

Södertörns högskola | Institutionen för kultur och lärande
Kandidatuppsats 15 hp | Svenska C | Höstterminen 2014
Kommunikatörsprogrammet

Den odugliga samariten

– En sociosemiotisk analys av modelläsarna i
Försvarsmaktens rekryteringskampanjer

Av: Antonia Hallberg
Handledare: Ingela Tykesson

Innehållsförteckning

1. Inledning	4
1.1. Problembakgrund	4
1.2. Syfte	4
1.3. Ny organisation, ny kommunikation	5
1.3.1. Målgrupper och kommunikativ strategi	5
2. Teori	6
2.1. Sociosemiotiskt perspektiv	6
2.2. Systemisk-funktionell grammatik	7
2.3. Kritisk diskursanalys	7
2.4. Modellläsaren	8
3. Tidigare forskning	8
3.1. Försvarmaktens kommunikation	9
3.2. Forskning om modellläsaren	9
4. Material och metod	10
4.1. Material	10
4.2. Analysmodell	11
4.2.1. Komposition	11
4.2.2. Ideationell betydelse	12
4.2.3. Interpersonell betydelse.....	13
4.2.4. Rekontextualisering	16
5. Resultat	17
5.1. Det där löser sig nog	17
5.1.1. Komposition	17
5.1.2. Ideationell betydelse	17
5.1.3. Interpersonell betydelse.....	18
5.1.4. Rekontextualisering	19
5.1.5. Modellläsaren	19
5.2. Vad håller du på med?	20
5.2.1. Komposition	20
5.2.2. Ideationell betydelse	20
5.2.3. Interpersonell betydelse.....	21
5.2.4. Rekontextualisering	22
5.2.5. Modellläsaren	22
5.3. Det är mycket nu	23
5.3.1. Komposition	23
5.3.2. Ideationell betydelse	23
5.3.3. Interpersonell betydelse.....	24
5.3.4. Rekontextualisering	25
5.3.5. Modellläsaren	25
6. Diskussion	26
6.1. En passiv människovän	26
6.2. Likheter med målgrupperna	28
6.3. Metoddiskussion	29
6.4. Förslag till framtida studier	29
Litteratur- och källförteckning	30
Bilagor	32

Sammandrag

I denna uppsats undersöker och identifierar jag språkliga strategier i kampanjtexter från Försvarsmakten. Undersökningen syftar till att med hjälp av en sociosemiotisk analys kartlägga de modelläsare som konstrueras i Försvarsmaktens rekryteringskampanjer för grundläggande militär utbildning. Undersökningsmaterialet består av printannonser från tre kampanjer genomförda mellan år 2012 och 2013. Metoden för undersökningen är lånad från Anders Björkvalls avhandling *svensk reklam och dess modelläsare* och består av en analysmodell baseras på Hallidays systemisk-funktionella grammatik. Modellen tar fasta på textens textuella, ideationella och interpersonella betydelser såväl som textens rekontextualisering. Resultatet från undersökningen visar att de modelläsare som konstrueras i annonserna har en inre önskan om att bidra till en bättre värld genom att hjälpa andra människor, men agerar i nuläget inte alls. Modelläsarna är undvikande inför att höra om katastrofer och konflikter i världen och hittar lätt bortförklaringar till varför de ännu förblir passiva. Glappet mellan den önskade och verkliga identiteten skapar en känsla av otillräcklighet hos modelläsarna. Försvarsmakten presenteras i materialet som handlingskraftiga och pålitliga, ett slags ideal för modelläsaren.

Nyckelord: *modelläsaren, sociosemiotik, SFG, marknadskommunikation, CDA, Försvarsmakten, reklam, kampanj, rekrytering*

Abstract

English title: The bad Samaritan – A socio-semiotic analysis of the model readers in recruitment campaigns for the Swedish Armed Forces

In this study I examine and identify the linguistic strategies used in campaign texts from the Swedish Armed Forces. The purpose of the study is to identify the characteristics of the model readers constructed in recruitment campaigns for basic military training, using a socio-semiotic approach. The research material consists of print ads from three campaigns conducted between 2012 and 2013. The method used in the study is borrowed from Anders Björkvall's dissertation *Model readers in Swedish advertising* and consists of an analytical model based on Halliday's systemic functional linguistics. The model takes into account the textual, ideational and interpersonal meanings of the text, as well as its recontextualisation. The results of the study show that the model readers constructed in the ads have an inner desire to contribute to a better world by helping other people, but are currently not doing this. The model readers avoid hearing about disasters and conflicts in the world and will easily find excuses for why they still remain passive. The gap between the desired and actual identity creates within the model readers a sense of insufficiency. The Swedish Armed Forces, on the other hand, are presented as energetic and dependable, an ideal for the model reader.

Keywords: *the model reader, social semiotics, SFL, marketing communication, CDA, the Swedish Armed Forces, advertising, campaign, recruitment*

1. Inledning

Jag kommer i detta avsnitt att presentera studiens övergripande teman och syfte. Jag ger också en bakgrund till den svenska myndighet som undersökningen syftar till att undersöka, Försvarsmakten, samt de förändringar som organisationen under de senaste åren genomgått och fortfarande genomgår. Sist följer en presentation av Försvarsmaktens övergripande kommunikationsstrategi och prioriterade målgrupper.

1.1. Problembakgrund

Sedan värnplikten avskaffades år 2010 och ersattes av en ny frivillig utbildningsform har Försvarsmaktens mediala närvaro ökat kraftigt. Reklamfilmer, webb-banners och printannonser syns i TV, på webben och i dagstidningarnas mittuppslag. Dessa reklamsatsningar är en följd av Försvarsmaktens nu konkurrensutsatta roll som arbetsgivare och syftar till att öka kunskapen om och intresset för en karriär inom organisationen. Men Försvarsmakten får också uppmärksamhet som sträcker sig långt över det köpta medieutrymmets räckvidd. Rekryteringskampanjerna väcker provokation och skapar diskussion som följer med läsaren till klassrummet, mötesrummet och hem till middagsbordet. Kampanjerna väcker starka känslor hos läsarna och möts av både stark kritik och glada tillrop. Flera kampanjer har tilldelats priser i reklamtävlingen *Guldägget*, bland annat *Vad håller du på med?* (2013). Men samtidigt omskrivs samma kampanj i media som ”kulturfientlig” och ”förlegad” (Thambert, 2013).

Trots den blandade kritiken är det dock tydligt att flera av kampanjerna nått stora framgångar i att locka sökande till organisationen, bland annat den ovan nämnda *Vad håller du på med?* (2013), som resulterade i rekordmånga nya ansökningar och överskred det uppsatta målet med 28 % (Enander, 2013). Men vilka övertalningsmedel används egentligen för att locka dessa sökande till organisationen? Vilka identiteter erbjuds till den som läser kampanjtexterna? Jag avser med denna undersökning undersöka ett urval av annonser från Försvarsmaktens rekryteringskampanjer för att identifiera de samverkande kommunikativa strategier som resulterar i det som Umberto Eco kallar för *modellläsaren*, ett slags inbyggd läsare i texten (se t.ex. 1984).

1.2. Syfte

Syftet med denna studie är att undersöka hur modellläsarna konstrueras i Försvarsmaktens rekryteringskampanjer för grundläggande militär utbildning. Jag tillämpar ett sociosemiotiskt synsätt och en kvalitativ metod för att ta reda på hur strategier på olika nivåer i texten samverkar för att skapa betydelse, både i text och i bild. Jag intresserar mig för textens textuella, ideationella och interpersonella grammatik, såväl som de inter- och extratextuella relationer som kan utläsas i materialet. De modellläsare som identifieras genom analysen kommer också att jämföras med varandra, samt med de målgrupper som Försvarsmakten arbetar mot genom sin externa kommunikation. En introduktion till dessa målgrupper finns i avsnitt 1.3.1. här nedan.

För att uppfylla undersökningens syfte tar hjälp av följande frågeställningar:

- Hur konstrueras modellläsaren i Försvarsmaktens rekryteringskampanjer?
- Är modellläsaren densamma i samtliga annonser?
- Hur förhåller sig modellläsaren till Försvarsmaktens målgrupper?

1.3. Ny organisation, ny kommunikation

Försvarsmakten är en svensk myndighet med uppdrag från regeringen att värna Sveriges frihet och värden samt att stödja svenska säkerhetspolitiska intressen, bland annat genom fredsbevarande insatser i andra länder (Försvarsmakten, u.å.a). Det som gör Försvarsmakten till en ur forskningsperspektiv högintressant organisation är förutom dess särskilda uppdrag i Sverige också att myndigheten under de senaste åren genomgått stora organisatoriska förändringar, som ställer krav på nya angreppssätt för marknadskommunikation och rekrytering. År 2009 antogs propositionen *Ett användbart försvar* (Proposition 2008/09:140) av riksdagen, vilket blev startskottet till denna omfattande omstrukturering, som innebär att den svenska försvarsmodellen nu övergår från ett invasionsförsvar till ett insatsförsvar; ett försvar som istället för att fokusera på invasionshot från främmande makt är utformat för att kunna sättas in när och var det behövs som mest (Regeringen, 2013). Bakgrunden till beslutet är att den gamla försvarsmodellen inte ansågs vara uppdaterad mot dagens säkerhetspolitiska läge. Invasionshotet mot Sverige bedömdes vid tidpunkten vara mycket litet i jämförelse med när den gamla modellen togs i bruk under kalla kriget, vilket gjorde att ett invasionsförsvar upplevdes omotiverat. Ambitionen är att insatsförsvaret ska vara mer flexibelt än invasionsförsvaret, t.ex. genom reformerade utbildningsformer som underlättar internationella samarbeten. Först 2019 förväntas övergången vara fullbordad, och insatsförsvaret ska då bestå av 50 000 personer som omedelbart kan sättas in i beredskap (Regeringen, 2013).

Som en del i omstruktureringen gjordes den allmänna värnplikten i Sverige vilande år 2010. Att värnplikten är vilande innebär att den i fredstid är avskaffad, men kan återaktiveras igen när situationen kräver. Beslutet grundar sig i tanken att försvaret blir mer effektivt och tillgängligt om de anställda på frivillig basis sökt sig till en karriär inom försvaret (Proposition 2008/09:140). För att ersätta värnplikten infördes därför en ny utbildningsform, grundläggande militär utbildning (förkortat GMU), som kompletteras med ytterligare utbildning beroende på yrkesinriktning. Att den nya organisationen bygger på frivillighet innebär också att Försvarsmakten nu står inför en ny kommunikativ utmaning. I kampanjpresentationen till *Välkommen till vår verklighet*, en av de första rekryteringskampanjerna efter att värnplikten gjorts vilande, skriver Försvarsmakten själva att organisationen nu är helt konkurrensutsatt som arbetsgivare och att ”tillströmningen av rekryteringsunderlag” därmed inte längre är självklar (Försvarsmakten, 2011). Det som tidigare varit en självförsörjande verksamhet måste nu helt förlita sig på frivillig arbetskraft, vilket kräver en större medial närvaro och genomtänkt kommunikation. Därför har Försvarsmakten under de senaste åren gjort stora satsningar på sin marknadskommunikation, och genomfört ett betydande antal rekryteringskampanjer med syfte att skapa intresse för en karriär inom organisationen.

1.3.1. Målgrupper och kommunikativ strategi

Målgrupp är ett begrepp som används inom marknadsförings- och kommunikationsbranschen för att beteckna den eller de grupper av människor, företag eller organisationer som den egna organisationens kommunikation ska rikta sig till (Nationalencyklopedin, u.å). Försvarsmakten riktar sig mot privatpersoner i arbetet med att rekrytera blivande arbetskraft till GMU, och för att effektivisera detta arbete har de definierat två huvudsakliga målgrupper för organisationens marknadskommunikation. De kallar dessa grupper för *Spänningssökare* och *Samhällsengagerade* (ibland även kallat *världsförbättrare*) (Försvarsmakten, 2013:2). Målgrupperna skiljer sig från varandra på många punkter, t.ex. i fråga om intressen, målsättningar och drivkrafter, men gemensamt för de två grupperna är att de består av unga och friska svenska medborgare som uppfyller någon av Försvarsmaktens kravprofiler för militär tjänstgöring (Försvarsmakten, 2014:10).

Målgruppen Spänningssökare består i huvudsak av män, i ålder 18-21 år, som vill ha ett

spännande och utmanande arbete. Spänningssökarna bor främst i små till mellanstora städer, och intresserar sig för idrott, teknik och populärkulturella fenomen som film och musik. De samhällsengagerade är en något äldre målgrupp, kvinnor och män i ålder 20–25 år, som söker en möjlighet att göra skillnad i världen och vill arbeta med utvecklande frågor som mänskliga rättigheter och miljö. De drivs i viss mån också av en dragning till utmaning och spänning, men inte i samma utsträckning som Spänningssökarna. De samhällsengagerade beskriver sig själva som smarta, självsäkra och ansvarsfulla, och intresserar sig bland annat för politik, historia samt andra länder och kulturer. Till skillnad från Spänningssökarna bor De samhällsengagerade ofta i storstadsområden (Försvarmakten, 2013:2). Trots att Försvarmakten inte explicit omskriver målgruppernas klassidentitet är det möjligt att utläsa en social skillnad mellan de två grupperna, t.ex. i fråga om deras respektive intresseområden. Också målgruppernas konkurrerande framtidsplaner visar på en skillnad i social status. Medan Spänningssökarna lockas av sabbatsår, resor, ströjobb och andra uniformsyrken, lockas De samhällsengagerade av högre studier, biståndsorganisationer, vårdyrken eller chefspositioner.

Försvarmakten är medveten om att delar av de två målgrupperna över huvud taget inte har någon kunskap om eller relation till organisationen. I kampanjpresentationen för rekryteringskampanjen *Det är mycket nu* (Försvarmakten, u.å.b) skriver de därför att det första steget i rekrytens beslutsprocess handlar om just kännedom. Därför är kommunikationens huvudsakliga syfte i detta steg att skapa diskussion, inte att förmedla en komplett bild av Försvarmakten. Samtidigt skriver Försvarmakten att steget mellan intresse och ansökan är stort, varför de i sin kontinuitetsstrategi för 2014 också understryker vikten av att ”sticka ut” (Försvarmakten, 2014). De skriver där att ”en karriär inom Försvarmakten är annorlunda och det måste vår kommunikation också vara”. Kortfattat innebär alltså grundstommarna i Försvarmaktens kommunikativa strategi ett mål att skapa ett brett intresse samt att vara särskiljande i sina kommunikativa metoder.

