt. «Illusjonen av intimitet og identifikasjon med en person man egentlig ikke kjenner, bunner i tolkning av ord og handlinger, noe som kan gjøres i fellesskap» (Hoel, 2022a). For første gang i historien har en statsleder, på få uker, brukt mulighetene som er i videooverføring til individuelt adressere parlamentene til så mange av de sterkeste og mest innflytelsesrike landene i verden (Sanchez-Castillo et al., 2023, s. 620). Ukrainas bruk av ulike måter å kommuniser på, som for eksempel selfievideoer eller taler direkte inn i et parlament, med det narrative Ukraina vil formidle handler om å «engasjere følelsene til folk og påvirke engasjementet og hvordan vi orienterer oss i verden og hva vi regner som viktig. Dette driver våre handlinger» sier forsker ved Luftkrigsskolen Camilla Ulleland Hoel (Hoel, 2022b). «Man gjør Ukraina og Zelenskyj til fanobjekter, og dette driver i sin tur et engasjement som skaper politisk vilje og håp» (Hoel, 2022a). Dette kan man se igjen i hvordan vestlig media gir oppmerksomhet til Zelenskyj og Ukraina, og hvordan media endret måten de rapporterte fra og media gikk fra å omtale krigen som *Ukraina krisen* til *Russlands angrepskrig mot Ukraina* (Dyczok & Chung, 2022, s. 156).

Zelenskyj henvendte seg til den tyske forbundsdagen ved å spille på Tysklands «øst-politikk», tyskerne skam etter andre verdenskrig og tyskerne tilbakeholdenhet ved å oppgi handel med Russland eller våpendonasjoner til Ukraina. Disse delene brukte Zelenskyj i sin tale til Forbundsdagen. Han gjentar «Economy, economy, economy» eller han retorisk spør om hvorfor ulike forbrytelser har skjedd igjen for andre gang på 80 år eller han refererer til Berlinmuren (Zelenskyj, 2022f). Dette kan være for å rette Tyskland inn i mer støtte til Ukraina som andre europeiske land. Krigen i Ukraina har ført til endringer i tysk politikk, endringer som har blitt kalt et «Zeitenwende», etter Scholz sin berømte tale i Forbundsdagen 27. februar 2022. (Scholz, 2022). Zelenskyj snakket i sin tale om at andre land gjorde så mye mer for Ukraina enn Tyskland, og spurte hvorfor det? (Zelenskyj, 2022f). Dette tilfelle følger konklusjonen av den generelle etiske regelen om at «like størrelser bør yte like mye» (Kjeldsen, 2006, s. 173). Dette ser man også igjen i talen til Italia, der Zelenskyj snakker om at Italia ikke må «være et resort for mordere» (Zelenskyj, 2022a). En slik kritikk mot enkeltland foran åpen scene kan være risikabelt. I talen til det norske Stortinget kritiserer Zelenskyj også Norge for at norske firmaer leverer skipsutstyr til Russland (Zelenskyj, 2022g). Talen er likevel rettet mot Norge og norsk identitet og alt Norge har bidratt med, at denne kritikken heller blir

en katalysator på norske sanksjoner og norske holdning til Russland. Talen til den tyske Forbundsdagen kom etter Scholz «Zeitenwende», selv om kritikken mot Tyskland var vondt å svelge for enkelte er det lettere å akseptere kritikk når man har endret holdning allerede. Det at Zelenskyj spesielt, i sin kommunikasjon med Vesten også tilnærmer seg med andre virkemidler enn rent militære er en styrke i et mikronarrativnivå. Det å også henvende seg til vestlige land gjennom den økonomiske dimensjonen er også rettet mot enkeltstater, da det kan være lettere for enkelte stater Zelenskyj retter seg mot, å bruke andre *instruments of power* enn den militære, innenfor DIME som analyseverktøy for makt (NATO, 2021, s. 1-14,1-15).

Hvorfor har narrativene vært effektive?

Ukrainas strategiske kommunikasjon mot Vesten har som vist truffet identiteten til vestlige samfunn og ledere, de har nådd et punkt der de har blitt forstått og akseptert. Narrativene har i tillegg vært svært godt spisset mot det publikummet de holdes til og det mediet som har vært tilgjengelig. Hvilke andre faktorer er det som påvirker at Ukrainas narrativ treffer så godt i Vesten og er effektive?

Zelenskyj-effekten

Nesten over natten gikk president Zelenskyj fra å være en politiker uten mye innflytelse til å bli en av verdens mest innflytelsesrike ledere (Sanchez-Castillo et al., 2023, s. 621). Oppmerksomheten rundt Ukrainas leder og det faktum at Ukraina var invadert av en stor russisk militærstyrke fra tre kanter, hadde uansett fått mye oppmerksomhet. En krig der skyldspørsmålet er usedvanlig utvetydig og det er helt klart hvem som er offeret (Østby, 2022). I 2014 ble Ukraina invadert av *pro-russiske* styrker uten flagg på uniformen, uten at det førte til reaksjoner fra verdenssamfunnet på nivå med det vi ser i dag. Ukraina har strevd med å få oppmerksomhet for konsekvensene av 2014 når vi ser hvordan Europeiske land har forholdt seg til Russland mellom 2014 og 2022, som for eksempel Tysklands holdning til russisk olje og gass (Ekman & Nilsson, 2023, s. 20). Så hva er det president Zelenskyj og Ukraina strategiske kommunikasjon har fått til?

Luke Harding skrev i The Guardian at Zelenskyj sine taler har inspirert og styrket moralen til ukrainerne, samtidig stimulert internasjonal støtte, det er rett og slett verdensklasse over Ukrainas strategiske kommunikasjon (Harding, 2022). En av grunnene til at talene til presidenten har vært effektive er at han har klart å få fram budskapet sitt og levert dem på en svært overbevisende måte, med sin gjenkjennelige emosjonelle og rustne stemme (Dyczok & Chung, 2022, s. 149; Serafin, 2022, s. 460). Zelenskyjs retoriske grep, personlig karisma og skuespillererfaringen gjør at han fremstår veldig imponerende (Dyczok & Chung, 2022, s. 149; Ekman & Nilsson, 2023, s. 20). Den parasosiale effekten hvor man føler seg personlig knyttet til Zelenskyj øker med disse imponerende ferdighetene.

Bilder som kommuniserer sympati, eller handlinger som kan bli beundret eller et ønske om å beskytte han, øker denne parasosiale effekten (Hoel, 2022a). Den korte videoen, «*We are here*» i Kyivs gater sammen med sentrale medlemmer av statsapparatet er et eksempel på vellykket strategisk kommunikasjon. Videoens *kairos* er avgjørende fordi det gikk rykter om at Zelenskyj hadde rømt landet eller blitt drept (Dyczok & Chung, 2022, s. 146). Videoen førte til at presidentens kredibilitet skjøyt i været, både for hjemlig- og internasjonal støtte. Han hadde ikke rømt landet, han var til stede og tok opp kampen. Tiden var inne for både ord og handling. Dette er *kairos*, han utnyttet muligheten som bød seg i rette øyeblikk (Kjeldsen, 2006, s. 69–70). I den svenske forskningsrapporten, *Ukraine's Information Front*, blir det trukket fram av ukrainske kilder at det er fire faktorer som har bidratt til dette, det er «forberedelser, koordinering, fleksibilitet og hurtighet» (Ekman & Nilsson, 2023, s. 32). Det at ukrainerne fanget opp dette ryktet om at Zelenskyj hadde rømt landet og klarte å produsere et adekvat motsvar, viser hvor dyktige de er, men også hvor dynamisk informasjonsmiljøet er når slike rykter fanges opp og tas ned på en overbevisende måte.

Hvordan ukrainerne har skreddersydd den strategiske kommunikasjonen mot de ulike målgruppene og identiteten til de ulike er noe analysen i denne oppgaven peker på. «Kommunikasjonsstilen er svært vellkalibrert og de har brukt ulike virkemidler for å kapre oppmerksomheten til de ulike mottakerne» (Ekman & Nilsson, 2023, s. 31). Presidenten har interagert med mange ulike grupper og personer, gjennom videotaler til parlamenter, poster på sosiale medier og fysiske møter i Ukraina med vestlige statsledere eller andre viktige personer. Denne interaksjonen, med de han skal påvirke er sentral i strategisk kommunikasjon (van Ruler, 2018, s. 369). Relasjoner som bygges gjennom tillit og dialog, er positivt når man skal påvirke noen gjennom interaksjon (Paul, 2011, s. 154).

