



Kommunikation på dödligt allvar

Coronakrisens visuella inramning i Sverige och Danmark under pandemins tidiga skede

Institutionen för kommunikation och medier (KOM)

Lunds universitet

Kandidatarbete i medie- och kommunikationsvetenskap

MKVK04 | Höstterminen 2025

Uppsatsförfattare: Vilma Dahlman

Handledare: Fredrik Miegel

Examinator: Martin Lundqvist

ABSTRACT

Denna uppsats undersöker hur den initiala kriskommunikationen kring covid-19-pandemin visuellt ramades in i Sverige och Danmark under pandemins tidiga skede våren 2020. Med utgångspunkt i en kvalitativ, jämförande fallstudie analyseras hur Folkhälsomyndigheten och Sundhedsstyrelsen genom presskonferenser och infografiska Facebookvideor konstruerade mening, auktoritet och institutionell legitimitet i en situation präglad av osäkerhet och snabbt föränderlig kunskap. Studiens teoretiska ramverk kombinerar ramanalys, semiotik och legitimitetsteori med perspektiv från kriskommunikation och informationsdesign.

Analysen visar att de två myndigheterna använde skilda visuella strategier som speglar respektive lands övergripande pandemistrategi. Den danska kommunikationen präglas av en hög grad av ritualisering, politisk närvaro och en samordnad visuell iscensättning som ramar in pandemin som ett akut nationellt krisläge och legitimerar kraftfulla åtgärder. Den svenska kommunikationen kännetecknas istället av en mer lågmäld, teknokratisk och fragmenterad visuell inramning där expertmyndigheter står i centrum och där individens ansvar och tillit till rationell förvaltning betonas.

Vidare visar studien att skillnaderna även manifesteras i den infografiska kommunikationen på sociala medier, där den danska kommunikationen i högre grad använder tydliga piktogram och visuella narrativ för att minska kognitiv friktion, medan den svenska kommunikationen uppvisar drag av visuell komplexitet som kan försvåra snabb avkodning. Sammantaget bidrar studien till en fördjupad förståelse av hur visuell kriskommunikation fungerar som ett centralt verktyg för legitimitetsproduktion i moderna mediesamhällen, samt hur visuella uttryck inte enbart informerar utan aktivt formar upplevelsen av risk, ansvar och styrning i krissituationer.

Nyckelord: Visuell kriskommunikation, covid-19, legitimitet, ramanalys, myndighetskommunikation, infografik, sociala medier, Folkhälsomyndigheten, Sundhedsstyrelsen

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1. INLEDNING OCH BAKGRUND.....	4
1.2 PROBLEMOMRÅDE OCH FORSKNINGSRELEVANS.....	5
1.3 SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR.....	7
2. TIDIGARE FORSKNING.....	8
3. METODOLOGISKT TILLVÄGAGÅNGSSÄTT.....	11
4. TEORETISKA VERKTYG.....	15
5. KOMMUNIKATION PÅ DÖDLIGT ALLVAR.....	18
5.1 PRESSKONFERENSER.....	18
5.1.1 Mise-en-scène – SSTs ritualiserade krisram.....	19
5.1.2 Mise-en-scène – FHMs byråkratiskt fragmenterade expertinramning.....	21
5.2 INFOGRAFISKA FACEBOOKVIDEOR.....	23
5.2.1 FHM – Chart junk och marmoleum.....	25
5.2.2 SST – Vi-känsla och konkreta piktogram.....	30
6. KOMMUNIKATION MOT KOGNITIV FRIKTION.....	34
REFERENSLISTA.....	37
BILAGOR.....	41
Bilaga 1.....	41
Bilaga 2.....	43
Bilaga 3.....	45
Bilaga 4.....	45

1. INLEDNING OCH BAKGRUND

Våren 2020 stannade hela världen upp. När covid-19-pandemin utbröt ställdes nationella ledare och statliga myndigheter inför en kris som saknar motstycke i modern tid. I en situation präglad av osäkerhet, snabb kunskapsutveckling och omfattande restriktioner kom kommunikation att utgöra en av samhällets mest centrala funktioner. För myndigheter handlade krishanteringen inte enbart om att förmedla korrekt information, utan även att genom språkliga, retoriska och visuella strategier konstituera krisen som sådan och därigenom legitimera extraordinära åtgärder (Kjeldsen, 2023, s. 97-98).

Denna kommunikation tog sig uttryck i en rad olika former. Utöver skriftliga och muntliga budskap i presskonferenser och politiska riktlinjer, präglades pandemins första skede av ett omfattande visuellt landskap bestående av affischer, skyltar, infografik och grafiskt utformade rekommendationer. Denna information tapetserade det offentliga rummet, både i den fysiska världen samt i digitala och sociala medier. Dessa visuella uttryck blev en integrerad del av hur krisen uppfattades och påverkade hur medborgare tolkade risk, ansvar och handlingsutrymme i en ny, osäker vardag.

Pandemin synliggjorde samtidigt hur länder med liknande institutionella strukturer och samhällsvärderingar kunde utveckla påtagligt olika former av kriskommunikation (Johansson et al., 2023). I ett nordiskt sammanhang, där tilliten till statliga institutioner generellt är hög (Andreasson, 2017) och där politiska system uppvisar betydande likheter, framträdde ändå tydliga skillnader i såväl styrningslogik som kommunikativ stil. Särskilt Sverige och Danmark valde skilda strategier – en skillnad som var lika kommunikativ som epidemiologisk (Johansson et al. 2023).

I Danmark antog statsminister Mette Frederiksen tidigt en *försiktighetsprincip* och legitimerade omfattande nedstängningar genom en retorik präglad av politisk handlingskraft och akut undantagstillstånd (Rasmussen et al., 2023, s. 80). I Sverige betonades istället kontinuitet, expertmyndigheternas autonomi samt individens fria vilja med tro på sunt förnuft, där Folkhälsomyndigheten var huvudsaklig avsändare (Nord & Olsson Gardell, 2023, s. 53-55). Den svenska strategin, som inte bara skilde sig från övriga Norden utan övriga världens linje, har i tidigare forskning beskrivits som en form av "svensk exceptionalism" (Giritli Nygren & Olofsson, 2021, s. 3), eller "det svenska experimentet" (Johansson et al., 2023, s. 16) där

medborgarnas individuella ansvar och tillit till institutioner dominerade såväl samhällsdebatten som rekommendationer för att begränsa smittspridning.

Dessa skillnader manifesterades inte enbart i politiska beslut, utan även i de visuella och språkliga val genom vilka krisen kommunicerades (Johansson et al., 2023). Val av tonalitet, bildspråk och grafisk form bidrog till att rama in hur risk och auktoritet presenterades för medborgarna, och därmed hur myndigheternas legitimitet uppfattades och upprätthölls. Legitimitet är inte en egenskap som organisationer besitter i sig, utan en generaliserad uppfattning om att deras handlingar uppfattas som önskvärda och lämpliga inom ett givet socialt sammanhang (Suchman, 1995, s. 577). Denna legitimitet kan inte enbart grundas i rationella argument, utan måste kontinuerligt återskapas och förankras genom kommunikativa praktiker som stämmer överens med mottagarens kulturella föreställningar. När krisen är akut är det således inte endast det fysiska hotet som måste hanteras, utan även den bild av verkligheten genom vilken hotet blir begripligt och möjligt att agera på för allmänheten.

Baserat på denna bakgrund tar uppsatsen sin utgångspunkt i den svenska och danska myndighetskommunikationen under covid-19-pandemin. Genom en jämförande analys av presskonferenser och Facebook-videor från svenska Folkhälsomyndigheten (FHM) och danska Sundhedsstyrelsen (SST), syftar studien till att belysa hur institutionell legitimitet konstrueras och upprätthålls genom visuell och kommunikativ gestaltning i en krissituation.

1.2 PROBLEMOMRÅDE OCH FORSKNINGSRELEVANS

I en tid starkt präglad av vårt digitala medielandskap, där medborgare möts av ett överflöd av ofta motstridiga budskap (Sunstein, 2020, s. 12) och ett alltmer mångkulturellt och flerspråkigt samhälle, ställs kriskommunikationen inför nya utmaningar. I dagens digitala och sociala medielandskap har meningsskapande skiftat från att vara ett övervägande textbaserat fenomen till att vara multimodalt – där bilder, video, interaktivitet och text samverkar för att skapa mening (Simungala et al., 2024; Jin & Austin, 2022). Här fyller den visuella kommunikationen en kritisk funktion. Bilden har förmågan att fungera som ett universellt språk genom att *naturalisera* budskap; den talar direkt till mottagaren utan textens barriärer (Barthes, 1957/1972, s. 110).

Trots denna potential är forskningen om visuell kriskommunikation eftersatt. Vissa menar att forskningsfältet försummar visuell kommunikation och systematiskt underskattar hur bilder kan nyttjas strategiskt för att överbrygga kulturella och språkliga klyftor (Maier, 2020, s. 213; Kjeldsen, 2023, s. 98-99). I och med detta saknas även forskning kring hur statliga myndigheter anpassat sig till 20-talets visuella medielogiker i sin officiella kommunikation. Genom att fokusera på den visuella inramningen av pandemikommunikationen – från presskonferensernas scenografi till informationsvideor i sociala medier – bidrar denna studie med att undersöka hur myndigheter ramar in krisinformation visuellt för att konstruera legitimitet. I en kris där förtroendet för institutioner varierar kraftigt mellan olika samhällsgrupper (Giritli Nygren & Olofsson, 2021, s. 12), blir den visuella gestaltningen avgörande för om budskapet uppfattas som inkluderande eller exkluderande. Myndigheter måste idag engagera sig i en aktiv meningsproduktion för att nå fram genom bruset. Det handlar inte längre bara om att förmedla fakta, utan även att rama in krisen på ett sätt som gör den begriplig och hanterbar för allmänheten (Maier, 2020, s. 222–224).

Sverige och Danmark utgör i detta sammanhang ett unikt komparativt fall. Den gemensamma skandinaviska identiteten innebär att länderna delar en långtgående historia och ligger mycket nära varandra gällande kulturella normer och värderingar. Utöver detta har länderna en likartad politisk uppbyggnad och statsskick – båda är medlemmar i EU, och har liknande ekonomiska förutsättningar inför en allvarlig samhällskris, till skillnad från Norge som har rika tillgångar i sin statliga oljefond, och inte är medlem i EU. Utöver liknande kultur och historia har de nordiska länderna hög institutionell tillit och är starka välfärdsstater, vilket ofta sammanfattas i begreppet *den nordiska modellen* (Johansson et al., 2023, s. 14, 16).

Trots dessa likheter valde Sverige och Danmark fundamentalt olika strategier under pandemins inledning, vilket i sin tur krävde olika kommunikativa legitimeringsstrategier.

Ett centralt begrepp i denna uppsats är således *legitimitet*. Suchman (1995, s. 574) definierar legitimitet som en generaliserad uppfattning om att en aktörs handlingar är önskvärda inom ett givet socialt system. Under en global hälsokris, där osäkerheten är maximal, sätts denna legitimitet på prov. Detta gör ländernas kriskommunikation kring coronapandemin till ett särskilt intressant fall att studera. Dessa skillnader möjliggör en analys av hur likartade samhällen, i mötet med samma globala kris, utvecklar skilda visuella berättelser om risk, styrning och ansvar. Genom att studera hur svenska Folkhälsomyndigheten (FHM) och danska Sundhedsstyrelsen (SST) använde visuella uttryck i sin digitala kriskommunikation kan studien

belysa vilka värden, tolkningar och styrningsideal som kommer till uttryck i respektive lands krisrespons. Därmed bidrar studien till en fördjupad förståelse av visuell kriskommunikation som ett centralt, men hittills relativt underutforskat, område inom medie- och kommunikationsvetenskap (Maier, 2020, s. 213; Kjeldsen, 2023, s. 98-99).

1.3 SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR

Syftet med studien är att analysera hur den initiala kriskommunikationen kring covid-19-pandemin visuellt ramades in i Sverige och Danmark. Genom att studera presskonferenser och Facebookvideor från Folkhälsomyndigheten (FHM) och Sundhedsstyrelsen (SST), ämnar studien bidra till en djupare förståelse för hur myndigheter konstruerar och upprätthåller legitimitet i en visuell mediekultur, under en akut kris. Studien avser särskilt att belysa hur visuell retorik och inramning samspelar för att skapa mening och auktoritet i en tid starkt präglad av osäkerhet och ovisshet.