2. Teori

I detta avsnitt redogör jag för de textteoretiska utgångspunkter och begrepp som utgör den teoretiska ramen till denna undersökning. Grundstommarna i undersökningen består av ett övergripande sociosemiotiskt perspektiv samt Hallidays systemisk-funktionella grammatik, men också Ecos teorier om modelläsaren samt Faircloughs diskurs- och genrebegrepp är viktiga utgångspunkter för studien.

2.1. Sociosemiotiskt perspektiv

Jag tillämpar en sociosemiotisk, konstruktivistisk språksyn grundad på Hallidays teorier om språket som ett av flera betydelsesystem (1978). Antagandet att betydelse kan skapas genom fler system än språket innebär även en vidgad textsyn som innefattar andra modaliteter än skrift, t.ex. muntligt tal, bilder och layout. Ett sådant perspektiv är nödvändigt för min undersökning, då det material som analyseras består av multimodala texter där flera olika modaliteter samarbetar för att skapa mening.

Enligt det sociosemiotiska synsättet utgör varje betydelsesystem en *potential*, och varje text eller enskilt yttrande innebär realiseringen av denna potential (Halliday, 1978). Potentialen i betydelsesystemet består av alla de hypotetiska möjligheter att skapa mening som systemet med sina resurser ger utrymme för. Med språket som exempel utgörs potentialen av alla de olika sätt vi teoretiskt kan kombinera ljud, ord och uttryck för att göra oss förstådda. Det innebär dock inte att vi i varje sammanhang har möjlighet att utnyttja språkets fulla potential; till varje enskild situation knyts nämligen olika *register* som begränsar våra valmöjligheter. Holmberg, Karlsson och Nord (2011:14) beskriver register som olika ”språk i språket”, vilka

anger de resurser vi kan använda i en viss situation. Två begrepp med koppling till sociosemiotiken är också *genre* och *diskurs*, vilka jag nedan kommer att beskriva i 2.3 Kritisk diskursanalys.

2.2. Systemisk-funktionell grammatik

Den systemisk-funktionella grammatiken (förkortat SFG) är en grammatikmodell och teori som liksom sociosemiotiken ursprungligen är utvecklad av Halliday (1978). Termen *systemisk* syftar till utgångspunkten att språket, som ju i sig är ett betydelsesystem, i nästa steg är uppbyggt utav nätverk av system med betydelseskapande potential (Halliday, 2004:23). Dessa nätverk utgör vad som vanligen benämns som språkets *grammatik*. Termen *funktionell* kommer ur antagandet att språket har en inneboende funktionalitet som beror på att det från början utvecklats och formats för att fylla mänsklighetens funktionella behov (Halliday, 2004:31). Således är SFG en teori som fokuserar på språkets funktion snarare än form. Halliday delar in språket i tre metafunktioner, den *ideationella*, den *interpersonella* och den *textuella*. De tre metafunktionerna kan realiseras genom vilket betydelsesystem som helst, och finns även närvarande i varje social kontext. Halliday är dock lingvist, och därför mest intresserad av språket, varför jag nedan redogör för Hallidays beskrivning av metafunktionerna (1978:27f) med utgångspunkt i just språket.

Den ideationella metafunktionen är språkets innehållsliga funktion, genom vilken vi konstruerar vår verklighet. Ideationella betydelser berör t.ex. vad som sker i texten och vilka deltagare och föremål som handlar eller påverkas. Halliday (1978:27) beskriver kortfattat att den ideationella funktionen uttrycker vad språket ”handlar om”. Den interpersonella metafunktionen är istället språkets deltagande funktion, ”språket som social handling”. Genom den interpersonella metafunktionen kan talaren uttrycka sina egna attityder och värderingar, och konstruera relationer mellan deltagare kopplade till texten. Den tredje metafunktionen, alltså den textuella, handlar om språkets form och är den funktion som enligt Halliday (1978:27) gör språket relevant. Utan textuella betydelser kan varken ideationella eller interpersonella betydelser aktualiseras i språket; de existerar då bara i ett vakuum. Den textuella metafunktionen är vad som ger språket sin textur och placerar det i en situationskontext. Under avsnitt 4.2 Analysmodell redogör jag i större detalj för hur de olika metafunktionerna realiseras i språket samt hur jag går tillväga för att blottlägga ideationella, interpersonella och textuella betydelser i mitt undersökningsmaterial.

2.3. Kritisk diskursanalys

Den kritiska diskursanalysen (CDA) är en teori och metod som utvecklats ur den kritiska lingvistikens av språkforskaren Norman Fairclough. Inriktningen är socialt orienterad och används för att undersöka texters förhållande till omkringliggande sociala praktiker och samhället i stort. Förhållandet mellan texten och dess kontext beskrivs som *dialektiskt*, dvs. att de upplever en ömsesidig påverkan (Fairclough, 1992:65). Förutom att texten påverkas av sin kontext påverkar också texten den situation ur vilken den konstruerats. Analyser inom den kritiska diskursanalysen har i regel en kritisk utgångspunkt, och avser alltså att identifiera problem i texten. Ofta handlar det om att undersöka maktstrukturer i texten, t.ex. hur författaren påverkar eller förtrycker läsaren genom språket (Nord, 2011:156). Jag har i min undersökning ingen kritisk utgångspunkt av detta slag, vilket är en av de aspekter som skiljer min undersökning från en typisk studie inom CDA. Däremot kommer jag att använda mig av ett antal begrepp och teoretiska utgångspunkter med koppling till Faircloughs kritiska diskursanalys, framför allt begreppen *genre* och *diskurs*.

Språkvetenskapliga definitioner av ordet ”genre” skiljer sig från den vi som kanske är vana vid från vardagligt bruk. Ofta talar vi om genrer inom skönlitteraturen eller musiken, t.ex. deckare och chicklitt, eller pop- och rockmusik. Fairclough (1995:135) definierar istället begreppet genre som ”use of language associated with a particular social activity”. För att tydligare förstå vad det handlar om kan vi jämföra med begreppet ”diskurs”, vilket Fairclough definierar som ”a way of signifying experience from a particular perspective”. Genre- och diskursbegreppet handlar alltså om olika socialt konstruerade sätt att använda språket respektive se på världen. Björkqvall (2003:19) gör en distinktion mellan att *göra* på ett visst sätt (genre) och *tänka* på ett visst sätt (diskurs).

2.4. Modellläsaren

Centralt för min studie är textens *modellläsare*, ett begrepp som ursprungligen är myntat av den skönlitterärt intresserade semiotikern Eco (se t.ex. 1984). Björkqvall (2003:24) kallar Ecos teori för *textintern* därför att man genom den söker svaren i texten snarare än utanför (*text-extern*). Modellläsaren är inte densamma som den verkliga, s.k. *empiriska läsaren*; en lämpligare studie hade då utgått från hur texterna faktiskt tolkades hos den som läste texten. Ecos teori fokuserar istället på ”förutsättningar för tolkning och läsning” (Björkqvall, 2003:25) och analysen utgår enbart från texterna i sig. Den empiriska läsaren är t.ex. du och jag när vi läser det material som ligger till grund för min undersökning, men jag vill påpeka att vi aldrig kan vara modellläsare. Modellläsaren ses istället en slags inbyggd läsare i texten och kan aldrig vara en verklig person. Ecos teori innefattar även begreppet *modellsändare*, textens inbyggda sändare (se t.ex. Eco, 1994). Modellsändaren är liksom modellläsaren en instans i texten som kan utläsas genom ledtrådar i textens konstruktion. Då tidsramen för min studie är begränsad kommer jag inte att diskutera modellläsaren i analysen av mitt material. Istället kommer jag enbart att hänvisa till textens reella avsändare, Försvarsmakten.

Teorin kring modellläsare bygger på antagandet att den som skapar en text alltid har en tänkt mottagare i åtanke vid konstruktionen, och Eco menar att denna mottagare kan vara allt ifrån mycket generell till mer specifik. Ryska språkforskaren Vološinov har dock en striktare syn på den tänkta mottagaren. Han menar att denna person aldrig kan vara abstrakt, utan alltid är mer eller mindre konkret (Vološinov 1973:85). Den tänkta mottagaren påverkar skribentens konstruktion av texten och betyder att textstrategierna aldrig är slumpmässigt utvalda. Detta innebär också att det är möjligt att avkoda texten för att komma fram till vem modellläsaren är. Eco menar t.ex. att modellläsaren kan avslöjas av den encyklopediska kunskap som presupponeras hos läsaren (1984:7f). För att exemplifiera detta refererar Eco till Sir Walter Scotts roman *Waverley* från 1814, som inleds med ett stort antal hänvisningar till andra författare. Enligt Eco både förutsätter och skapar dessa hänvisningar en kunskap hos läsaren; hon eller han antas känna till de författare som beskrivs, men också känna igen sig i *hur* de beskrivs.

En text kan enligt Eco inte aktualiseras förrän en läsare ”hjälper den att fungera” (1993:122). Läsaren är därför aldrig passiv, utan i högsta grad medskapande till texten (Eco, 1984:3). Detta betyder också att alla texter är *dialogiska* snarare än enkelriktade. Texten är genomsvad av tomma platser som läsaren har till uppgift att fylla. En viktig distinktion är att den empiriska läsaren inte kan förväntas fylla tomheterna på det sätt som författaren avsett, medan modellläsaren däremot alltid gör det. Modellläsarens tolkning av texten är också alltid i enlighet med författarens avsikt, vilket oftast inte gäller för den empiriska läsaren.

3. Tidigare forskning

I detta avsnitt presenterar jag ett urval av studier som tidigare gjorts angående Försvarsmak-

tens externa kommunikation, samt om de modelläsare som konstrueras i andra typer av texter. Björkvalls studie om modelläsare i svensk reklam (2003) har varit särskilt betydelsefull för utformningen av min studie, framför allt i valet av metod. Också de kandidatuppsatser som kritiskt studerat hur Försvarsmakten "säljer" en karriär inom organisationen har bidragit med betydelsefulla perspektiv.

3.1. Försvarsmaktens kommunikation

Forskning kring Försvarsmaktens externa kommunikation har gjorts i liten utsträckning. De undersökningar som gjorts tillhör främst ämnesområdena krigsvetenskap, statsvetenskap eller medie- och kommunikationsvetenskap, samt är i huvudsak utförda på kandidatnivå. Språkvetenskapliga undersökningar kring Försvarsmakten är i min vetskap helt obefintliga. En av de statsvetenskapliga undersökningar som genomförts är gjord av Hillforth och Olander (2014), som ur ett myndighetsperspektiv analyserade fem av Försvarsmaktens rekryteringskampanjer med hjälp av en semiotisk innehållsanalys. Tre av dessa kampanjer utgör även materialet till min undersökning. Resultatet från studien visade att Försvarsmakten använde sig av tre kommunikativa funktioner i kampanjerna: den informativa, den påverkande och den expresiva. Författarna menar att vissa av reklamkampanjerna innehåller komiska inslag som kan uppfattas som provocerande för publiken. De menar också att reklamkampanjerna "gör narr" av sin målgrupp och diskuterar huruvida detta är ett lämpligt tillvägagångssätt för Försvarsmakten att skapa intresse för en karriär inom organisationen.

Nilsson och Olofsson (2013) utförde inom det kommunikations- och medievetenskapliga området en studie kring vilka språkliga strategier Försvarsmakten använder i sin kommunikation för att locka sökande till ett arbete som kan innebära livsfara. De valde att analysera kampanjen *Vad håller du på med?* (2013) med hjälp av en retorisk textanalys samt bildanalys, och kompletterade analysen med två intervjuer. Resultaten från undersökningen visar att Försvarsmakten genom sina rekryteringskampanjer inte ger en deskriptiv bild av organisationen, utan istället kommunicerar mjuka värden avsedda att motivera målgruppen. Nilsson och Olofsson bedömer att detta är ett medvetet val då marknadsföring som kommunicerar organisationens kärnverksamhet eller yrkets huvudsysslor kan verka avskräckande snarare än lockande. Författarna menar att då en militär profession kräver stora insatser från arbetstagaren förväntar sig denne stora fördelar tillbaka. Detta ställer också krav på Försvarsmakten att hålla sig uppdaterade på målgruppens drivkrafter.

3.2. Forskning om modelläsaren

Begreppet modelläsare introducerades i det svenska forskningsväsendet i början av 2000-talet genom Anders Björkvalls disputation avhandling *Svensk reklam och dess modelläsare* (Björkvall, 2003). Han är också den enda svenska forskare som tillämpat teorin på studier kring reklamtext. Förutom Björkvall har modelläsaren också studerats av språkforskaren Astrid Skoglund, som i sin avhandling från 2014 undersökte modelläsaren i texter om tobaksavvänjning (Skoglund, 2014).

Björkvall utgår i sin studie från ett basmaterial av 1170 annonser från 31 tidskrifter utgivna i november 2000. Genom att kategorisera annonserna efter tidskrifternas målgrupper valdes sedan 14 reklamannonser ut som ansågs representativa för de olika målgrupperna (2003:39ff). Bland det utvalda materialet finns annonser riktade till tre olika åldersgrupper: barn, tonåringar och vuxna, samt till båda könen. Annonserna analyserades i ett genusperspektiv och med kontextuell utgångspunkt i det senmoderna konsumtionssamhället. Ett av de mest framstående resultaten från studien är att Björkvall kunde påvisa att modelläsarna systematiskt skiljer sig åt i annonser med kvinnliga respektive manliga målgrupper. De kvinnliga modelläsarna i

annonser riktade till kvinnor är mycket måna om sitt utseende och sina egna kroppar, och relaterar till en typ av konsumtion där en viss produkt behövs för att kunna förbättra den egna identiteten. De manliga modelläsarna är däremot redan framgångsrika, aktiva ledare som istället för att justera sin identitet snarare reproducerar sin framgång genom de produkter som annonseras (2003:157ff). Björkvall visar också att annonser riktade till kvinnor innehåller en mindre grad av interaktion med modelläsaren, och att kvinnorna i dessa annonser avbildas som ideal vilka modelläsaren omöjligen kan leva upp till. I dessa annonser avbildas också män i långt högre grad än kvinnor avbildas i annonser riktade till män. Björkvall menar att kvinnorna i annonserna avbildas i förhållande till den manliga blicken och därmed reproducerar en manlig norm om hur kvinnor är och ska vara (2003:189f).