Zelenskyjs taler, der han beskriver grusomhetene som er gjennomført av de russiske styrkene, er en måte å påvirke folks følelser på, gjennom å beskrive krigens avskyeligheter og skape bilder av krigens ofre. Måten han taler på gjennom å være emosjonell og vise sinne på fører til at vi tror på han (Kjeldsen, 2006, s. 224,225). Disse faktorene er med å støtte Ukrainas sak og opprettholde støtten til Ukraina.

President Volodymyr Zelenskyj har vært rett mann på rett plass, han har stått frem som en leder i krig og ble raskt en av de mest kjente og respekterte politikerne i verden (Dyczok & Chung, 2022, s. 156). Han er på mange måter det teorien om strategisk kommunikasjon, som denne oppgaven har sett på, sier en skal være, i egen person. Det han i stort sier, viser og gjør er det rette og det henger sammen med folks oppfatning om hva en statsleder skal gjøre, i ytterste konsekvens, for sitt land. Folket og landets leder står opp mot overgriperen, rettferdighetsprinsippet står frem fordi Ukraina er et selvstendig og uavhengig land.

Ukrainas måte å organisere seg på

Selv om president Zelenskyj får mye oppmerksomhet, er det feil å kun se på hva han gjør, «det er hele samfunnet» (Ekman & Nilsson, 2023, s. 24). Mange ulike personer rundt presidenten blir trukket fram, men sentralt i det hele, står det at ukrainske myndigheter er samlet rundt den samme saken og har «en stemme utad» med en klar koordinering på hvem som går ut med hva til hvilken tid (Ekman & Nilsson, 2023, s. 28–29). Ukraina har opprettet to sentre, et for å imøtegå desinformasjon (Centre for Countering Desinformation) og det ukrainske senteret for strategisk kommunikasjon og informasjonssikkerhet. Begge med ambisjon om å koordinere og synkronisere myndighetenes kommunikasjon utad, gjennom «nøytralisere russisk desinformasjon, informasjonspåvirkning, styrke informasjonssikkerheten og bidra inn i utdanning og prosjekter om desinformasjon og resiliens, samt sterke bånd mellom myndighetene og det sivile samfunnet og internasjonalt samarbeid» (Ekman & Nilsson, 2023, s. 26–27). I tillegg blir bakgrunnen til flere av presidentens nærmeste rådgivere trukket fram. De har erfaring fra media og kommunikasjonsbransjen. Personene og rådgiverne rundt Zelenskyj forstår kraften av et narrativ og betydningen dette har i krig (Harding, 2022) og de forstår viktigheten av å følge rådene fra ekspertene, denne kompetansen har særlig kommunikasjonsteamet (Sanchez-Castillo et al., 2023, s. 619–620). Med bakgrunnen til presidenten og flere av folkene rundt han er det lettere å forstå hvorfor Ukraina har lyktes med den strategiske kommunikasjonen. Det kommer frem i NATOs AJP-10 og blant annet Christopher Paul som skriver at «effektiv strategisk kommunikasjon krever god forståelse av og dynamikken i informasjonsmiljøet for å formidle ideen, planlegge, gjennomføre og vurdere operasjonen eller aktiviteten» (NATO, 2023, s. 7; Paul, 2011, s. 163). Hurtig og proaktiv handling er også suksessformler for å lykkes i informasjonsmiljøet. God synkronisering av aktivitetene er viktig for å forstå og skape effektene man vil oppnå imot en spesifikk målgruppe (NATO, 2023, s. 9). Dette vil være lettere når menneskene i teamet rundt presidenten har den bakgrunnen de har og sentrene de fokusområdene de har. Det er naturlig å tro at disse menneskene har et kommunikasjonsmindset, som blir trukket fram som svært viktig for å få best mulig effekt ut av den strategiske kommunikasjonen (Paul, 2011, s. 178). Dette mindsetet handler om å forstå hvordan handlingene man utfører kommuniserer i seg selv, og at handlingene i seg selv er et effektivt kommunikasjonsgrep (NATO, 2023, s. 12; Paul, 2011, s. 179). Argumentet til Paul er gyldig, fordi handlinger ofte sier mer enn ord og handlinger har kommunikasjonsverdi og vil alltid bli oppfattet og sender et budskap (Paul, 2011, s. 7, 28).

Uansett er det å minimere forskjellen mellom hva man sier, og hva man gjør viktig for å lykkes. Dette vil øke effekten med den strategiske kommunikasjonen en benytter (Paul, 2011, s. 153). Når Zelenskyj og det ukrainske forsvaret twitrer «Freedom» og «Victory» (Defense of Ukraine, 2022a;

Zelenskyj, 2022h), samtidig som ukrainske styrker har stor fremgang i Kharkiv, noe som vises på kanalen United 24 og gjentatte ganger nevnes i taler fra presidenten er det sammenheng mellom hva som blir sagt og hva som skjer på bakken. Måten Ukraina har organisert seg på kommer godt fram ved disse eksemplene, uten god koordinering og forståelse hadde dette vært svært vanskelig å oppnå.

Vesten får troen på Ukraina, ikke bare gjennom myndighetenes strategiske kommunikasjon, men også gjennom hvordan det ukrainske folk har opptrådd og tilnærmet seg Vesten på, særlig etter 2014. Det ukrainske folk har vist at de ønsker å være en del av Europa og det fellesskapet som resten av befolkningen i Europa, de ønsker å kunne leve et fritt liv i et demokratisk land (Shkandrij, 2022, s. 358). Yngre ukrainere ser i dag på seg selv mer som europeere og er mer positiv til EU og Ukrainas orientering mot Europa enn tidligere (Chaban et al., 2021, s. 284).

Hvordan har Ukrainas narrativ utviklet seg fra perioden ved full invasjon til høstoffensiven i Kharkiv og Kherson?

De ukrainske narrative har i stort vært relativt stabile og kampen om narrativet favoriserer fortsatt Ukraina, fordi det fortsatt er helt klart hvem som er blitt angrepet (Østby, 2022). Mikronarrativet er nok det som har endret seg mest i de to ulike periodene. Mikronarrativet må uansett tilpasses hver enkelt mottaker og det er her den største forskjellen mellom de to periodene som denne oppgaven har sett på. Fra å være rettet mot enkeltlands parlamenter og få vestlige land til å donere våpen, til å være rettet mot et bredere publikum, som generalforsamlingen og sikkerhetsrådet i FN, og videoer som oppsummerer fremgangen Ukraina har hatt på slagmarken. Kommunikasjon mot en bredere gruppe kan ikke være like spisset som talene var til de ulike parlamentene, der de var rettet inn mot enkeltlands identitet. Talen til FNs generalforsamling traff identiteten til en internasjonal regelbasert orden, slik FNs medlemsland har rettet seg etter i samsvar med FN-pakten, men da på et mye bredere nivå enn for eksempel talene til den amerikanske kongressen. Et slikt skifte, ble på mange måter Ukraina tvunget til å ta. Talene til ulike parlamenter hadde vært suksessfulle, men det mister raskt effekt etter en gang. For å holde oppmerksomheten rettet mot Ukraina og opprettholde interessen i den vestlige befolkningen ble Ukraina nødt til å rette kommunikasjonen sin i en mer generisk retning. Kommunikasjonen ble ikke like spisset, men fortsatt traff den deler av og grupperinger i flere vestlige samfunn som kan føre til at oppmerksomheten og støtten fortsatt blir opprettholdt. Gjennom å kombinere de ulike nivåene og først treffe identiteten til spesifikke stater eller målgrupper i fase en før kommunikasjonen blir rettet mot en mer generell gruppe i fase to, klarer Ukraina og skape støtte i enkeltland, samtidig at man opplever at kommunikasjonen er enhetlig.

En av de store forskjellene mellom de to periodene var også antall våpen som Vesten hadde donert før og under hver periode. Selv om Ukraina viste mange bilder og videoer fra ukrainske styrker som gjennomførte bakhold med vestlige panserbekjempelsesvåpen etter 24. februar, var kommunikasjonen rettet på en helt annen måte i periode to, da Vesten hadde donert en større mengde rørtilleri og rakettartilleri som HIMARS. Fremgangen ukrainerne hadde i Kharkiv var viktig for å vise at vestlige våpendonasjoner hadde effekt, dette fordi «befolkinger støtter en krig når de tror og mener man lykkes» (Gelpi et al., 2009, s. 236).

Første del, som i denne oppgaven er tiden etter full invasjon bærer preg av et sjokk i hele verden og bruken av dette sjokket opp mot behovet for støtte Ukraina har. Andre del, som er høstoffensiven i Kharkiv og Kherson bærer preg av en suksess, som de har med seg fra 24. februar og videre inn i Kharkiv. Denne suksessen blir brukt videre opp imot det fortsatte behovet for støtte.