Utifrån denna bakgrund formuleras följande forskningsfrågor:

- F1. Hur skiljer sig den visuella inramningen av pandemin åt mellan Folkhälsomyndigheten och Sundhedsstyrelsen gällande scenografi, tilltal och infografisk utformning?
- F2. På vilket sätt används de visuella uttrycken för att etablera olika former av auktoritet och legitimitet i relation till den svenska respektive danska strategin?

2. TIDIGARE FORSKNING

Forskning om kriskommunikation har under de senaste decennierna genomgått ett skifte. Från att tidigare ha betraktats som en rent funktionell disciplin, fokuserad på distribution av varningsmeddelanden, betraktar dagens forskning krisen som en social konstruktion där meningsskapande står i centrum (Coombs & Holladay, 2023). I en tid präglad av digitala informationsflöden är det inte längre enbart händelsen i sig som avgör krisens förlopp, utan hur den ramas in och gestaltas i det offentliga rummet. Detta kapitel redogör för forskningsläget kring kriskommunikation med särskilt fokus på den visuella vändningen, digitala medier och den specifika kontext som covid-19-pandemin utgjorde i Norden.

Sociala medier har fått en central betydelse för visuell kriskommunikation genom att förändra hur kriser representeras, uppfattas och hanteras (Ravazzani & Maier, 2022). Trots detta råder det fortfarande brist på kunskap om visuella uttryck och en metodologisk obalans till förmån för kvantitativa studier. Detta är problematiskt, då bilder har förmågan att korsa språkliga och kulturella barriärer snabbare än text (Thaler & Sunstein, 2021). Ravazzani och Maier (2022) bidrar genom att introducera och tillämpa ett kvalitativt, socialsemiotiskt angreppssätt för visuell kriskommunikation i sociala medier, men menar att mer forskning behövs på ämnet. Den visuella kommunikationen är förknippad med frågan om legitimitet i sociala medier. Frandsen och Johansen (2020) beskriver kriser som en retorisk arena där en mängd aktörer – däribland myndigheter, medier och medborgare – kämpar om narrativet kring händelseförloppet vid en kris. I denna heterogena miljö har myndigheter inte längre monopol på sanningen. Även Jin och Austin (2022) understryker att sociala medier skapat en komplex miljö där kriskommunikation inte längre kan kontrolleras enkelriktat, utan måste hanteras genom dialog och närvaro.

På senare år har dock intresset för visuell data och infografik vuxit, särskilt pådrivet av pandemins komplexa informationsbehov. Visuella hjälpmedel, såsom kartor och grafer, har visat sig markant öka allmänhetens förståelse och benägenhet att vidta skyddsåtgärder jämfört med enbart textbaserade varningar (Liu et al., 2017). Chateaur och Leppens (2023) understryker i sin studie av pandemins visualiseringar att infografik blev en nödvändighet för att överbrygga klyftan mellan vetenskaplig data och allmänhetens förståelse. Det handlar dock inte enbart om pedagogisk tydlighet; Grainger, Mao och Buytaert (2016) påpekar att visuell design i vetenskapliga kontexter också handlar om att bygga förtroende. En bristfällig visualisering kan skada avsändarens legitimitet, medan en väl designad grafik kan signalera auktoritet och

kontroll, vilket var centralt i arbetet med covid-19-dashboards (Zhang et al., 2023). Smaliukiene (2024) lyfter även fram att kreativitet och humor var användbara redskap i covid-19-kommunikationen, för att bryta igenom informationsbruset som uppstod under pandemins utdragna förlopp.

I en nordisk kontext har Carlson et al. (2024) undersökt hur statsministrarna i Sverige, Danmark och Finland använde Instagram för att iscensätta sitt ledarskap i pandemins tidiga skede. Studien visar att bildvalet – från formella podiumbilder till skildringar av vardagslivet – användes strategiskt för att balansera mellan två roller: den kompetenta landsfadern eller landsmodern och den relaterbara medmänniskan.

I Sverige präglades krishanteringen under covid-19-pandemin av vad Giritli Nygren och Olofsson (2021, s. 7) kallar "svensk exceptionalism", med en stark tilltro till individens eget ansvar. I deras diskursanalys av svensk media identifierar de tre krisnarrativ: folkhälsa, ekonomi och demokrati, snarare än politiskt ingripande. Dessa narrativ, kombinerat med den svenska exceptionalismen leder till en rad paradoxer i kommunikation, där flockimmunitet och humanism, samt Sverige och övriga världen ställs mot varandra. Även Hallén och Tryselius (2024) fann att den svenska mediedebatten polariserades av frågor om demokrati och mänskliga rättigheter.

Nord och Olsson Gardell (2023) beskriver hur den svenska förvaltningsmodellen, med självständiga myndigheter, gav Folkhälsomyndigheten en unik maktposition. Detta påpekar även Coronakommissionen i sin rapport *Sverige under pandemin* (SOU 2022:10), som en av flera brister i Sveriges åtgärder för att begränsa smittspridningen under covid-19-pandemin. Utöver detta anmärker rapporten på avsaknaden av politiskt ledarskap, samt att för få och för sena åtgärder vidtogs, för att förhindra smittspridningen.

I Danmark var strategin mer politiskt interventionistisk. Kjeldsen (2023) menar att de danska presskonferenserna fungerade som retoriskt rättfärdigande, där statsminister Mette Frederiksen iscensatte krisens allvar för att legitimera snabba och drastiska beslut. Gamerdinger et al. (2023) lyfter fram att de danska myndigheterna arbetade aktivt med transparens som en strategi för att bibehålla förtroendet. Genom att öppet redovisa osäkerheter – och ibland kommunicera *worst-case scenarios* – kunde myndigheterna stärka sin trovärdighet och handlingsutrymme (Ljungdalh, 2025).

Trots de fundamentalt olika strategierna visar jämförande studier på slående likheter i hur kommunikationen togs emot. Stjernswärd et al. (2021) fann att medborgare i både Sverige och Danmark primärt sökte sig till traditionella nyhetsmedier och myndigheter för information. Liknande mönster syns hos unga vuxna; Stefánsdóttir et al. (2024) visar att unga i både Sverige och Danmark upplevde informationen som omfattande, men att de var väl informerade om restriktioner och rekommendationer i bägge länder. Den sociala distanseringen påverkade de ungas vardag i både positiv och negativ bemärkelse. Den skapade en gemensam känsla av ansvar, samtidigt som många upplevde att deras ungdomstid begränsades av restriktionerna, framförallt i Danmark där åtgärderna var obligatoriska.

Sammanfattningsvis visar forskningsläget att vi idag har god kunskap om vikten av visuell data och visuellt ledarskap på politisk nivå. Vi vet också mycket om de politiska och retoriska skillnaderna mellan Sveriges och Danmarks strategier, samt hur mediernas rapportering såg ut och påverkade medborgare under covid-19-pandemin. Det som dock saknas är en ingående analys av hur expertmyndigheterna – Folkhälsomyndigheten och Sundhedsstyrelsen – använde visuell inramning på sociala medier. Medan Carlson et al. (2024) fokuserar på statsministrarna, lämnar forskningen en lucka gällande hur den byråkratiska expertisen visualiserades och förmedlades.

3. METODOLOGISKT TILLVÄGAGÅNGSSÄTT

Studiens metod tar sin utgångspunkt i en kvalitativ, jämförande fallstudie, med fokus på hur visuell kriskommunikation bidrar till inramningen av en akut samhällskris. Metodvalet är nära kopplat till uppsatsens syfte och forskningsfrågor, vilka är inriktade på meningsskapande och visuell gestaltning snarare än på mätbara effekter eller kausala samband. I kapitlet redogörs för studiens metodologiska ansats, empiriska material och urval, analysens tillvägagångssätt samt studiens begränsningar.

Fallstudien är enligt Merriam (1998, s. 27-28) en metod som lämpar sig för att undersöka komplexa och kontextbundna fenomen genom en intensiv analys av ett avgränsat fall. I denna uppsats utgörs fallen kriskommunikation riktad mot allmänheten från två statliga hälsomyndigheter under covid-19-pandemins inledande skede – Folkhälsomyndigheten (Sverige) och Sundhedsstyrelsen (Danmark). Fallen är tydligt avgränsade i tid, organisatorisk kontext och empiriskt material (Merriam, 1998, s. 31). Fallstudien som metod är därav lämplig i relation till uppsatsens problemformulering, då studien syftar till att förstå hur mening och legitimitet produceras genom visuella och kommunikativa praktiker i en specifik krissituation. Flyvbjerg betonar att fallstudier är väl lämpade när forskningsintresset rör värden, makt och praktiker, snarare än generaliserbara lagbundenheter (Flyvbjerg, 2001, s. 66-70). I stället för statistisk generalisering möjliggör fallstudien analytisk generaliserbarhet, där resultaten kan bidra till teoretisk förståelse även utanför det studerade sammanhanget (Flyvbjerg, 2001, s. 77).

Den jämförande ansatsen motiveras av att Sverige och Danmark delar liknande samhällsstrukturer, politiska system och kulturella förutsättningar, samtidigt som de utvecklade tydligt skilda strategier för pandemihantering och kriskommunikation. Jämförelser mellan liknande fall är särskilt analytiskt intressanta, eftersom observerade skillnader i uttryck och praktik inte i första hand kan förklaras av strukturella olikheter, utan av faktiska strategiska och kommunikativa val (Flyvbjerg, 2001, s. 78–79).

Studiens empiriska material består av två huvudsakliga teman: 1. Presskonferenser och 2. Infografiska Facebookvideor från respektive myndighet. Det totala materialet utgörs således av:

- Två pressbilder från Sundhedsstyrelsens presskonferens den 3 mars, 2020.
- Två pressbilder från Folkhälsomyndighetens konferens, den 6 mars, 2020.

- Folkhälsomyndighetens (2020) Facebookvideo "Skydda dig själv och andra från smittspridning", längd: 40 sekunder. Publicerad den 6 mars 2020.
- Sundhedsstyrelsens (2020) Facebookvideo "BESKYT DIG SELV OG ANDRE MOD CORONAVIRUS", längd: 1 minut och 27 sekunder. Publicerad den 13 mars, 2020.

Samtliga medieobjekt är producerade och publicerade under mars månad år 2020, det vill säga under pandemins initiala skede i Sverige och Danmark. Presskonferenserna är de första som hölls i Sverige och Danmark gällande, det då nya, coronavirusets spridning. Facebookvideorna utgör exempel på myndigheternas visuellt anpassade kriskommunikation i sociala medier. De är strategiskt valda eftersom de berör samma ämne – handgripliga råd till respektive lands medborgare kring hur man skyddar sig mot viruset – och har liknande narrativ struktur, med grafiskt material ackompanjerat till varje råd. Videorna presenteras bildram för bildram, i sin helhet, i analysen i form av numrerade collage i två figurer per video, men berör samma material. Urvalet möjliggör även en jämförelse mellan olika kommunikativa format – direktsända presskonferenser respektive redigerade, infografiska videor – vilket är relevant för studiens syfte att analysera hur visuell inramning varierar mellan olika medielogiker.

Valet av ett begränsat antal fall innebär att resultaten inte är statistiskt generaliserbara. Detta innebär dock inte en metodologisk svaghet, eftersom studiens kvalitativa metod syftar på att genom dessa representativa fall tolka och analysera innehållet på djupet. Flyvbjerg (2001, s. 84-85) framhåller att djupgående fallstudier kan generera kunskap som är särskilt värdefull för förståelsen av komplexa samhällsfenomen, även om de inte syftar till generalisering på populationsnivå. Generaliserbarheten är i denna kvalitativa fallstudie därmed analytisk snarare än statistisk. Resultaten gör inte anspråk på att vara representativa för all kriskommunikation, men kan bidra med teoretiska insikter om hur visuella uttryck används för att legitimera styrning i krissituationer.

