

När vardag blir försvar

En bildanalys av soldaten i Försvarsmaktens kampanjer över tid

Tyra Kjöllér

AVD. FÖR MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER
HISTORISKA INSTITUTIONEN

Kurskod: MRSK62

Termin: Vårterminen 2026

Handledare: Andreas Tullberg

Omfång: Antal ord (10000-15000)



Abstract

From Everyday Life to National Defense: *A visual analysis of the Construction of the Soldier in Swedish Armed Forces Recruitment Campaigns Over Time*

This study examines how soldier identity is constructed in the Swedish Forces visual recruitment campaigns. It focuses on how the soldier is portrayed, which ideals and attributes are emphasised, and which values are attached to the role. The study also explores how these representations evolve over time.

The material consists of nine images drawn from three campaigns. Using a qualitative image analysis and Roland Barthes semiotic concepts of denotation and connotation, the study analyses how meaning is produced and reinforced within the visual material.

The findings show that soldier identity is rarely articulated directly. Instead, it emerges through rescuing visual patterns, where body language, environments and composition carry much of the meaning. At the same time, the findings point to a shift over time: earlier campaigns encourage a sense of personal responsibility, later ones emphasise individual growth, while the most recent campaign highlights a shared responsibility in a more uncertain security environment.

Keywords: *Recruitment campaigns, soldier identity, visual analysis, swedish armed forces, denotation and connotation, representation*

Sammanfattning

Denna studie tar sin utgångspunkt i Försvarsmaktens visuella rekryteringskampanjer och undersöker hur soldatidentitet skapas genom bild och text. Syftet är att analysera hur soldaten framställs, vilka ideal och egenskaper som lyfts fram, samt vilka värden rollen knyts till. Studien intresserar sig också för hur dessa uttryck förändras över tid.

Materialet utgörs av nio bilder från tre kampanjer: *Vad håller du på med* (2013), *Kom som du är* (2019) och *Vi behöver dig* (2025). Genom en kvalitativ bildanalys med hjälp av Roland Barthes semiotiska begrepp om denotation och konnotation undersöker studien hur mening skapas och stabiliseras i det visuella materialet.

Analysen visar att soldatidentiteten framträder genom återkommande visuella mönster, där kroppsspråk, miljöer och bildkomposition bär centrala betydelser. Samtidigt visar resultaten att framställningen förändras över tid - från att handla om att väcka engagemang till att betona individens utveckling, och vidare till att lyfta fram ett gemensamt ansvar i ett mer osäkert omvärldsläge. Studien visar därmed att Försvarsmaktens visuella kommunikation inte bara speglar samhällsförändringar utan också bidrar till att forma föreställningar om vad det innebär att vara soldat i det svenska försvaret.

Nyckelord: *Soldatidentitet, Försvarsmakten, Rekryteringskampanjer, militär kommunikation, bildanalys, denotation och konnotation, representation*

Innehållsförteckning

Abstract	2
Sammanfattning	3
1. Inledning	6
1.1. Problemformulering, syfte och frågeställningar	6
1.2. Material och avgränsningar	7
1.2.1 Avgränsning	8
1.3. Forskningsetiska bedömningar	8
2. Litteraturoversikt och tidigare forskning	10
2.1 Hur soldaten framställs: ideal, egenskaper och kompetenser	10
2.2 Visuella strategier i militära rekryteringskampanjer	12
2.3 Individen i nationens berättelse	14
3. Teori och metod	18
3.1. Roland Barthes semiotiska modell	18
3.1.1. Bildens tre betydelsenivåer	18
3.1.2. Det språkliga budskapet	19
3.1.3. Det denotativa budskapet	20
3.1.4. Det konnotativa budskapet	20
3.1.5. Bildens polysemi	21
3.2. Tidigare forskning som analytisk referensram	22
3.2. Metod	23
3.2.1 Bildens två analysnivåer	23
3.3. Metoddiskussion	25
4. Denotativ analys	26
4.1 Vad håller du på med? (2013)	26
4.1.1 Bild 1.1	26
4.1.2 Bild 1.2	28
4.1.3 Bild 1.3	30
4.2 Kom som du är (2019)	32
4.2.1 Bild 1.4	32
4.2.2 Bild 1.5	34
4.2.3 Bild 1.6	36
4.3 Vi behöver dig (2025)	38
4.3.1 Bild 1.7	38
4.3.2 Bild 1.8	40
4.3.3 Bild 1.9	42
5. Konnotativ analys	44

5.1 Vad håller du på med? (2013)	44
5.2 Kom som du är (2019)	48
5.3 Vi behöver dig (2025)	51
6. Resultat och diskussion	54
6.1. Resultat	54
6.1.1 Hur konstrueras soldatidentiteten genom visuella ideal och egenskaper i Försvarsmaktens kampanjer?	54
6.1.2 Vilka värden framställs soldaten försvara i Försvarsmaktens kommunikation?	54
6.1.3 Hur framställs soldaten i kampanjerna över tid gällande försvarsidentiteten?	55
6.2. Diskussion	57
7. Deklaration av AI-användning	59
8. Referenser	60

1. Inledning

Bilder av soldater visar sällan bara människor i uniform. De visar också föreställningar om trygghet, ansvar och gemenskap. I Försvarsmaktens visuella kommunikation framträder soldaten därför inte enbart som en militär yrkesroll, utan som en figur genom vilken större samhällsvärden kan gestaltas.¹

Det är en särskild tid att tala om försvar. Krig i Europas närområde, ökade geopolitiska spänningar och ett förändrat säkerhetspolitiskt läge har gjort frågor om hot, trygghet och beredskap mer närvarande i samhällsdebatten.² Demokrati och mänskliga rättigheter framstår inte längre som självklara utgångspunkter utan som värden som aktivt måste försvaras.³

Samtidigt blir de bilder genom vilka försvaret synliggörs allt mer betydelsefulla. I Försvarsmaktens visuella kampanjer möter publiken soldaten i olika sammanhang och uttryck - men hur denna gestaltning tar form, och vad den säger om vad det innebär att vara soldat i det svenska försvaret, är inte alltid självklart.

1.1. Problemformulering, syfte och frågeställningar

I ett förändrat säkerhetspolitiskt landskap har Försvarsmakten fått en mer framträdande roll i det offentliga samtalet. I detta sammanhang blir myndighetens visuella kommunikation särskilt betydelsefull, eftersom kampanjbilderna inte enbart representerar soldaten som yrkesroll utan också formar föreställningar om vad det innebär att vara soldat, vilka ideal och egenskaper som förknippas med rollen och vilka värden den är tänkt att försvara.

¹ Försvarsmakten. *Försvarsmakten redovisar resultatet för 2025 – ett år av handlingskraft och effekt*. Mynewsdesk.(2025).

<https://www.mynewsdesk.com/se/forsvarsmakten/pressreleases/foersvarsmakten-redovisar-resultatet-foer-2025-ett-aar-av-handlingskraft-och-effekt-3433888> (Hämtad 2026-05-03).

² Dagens Industri. *Säkerhetsläget i Europa*. (u.å.).

<https://www.di.se/amen/sakerhetslaget-i-europa/> (Hämtad 2026-05-03).

³ Amnesty International Sverige. *Mänskliga rättigheter i världen – just nu*. (u.å.). <https://www.amnesty.se/vara-rattighetsfragor/manskliga-rattigheter-i-varlden-just-nu/> (Hämtad 2026-05-03).

Visuella framställningar är emellertid inte neutrala avbildningar. De deltar aktivt i meningsskapande kring försvaret och dess relation till individ, nation och samhälle. Trots det är kunskapen begränsad om hur soldatidentiteten konkret artikuleras i Försvarsmaktens kommunikation och hur den förändrats över tid.

Studiens syfte är därför att genom en kvalitativ bildanalys undersöka hur soldaten framställs i Försvarsmaktens visuella kampanjer och hur dessa framställningar bidrar till konstruktionen av en soldatidentitet.

1. Hur konstrueras soldatidentitet genom visuella ideal och egenskaper i Försvarsmaktens kampanjer?
2. Vilka värden framställs soldaten försvara i Försvarsmaktens kommunikation?
3. Hur förändras konstruktionen av soldatidentitet i kampanjerna över tid?

1.2. Material och avgränsningar

Materialet i studien består av bilder från tre kampanjer från Försvarsmakten: *Vad håller du på med* (2013), *Kom som du är* (2019) och *Vi behöver dig* (2025). Kampanjerna är valda för att representera en tidsmässig spridning över drygt ett decennium samtidigt som de ligger inom ramen för samma grundläggande förutsättningar för rekrytering och kommunikation. Studiens bilder har medvetet valts efter 2010 då den allmänna värnplikten avskaffades, vilket gör att de valda kampanjerna kan analyseras under liknande institutionella och samhällseliga villkor.⁴

Det är viktigt att notera att det geopolitiska läget har förändrats under denna period vilket påverkar kampanjernas kontext. Förändringen är dock inte en begränsning av studien utan en del av den historiska och samhällseliga bakgrund som kampanjerna ska förstås utifrån.

Urvalet av kampanjer möjliggör en jämförande analys över tid och ger samtidigt ett hanterbart material att studera i detalj. Genom att fokusera på tre centrala kampanjer

⁴ Plikt- och prövningsverket. *Vår historia*. Plikt- och prövningsverket. (u.å.).
<https://www.pliktverket.se/om-myndigheten/vart-uppdrag/var-historia> (Hämtad 2026-05-03).

kan studien undersöka kontinuitet och förändring i budskap samt visuella representationer, utan att materialets omfattning blir för stor i förhållande till studiens omfång.

1.2.1 Avgränsning

Urvalet av tre kampanjer och tre bilder per kampanj i studien har gjorts med hänsyn till uppsatsens omfång. Det finns givetvis fler kampanjer och bildmaterial från Försvarsmakten, liksom visuell kommunikation från andra myndigheter inom totalförsvaret som hade kunnat analyseras.