Hvorfor har Ukrainas strategiske kommunikasjon vært effektiv, og hvilke effekter har vi sett?

Oppgaven vil i denne delen bruke funnene fra analysen av Communication Value Circle til å diskutere hvorfor Ukrainas strategiske kommunikasjon har vært effektiv. Den vil også diskutere dette opp imot annen teori for å forstå effekt av strategisk kommunikasjon før denne delen vil diskutere hvilke effekter vi har sett og hvorfor dette har skjedd.

Kommunikasjonssirkelen til Zerfass og Viertmann (Zerfass & Viertmann, 2016) tar som kjent for seg fire hovedmål og 12 underkategorier for at man skal lykkes med en kommunikasjonsstrategi. Også når man bruker sirkelen til en militær situasjon som i Ukraina ser man i stort at ukrainerne har lyktes med sin strategiske kommunikasjon på de fire hovedmålene og underkategoriene i sirkelen. De fire hovedmålene er; muliggjøre operasjoner, bygge imaginære verder, opprettholde fleksibilitet og utvikle strategi. Underkategoriene kommer ved hvert avsnitt i denne delen (se side 17-18 for teoretisk gjennomgang av modellen).

Under det første hovedmålet som er å muliggjøre daglige operasjoner, kommer *publisitet*. Dekningen av krigen i Ukraina er vært enorm, noe den kanskje ville vært uansett. Men Ukraina har klart å ta eierskap til informasjonsmiljøet og på mange måter dominert dette. Tatiana Serafin argumenterer for at ukrainerne har satset på at digital dominans verden over vil spille en avgjørende forskjell og føre til seier. Strategien viser tydelig endring i hvordan krig blir kommunisert, markedsført og konsumert av befolkningen (Serafin, 2022, s. 461). Måten Ukraina med sin dominans har klart å svekke det russiske narrative på (Serafin, 2022, s. 468), og brukt kommunikasjonsferdigheter på for å svekke russisk desinformasjon (Dyczok & Chung, 2022, s. 146), er imponerende. Publisiteten Ukraina oppnår er også fordi de bruker ulike medier. Zelenskyj brukte særlig Instagram i en tidlig fase for å nå

ut til ulike målgrupper. Han har veldig mange flere følgere på sin Instagramprofil enn noen annen europeisk statsleder på noen annen sosial mediekanal (Sanchez-Castillo et al., 2023, s. 614).

Det at vestlig etterretning begynte å dele sine analyser offentlig, skapte stor oppmerksomhet (Yaffa, 2022). Dette er svært sjeldent. «Det som var hemmelig informasjon sto plutselig i The Washington Post to dager etterpå», sa den norske etterretningssjefen, viseadmiral Nils Andreas Stensønnes (Wikan, 2022).

Når det gjelder mottakerens preferanser og engasjementet til ukrainerne, treffer den ukrainske strategiske kommunikasjonen godt. Ukrainerne kjemper en kamp for å overleve, både som stat, men også som enkeltindivider. Kommunikasjonen har som vist vært rettet mot vestlige verdier og rettstatelige prinsipper, en felles vestlig identitet som er forankret i felles moralske verdier (Zachara-Szymanska, 2023, s. 5). Dette gjelder på alle narrativnivåene som denne oppgaven har analysert. Torey McMurdo argumenterer for at en slik strategi, er rettet for å skape et felles ukrainsk narrativ og minimere russisk påvirkning. Denne er i tillegg rettet mot Vesten og har vært en lang prosess, noe Ukraina har jobbet med over år (McMurdo, 2022). Tobias Sæther skriver at strategien «underbygger politisk stabilitet og mobiliserer befolkningen for militær motstand» (Sæther, 2022). Bruken av den klassiske fortellingen om rett og galt eller siviliserte mot barbarere er mye brukt i det ukrainske narrativet, dette rettes mot Vesten fordi Vesten opplever et moralsk ansvar for å stoppe krigen (Zachara-Szymanska, 2023, s. 5). Når kommunikasjonen er rettet mot mottakerens preferanser og engasjementet til ukrainerne er det lettere å lykkes, dette har de fått til.

Som oppgaven har diskutert tidligere er disse tre narrativnivåene svært godt synkroniserte. Nivåene underbygger hverandre og forsterker effekten av hverandre. Effekten forsterkes også i mottakerens preferanser og fører til økt publisitet og oppmerksomhet i Vesten. Denne effekten øker Ukrainas evne til å stå i kampen mot Russland og øker evnen Ukraina har til å bygge seg selv opp som et folk som er opptatt av verder.

Ukraina har vært dyktige i å bygge imaginære verdier, som igjen harmonerer med Vesten. De aller fleste hadde liten tro på at det ukrainske forsvaret ville klare å stå imot de russiske styrkene særlig lenge. Ukrainas motstand for å hindre de russiske styrkene i å innta Kyiv i dagene etter 24. februar 2022 og den raske fremgangen tidlig september i Kharkiv har snudd opp ned på omdømme til det ukrainske forsvaret. Den ukrainske hæren leverte virkelig når det gjaldt da krigen kom, eller på engelsk; «rose to the occasion» (Onuch & Hale, 2022, s. 9). Dette har vært viktig også for Vesten, i viljen til å donere mer våpen. Denne viljen økte gjennom det ukrainerne viste i kamp mot russiske soldater. Joshua Yaffa skriver dette i The New Yorker Magazine at «når USA så hvor motiverte og

dyktige ukrainerne var, økte deres egen vilje til å sende våpen i krigen i Ukraina» (Matlary, 2023b, s. 288; Yaffa, 2022).

Merkevaren, som en av underkategoriene for å bygge imaginære verdier, er med å bygge opp Ukrainas gode rykte og standing i Vesten. Hashtagen #braveukraine ble fort en hit etter Russlands invasjon og innlegg på sosiale medier med innhold av modige ukrainere har gått viralt og det har ført til egne internettsider om temaet som hevder at «Ukraina er det modigste landet i verden» (Serafin, 2022, s. 465). Merkevaren forsterkes når man ser og hører ukrainske soldater som viser mot, som for eksempel soldatene på Slangeøya eller soldaten som ble et symbol når han svarer en russisk soldat med «ære til Ukraina» før han blir skutt (Strøm & Johnsen, 2023). Soldaten og ordene hans gikk viralt ble udødeliggjort gjennom ulike memes, sanger og frimerker (Onuch & Hale, 2022, s. 9). Det ukrainske flagget ble også et symbol på ukrainernes kamp. Bilder av flagget ble spredt over alt og det dukket opp over alt (Serafin, 2022, s. 465). Merkevaren «Ukraina» ble forsterket gjennom ord, handling og symboler.

Kulturen i det ukrainske forsvaret har tradisjonelt vært sovjetisk, men erfaringene som Ukraina har fått etter 2014 har ført til reformer i forsvaret. Det har ført til et generasjonsskifte og gjenoppbyggd tilliten til befolkningen (Ekman & Nilsson, 2023, s. 51). Mer tradisjonell kultur, som sang og musikk, som har sterke bånd i Ukraina har også kommet mer fram. «Musikken har hjulpet ukrainere å holde på sitt eget språk og egen kultur» og Zelenskyjs uttalelse om at «ukrainske musikere bærer skuddsikre vester i stedet for finklær», er med å underbygge den felles kulturen og kampen de står i (Støyva, 2022). Viktigheten av at det er ukrainske kommer frem i dette, for å ta avstand fra Russland og det sovjetiske.

Ukraina har og er fortsatt preget av korrupsjon, og er at de de mest korrupte landene i verden (Transparency International, 2022), men kampen om frihet og uavhengighet er så mye sterkere enn skadene av korrupsjon. Zelenskyj har vist handlekraft som leder i kampen mot korrupsjon også det siste året. Flere offentlige tjenestemenn og høytstående embetsmenn har fått sparken på grunn av korrupsjonsanklager (Aftenposten leder, 2023). Dette viser at presidenten har fokus på kampen mot korrupsjon og hvor sensitiv Zelenskyj er for vestlige verdier og hvor sensitiv korrupsjon er i Vesten, spesielt for EU. Det å endre en forsvarsminister når landet er i krig, koster mye. Likevel velger Zelenskyj å gjøre det.