Ett alternativt tillvägagångssätt hade varit en kvantitativ innehållsanalys av ett större material, vilket hade möjliggjort bredare generalisering. Ett sådant angreppssätt hade dock riskerat att reducera de visuella uttryckens symboliska och retoriska komplexitet, vilket är centralt för denna studie. Även djupintervjuer med myndigheternas kommunikatörer hade varit en intressant ingång, men inte relevanta i denna studie som medvetet fokuserar på de faktiska kommunikativa uttrycken i det visuella materialet snarare än på avsändarnas intentioner.

I uppsatsarbetets början var ambitionen att empirin enbart skulle bestå av officiell infografisk kommunikation från respektive lands hälsomyndighet, för att göra en kronologisk jämförande analys, indelad i tre tidsavgränsade faser av pandemin. Relativt snabbt insåg jag dock att begära ut material, trots offentlighetsprincipen, är svårare i praktiken än i teorin. Detta gällde framförallt de svenska myndigheterna, eftersom MSB (numera MCF), som samordnade kommunikationsinsatserna under coronapandemin, medgav att de saknar ett kategoriskt arkiv för kriskommunikation kring covid-19 (Andersson, 2025).

Studien kombinerar ramanalys (Goffman, 1986; Persson, 2019) som huvudsaklig teoretisk utgångspunkt med semiotik (Barthes, 1957/1972; Bignell, 2002), legitimitetsteori (Weber, 1954; Schroeder, 1992; Suchman, 1995), kriskommunikationsteori (Johansson et al., 2023; Jin & Austin, 2022; Frandsen & Johansen, 2020; Coombs & Holladay, 2023) samt teorier om visuell kommunikation och informationsdesign (Dick, 2020; Tufte, 2001; Thaler & Sunstein, 2021; Sunstein, 2020). Varje teoretiskt perspektiv bidrar med analytiska verktyg för att undersöka hur covid-19-pandemin visuellt ramades in i statlig kriskommunikation. Tillsammans möjliggör dessa teorier en analys av hur visuella uttryck inte endast representerar krisen, utan aktivt deltar i konstruktionen av dess mening, legitimitet och styrningslogik.

Analysen genomförs i flera steg och kombinerar ramanalys med (medie-) semiotisk analys och visuell innehållsanalys (Goffman, 1986; Barthes, 1957/1972; Bignell, 2002). Med hjälp av ramanalys undersöks hur pandemin gestaltas som kris genom val av scenografi, framtoning, tilltal och visuella element, samt hur dessa samverkar till att rama in risk, ansvar och auktoritet. Den semiotiska analysen används för att tolka hur betydelse skapas genom visuella tecken såsom färgval, bildkomposition, symboler och typografi. Vid analysen av det infografiska materialet används begrepp hämtade från forskning om informationsdesign. Särskilt beaktas förekomsten av så kallad *chart junk* samt principer för grafisk tydlighet och effektivitet, i linje med Tufte (2001, s. 13–15). Dessa begrepp möjliggör en diskussion om hur visuella val kan underlätta eller försvåra mottagarens förståelse av komplex information. Genom att kombinera ramanalys, semiotisk analys och visuell innehållsanalys kan studien fånga både hur krisen definieras och hur denna definition naturaliseras genom visuella uttryck. Resultaten är därmed inte begränsade till covid-19-pandemin, utan kan bidra till förståelsen av visuell kriskommunikation i andra akuta samhällskriser.

Vidare diskuteras hur den visuella kommunikationen kan fungera styrande genom subtila designval. I detta sammanhang används Sunsteins (2020, s. 12-15) begrepp *nudging* och *sludge* för att analysera hur information struktureras på sätt som antingen förenklar eller försvårar önskade tolkningar och handlingar. Analysverktygen används konsekvent genom hela analyskapitlet och bidrar till att synliggöra hur visuell kriskommunikation inte enbart informerar, utan även strukturerar mening och legitimitet.

Studien avgränsas till den inledande fasen av pandemin, i mars 2020, då osäkerheten var som störst och behovet av legitimerande kommunikation som mest kritiskt (Johansson et al., 2023, s. 18). Studien berör således inte kommunikation kring vaccinationer, i och med den tidsmässiga avgränsningen. Empiriskt fokuserar studien uteslutande på officiell envägskommunikation från Folkhälsomyndigheten och Sundhedsstyrelsen. Analysen berör inte nyhetsmediernas rapportering utan fokuserar på myndigheternas kriskommunikation riktad mot allmänheten. Utöver detta är det empiriska materialet uteslutande på svenska respektive danska, och behandlar således inte av behovet av kriskommunikationen på minoritetsspråk, härunder teckenspråk och syntolkning för berörda grupper i samhället.

4. TEORETISKA VERKTYG

Studien kombinerar ramanalys (Goffman, 1986; Persson, 2019) som huvudsaklig teoretisk utgångspunkt med semiotik (Barthes, 1957/1972; Bignell, 2002), legitimitetsteori (Weber, 1954; Schroeder, 1992; Suchman, 1995), kriskommunikationsteori (Johansson et al., 2023; Jin & Austin, 2022; Frandsen & Johansen, 2020; Coombs & Holladay, 2023) samt teorier om visuell kommunikation och informationsdesign (Dick, 2020; Tufte, 2001; Thaler & Sunstein, 2021; Sunstein, 2020). Varje teoretiskt perspektiv bidrar med analytiska verktyg för att undersöka hur covid-19-pandemin visuellt ramades in i statlig kriskommunikation.

Tillsammans möjliggör dessa teorier en analys av hur visuella uttryck inte endast representerar krisen, utan aktivt deltar i konstruktionen av dess mening, legitimitet och styrningslogik.

Studiens analytiska nav utgörs således av ramanalys (Goffman, 1986; Persson, 2019). Valet av denna teori motiveras av studiens syfte att förstå hur pandemin konstruerades som ett socialt fenomen. En *ram* är inte enbart en avgränsning, utan en struktureringsmekanism som styr vår uppfattning av vad som försiggår i en given situation (Goffman, 1986, s. 10-11; Persson, 2019, s. 49). Primärramen (*primary framework*) utgör den mest grundläggande tolkningen av en händelse – den är genast igenkännbar och alla är överens om hur den ser ut (Persson, 2019, s. 50; Goffman, 1986, s. 21-22). Goffman (ibid.) delar in primärramar i två kategorier – *naturliga* och *sociala*. Naturliga ramverk är rent fysiska fenomen – händelser vi ser som helt styrda av naturens lagar; oavsiktliga och opersonliga. Sociala ramverk däremot är händelser som vi förstår som styrda handlingar som involverar en intelligens, vilja eller avsikt. Detta innebär (oftast) mänsklig agens, intention och/eller handling, vilket indikerar val och ansvar. I denna uppsats används enbart sociala ramverk, då den teoretiska utgångspunkten är socialkonstruktionistisk. Ramanalys möjliggör en dechiffkering av komplex eller osäker situation till ett begripligt scenario med tydliga handlingsalternativ eller tolkningar. Utan ramanalys skulle studien stanna vid en *denotativ* beskrivning av vad som syns eller sägs; med teorin kan vi blottlägga hur verklighetsbilden formas.

För att identifiera hur myndigheterna konstruerade sina narrativ används begreppet *keying* eller *omramning* (Goffman, 1986, s. 43-44). Genom omramning kan en aktivitets innebörd transformeras, exempelvis genom förändrad scenografi eller tonläge. Varje ny omramning som appliceras, förändrar hur vi uppfattar den primära aktiviteten. Flera lager av omramningar resulterar i en *laminering*, där det primära ramverket har omdefinierats (ibid. s. 81-82). *Ritualisering* avser de mekanismer som stabiliserar interaktionsordningen genom att göra

vardagliga möten förutsägbara via konventionella och upprepade handlingsmönster (Persson, 2019, s. 34; Goffman, 1986, s. 34-35). *Directional cues* utgör vägledande tecken eller signaler som reglerar interaktionens flöde och styr hur en situation tolkas utan att de är föremål för direkt, fokuserad uppmärksamhet (Persson, 2019, s. 210; Goffman, 1986, s. 210-211). Dessa verktyg är centrala för att analysera hur pandemin visuellt inramades, omramades och laminades.

Då en stor del av kriskommunikationen var visuell, krävs verktyg för att systematiskt dissekera bildernas betydelse. Här används semiotik som ett metodologiskt stöd, för att utläsa semantiska koder och tecken (Barthes, 1957/1972; Bignell, 2002). *Denotativa* beskrivningar används för att redogöra för bildens bokstavliga innehåll. *Konnotation* används för att analysera de kulturella associationer bilden väcker (t.ex. vetenskaplighet, trygghet eller kontroll). Relevansen av detta perspektiv ligger i möjligheten att gå bortom bildens yta. Genom att applicera Barthes (1957/1972) semiotiska begrepp kan studien blottlägga hur traditionella, kulturella eller nationella föreställningar naturaliseras i myndigheternas visuella framställning och därmed framstår som självklarheter snarare än ideologiska val. Bignell (2002) bidrar här med förståelsen för hur mediebilder fungerar som teckensystem, vilket är nödvändigt för att tolka relationen mellan text och bild i materialet.

För att förstå hur kommunikationen fungerade legitimerande krävs en analys av avsändarens position. Suchman (1995, s. 579) definierar legitimitet som en generaliserad uppfattning om att en aktörs handlingar är önskvärda inom ett socialt system. För att precisera vilken typ av legitimitet som myndigheterna försökte etablera, används Max Webers idealtyper för auktoritet (Schroeder, 1992, s. 12-13).

Teorier om informationsdesign används för att analysera det grafiska materialets retoriska funktion. Tufte (2001) och Dick (2020) betonar att visuell data aldrig är neutral; designval gällande färg, skala och form styr mottagarens tolkning. I analysen används detta för att granska hur infografiken användes argumenterande. Detta kopplas till begreppet *nudging* (Thaler & Sunstein, 2021; Sunstein, 2020), där designen av information syftar till att styra människors beteende i en önskvärd riktning utan tvång. Maier (2020) och Lu et al. (2022) lyfter fram att visuell kommunikation i kriser ofta har underskattats forskningsmässigt, trots att bilder har en unik förmåga att snabbt kommunicera risk och ansvar. Genom att inkludera detta perspektiv kan

studien förklara hur infografiken fungerade som "visuella knuffar" för att upprätthålla efterlevnad av restriktioner och rekommendationer (jmf. Dick, 2020; Thaler & Sunstein, 2021).

Thaler och Sunstein (2021) förklarar den mänskliga kognitionen bakom tänkande och meningsskapande genom två skilda kognitiva system; *system 1* – det automatiska tankesystemet – och *system 2* – det reflekterande tankesystemet. System 1 kännetecknas av snabbt, automatiskt och intuitivt tänkande som kräver liten kognitiv ansträngning och som människor använder i vardagliga, rutinmässiga situationer (Sunstein, 2020, s. 14-15; Thaler & Sunstein, 2021, s. 43-46). *System 2* är långsamt, reflekterande och analytiskt och aktiveras när vi behöver resonera, väga alternativ eller fatta mer komplexa beslut (Sunstein, 2020, s. 15-18; Thaler & Sunstein, ibid.). De betonar att effektiv kommunikation och policyutformning ofta bör rikta sig mot *system 1*, eftersom människor i praktiken sällan engagerar *system 2* om det inte är absolut nödvändigt (Thaler & Sunstein, 2021, s. 20-25).