Alla bilder har hämtats under samma vecka i insamlingsfasen, vilket säkerställer jämförbarhet i hur materialet dokumenterats och hanterats. Avgränsningen skapar en hanterbar och tydlig kontext för studien, samtidigt som den möjliggör en fokuserad analys av budskap, visuella representationer och rekryteringsstrategier i Försvarsmaktens kampanjer. Studien gör därmed inte anspråk på att ge en heltäckande bild av Försvarsmaktens visuella kommunikation, utan ett urval av kampanjer som är relevanta för uppsatsens frågeställningar.

1.3. Forskningsetiska bedömningar

I denna studie aktualiseras flera forskningsetiska överväganden, särskilt kring urval, tolkning och presentation av visuellt material. För det första reflekterar jag över min egen position som uppsatsskrivare, eftersom erfarenheter och perspektiv kan påverka hur materialet förstås. Samtidigt utgår analysen från den valda teorin och den tidigare forskning som studien bygger på. Detta bidrar till ett systematiskt och transparent arbetssätt där slutsatserna grundas på etablerad kunskap och teoretiska perspektiv snarare än subjektiva uppfattningar.⁵

⁵ Eldén, S, "Forskningsetik : vägval i samhällsvetenskapliga studier", uppl 1, Lund, Studentlitteratur, 2020, s, 70.

Eftersom studiens material består av bilder är också urvalet en viktig etisk fråga. Urvalet har gjorts för att spegla de aspekter som är mest relevanta för forskningsfrågorna samtidigt som jag är medveten om att det material som inte ingår begränsar vad studien kan uttala sig om. Genom att tydligt redovisa vilka källor som används och varför säkerställs både transparens och etiskt ansvar, och läsaren kan följa hur analysen genomförts.⁶

Slutligen används endast offentligt tillgängliga eller redan publicerade bilder. Materialet analyseras med respekt för de personer och grupper som avbildas, vilket innebär att analysen fokuserar på representationer och visuella betydelser, utan att tillskriva de avbildade individerna känslor, intentioner eller erfarenheter.⁷

⁶ Ibid, s. 79.

⁷ Ibid, s. 130.

2. Litteraturöversikt och tidigare forskning

I detta avsnitt kommer jag redogöra för den tidigare forskningen inom området. Tidigare forskning kring militära rekryteringskampanjer har belyst flera centrala dimensioner av hur soldatidentiteter formas och kommuniceras. Nedan organiseras forskningsläget kring tre teman: *konstruktionen av soldatens ideal och kompetenser*, *de visuella och narrativa strategier* genom vilka dessa ideal artikuleras samt *hur individen positioneras i relation till nationella berättelser*.

2.1 Hur soldaten framställs: ideal, egenskaper och kompetenser

I takt med att värnplikten har minskat i många länder har militära organisationer i allt större utsträckning behövt konkurrera om arbetskraft på den civila arbetsmarknaden. Rekryteringskampanjer har därmed fått en central funktion, inte enbart som ett verktyg för att attrahera nya soldater utan också som en arena där föreställningar om soldaten och militärtjänstens innebörd formas.⁸

Natalie Jester analyserar brittiska och amerikanska rekryteringsfilmer mellan 2002 och 2018 med fokus på hur visuella och narrativa strategier reproducerar eller utmanar ideal om militär maskulinitet. Utgångspunkten är att militären som institution är könad, och att rekryteringsreklam utgör en central arena där dessa föreställningar synliggörs och cirkuleras.⁹

Jesters analys visar att tidiga brittiska kampanjer domineras av en traditionell militär maskulinitet, där soldaten framställs som fysisk stark, riskbenägen och stridsorienterad. Genom återkommande skildringar av farliga och stridsnära miljöer konstrueras aggression, beredskap och fysisk uthållighet som centrala kompetenser.¹⁰

⁸ Jester, N. "Army recruitment video advertisements in the US and UK since 2002: Challenging ideals of hegemonic military masculinity?" *Media, War & Conflict*, 14(1), 2021, s. 58.

⁹ Ibid, s. 59.

¹⁰ Ibid, s. 62.

Samtidigt identifieras tydliga förskjutningar, särskilt i amerikanska kampanjer, där den klassiska krigsbilden tonas ned till förmån för ett bredare ideal. Här lyfts emotionell styrka, samarbetsförmåga och ansvarstagande fram genom visuella framställningar av mellanmänniska relationer och stödjande roller.¹¹ Soldatidentiten framstår därmed som mer mångdimensionell, där fysisk kompetens kompletteras av social och emotionell förmåga.

En central aspekt i denna utveckling är skiftet från individuell heroism till kollektiv tillhörighet. Soldaten framställs i ökande grad som del av ett team, där sammanhållning och gemensamt ansvar utgör kärnan i den militära identiteten.¹² Representationer av kvinnor och personer med olika etnisk bakgrund integreras i den kollektiva ramen och fungerar som tecken på institutionell mångfald.¹³

Den brittiska utvecklingen följer ett liknande mönster, om än med ett senare genombrott. Tidigare marginalisering av kvinnliga soldater ersätts i senare kampanjer av mer inkluderade representationer.¹⁴ Jester betonar dock att denna förändring inte innebär att den militära logiken försvagas. Snarare omformuleras militär makt genom att framhäva gemenskap, mångfald och personlig utveckling, vilket både breddar rekryteringsbasen och legitimerar militären i ett förändrat samhällsligt sammanhang.¹⁵

Ett närliggande, mer styrningsteoretiskt perspektiv, presenteras av Strand och Berndtsson, som analyserar militära rekryteringsdiskurser i Sverige och Storbritannien utifrån ett governmentality-perspektiv. De visar hur soldaten i neoliberal demokratier konstrueras som ett självstyrande, målinriktad och utvecklingsorienterat subjekt.¹⁶ Centralt i denna diskurs är idealet om den "enterprising solier", en individ som

¹¹ Ibid, s. 65.

¹² Ibid, s. 68.

¹³ Ibid, s. 67.

¹⁴ Ibid, s. 65.

¹⁵ Ibid, s. 65.

¹⁶ Strand, S., & Berndtsson, J. "Recruiting the "enterprising soldier": military recruitment discourses in Sweden and the United Kingdom". *Critical Military Studies*, 1(3), 2015, s. 233.

kontinuerligt investerar i sin egen kompetens och betraktar militärtjänst som ett medel för personlig och professionell utveckling.¹⁷

I rekryteringskommunikationen betonas därför utbildning, träning och erfarenheter som överförbara till civila sammanhang. Detta innebär en förskjutning från traditionella föreställningar om plikt och kollektivt försvar mot en förståelse av soldatrollen som ett individuellt val och en del av ett livs- och karriärsprojekt. Identitet formas här genom militära strukturer, snarare än genom en institutionell skyldighet gentemot staten.¹⁸

Strand och Berndtsson identifierar samtidigt skillnader mellan nationella kontexter. I Sverige kopplas soldatrollen ofta till fredsbevarande insatser, samhällsnytta och upprätthållandet av demokratiska värden, medan brittisk rekryteringskommunikation i högre grad betonar traditioner av strid, risk och väpnad konflikt.¹⁹ Trots dessa olikheter är individens utveckling och självförverkligande centrala i båda fallen.

Sammantaget pekar analysen på en dubbel logik i konstruktionen av soldatidentiteten. Soldaten framställs både som en del av ett militärt kollektiv och som en självstyrande individ på en personlig utvecklingsresa.²⁰ Traditionella värden såsom professionalism, uthållighet och lojalitet upprätthålls men paketeras i nya narrativa former som harmoniserar med samtida ideal om individualisering och självutveckling.

2.2 Visuella strategier i militära rekryteringskampanjer

Forskning om rekryteringskampanjer visar att reklam inte enbart fungerar som ett instrument för att förmedla information utan som en central arena för att producera mening, identitet och känslomässig orientering. Sanda Marcoci visar att reklamens övertygande kraft i hög grad bygger på dess förmåga att skapa symboliska och

¹⁷ Ibid, s. 236.

¹⁸ Ibid, s. 233.

¹⁹ Ibid, s. 238.

²⁰ Ibid, s. 236.

emotionella betydelser, där det som marknadsförs laddas med normativa föreställningar och attraktiva ideal. Snarare än att kommunicera genom explicita budskap verkar reklamen ofta indirekt, genom antydningar, associationer och stämningar som mottagaren själv tolkar.²¹

I militära rekryteringskampanjer innebär detta att reklamen inte bara kommunicerar ett yrke eller en aktivitet, utan organiserar sätt att förstå och erfara militären.²² Det som mottagaren erbjuds är inte bara en aktivitet eller ett arbete utan en möjlighet att bli någon - att inta en viss position i samhället. Reklamen fungerar därmed som en form av identitetsarbete där subjektet erbjuds specifika sätt att förstå sig själv.²³ Det är genom visuella gestaltningar, kroppar, miljöer och situationer, som dessa ideal konkretiseras och görs begripliga och därigenom möjliga att identifiera sig med.

Sejin Park m.f. analyserar vilka typer av budskap som dominerar i amerikansk militär reklam. Studien visar att en majoritet av kampanjerna använder så kallade transformativa strategier, det vill säga strategier som syftar till att skapa emotionella och identitetsbaserade kopplingar snarare än att enbart förmedla saklig information.²⁴

I dessa kampanjer konstrueras militärtjänst som något mer än arbete: det framställs som en väg till självförverkligande, gemenskap och mening. Något som kan kopplas till Strand och Berndtssons resonemang. Reklamen aktiverar känslor kopplade till stolthet, samhörighet och personlig utveckling och positionerar individen som någon som genom militären kan bli sitt "bästa jag".²⁵ Denna typ av framställning innebär att fokus förskjuts från vad militären gör till vad individen kan bli genom att delta i den.

²¹ Marcoci, S. "Advertising Discourse and the Use of Rhetorical Figures". *Journal of Research in Gender Studies*, 4(1), 2014, s. 747.

²² Ibid, s. 748.

²³ Ibid, s. 749.