Evnen til fleksibilitet i kommunikasjonen er viktig og bruken av ulike plattformer, fasonger og sjangre viser hvor sentralt den strategiske kommunikasjonen er i det ukrainske statsapparatet. Det brede engasjementet fra ulike aktører i Ukraina ha vært viktig for suksessen i informasjonsdomenet. Uformelt samarbeid mellom forskjellige institusjoner og myndighetsorganer, samt sivile deler av

samfunnet og det militære, blir trukket frem som en suksess og de har klart å ha en «one-voice» strategi selv med en desentralisert struktur (Ekman & Nilsson, 2023, s. 79). En slik organisering er ikke «vanlig» her hjemme, men vært svært effektiv i Ukraina. Hendelser og muligheter blir møtt og håndtert hurtig, denne evnen er mye på grunn av den organisatoriske fleksibiliteten (Ekman & Nilsson, 2023, s. 79).

Gode relasjoner er viktig for å kunne være fleksibel. Tillit mellom de ulike etatene og organisasjonene i Ukrainas strategiske kommunikasjonsapparat er viktig, men også gode relasjoner til sine støttespillere har vært avgjørende for Ukraina. «Alle» ville være en del av, og være tett på Ukrainas president. Han ble for eksempel invitert til Stortinget (Andersland, 2022), men det er også viktig for Ukraina å ha gode relasjoner. Eksempel er Storbritannias statsminister Boris Johnson som hadde flere besøk til Kyiv og den første talen til et vestlig parlament var nettopp Storbritannia. Den viktigste støttespilleren er derimot USA og Biden-administrasjonen. Utenriksminister Blinken har vært i Kyiv flere ganger og president Biden kom også på besøk 20. februar 2023. FN stemte over om Ukrainas president skulle få lov til å holde sitt innlegg under den 77. generalforsamlingen digitalt, kun sju land stemt imot (NTB, 2022), dette tyder på at Ukraina har gode relasjoner. Det er ingen tvil om at Vesten støtter Ukrainas kamp om frihet.

Tillit er Ukraina helt avhengig av. Tillit i befolkningen og i støtte fra vestlige land. De må vise at de gjør det de sier de skal eller har gjort og vis-a-versa. Ukraina har hele veien hatt en «one-voice» policy, som betyr at viktige budskap blir gitt ut av viktige mennesker, presidenten først, så andre. «Dette handler ikke om hiarkisk kontroll, men om den beste måten å få budskapet ut på» (Ekman & Nilsson, 2023, s. 29). Offisiell ukrainsk kommunikasjon er bygd på blant annet transparens og reliabilitet (Ekman & Nilsson, 2023, s. 32), dette er med på å skape tillit. Historien om «the Ghost of Kyiv» var en fortelling om en ukrainsk jagerflypilot som skøyt ned russiske fly og overlevde det nærmest urolige. Historien viste seg å være falsk (Serafin, 2022, s. 464; Thompson & Alba, 2022), bilder og videoer i fortellingen, som også ble publisert av offisielle ukrainske kanaler viste seg å være opptak fra TV-spill. Etter avsløringen har ikke Ukraina kommet med lignende historier som ikke kan verifiseres. Slike falske historier kan være med å bygge opp kampviljen i befolkningen, men bryte med tilliten til andre støttespillere. På grunn av at Ukraina er så avhengig av tillit fra vestlige land, er det naturlig at «the Ghost of Kyiv» ble borte.

Tilliten til offisielle ukrainske kanaler hadde falt dersom det ikke hadde vært fremgang i Kharkiv, etter at presidenten og det ukrainske forsvaret twittret «Freedom» og «Victory» i starten av september 2022. Når de ukrainske styrkene rykket så til de grader raskt frem, førte dette til mer tillit og legitimitet til kanalene.

Legitimiteten til Ukraina er kanskje det som står sterkest, nemlig at man handler på linje med det som er aksepterte normer og verdier i de miljøene man henvender seg til (Falkheimer & Heide, 2023, s. 207). Ukrainas organisering av strategisk kommunikasjon med den viktige plassen det har i statsapparatet har ført til at Ukraina evner å være fleksible. Spesielt president Zelenskyj med de gode relasjonene han har skapt mellom seg og viktige statsledere verden over, øker både tilliten og legitimiteten til han som president og Ukraina som nasjon. Dette har utvilsomt vært viktig i dette aspektet av CVC.

Muligheten for utvikling og å utvikle strategi er et område denne oppgaven i utgangspunktet ikke ser på. Men både potensialet og innovasjon og tenkende ledere må være på plass i Ukraina, både i militære og i de som driver med strategisk kommunikasjon. Måten de militære klarer å bruke nytt vestlig materiell etter kun kort opplæringstid er imponerende. De har tatt i bruk vestlig taktikk og lederskap. Ekman og Nilsson har som denne oppgaven tidligere har nevnt, kommet frem til at det er fire faktorer som har bidratt til suksess i informasjonsmiljøet for Ukraina, dette er; «forberedelser, koordineringer, fleksibilitet og hurtighet» (Ekman & Nilsson, 2023, s. 32).

Kommunikasjonsstrategien har tatt nye veier enn tidligere, det å ta kampen viralt har høstet mye skryt. Resiliensen i Ukraina har hele tiden vist seg å være god. De har vist evne til å håndtere og overleve denne krisen (Falkheimer & Heide, 2023, s. 209). Resiliensen som Ukraina viser mot russisk påvirkning er også blitt trukket fram som et suksessområde. De har kontret den russiske hybride krigføringen (Ekman & Nilsson, 2023, s. 27).

Goldberg og Gustafson skriver i artikkelen sin fra 2023, at effekten av en strategisk kommunikasjonskampanje er avhengig av *rekkevidde* i form av hvor mange i målgruppen som blir eksponert for kampanjen, *effekt* i form av en større endring i oppfatning av en sak, endringer i holdning til saken eller endrede valg og handlinger. Til slutt kommer *varigheten* av kampanjen (Goldberg & Gustafson, 2022, s. 8). Ukraina har klart å treffe mange med kommunikasjonen sin og sitt budskap, fra digitale flater til møter med presidenter, parlamenter, kongelige, Paven og en hel rekke andre viktige mennesker og grupperinger. I Vesten har krigen fått mye oppmerksomhet, spesielt etter invasjonen og under offensiven i Kharkiv og Kherson, men andre nyheter får også plass, naturlig nok. Men siden tidspunktet for full invasjon har Zelenskyj vært daglig i verdens aviser, TV-kanaler og i sosiale medier. Disse plattformene har blitt de viktigste plattformene for å spre det ukrainske bilde (Zachara-Szymanska, 2023, s. 6)

Endringer i Vesten som kan vises til krigen i Ukraina har vært tydelige. I vestlige medier har måten man har skrevet navnet på Ukrainas hovedstad endret seg til den ukrainske stavemåten, Kyiv (Serafin, 2022, s. 472). Vestlige medier startet reportasjene sine i januar 2022 med å presentere det

russiske perspektivet, men i slutten av mars samme år, startet de som regel med å sitere Zelenskyj (Dyczok & Chung, 2022, s. 156). Store nyhetsmedier markerer også innhold om krigen i Ukraina med prioritet, dette gjelder medier som The Washington Post, CNN, BBC og andre (Zachara-Szymanska, 2023, s. 6). Land i Vesten donerte i perioden før og etter 24. februar 2022, våpen med mindre kaliber og panserbekjempelsesvåpen (Yaffa, 2022), men endret dette etter hvert, til artilleri, rakettartilleri, luftvern, stridsvogner og til slutt det amerikanske jagerflyet F-16, i 2023. Denne endringen har vært enorm, selv med forsker Tobias Sæters argument om at det for det meste er gammelt materiell som vestlige land hadde på lager, ser vi nå også en endring på at det blir kjøpt inn nytt materiell og ny ammunisjon som blir donert direkte til Ukraina (Forsvarsdepartementet, 2022b). Selv om Ukraina sikkert skulle sett at produksjonen i Vesten gikk mer opp enn hva som er tilfelle ved dags dato.

Holdningene til Ukrainas kamp mot Vesten har vært fra perioden før 24. februar at Ukraina er et selvstendig og fritt land og at Russlands brutale invasjon er brudd på internasjonal rett. Men retorikken har endret seg gjennom perioden som kampene har vart. NATOs generalsekretær utalte 24. februar blant annet at «*NATO fordømmer på det sterkeste Russlands angrep på Ukraina... og at angrepet vil ha alvorlige konsekvenser for europeisk- atlantisk sikkerhet og ha geostrategiske konsekvenser*» (NATO, 2022a). Sommeren 2022 hadde Stoltenberg et engasjerende innlegg i EU-parlamentets sikkerhets og forsvarskomite, der han adresserer at alle land må støtte Ukraina med våpen og penger, Stoltenberg uttaler:

«Vi må bidra med vesentlig og langvarig støtte til Ukraina. Både sanksjoner og militær støtte, dette har en pris, men prisen ved å ikke støtte dem nå er mye høyere. For det andre, hvis Ukraina taper dette, er det en trussel for oss, et sikkerhetsspørsmål. Vi må betale nå, for alternativet er en mye høyere pris senere. Vi betaler i penger, Ukraina betaler i menneskeliv hver dag. Stopp klagingen.» (EPP Group, 2022)

Til NHO i januar 2023 sier Stoltenberg at «Våpen er veien til fred» (NHO, 2023). Dette viser en endring i holdningen til NATO og endrede valg som har blitt gjort av NATO land.