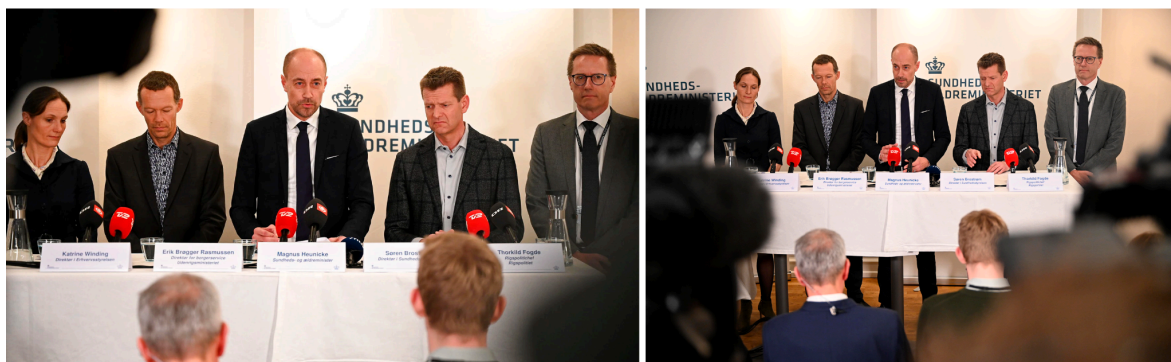
5. KOMMUNIKATION PÅ DÖDLIGT ALLVAR

5.1 PRESSKONFERENSER

Presskonferensens format, formella estetik och tydliga rollfördelning kan förstås som ett sätt att organisera krisen i kulturellt igenkännbara former. De bör därför inte betraktas som neutrala informationskanaler, utan analyseras som institutionellt iscensatta visuella ramverk där myndigheter aktivt formar publikens förståelse av pandemin (Kjeldsen, 2023, s. 117). Med utgångspunkt i Goffmans ramanalys kan dessa kommunikationspraktiker ses som försök att etablera stabila tolkningsramar som definierar vad som pågår, vilka aktörer som har tolkningsföreträde och vilka handlingar som framstår som legitima (Goffman, 1986, s. 10–11, 21–24). Det är genom att dissekera detaljerna i den ceremoniella inramningen – scenografin, klädseln och kroppsspråket – som händelsen omramas (*keying*) från ett vanligt informationsmöte till en nationell krissituation (Goffman, 1986, s. 43–45). Om ramen kollapsar, riskerar inte bara budskapet att gå förlorat, utan även sändarens legitimitet äventyras.

Publikens avkodning av nyhetsbilder är beroende av kulturell igenkänning (Bignell, 2002, s. 26) samt av primära tolkningsramar, som gör det möjligt att avgöra vad som pågår i en given situation (Goffman, 1986, s. 21–22). I en krissituation blir denna avkodning en del av publikens initiala informationsgranskning, där den visuella framtoningen ofta fungerar som en första indikator på källans trovärdighet (Jin et al., 2023, s. 157; Lu et al., 2022, s. 143–145). Goffman (1986, s. 247–249) beskriver ramar som grundläggande kognitiva och sociala strukturer som organiserar erfarenhet och reducerar tolkningsosäkerhet. I sammanhang präglade av osäkerhet, såsom en pandemi, fyller dessa ramar en särskilt stabiliserande funktion genom att erbjuda orientering och begränsa möjliga tolkningar.

5.1.1 Mise-en-scène – SSTs ritualiserade krisram



Sundheds- og ældreministeriet (numera Sundhedsministeriet) håller presskonferens angående spridningen av Covid-19. F.v. Katrine Winding, Erhvervsstyrelsen; Erik Brøgger Rasmussen, Udenrigsministeriet; Magnus Heunicke, Sundheds- og ældreminister; Søren Brostrøm, Sundhedsstyrelsen och Thorkild Fogde, Rigspolitiet. 3 mars 2020.

Figur 1.

I den danska presskonferensen från den 3 mars 2020 (Figur 1) intar hälso- och äldreminister Magnus Heunicke en central position i bilden. Detta fungerar som en syntagmatisk relation – där mening skapas genom elementens (i det här fallet individernas) inbördes placering (Bignell, 2002, s. 16). Centreringen fungerar även som en riktningsanvisning som tydligt anger vem som bär det yttersta ansvaret och har tolkningsföreträde i situationen (Goffman, 1986, s. 40–43). Att ministern placerats i bildens absoluta centrum möjliggör en tolkning där krishanteringen kodas som politiskt samordnad och statligt kontrollerad.

Runt ministern placeras representanter för flera centrala samhällssektorer – hälsoförvaltning, medborgarservice, näringsliv och polis. Tillsammans bildar dessa aktörer en sammanhängande *strip of activity*, det vill säga en sekvens av handlingar och roller som publiken tolkar som delar av samma meningsfulla situation (Goffman, 1986, s. 10). Denna handlingssekvens konstruerar bilden av ett samordnat statligt maskineri som agerar gemensamt inför hotet. Polisens närvaro fungerar som ett semiotiskt tecken, som konnoterar statens våldsmonopol. Denna konnotation bidrar till att omrama situationen (Goffman, 1986, s. 82–84), från att bara vara en hälsofråga, till en fråga om nationell säkerhet. Omramningen skapar i sin tur en form av *pragmatisk legitimitet*, där publiken ser en handlingskraftig stat (Suchman, 1995, s. 577–578).

Samtliga talare är formellt klädda i mörka, neutrala kostymer. Klädseln kan förstås som en kulturell kod för social identitet och yrkesroll (Bignell, 2002, s. 10–11). Kostymen konnoterar här professionalitet, tradition och institutionell stabilitet snarare än individualitet. Podiets utformning – med välstrukna dukar, mikrofoner, vattenglas och karaffer symmetriskt placerade

– förstärker detta. Situationen definieras här som ett akut nationellt krisläge som kräver centraliserat ansvar, politiskt ledarskap och kollektiv disciplin.

Den höga graden av ritualisering förstärks ytterligare genom presskonferensens formella estetik (Persson, 2019, s. 29-31). Den symmetriska uppställningen, både i talarnas proxemik och i föremålens placering, bidrar till ett visuellt intryck av samstämmighet. Att alla namnskyltar har samma utformning med namn, titel och bär samma logotyper (Sundheds- og ældreministeriet samt Sundhedsstyrelsen) bidrar till att sudda ut skillnader mellan myndigheter och regering och det framgår tydligt vem avsändaren är. Detta framställer myndigheter och regering som ett enat kollektiv, vilket agerar med samlad kraft.

Talarnas kroppshållning och ansiktsuttryck – nedåtriktade blickar, återhållna gester och sammanbitna miner – fungerar som semantiska tecken för hur deltagarna i en ram använder – subtila, ickeverbala signaler för att omrama händelsen (Goffman, 1986, s. 215). Dessa *directional cues* signalerar allvar och ansvar, och fungerar således som förtroendeingivande. Det bidrar även till att kommunicera ett ledarperspektiv (*managerial frame*), där presskonferensen kan förstås som ett legitimerande visuellt uttryck för kontroll och kompetens (Nord & Olsson Gardell, 2023, s. 54).

Den konsekventa iscensättningen minskar risken för ramkollaps, det vill säga ögonblick där ramen fallerar eller ifrågasätts (Goffman, 1986, s. 345-347). Presskonferensen framstår inte som en fabrikation, utan som en institutionaliserad kriskommunikativ ritual där staten öppet visar sin makt, sitt ansvar och sin handlingsberedskap (Goffman, 1986, s. 83-85). Den visuella dominansen av regeringsrepresentanten kodar därmed krishanteringen som politiskt förankrad snarare än enbart vetenskapligt rådgivande, vilket underlättar publikens möjlighet att tillskriva ansvar och uppleva trygghet snarare än enbart kognitiv förståelse (Ravazzani & Maier, 2022, s. 168 ff.). Den ordnade och enhetliga inramningen bidrar till känslan av att "här är det koll på läget" för mottagaren – man kan pusta ut, krisen hanteras kompetent av stadiga händer.

5.1.2 Mise-en-scène – FHMs byråkratiskt fragmenterade expertinramning



Pressträff om den nationella pandemigruppens möte om Covid-19. F.v. Johan Carlson, Folkhälsomyndigheten; Anders Tegnell, Folkhälsomyndigheten; Olivia Wigzell, Socialstyrelsen; Anneli Bergholm Söder, MSB; Catarina Andersson Forsman, Läkemedelsverket och Björne Olsson, Arbetsmiljöverket 6 mars 2020.

Figur 2.

Vid första anblick är den svenska presskonferensen (figur 2) denotativt lik den danska. De har samma primärram – en presskonferens – med podium, talare, mikrofoner, vita dukar och kostymer. Men gräver man djupare går det att se distinkta skillnader. Den svenska presskonferensen den 6 mars 2020 etablerar en väsentligt annorlunda visuell och kommunikativ omramning av hur pandemin ska förstås jämfört med den danska iscensättningen.

Presskonferensen leds av Folkhälsomyndighetens generaldirektör Johan Carlson och statsepidemiolog Anders Tegnell, tillsammans med andra myndighetsrepresentanter, men utan närvaro av regeringsföreträdare eller polisväsendet. Ur ett semiotiskt perspektiv fungerar detta avsändarval som ett paradigmiskt tecken som förskjuter auktoritet från det politiska till det byråkratiska och vetenskapliga (Bignell, 2002, s. 14). Krishanteringens kodas därmed som en fråga för expertkunskap och förvaltningsrationalitet snarare än för centraliserat politiskt ledarskap. Med utgångspunkt i Goffmans (1986, s. 8) klassiska fråga *vad är det som pågår här?* definieras situationen inte primärt som ett akut nationellt eller politiskt krisläge, utan som ett administrativt och expertstyrt folkhälsoproblem. Den primära ramen är därmed teknokratisk snarare än politisk.

Även om presskonferensen i sig utgör en igenkännbar *strip of activity* präglas den svenska iscensättningen av fragmentering snarare än samordning (Goffman, 1986, s. 10). De närvarande myndighetsföreträdarna framträder som parallella aktörer snarare än som ett enat statligt subjekt, vilket bidrar till en öppen och mindre styrd situationsdefinition. Detta står i kontrast till den danska presskonferensen, där politisk och administrativ auktoritet visuellt sammanfogades.

Skillnaderna blir särskilt tydliga på nivån för *keying*, det vill säga de omramningar som modifierar den primära ramen och påverkar hur situationen tolkas (Goffman, 1986, s. 40-44). Podierna i den svenska presskonferensen upplevs provisoriska. De består av höga mingelbord med löst fästa dukar, vilket konnoterar tillfällighet och improvisation. När etablerade kulturella former för formell kriskommunikation bryts upp, skapas enligt mediesemiotisk teori associationer till oordning och bristande beredskap (Bignell, 2002, s. 10-11).

Namnskyltarna är tätt placerade, bär olika myndighetslogotyper och saknar titlar, vilket försvårar publikens omedelbara avläsning av talarnas roller och ansvar. Detta kan bidra till tolkningsosäkerhet, vilket försvagar den legitimitet som annars gör auktoritet självklar och tagen för given (Suchman, 1995, s. 574-575). Proximiken förstärker intrycket av hast och improvisation: talarna står tätt, delvis omlott, och alla får inte plats bakom podiet. Denna brist på symmetri och tydlig hierarki bidrar till ett spretigt visuellt uttryck där aktörerna varken framstår som fullt samordnade eller väl förberedda.

Ytterligare detaljer förstärker denna omramning. En synlig laptop till vänster i bild signalerar ad hoc-lösningar snarare än ett noggrant planerat framförande, och rollups placerade tätt men asymmetriskt – där en delvis skymmer en annan – bidrar till ett oordnat intryck. Sammantaget ökar detta risken för vad Goffman beskriver som *ramkollaps*, där ramen framstår som osäker eller otillräcklig i relation till situationens potentiella allvar, vilket i sin tur kan skapa osäkerhet hos publiken (Goffman, 1986, s. 345-347).

Klädseln hos talarna är överlag formell och sober, med mörka kostymer som signalerar professionalism och institutionell seriositet. Samtidigt avviker statsepidemiolog Anders Tegnell genom en mer avslappnad klädstil och framtoning, vilket bidrar till ett tillbakalutat och låg-affektivt ethos. Forskning om pandemikommunikation visar att personifiering av expertroller kan fungera stabiliserande, men också riskerar att tona ned upplevelsen av krisens allvar i dess tidiga skede (Sandberg, 2023, s. 41-44; Frandsen & Johansen, 2020, s. 92-95). Tegnells framtoning kom senare att bli starkt förknippad med den svenska strategin och kan redan här tolkas som en del av en avdramatiserande omramning.

Den låga graden av ritualisering i den svenska presskonferensen gör ramen mer sårbar. Avsaknaden av tydliga *directional cues* försvårar publikens möjlighet att avgöra vem som bär det yttersta ansvaret, vilket innebär att situationsdefinitionen förblir relativt öppen (Goffman,

1986, s. 40-43). Detta visuella språk kan relateras till det ansvarsperspektiv som identifieras i svensk pandemikommunikation, där fokus ligger på individens ansvar och myndigheternas oberoende snarare än på politiskt ledarskap (Nord & Olsson Gardell, 2023, s. 66-68).