Skoglunds avhandling från 2014 syftar till att undersöka innehåll, kommunikativa strategier och modelläsare i 16 texter om tobaksavvänjning som tagits fram av Statens folkhälsoinstitut på uppdrag av regeringen. Den övergripande teorin och metoden för undersökningen är Faircloughs kritiska diskursanalys. Undersökningen är indelad i tre delstudier som behandlar olika aspekter av de undersökta texterna: Föreställningar om rökare och tobaksavvänjning, argumentation om motivation och rökare som modelläsare. Resultaten från studien visar att det undersökta materialet presenterar både kontrollerande idéer och föreställningar om rökares egenmakt. Kommunikationen är som mest styrande i de broschyrer som riktar sig till rökare som inte själv sökt hjälp att sluta, särskilt ungdomar och blivande mammor. Dessa modelläsare anses alltså ha mindre makt att bestämma själva huruvida de ska fortsätta röka eller inte.

4. Material och metod

Jag kommer i detta avsnitt att presentera undersökningsmaterialet för min studie, samt redogöra för den analysmodell som används. Metoden är kvalitativt inriktad och bygger i grunden på hur Hallidays tre metafunktioner (1978) realiserats i texten. Dessutom ingår teoretiska utgångspunkter från flertalet andra sociosemiotiska språkforskare, varför metodredovisningen kommer att vara teoretiskt tung.

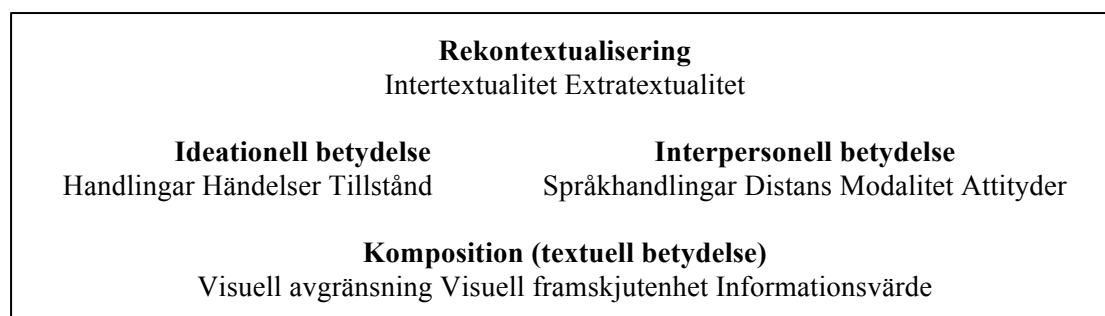
4.1. Material

Undersökningsmaterialet för min undersökning består av en annons vardera från tre av Försvarsmaktens rekryteringskampanjer genomförda mellan år 2012 till 2013: *Det där löser sig nog* (2012), *Vad håller du på med?* (2013) samt *Det är mycket nu* (2013) (se bilaga 1–3). Alla de utvalda kampanjerna genomfördes med syfte att öka antalet sökande till GMU och består i sin helhet av ett stort antal enheter, bland annat inkluderande flertalet annonser, reklamfilmer och webbannonser. Jag har trots detta valt att enbart analysera en annons från varje kampanj. En annan möjlighet hade varit att välja en kampanj att analysera i sin helhet, men då enheterna inom samma kampanj är mycket lika innehållsmässigt har jag gjort valet att istället bredda mitt material för att få en klarare helhetsbild över hur modelläsaren konstrueras i Försvarsmaktens rekryteringskampanjer.

De annonser som ingår i min korpus har gemensamt att de alla *printannonser*, alltså annonser som är avsedda att tryckas i någon form av dagstidning eller tidskrift. Samtliga annonser finns också publicerade på Försvarsmaktens webbsida över tidigare kampanjer (Försvarsmakten, u.å.c) och jag har för enkelhetens skull valt att studera den printannons från varje kampanj som ligger först i ordningen på denna webbplats.

4.2. Analysmodell

Min analysmodell är hämtad ur Anders Björkvalls avhandling *Svensk reklam och dess modellläsare* (2003:54) och består av fyra delanalyser. Samtliga delanalyser tillämpas på såväl skriftliga som visuella element, men på skilda sätt beroende på modalitet. Analysen av annonsernas visuella element är i huvudsak baserad på de idéer som presenteras i Kress och van Leeuwens *Reading images* (1996), men i den interpersonella analysen är också Martinecs (2001) teorier om visuellt representerade interpersonella betydelser viktiga. Visserligen är Martinecs teorier utvecklade för att i första hand tillämpas på rörlig bild, men Björkvall (2003) visar att de också går utmärkt att använda på stillbilder. Figur 1 nedan visar en överblick över de olika delanalyserna. Jag tillämpar i min studie analysmodellen i sin helhet, med några få justeringar som jag kommer att presentera senare i detta avsnitt.



Figur 1. Björkvalls analysmodell (läses nedifrån och upp)

Figuren ovan ska läsas nedifrån och upp, vilket beror på att den förutom att redovisa de olika delanalyserna även visar på relationen mellan dem. Analysen av annonsens komposition presenteras nederst i figuren därför att den utgör grunden för resterande del av analysen. Den ideationella och interpersonella analysen kräver att annonsens komposition är kartlagd, men likställs eftersom de kan utföras oberoende av varandra. Sist analyseras textens rekontextualisering, vilket kräver att övriga delar av analysen är genomförda.

4.2.1. Komposition

Analysen av textens komposition utgår från hur den textuella metafunktionen realiserar i annonsen. Jag kartlägger vilka *element* som finns närvarande i texten samt vilka av dessa som presenteras som viktiga respektive mindre viktiga. Elementen urskiljs genom olika visuella kriterier, något som Kress och van Leeuwen kallar för *visuell avgränsning* (1996:214). Elementen kan t.ex. avgränsas från varandra med hjälp av linjer, olika färger eller skilda storlekar. Nästa steg i analysen handlar om att undersöka vilka element som är *visuellt framskjutna* (1996:212). Med framskjutenhet menas att ett element presenteras som att det är särskilt viktigt för texten. Detta kan bland annat markeras med kontrasterande färger, hög storleksgrad eller visuell inramning. Analysen av visuell framskjutenhet kan förutom att svara på vilka element som presenteras som viktiga respektive oviktiga även klargöra den *önskade läsordningen* för texten (Kress & van Leeuwen, 1996:218). Den önskade läsordningen bestäms genom textens komposition och behöver inte nödvändigtvis vara kopplad till kulturella konventioner om läsning, t.ex. att texten ska läsas från höger till vänster och uppifrån och ned (Björkvall, 2003:59). Här gäller istället att det mest framskjutna elementet hamnar först i läsordningen, och det minst framskjutna elementet hamnar sist. Observera också att denna läsordning kan skilja sig från hur verkliga läsaren faktiskt tar sig an texten, vilket kan skilja sig mellan olika personer. Den önskade läsordningen är precis som namnet antyder *önskad*, och ska tolkas som den ordning författaren genom textens komposition indikerar att texten ska läsas (Björkvall, 2003:59).

I Björkvalls undersökning (2003) ingår även en analys av elementens *informationsvärde*, baserat på Kress och van Leeuwens teorier (1996:3) om det *visuella rummet*. Enligt denna teori utgör varje enskild text ett visuellt rum som kan delas in i tre olika dimensioner: en horisontell, en vertikal samt en diagonal (Kress & van Leeuwen, 1996:183,208ff). Den horisontella dimensionen står för det givna/nya vilket enligt teorin innebär att det som placeras i vänstra delen av det visuella rummet presenteras som givet, medan det som placeras i den högra delen presenteras som nytt för modelläsaaren. På samma sätt utgör den vertikala dimensionen en distinktion mellan det ideala/reella, och den diagonala dimensionen en distinktion mellan det centrala/perifera. Jag har valt att utesluta analysen om informationsvärde från min undersökning då jag anser att teorin kan vara svår att applicera på en okonventionell typ av reklamtext. Den indelning som Kress och Van Leeuwen gör av det visuella rummet är kulturellt förankrad med sociala praktiker för skrift och behöver inte nödvändigtvis gälla för alla kulturer eller diskurser. Det som är förväntat och givet för en grupp människor behöver inte vara det för en annan. Björkvall (2009:94) beskriver t.ex. att redovisningen av matchresultat skiljer sig mellan nordamerikanska och svenska medier eftersom uppfattningen om vad som är givet och nytt skiljer sig åt, och Kress och van Leeuwen (1996:190) beskriver att dispositionen till och med kan skilja sig mellan två olika tidskrifter. För att undvika att mina tolkningar blir framtvungade för att passa in i Kress och van Leeuwens modell har jag av denna anledning alltså valt att exkludera analysen om informationsvärde från min studie.

4.2.2. Ideationell betydelse

I analysen av ideationell betydelse undersöker jag texternas *transitivitet*, dvs. överföringen mellan deltagare. Detta görs genom att kartlägga vilka *processtyper* som realiseras i texten samt vilka *deltagare* som knyts till dessa processer. Den ideationella analysen kan bl.a. svara på frågor om huruvida texten dynamisk eller statisk, om deltagarna i texten porträtteras som handlingskraftiga eller passiva, samt vilka *roller* som konstrueras för modelläsaaren. Såväl skriftliga som visuella element analyseras, men med något skilda medel, vilket jag kommer att återkomma till här nedan. I analysen av textens skriftliga element utgår jag från satsen som analysenhet, och tittar både på huvudsatser och bisatser. Analysen utgår också från satsens huvudverb, alltså det mest betydelsebärande verbet i satsen.

Jag arbetar, i enlighet med Björkvalls analysmodell, med tre processtyper: *handlingar*, *tillstånd* och *händelser* (2003:61). Denna indelning skiljer sig från den som traditionellt används inom den systemisk-funktionella grammatiken, då processtyperna typiskt betecknas som *relationella*, *materiella*, *verbala* eller *mentala* (se t.ex. Karlsson, 2011:23ff). I Björkvalls studie används visserligen en liknande terminologi, men där förekommer begreppen som en slags undergruppering till de huvudsakliga processtyperna. Handlingar kan vara antingen mentala, materiella eller verbala, medan händelser och tillstånd endast kan vara mentala eller materiella. Processtypen handling realiserar genom att en deltagare aktivt utför eller gör något, t.ex. *springer*, *skrattar* eller *kastar*, medan händelser betecknar skeenden som saknar en aktiv utförare, t.ex. ”Det regnar” eller ”Han blev ledsen”. Tillstånd handlar till skillnad från handlingar och händelser om mer eller mindre statiska förhållanden, t.ex. saker som *är*, *finns*, *består av* eller *har*. Till de olika processtyperna knyts också olika deltagare, vilka benämns på olika sätt beroende på funktion. Vilka deltagare som kan knytas till vilka processtyper skiljer sig också till viss del beroende på om elementet är skriftligt eller visuellt. Tabell 1 nedan visar en modell över de processtyper och undergrupper som kan förekomma i undersökningsmaterialet, samt vilka deltagare som kan knytas till skriftliga respektive visuella representationer.

Tabell 1. Översikt processtyper och deltagare

Processtyp	Undergrupp	Deltagare skriftligt	Deltagare visuellt
------------	------------	----------------------	--------------------

Handling	Materiell	aktör, målobjekt, mottagare, klient	aktör, målobjekt, interaktör
	Mental	aktör, fenomen	aktör, fenomen
	Verbal	talare, mottagare, innehåll	talare, mottagare, innehåll
Händelse	Materiell	målobjekt	-
	Mental	upplevare, fenomen	upplevare, fenomen
Tillstånd	Materiellt	bärare, attribut, identifierad, identifierande, existerande	bärare, attribut, identifierad, identifierande, existerande
	Mentalt	bärare, attribut, identifierad, identifierande, existerande	identifierad, identifierande

För att kunna applicera den ideationella analysen på textens visuella element tar jag stöd i Kress och Van Leeuwens (1996) kriterier för visuellt representerade processer. De gör emellertid en distinktion mellan *narrativa* och *konceptuella* representationer, men jag kommer i min studie inte att använda mig utav denna terminologi. Det kan dock sägas att till den första gruppen, narrativa representationer, kan handlingar och händelser knytas, och till den andra gruppen, konceptuella representationer, kan tillstånd knytas. Urskiljningen av visuellt representerade handlingar och händelser utgår ifrån förekomsten av olika *vektorer*, dvs. linjer som pekar mot någon eller något. Vektorn kan utgöras av t.ex. ett föremål, en blick eller en arm och kan antingen vara enkel- eller dubbelriktad. Kress och van Leeuwen (1996:44) definierar vektorer som den visuella processens motsvarighet till den skriftliga processens huvudverb. En visuellt representerad materiell handling kan t.ex. vara att någon trycker på en knapp, där fingret utgör en vektor mellan en person (aktör) och knappen (målobjekt). Ett exempel på en dubbelriktad materiell handling är två människor som håller hand och på så sätt skapar en vektor som pekar i båda riktningar. Deltagarna i dubbelriktade handlingar kallas för *interaktörer*. I visuellt representerade mentala handlingar fungerar blicken, alternativt en tanke-bubbla som vektor, medan verbala handlingar enbart kan realiseras genom en pratbubbla (Björkvall, 2003:65). Mentala handlingar med blicken som vektor kan vara svåra att tolka i visuella representationer, varför jag enbart kan göra tentativa tolkningar av dessa om de förekommer i mitt undersökningsmaterial. I Tabell 1 ovan listas inga deltagare för den visuella realiseringen av materiella händelser. Detta beror på att Kress & van Leeuwen anser att denna processtyp inte kan realiseras visuellt (1996:76). Däremot kan mentala händelser, liksom mentala handlingar, realiseras genom en tankebubbla (Björkvall, 2003:65).

Genom texten kan också olika typer av *roller* konstrueras för modelläsaren. Björkvall beskriver att dessa roller ska ses som olika ”byggstenar i konstruktionen av den modelläsare som realiseras på textnivån” (Björkvall, 2003:27). En text kan samtidigt konstruera flera roller för modelläsaren, till exempel i en reklamtext för ett hotell, där det står beskrivet att hotellet har en träningsanläggning där ”du kan träna aerobics, core eller spinning”. I samma text står det kanske också att hotellet erbjuder barnpassning. På detta sätt konstrueras två roller för modelläsaren, en där modelläsaren är en träningsintresserad person, och en där modelläsaren är en förälder som vill frigöra egetid.