Krigen i Ukraina har vært på dagsorden siden februar 2022 og det vil den nok fortsette å være, men krigstrøtthet i Vesten er en fare for Ukraina.

Det er ikke Ukrainas strategiske kommunikasjon alene som er avgjørende for Vestens støtte til Ukraina, den har vært viktig, men det finnes andre forklaringer også. Janne Haaland Matlary skriver i boken *Krigen i Ukraina* at det er tre forklaringer til viljen til våpenhjelp. Det første er Glenn Snyders *allianseavhengighet*, det at en stat som er avhengig av sikkerhetsgarantier, følger sin hegemon. Slik de fleste NATOs- medlemsland er av USAs sikkerhetsgaranti. Dette kan forklare og begrunne oppmerksomheten Ukraina har på USA. Den andre forklaringen til spesielt USAs vilje til våpenhjelp,

kan være Stephan Waltz teori om «endring i maktbalansen». Endring er i trusselen som USA og Europa opplever. Invasjonen var en radikal endring. En av stormaktene, USAs gamle rival bruker makt mot en annet land er en endring i opplevd trussel. En tredje forklaring er Vestens liberale verdier og prinsipper. Hvis Vesten mener noe med å opprettholde en regelbasert internasjonal orden, må de være klare til å beskytte den (Matlary, 2023b, s. 286–287). Narrativet til Ukraina har som denne oppgaven argumentert for, vært rettet spesifikt mot Vestens liberale verdier og prinsipper. I tillegg er mye av kommunikasjonen vært rettet mot å vise spesifikt at de lykkes, takket være amerikansk hjelp (Yaffa, 2022).

Konklusjon

Ukraina har fått mer effekt ut av sin strategiske kommunikasjon fordi de har kombinert ulike narrativnivå i sin kommunikasjon mot vestlige land. Hovedfunnet i denne oppgaven er at Ukraina gjennom å rette seg etter vestlige verdier i sin kommunikasjon har klart å effektivt påvirke Vesten gjennom ulik tilnærming på et mikronarrativnivå. Ukrainas kommunikasjon har først vært rettet mot enkeltland, slik at beslutningstakere enklere har identifisert seg med budskapet fra Ukraina og innholdet har vært rettet mot følelsene deres. Ved en senere fase har de påvirket en bredere målgruppe gjennom en tilnærming og kommunikasjon som har vært rettet mot flere land. Dette har vært viktig for Ukraina når det gjelder å sikre støtten fra enkeltland og som en felles støtte fra grupperinger i Vesten. Denne tilnærmingen kan ha økt støtten til Ukraina på sikt.

Denne oppgaven har studert hva det er som gjør at Ukrainas strategiske kommunikasjon mot Vesten har vært effektiv, hvilke narrativ Ukraina har brukt mot Vesten og hvordan disse har utviklet seg. For det første er det viktig å påpeke at det er mange andre faktorer som også bidrar til at Ukraina har lyktes med sin strategi, men denne oppgaven har satt søkelys på noen elementer som har betydning for strategisk kommunikasjon og påvirkning av en mottaker for at en skal oppnå sine mål. Strategisk kommunikasjon handler om å påvirke noen med tale, bilder, videoer og handlinger for at en skal få en ønsket effekt og påvirke de slik at en selv oppnår sine mål. Narrativ er sentralt i strategisk kommunikasjon og avgjørende for en militær operasjon eller en politiker for å skape oppslutning, påvirkning eller endring (Miskimmon et al., 2013, s. 2; Graham, 2017, s. 79). Det er gjennom narrativ vi skaper en forståelse av verden vi lever i og vår egen identitet (Somers, 1994, s. 606; Patterson & Monroe, 1998, s. 315).

Ukraina har helt klart rettet seg etter vestlige verdier i sin kommunikasjon. Ved å forankre det felles vestlige narrative om at land er suverene og uavhengige i sin kommunikasjon, har de klart å skape en forståelse og oppslutning blant vestlige land, slik at de aksepterer og er villige til å støtte Ukraina. Hensikten er at Ukraina skal kunne vinne kampen mot Russland. Dette institusjonelle narrative, som ligger til grunn for alt Ukraina foretar seg, har Ukraina implementert i all kommunikasjon i dagene og ukene etter 24. februar 2022. Det er også dette narrative som har vært det underliggende narrative også under høstoffensiven i Kharkiv og Kherson.

Det strategiske narrative har vært at Ukraina må forsvare seg og trenger sterk våpenstøtte fra vestlige land for å kunne stå imot angrepene og slå inntrengerne tilbake. Dette sammen med at vestlige land må øke og intensivere sanksjonene mot Russland var det narrative som Ukraina brukte som det viktigste og fremste narrative dagene og ukene etter 24. februar. Under høstoffensiven har

fortellingen om Ukrainas suksess på bakken vært fremtredende som det strategiske narrativ sammen med behovet for mer våpen. I lys av Ukrainas suksess søker de å oppmuntre og synliggjøre effekten de har av vestlig våpenstøtte, noe de også var avhengig av for å opprettholde donasjonene (Friis, 2023; Matlary, 2023b, s. 288; Yaffa, 2022).

Mikronarrativet har vist seg å være svært godt tilpasset mottakerne gjennom å tilpasse seg gruppens identitet og følelser. Dette har vært uavhengig om det har vært kommunisert til enkeltlands parlamenter, FNs generalforsamling eller i videoer eller tweets som går ut bredt. Effekten av de ulike narrativnivåene har vært veldig god. Det er kombinasjonen og utnyttelsen av de ulike narrativnivå som har gitt denne effekten. De ulike narrativnivåene står godt alene, men samtidig er de tilpasset hverandre for å oppnå en felles hensikt. Ukraina har brukt de ulike nivåene svært godt for å synkronisere budskapet til Vesten. Gjennom å kombinere nivåene med synkroniserte fortellinger og budskap som understøtter hverandre står det endelige sluttbudskapet sterkere, fordi mottakeren har blitt påvirket på flere plan. Den ukrainske påvirkningen om mer støtte til Ukrainas kamp mot Russland har blitt forsterket gjennom Ukrainas helhetlige strategiske kommunikasjon. Ukraina har brukt det felles vestlige narrativet om at land er suverene og uavhengige til å skape en forståelse og mening i vestlige land, slik at de aksepterer og er villige til å støtte Ukraina.

Utviklingen i narrativet til Ukraina har visst seg å være liten. På det institusjonelle nivået er det ingen endring. På det strategiske nivået er det mye likt, men under høstoffensiven var det i større grad mer suksess og fremgang i fortellingene fra Ukraina. Det er på mikronarrativnivået det er størst endring, som handler om hvem kommunikasjonen er rettet mot fra enkeltparlamenter og grupper til større grupperinger og større deler av den pro-ukrainske verden.

For å svare på hvorfor ukrainsk kommunikasjon har vært effektiv har oppgaven tatt for seg modellen; «*Communication Value Circle*». Denne modellen hjelper med å si noe om hvorfor kommunikasjonen har vært effektiv ved å se på elementene; *gjennomføre daglige operasjoner, bygge verdier, kunne være fleksibel og utvikle strategien*. Det viser seg at spesielt underkategoriene i de tre første elementene har deler i seg som kan forklare hvorfor de har lyktes. Ukraina har gjennom svært mye *publisitet* fått bred dekning i mediene og oppmerksomhet i vestlige land. Ukraina har gjennom en digital dominans også klart å minimere effekten russisk propaganda har i Vesten. De spiller på vestlige lands preferanser i vestlig verdisyn og rettsoppfattelse. Dette hjelper de i å kunne gjennomføre operasjoner også i informasjonsmiljøet. For å bygge imaginære verdier har ukrainsk kommunikasjon vært rettet og bygget opp en kultur og en merkevare som harmonerer med vestlige verdier. Denne merkevaren har ført til at enkelte ser på Ukraina som «det modigste landet i verden» (Serafin, 2022, s. 465). Ukrainas evne til fleksibilitet gjennom organisering og en *one voice policy* har

vært viktig, men også gode relasjoner, tillit og legitimitet har vært avgjørende for effektiv kommunikasjon mot Vesten. Volodymyr Zelenskyjs posisjon og etter hvert personlige kjennskap til viktige vestlige politikere har vært betydningsfull. Ukraina har tillit i befolkningen og støtte fra vestlige land gjennom å ha vist at de gjør det de sier de skal eller har gjort. Legitimiteten har de gjennom at de handler på linje med det som er aksepterte normer og verdier. Selv om Ukrainas strategiske kommunikasjon har vært effektiv gjennom det første året av Russlands fulle invasjon av Ukraina, er ikke det nok alene. Kampen må kjempes hver dag, helt til Ukraina er et fritt og uavhengig land.