²⁴ Park, S., Shoieb, Z., & Taylor, R. E. "Message Strategies in Military Recruitment Advertising". *Armed Forces & Society*, 43(3), 2017, s. 565.

²⁵ Ibid, s. 568.

Samtidigt visar studien att strategierna anpassas efter kontext och målgrupp. Kampanjer riktade mot aktiva soldater präglas i högre grad av transformativa strategier som betonar identitet, lojalitet och tillhörighet medan kampanjer riktade mot reservister oftare innehåller mer instrumentella inslag, såsom konkreta fördelar och praktiska möjligheter.²⁶

Det centrala i båda studier är därmed att rekryteringskampanjer inte primärt ska förstås som informationsbärare utan som praktiker som formar hur militären upplevs och vilka känslor och identiteter som knyts till den. Även om dessa processer kan uttryckas genom språk är de i hög grad beroende av hur de gestaltas visuellt. Det är genom bilder som abstrakta värden som mod, gemenskap och självförverkligande ges konkret form och görs möjliga att erfara.

2.3 Individen i nationens berättelse

I flera centrala studier framträder en samlad bild av hur soldaten i samtida rekryteringskommunikation placeras i en bredare nationell berättelse.²⁷ Sammantaget visar studierna att soldaten konstrueras som mer än en militär funktion: hen blir bärare av nationens självbild, värderingar och framtidsprojekt.

Cindy Elmore undersöker annonser publicerade i ett amerikanskt försvars veckoblad under Irakkriget. Här framträder det tydligt hur reklam inte bara marknadsför militära produkter utan också iscensätter en berättelse om nationellt våld, skydd och geopolitisk närvaro. Soldaten representeras genom ett konsekvent bildspråk präglad av explosioner, vapen, mörktonad estetik och stridsutrustning. De personer som syns är avbildade utan leenden och ofta i närhet till eldstrider eller hotfull terräng.²⁸

²⁶ Ibid, s. 570.

²⁷ Se även Nagel (1998); Fransen (2019).

²⁸ Elmore, C. "Selling to soldiers: warrior hero masculinity and missing military women in Stars and Stripes' Iraq war advertising". *Feminist Media Studies*, 24(3), 2024, s. 459.

Denna iscensättning bidrar till att soldaten framstår som en frontlinje-gestalt i ett större nationellt drama, där militära insatser inte bara är politiska beslut utan omformas till moraliska handlingar. Genom att placera soldaten i berättelser som framhäver hot, fara och teknisk skicklighet, reproducerar reklamen en föreställning om nationen som ständigt utsatt och i behov av skydd av kvalificerade militära aktörer.²⁹ I detta narrativ blir soldaten en symbolisk garant för nationens säkerhet och värdegemenskap.

Stern och Strand visar hur soldaten placeras i ett utvecklingsnarrativ där militärtjänst blir en personlig och moralisk resa.³⁰ Här synliggörs hur soldaten inte bara placeras i nationens aktuella historia utan också i nationens framtidsberättelse.³¹ Rekryteringsfilmerna följer ofta ett återkommande mönster där individen börjar i en situation präglad av osäkerhet eller avsaknad av riktning, möter olika motgångar, fattar ett avgörande beslut och därefter utvecklas genom militärtjänsten. På så sätt framstår soldaten som en person som växer in i rollen, hittar en tydligare plats i tillvaron och formas till någon som kan bidra till nationens fortsatta styrka och sammanhållning.³²

Bäck m.f. visar att försvarsvilja inte är statisk utan skapas och aktiveras genom statliga narrativ om hot, ansvar och kollektiv sammanhållning.³³ I denna process framställs individen som en del av ett nationellt projekt där varje person förväntas bidra till landets trygghet och motståndskraft.³⁴ Sundberg och Gustavsson visar i sin tur att individens försvarsvilja i hög grad formas av hur de psykologiskt identifierar sig med

²⁹ Ibid, s. 561.

³⁰ Stern, M., & Strand, S. "The aspirational promise of soldiering: an analysis of military recruitment testimonials". *Critical Military Studies*, 10(4), 2024, s. 526.

³¹ Ibid, s. 528.

³² Ibid, s. 536.

³³ Bäck, H., Remsö, A., Renström, E., & Sjöstedt, R.. "From crisis to commitment: How empowerment and threat perceptions influence individuals' defence willingness". *European Journal of International Security*, 2024, s. 1.

³⁴ Ibid, s. 1-2.

nationen. Stark nationell anknytning, kulturell stolthet och upplevelsen att nationen har värden att skydda ökar benägenheten att försvara landet.³⁵

Ayala och Alcalde följer det spåret och visar hur starka känslomässiga band till nationen, det de benämner som “identity fusion”, formar individers beredskap att skydda det nationella kollektivet när det upplevs som hotat. Identity fusion beskriver ett tillstånd där individens självbild och nationens öde sammanfaller, vilket kan leda till en stark vilja att försvara landet.³⁶ Men de visar också att starka känslomässiga band till nationen inte bara skapar närhet till det egna kollektivet utan också skarpare gränser mot dem som uppfattas som utanför. När nationen framstår som hotad aktiveras en tydlig vi-och-dem-logik, vilket ökar benägenheten att vilja försvara ingruppen.³⁷

Malmström och Berndtson visar att samma nationella berättelse även sträcker sig utanför den traditionella soldatkroppen. Genom att studera Hemvärnets kommunikation visar de hur organisationen aktivt konstruerar soldaten som “samhällets soldat”, en figur som förenar civila och militära identiteter.³⁸ Hemvärnssoldaten framstår som både en vanlig samhällsmedborgare och en bärare av nationens försvarsvilja, vilket suddar ut gränsen mellan militären och det civila och presenterar försvarsengagemang som något öppet för vem som helst.³⁹

Den tidigare forskningen visar sammantaget att militära rekryteringskampanjer utgör centrala arenor för konstruktionen av soldatidentiteter, där ideal och kompetenser och relationen mellan individ och nation formas genom visuella och narrativa strategier.

³⁵ Sundberg, R., & Gustavsson, G. “Defending the national identity: exploring the links between a multidimensional national identity concept and the willingness to defend one’s country”. *European Security*, 2025, s. 2.

³⁶ Landabur Ayala, R. A., & Wilson Alcalde, J. E. “Identity fusion with one’s country and willingness to fight for it: The moderation role of universalism values”. *Studia Psychologica*, 65(4), 2023, s. 294.

³⁷ Ibid, s. 294.

³⁸ Malmström, J., & Berndtsson, J. “Constructing “society’s soldiers”: Identity work, (total) defence willingness and the Swedish Home Guard”. *Scandinavian Journal of Military Studies*, 8(1), 2025, s. 1.

³⁹ Ibid, s. 8.

Studierna har dock i stor utsträckning fokuserat på enskilda kampanjer, specifika diskurser eller anglosaxiska kontexter.

Denna studie bidrar till forskningsfältet genom att analysera hur Försvarsmaktens soldat konstrueras visuellt i svenska kampanjer över tid. Genom att förena ett visuellt analytiskt perspektiv med ett tidsmässigt jämförande angreppssätt synliggör studien hur försvarsidentitet omförhandlas i relation till ett förändrat säkerhetspolitiskt sammanhang. På så sätt kompletterar studien tidigare forskning genom att visa att bilder inte enbart representerar soldaten utan aktivt definieras vad som uppfattas som försvarsvärt och vilken typ av soldat som legitimeras i det samtida svenska totalförsvaret.

3. Teori och metod

3.1. Roland Barthes semiotiska modell

I detta avsnitt presenteras det teoretiska ramverk som ligger till grund för analysen av studiens empiriska material. Teoridelen utgår från Roland Barthes semiotiska modell för bildens betydelseproduktion, såsom den presenteras i "Rhetoric of the Image". Barthes utgår från en grundläggande problemformulering: huruvida analog visuell representation kan förstås som ett system av tecken.

Trots sin till synes naturliga karaktär är bilden enligt Barthes inte en neutral återgivning av verkligheten utan en konstruerad representation vars mening formas genom kulturella koder och sociala konventioner. Detta blir särskilt tydligt i reklambilden, som Barthes själv utgår från i "Rhetoric of the Image", eftersom dess betydelser är avsiktligt arrangerade för att påverka mottagarens förståelse.⁴⁰

Det innebär att bilden måste förstås som ett semiotiskt objekt, där betydelser inte är givna utan producerade. Analysen av bilder handlar därmed inte enbart om vad som avbildas utan om hur mening skapas genom kulturellt organiserade tolkningsprocesser.

Detta gör Barthes teori relevant för studien eftersom Försvarmaktens kampanjbilder, liksom reklambilden, inte enbart informerar utan också producerar föreställningar om soldaten, nationen och militären som institution.⁴¹ Genom begreppen denotation och konnotation blir det möjligt att analysera hur bilder både visar ett bokstavligt innehåll och samtidigt artikulerar kulturella och ideologiska betydelser.⁴²

3.1.1. Bildens tre betydelsenivåer

Barthes urskiljer tre analytiska betydelsenivåer i bilden: det språkliga budskapet samt två ikoniska nivåer, den denotativa och den konnotativa. Tillsammans utgör de en

⁴⁰ Ibid, s. 33.

⁴¹ Barthes, R. "Rhetoric of the Image". I *Image Music Text*. Översatt av Stephan Heath. New York: Hill and Wang, 1977, s. 34. Barthes, "Rhetoric of the image", s. 34.