4.2.3. Interpersonell betydelse

I analysen av annonsens interpersonella betydelser undersöker jag textens *språkhandlingar* och *modalitet*. Jag tittar även på vilken *distans* som skapas mellan modelläsare och andra deltagare knutna till annonsen, samt hur *attityder* förmedlas genom texten. Den interpersonella

analysen kan besvara frågor om hur relationer skapas mellan personer knutna till texten, både mellan de deltagare som skildras i texten, samt mellan sändare och modelläsare.

Den interpersonella metafunktionens kärna berör den interpersonella semantiken och vilka språkhandlingar som realiseras genom texten (Holmberg, 2011:98). Holmberg beskriver att man inom SFG skiljer ut två olika typer av talarroller samt två typer av utbyten. Talaren är antingen *givande* eller *krävande*, och utbytet gäller antingen *information* eller *varor och tjänster*. Genom att kombinera de olika talarrollerna och utbytestyperna är det möjligt att uttrycka fyra grundläggande typer av språkhandlingar: *påståenden*, *frågor*, *erbjudanden* och *uppmaningar* (Holmberg, 2011:99). En talare som ger information uttrycker t.ex. språkhandlingen påstående ("Kerstin är inte hemma"), medan en talare som kräver varor och tjänster uttrycker en uppmaning ("Skicka saltet!"). Tabell 2 nedan visar en överblick över de språkhandlingar som går att uttrycka genom att kombinera olika talarroller och utbyten. Holmberg poängterar dock att denna uppsättning av språkhandlingar är mycket grundläggande: den semantiska verkligheten är språkhandlingarna är nyanserade och ibland tvetydiga (2011:100). I vissa undersökningar kan det därför vara aktuellt att identifiera ytterligare språkhandlingar än de jag beskrivit här ovan. Jag kommer dock enbart att använda mig av de fyra grundläggande språkhandlingstyperna i min analys, då jag gör avgörandet att det ger mig tillräckliga verktyg för att besvara frågeställningen till min undersökning.

Tabell 2. Språkhandlingssystemet efter Holmberg (2011:99).

	Givande	Krävande
Information	Påstående	Fråga
Varor och tjänster	Erbjudande	Uppmaning

Genom avbildade personers ansiktsuttryck och gester kan språkhandlingar också realiserars visuellt genom texten. Kress och van Leeuwen menar att visuella representationer i regel enbart kan uttrycka två typer av språkhandlingar, påståenden och uppmaningar (1996:129), men Martinec (2001:132f) beskriver också hur frågor och uppmaningar kan uttryckas visuellt. Han beskriver att en fråga realiseras genom höjda ögonbryn och en uppåtgående huvudrörelse, där frågan i sig kan avslöjas genom kontexten alternativt kompletterande gester (2001:132). Erbjudanden realiseras istället genom att en deltagare räcker något mot en annan deltagare (2001:133). När en deltagare rör sin hand mot en annan deltagare utan att höja sina ögonbryn menar Martinec att ett påstående realiseras. Dessutom kan påståenden realiseras genom kulturellt kodade handgester, t.ex. en hand med tummen utsträckt (2001:132). Den sista språkhandlingstypen, uppmaningar, realiseras också genom handrörelser mot eller från en annan deltagare. För att kunna skilja på uppmaningar och påståenden är det därför viktigt att läsa in språkhandlingens kontext, och deltagarens ansiktsuttryck. När en avbildad person kräver något av läsaren, menar Kress och van Leeuwen, att hon eller han ser direkt mot kameran (1996:121f). På så sätt kan uppmaningar också avslöjas genom avbildade personers blick.

Språkhandlingssystemet är ett semantiskt system, alltså ett system som handlar om vilken betydelse som uttrycks genom språket. Det innebär att den grammatiska konstruktionen av en sats inte avgörande för den språkhandling som uttrycks. Betydelsen av en språkhandling är beroende av flera omständigheter, t.ex. i vilken kontext den uttrycks (Holmberg, 2011:100). Språkhandlingar kan också modifieras med hjälp av ett antal språkliga resurser som kallas för *modalitetsmarkörer*. Med hjälp av dessa markörer kan språkhandlingarnas betydelse förskjutats i fråga om fyra typer av modalitet: *sannolikhet*, *vanlighet*, *förpliktelse* och *villighet* (Holmberg, 2011:105). Jag undersöker två typer av modalitetsmarkörer i materialet till min undersökning: *modala hjälpverb* samt *interpersonella satsadverbial*. Dessa resurser kan delas in i på en skala mellan låg, mellanhög och hög grad av modalitet. Graden av modalitet påverkar textens interaktionella potential genom att det kan öppna upp för eller hindra en förhandling eller ett ifrågasättande av det som uttrycks genom språkhandlingen (Holmberg,

2011:106). En låg sannolikhetsmodalitet ("Jag kanske ska på festen") öppnar upp för respon- sen ("Men du kanske stannar hemma?"). Jämför med en hög grad av sannolikhet ("Jag kom- mer absolut på festen"), där en ifrågasättande respons inte är lika given. Genom att undersöka modaliteten i texten är det därför möjligt att avgöra modelläsa-rens tolkningsutrymme och fri- het till olika responsmöjligheter.

Analysen av modalitet är inte begränsad till textens skriftliga element, men modalitetstyperna för visuella representationer skiljer sig från de jag beskrivit här ovan. Jag utgår från tre olika typer av modalitet i analysen av textens visuella element: *naturalistisk modalitet*, *villig- het/ovilja* samt *försiktighet/säkerhet*. Begreppet naturalistisk modalitet är hämtat från Kress & van Leeuwen (1996) och handlar om huruvida visuella representationer presenteras som verk- liga eller inte. Graden av naturalistisk modalitet påverkas av flera faktorer, bland annat bil- dens färgåtergivning och detaljrikedom (Kress & van Leeuwen, 1996:165). En bild i gråskala strider mot vår uppfattning om verkligheten, och har därför lägre naturalistisk modalitet än en bild med fullt mättade färger. Av samma anledning är modaliteten lägre i abstraherade repre- sentationer än i fullt detaljerade. Modalitetstyperna villighet/ovilja respektive försiktig- het/säkerhet förekommer enbart hos personer som är avbildade i texten och mäts genom per- sonernas kroppshållning och muskelspänning (Martinec, 2001:124). En framåtlutad kroppshållning indikerar enligt Martinec en villighet hos den avbildade personen att utföra en viss uppgift, medan en bakåtlutad kroppshållning indikerar ovilja. Muskelspänning hos den avbil- dade personen visar på försiktighet hos personen medan avslappnade muskler indikerar sä- kerhet. Modaliteten kan vara antingen hög eller låg och graderas utifrån hur fram- eller bakåt- lutad personen är, samt hur spänd eller avslappnad hon eller han är (Martinec, 2001:124).

För att vidare utreda de relationer som skapas mellan personer knutna till texten kommer jag att undersöka vilken symbolisk distans som skapas mellan Försvarmakten, modelläsa-ren och avbildade personer i texten. Jag undersöker tre typer av distansmarkörer i textens skriftliga representationer: *personliga pronomen*, *syntax* och *lexikon*. De personliga pronomen under- söks därför att jag på så sätt kan avgöra hur läsartilltalet ser ut i texten. Ett du-tilltal i texten skapar t.ex. en större närhet mellan sändare och modelläsa-re än ett ni-tilltal (Björkvall, 2003:71, Hellspong & Ledin, 1997:181). Distansen i texten påverkas även av hur sändaren refererar till sig själv, t.ex. "Vi", "Försvarmakten" eller "Jag". Jag tittar också på hur avance- rad eller enkel den syntax som används i texten är. En avancerad syntax med många under- ordningar och utbyggda fraser är mer distanserande än en enkel syntax och vardaglig syntax (Björkvall 2003:71). Dessutom ökar distansen i texten genom användandet av svåra, kompli- cerade eller abstrakta ord. Den sista distansmarkören jag kommer att undersöka gäller för vi- suella representationer och handlar om på vilket avstånd personer i texten är avbildade. Kress & van Leeuwen (1996:130) beskriver att det fysiska avståndet mellan avbildade personer och läsaren också symboliserar det sociala avståndet mellan deltagarna. Bilden kan antingen vara en *närbild*, en *medelavståndsbild* eller en *distanserad bild*, där en närbild är det mest person- liga och en distanserad bild är det mest opersonliga. Valet av avstånd påverkar därför om lä- saren uppfattar den avbildade personen som en vän eller en främling, men Kress och van Le- euwen understryker att dessa relationer är imaginära (1996:132). Texten kan endast presen- tera personer *som om* de är vänner eller *som om* de är främlingar.

Med hjälp av Martin och Whites (2005) teori om *appraisal* kommer jag även att undersöka de attityder som förmedlas genom textens interpersonella metafunktion. Teorin ger verktyg och begrepp som gör det möjligt att undersöka hur deltagare knutna till en text tar ställning till sina egna uttalanden, samt hur de förhåller sig till mottagaren av uttalandet (2005:1). Både deltagare som skildras i texten, samt personer som är externt kopplade till texten kan under- sökas i fråga om appraisal. I mitt fall syftar analysen till att undersöka förhållandet mellan sändare och modelläsa-re, samt mellan modelläsa-re och andra deltagare i texten. Systemet för appraisal delas in i tre interaktiva domäner för att uttrycka värdering genom språket: *attityd*, *engagemang* och *gradering*. Jag kommer dock enbart att undersöka den första av dessa do- mäner i min undersökning. I sig kan domänen attityd ytterligare delas in i tre olika kategorier:

affekt, bedömning och *uppskattning*. Inom kategorin affekt ryms resurser för att uttrycka positiva och negativa känslor, t.ex. att någon är glad eller arg. Affekt behöver dock inte uttryckas genom adjektiv, utan kan också uttryckas genom nominaliseringar (sorg, glädje) eller processer som är associerade med känslouttryck (gråta, sakna) (Martin & White, 2005:46). När vi värderar andras beteende i förhållande till sociala normer handlar det istället om kategorin bedömning. En bedömning kan t.ex. vara att vi beskriver en person som snäll, pålitlig eller skicklig. Bedömningar kan uttryckas genom adjektiv (som i exemplen här ovan), adverb (duktigt, snabbt) eller verb ("du borde inte göra så") (Björkvall, 2003:76). Den tredje och sista kategorin, uppskattning, används i huvudsak för att uttrycka attityd till saker (Vilken bra låt!) och processer (Det är hälsosamt att träna) (Martin & White, 2005:56). Uppskattning kan aldrig användas för att bedöma människors beteende, men kan däremot användas för att värdera människors utseende (Björkvall 2003:76). Det är inte alltid attityder är explicit utskrivna i texten på det sätt som jag visat i mina exempel. Ibland uttrycks attityder mer subtilt, vilket kräver att även kontexten till varje sats tas i beaktning (Martin & White, 2005:61)

4.2.4. Rekontextualisering

Analysen av textens *rekontextualisering* berör vilka diskurser och genrer som närvarar och dominerar i texten, vilka relationer texten har till andra texter samt vilka övergripande presuppositioner vi kan göra om modelläsaen. Jag använder i analysen ett diskursanalytiskt angreppssätt för att identifiera diskurser och genrer i texten, och undersöker dessutom textens *inter-* och *extratextualitet*.

Rekontextualisering är ett begrepp som används inom språkvetenskapen för att beskriva hur diskurser och diskursivt innehåll rör sig mellan olika kommunikativa situationer för att skapa ny mening. Per Linell (2009:145) beskriver att rekontextualisering innebär att delar eller aspekter från en text, diskurs eller genre förs över till en annan kontext. Rekontextualisering kan ske på olika sätt i texten, bland annat genom dess *intertextualitet*. Fairclough (1992:104) använder begreppet intertextualitet för att beskriva en texts relationer till andra texter. Han menar att ingen text existerar helt isolerat från andra texter, utan kopplas till andra texter och diskurser. Bakhtin (1981:293) uttrycker denna tanke om texters samhörighet genom orden "The word in language is half someone else's". Han menar med detta att redan då vi tar ett ord i vår mun är det genomsyrat med spår av andra ord och betydelser, varför det aldrig helt kan bli vårt eget. I min analys kommer jag att tala om två olika typer av intertextualitet: *manifest intertextualitet* och *interdiskursivitet*. Den manifesta intertextualiteten kan ses som mer eller mindre explicit markerade lån från andra texter, t.ex. genom citationstecken (Fairclough, 1992:104). Exempel på manifest intertextualitet är bland annat då jag i den här undersökningen citerar eller refererar till andra undersökningar och skrifter. Interdiskursivitet skiljer sig från manifest intertextualitet på två plan: dels eftersom att begreppet handlar om konventioner eller normer från andra genrer eller diskurser snarare än konkreta texter, dels eftersom interdiskursiva relationer inte är lika tydligt manifesterade i texten.

Björkvall (2003:80) använder begreppet *extratextualitet* för att beskriva de sociala, ekonomiska, kulturella egenskaper vi kan tillskriva modelläsaen utifrån textens konstruktion. Som exempel menar Björkvall att en annons som gör reklam för en bil presupponerar en modelläsaer med vissa ekonomiska förutsättningar och att en annons som hänvisar läsaren till en webbsida presupponerar en modelläsaer med tillgång till dator och internetuppkoppling. I min analys kommer jag inte att undersöka webbadresser som ett exempel på extratextualitet, eftersom det idag är så vanligt med internetuppkoppling att det i min mening blir ointressant att diskutera.

5. Resultat

I detta avsnitt presenterar jag resultaten från min analys av undersökningsmaterialet. Varje annons presenteras under en egen rubrik och resultatredovisningen är indelad i de fyra delar som presenterades i avsnittet ovan: komposition, ideationell betydelse, interpersonell betydelse samt rekontextualisering. För att lättare följa med i analysen finns det undersökta kampanjmaterialet att hitta i bilaga 1–3.