Litteraturliste

- Aftenposten leder. (2023, januar 30). *Korrupsjon er en akutt trussel for Ukraina* [Avis]. Aftenposten. <https://www.aftenposten.no/meninger/leder/i/dwkJXw/korrupsjon-er-en-akutt-trussel-for-ukraina>
- Amante, A., & Balmer, C. (2022, mars 21). Not all Italian lawmakers plan to watch Ukrainian president's address. *Reuters*. <https://www.reuters.com/world/europe/not-all-italian-lawmakers-plan-watch-ukrainian-presidents-address-2022-03-21/>
- Andersland, K. K. (2022, mars 18). *Nyhetsstudio—Har invitert Zelenskyj til Stortinget*. Dagbladet. <https://www.dagbladet.no/studio/nyhetsstudio/5?post=88550>
- AP News. (2022, februar 26). *Live updates: Zelenskyy declines US offer to evacuate Kyiv*. AP News. <https://apnews.com/article/russia-ukraine-business-europe-united-nations-kyiv-6ccba0905f1871992b93712d3585f548>
- Bowen, A. S. (2023). *Russia's War in Ukraine: Military and Intelligence Aspects*. Congressional Research Service. <https://crsreports.congress.gov/product/pdf/R/R47068>
- Busch, T. (2018). *Akademisk skriving—For bachelor- og masterstudenter* (4. utg.). Fagbokforlaget.
- Chaban, N., Heinrichs, P. S., Miskimmon, A., & O'Loughlin, B. (2021). Reimagining Europe? Youth Narratives and Perceptions in Ukraine and the Baltic States: Introduction to the Special Issue. *Demokratizatsiya*, 29(4), 281–301.
- Crippa, L. (2022). *From Rome to Kyiv, Passing through Moscow—Russian Strategic Narratives in the Italian Public Discourse on Ukraine*. International Centre for Defence and Security. icds.ee
- Defense of Ukraine. (2022a, september 2). *Victory*. X (Formerly Twitter). <https://twitter.com/DefenceU/status/1565793710704582659>
- Defense of Ukraine. (2022b, september 9). *Ukrainian troops in the liberated territories of the Kharkiv region*. X (Formerly Twitter). <https://twitter.com/DefenceU/status/1568193008071221250>
- Dyczok, M., & Chung, Y. (2022). *Zelens'kyi uses his communication skills as a weapon of war*. Canadian Slavonic Paper. <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/00085006.2022.2106699?needAccess=true&role=button>
- Edmondson, C. (2022, mars 16). Annotated Transcript: Zelensky's Speech to Congress. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2022/03/16/us/politics/transcript-zelensky-speech.html>
- Ekman, I., & Nilsson, P.-E. (2023). *Ukraine's Information Front – Strategic Communication during Russia's Full-Scale Invasion of Ukraine* (FOI-R--5451--SE; s. 97). Försvarsanalys.
- EPP Group (Regissør). (2022, juli 18). *Jens Stoltenberg: Provide substantial long-term support to Ukraine!* <https://www.youtube.com/watch?v=YqUYpEjEHk>
- Falkheimer, J., & Heide, M. (2023). *Strategic Communication—An Introduction to Theory and Global Practice* (Second Edition). Routledge Taylor & Francis.
- FN. (1945). *De Forente Nasjoners Pakt—KAPITTEL I Formål og prinsipper—Lovdata*. https://lovdata.no/dokument/TRAKTAT/traktat/1945-06-26-1/KAPITTEL_2#KAPITTEL_2

- Forsvarets høgskole. (2013). *Manual i krigens folkerett*. Forsvarssjefen. https://fhs.brage.unit.no/fhs-xmlui/bitstream/handle/11250/194213/manual_krigens_folkerett.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Forsvarsdepartementet. (2022a, juni 8). *Norge har donert artilleriskyts til Ukraina* [Nyhet]. Regjeringen.no; regjeringen.no. <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/norge-har-donert-artilleriskyts-til-ukraina/id2917760/>
- Forsvarsdepartementet. (2022b, oktober 12). *Norge bidrar til kjøp av artilleriammunisjon til Ukraina* [Nyhet]. Regjeringen.no; regjeringen.no. <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/norge-bidrar-til-kjop-av-artilleriammunisjon-til-ukraina/id2934053/>
- Friis, K. (2022). Krig og forskning. *Internasjonal Politikk*, 80(4), Artikkel 4. <https://doi.org/10.23865/intpol.v80.5109>
- Friis, K. (2023, februar 23). *Krigen i Ukraina avgjøres ikke bare på slagmarken*. NUPI. <https://www.nupi.no/skole/hhd-artikler/2023/krigen-i-ukraina-avgjoeres-ikke-bare-paa-slagmarken>
- Gelpi, C., Feaver, P. D., & Reifler, J. (2009). *Paying the Human Costs of War: American Public Opinion and Casualties in Military Conflicts*. Princeton University Press. <https://web.s.ebscohost.com/ehost/ebookviewer/ebook/ZTAwMHh3d19fMjg2NzQwX19BTg2?sid=470a6ba7-2fdc-452c-9866-d4005fc52030@redis&vid=0&format=EB&rid=1>
- Gibbons-Neff, T., & Santora, M. (2022, september 10). Ukrainian Offensive Seen as Reshaping the War's Contours. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2022/09/10/world/europe/ukraine-offensive-izium-donbas.html>
- Goldberg, M. H., & Gustafson, A. (2022, desember 26). *A Framework for Understanding the Effects of Strategic Communication Campaigns*. <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/1553118X.2022.2137674?needAccess=true&role=button>
- Graham, P. (2017). *Strategic Communication, Corporatism, and Eternal Crisis—The Creel Century*. Routledge Taylor & Francis.
- Hallahan, K., Holtzhausen, D., Ruler, B. van, Verčič, D., & Sriramesh, K. (2007). *Defining Strategic Communication*. *International Journal of Strategic Communication*. <https://doi.org/10.1080/15531180701285244>
- Harding, L. (2022, april 16). How Zelenskiy's team of TV writers helps his victory message hit home. *The Observer*. <https://www.theguardian.com/world/2022/apr/16/zelenskiy-ukraine-war-writers-journalists>
- Hird, K., Lawlor, K., Bailey, R., Mappes, G., Barros, G., & Kagan, F. W. (2022). *Russian Offensive Campaign Assessment, October 5*.
- Hoel, C. U. (2022a, mars 24). *Ukraina og Zelenskiy er blitt fan-objekter*. *Morgenbladet*. <https://www.morgenbladet.no/ideer/kronikk/2022/03/24/zelenskiy-fandomen-har-galvanisert-store-deler-av-verden/>
- Hoel, C. U. (Gjest). (2022b, mars 31). Danner Zelenskijs metode ny trend for topp-politikere? I *Nyhetsmorgen*. NRK. <https://tv.nrk.no/serie/nyhetsmorgen-tv/202203/NNFA05033122>
- IISS. (2023). *The Military Balance—The Annual Assessment of Global Military Capabilities and Defence Economics*. Routledge Taylor & Francis.

Insisa, A. (2022). *Shot by Both Sides: The War in Ukraine, Italy, and NATO's Strategic Communications Challenges* (The Official Journal of the NATO Strategic Communications Centre of Excellence Nr. 11; DEFENCE STRATEGIC COMMUNICATIONS, s. 17–50). DOI: 10.30966/2018.RIGA.11.1

Jacobsen, D. I. (2015). *Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode* (3. utgave). Cappelen Damm Akademisk.

Kjeldsen, J. E. (2006). *Retorikk i vår tid—En innføring i moderne retorisk teori* (2. utgave). Spartacus forlag.