⁴² Barthes, "Rhetoric of the Image", s. 33.

struktur där mening skapas genom olika former av kodning, igenkänning och kulturell tolkning.⁴³ Samtidigt betonar Barthes att uppdelningen framför allt fungerar som ett analytiskt verktyg. I den faktiska bildupplevelsen framträder den denotativa och den konnotativa betydelsen inte var för sig, utan samtidigt och som en helhet. Det kulturellt kodade kan därmed uppfattas som naturligt och självklart.⁴⁴

3.1.2. Det språkliga budskapet

Det språkliga budskapet utgörs av text som förekommer i anslutning till bilden, exempelvis rubriker, bildtexter eller andra språkliga element. Barthes menar att detta budskap har en central funktion i hur bildens betydelse organiseras och stabiliseras. Eftersom bilder är polysema, det vill säga rymmer flera potentiella betydelser, uppstår ett behov av att begränsa öppenheten och styra hur bilden ska läsas.⁴⁵

Det språkliga budskapet kan enligt Barthes fylla denna funktion på två sätt. Genom "anchorage" fungerar texten som ett tolkningsankare som selekterar och fixerar vissa betydelser i bilden, samtidigt som andra tolkningar trängs undan. Texten får därmed en styrande roll i läsningen av bilden och kan förstås som ett sätt att dirigera betraktarens förståelse i en bestämd riktning.⁴⁶

I andra fall fungerar texten istället som "relay", där text och bild tillsammans bidrar till att producera mening. Här tillför texten inte enbart styrning utan kompletterar bilden genom att tillföra information som inte finns visuellt och därmed inte ingår i en gemensam betydelsekedja.⁴⁷

⁴³ Ibid, s. 34.

⁴⁴ Ibid, s. 36.

⁴⁵ Ibid, s. 38.

⁴⁶ Ibid, s. 39-40.

⁴⁷ Ibid, s. 41.

3.1.3. Det denotativa budskapet

Det denotativa budskapet avser bildens bokstavliga innehåll, det vill säga vad som faktiskt avbildas i form av objekt, miljöer och kroppar. Barthes beskriver fotografiets denotation som ett "message without a code", i den meningen att fotografiet framstår som en direkt mekanisk registrering av verkligheten, snarare än en kodad representation.⁴⁸

Samtidigt problematiserar Barthes denna uppfattning om objektivitet. Även om fotografiet framstår som en direkt och mekanisk avbildning av verkligheten menar han att naturalisationen är en effekt av hur bilden uppfattas snarare än ett uttryck för faktiskt neutralitet.⁴⁹

Denotationen har därmed en dubbel funktion: den avgränsar bildens bokstavliga nivå genom att utesluta konnotativa betydelser, samtidigt som den framstår som en till synes neutral och självklar representation. Denna skenbara neutralitet bidrar också till att det konnotativa, och därmed ideologiska, betydelser framstår som självklara och givna snarare än kulturellt producerade. Det kan förstås som centralt i Barthes analys av bildens retorik: att kulturella betydelser framträder som naturliga och därmed blir svåra att ifrågasätta.⁵⁰

3.1.4. Det konnotativa budskapet

Det konnotativa budskapet utgör bildens kulturella och ideologiska betydelsenivå. Här aktiveras associationer som inte är direkt givna i bilden, utan bygger på kulturellt etablerade koder.⁵¹ Konnotationer uppstår genom konnotativa element, såsom färg, komposition, kroppsspråk och estetiska uttryck.⁵² Dessa fungerar som

⁴⁸ Ibid, s. 43.

⁴⁹ Ibid, s. 44.

⁵⁰ Ibid, s. 45.

⁵¹ Ibid, s. 46.

⁵² Ibid, s. 49.

betydelsebärande delar av bilden och gör det möjligt för visuella uttryck att kopplas till bredare föreställningar om exempelvis nation, trygghet, ansvar och gemenskap.

Betydelserna förutsätter att betraktaren har tillgång till vissa kulturella referensramar, vilket Barthes beskriver som lexikon. Lexikon består av exempelvis historiska erfarenheter, sociala normer, estetiska konventioner och populärkulturella föreställningar. Även om dessa referensramar kan variera mellan individer är de samtidigt socialt och kulturellt strukturerade och därmed delvis gemensamma.⁵³

Konnotationen är därmed inte individuell i strikt mening, utan socialt organiserad. Det är genom konnotationen som bildens ideologiska dimension blir synlig, eftersom betydelserna inte är neutrala utan bär på värderingar och föreställningar som framstår som naturliga snarare än kulturellt producerade.⁵⁴

3.1.5. Bildens polysemi

Barthes framhåller att bilder är polysema, vilket innebär att de rymmer flera potentiella betydelser samtidigt. Denna mångtydighet innebär att bildens mening inte är fast, utan öppen för olika tolkningar beroende på betraktarens kulturella och sociala position.⁵⁵

Samtidigt är öppenheten inte helt obegränsad. Vissa tolkningar framstår som mer sannolika än andra eftersom de ligger närmare etablerade kulturella koder och dominerande ideologiska ramar. Bildens polysemi utgör därmed en central förutsättning för dess retoriska och ideologiska funktion, då mening uppstår i spänningsfältet mellan möjliga och kulturellt privilegierade tolkningar.⁵⁶

⁵³ Ibid, s. 48.

⁵⁴ Ibid, s. 51.

⁵⁵ Ibid, s. 39.

⁵⁶ Ibid, s. 46-47.

3.2. Tidigare forskning som analytisk referensram

Barthes semiotiska modell utgör det primära analytiska verktyget i denna studie men konnotativa betydelser kan inte identifieras i ett vakuum.⁵⁷ För att förstå vilka kulturella koder och lexikon som aktiveras i bilderna används tidigare forskning som en analytisk referensram, det vill säga som ett sätt att konkretisera och förankra de konnotativa tolkningarna i ett bredare sammanhang.

I analysen används därför inblickar från tidigare forskning om militära rekryteringskampanjer för att belysa hur specifika visuella element bär på institutionellt och kulturellt etablerade betydelser. Jesters analys av hur soldatkroppen kodas genom olika ideal, Elmores undersökning av hur soldaten placeras i nationella narrativ om hot och skydd samt Stern och Strands beskrivning av militärtjänst som ett utvecklingsnarrativ, fungerar som referenspunkter för att tolka de konnotationer som framträder i bilderna. På liknande sätt används Strand och Berndtssons resonemang om den självstyrande soldaten, Sejin Parks analys av transformativa rekryteringsstrategier, Malmström och berndtssons begrepp "samhällets soldat" samt Ayala och Alcaldes begrepp "identity fusion" för att synliggöra hur kampanjernas visuella strategier kopplar samman individuella identitetserbudanden med kollektiva och nationella värden.

Den tidigare forskningen fyller därmed inte en förklarande funktion i analysen utan en orienterande sådan: den hjälper till att precisera inom vilka kulturella och institutionella ramar de konnotativa betydelserna uppstår och bör förstås.

⁵⁷ Ibid, s. 36.

3.2. Metod

Metoden i studien är en kvalitativ bildanalys som utgår från Brigitte Mrals retoriska bildanalys, såsom den presenteras i *Kritisk retorikanalys: text, bild, actio*. Metoden möjliggör en systematisk analys av bilder som självständiga kommunikativa handlingar, snarare än som illustrationer till text.

Bilder bör förstås som meningsskapande praktiker snarare än neutrala avbildningar av verkligheten. Genom strategiska val av motiv, estetik, komposition och symbolik fungerar de som retoriska uttryck.⁵⁸ Mot denna bakgrund analyserar studien Försvarsmaktens kampanjbilder som visuella representationer, som bidrar till att konstruera soldatidentitet och etablera försvarsvärden.

3.2.1 Bildens två analysnivåer

Bildanalysen genomförs i två analytiska steg som tillsammans möjliggör en fördjupad tolkning av bildens betydelse och retoriska funktion. Stegen motsvarar en analys av bildens synliga utformning respektive dess underliggande meningsstrukturer och bygger på en semiotisk förståelse av bilden som en aktivt meningsskapande praktik.⁵⁹

Det första steget fokuserar på bildens direkt observerbara innehåll, det vill säga bildens manifesta nivå, vilket kan liknas vid Roland Barthes begrepp denotation. I detta steg analyseras vad som faktiskt framställs i bilden utan att tillskriva de visuella elementen någon värderande eller symbolisk betydelse. Syftet är att etablera en noggrant genomförd och systematisk beskrivning av bildens visuella struktur.⁶⁰

I den denotativa analysen uppmärksammas särskilt:

- hur bilden är komponerad och vad som fångar betraktarens blick
- vilka kroppar, miljöer, objekt och handlingar som avbildas

⁵⁸ Mral, B., Gelang, M. & Bröms, E.. "Kritisk retorikanalys: text, bild, actio", Retorikförlaget, 2016, s. 87.

⁵⁹ Ibid, s. 96.

⁶⁰ Ibid, s. 94.

- relationen mellan förgrund och bakgrund
- förekomsten av igenkännbara visuella tecken, såsom uniformer eller symboler

Detta analyssteg fungerar som en nödvändig grund för den fortsatta tolkningen genom att tydliggöra bildens visuella byggstenar. På så sätt minskar risken för selektiv observation och säkerställer att konnotativa tolkningar görs med förankring i bildmaterialet.

I det andra steget fördjupas analysen genom att bildens latent nivå undersöks, med fokus på hur de identifierade visuella elementen samverkar för att producera kulturella, ideologiska och värderande betydelser. Den konnotativa analysen tar sin utgångspunkt i Roland Barthes semiotiska teori och används för att synliggöra hur mening skapas genom bildens form, uttryck och sammanhang.

I det här steget integreras även tidigare forskning som en analytisk referensram. Den tidigare forskningen används för att begreppsliggöra och kontextualisera de ideal, egenskaper och värden som aktualiseras i bildmaterialet, utan att ersätta bildens egen meningsproduktion.⁶¹

I den konnotativa analysen uppmärksammas särskilt:

- vilka ideal och egenskaper som konnoteras till den gestaltade soldaten
- vilka känslor bilden försöker väcka hos betraktaren
- hur bilden positionerar betraktaren i relation till soldaten

Denna analytiska struktur bygger på antagandet att denotativ och konnotativ analys är åtskilda men ömsesidigt beroende steg.⁶² Den denotativa analysen fungerar som en

⁶¹ Ibid, s. 86.

⁶² Barthes, "Rhetoric of the Image", s. 36.

nödvändig grund genom att fastställa bildens visuella innehåll och form. Först därefter kan bildens konnotativa meningslager analyseras.