5.1. Det där löser sig nog

5.1.1. Komposition

Annonsen delas in i 6 element:

1. Skadad bro
2. Skogsmiljö, vattendrag och fjärran människor
3. Rubrik ”Det där löser sig nog”
4. Text ”Eller? När alla andra ser på [...]”
5. Text ”Välkommen till vår verklighet”
6. Försvarsmaktens logga

Annonsen visar en skadad bro kantad med nedblåsta träd och bråte (1). Bron leder över ett översvämmat vattendrag och övergår i bakgrunden till en väg där några människor står samlade (2). Det samlade intrycket av de omständigheter som skildras i de visuella elementen är att platsen drabbats av en ödeläggande naturkatastrof. En stor spricka i bron (1) utgör en avgränsning till annonsens skriftliga element, där rubriken (1) ”Det där löser sig nog” står överst. Nedanför finns textstycke (4) ”Eller? När alla andra ser på [...]” som är avgränsat till textelement (5) ”Välkommen till vår verklighet”. Avgränsningen markeras med hjälp av avstånd samt ett fetat typsnitt, men är ändå relativt svag vilket skapar en känsla av samhörighet mellan elementen. Till höger om element (4) och (5) finns Försvarsmaktens logga (6) som är tydligt avgränsat genom en vertikal linje.

Mest framskjuten i bilden är bron (1) som tar en stor del av annonsutrymmet i anspråk. Brons räcken, samt den stora spricka som avgränsar till de skriftliga elementen skapar en inramning som ytterligare förstärker bronns framskjutenhet. Det näst mest framskjutna elementet är rubriken (3) ”Det där löser sig nog”, som också är det andra elementet i den önskade läsordningen. Rubriken är framskjuten genom storlek och kontrasterande färger, samt ett typsnitt som skiljer sig från övriga element. Därefter läses textelement (5) ”Välkommen till vår verklighet” som framskjuts genom ett fetat typsnitt. Sist läses element (4) ”Eller? När andra ser på [...]” och (6), Försvarsmaktens logga, vilka inte är särskilt framskjutna.

5.1.2. Ideationell betydelse

Samtliga processer i annonsens skriftliga element är materiella, och de flesta av dessa realiserar handlingar. Ett antal händelser och tillstånd kan även identifieras i texten, till exempel rubriken (3) ”Det där löser sig nog”, som realiserar en materiell händelse med målobjektet ”det där”. Målobjektet syftar på till synes det kaos som porträtteras genom textens visuella element. Att processen är en händelse innebär att det saknas en utlösande förstadedeltagare, situationen förväntas ordna upp sig utan yttre påverkan. Värt att notera är också att ”Det där löser sig nog” är en passiv sats som tydligt kontrasterar mot annonsens annars mycket handlingsinriktade skriftliga element, där processerna i huvudsak är aktiva och uteslutande transi-

tiva. Passiva satser är i regel mer abstrakta än aktiva satser, och i detta fall är betydelsen av påståendet dessutom rentav absurd i det att den strider mot sunt förnuft.

Förstadedeltagare finner vi däremot i textens materiella handlingar. I satsen ”När andra ser på måste någon agera” återfinns aktören ”någon”, som föranleds av tidsomständigheten ”när andra ser på”. Nästa sats är ett materiellt tillstånd där den identifierade deltagaren ”att bistå vid naturkatastrofer” knyts till den identifierande deltagaren ”en del av vår (Försvarmaktens) verklighet”. Detta lyfter fram tolkningen att aktören ”någon” från föregående process egentligen är en annan benämning för Försvarmakten. I början av texten förekommer modelläsaren överhuvudtaget inte som deltagare. Den första förekomsten är som mottagare i den materiella handlingen ”Då kan Försvarmakten erbjuda dig en utbildning [...]”, där Försvarmakten fungerar som aktör. I den underordnade handlingen ”där du kan göra skillnad” är modelläsaren aktör. Modelläsaren är även implicit förstadedeltagare i den materiella handlingen ”Ansök till grundläggande militär utbildning [...]” och det materiella tillståndet ”välkommen till vår verklighet”. Visuellt realiserar inga händelser eller handlingar. Människorna i bakgrunden är avbildade på så långt avstånd att dess handlingar inte kan identifieras, och i övrigt visas endast inanimata objekt och företeelser. Bron realiserar ett symboliskt materiellt tillstånd där den får deltagarrollen existerande.

Försvarmakten porträtteras i annonsen som handlingskraftig och pålitlig, kanske till och med som ett slags hjältefigur. För modelläsaren konstrueras istället två olika roller. I den ena rollen är modelläsaren någon som plikttroget ställer upp för att hjälpa andra och som vill bli en del av Försvarmaktens gemenskap av hjältar. I den andra rollen är modelläsaren undvikande, och vill helst att andra ska sköta situationer av det slag som presenteras i annonsens skriftliga element. Dessa motstridiga roller utgör samtidigt två olika sidor av modelläsaren.

5.1.3. *Interpersonell betydelse*

Samtliga typer av språkhandlingar förekommer i textens skriftliga element, utan övervikt av en viss typ. En del av dessa är tvetydiga och kan uppfattas på olika sätt beroende på läsare, men jag utgår såklart från modelläsarens tolkning i min analys. Ett exempel på denna tvetydighet är satsen ”Kan det bli en del av din?” i textelement 4. Medan den empiriska läsaren företrädesvis uppfattar detta som en fråga, kan modelläsaren istället uppfatta det som en uppmaning som syftar tillbaka på påståendet ”När alla andra ser på måste någon agera”. Annonserna är inte visuellt kontaktskapande då de avbildade människorna i bakgrunden (2) syns på så långt avstånd att de inte kan sägas uttrycka någon språkhandling. Varken deras ansiktsuttryck eller gester går att läsa av.

Texten innehåller ett satsadverbial och två modala hjälpverb. Satsadverbialet ”nog” uppkommer i påståendet ”Det där löser sig *nog*” och modifierar satsen utifrån sannolikhet. I grunden betecknar satsadverbialet ”nog” hög sannolikhet, men i detta specifika fall kan sägas att det faktiskt sänker sannolikhetsgraden i satsen. Detta kan illustreras genom att vi tar bort satsadverbialet ”nog”, vilket bildar en mening där sannolikheten upplevs större (”Det där löser sig”). Det modala hjälp verbet ”måste” betecknar hög förpliktelse i påståendesatsen ”När alla andra ser på *måste* någon agera”. Att någon *måste* agera uttrycks i meningen som odiskutabelt. Hjälp verbet ”kan”, som betecknar låg sannolikhet, uppkommer två gånger i erbjudandesatsen ”Då *kan* Försvarmakten erbjuda dig en utbildning som leder till en tjänstgöring där du *kan* göra skillnad”. Sannolikheten att Försvarmakten kommer att erbjuda modelläsaren en utbildning är alltså låg, och dessutom är det osäkert att modelläsaren kommer att göra skillnad i den tjänstgöring som utbildningen leder till. I de visuella elementen är den naturalistiska modaliteten något låg då färgåtergivningen är nedtonad.

I annonsens skriftliga element används en okomplicerad syntax. Lexikonet är inte avancerat, men ändå inte vardagligt. Ord som ”agera” och ”bistå”, samt ett antal grammatiska metaforer, t.ex. ”utbildning” och ”tjänstgöring” skapar en viss distans mellan sändare och modelläsare. Läsartilltalet går från något distanserat i rubriken (1) och inledningen av textelement (4) till att bli direkt i slutet av samma element. Människorna i bakgrunden (2) är avbildade på mycket långt avstånd och är således socialt distanserade från modelläsaren, enligt Kress och van Leeuwens teorier (1996:130). Den iögonfallande sprickan i brons förgrund (1) tycks också förstärka distansen genom att utgöra en tydlig en gräns mellan modelläsaren och människorna på andra sidan bron.

Genom satsen ”När alla andra ser på måste någon agera” i textelement (4) uttrycks en negativ bedömning av andra människors beteende. Avsändaren (Försvarsmakten) anser inte att det är försvarbart att passivt se på när människor far illa, vilket andra tycks göra. Bedömningen gäller alltså inte bara en viss person eller grupp av människor, utan ”alla andra” utom Försvarsmakten. I övrigt förekommer inga tydliga uttryck för attityder i texten, varken i de skriftliga eller visuella elementen. Jag uppfattar trots detta en utmanande tonalitet i texten som inte fångas upp då den inte kan exemplifieras genom utdrag i texten. White (2012) beskriver hur texter ibland snarare än att förmedla attityder kan provocera till eller väcka en bedömning hos läsaren. Detta sker då texten omskriver ämnen som är starkt normerade i samhället, och där modelläsare och avsändare delar samma sociala normsystem. På så sätt kan satsen ”Att bistå vid naturkatastrofer är en del av vår verklighet” eventuellt väcka en positiv bedömning av Försvarsmaktens beteende hos modelläsaren.

5.1.4. *Rekontextualisering*

Jag vill kalla den i texten dominerande diskursen för ”skyldighetsdiskurs”, därför att den verklighetsuppfattning som förmedlas genom texten innebär att människor anses ha vissa moraliska plikter att uppfylla gentemot sina medmänniskor. Diskursen är samtidigt dualistisk på så vis att vissa människor anses agera för att uppfylla dessa plikter, t.ex. Försvarsmakten, medan andra bara ”ser på”. Den centrala frågan i annonsen är alltså huruvida modelläsaren vill förbli en åskådare eller bli en aktör.

Inga tydliga exempel på manifest intertextualitet eller interdiskursivitet återfinns i texten. Möjligen finns en interdiskursiv relation i rubriken (1) ”Det där löser sig nog”. Rubriken följs i textelement (4) av den fragmenterade satsen ”Eller?”, som ifrågasätter sannolikheten i det som står ovan. Rubriken presenterar alltså en uppfattning som inte är kompatibel med den diskurs som i övrigt dominerar texten. Då modelläsaren accepterar den dominerande diskursen i texten kan hon eller han också antas uppfatta orimligheten i att det scenario som presenteras visuellt ska lösas utan hjälp utifrån. Men samtidigt presenteras rubriken som om den imiterade modelläsarens egna tankar, vilket presupponerar att modelläsaren kan relatera till den uppfattning som presenteras.

5.1.5. *Modelläsaren*

Modelläsaren i annonsen *Det där löser sig* har en förmåga att förminska allvaret i kritiska situationer och förlita sig på att andra tar hand om dem. Men samtidigt förstår modelläsaren att hon eller han också har en skyldighet att ställa upp när andra behöver hjälp. Hon eller han hyser en ödmjukhet till Försvarsmakten och ser med beundran på de insatser som organisationen utför. Diskrepansen mellan vad modelläsaren ser sig skyldig till att göra och vad hon eller han faktiskt gör kan antas skapa en känsla av otillräcklighet hos modelläsaren.

De människor som finns avbildade i annonsens bakgrund (2) är socialt distanserade från modelläsaren. Modelläsaren lever på ena sidan av den skadade bron (1) och de avbildade människorna lever på den andra. Dessa två platser skiljer sig mycket från varandra, modelläsaren lever i en skyddad verklighet där hon eller han kan betrakta katastrofer på avstånd, medan de avbildade människorna lever mitt i stormens öga. Annonstexten försätter läsaren i ett vägskaal. Hon eller han måste nu bestämma sig för att antingen fortsätta i samma oföretagsamma hjulspår, eller uppfylla sina moraliska plikter och bildligt talat bege sig till den verklighet som väntar på andra sidan bron.

5.2. *Vad håller du på med?*

5.2.1. *Komposition*

Annonsernas delas in i 6 element:

1. Avbildad kvinna med böcker i händerna
2. Rubrik "Vad håller du på med?"
3. Bokhylla med färgkoordinerade böcker
4. Trästol med böcker på sitsen
5. Text "Vi håller på med att röja spår [...]"
6. Försvarsmaktens logga

I annonserna syns en framåtlutad kvinna (1) med tre böcker i händerna. Kvinnan ser ut att vara mitt i en rörelse och tittar direkt mot kameran. Under henne står en stol (4) med en trave böcker ovanpå, och i bakgrunden syns en bokhylla (3) fylld med böcker koordinerade efter färg. Under kvinnans händer syns rubriken (2) "Vad håller du på med?" vilken är understruken med en tjock linje. Nedanför rubriken (2) finns textstycke (5) "Vi håller på med att röja spår [...]" och till höger om detta Försvarsmaktens logga (6).

Kvinnan (1) är på grund av sin storlek och centrala placering det visuellt mest framskjutna elementet i annonserna. Hon utgör också det första elementet i den önskade läsordningen, varpå blicken dras mot den mittre och övre delen av bokhyllan (3) som är framskjuten genom sina starkt konstaterande färger. Därefter läses rubriken (2) som är understruken med en linje, och som till viss del är inramad av kvinnans kropp. Sist läses textstycke (5) och Försvarsmaktens logga (6).

5.2.2. *Ideationell betydelse*

En materiell handling realiseras visuellt genom den avbildade kvinnan (1). Hennes armar utgör en vektor från henne själv till de böcker hon håller i händerna, vilket visar på ett samband mellan de två deltagarna. Exakt vilken handling som utförs kan jag inte med säkerhet avgöra, men min tolkning är att hon plockar upp dem från stolen (4). Kvinnan är alltså aktör och böckerna målobjekt. Denna handling kan också ses som en del i en större materiell handling, att kvinnan sorterar böckerna i bokhyllan (3). Samma bokhylla är även deltagare i ett materiellt tillstånd, där den fungerar som identifierande för kvinnan (1). Kvinnan identifieras dels som en litterärt intresserad person, och genom böckernas färgkoordination identifieras hon också som estetiskt styrd eller till och med ytligt lagd. Jag gör denna tolkning utifrån min uppfattning att en färgkoordinerad ordning kan anses vara mindre lättillgänglig än en alfabetisk ordning, varför det är utseendet snarare än funktionen av ordningen som tycks vara betydelsefull för kvinnan.

I annonsens skriftliga element (2) och (5) realiseras fyra materiella handlingar, ett materiellt tillstånd och en materiell händelse. Att samtliga processer är materiella indikerar att texten är konkret, vilket också gäller för de flesta av textens deltagare. Texten är också handlingsinriktad, vilket bekräftas av övervikten av handlingar gentemot andra processtyper. I annonsen rubrik (2) är ”du” aktör i en materiell handling: ”Vad håller du på med?”. Det är inte helt tydligt om aktören ”du” syftar till modelläsaaren, eller till den avbildade kvinnan (1). Jag gör tolkningen att både modelläsaaren och den avbildade kvinnan (1) fungerar som aktör i handlingen, eftersom kvinnan tillsynes reagerar på innehållet i satsen. Handlingen ”Vad håller du på med?” är på detta vis i det närmaste verbal snarare än materiell, men då den inte omges av en pratbubbla kan jag inte kategorisera den som en verbal handling. Rubriken kan även ses som en vektor som pekar mot kvinnan (1), vilket förstärker tanken om att kvinnan fungerar som aktör i handlingen.