Koshiw, I., Tondo, L., & Mazhulin, A. (2022, september 10). Ukraine's southern offensive 'was designed to trick Russia'. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/world/2022/sep/10/ukraines-publicised-southern-offensive-was-disinformation-campaign>

Matlary, J. H. (2023a). *Verden blir ikke den samme*. Kagge Forlag.

Matlary, J. H. (2023b). Våpenstøtten til Ukraina. I T. Heier (Red.), *Krigen i Ukraina* (s. norsk). Fagbokforlaget.

McMurdo, T. (2022, mars 27). Analysis | Ukraine has been winning the messaging wars. It's been preparing for years. *Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/politics/2022/03/28/russia-ukraine-propaganda-misinformation-media-zelensky/>

Miskimmon, A., & O'Loughlin, B. (2017). Russia's Narratives of Global Order: Great Power Legacies in a Polycentric World. *Politics and Governance*, 5(3), 111–120.

Miskimmon, A., O'Loughlin, B., & Roselle, L. (2013). *Strategic Narratives | Communication Power and the New World Order* | A. Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/pdfviewer/>

Mushtare, J. (Programleder). (2021, januar 29). *Psychological Operations—Narrative—The Indigenous Approach*. Podcast. 1st Special Forces Command (Airborne) <https://1stspecialforcescommand.buzzsprout.com/1389175/7562149-psychological-operations-narrative>

Maan, A. (2018). *Narrative Warfare*. Narrative Strategies Ink.

Maan, A. (Red.). (2020). *Dangerous Narratives—Warfare, Strategy, Statecraft*. Narrative Strategies Ink.

Maan, A. (2022, januar 10). *The Heart of Strategic Influence: Aristotle's Contribution to Addressing Disinformation - HS Today*. <https://www.hstoday.us/featured/the-heart-of-strategic-influence-aristotles-contribution-to-addressing-disinformation/>

Maan, A. (2023, juni 28). *COLUMN: Predictive Elements of Contagious Stories - HS Today*. <https://www.hstoday.us/featured/column-predictive-elements-of-contagious-stories/>

Maan, A., & Cobaugh, P. (2018). *Introduction to Narrative Warfare—A Primer and Study Guide*. Narrative Strategies Ink.

Maan, A., & Cobaugh, P. (2022, august 25). *How Ukrainian Narrative Identity Dominates the War of Influence—HS Today*. <https://www.hstoday.us/featured/how-ukrainian-narrative-identity-dominates-the-war-of-influence/>

Narrative Strategies INK. (2022, august 27). *From the on-set we said that Ukraine already won the narrative battle*. <https://www.facebook.com/NarrativeStrat>

- NATO. (2021). *Allied Command Comprehensive Operations Planning Directive* (version 3.0).
- NATO. (2022a, februar 24). *Statement by the North Atlantic Council on Russia's attack on Ukraine*. NATO. https://www.nato.int/cps/en/natohq/official_texts_192404.htm
- NATO. (2022b, september 9). *Press conference with NATO Secretary General Jens Stoltenberg and the US Secretary of State, Antony J. Blinken*. NATO. https://www.nato.int/cps/en/natohq/opinions_207182.htm
- NATO. (2023). *AJP-10 Allied Joint Doctrine for Strategic Communication* (Edition A, version 1). NATO Standardization Office.
- NHO (Regissør). (2023, januar 5). *En ny sikkerhetspolitisk virkelighet – Jens Stoltenberg*. NHO. <https://www.youtube.com/watch?v=jj-jpd2Dvts>
- Nisch, S. (2023). Invasion of Ukraine: Frames and sentiments in Zelensky's Twitter communication. *Journal of Contemporary European Studies*. <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/14782804.2023.2198691?needAccess=true&role=button>
- NTB. (2022, september 17). *Zelenskyj får tale til FNs hovedforsamling via video*. <https://forsvaretsforum.no/fn-krig-ukraina/zelenskyj-far-tale-til-fns-hovedforsamling-via-video/284900>
- Nyeng, F. (2018). *Nøkkelbegreper i forskningsmetode og vitenskapsteori* (2. utgave). Fagbokforlaget.
- Onuch, O., & Hale, H. E. (2022). *The Zelensky effect*. Hurst & Company.
- Pannett, R., & Hudson, J. (2022, juni 1). Biden confirms U.S. is sending advanced rocket systems to Ukraine. *Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/world/2022/05/31/ukraine-russia-war-hmars-mlrs-rockets-biden/>
- Patterson, M., & Monroe, R. (1998). *Narrative in Political Science*. 315–331.
- Paul, C. (2011). *Strategic Communication -Origins, Concepts and Current Debates*. Preager.
- Sanchez-Castillo, S., Galan-Cubillo, E., & Drylie-Carey, L. (2023). Unmuting leadership: The impact of Zelensky's social media strategy at the inset of the Ukrainian War. *Journal of Risk Research*, 610–624. <https://doi.org/10.1080/13669877.2023.2194900>
- Scholz, O. (2022, februar 27). *Regierungserklärung von Bundeskanzler Olaf Scholz am 27. Februar 2022*. Die Bundesregierung informiert | Startseite. <https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/regierungserklaerung-von-bundeskanzler-olaf-scholz-am-27-februar-2022-2008356>
- Serafin, T. (2022, august). *Ukraine's President Zelensky Takes the Russia/Ukraine War Viral*. Foreign Policy Research Institute by Elsevier Ltd. 10.1016/j.orbis.2022.08.002
- Shkandrij, M. (2022, juli 19). *Challenging the "Nationalist" Moniker: Ukraine's Narrative, Russia and the West*. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13537113.2022.2095321>
- Shuster, S., & Bergengruen, V. (2022, september 26). *Inside the Ukrainian Counterstrike That Turned the Tide of the War*. Time. <https://time.com/6216213/ukraine-military-valeriy-zaluzhny/>
- Somers, M. R. (1994). The Narrative Constitution of Identity: A Relational and Network Approach. *Theory and Society*, 23(5), 605–649.

- Store norske leksikon. (2023). Effektivitet. I *Store norske leksikon*. <https://snl.no/effektivitet>
- Strand, R. H. (2023, juli 25). *Polen blir trukket frem som Europas nye stormakt. Her er grunnene til at det ikke stemmer*. <https://www.aftenposten.no/verden/i/dwav9B/polen-blir-pekt-paa-som-europas-nye-stormakt-men-stemmer-det>
- Strøm, O. K., & Johnsen, N. (2023, mars 7). *Ropte «ære til Ukraina»: Henrettet av russerne*. <https://www.vg.no/i/on1pxg>
- Støyva, A. B. (2022, april 25). *Slik brukes musikk som mykt våpen i krigen: – Konsertene har vært de viktigste vi noensinne har spilt*. <https://www.aftenposten.no/kultur/i/k6rvKX/slik-mobiliserer-og-samles-ukrainere-gjennom-musikk>
- Subotic, J. (2016). Narrative, Ontological Security, and Foreign Policy Change. *Foreign Policy Analysis*. [jstor.org/stable/10.2307/26168124](https://www.jstor.org/stable/10.2307/26168124)
- Sæther, T. (2022, mai 18). *Derfor lykkes ukrainerne så mye bedre enn i 2014*. <https://www.aftenposten.no/meninger/debatt/i/Jx9Bg8/derfor-lykkes-ukrainerne-saa-mye-bedre-enn-i-2014>
- Sæther, T. (2023, september 12). *Det finnes en spire til håp for Ukraina og Europa* [Avis]. Aftenposten. <https://www.aftenposten.no/meninger/kronikk/i/76G2M9/felleseuropeisk-ammunisjonskjoeper-spire-til-haap-for-ukraina-og-europa>
- Thompson, S., & Alba, D. (2022, mars 3). *Fact and Mythmaking Blend in Ukraine's Information War*. The New York Times.
- Tjernshaugen, A. (2023). Vesten. I *Store norske leksikon*. <https://snl.no/Vesten>
- Transparency International. (2022, januar 25). *Corruption Perceptions Index—Explore Ukraine's results*. Transparency.Org. <https://www.transparency.org/en/cpi/2021>
- United Nations. (2022, mars 2). *General Assembly Overwhelmingly Adopts Resolution Demanding Russian Federation Immediately End Illegal Use of Force in Ukraine, Withdraw All Troops* | UN Press. United Nations. <https://press.un.org/en/2022/ga12407.doc.htm>
- UNITED24 (Regissør). (2022a, september 13). *Ukraine counteroffensive: Life after the occupation. Kharkiv Region, Balaklia*. UNITED24 Media. <https://www.youtube.com/watch?v=X-EQXyhNVZ4>
- UNITED24 (Regissør). (2022b, oktober 6). *Ukraine pushing Russian army back. The success of Ukrainian counter-offensive*. <https://www.youtube.com/watch?v=eUmhaVOflpo>
- van Ruler, B. (2018, august 13). *Communication Theory: An Underrated Pillar on Which Strategic Communication Rests*. <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/1553118X.2018.1452240?needAccess=true&role=button>
- Ventsel, A., Hansson, S., Madisson, M.-L., & Sazonov, V. (2021). Discourse of fear in strategic narratives: The case of Russia's Zapad war games. *Media, War and Conflict*, Vol 14, 21–39. <https://doi.org/10.1177/1750635219856552>
- Watling, J. (2022, september 2). *The Ukrainian Offensive Must Come in Stages*. <https://www.rusi.orghttps://www.rusi.org>