Pandemin ramas därmed in som ett biotekniskt problem för förvaltning och vetenskap snarare än som en samhällelig kris som kräver synligt politiskt ansvarstagande.

Samtidigt bidrar formatets igenkännbara och ritualiserade karaktär i sig till legitimitetsproduktion. Enligt Suchman (1995, s. 579-581) skapas legitimitet när handlingar uppfattas som socialt korrekta och passande inom rådande normsystem. Presskonferenserna bidrar därmed till kognitiv legitimitet, där myndigheternas roll tas för given, men också till moralisk legitimitet genom att implicit etablera normer för rationalitet, självdisciplin och ansvarstagande (ibid., s. 582-586). Denna legitimitet kan vidare förstås i ljuset av Webers teori om rationell-legalt herravälde, där auktoritet grundas i formella regler, expertkunskap och institutionella procedurer snarare än i personliga egenskaper (Weber, 1954, s. 328-334). Auktoritet är dock inte en statisk resurs, utan ett kulturellt fenomen som kontinuerligt måste reproduceras genom meningsskapande praktiker (Schroeder, 1992, s. 26-28). Presskonferensen fungerar i detta avseende som kulturella handlingar där Folkhälsomyndighetens rationell-legala auktoritet iscensätts och görs synlig.

Ur ett kriskommunikationsperspektiv är de initiala budskapen särskilt betydelsefulla, då de tenderar att sätta ramarna för hur situationen förstås även på längre sikt (Vogler & Meissner, 2023, s. 54-56). Forskningen visar att otydliga eller alltför försiktiga initiala inramningar riskerar att undergräva trovärdigheten om krisens allvar senare omvärderas (ibid., s. 60-62). I detta ljus kan den svenska presskonferensens teknokratiska och lågdramatiska inramning förstås som en strategi som både stärker förtroendet för expertkunskap och samtidigt rymmer en potentiell sårbarhet i relation till krisens eskalerande karaktär.

5.2 INFOGRAFISKA FACEBOOKVIDEOR

Denna del av analysen fokuserar på informationsvideor publicerade på Folkhälsomyndighetens respektive Sundhedsstyrelsens officiella Facebooksidor under pandemins inledande fas i mars 2020. Videorna förmedlar råd till allmänheten, bland annat genom *piktogram*. Piktogram är enkla, stiliserade bilder eller symboler som representerar ett ord, en idé, information, statistik eller fras (Cambridge Dictionary, 2026). De används ofta på skyltar och fungerar som ett

universellt semiotiskt bildspråk – såsom att *Herr Gårman* representerar ett övergångsställe, eller en kniv och gaffel representerar en restaurang eller vägkrog.

I en digital mediekontext där användare snabbt skannar sina flöden för att avgöra informationens relevans och trovärdighet – en process som inom Social-Mediated Crisis Communication (SMCC) benämns *information vetting* – blir den visuella och kommunikativa utformningen avgörande (Lu et al., 2022, s. 144). Offentliga myndigheter fungerar här som valarkitekter (*choice architects*), eftersom deras designval strukturerar hur mottagaren uppfattar, tolkar och förväntas agera på krisinformation (jmf. Thaler & Sunstein, 2021, s. 88).

Sociala medier konsumeras ofta i fragmenterade och distraherade situationer, vilket innebär att budskap i hög grad måste kunna avkodas snabbt och intuitivt. Således bör god infografik designas för att direkt tilltala *system 1*, som är rent automatiserat, känslobaserat och intuitivt (Sunstein, 2020, s. 14-15; Thaler & Sunstein, 2021, s. 43-46). *System 1* är det energisparande systemet, medan *system 2* fungerar långsamt, aktiverar konsekvenstänk, reflektion och analysförmåga och är betydligt mer energikrävande (Sunstein, 2020, s. 15-18; Thaler & Sunstein, ibid.). Båda systemen behövs, och *system 2* kan fungera bättre på längre sikt i kriskommunikation, men i krisens akuta fas är mottagarens kognitiva resurser ofta begränsade av stress, osäkerhet och rädsla, vilket gör att effektiv kriskommunikation bör vara utformad för att i första hand tilltala *system 1*.

Ur ett informationsdesignperspektiv sammanfaller detta med begreppet *grafisk excellens*, där välfungerande infografik kännetecknas av klarhet, precision och effektivitet (Tufte, 2001, s. 13-15). Syftet är inte dekorativt, utan funktionellt: information ska kunna uppfattas instinktivt genom etablerade visuella konventioner, kulturella associationer och tidigare erfarenheter. Även om estetiska kvaliteter kan bidra till att stärka avsändarens legitimitet (Dick, 2020, s. 95), är den primära uppgiften att minimera den kognitiva belastningen hos mottagaren.

Människan använder inte det reflekterande tankesystemet om det inte är rent nödvändigt. Det är därför fördelaktigt att använda *nudging*, som tilltalar det automatiska tankesystemet (Thaler & Sunstein, 2021, s. 20). En *nudge* utnyttjar "buggar" i det mänskliga sinnet för att påverka ett förutsett, ofördelaktigt mänskligt beteende, utan att förbjuda eller begränsa individens agens och valfrihet. Det är designval som gör det fördelaktiga valet lättare att fatta, eller mer tilltalande. Nudgens motsats – *sludge* – kan beskrivas som onödig friktion, och innefattar allt som försvårar eller förvirrar under en (meningsskapande) process (Thaler & Sunstein, 2021, s.

123; Sunstein, 2020, s. 156). I en infografisk kontext fungerar *chart junk* (Tufte, 2001, s. 107) som sludge – när infografiken är omedvetet vilseledande, överbelamrad med visuell data eller innehåller dekorativa element som inte tillför mening eller information till avläsningen av innehållet, vilket försvagar budskapet. Chatteur & Leppens (2023) menar att det i detta sammanhang är en distinkt skillnad mellan presenterad data, eller narrativ data. Narrativ data är berättande, förmedlar en historia genom storytelling. Den mest effektiva datavisualiseringen är därmed intuitiv, interaktiv och visuellt narrativ.

Videon från FHM publicerades på deras officiella Facebook-sida den 6 mars (Folkhälsomyndigheten, 2020). De var således snabbt ute med information, men publicerade endast två videor på Facebook under hela mars månad år 2020. Utöver detta publicerade de en rad informativa illustrationer, med tips och råd till allmänheten (ibid.). Sundhedsstyrelsen däremot publicerade videor löpande i sitt Facebook-flöde (Sundhedsstyrelsen, 2020) och varvade material som artiklar från sin egen hemsida, stockbilder med varningar för bedrägerier och återpubliceringar från bland annat den danska motsvarigheten till Läkemedelsverket (Lægemiddelsstyrelsen) och Livsmedelsverket (Fødevarestyrelsen).

5.2.1 FHM – *Chart junk* och marmoleum



“Skydda dig och andra från smittspridning” F.v. bildram 1-4
Facebook-video från Folkhälsomyndigheten. 6 mars 2020.

Figur 3.



*“Skydda dig och andra från smittspridning” F.v. bildram 5-8.
Facebook-video från Folkhälsomyndigheten. 6 mars 2020.*

Figur 4.

Videon saknar ljud och är tvådimensionell i sin utformning, vilket innebär att den helt förlitar sig på visuell kommunikation i form av text, illustrationer och infografik (Dick, 2020, s. 182-185). I en sådan kommunikationssituation blir den visuella utformningen avgörande, då avsändaren fungerar som en valarkitekt som genom designbeslut strukturerar hur mottagaren förväntas tolka, förstå och agera på informationen (Sunstein, 2020, s. 3-7). När ljud saknas ökar kraven på att den visuella informationen är tydlig, konsekvent och lättolkad, särskilt i ett socialt medieflöde där konkurrensen om uppmärksamhet är hög (Lindgren, 2022, s. 27-31).

Bakgrunden som används konsekvent genom videon är i en ljus aprikos- eller orangebeige kulör och påminner om de marmorerade linoleumgolv (Marmoleum) som ofta förekommer i kommunala och institutionella miljöer (se bilaga 3). Även om detta inte explicit framstår som ett medvetet designval, bidrar färgvalet till att förstärka ett byråkratiskt och offentligt intryck. Färg och material fungerar här som konnotativa resurser som aktiverar associationer till offentlig förvaltning och institutionell ordning (Bignell, 2002, s. 16-20).

Videons långsamma tempo, med tre till fem sekunder mellan varje bild, fungerar i praktiken som ett hinder för begriplighet snarare än som en pedagogisk paus. I kombination med avsaknaden av ljud uppfattas det som förvirrande – publiken ges tid att tro att videon buffrar snarare än att medvetet avvakta nästa bild. Detta blir ett friktionsmoment som kan förstås som

sludge – det vill säga onödiga hinder i kommunikationen som gör det svårare för mottagaren att ta till sig eller agera på informationen (Sunstein, 2020, s. 9-12). Det långsamma tempot står även i kontrast till den dominerande medielogiken på sociala medieplattformar, där snabba klipp, kontinuerlig stimulans och ett högt tempo premieras för att fånga och behålla uppmärksamhet i flödesbaserad kommunikation (Lindgren, 2022, s. 27-31).

God infografik bör sträva efter att reducera visuell komplexitet för att möjliggöra snabb förståelse, särskilt när målgruppen är bred och svårspecificerad (Dick, 2020, s. 182-186). Illustrationerna i videon är utformade som infografik, men uppvisar flera brister i relation till etablerade principer för god informationsdesign. En central problematik är förekomsten av *chart junk*, det vill säga dekorativa eller överflödiga visuella element som inte tillför information utan snarare stör avläsningen (Tufte, 2001, s. 118-121). Exempel på detta är de runda dubbelramarna och den ojämna detaljrikedomen, vilka skapar osäkerhet kring hur illustrationerna ska tolkas – som realistiska avbildningar eller som piktogram?

I bildram två illustreras detta tydligt. Vattenstänk och vask fungerar här som *chart junk*, eftersom de inte tillför någon ny information till förståelsen av situationen. Samtidigt saknas tvål, vilket är ett centralt tecken för att förankra tolkningen av bilden som en handtvättssituation. Ur ett semiotiskt perspektiv innebär detta att de meningsbärande symbolerna inte är tillräckligt tydliga, vilket ökar tolkningsutrymmet och därmed den kognitiva belastningen för mottagaren (Bignell, 2002, s. 30-34). När viktiga tecken saknas tvingas mottagaren själv fylla i betydelsen, vilket försvårar en intuitiv avläsning av budskapet (Goffman, 1986, s. 133-135). Denna förvirring förstärks av textens typografiska uppställning:

*Tvätta händerna
ofta med tvål
och varmt
vatten.*

(se Figur 3, bildram 2.)

Här ger FHM, troligen högst oavsiktligt, avläsaren utrymme till alternativa tolkningar. Det går att läsa texten som "Tvätta händerna ofta, med tvål och varmt vatten". Men man kan lika väl läsa texten som "Tvätta händerna. Ofta med tvål och varmt vatten." Denna tvetydighet, som kan uppfattas som ett slarvfel, eller eventuellt som okunskap kring typografiska regler, skapar både *sludge* och riskerar att leda till att ramen kollapsar, om budskapet feltolkas. Hade en röst narraterat innehållet hade denna risk minimerats, men för att uppnå *grafisk excellens*, krävs att

alla delar – text, bild och ljud – samverkar och stödjer varandra för att förstärka och förtydliga budskapet. Här gäller det motsatta, eftersom man kan tolka användningen av tvål som valfritt – den syns inte i illustrationen och syftningsfelet skapar ytterligare friktion.

Även i den fjärde bildramen uppstår tolkningsproblem genom inkonsekvent användning av tecken och symboler. Figuren har detaljrikt hår och ögon men saknar näsa och mun, trots att dessa nämns i texten. Detta skapar en diskrepans mellan text och bild som försvårar tolkningen av infografiken och bryter mot principen om att visuella representationer bör vara semantiskt samstämmiga (Grainger et al., 2016, s. 304-306). Krysset som används för att signalera förbud fungerar inte fullt ut som symbol, då färgvalet (lila) avviker från etablerade konventioner där rött signalerar fara eller förbud (Bignell, 2002, s. 16-20). Eftersom illustrationerna redan är cirkulärt inramade hade det varit mer konsekvent och logiskt att nyttja detta, genom att göra om ramen till ett allmänt förbudsmärke (se bilaga 4). Det hade underlättat en snabb och intuitiv tolkning, då det märket är universellt igenkännbart som förbud. Ett sådant val hade minskat mängden *sludge* i informationsmiljön och gjort det lättare för mottagaren att förstå budskapet via *system 1*, det vill säga snabbt och automatiskt tänkande (Sunstein, 2020, s. 15-18; Thaler & Sunstein, 2021, s. 20-25).