Under rubriken (2) ändrar texten fokus till att kretsa kring Försvarmakten snarare än modelläsaaren. Textelement (5) inleds med två materiella handlingar med aktören ”vi”, som alltså syftar till avsändaren Försvarmakten: ”Vi håller på med att röja spår vid snöoväder”, ”och undsätta nödställda i fjällen”. Till dessa processer tillkommer två respektive omständigheter, ”vid snöoväder” samt ”i fjällen”. Genom satsen ”En tjänstgöring inom Försvarmakten är en möjlighet att göra skillnad, på riktigt” realiseras ett materiellt tillstånd där ”en möjlighet att göra skillnad, på riktigt” fungerar som identifierande till förstadedeltagaren ”En tjänstgöring inom Försvarmakten”. I näst sista meningen av textelement (5) realiseras dock en materiell handling där modelläsaaren återkommer som deltagare: ”Ansök till grundläggande militär utbildning [...]”. Handlingen är skriven i imperativform och saknar alltså förstadedeltagare, men implicit realiseras modelläsaaren som aktör.

Trots att texten i första hand fokuserar på textens avsändare, Försvarmakten, konstrueras en roll för modelläsaaren inredningsintresserad och estetiskt styrd. Jag har emellertid diskuterat dessa egenskaper som identifierande för kvinnan (1), men jag anser att de också gäller för modelläsaaren. Jag gör denna tolkning då jag uppfattar att kvinnan presenteras som att hon faktiskt är en del av modelläsaaren, bland annat då de, som jag diskuterat här ovan, länkas samman genom handlingen ”Vad håller du på med?”. Följaktligen är tolkningen att modelläsaaren ska identifiera sig med kvinnan (1) och på så sätt ”ärver” de egenskaper och attribut som tillskrivs henne.

5.2.3. *Interpersonell betydelse*

Annonsen är starkt kontaktskapande, framför allt genom den avbildade kvinnan (1) som söker interagera med modelläsaaren genom sin blick. Personer som i annonser söker kontakt med modelläsaaren realiserar oftast uppmaningar (Björkvall, 2003:69), men på grund av kvinnans frågande ansiktsuttryck vill jag i detta fall snarare säga att hon realiserar en fråga, där hon ifrågasätter sitt eget handlande. Den språkhandlingstyp som dominerar i texten är påstående, men också en fråga (”Vad håller du på med?”) och en uppmaning (”Ansök till grundläggande militär utbildning [...]”) kan identifieras. Jag vill dock poängtera att samma text kan uppfattas på skilda vis av olika läsare, vilket betyder att den grammatiska konstruktionen av en mening inte alls behöver matcha den semantiska tolkningen. Ett bra exempel på detta är meningen ”En tjänstgöring inom försvarmakten är en möjlighet att göra skillnad, på riktigt”. Meningen är grammatiskt konstruerad som ett påstående, men det är rimligt att anta att modelläsaaren istället uppfattar detta som ett erbjudande, varför jag har kategoriserat den som en sådan.

Modaliteten är i det närmaste obefintlig i textens skriftliga element; modala hjälpverb och satsadverbial förekommer inte alls. Däremot förekommer modalitet i de visuella elementen. Den avbildade kvinnan (1) och de omgivande visuella elementen har en hög naturalistisk modalitet med mättade färger och hög detaljåtergivning. Kvinnan (1) står framåtutad och hennes

muskler är tillsynes spända. Enligt Martinec (2001) bör detta betyda att kvinnan uppvisar vilighet och försiktighet, men jag har anledning att tveka i detta specifika fall. Framåtlutningen och till viss del muskelspänningen kan förklaras med att hon är mitt uppe i en handling där hon böjt sig ner för att plocka upp ett antal böcker från stolen (4). Huruvida muskelspänningen helt kan förklaras med den pågående handlingen är dock mer tveksamt än framåtlutningen. Förutom kvinnans armar ser också hennes axlar ut att vara spända och något uppdragna, vilket indikerar försiktighet hos kvinnan.

Den distans som i de skriftliga elementen skapas mellan modelläsare och Försvarmakten är liten. Läsartilltalet är direkt och syntaxen mycket enkel. Det förekommer över huvud taget inga underordnade satsar, endast en samordning. Kvinnan (1) är porträtterad på medelavstånd vilket enligt Kress och van Leeuwen (1996:130) visar på ett visst socialt avstånd mellan henne och modelläsaren, hon är varken bekant eller främmande. Just detta fall är dock speciellt med tanke på min tolkning att modelläsaren identifierar sig med kvinnan. Det bör ju innebära att distansen mellan de två deltagarna är helt obefintlig; de är en och samma person. En tolkning är att det visuella avståndet istället ska symbolisera den distans som modelläsaren upplever till delar av sig själv. Jag vill dock understryka att detta är en fri tolkning, och att den därför ska ses med en kritisk blick.

Attityder uttrycks i liten grad i annonsen skriftliga element. I satsen ”En tjänstgöring inom Försvarmakten är en möjlighet att göra skillnad, på riktigt” uppfattar jag möjligen en negativ bedömning av modelläsarens beteende. Jag gör denna bedömning trots att modelläsaren inte förekommer som deltagare i den process som realiserar, eftersom den samtidigt utgör ett erbjudande riktat till modelläsaren. Adverbialen ”på riktigt” antyder en kontrast till det som sker nu, där modelläsaren kanske tror sig göra skillnad, men inte gör det egentligen. Affekt uttrycks visuellt i annonsen genom kvinnans ansiktsuttryck. Hon har öppen mun och vidöppna ögon, och ögonbrynen ser ut att vara något höjda. Möjligen är huvudrörelsen bakåtgående, men detta är svårt att avgöra med tanke på kvinnans framåtlutade position. Den affekt kvinnan uttrycker är alltså överraskning med möjliga inslag av rädsla, en känslökombination som sammantaget skulle kunna benämnas som påkommenhet.

5.2.4. *Rekontextualisering*

Den diskurs som dominerar i texten skulle kunna kallas för en filantropisk diskurs, där människor förväntas vilja göra gott i världen. I textens skriftliga element finns inga tydliga intertextuella relationer, men det finns däremot i textens visuella element. De böcker som finns avbildade i annonsen kan alla ses som enskilda exempel på manifest intertextualitet. En stor mängd böcker är avbildade, men den mest framskjutna av dessa är Klas Östergrens roman *Gentlemen*, vilken kvinnan håller i händerna ytterst mot kameran. Denna bok kan kopplas till en skönlitterär och eventuellt finkulturell diskurs med tanke på att Klas Östergren är en mångfaldigt prisbelönt författare som sedan februari 2014 dessutom är invald ledamot i Svenska Akademien (2014). Detta presupponerar att modelläsaren är litterärt intresserad person som är förtrogen med en finkulturell diskurs. I övrigt är det svårt att avläsa alla typer av böcker som syns i annonsen, men en överblick säger att de flesta av dem är skönlitterära.

5.2.5. *Modelläsaren*

Den modelläsare som konstrueras i annonsen är intresserad av litteratur och kan relatera till en finkulturell diskurs. Dessa diskurser är vanligen sammankopplade med en akademisk diskurs vilket ger intrycket att modelläsaren genomgår eller har genomgått högre utbildning. Utifrån tolkningen att modelläsaren ska identifiera sig med den avbildade kvinnan (1) kan vi också anta modelläsaren är en ung kvinna. Modelläsaren presenteras som ordningsam och

intresserad av inredning genom identifikationen med kvinnan (1), och även om hon finner nöje i att engagera sig i dessa intresseområden kan hon också förstå att detta är felaktig prioritering av tiden. Det är möjligt att tolka distansen mellan kvinnan (1) och modelläsa- ren som en symbolisk representation av det avståndstagande modelläsa- ren gör till dessa egenskaper hos sig själv.

Modelläsa- ren accepterar den filantropiska diskurs som dominerar i texten och förstår att hon egentligen borde försöka göra skillnad som påverkar mer än hennes egen bokhylla. Därför skäms modelläsa- ren, i likhet med kvinnan (1), när annonsen kommer på henne med att ägna sig åt aktiviteter som hon egentligen vet är meningslösa. Modelläsa- ren känner alltså en moralisk press att bryta med sin ytliga livsstil och istället börja göra mer betydelsefull skillnad. Huruvida modelläsa- ren egentligen *vill* göra detta är dock oklart, men erbjudandet att ansöka till Försvarsmakten presenteras som en möjlighet för kvinnan att förbättra sin egen självbild och komplettera sin identitet med den del av henne som saknas.

5.3. *Det är mycket nu*

5.3.1. *Komposition*

Annonsen delas in i 5 element:

1. Rubrik ”Piratattacker hotar bistånd till Somalia [...]”
2. Kargt landskap med två tält i bakgrunden
3. Avbildad pojke
4. Text ”Det är mycket nu [...]”
5. Försvarsmaktens logga

Större delen av annonsen domineras av rubriken (1) ”Piratattacker hotar bistånd till Somalia [...]”. I bakgrunden (2) syns ett kargt landskap med jordigt underlag och två stora tält längst upp i bild. I förgrunden står en liten pojke (3). Han tittar (till synes) mot kameran och håller händerna bakom ryggen. En tolkning är att bakgrunden och pojken ska representera Somalia, vilket återknyter till rubriken (1). Den avbildade pojken är grymig i bildkvaliteten vilket ger en känsla av att han håller på att suddas ut. Dessutom är hans klädsel av sådan färg att han tycks smälta in i bakgrunden. Jag väljer dock att behandla pojken som ett enskilt element då han är tydligt inramad av omkringliggande element, samt just eftersom han är en människa. Lägst ner till vänster finner vi textstycket ”Det är mycket nu [...]” (4) vilket avskiljs med en vertikal linje från Försvarsmaktens logga till höger (5).

Rubriken (1) är både i färg och storlek starkt framskjuten i bilden. Den täcker nästan två tredjedelar av annonsen, och den tjocka vita texten skapar en kontrast mot bakgrunden (2). Detta element är alltså först i den önskade läsordningen. Därefter vandrar blicken till pojken (3), som är framskjuten genom visuell inramning. Han fungerar som en vektor som leder läsaren till (5) Försvarsmaktens logga. Sist i läsordningen är textstycket (4) ”Det är mycket nu [...]”.

5.3.2. *Ideationell betydelse*

De skriftliga elementen (1) och (4) realiserar i huvudsak materiella handlingar, men även materiella tillstånd samt en materiell händelse och mental handling kan identifieras. Första satsen i rubriken (1) ”Piratattacker hotar bistånd till Somalia” realiserar ett materiellt tillstånd som inbegriper två abstrakta deltagare, aktören ”Piratattacker” och målobjektet ”bistånd till Somalia”. Processen är grammatiskt utformad som en handling, men tolkas semantiskt som ett tillstånd av flera skäl: Dels eftersom att deltagaren ”Piratattacker” betecknar ett slags fenomen

och omöjliga kan utgöra en aktör, dels eftersom att processen inte är tidsbestämd och kunde skrivas om som ”Bistånd till Somalia är hotat av piratattacker”. I nästa process i rubriken (1) blir deltagaren betydligt mer konkret. Även här rör det sig om ett materiellt tillstånd ”finns det nåt korsord i den här tidningen tro?”. Här finns en existerande deltagare, ”nått korsord”, samt en rumsangivande omständighet ”i den här tidningen” som syftar till den tidning som annonsen är tryckt i.

Processen ”Det är mycket nu” i textstycke (4) kan både tolkas som ett mentalt eller materiellt tillstånd. Det blir materiellt om det kopplas till rubriken (1) och att det sker mycket saker i världen, men det kan också bli mentalt om det syftar till modelläsarens egna känslor. I så fall blir den implicita deltagaren, modelläsaren, bärare av attributet ”mycket nu”. Modelläsaren antas då ha mycket saker att tänka på, t.ex. huruvida det finns ett korsord eller inte i tidningen. För mig framstår handlingen som lekfullt dubbelriktad, och är troligen medvetet konstruerad för att kunna tolkas på båda sätt. I resterande del av textstycke (4) dominerar deltagaren ”du” (modelläsaren). Då de flesta av satserna är skrivna i imperativ saknas i många fall en explicit förstadedeltagare, men det är tydligt att det är skrivet direkt till modelläsaren, t.ex.: ”Läs mer om en framtid som officer, soldat eller sjöman [...]”. Den enda deltagare som framkommer visuellt i texten är pojken (3), som fungerar som identifierad i ett materiellt tillstånd. Han utgör samtidigt en vektor mellan rubriken (1) och Försvarmaktens logga (5) vilket tillsammans med annonsens bakgrund (2) bildar omständigheter till hans existerande. Han lever i Somalia och hotas därmed av de uteblivna bistånd som omskrivs i rubriken. Rubriken (1) och bakgrunden (2) kan därför anses vara identifierande deltagare i processen.

Texten är dynamisk genom att gå från passiv (materiella tillstånd) till handlingsinriktad (materiella och mentala handlingar). Modelläsaren ges en roll som potentiell välgörare, någon som vill ”göra skillnad” men inte gör det i nuläget. De flesta processer syftar till modelläsarens handlingar och konstrueras som något hon eller han vill/bör göra, t.ex. i satsen: ”Men ansök till Försvaret senast den 1 september så kan du få en möjlighet att göra skillnad på riktigt”.

5.3.3. Interpersonell betydelse

Samtliga språkhandlingstyper används i texten, med en liten övervikt av uppmaningar. Dessa förekommer skriftligt i textstycke (4) genom satserna ”Läs mer om en framtid som officer, soldat eller sjöman [...]” samt ”Eller tänk tanken i alla fall”. Textens tredje uppmaning förmedlas istället visuellt genom den avbildade pojken i förgrunden (3). Pojken tittar mot kameran, men på grund av skuggning som döljer hans ögon är det svårt att avgöra om han tittar *in i* kameran. Då jag ändå uppfattar det som att pojkens blick är riktad mot läsaren realiserar sig genom honom en uppmaning till identifikation.