3.3. Metoddiskussion

Bildanalys som metod är inte en exakt vetenskap utan en tolkande praktik, där uttolkaren alltid påverkas av kulturella och sociala ramar som formar förståelsen. Studiens ambition är därför intersubjektivitet: att tolkningarna ska vara möjliga att förstå och kritiskt bedöma av andra.⁶³ Det uppnås genom att analysen systematiskt förankras i Barthes semiotiska ramverk och i tidigare forskning, så att slutsatserna vilar på explicita argument snarare än subjektiva omdömen.

Analysen rör sig samtidigt på en representationsnivå. Den visar hur betydelse konstrueras i bilderna, inte hur mottagare faktiskt uppfattar dem.⁶⁴ De tolkningar som presenteras ska därför förstås som möjliga läsningar av materialet, inte givna sanningar.⁶⁵

⁶³ Ibid, s. 16.

⁶⁴ Boréus, K. & Bergström, G., "Textens mening och makt : metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys", uppl. 4, Lund, Studentlitteratur, 2018, s. 393.

⁶⁵ Ibid, s. 17.

4. Denotativ analys

Nedan följer en denotativ analys av det empiriska bildmaterialet, strukturerad utifrån det tidigare presenterade kodschemat. Varje bild behandlas under respektive kampanjs rubrik.

4.1 Vad håller du på med? (2013)

4.1.1 Bild 1.1



66

Bildens komposition är centrerad kring en ensam man, vars kropp utgör bildens visuella mittpunkt. Han är iklädd en kortärmad, mörkfärgad t-shirt med tryck i blått

⁶⁶ Guldägget. *Vad håller du på med?* (u.å.). <https://guldagget.se/bidrag/vad-haller-du-pa-med-2/> (Hämtad: 2026-03-12).

och gult på bröstet. Underkroppen är till stor del täckt av silverfärgad tejp vilket gör övriga plagg svåra att urskilja. På fötterna bär personen mörka skor. Klädseln framstår som vardaglig och funktionell.

Mannen står på en stege framför en slät, vit vägg. Bilden är tagen rakt framifrån, i ögonhöjd med överkroppen, vilket skapar ett tydligt och rakt perspektiv mot betraktaren. Samtidigt är kroppen något vriden åt sidan och ansiktet delvis bortvänt, vilket gör att ögonkontakt inte etableras.

Betraktarens blick leds främst till den silverglade tejp som omsluter mannens midja och ben i flera ojämna lager. Därefter riktas uppmärksamheten till mannens händer, där en tejprulle hålls i ena handen medan den andra handen sträcker ut ett lång tejpband som löper diagonalt över kroppen. Handlingen framstår som pågående, som om bilden fångar ett ögonblick mitt i ett skeende.

Till vänster syns en blå metallstege lutad mot väggen. På trappstegen ligger flera rullar av samma silverfärgade tejp och en genomskinlig plastflaska. Föremålen förstärker den vardagliga och funktionella miljön. Mannen, tejp och stegen framträder tydligt i förgrunden medan bakgrunden är neutral och detaljfattig.

I bildens nedre del återfinns texten “ VAD HÅLLER DU PÅ MED?” i stor, fet, versal text. Frågan besvaras i brödtexten av Försvarmaktens själv genom hänvisningar till minröjning, mattransporter och försvar av demokratiska rättigheter i krigshärjade länder, följt av en uppmaning att ansöka till militär grundutbildning. I det nedre hörnet finns Försvarmaktens logotyp. Textens placering och typografiska hierarki gör den lätt att uppfatta och tydligt integrerad i bildens helhet.

4.1.2 Bild 1.2



67

I bilden illustreras en vuxen man som står vid ett bord i en inomhusmiljö och hanterar en ljus, mjölig massa som framstår som en deg. Han bär en långärmad blå- och vitrutig skjorta samt mörkare byxor. Kroppen är lätt framåtlutad över bordet och huvudet vinklad ned mot händerna och arbetsytan. Ansiktet är delvis bortvänt från kameran så det skapas ingen ögonkontakt med betraktaren.

På bordet finns flera föremål som är kopplade till bakning. Mjöl är utspritt över arbetsytan och i närheten syns köksredskap såsom en kavel, måttkärl och en skål. Föremålen är placerade utan tydlig ordning vilket bidrar till att situationen framstår som ett pågående arbetsmoment. Mannens händer har tydliga spår av mjöl och degrester vilket understryker den aktiva hanteringen av materialet. Samtidigt saknar

⁶⁷ Guldägget, *Vad håller du på med?*.

bilden tydliga tidsmarkörer eller element som knyter situationen till en specifik tidpunkt eller händelse, vilket gör handlingen vardaglig.

Bakgrunden visar en hemliknande inomhusmiljö med en bokhylla fylld av böcker, en inramad tavla och en trästol till vänster i bilden. Dessa element etablerar ett privat sammanhang utan att ta fokus från handlingen i förgrunden.

Bildens komposition är koncentrerad kring mannens överkropp och händer. Blickens dras först till mobiltelefonen i den möjliga handen och därefter till degklumpen på bordet. Färgskalan domineras av dämpade neutrala toner, där det ljusa mjölet och degen kontrasterar mot de mörka kläderna och bordets yta.

I bildens nedre del finns texten "VAD HÅLLER DU PÅ MED?" i stor vit versal typografi. Till skillnad från föregående bild riktas frågan här mot någon som bakar, men svaret i brödtexten är detsamma: Försvarmakten hänvisar till minröjning, mattransporter och försvar av demokratiska rättigheter i krigshärjade länder, följt av en uppmaning att ansöka till militär grundutbildning. I bildens högra hörn finns Försvarmaktens logotyp och namn, vilket tydliggör avsändaren.

4.1.3 Bild 1.3



68

Bilden föreställer en yngre man i en inomhusmiljö framför en glasvägg där han placerar färgade post-it lappar på ytan. Han bär en ljusgrå skjorta och mörka jeans. Kroppen är orienterad mot glasväggen medan överkroppen är lätt vriden och ansiktet vänt mot kameran.

I ena handen håller han post-it lappar och i den andra ett papper med tryckt ruttmönster, vilket antyder en förutbestämd struktur. På golvet nära hans fötter ligger fler post-it lappar utspridda i olika färger. Blicken är riktad mot betraktaren, munnen är något öppen och huvudet vridet över axel vilket ger intryck av en plötslig uppmärksamhetsförskjutning. Ansiktsuttrycket framstår därmed inte som helt neutralt utan signalerar snarare ett ögonblick av avbrott i en pågående handling. Det förstärks av

⁶⁸ Guldägget, *Vad håller du på med?*

kroppens position, där överkroppen fortfarande är orienterad mot arbetet, medan huvudet är riktad mot betraktaren.

Post-it lapparna är arrangerade i tydliga färgblock. Till vänster bildar röda och gröna lappar ett bärliknande motiv med två runda former och ett skaft, visuellt likt ett körsbär. Formen är uppbyggd av flera lappar placerade tätt intill varandra, vilket gör konturen tydligt läsbar.

På bildens högra sida finns ett större motiv av blåa, gula och vita post-it lappar. Motivet har en rundad, kupolartad form upptill och bredare nedtill. Den yttre siluetten kan associeras till en svamp- eller molnliknande figur, men ingen detalj fastställer exakt vad motivet föreställer.

Miljön består av ett rum med mörkt golv och en glasvägg mot en mörkare bakgrund, vilket ger intryck av en kontorsliknande arbetsplats. Utanför glaset syns vertikala strukturer som liknar persienner eller fönsterlameller, och bakom glaset finns ett par skor nära väggen.

Kompositionen är centrerad kring mannen och post-it strukturen. De starka färgerna i lapparna kontrasterar mot den mörkare och neutrala omgivningen, och fångar snabbt blicken.

I bildens nedre del återkommer rubriken "VAD HÅLLER DU PÅ MED?" i stor vit versal typografi. Brödtexten skiljer sig dock här från de föregående bilderna: Försvarsmakten svarar att de röjer spår vid snöoväder och undsätter nödställda i fjällen, följt av att tjänstgöring är en möjlighet att göra skillnad "på riktigt". I det nedre högra hörnet finns Försvarsmaktens logotyp och namn.

4.2 Kom som du är (2019)

4.2.1 Bild 1.4



Bilden föreställer en kvinnlig soldat, placerad centralt i bildytan mot en enfärgad, ljusgrå bakgrund. Hon sitter på marken med benen böjda och ena benet draget in mot kroppen. Den ena armen vilar avslappnat över knät, medan den andra handen är placerad nära foten. Kroppshållningen är upprätt men samtidigt avslappnad.

Kvinnan bär en kamouflagefärgad uniform bestående av jacka och byxor i gröna, svarta och beige toner. På huvudet bär hon en mörk basker med ett emblem placerat framtill. Fötterna är klädda i svarta kängor och håret är flätat i en lång fläta som faller över axeln.

⁶⁹ Layer1. *Försvarsmakten - Klara G.* (u.å.). <https://www.layer1.se/portfolio/forsvarsmakten-klara-g/> (Hämtad: 2026-01-12).

Ansiktet är vänt mot kameran och blicken riktad direkt mot betraktaren, vilket skapar en tydlig visuell kontakt. Ansiktsuttrycket framstår som neutralt och kontrollerat utan synliga leenden eller starka emotionella markörer.

Bildens komposition är symmetrisk och centrerad kring kvinnan. Den neutrala bakgrunden saknar synliga objekt eller detaljer, vilket gör att fokus helt riktas mot kroppen, klädseln och ansiktet. Ljussättningen är jämn och mjuk vilket gör att detaljer i uniformen och ansiktet framträder tydligt utan starka skuggor.

Färgskalan domineras av dämpade och naturliga toner, där uniformens kamouflagemönster utgör det mest framträdande visuella inslaget. Den ljusa bakgrunden kontrasterar mot de mörkare delarna av uniformen och förstärker hennes visuella närvaro i bilden.