Wikan, V. S. (2022, september 25). *Igjen og igjen ble Putins planer avslørt. Det kan fortelle noe viktig om fremtidens kriger*. <https://www.aftenposten.no/verden/i/Bj5MK9/igjen-og-igjen-ble-putins-planer-avsloert-det-kan-fortelle-noe-viktig-om-fremtidens-kriger>

Wike, R., Fetterolf, J., Fagan, M., & Gubbala, S. (2022, juni 22). *International attitudes toward the US., NATO and Russia in a time of Crisis*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/global/2022/06/22/ratings-for-russia-drop-to-record-lows/>

Wirtz, J. G., & Zimbres, T. M. (2018, april 19). *A systematic analysis of research applying 'principles of dialogic communication' to organizational websites, blogs, and social media: Implications for theory and practice*. <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/1062726X.2018.1455146?needAccess=true&role=button>

Yaffa, J. (2022, oktober 17). *Inside the U.S. Effort to Arm Ukraine | The New Yorker*. <https://www.newyorker.com/magazine/2022/10/24/inside-the-us-effort-to-arm-ukraine>

Zabrodskiy, M., Watling, J., Danylyuk, O. V., & Reynolds, N. (2022, november 30). *Preliminary Lessons in Conventional Warfighting from Russia's Invasion of Ukraine: February–July 2022*. <https://www.rusi.orghttps://www.rusi.org>

Zachara-Szymanska, M. (2023). *The return of the hero-leader? Volodymyr Zelensky's international image and the global response to Russia's invasion of Ukraine*. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/17427150231159824>

Zelenskyj, V. (2022a). *Address by President of Ukraine Volodymyr Zelenskyy to the Italian Chamber of Deputies*. Official Website of the President of Ukraine. <https://www.president.gov.ua/en/news/promova-prezidenta-ukrayini-volodimira-zelenskogo-v-palati-d-73733>

Zelenskyj, V. (2022b, februar 25). *Mu mym. Mu в Києві. Ми захищаємо Україну*UA. Facebook. <https://www.facebook.com/zelenskiy.official/videos/>

Zelenskyj, V. (2022c, mars 8). *Address by the President of Ukraine to the Parliament of the United Kingdom*. Official Website of the President of Ukraine. <https://www.president.gov.ua/en/news/zvernennya-prezidenta-ukrayini-volodimira-zelenskogo-do-parl-73441>

Zelenskyj, V. (2022d, mars 11). *Speech by President of Ukraine Volodymyr Zelenskyy in the Sejm of the Republic of Poland*. Official Website of the President of Ukraine. <https://www.president.gov.ua/en/news/vistup-prezidenta-ukrayini-volodimira-zelenskogo-v-sejmi-res-73497>

Zelenskyj, V. (2022e, mars 16). *Address by President of Ukraine Volodymyr Zelenskyy to the US Congress*. Official Website of the President of Ukraine. <https://www.president.gov.ua/en/news/promova-prezidenta-ukrayini-volodimira-zelenskogo-pered-kong-73609>

Zelenskyj, V. (2022f, mars 17). *Address by President of Ukraine Volodymyr Zelenskyy to the Bundestag*. Official Website of the President of Ukraine. <https://www.president.gov.ua/en/news/promova-prezidenta-ukrayini-volodimira-zelenskogo-u-bundesta-73621>

Zelenskyj, V. (2022g, mars 30). *Speech by President of Ukraine Volodymyr Zelenskyy in the Norwegian Storting*. Official Website of the President of Ukraine.

<https://www.president.gov.ua/en/news/promova-prezidenta-ukrayini-volodimira-zelenskogo-v-parlamente-73961>

Zelenskyj, V. (2022h, september 2). *Володимир Зеленський on X*. X (Formerly Twitter).

<https://twitter.com/ZelenskyyUa/status/1565735066214473732>

Zelenskyj, V. (2022i, september 6). *Володимир Зеленський on X*. X (Formerly Twitter).

<https://twitter.com/ZelenskyyUa/status/1567195068171227142>

Zelenskyj, V. (2022j, september 7). *This week we have good news from the Kharkiv region; I think every citizen feels proud of our warriors—Address by the President of Ukraine*. Official Website of the President of Ukraine. <https://www.president.gov.ua/en/news/cogo-tizhnya-mayemo-horoshi-novini-z-harkivshini-dumayu-kozh-77569>

Zelenskyj, V. (2022k, september 8). *In total, more than a thousand square kilometers of the territory of Ukraine have been liberated since the beginning of September—Address by President Volodymyr Zelenskyy*. Official Website of the President of Ukraine.

<https://www.president.gov.ua/en/news/zagalom-iz-pochatku-veresnya-zvilнено-ponad-tisyachu-kvadrat-77597>

Zelenskyj, V. (2022l, september 9). *As of now, the Armed Forces of Ukraine liberate and take control of more than 30 settlements in Kharkiv region – address of President of Ukraine*. Official Website of the President of Ukraine.

<https://www.president.gov.ua/en/news/na-cej-chas-zsu-zvilnili-ta-vzlyali-pid-kontrol-ponad-30-nase-77621>

Zelenskyj, V. (2022m, september 22). *Speech by the President of Ukraine at the General Debate of the 77th session of the UN General Assembly*. Official Website of the President of Ukraine.

<https://www.president.gov.ua/en/news/vistup-prezidenta-ukrayini-na-zagalnih-debatah-77-yi-sesiyi-77905>

Zelenskyj, V. (2022n, september 27). *Speech by President Volodymyr Zelenskyy at the meeting of the UN Security Council convened at the initiative of Ukraine*. Official Website of the President of Ukraine.

<https://www.president.gov.ua/en/news/vistup-prezidenta-volodimira-zelenskogo-na-zasidanni-radi-be-78053>

Zelenskyj, V. (2022o, oktober 2). *Ukraine was and will be one of the European centers of the military and aviation industry – address of President Volodymyr Zelenskyy*. Official Website of the President of Ukraine. <https://www.president.gov.ua/en/news/ukrayina-bula-j-bude-odnim-iz-yevropejskih-centriv-vijskovoy-78249>

Zelenskyj, V. (2022p, oktober 4). *The Ukrainian army is carrying out a pretty fast and powerful advance in the south of our country—Address by President Volodymyr Zelenskyy*. Official Website of the President of Ukraine.

<https://www.president.gov.ua/en/news/ukrayinska-armiya-zdijsnyuye-na-pivdni-nashoyi-krayini-shvid-78281>

Zelenskyj, V. (2022q, oktober 6). *Since the beginning of October, more than half a thousand square kilometers have been liberated from the Russian occupiers in the Kherson region alone—Address by the President of Ukraine*. Official Website of the President of Ukraine.

<https://www.president.gov.ua/en/news/vid-pochatku-zhovtnya-tilki-na-hersonshini-vid-rosijskih-oku-78341>

Zelenskyj, V. (2022r, oktober 10). *Володимир Зеленський (@zelenskiy_official) • Instagram-bilder og -videoer*. Instagram. https://www.instagram.com/zelenskiy_official/

Zerfass, A., Verčič, D., Nothhaft, H., & Werder, K. P. (2018). Strategic Communication: Defining the Field and its Contribution to Research and Practice. *International Journal of Strategic Communication*, 12(4), 487–505. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2018.1493485>

Zerfass, A., & Viertmann, C. (2016, mai 30). *The communication value circle: How communication contributes to corporate success*. Communication Director. <http://www.communication-director.com/issues/unwritten-contract-social-licence-operate/communication-value-circle/>

Østby, B. (Gjest). (2022, mars 31). Danner Zelenskyjs metode ny trend for topp-politikere? I *Nyhetsmorgen*. NRK. <https://tv.nrk.no/serie/nyhetsmorgen-tv/202203/NNFA05033122>