Distansen mellan modelläsare och sändare är generellt kort i texten. Detta markeras genom ett personligt tilltal i textstycke (4) och en genomgående ganska okomplicerad syntax. Mest distanserad är första satsen i rubriken (1) (”Piratattacker hotar bistånd till Somalia”) där deltagarna är abstrakta och presenteras som om de är okända för modelläsaren. Däremot är den andra satsen i rubriken (”finns det nått korsord i den här tidningen tro?”) inte alls distanserad, utan snarare talspråklig. Det kan närmast tyckas att sändaren försöker placera sig *i* modelläsarens huvud. De två satserna i rubriken skulle kunna utgöra två enskilda meningar men skrivs ändå samman utan interpunktion, vilket ger känslan av en ofokuserad tankegång. Denna teknik liknar det som inom litteraturvetenskapen kallas för *erlebte rede* eller *täckt anföring*, där berättaren återger karaktärers känslor och upplevelser utan att explicit markera detta. Visuellt presenteras den avbildade pojken (3) på ett mycket distanserat vis då han syns i helfigur och endast upptar en liten del av annonsytan. Att bilden är så pass distanserad betyder enligt Kress och van Leeuwens teorier (1996:130) att den upprätthåller en social distans mellan pojken

och modelläsaren.

Modaliteten i annonsens skriftliga element är förhållandevis låg. I textstycke (4) finns annonsens enda modala hjälpverb ”kan”, som markerar låg förpliktelse i satsen ”Men ansök till Försvaret senast den 1 september så *kan* du få en möjlighet att göra skillnad [...]”. Det är alltså inte säkert att den som ansöker får denna möjlighet. Den avbildade pojken (3) och landskapet i bakgrunden (2) har en något låg naturalistisk modalitet eftersom färgerna är nedtonade och bildkvaliteten är grymig. Detta påverkar detaljåtergivningen särskild gällande pojken (3).

Inga attityder förmedlas explicit i texten, vare sig i de skriftliga eller visuella elementen. Dock kan det sägas att meningen ”Men ansök till Försvaret senast den 1 september så kan du få en möjlighet att göra skillnad på riktigt” i textstycke (4) implicit uttrycker en negativ bedömning av modelläsarens beteende. Modelläsaren bedöms i nuläget inte påverka världen ”på riktigt”. Även i meningen ”Eller tänk tanken i alla fall” uttrycks en negativ bedömning där modelläsaren inte antas vara benägen att göra det som Försvarmakten vill att den ska göra, nämligen ansöka till försvaret. Den avbildade pojken (3) förmedlar enligt Martinecs kriterier (2001) ingen affekt, då ansiktet är skuggat så att uttrycket inte kan avläsas. Som jag beskrivit i analysen av textens komposition håller den avbildade pojken sina händer bakom ryggen. Varken Kress och van Leeuwen eller Martinec har definierat några tolkningar för betydelsen av en sådan positionering av händerna, men hos mig väcker pojken kroppsspråk en association till någon med bakbundna händer. Det är möjligt att presentation av pojken också hos modelläsaren förmedlar en uppfattning om pojken som maktlös.

5.3.4. *Rekontextualisering*

I texten dominerar, precis som i annonsen *Vad håller du på med?* ovan (avsnitt 5.2), en filantropisk diskurs. Annonsen visar en tydlig interdiskursiv relation till genren nyhetstext, särskilt i rubriken (1) ”Piratattacker hotar bistånd till Somalia [...]”. Det kan även sägas att de visuella elementen, bakgrunden (2) och pojken (3) relaterar till nyhetsgenren genom att bildkvaliteten ser ut att imitera nyhetstryck. Denna lek med nyhetsgenrens visuella och skriftliga konventioner presupponerar att modelläsaren är välbekant med genren. Ett annat möjligt exempel på interdiskursivitet återfinns i textelement (5). Den inledande meningen ”Det är mycket nu” utgör ett uttryck som uppkom i början av 1990-talet genom en karaktär i SVT:s humorserie *Lorry*. Jag kommer dock inte att utgå från att modelläsaren uppmärksammar denna referens, eftersom uttrycket idag är bevingat och därför inte längre har en lika självklar interdiskursiv koppling till *Lorry*.

En ironisk ton kan uppfattas i textelement (4), särskilt i meningarna ”Det är mycket nu”, ”Men ansök till Försvaret senast den 1 september så kan du få en möjlighet att göra skillnad på riktigt”. Detta relateras till rubriken (1) där hotade bistånd till Somalia ställs i kontrast till modelläsarens undran om tidningen innehåller något korsord. Fairclough (1992:123) menar att ironi förutsätter intertextualitet i texten därför att modelläsaren måste kunna koppla den världsuppfattning som presenteras i texten till andra texter för att uppfatta ironin. I detta fall presenteras en dualistisk diskurs där vissa problem är värda att bry sig om och andra inte.

5.3.5. *Modelläsaren*

Modelläsaren i annonsen *Det är mycket nu* ges rollen som potentiell välgörare, någon som har en inneboende vilja att påverka världen i positiv riktning och som accepterar den filantropiska diskurs som dominerar texten. Textens interdiskursiva förhållanden visar också att modelläsaren håller sig uppdaterad på nyhetsrapporteringen och är välbekant med nyhetsgenren. Dock känner sig modelläsaren avtrubbad inför det som rapporteras i medierna och har svårt att

skifta fokus från sina vardagliga funderingar. Detta illustreras genom liknelsen till modelläsarens tankar i rubriken (1), som vandrar iväg från den nyhet som presenteras till en fundering om korsord. Modelläsaren undviker alltså att engagera sig i de konflikter som presenteras i nyhetsrapporteringen, men kan trots detta relatera till den dualistiska diskurs som menar att hennes eller hans egna bekymmer är oviktiga i förhållande till de konflikter som går att läsa om i tidningen. Sammantaget ger detta en bild av att modelläsaren är en socioekonomiskt privilegierad person som inser sitt ansvar att hjälpa människor utan samma förutsättningar i livet.

Försvarsmakten uppmanar i annonsen till ett slags uppvaknande hos modelläsaren. Hon eller han förstår sin globalt sett privilegierade situation, men förblir trots detta passiv. Intressant är dock att Försvarsmakten i sista meningen av textelement (5) uttrycker en misstro till att modelläsaren faktiskt kommer att ta tag i situationen. Möjligtvis delar modelläsaren också denna misstro till sig själv. Försvarsmakten nöjer sig därför med att så ett frö i modelläsaren, väcka en tanke om att hon eller han ska sluta undvika problemen och istället börja agera.

6. Diskussion

Med bakgrund till undersökningens resultat kommer jag i detta avsnitt att presentera de slutsatser som kan dras i relation till studiens syfte. Redovisningen är indelad i rubriker efter de frågeställningar som formulerades i studiens inledning. Slutsatserna sätts också in i ett större perspektiv och kopplas bland annat till tidigare studier. Sist följer en metoddiskussion angående undersökningens analysmodell, samt förslag till fortsatta studier inom området.

6.1. En passiv människovän

I denna första diskussionsdel ämnar jag diskutera resultaten med bakgrund till de två första av de frågeställningar som jag formulerade i anslutning till studiens syfte. Dessa lyder bekant som följer:

- Hur konstrueras modelläsaren i Försvarsmaktens rekryteringskampanjer?
- Är modelläsaren densamma i samtliga annonser?

Resultaten visar att de modelläsare som konstrueras i Försvarsmaktens rekryteringsannonser har många likheter med varandra, och mycket väl skulle kunna utgöras av en och samma person. Samtliga modelläsare bryr sig om andra människor och är angelägna om att göra ett positivt avtryck i världen. I nuläget undviker modelläsarna dock att se eller fördjupa sig i de konflikter och katastrofer som andra människor utsätts för. I de annonser vars visuella element föreställer ett katastrofområde eller en annan plats där Försvarsmakten utför insatser presenteras avbildade personer på så sätt att de upplevs som socialt distanserade från modelläsaren. Exempel på detta finns i kampanjen *Det där löser sig nog* (avsnitt 5.1) och *Det är mycket nu* (avsnitt 5.3). Detta sätt att skildra avbildade personer skapar en gränsdragning mellan modelläsaren och de avbildade personerna, ett slags ”vi och dem”-tänk. På så vis presenteras modelläsarna som personer som inte påverkas av de katastrofer som skildras i annonserna. I annonsen till kampanjen *Vad håller du på med?* (avsnitt 5.2) presenteras ingen politisk konflikt eller katastrof. Istället visar annonsen en avbildad kvinna i hemmiljö. Kvinnan presenteras i annonsen på så vis att modelläsaren kan väntas identifiera sig med henne, vilket blottlägger flera ledtrådar angående modelläsarens identitet, bland annat att hon är ytlig och engagerad i aktiviteter som Försvarsmakten framställer som meningslösa. Modelläsarna i samtliga annonser lever alltså i en problemfri tillvaro, men har nu chansen att ingripa för att hjälpa andra som har det svårt.

I samtliga annonser konstrueras en modelläsare med medvetet tveksamma prioriteringar alternativt en ovana att förminska eller undvika konflikter och katastrofer i världen. Modelläsaren i annonsen *Det där löser sig nog* (avsnitt 5.1.) sticker huvudet i sanden och hoppas att andra ska lösa de orättvisor som pågår i världen, och i annonsen *Det är mycket nu* (avsnitt 5.3.) känner sig modelläsaren likgiltig inför det elände som beskrivs i tidningen och vill helst fokusera på saker som känns mer angelägna i det egna livet för stunden. Modelläsaren i *Vad håller du på med?* (avsnitt 5.2.) har inte en tydligt undvikande attityd, men ägnar sig ändå åt tidsödslände aktiviteter som både för Försvarsmakten och modelläsaren själv saknar en verklig nytta. Gemensamt för modelläsarna är förutom det undvikande förhållningssättet till konflikter också en stark moralisk uppfattning om vad som är rätt och fel. De upplever själva att deras sätt att leva är moraliskt felaktiga, och känner en skyldighet att tänka om sina respektive livssituationer och istället börja agera för en bättre värld. Modelläsarna presenteras alltså i samtliga annonser som personer som vill men inte vågar agera, ett slags odugliga samariter. Försvarsmakten själva framställs i annonserna som den fullständiga motsatsen till modelläsaren, en organisation av handlingskraftiga och pålitliga människor med mod att ta tag i de problem som få vågar. Denna framställning är särskilt tydlig i annonserna *Det där löser sig nog* (avsnitt 5.1.) och *Vad håller du på med?* (avsnitt 5.2.).

Ett genomgående tema i de undersökta annonserna är ett skuldbeläggande av modelläsaren. I texterna används ironi som ett sätt att tydliggöra för modelläsaren att hon eller han gör eller tänker fel. De sidor som presenteras av modelläsarna, att de är passiva och undvikande, förstärks också genom att de sätts i kontrast mot den starka och pålitliga bild som kommuniceras av Försvarsmakten. Explicita uttryck för attityd förekommer över huvud taget inte i annonserna, vilket ger det omedelbara intrycket av att texterna är jordnära och sakliga. Men genom att gå närmare i analysen och också titta på indirekta realiseringar avslöjas att så inte är fallet. Den deltagare som är ansvarig för flest uttryck av attityd i texterna är Försvarsmakten, som utslutande gör detta genom negativa bedömningar av modelläsaren och andra människors beteende. Denna kommunikativa strategi att lyfta fram modelläsarens svagheter och sätta dessa i jämförelse med Försvarsmaktens egna styrkor sänder ett budskap om att Försvarsmakten är bättre, någon för modelläsaren att se upp till. I annonsen *Det är mycket nu* (avsnitt 5.3.) förmedlar Försvarsmakten också en misstro till att modelläsaren kommer vakna upp ur sin självcentrerade slummer, detta genom att modelläsaren uppmanas till att ”tänka tanken i alla fall”. Det är dock osäkert att denna uppmaning kan väntas leda till ett uppvaknande hos modelläsaren. Istället är det troligt att den misstro som uttrycks genom uppmaningen också överförs till modelläsaren och skapar en ytterligare känsla av oförmåga hos henne eller honom.

Den produkt som annonserna gör reklam för, en karriär inom Försvarsmakten, framställs som något modelläsarna behöver för att bli fulländade. Med hjälp av denna produkt kan modelläsarna få en inre ro och bli verkligt goda människor. Detta sätt att framställa modelläsarens behov av produkten har flera likheter med Björkvalls beskrivning av modelläsare i reklam riktad till kvinnor (2003). Han beskriver att modelläsare i dessa annonser upplever ett behov av de produkter som det görs reklam för, för att med hjälp av dessa kunna förbättra sin egen identitet. Att annonserna i Försvarsmaktens rekryteringskampanjer relaterar till denna typ av konsumtion väcker tanken om annonserna i första hand är riktade till kvinnor. Detta är särskilt tydligt i annonsen *Vad håller du på med?* (avsnitt 5.2.) där modelläsaren relativt tydligt presenteras som en kvinna. Som jag tidigare har presenterat består Försvarsmaktens målgrupper emellertid både av kvinnor och män, vilket kan påstås motbevisa tanken om att annonserna i verkligheten endast är riktade till kvinnor. Jag vill dock åter referera till Vološinovs mening om att ”there can be no such thing as an abstract addressee, a man unto himself, so to speak” (1973:85). Vološinovs definition av den tänkta mottagaren väcker frågan om en text över huvud taget kan vara riktad till både kvinnor och män. Det skulle ju innebära att mottagaren är otydligt definierad, och med andra ord abstrakt.

6.2. Likheter med målgrupperna

Jag kommer under denna rubrik att diskutera vad de modelläsare som konstrueras i de undersökta annonserna har för likheter och skillnader med de målgrupper som Försvarsmakten arbetar emot i sin externa kommunikation (avsnitt 1.3.1.). Med detta försöker jag också besvara den sista av min tre frågeställningar:

- Hur förhåller sig modelläsaren till Försvarsmaktens målgrupper?

Modelläsarna har i samtliga annonser flera likheter med den ena av Försvarsmaktens prioriterade målgrupper, de Samhällsengagerade. Däremot överensstämmer modelläsaren i liten grad med målgruppen Spänningssökare. Annonserna framhåller inte de utmanande och äventyrliga sidor som Spänningssökarna letar efter i sitt val av karriär. Istället framhålls den aspekt av yrket som innebär att ge stöd åt och vara tillgängliga för andra människor. Detta kan kopplas till den undersökning av Nilsson och Olofsson (2013) som jag presenterat tidigare i denna studie, under avsnitt 3.1. Resultatet från deras undersökning visade att Försvarsmakten systematiskt undviker att kommunicera de delar av yrket som kan få yrket att framstå som riskfyllt för att istället lyfta fram de delar av yrket som framstår som mest fördelaktiga. Nilsson och Olofsson undersökte enbart material från kampanjen *Vad håller du på med?*, men min analys visar att denna strategi också gäller för de andra kampanjannonser som ingår i mitt undersökningsmaterial. De modelläsare som konstrueras i annonserna har en snarast motsatt inställning till utmaning än Spänningssökarna har; medan denna målgrupp som namnet antyder aktivt söker spänning är modelläsarna mycket undvikande inför utmanande och psykiskt påfrestande situationer. Även om de, i åtminstone två av annonserna, har en stark vilja att engagera sig är de utmanande aspekterna i soldatycket en nackdel som de tvingas acceptera om de ska kunna bidra.