I bildens nedre del finns en text i vit färg. Den till synes största texten lyder "KOM SOM DU ÄR" i stora versaler. Ovanför denna, till vänster om kvinnan, finns texten "Elenore" följt av titeln "Adjutant". Under huvudtexten uppmanas betraktaren att utmana sin bild av vem som passar i Försvarsmakten. I det nedre hörnet identifieras avsändaren "Försvarsmakten".

4.2.2 Bild 1.5



Bilden föreställer en man i militär uniform, placerad centralt i bildytan mot en enfärgad, ljusgrå bakgrund. Mannen är avbildad i en rörelse där kroppen är upplyft från marken, med båda fötterna i luften. Kroppen är diagonalt orienterad, med överkroppen lutad bakåt och benen utsträckta nedåt i bildens högra del.

Mannen bär en mörkblå uniform bestående av en långärmad överdel och byxor. På huvudet bär han en mörk mössa med ett emblem placerat framtill. På överdelen finns en mindre märkning eller symbol i gult placerat på bröstet. Fötterna är bara, utan varken skor eller strumpor.

⁷⁰ Layer1, Klara G.

Armarna är utsträckta åt motsatta håll vilket skapar en bred, utspänd kroppshållning. Denna linjeföring ger rörelsen en kontrollerad och koordinerad karaktär. Rörelsen kan visuellt likna ett steg hämtat från dans eller annan kroppslig uttrycksform, där balans och precision framträder som centrala element.

Ansiktet är riktat i profil och blicken är fokuserad åt höger, bort från betraktaren. Ansiktsuttrycket framstår som koncentrerat, vilket förstärks av den riktade blicken och den spända kroppshållningen. Någon direkt visuell kontakt med betraktaren etableras därmed inte.

Bildens komposition är centrerad kring den upplyfta kroppen, som framträder tydligt mot den neutrala bakgrunden. Den enfärgade bakgrunden saknar detaljer vilket gör att fokus helt riktas mot mannens kropp, rörelse och klädsel. Färgskalan i bild är begränsad och domineras av blå och grå toner. Uniformens mörkblå färg kontrasterar mot den ljusgrå bakgrunden, vilket gör att kroppen framträder tydligt.

Till vänster om honom finns en text i vit färg som anger namn och titel: "Jens" och "Signalmatros". I bildens nedre del finns en större text i versaler: "KOM SOM DU ÄR", under den finns ytterligare en textremsa som uppmanar betraktaren att utmana sin bild om vem som passar in i Försvarsmakten. I det högra hörnet är "Försvarsmakten" bokstaverat.

4.2.3 Bild 1.6



Bilden föreställer en kvinnlig soldat placerad mot en enfärgad, jämnt belyst grå bakgrund utan synliga miljödetaljer. Bakgrunden saknar rekvisita vilket gör att fokus ligger helt på personen, rörelsen och bildens textuella element.

Kvinnan bär en kamouflagefärgad uniform bestående av jacka och byxor i gröna och mörka nyanser. Klädseln har tydliga sömmar, förstärkningar och fickor, särskilt synliga vid knän, armbågar och lår. På huvudet bär hon en basker med ett mindre emblem framtill och på fötterna mörka kängor med kraftig sula. Håret är uppsatt i en fläta som sträcker sig bakåt.

⁷¹ Layer1, Klara G.

Hon är avbildad i rörelse, med ena foten placerad på en skateboard och den andra något upplyft. Skateboarden är vinklad diagonalt och befinner sig i luften, vilket indikerar en pågående rörelse. Kroppen är framåtlutad och armarna utsträckta åt sidorna, vilket skapar en tydlig linjeföring genom kroppen. Kroppsställningen signalerar både balans och aktiv kontroll i en instabil situation.

Huvudet är vinklat nedåt och blicken riktad på skateboarden eller marken under vilket bryter eventuell ögonkontakt med betraktaren. Ansiktsuttrycket är inte fullt synligt, men framstår som fokuserat i relation till kroppens position och den riktade blicken. Bildens komposition är centrerad kring den upplyfta kroppen och skateboarden, vars diagonala placering skapar en dynamisk struktur.

Till vänster om personen anges namn och titel i vit text: "Monique" och "Yrkesinformatör". Längre ned i bilden dominerar en större vit text i versaler "KOM SOM DU ÄR", följt av en mindre formulering som uppmanar betraktare att utmana sin uppfattning om Försvarsmakten. Avsändare markerade i det högra hörnet genom logotyp och organisationsnamn: "Försvarsmakten".

4.3 Vi behöver dig (2025)

4.3.1 Bild 1.7



Bilden föreställer en kvinnlig soldat placerad i bildens förgrund, något till vänster i bildytan. Hon är avbildad i en framåtriktad rörelse där kroppen lutar sig något framåt och ena armen är utsträckt framför kroppen. Den andra armen håller ett gevär som är riktat snett nedåt längs kroppens sida. Munnen är öppen och ansiktet är riktat framåt.

Kvinnan i bild bär en kamouflagefärgad uniform bestående av jacka och byxor. På huvudet sitter en hjälm och skyddsglasögon och ansiktet är täckt av samma färger som uniformen.

Miljön utgörs av ett utomhuslandskap med högt gräs och vegetation. Bakgrunden är dimmig eller risig vilket gör att detaljer framträder otydligt. I bakgrunden syns

⁷² Försvarmakten. *Officer - kampanjer*. (u.å.). <https://www.forsvarsmakten.se/aktuellt/kampanjer/> (Hämtad: 2026-03-12).

ytterligare en soldat, placerad längre bak i bildrummet. Den soldaten är delvis skuggig och befinner sig i en lägre sittande position, riktades med ett vapen framåt.

Bildens komposition är uppbyggd kring den kvinnliga soldaten i förgrunden, som framträder skarpt i relation till bakgrunden. Kroppens position, den utsträckta armen och hennes blick bidrar till att leda betraktarens uppmärksamhet mot bildens centrala handling. Färgskalan domineras av gröna, bruna och gråa toner. Uniformens kamouflagemönster samspelar med omgivningen, vilket gör att hon visuellt integreras i landskapet.

I den nedre delen av bilden finns text på två nivåer. Den övre textraden är i gul färg och lyder: "Vi BEHÖVER FLER OFFICERARE". Under denna finns en större text i vit färg: "Vi BEHÖVER DIG". Längst ner i bild återfinns Försvarmaktens logotyp.

4.3.2 Bild 1.8



Bilden visar en manlig soldat i militär utrustning placerad centralt i bildytan, stående i en skogsmiljö. Killen i bild är vänd rakt mot kameran och står upprätt med båda fötterna stadigt på marken, samtidigt som ett gevär hålls i händerna och vilar diagonalt över hans kropp. Ansiktet är täckt med kamouflagefärg. Kroppen är frontalt orienterad och upptar en stor del av bildens mitt.

Soldaten bär en kamouflagemönstrad uniform bestående av jacka och byxor samt en skyddsväst med olika fästansordningar och fickor, och på huvudet en hjälm. Ansiktet riktas rakt mot betraktaren och möter blicken. Ansiktsuttrycket framstår som kontrollerat, utan tydlig mimik. Kroppshållningen är stabil.

Miljön utgörs av en skog med träd, stenar och vegetation i form av mossa och ormbunkar. Bakgrunden består av tät växtlighet, där trädstammar sträcker sig vertikalt uppåt i bildens övre delar. Ljuset är dämpat och filtreras genom träden vilket ger bilden

⁷³ Försvarsmakten, *Officer - kampanjer*.

en mörkare ton. Bildens komposition är centrerad och symmetrisk där soldaten framträder tydligt mot bakgrunden. Färgen domineras av gröna och bruna nyanser där uniformens kamouflagemönster samspelar med omgivningen.

I bildens mitt finns text på två nivåer. Den gula övre raden: "Vi BEHÖVER FLER OFFICERARE", under denna finns en vit större text: "Vi BEHÖVER DIG". Längst ner i bild återfinns Försvarmaktens logotyp, placerad ovanför texten "Försvarmakten".

4.3.3 Bild 1.9



Bilden visar en kvinnlig soldat placerad centralt i bildytan, stående på en asfalterad yta som liknar en landningsbana. Kvinnan i bild är vänd mot kameran och möter blicken med betraktaren. Hon står upprätt med båda fötterna placerade på marken, ansiktsuttrycket framstår som neutralt och kontrollerat. Armarna är böjda och vilar på höfterna vilket ger kroppen en stabil hållning.

Den kvinnliga soldaten bär en kamouflagefärgad uniform bestående av jacka och byxor. På överdelen syns mindre märken och symboler, bland annat en svensk flagga placerad på högra armen. På huvudet bär personen en mörk basker med ett emblem framtill och håret är uppsatt i en fläta som faller över ena axeln.

Miljön utgörs av en öppen yta med asfalt i förgrunden och ett landskap i bakgrunden. På markens syns vita linjemarkeringar som löper diagonalt genom bilden. Till vänster syns ett mindre objekt bestående av en orange markeringsstav och en låg lampa eller

⁷⁴ Försvarsmakten, *Officer - kampanjer*.

signalanordning. I bakgrunden syns ett öppet landskap och en molnig himmel med mörka, täta moln.

Bildens komposition är centrerad kring kvinnan. Färgskalan domineras av gröna, grå och blå toner, där uniformens färger kontrasterar mot den mörka himlen och den grå asfalten. I bildens mitt finns två texter. Den över mindre textraden i gult: "Vi BEHÖVER FLER OFFICERARE", och nedan i vit större text: "Vi BEHÖVER DIG". Längst ner återfinns Försvarsmaktens logotyp, placerad ovanför texten "Försvarsmakten".

5. Konnotativ analys

I det följande avsnittet genomförs en konnotativ analys av bilderna med utgångspunkt i Roland Barthes semiotiska modell. Analysen identifierar hur visuella element producerar värden och ideal, som sätts i relation till tidigare forskning om militära rekryteringskampanjer. Respektive kampanj analyseras som en sammanhållen helhet, där de ingående bilderna tolkas i relation till varandra.