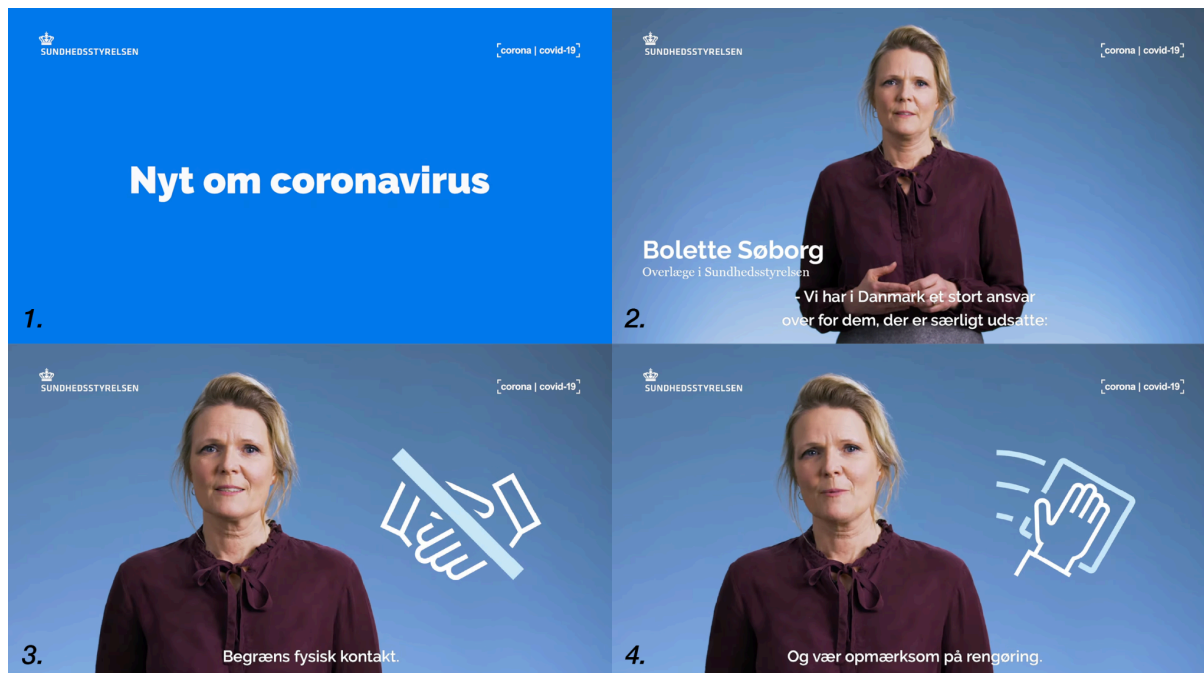
Bildram fem visar ett parhus eller en villa med en påbyggnad och en stadssiluett i bakgrunden. Även detta kan kategoriseras som *chart junk* (Tufte, 2001, s. 107-121), då bakgrunden inte tillför något väsentligt till förståelsen av budskapet men kräver ytterligare kognitiv bearbetning. För att skapa en framgångsrik visuell infografik är det önskvärt att visuella budskap reduceras till det mest nödvändiga, eftersom mänsklig kognition är energibesparande till sin natur och tenderar att föredra enkla, tydliga signaler (Sunstein, 2020, s. 9-12; Thaler & Sunstein, 2021, s. 24-26).

God infografisk design ska göra information lättillgänglig för upptagna mottagare och möjliggöra snabb förståelse utan att kräva omfattande förkunskaper (Dick, 2020, s. 182-186). Istället för att strukturera informationen så att den är lättillgänglig och intuitiv, introducerar infografiken onödiga tolkningsmoment genom *chart junk*, otydliga symboler och bristande piktogramanvändning. Detta ökar den kognitiva belastningen och riskerar att försvaga budskapets genomslag, särskilt i en kriskommunikativ kontext där tydlighet och snabb förståelse är avgörande (jmf. Jin et al., 2023; Dick, 2020; Sunstein, 2020).

Ett ytterligare problem med videon är att avsändaren först tillkännages 33 sekunder in, vilket ökar tolkningsosäkerheten kring budskapets auktoritet, intention och försvårar den initiala *information vetting*-processen, där mottagaren snabbt avgör om källan är legitim och värd att uppmärksamma (Lu et al., 2022, s. 144). Otydligheten kring avsändare och situation tvingar mottagaren att aktivt tolka och rama in kommunikationen, vilket kan leda till osäkerhet och misstolkningar (Goffman, 1986, s. 133.135). Tydliga avsändarmarkörer är således avgörande för att stabilisera betydelsen i medietexter (Bignell, 2002, s. 34-36). Denna utformning misslyckas således med att fungera som en effektiv *nudge*, och skapar istället *sludge* genom onödig visuell och kognitiv friktion.

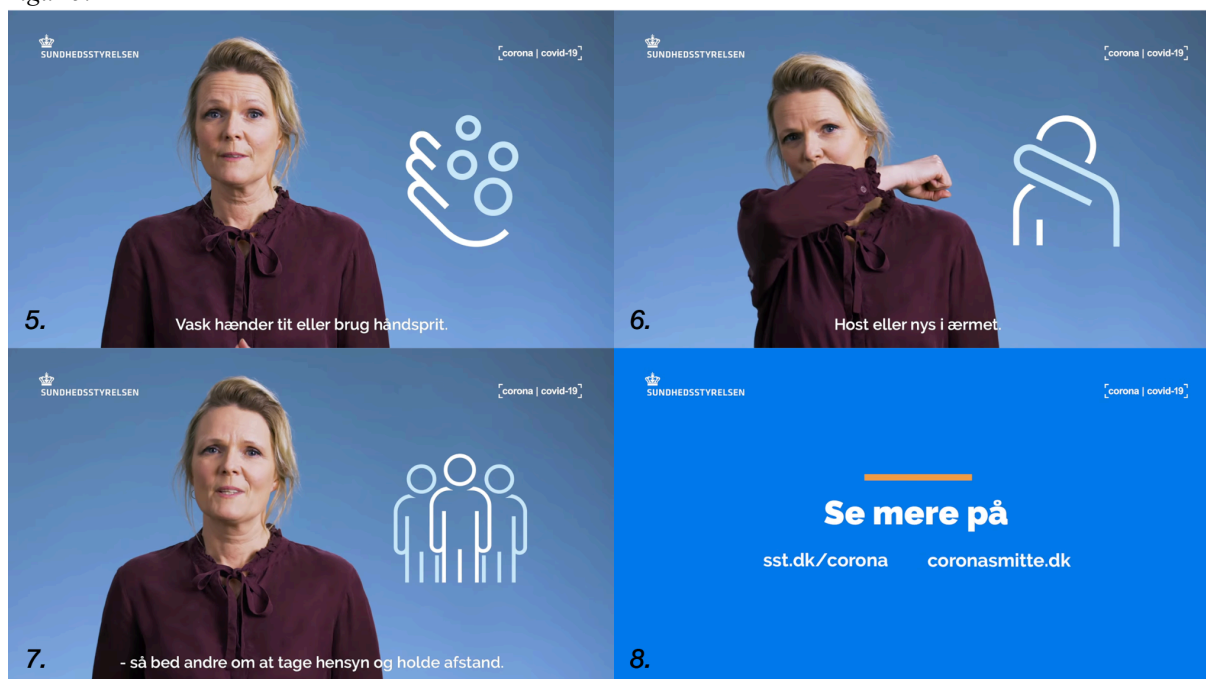
Även om det framgår i inläggets beskrivning att Folkhälsomyndighetens officiella Facebooksida är avsändare, hade det i och med den allvarliga kriskontexten varit önskvärt att avsändaren framgick direkt i själva medietexten. Detta hade dessutom varit fördelaktigt vid delningar och återpubliceringar, där kontext ofta går förlorad och mottagaren möter innehållet frikopplat från sin ursprungliga ram (Lindgren, 2022, s. 42-45). Ett enkelt sätt att åtgärda detta hade varit att placera Folkhälsomyndighetens logotyp diskret i ett av videons hörn redan från början. Inramningen är otydlig, vilket innebär att avläsaren hålls på halster – vad kommer härnäst? Vilken information kan jag förvänta mig? Vem är avsändaren? Dessa faktorer bidrar till att budskapet förorenas av *sludge* och försvagar budskapet.

5.2.2 SST – Vi-känsla och konkreta piktogram



“BESKYT DIG SELV OG ANDRE MOD CORONAVIRUS” F.v. bildram 1-4.
Facebook-video från Sundhedsstyrelsen. 13 mars 2020.

Figur 5.



“BESKYT DIG SELV OG ANDRE MOD CORONAVIRUS” F.v. bildram 5-8.
Facebook-video från Sundhedsstyrelsen. 13 mars 2020.

Figur 6.

I Sundhedsstyrelsens video etableras ramen omedelbart, där både avsändare, kategori och ämne tydligt framgår redan i den första bildramen. Den inledande bildramen kombineras med en vinjett som påminner om dem som används i nyhetssändningar vid ämnesövergångar, vilket

placerar kommunikationen i en journalistisk och institutionell kontext. Utöver detta relaterar rubriken "Nyt om coronavirus" (figur 5, bildram 1) till nyhetsmediernas redan etablerade och igenkännbara ramar. Att den tydliga inramningen hänvisar till etablerade kulturella referenser bidrar genast till att minska tolkningsosäkerheten och snabbt orientera tittaren (jmf. Goffman, 1986, s. 133-135). Legitimitet etableras därmed i högre grad än i Folkhälsomyndighetens video, då avsändaren är explicit närvarande från första bildrutan, vilket stabiliserar budskapets auktoritet (Bignell, 2002, s. 34-36).

Videon anpassar sig väl till den rådande medielogiken på plattformen och använder dess *affordances* effektivt, exempelvis genom ett snabbt tilltal, tydlig inramning och audiovisuella övergångar (Lindgren, 2022, s. 167). Detta ökar videons konkurrenskraft i ett flödesbaserat medielandskap där innehåll ständigt konkurrerar om användarens uppmärksamhet (Lindgren, 2022, s. 27-31). Jämfört med Folkhälsomyndighetens mer statiska format uppvisar videon en hög grad av multimodalitet, där tal, ljudeffekter, textning och infografik samverkar för att förmedla budskapet på ett så tillgängligt sätt som möjligt. Multimodala uttryck är särskilt effektiva för att snabbt kommunicera komplex information till breda målgrupper (Dick, 2020, s. 182-186). I kombination med ljud och visuella signaler tilltalar detta det automatiska tolkningssystemet, *system 1*, som kännetecknas av snabb och intuitiv informationsbearbetning (Sunstein, 2020, s. 15-18).

Den genomgående blå bakgrunden konnoterar saklighet, rationalitet och trovärdighet, vilket är vanligt förekommande inom institutionell och medicinsk kommunikation (Bignell, 2002, s. 16-20). Informationen är dessutom konsekvent presenterad i linje med Sundhedsstyrelsens etablerade visuella identitet. Detta är en kommunikativ fördel, eftersom igenkännbara visuella system minskar mottagarens osäkerhet och förenklar både bedömningen av avsändarens trovärdighet och avläsningen av det förmedlade budskapet (Goffman, 1986, s. 133-135; Persson, 2019, s. 67-70). När mottagaren snabbt kan identifiera avsändaren minskar behovet av aktiv informationsgranskning, vilket bidrar till effektivare kommunikation (Lu et al., 2022, s. 144).