Den största likheten mellan modelläsarna och de Samhällsengagerade är den inneboende drivkraften att hjälpa, bidra och göra skillnad. Modelläsaren i kampanjen *Vad håller du på?* är också kulturellt intresserad, och modelläsaren i *Det är mycket nu* är intresserad av nyhetsrapportering, vilket förutsätter ett visst intresse för bland annat politik, andra länder och sociala frågor. Dessa intresseområden knyter dessa två modelläsare ytterligare till målgruppen Samhällsengagerade. Det bör dock sägas att modelläsarna också på flera sätt skiljer sig från de Samhällsengagerade, bland annat då denna målgrupp beskriver sig själva som självsäkra. Denna beskrivning skiljer sig från den bild jag genom min analys fått av de tre modelläsarna i texterna. Modelläsarna upplevs snarast osäkra på sina egna förmågor, och har en självbild som inte lever upp till den önskade identiteten. De samhällsengagerade lockas också i viss grad av spänning och utmaning, och beskriver sig själva som äventyrslystna. Som jag har diskuterat här ovan stämmer detta inte in på modelläsarna i de tre texterna, som snarare undviker än dras till utmaning.

Vi kan alltså dra ett antal slutsatser om modelläsarnas personlighet och identiteter i förhållande till målgrupperna, men trots detta är sanningen att många sidor hos modelläsarna fortfarande är okända. Jag kan utifrån materialet inte avgöra om modelläsarna bor i små eller stora städer, om de liksom Spänningssökarna tycker om idrott, datorspel och musik, eller om de liksom De samhällsengagerade intresserar sig för tekniska uppgifter och friluftsliv. Vad som däremot kan sägas är att ingen av annonserna i verkligheten tycks vara specifikt riktad till varken Spänningssökarna eller de Samhällsengagerade. Vi kan fråga oss om detta resultat beror på att Försvarsmakten i utformningen av kampanjerna tvingats göra en kompromiss för att attrahera två väsentligt skilda målgrupper. De är emellertid svårt att se att modelläsarna skulle konstruerats genom en kombination av de två målgrupperna, eftersom de innehar egenskaper som inte är kompatibla med någon av dem.

6.3. Metoddiskussion

Då undersökningsmetoden för min undersökning är kvalitativ tillkommer oundvikligen en viss problematik med resultatets validitet. Trots att jag genomgående gjort anspråk till ett systematiskt angreppssätt i analysen av mitt material är det ofrånkomligt att en stor del av analysen baseras på mina egna tolkningar, och mina egna bedömningar av vad som är relevant att diskutera. Det är givet att en annan person som reproducerat undersökningen i viss mån också skulle kommit fram till ett annat resultat. Detta problem är särskilt framträdande i analysen av textens rekontextualisering. För att t.ex. kunna undersöka textens interdiskursivitet krävs ju att jag själv kan urskilja dessa kopplingar i texten. Är jag inte bekant med de diskurser och genrer som finns inbäddade i materialet kan jag omöjligen avgöra textens interdiskursiva relationer. Med andra ord blir jag blind för de kopplingar jag själv inte har någon kunskap om, varför delar av analysen riskerar att falla bort. Min förhoppning är dock att undersökningen trots detta kan visa på övergripande mönster och drag i konstruktionen av modellläsare i Försvarens rekryteringskampanjer.

Ett ställningstagande som jag gjorde inför arbetet med min analys var att utgå från att en text enbart kan innehålla en modellläsare. Björkvall (2003:27f) beskriver att modellläsaren är en syntes av olika roller och strategier i texten, som därmed kan vara komplicerad och mångfacetterad. Att behandla modellläsaren som en enskild person kan alltså vara att förenkla textens konstruktion. Hade jag istället utgått från att varje text kan innehålla flera modellläsare är det möjligt att resultatet från min analys hade blivit annorlunda. Det är tänkbart att det går att identifiera ytterligare modellläsare i det undersökta materialet, vilket kunde bidra med värdefulla infallsvinklar särskilt i jämförelsen med Försvarens målgrupper.

6.4. Förslag till framtida studier

Under arbetet med denna undersökning har Försvarens rekryteringskampanjer fångat mitt intresse ur flera ytterligare aspekter än den som behandlas i just denna studie. Ett exempel på en sådan aspekt är vilka språkliga strategier som används i konstruktionen av texternas *modellsändare*. För en sådan studie vore det även intressant att ta stöd i van Leeuwens teorier om legitimering (2008), för att se hur Försvarens motiverar sitt eget arbete och en karriär inom organisationen. Försvarens är som organisation ett mycket intressant forskningsobjekt då den har en viktig funktion och särskild ställning i Sverige. Samtidigt utvecklas Försvarens ständigt i takt med förändringar i samhället och i det politiska landskapet, varför undersökningar om organisationens kommunikation och arbete kan säga oss mycket om den rådande samtiden. Min studie har i liten grad tagit hänsyn till den större kontext som omger undersökningsmaterialet, men en sådan studie skulle kunna bidra med viktiga infallsvinklar angående den ömsesidiga påverkan mellan Försvarens och det svenska samhället. För detta syfte kan en också diakron undersökning med kommunikativt material från olika tider vara intressant, för att se hur kommunikationen mellan svenska försvarsmyndigheter och allmänheten har förändrats över tid.

Litteratur- och källförteckning

- Bakhtin, Michail (1981). *The dialogic imagination: four essays*. Austin: University of Texas Press.
- Björkvall, Anders (2003). *Svensk reklam och dess modellärsare*. Diss. Stockholm: Univ. 2003.
- Björkvall, Anders (2009). *Den visuella texten: multimodal analys i praktiken*. Stockholm: Hallgren & Fallgren.
- Eco, Umberto (1984). *The role of the reader: explorations in the semiotics of texts*. 1. Midland book ed. Bloomington: Indiana Univ. Press.
- Eco, Umberto (1993). *Modellärsaren*. I: Claes Entzenberg & Cecilia Hansson (red.) *Modern litteraturteori*. Lund: Studentlitteratur, s.120-137.
- Eco, Umberto (1994). *Six walks in the fictional woods*. Cambridge, Mass: Harvard University Press
- Enander, Dag (2013) *Reklamkampanj gav ansökningsrekord. Försvarets Forum nr 2-2013*. Stockholm: Elanders, s. 6.
- Fairclough, Norman (1992). *Discourse and social change*. Cambridge: Polity.
- Fairclough, Norman (1995). *Critical discourse analysis: the critical study of language*. London: Longman.
- Försvarsmakten (2011) *Kampanjpresentation GMU 3* [Powerpointpresentation].
- Försvarsmakten (2013) *Uppdrag DDB Rekryteringskampanj GMU 1-2 2014* [Opublicerad arbetshandling] Stockholm: Högkvarteret.
- Försvarsmakten (2014) *Försvarsmaktens instruktion med antagningsordning till grundläggande militär utbildning och kompletterande militär utbildning (FM I GMU och KMU)* [Elektronisk] Stockholm: Högkvarteret. Tillgänglig: <http://jobb.forsvarsmakten.se/siteassets/1rekryteringswebbplatsen/pdf-och-worddokument/gmu/fm-instruktion-med-antagningsordning-till-gmu-och-kmu-2014-03-281.pdf>. Hämtad 2015-01-01.
- Försvarsmakten (2014) *Kontinuitetsstrategi* [Powerpointpresentation].
- Försvarsmakten (u.å.a). *Vårt uppdrag*. [Elektronisk] Tillgänglig: <http://www.forsvarsmakten.se/sv/om-myndigheten/vart-uppdrag/>. Hämtad: 2014-12-06.
- Försvarsmakten (u.å.b). *GMU 1/2 2014* [Powerpointpresentation].
- Försvarsmakten (u.å.c). *Kampanjer*. [Elektronisk] Tillgänglig: <http://www.forsvarsmakten.se/sv/aktuellt/press/kampanjer/>. Hämtad 2014-11-23.
- Halliday, M. A. K. (1978). *Language as social semiotic: the social interpretation of language and meaning*. London: Edward Arnold.
- Halliday, M. A. K. (2004). *An introduction to functional grammar*. 3. uppl. London: Arnold
- Hellspång, Lennart & Ledin, Per (1997). *Vägar genom texten: handbok i brukstextanalys*. Lund: Studentlitteratur.
- Hillforth, Johanna & Olander, Linda (2014). *Vad håller ni på med? En studie i Försvarsmaktens marknads kommunikation*. (Student paper). Uppsala universitet.
- Holmberg, Per (2011) *Texters interpersonella grammatik*. I: Holmberg, Per, Karlsson, Anna-Malin & Nord, Andreas (red.) *Funktionell textanalys*. 1. Uppl. Stockholm: Norstedts, s. 97-116.
- Holmberg, Per, Karlsson, Anna-Malin & Nord, Andreas (2011) *Funktionell grammatik och textanalys – Grammatiken i verkliga livet*. I: Holmberg, Per, Karlsson, Anna-Malin & Nord, Andreas (red.) *Funktionell textanalys*. 1. Uppl. Stockholm: Norstedts, s. 7-18.
- Karlsson, Anna-Malin (2011) *Texters ideationella grammatik*. I: Holmberg, Per, Karlsson, Anna-Malin & Nord, Andreas (red.) *Funktionell textanalys*. 1. Uppl. Stockholm: Norstedts, s. 21-38.
- Kress, Gunther R. & Van Leeuwen, Theo (1996). *Reading images: the grammar of visual design*. 2. uppl. London: Routledge.
- Linell, Per (2009). *Discourse across boundaries: On recontextualizations and the blending of voices in Professional discourse*. I: *Text – Interdisciplinary Journal for the Study of Discourse*, 18(2), s. 143-318. The Hague: Mouton.
- Martin, James R. & White, Peter R.R. (2005). *The language of evaluation* [Elektronisk] *Appraisal in English*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. Tillgänglig: <http://kanagawa.lti.cs.cmu.edu/11719/sites/default/files/LanguageofEvaluationBook.pdf>. Hämtad: 2014-12-22.
- Martinec, Radan (2001). *Interpersonal resources in action I: Semiotica*. 135, s. 117-145.
- Nationalencyklopedin (u.å). *Målgrupp* [Elektronisk] Tillgänglig: <http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lang/malgrupp>. Hämtad 2015-01-01.
- Nilsson, Siri & Olofsson, Nora (2013). *Soldat - det lättaste yrket i världen: En studie av kommunikationen i Försvarsmaktens rekryteringskampanj*. (Student paper). Linnéuniversitetet.

- Nord, Andreas (2011) *Text, register, genre och diskurs*. I: Holmberg, Per, Karlsson, Anna-Malin & Nord, Andreas (red.) *Funktionell textanalys*. 1. Uppl. Stockholm: Norstedts, s. 155–167.
- Proposition 2008/09:140 *Ett användbart försvar* [Elektronisk] Stockholm: Försvarsdepartementet.
Tillgänglig: <http://www.regeringen.se/content/1/c6/12/29/57/853ca644.pdf>. Hämtad: 2014-11-24.
- Regeringen (2013). *Militärt försvar*. [Elektronisk] Tillgänglig: <http://www.regeringen.se/sb/d/3013>.
Hämtad: 2014-11-24.
- Skoglund, Astrid (2014). *Kommunikativa strategier i texter om tobaksavvänjning: Innehåll, argumentation och modellläsare*. Diss. Växjö: Linneaus University Press.
- Thambert, Fredrik (2013). *Försvaret: Kritikerna saknar självdistans*. [Elektronisk] *Resume 2013-01-29*. Tillgänglig: <http://www.resume.se/nyheter/reklam/2013/01/29/forsvaret-kritikerna-saknar-sjalvdistans/>. Hämtad 2015-01-06.
- van Leeuwen, Theo (2008). *Discourse and practice: new tools for critical discourse analysis*. Oxford: Oxford University Press.
- Vološinov, Valentin Nikolaevič (1973). *Marxism and the philosophy of language*. New York: Seminar Press.
- White, Peter R.R. (2012) *An introductory tour through appraisal theory: Explicit and implicit Judgment* [Elektronisk] Tillgänglig: http://grammatics.com/appraisal/AppraisalOutline/Framed/AppraisalOutline.htm#P4_50. Hämtad 2015-01-01.

Bilagor

Bilaga 1. Printannons ur kampanjen "Det där löser sig nog" (2012)



DET DÄR LÖSER SIG NOG

Eller? När alla andra ser på måste någon agera. Att bistå vid naturkatastrofer är en del av vår verklighet. Kan det bli en del av din? Då kan Försvarsmakten erbjuda dig en utbildning som leder till en tjänstgöring där du kan göra skillnad, på riktigt. Ansök till grundläggande militär utbildning på forsvarsmakten.se senast den 9 september.

Välkommen till vår verklighet.



FÖRSVARSMAKTEN

Bilaga 2. Printannons ur kampanjen "Vad håller du på med?" (2013)



VAD HÅLLER DU PÅ MED?

Vi håller på med att röja spår vid snöoväder och undsätta nödställda i fjällen. En tjänstgöring inom Försvarsmakten är en möjlighet att göra skillnad, på riktigt. Ansök till grundläggande militär utbildning på forsvarsmakten.se/rekrytering senast den 10 februari. Utbildningen startar i höst.

 **FÖRSVARSMAKTEN**



PIRATATTACKER HOTAR BISTÅND TILL SOMALIA FINNS DET NÅT KORSORD I DEN HÄR TIDNINGEN TRO?

Det är mycket nu. Men ansök till Försvaret senast 1 september så kan du få en möjlighet att göra skillnad på riktigt. Till exempel genom att säkra mattransporter och försvara demokratiska rättigheter i krigsdrabbade länder. Läs mer om en framtid som officer, soldat eller sjöman på forsvarsmakten.se/rekrytering. Eller tänk tanken i alla fall.



FÖRSVARSMAKTEN