5.1 Vad håller du på med? (2013)

I bild 1 avbildas en individ som tejpar en konstruktion. Avsaknaden av en blick riktad mot kameran gör att handlingen uppfattas som pågående, vilket skapar en känsla av igenkännande och vardaglighet. På den denotativa nivån framstår handlingen som enkel och rutinmässig, men att tejpa är något som många associerar med provisoriska lösningar. På den konnotativa nivån aktiveras därmed en symbolik där silvertejpen fungerar som ett tecken för det temporära, ofullständiga och bristfälliga.⁷⁵ Tejpen framstår som ett sätt att snabbt hålla ihop något som saknar stabilitet och långsiktig hållbarhet.⁷⁶

Denna konnotation kan förstås i relation till vad tidigare forskning beskriver som ett återkommande drag i militära rekryteringsnarrativ: kontrasten mellan ett civilt tillstånd präglad av otillräcklighet och en militär identitet laddad med ansvar och riktning.⁷⁷ Strand och Berndtsson beskriver hur soldaten ofta konstrueras som ett subjekt som förväntas ta ansvar för både sitt eget liv och för nationens säkerhet. I bilden framstår individens handlingskraft som felinriktad, inte obefintlig, men använd på ett sätt som saknar mening inom ramen för ett större samhällsprojekt.⁷⁸

I relation till frågan "Vad håller du på med?" förstärks denna värdering. Texten fungerar som ett tydligt exempel på Barthes begrepp *anchorage*, där den språkliga

⁷⁵ Barthes, "Rhetoric of the Image", s. 36.

⁷⁶ Ibid, s. 45.

⁷⁷ Strand & Berndtsson, "Recruiting the enterprising soldier", s. 236.

⁷⁸ Ibid, s. 233.

frågan styr och fixerar betraktarens tolkning av handlingen.⁷⁹ Frågan fungerar inte enbart som en neutral observation utan etablerar ett moraliskt raster genom vilket individens aktivitet framstår som otillräcklig.⁸⁰ På så vis aktiveras det som Stern och Strand beskriver som ett moraliserande uppvaknande, där individen uppmanas till självvrannsakan och omorientering mot ett mer legitimt och samhällsnyttigt engagemang.⁸¹

Samtidigt förekommer blå och gula detaljer i bilden, färger som i en svensk kontext associeras med nationen. Den visuella närheten till nationella symboler skapar en konnotation där individens handling kopplas till nationen, men utan att denna koppling realiseras i faktisk samhällsnytta. I linje med Elmores analys kan detta förstås som en implicit kontrast: individen befinner sig i symbolisk närhet till det nationella ansvar som försvaret representerar, men misslyckas med att fullt ut förkroppsliga de värden: ansvar, disciplin, långsiktighet - som soldatidentiteten representerar. Resultatet blir en bild av en person vars potential ännu inte kanaliseras rätt.⁸²

I bild 2 ser vi en person som bakar samtidigt som han verkar ta en bild med en mobiltelefon. Här framställs en handling som på ytan verkar produktiv, där individen demonstrerar en förmåga att hantera flera uppgifter samtidigt - en förmåga som ofta värderas högt. Men konnotativt introduceras en tydlig fragmentering av uppmärksamheten, den simultana användningen av telefonen fungerar som en visuell konnotator för distraktion och bristande närvaro.⁸³

Även här använder kampanjen samma språkliga fråga: "Vad håller du på med?" för att värdera handlingen. I Barthes mening fungerar texten återigen som anchorage och styr tolkningen bort från en positiv förståelse av multitasking till en kritisk läsning där bristande fokus framträder som ett problem.⁸⁴ Det kan kopplas till denna typ av disciplin och självbehärskning som enligt Elmore och Jester utgör centrala ideal i

⁷⁹ Barthes, "Rhetoric of the Image", s. 39.

⁸⁰ Ibid, s. 40.

⁸¹ Ibid, s. 536.

⁸² Elmore, "Selling to soldiers", s. 459.

⁸³ Barthes, "Rhetoric of the Image", s. 36.

⁸⁴ Ibid, s. 39.

militär identitet. I kontrast till det civila livets splittrande uppmärksamhet framstår den militära rollen som ett sammanhang där koncentration och närvaro värderas högre.⁸⁵

I bild 3 riktas individens blick rakt mot kameran, i ett ögonblick som förstås som ett avbrott i handlingen. I kombination med frågan "Vad håller du på med?" konnoterar detta ögonblick en situation av påkommenhet.⁸⁶ Handlingen exponeras som något som måste förklaras eller försvaras. Här etableras ett visuellt självförhör, som inte enbart riktas mot den avbildade individen, utan även mot betraktaren själv, som interPELLERAS att reflektera över det egna görandets legitimitet.

Aktiviteten - att strukturera post-it-lappar - är i sig öppen för fler tolkningar, men textens närvaro dirigerar läsningen mot en normativ värdering.⁸⁷ Handlingen omtolkas från ett potentiellt produktivt arbete till en symbol för ineffektiv tidsanvändning. Genom inramningen selekteras alternativa betydelser bort och individens görande framstår som otillräckligt i relation till ett större sammanhang.⁸⁸ Det speglar det Stern och Strand beskriver som ett utvecklingsnarrativ, där individen initialt befinner sig i ett tillstånd av osäkerhet eller brist på riktning, innan en mer meningsfull identitet erbjuds.⁸⁹

Färgvalen i blått och gult förstärker denna meningsstruktur. Genom att integrera nationellt laddade färger i en vardaglig och ifrågasatt aktivitet binds individens handling symboliskt till nationen.⁹⁰ I linje med forskning om nationell identitet och försvarsvilja kan det förstås som ett försök att aktivera en känsla av tillhörighet, där individen uppmanas att låta sitt engagemang sammanfalla med nationens behov.⁹¹ Med Ayala och Alcades begrepp *identity fusion* - där individens självbild och nationens kollektiva öde sammanflätas - framträder Försvarsmakten som den institutionella ram inom vilken denna ofullbordade sammansmältningen kan ges riktning och mening.⁹²

⁸⁵ Elmore, "Selling to soldiers", s. 561.

⁸⁶ Barthes, "Rhetoric of the Image", s. 33.

⁸⁷ Ibid, s. 39.

⁸⁸ Ibid, s. 40.

⁸⁹ Stern & Strand, "The aspirational promise", s. 526

⁹⁰ Barthes, "Rhetoric of the Image", s. 36.

⁹¹ Ibid, s. 47-48.

⁹² Ayala & Alcade, "Identity fusion", s. 294.

Gemensamt för samtliga bilder i kampanjen är att de civila handlingarna konnoteras som otillräckliga men samtidigt bärande på orealiserad potential. Individerna framställs som på gränsen till soldatrollen, engagerande och handlingsbara men felriktade.

Denna logik förstärks ytterligare av hur brödtexten fungerar i relation till de civila handlingarna. Genom att Försvarsmakten i varje bild svarar på sin egen retoriska fråga, att de håller på med minröjning, mattransporter, räddningsinsatser och försvar av demokratiska rättigheter, fungerar texten som ett kraftfullt anchorage som fixerar kontrasten mellan det triviala och det betydelsefulla. Det som individerna i bilderna håller på med lämnas därmed utan försvar: skillnaden mellan att tejpa, baka eller arrangera post-it-lappar och att rädda liv och försvara demokratin görs explicit.

Genom logiken produceras en förståelse där Försvarsmakten framstår som den instans där individens handlingar kan ges verklig mening och riktning. I detta sammanhang får även logotypen en central betydelse. På en denotativ nivå fungerar den som en avsändarmarkör men på en konnotativ nivå laddas den med föreställningar om ansvar, mening och samhällsbärande verksamhet.⁹³ Kampanjen erbjuder därmed, i linje med tidigare forskning, inte bara ett arbete utan en identitet: en möjlighet att omvandla vardaglig handlingskraft till ansvar, disciplin och nationell betydelse.

⁹³ Barthes, "Rhetoric of the Image", s. 41.

5.2 Kom som du är (2019)

På den konnotativa nivån i bild 1 framställs en individ vars uniform aktiverar tydliga militära konnotationer kopplade till auktoritet, stabilitet och institutionell tillhörighet.⁹⁴ Den sittande kroppshållningen, där kroppen lutar lätt framåt med armen vilande över knät, signalerar emellertid ett tillstånd av avslappnad vaksamhet snarare än fysisk anspänning. Hållningen förmedlar kontroll utan aggression och skapar en balans mellan närvaro och återhållsamhet. Denna gestaltning kan förstås i relation till vad Jester identifierar som ett skifte i militära rekryteringskampanjer, där soldatens legitimitet i allt högre grad formuleras genom professionalism och självkontroll snarare än via stridsberedskap.⁹⁵

Individens blick är riktad mot betraktaren, och avsaknaden av emotionella uttryck bidrar till en konnotation av självbehärskning och inre stabilitet. Den direkta ögonkontakten etablerar samtidigt ett tilltal där individen framstår som aktiv i mötet snarare än som en distanserad representation.⁹⁶ Det ligger i linje med Strand och Berndtssons analys av den självstyrande soldaten, där individen adresseras som ett reflekterande och ansvarstagande subjekt snarare än som en anonym del av ett hierarkiskt kollektiv.⁹⁷

Kroppen framställs inte i handling utan i ett mellanläge präglad av beredskap eller vila. Detta leder bort från fysisk prestation som centralt betydelsebärande element och riktar istället fokus mot närvaro och identitet.⁹⁸ Militär kompetens kodas därmed som ett tillstånd av tillförlitlighet och kontinuitet, vilket bidrar till att normalisera soldatrollen som en stabil del av samhällsordningen snarare än som ett undantagstillstånd kopplat till kris eller konflikt.⁹⁹

Uniformen fungerar som en central konnotativ markör och aktiverar ett kulturellt lexikon kopplat till föreställningar om ansvar, disciplin och legitimitet. Den

⁹⁴ Barthes, "Rhetoric of the Image", s. 35.