Att talaren introduceras med namn och yrkestitel – överläkare vid Sundhedsstyrelsen – förstärker ytterligare budskapets trovärdighet och legitimitet. Det fungerar här som en auktoritetsmarkör; ett indexikalt tecken som signalerar expertis och institutionell förankring (Bignell, 2002, s. 30-34). Samtidigt skapar den personliga presentationen ett mer empatiskt

tilltal, där avsändaren framstår som både kunnig och mänskligt närvarande, vilket är kriskommunikativ fördel (Houlberg Salomonsen & Hart, 2020, s. 440). Det talade ordet är dessutom textat, vilket ytterligare ökar tillgängligheten och tydligheten, särskilt i mobila användningssituationer där ljud ofta är avstängt (Lindgren, 2022, s. 31-33).

Transkriberingen av videon visar ett tydligt retoriskt tema: sammanhållning. Bolette Søborg (Sundhedsstyrelsen, 2020) inleder videon med att framhäva ett gemensamt ansvar för riskgrupper i samhället och kopplar individens handlingar till kollektivets välmående. Här etableras krisen som ett gemensamt problem som kräver kollektiv handling, vilket är ett centralt drag i hur kriser ramas in för att mobilisera stöd och efterlevnad (Frandsen & Johansen, 2020, s. 74). Budskapet präglas av ett empatiskt ledarskap och ett trygghetsskapande tilltal, där myndigheten positionerar sig som omsorgsfull och ansvarstagande gentemot medborgarna (Persson, 2019, s. 74-76; Houlberg Salomonsen & Hart, 2020, s. 440).

När bilden därefter zoomas in omramas videon, genom att allvaret i kommunikationen förstärks, vilket skärper uppmärksamheten. De fem råden presenteras med enkla, visuellt stringenta piktogram som ökar tydligheten i budskapet. Piktogrammen är konsekvent utformade, fria från *chart junk*, och använder endast två nyanser av blått i enlighet med Sundhedsstyrelsens visuella identitet, vilket underlättar en intuitiv tolkning av budskapet.

Effektiv infografik just kännetecknas av sin förmåga att snabbt förmedla handlingsbar information utan att kräva analytisk bearbetning från mottagaren (Dick, 2020, s. 182-186). Piktogrammen som presenteras i materialet användes konsekvent under hela pandemin, vilket förstärker effektiviteten genom igenkänning och befäster trovärdigheten. Detsamma gäller den fasta visuella inramningen med Sundhedsstyrelsens logotyp i det vänstra hörnet och markeringen ”corona | covid-19” i det högra hörnet. Denna inramning användes konsekvent i myndighetens kommunikation riktad till medborgarna, vilket bidrar till stabilitet och förutsägbarhet. Konsekvent kommunikation är enligt Goffman särskilt viktig i situationer präglade av osäkerhet, då den minskar tolkningsutrymmet och hjälper mottagaren att snabbt orientera sig i budskapet (Goffman, 1986, s. 133-135).

Råden presenteras som handgripliga och konkreta: de uttalas tydligt, förstärks genom ljud och text, och stöds av välfungerande infografik i ett samspel som förtydligar budskapet. Detta innebär att kommunikationen i hög grad appellerar till *system 1*, där minimal kognitiv

ansträngning krävs för att förstå och ta till sig informationen (Sunstein, 2020, s. 15-18; Thaler & Sunstein, 2021, s. 20-25).

Efter presentationen av de fem råden går videon vidare till en fördjupande del med direkt tilltal: ”Så, vad ska du göra här och nu?” (Sundhedsstyrelsen, 2020). Här specificerar Søborg vad individen bör göra om den är frisk respektive sjuk. I videons avslutning upprepas uppmaningen att följa de fem råden ”så att vi tillsammans kan stå emot coronaviruset” (ibid.). Den gemensamma ansvarsramen befästs därmed ytterligare, samtidigt som kommunikationen tydligt erbjuder handlingsvägar för individen i en osäker situation. Detta fungerar trygghetsskapande genom att reducera osäkerhet och ge mottagaren en känsla av kontroll, samtidigt som budskapet förstärks genom det multimodala samspelet mellan talare, grafik, inramning samt ljud- och ljussättning.

6. KOMMUNIKATION MOT KOGNITIV FRIKTION

Studiens resultat visar att den svenska och danska myndighetskommunikationen under pandemins inledande skede präglades av fundamentalt olika visuella inramningar.

Sundhedsstyrelsen använde en konsekvent ritualiserad och kollektiv krisram, där pandemin visualiserades som ett akut samhällshot som krävde politiskt ledarskap, samordning och disciplin. Folkhälsomyndigheten gestaltade istället pandemin genom en teknokratisk och låg-affektiv expertinramning, där ansvar och handlingsutrymme i hög grad försköts till individen och till förvaltningsapparaten.

Dessa skillnader var genomgående i både presskonferensernas scenografi och i den infografiska kommunikationen på sociala medier, och kan förstås som visuella uttryck för skilda styrningslogiker och legitimeringsstrategier. Ur ett kriskommunikationsperspektiv visar resultaten att visuell inramning spelar en avgörande roll för hur en kris definieras, förstås och hanteras. I linje med tidigare forskning som betonar krisen som en social konstruktion snarare än enbart en objektiv händelse, illustrerar studien hur krisens visuella element fungerar som meningsskapande praktiker snarare än neutrala informationskanaler.

Den danska kommunikationen reducerade tolkningsutrymmet genom tydliga visuella ramar, stark ritualisering och kollektiv symbolik. Detta kan förstås som en strategi för att snabbt skapa orientering, minska osäkerhet och möjliggöra efterlevnad i en akut situation. Den svenska kommunikationen lämnade istället större tolkningsutrymme genom en mer öppen, men oordnad visuell gestaltning. Detta kan ses som förenligt med ideal om transparens, rationalitet och förtroende för expertkunskap, men innebär samtidigt en ökad risk för tolkningsosäkerhet i krisens tidiga skede.

Slutsatserna i Coronakommissionens utredning fastslår att åtgärderna som vidtogs var för få och för sena, att Folkhälsomyndigheten borde kommunicerat sina rekommendationer som tydliga riktlinjer, samt att "De råd som gavs lämnade alltför stort utrymme för personliga tolkningar" (SOU 2022:10, s. 620). Dessa faktorer kan vara en indikation på att Folkhälsomyndighetens initiala inramning av coronakrisen hade konsekvenser för brister i pandemihanteringen. När en kris tidigt ramas in på ett visst sätt skapas förväntningar kring hotets karaktär, statens ansvar och vilka åtgärder som uppfattas som rimliga eller legitima. I det svenska fallet visar analysen att pandemin i ett tidigt skede visualiserades som ett hanterbart folkhälsoproblem under expertmyndigheternas ansvar, präglad av låg dramatik, teknokratisk rationalitet och betoning på

individens eget omdöme. Denna inramning bidrog till att normalisera krisen och tona ned upplevelsen av akut undantagstillstånd. När pandemin senare eskalerade och mer ingripande åtgärder introducerades – såsom vaccinationer, rekommendationer och i vissa sammanhang indirekta krav – uppstod därmed en diskrepans mellan den tidiga krisramen och de senare policybesluten. I detta tolkningsutrymme ges grogrund för alternativa narrativ, där statens och expertmyndigheternas legitimitet kan ifrågasättas.

Detta väcker även frågor i förhållande till antivaccinationsrörelsen, och om den tidiga kommunikationen, genom sin avdramatiserade och expertcentrerade estetik, oavsiktligt stärkte föreställningen om att svenska medborgare själva var den främsta auktoriteten över sin hälsa? När vaccination senare presenterades som en central samhällsåtgärd snarare än ett individuellt val, kontrasteras det mot den tidiga kommunikativa logiken.

Den mest framträdande skillnaden i den visuella inramningen rör hur auktoritet iscensätts. Sundhedsstyrelsens kommunikation gör detta genom en hög grad av ritualisering och en symmetrisk scenografi där ministern intar en central position, kodal krisen som ett politiskt undantagstillstånd som kräver statlig kontroll. Polisens närvaro i presskonferensen fungerar som ett semiotiskt tecken för statens våldsmonopol och omramar hälsofrågan till en nationell säkerhetsfråga. I Folkhälsomyndighetens kommunikation etableras istället en teknokratisk primärram. Genom att utesluta politiska företrädare och använda en mer fragmenterad och asymmetrisk scenografi (provisoriska mingelbord och skymda rollups), ramas pandemin in som en förvaltningsfråga för experter snarare än ett politiskt krisläge.

Analysen av sociala medier visar på fundamentala skillnader i hur myndigheterna fungerat som "valarkitekter" i det digitala flödet. Sundhedsstyrelsens videor utgör effektiva *nudges*. Genom att kombinera ljud, textning, personlig expertis och piktogram fria från chart junk, appellerar de till mottagarens automatiska tankesystem (*System 1*). Den omedelbara avsändarmarkeringen stabiliserar budskapets auktoritet och minskar tolkningsosäkerheten. Folkhälsomyndighetens video däremot präglas av *sludge* – onödig kognitiv friktion som försvårar budskapet. Det långsamma tempot utan ljud, inkonsekventa piktogram och förekomsten av *chart junk* tvingar mottagaren att använda det mer energikrävande analytiska systemet (*system 2*). Att avsändaren tillkännages sent i videon ökar dessutom risken för att mottagaren avbryter sin *information vetting*.

De visuella uttrycken speglar och förstärker ländernas skilda strategier. Den danska inramningen betonar en "vi-känsla" och kollektivt ansvar. Den ordnade ritualiseringen skapar en pragmatisk legitimitet där staten framstår som en handlingskraftig och beskyddande aktör, vilket inger en känsla av trygghet och kontroll. Den svenska inramningen betonar istället expertisens autonomi och individens ansvar. Den låga graden av ritualisering och den mer tillbakalutade framtoningen hos experterna (exempelvis Anders Tegnell) skapar en avdramatiserande omramning. Samtidigt innebär de visuella bristerna och den fragmenterade inramningen en risk för ramkollaps, där myndighetens beredskap och kontroll kan ifrågasättas av publiken.

Sammanfattningsvis kan man konstatera att där Danmark använde visuell kommunikation för att snabbt och intuitivt mobilisera befolkningen genom kraftfulla kulturella och politiska tecken, valde Sverige en väg som krävde mer aktiv tolkning och tilltro till den byråkratiska processen och medborgarnas kognitivt analytiska förmåga. Den danska strategin framstår som mer anpassad till den digitala medielogikens krav på snabbhet och tydlighet, medan den svenska strategin i högre grad förlitade sig på en etablerad institutionell tillit som inte nödvändigtvis understöddes av den visuella utformningen.

REFERENSLISTA

Andersson, C., Riskkommunikationsstrateg vid MSB. (2025). Mejlkorrespondens tisdagen den 28 november 2025.

Andreasson, U. (2017). *Tillit – det nordiska guldets*. Nordiska Ministerrådet: Köpenhamn.
http://norden.org/sv/publication/tillit-det-nordiska-guldet?utm_source=chatgpt.com [Hämtad: 26-01-2026]

Barthes, R., (1957/1972) *Mythologies*. Translated by Annette Lavers. London: Jonathan Cape.

Bignell, J., (2002). *Media semiotics*. Manchester: Manchester University Press.

Cambridge Dictionary. (2026). Pictogram.
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/pictogram> [Hämtad 02-02-2026]

Carlson, T., Lindholm, J., & Andersson, S. (2024). Visualizing crisis leadership. *Journal of Visual Political Communication*, 11(1), 7. https://doi.org/10.1386/jvpc_00033_1

Chatteur, F., & Leppens, M. (2023). Visualising COVID-19. *International Journal of Art & Design Education*, 42(3), 402. <https://doi.org/10.1111/jade.12465>

Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (red.) (2023). *The handbook of crisis communication*. 2:a uppl. Sussex: John Wiley & Sons Ltd.

Dick, M. (2020). *The infographic*. The MIT Press.

Folkhälsomyndigheten. (2020). *Skydda dig och andra från smittspridning*. [Facebook]. 6 mars.
<https://www.facebook.com/Folkhalsomyndigheten/videos/659325731506720> [Hämtad 02-02-2026]

Flyvbjerg, B. (2001). *Making social science matter. why social inquiry fails and how it can succeed again*. Cambridge University Press.

Frandsen, F., & Johansen, W. (2020). *Crisis communication*. De Gruyter Mouton.

Gamerding, A., Just, S. N., & Lantz, P. M. V. (2023). Healthy transparency. *Social Sciences & Humanities Open*, 8(1), . <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2023.100688>

Giritli Nygren, K., & Olofsson, A. (2021). Swedish exceptionalism, herd immunity and the welfare state: A media analysis of struggles over the nature and legitimacy of the Covid-19 pandemic strategy in Sweden. *Current Sociology*, 69(4), s. 529–546.
<https://doi.org/10.1177/0011392121990025>

Goffman, E. (1986). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press.

Grainger, S., Mao, F., & Buytaert, W. (2016). Environmental data visualisation for non-scientific contexts. *Environmental Modelling and Software*, 85, 299.
<https://doi.org/10.1016/j.envsoft.2016.09.004>

Hallén, M., & Tryselius, K. (2024). Health, human rights and freedom at stake? *International Journal of Qualitative Studies on Health and Well-being*, 19(1), .
<https://doi.org/10.1080/17482631.2024.2387842>

Houlberg Salomonsen, H., Hart, P. (2020) 21. Communicating and managing crisis in the world of politics. I: Frandsen, F., & Johansen, W. (red.) (2020). *Crisis Communication*, 23, 439-460.
<https://doi.org/10.1515/9783110554236-021>

Jin, Y. & Austin, L. (red.). (2022). *Social Media and Crisis Communication*. 2:a uppl. New York: Routledge.

Jin, Y. Austin, L. & Liu, B. F. (2023). 11. Social-Mediated Crisis Communication Research: How Information Generation, Consumption, and Transmission Influence Communication Processes and Outcomes. I: Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (red.) (2023). *The handbook of crisis communication*. 2:a uppl. Sussex: John Wiley & Sons Ltd.

Johansson, B. Ihlen, Ø. Lindholm, J. & Blach-Ørsten M. (red.). (2023) *Communicating a pandemic: Crisis management and Covid-19 in the Nordic countries*. Göteborg: Nordicom.

Kjeldsen, J. E. (2023). Crafting a crisis: How the genre of the justifying press conference constituted the Covid-19 pandemic as an emergency and legitimised the power of authorities in Denmark, Norway, and Sweden, i Johansson, B. et al. (red.) *Communicating a Pandemic: Crisis management and Covid-19 in the Nordic countries*. Göteborg: Nordicom
<https://doi.org/10.48335/9789188855688-5>

Lindgren, S. (2022). *Digital media & society*. SAGE Publications.

Ljungdahl, A. K. (2025). Communication of Uncertainty. SATS - *Northern European Journal of Philosophy*, 26(1), 21. <https://doi.org/10.1515/sats-2024-0021>

Lu, X., Lee, Y-I., Jin, Y., Austin, L. & Eaddy, L.L. (2022). Crisis information vetting: extending the social-mediated crisis communication model. I: Jin, Y. & Austin, L.L. (red.) *Social media and crisis communication*. 2. uppl. New York: Routledge, s. 142–154.

Maier, C. D. (2020). 10. Visual crisis communication. I: Frandsen, F. and Johansen, W. (red.) *Crisis Communication*, Berlin, Boston: De Gruyter Mouton, s. 213-234.
<https://doi.org/10.1515/9783110554236-010>

Merriam, S. B. (1998). *Qualitative research and case study applications in education*. Jossey-Bass.

Nord, L., & Olsson Gardell, E. (2023). I: Johansson, B., Ihlen, Ø., Lindholm, J. & Blach-Ørsten, M. (red.) *Communicating a pandemic: Crisis management and Covid-19 in the Nordic countries*. s. 53-71. <https://doi.org/10.48335/9789188855688>

Rasmussen, J., Ihlen, Ø., & Kjeldsen, J. E. (2023). Strategic Covid-19 management in communicational practice. I: Johansson, B. et al. (red.) *Communicating a Pandemic: Crisis management and Covid-19 in the Nordic countries*. s. 73-95. Göteborg: Nordicom
<https://doi.org/10.48335/9789188855688-4>

Ravazzani, S., & Maier, C. (2022) Visual Crisis Communication. I: Jin, Y. & Austin, L.L. (red.) *Social media and crisis communication*. 2. uppl. New York: Routledge s. 168-179.
<https://doi.org/10.4324/9781003043409-19>

Sandberg, S. (2023). The role of administrative tradition in government responses to crises: A comparative overview of five Nordic countries. I Johansson, B. et al. (red), *Communicating a pandemic: Crisis management and Covid-19 in the Nordic countries* (pp. 31–50). Nordicom, University of Gothenburg. <https://doi.org/10.48335/9789188855688-2>

Schroeder, R. (1992). *Max Weber and the Sociology of Culture*. London: Sage.

Simungala, G., Jimaima, H., & Nkhata, L. (2024). Social media discourses as multimodal assemblages. *Journal of Multicultural Discourses*, 19(3), 229.
<https://doi.org/10.1080/17447143.2025.2511745>

SOU 2022:10. Coronakommissionen, Socialdepartementet. *Sverige under pandemin*. Publicerad 25 februari 2022.

Stefánsdóttir, N. T., Kirk, J. W., Vestergaard, L., Thøgersen, D. B., Seing, I., Vrangbaek, K., Karlsson, E. (2024). Young adults' perceptions of information on social distancing measures and everyday life during the COVID-19 pandemic in Denmark and Sweden. *International Journal of Adolescence and Youth*, 29(1), . <https://doi.org/10.1080/02673843.2024.2312860>

Stjernswärd, S., Ivert, A., Glasdam, S., & Lund University, F. o. M. (2023). Perceptions and effects of COVID-19 related information in Denmark and Sweden. *Journal of Public Health (Germany)*, 31(4), 645. <https://doi.org/10.1007/s10389-021-01539-5>

Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), s. 574–586.

- Sundhedsstyrelsen. (2020). *BESKYT DIG SELV OG ANDRE MOD CORONAVIRUS*. [Facebook]. 13 mars.
<https://www.facebook.com/sundhedsstyrelsenDK/videos/205508814022699> [Hämtad 02-02-2026]
- Sunstein, C. R. (2020). *Too much information*. The MIT Press.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2021). *Nudge*. Penguin Books.
- Tufte, E. R. (2001). *The visual display of quantitative information*. Graphics Press, cop.
- Vogler, D. & Meissner, F. (2023) 4. Tackling the Information Overload: Using Automated Content Analysis for Crisis Communication Research. I: Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (red.) (2023). *The handbook of crisis communication*. 2:a uppl. Sussex: John Wiley & Sons Ltd.
- Weber, M. (1954). *On Law in Economy and Society*. New York: Simon & Schuster.
- Zhang, Y., Sun, Y., Gaggiano, J., Kumar, N., Andris, C., & Parker, A. (2023). Visualization Design Practices in a Crisis. *IEEE Transactions on Visualization and Computer Graphics*, 29(1), 1037. <https://doi.org/10.1109/TVCG.2022.3209493>

BILAGOR

Bilaga 1

Tema 1 – Presskonferenser



Sundheds- og ældreministeriet (numera Sundhedsministeriet) håller presskonferens angående spridningen av Covid-19. 3 mars 2020. Foto: Philip Davali/Ritzau Scanpix



Sundheds- og ældreministeriet (numera Sundhedsministeriet) håller presskonferens angående spridningen av Covid-19. 3 mars 2020. Bildkälla: regeringen.dk



Pressträff om den nationella pandemigruppens möte om Covid-19. 6 mars 2020. Foto: Anders Wiklund/TT



Pressträff om den nationella pandemigruppens möte om Covid-19. 6 mars 2020. Bildkälla: Läkemedelsvärlden.

Bilaga 2

Tema 2 – Infografiska Facebook-videor

FHM Facebookinlägg – 6 mars 2020



Bildkälla - videoklipp

Antal likes: 372. Antal kommentarer: 281. 40 sekunder.

Textinnehåll video:

Skydda dig och andra från smittspridning.

Tvätta händerna ofta med tvål och varmt vatten.

Hosta och nys i armvecket.

Undvik att röra vid ögon, näsa och mun.

Stanna hemma om du är sjuk.

Läs mer om hur du kan förhindra smittspridning:

www.folkhalsomyndigheten.se/covid-19

Folkhälsomyndigheten

SST Facebookinlägg – 13 mars 2020

Bildkälla – videoklipp

Antal likes: 4,5 tusen. Antal kommentarer: 686. 1 minut och 27 sekunder.

SUNDHEDSSTYRELSEN

corona | covid-19

Bolette Søborg
Overlæge i Sundhedsstyrelsen

- Vi har i Danmark et stort ansvar
over for dem, der er særligt udsatte:

Sundhedsstyrelsen
13 mars 2020 · 🌐

BESKYT DIG SELV OG ANDRE MOD CORONAVIRUS
BESKYT DIG SELV OG ANDRE MOD CORONAVIRUS...
Visa mer

👍 4,5 tn 👤 686 ➦ 395 tn

👍 Gilla 💬 Kommentera ➦ Dela

Kommentarer [Visa alla](#)

Jonna Ravn Augustinus
Kan vi ikke få en oversigt hvor i DK folk der er smittede bor så man kan undgå disse områder?

5 å Gilla Svare 2 🗨️

Jimmy Frøsig
Mange tak for jeres rigtig gode arbejde. 🙌🙌🙌. Er det mulig at fortælle og alderen på dem som er indlagte med coronavirus ?

5 å Gilla Svare Redigerad 4 🗨️

Visa fler kommentarer 2 av 191

Skriv en kommentar ...

Transkribering av klipp:

Bolette Søborg, overlæge i Sundhedsstyrelsen:

Vi har i Danmark et stort ansvar over for dem der er særligt udsatte: de ældre, personer med kroniske sygdomme og kræftpatienter, og vi skal gøre vores bedste for at coronavirus ikke spreder sig til dem. Vi vil derfor bede alle om at følge fem råd. Følger I dem, beskytter I jer selv og andre.

Vask hænder tit eller brug håndsprit. Host eller nys i ærmet. Begræns fysisk kontakt. Og var opmærksom på rengøring. Hvis du er ældre eller har en kronisk sygdom – så bede andre om at tage hensyn og holde afstand.

Så, hvad skal du så gøre lige nu? Hvis du er rask, skal du blive ved med at følge rådene om håndhygiejne, begrænse fysisk kontakt og vise hensyn. Hvis du er sløj med hoste, forkølelse og let feber – så bliv hjemme til du er rask. Du behøver ikke at ringe til lægen. Men husk at holde afstand til dine nærmeste, og især til dem der er særligt udsatte.

Hvis du er syg over flere dage, oplever forværring af symptomer eller vejrtrækningsbesvær, så ring til lægen. Følg de her råd, så vi kan stå sammen mod coronavirus.

Svensk översättning:

Bolette Søborg, överläkare i Sundhedsstyrelsen:

Vi har ett stort ansvar i Danmark för de som är i riskgrupp: de äldre, personer med kroniska sjukdomar och cancerpatienter, och vi ska göra vårt bästa för att coronaviruset inte sprids till dem. Vi vill därför be alla om att följa fem råd. Följer ni dem, skyddar ni er själva och andra.

Tvätta händerna ofta eller använd handsprit. Hosta eller nys i armvecket. Begränsa fysisk kontakt. Och var noga med städningen. Om du är äldre, eller har en kronisk sjukdom – be andra att visa hänsyn och hålla avstånd.

Så, vad ska du göra här och nu? Om du är frisk, ska du fortsätta att följa råden om handhygien, begränsa fysisk kontakt och visa hänsyn. Om du känner dig hängig, med hosta, förkylning och lätt feber – stanna hemma tills du är frisk. Du behöver inte ringa din läkare. Men kom ihåg att hålla avstånd till dina närmaste, och speciellt de som är i riskgrupp.

Om du är sjuk i flera dagar, upplever förvärrade symtom eller andningssvårigheter, ring din läkare. Följ dessa råd, så att vi tillsammans kan stå emot coronaviruset.

Bilaga 3

Marmoleumgolv



Bildkälla: Forbo flooring systems, marmoleumgolv i färgen "shell".

Bilaga 4

Exempel på allmänna förbudsmärken



Japan Public information symbol - No Smoking - Fire Prevention Ordinance;
TCRP symbol sign 28 No parking. Bildkälla: Wikimedia Commons