⁹⁵ Jester, "Army recruitment", s. 65.

⁹⁶ Barthes, "Rhetoric of the Image", s. 45.

⁹⁷ Strand & Berndtsson, "Recruiting the enterprising soldier", s. 236.

⁹⁸ Barthes, "Rhetoric of the Image", s. 36.

⁹⁹ Elmore, "Selling to soldiers", s. 561.

institutionella framtoningen mjukas emellertid upp genom personliga attribut, såsom det flätade håret. Dessa detaljer bryter den strikt militariserade estetiken och bidrar till att framställa individen som både del av Försvarsmakten och som en självständig, relaterbar person.¹⁰⁰ Här aktualiseras Malmström och Berndtsons begrepp "samhällets soldat", där civila och militära enheter inte står i opposition till varandra utan samexisterar i samma kropp.¹⁰¹

Bild 2 framställer individen genom kroppslig rörelse och uttryck. Den utsträckta kroppen, med armarna riktade åt motsatta håll och benen lyfta från marken, skapar en visuell dynamik som konnoterar balans, precision och kroppskontroll. Rörelsen kan samtidigt associeras till ett danssteg vilket utmanar mer etablerade förväntningar på hur den uniformerade kroppen vanligtvis avbildas.¹⁰² Enligt Jester är denna typ av omförhandling av ideal central i samtida rekryteringskampanjer, där soldatkroppen inte längre kodas genom fysisk styrka utan via kroppslig medvetenhet.¹⁰³

Den dubbla kodningen är central för bildens betydelseproduktion. Å ena sidan aktiveras militära ideal som disciplin och kontroll genom rörelsens exakthet och kroppens precision. Å andra sidan bryts dessa ideal genom att rörelsen inte är kopplad till strid eller träning, utan till ett performativt uttryck. Resultatet blir en omformulering av soldatkroppen som både funktionell och kreativ.¹⁰⁴

Den tredje bilden introducerar en annan typ av konnotativ struktur där balans och risk står i centrum. Individen avbildas i ett ögonblick av instabil jämvikt, stående på en skateboard med armarna utsträckta åt sidorna. Skateboarden, som objekt, associeras med ungdomskultur, fritid och lek, vilket placerar handlingen i ett civilt och vardagligt sammanhang snarare än ett institutionellt.¹⁰⁵ I den konnotativa läsningen omförhandlas emellertid denna vardagliga aktivitet till ett uttryck för kompetens. Förmågan att hantera rörelse, risk och kroppslig kontroll ges en överförbar betydelse till ett militärt sammanhang, och förskjuter därigenom gränsen mellan civila färdigheter

¹⁰⁰ Barthes, "Rhetoric of the Image", s. 49.

¹⁰¹ Malmström & Berndtsson, "Constructing society's soldiers" s. 1.

¹⁰² Barthes, "Rhetoric of the Image", s. 34-35.

¹⁰³ Jester, "Army recruitment", s. 65.

¹⁰⁴ Barthes, "Rhetoric of the Image", s. 50-51.

¹⁰⁵ Ibid, s. 46.

och institutionellt värderad kompetens och integrerar vardagliga erfarenheter i ett militärt betydelsystem.¹⁰⁶

Gemensamt för samtliga bilder i kampanjen är användningen av språkliga och visuella element som organiserar och stabiliserar betydelse. I sig själva är bilderna starkt polysema och öppna fler tolkningar, men det språkliga tilltalet styr betraktaren i den riktning som bilderna bör förstås.¹⁰⁷

Formuleringen "KOM SOM DU ÄR" signalerar på ytan att individen inte behöver förändras för att passa in i Försvarsmakten. Samtidigt omdefinieras innebörden av att vara som man är. Individens redan existerande egenskaper, som balans, kreativitet och självkontroll, ges militär och samhällelig relevans genom den tolkningsram kampanjen etablerar. Det är således inte individen som förändras, utan betydelsen av individens kvaliteter. Det ligger i linje med Sejin Parks beskrivning av hur militärtjänst i samtida diskurser ramas in som ett individuellt val och som en möjlighet till självförverkligande snarare än som en plikt gentemot staten.¹⁰⁸

Den kompletterande texten som uppmanar betraktaren att "utmana sin bild av vem som passar i försvaret" fungerar som relay genom att tillföra en explicit tolkningsnyckel som inte kan läsas ur bilden ensam.

Genom att ange namn och befattning individualiseras de avbildade personerna, vilket bryter en anonym och generaliserad framställning. Samtidigt upplöses inte den nationella dimensionen helt. Uniformen och den institutionella kontexten fungerar fortsatt som bärare av ansvar, legitimitet och samhällsbärande värden. Det möte som etableras är därför både personligt och kollektivt: ett möte mellan individer, men alltid förankrat i ett större nationellt projekt där soldaten framställs som en del av - och förlängning av - samhället självt.

¹⁰⁶ Malmström & Berndtsson, "Constructing society's soldiers", s. 8.

¹⁰⁷ Barthes, "Rhetoric of the Image", s. 39.

¹⁰⁸ Park, Shoieb & Taylor, "Message strategies", s.568.

5.3 Vi behöver dig (2025)

I bild 1 framträder, till skillnad från tidigare kampanjer, en mer traditionell och stridsorienterad soldatidentitet och aktiverar ett lexikon, där värden som styrka, ansvar och beredskap inför hot och förmåga att agera i farliga och pressade situationer betonas.¹⁰⁹ Genom att skildra soldater i farliga miljöer framstår, enligt Jester, centrala egenskaper hos aktörerna som aggression och beredskap.¹¹⁰ Den framåtriktade kroppsrörelsen i kombination med den öppna munnen konnoterar ett akut handlingsläge, där soldaten inte enbart reagerar på sin omgivning utan aktivt leder och ingriper.

Närvaron av ytterligare en soldat i bakgrunden introducerar samtidigt en kollektiv dimension. Den främre soldaten intar en aktiv och styrande position, medan den andra framstår som understödjande, vilket etablerar en hierarkisk ordning där samordning och lydnad är centrala. Närvaron av hot och potentiellt våld i bildens visuella gestaltning gör, i linje med Elmores analys, att soldaten framstår som en beskyddare av de värden som nationen uppfattas vara i behov av att försvara.¹¹¹ Det ligger också i linje med vad Strand och Berndtsson beskriver om den svenska kontexten, där soldatrollen traditionellt kopplas till upprätthållandet av fred och demokratiska värden.¹¹² Därmed konstrueras soldaterna i bilden som garantier för nationens trygghet, där handlingskraft och disciplin ges moralisk legitimitet genom sitt skyddande syfte.

I bild 2 vidareförs och stabiliseras denna soldatidentitet genom ett liknande visuellt uttryck, men i ett mer stilla och vaksamt läge. Uniformens kamouflage och vapnet aktiverar lexikon kopplade till militär kompetens, beredskap, kontroll och auktoritet.¹¹³

I både bild 1 och 2 spelar miljön en avgörande roll i betydelseproduktionen: den visuella sammansmältningen mellan kropp och omgivning gör att individen träder tillbaka och soldaten framstår främst som en funktion i ett större operativt

¹⁰⁹ Barthes, "Rhetoric of the Image", s. 46.

¹¹⁰ Jester, "Army recruitment", s. 62.

¹¹¹ Elmore, "Selling to soldiers", s. 561.

¹¹² Strand & Berndtsson, "Recruiting the enterprising soldier", s. 238.

¹¹³ Barthes, "Rhetoric of the Image", s. 49.

sammanhang.¹¹⁴ Ansiktsskamouflaget upplöser individualiteten och konnoterar en identitet där det personliga underordnas det kollektiva uppdraget. Värden som lojalitet, uppoffring och ansvar gentemot staten framträder därmed som centrala för soldatrollen, där individens funktion är intimt knuten till ett nationellt skyddsuppdrag och där militära värden neutraliseras som nödvändiga svar på hot och osäkerhet.¹¹⁵

I bild 3 förskjuts den konnotativa betydelsen från direkt stridsförmåga till en mer institutionaliserad form av militär makt. Avsaknaden av vapen, i kombination med den stabila och kontrollerade kroppshållningen markerar ett avstånd till det akuta stridsögonblicket. Den svenska flaggan på uniformen fungerar som en konnotativ markör som binder samman soldatens kropp med staten och den nationella gemenskapen. Soldaten framträder därmed inte enbart som en individ utan som en bärare av ett kollektivt försvarsuppdrag. I linje med Elmore's analys kan detta förstås som att den militära kroppen förkroppsligar de värden som nationen framställer som skyddsvärda. Flaggan gör henne till mer än en yrkesutövare: hon blir en visuell representant för trygghet, ansvar och ordning.¹¹⁶

Den infrastrukturella miljön, där landningsbanan fungerar som en central visuell konnotativ markör, aktiverar ett lexikon kopplat till transport, koordinering och planering. Den öppna ytan och de markerade linjerna signalerar struktur och kontroll över större flöden, vilket förskjuter fokus från individuell stridsförmåga till organisatoriskt ansvar.¹¹⁷

I linje med Sejin Park kan representationen förstås som ett identitetserbjudande, där militärt engagemang framställs som en väg till självförverkligande genom ansvar och förmåga att leda.¹¹⁸ Soldaten konstrueras inte som den som agerar i kaos, utan som den som behärskar och organiserar det. Därigenom framstår soldaten som en ledarfigur vars kompetens ligger i planering och samordning, och betraktaren interPELLERAS till möjligheten att bli just denna typ av stabil och samhällsbärande aktör.

¹¹⁴ Barthes, "Rhetoric of the Image", s. 47.

¹¹⁵ Ibid, s. 44.

¹¹⁶ Elmore, "Selling to soldiers", s. 459.

¹¹⁷ Barthes, "Rhetoric of the Image", s. 49.

¹¹⁸ Park, Shoieb & Taylor, "Message strategies", s. 568.

Gemensamt för samtliga bilder i kampanjen är att de utspelar sig i tydligt militära sammanhang, där kroppar, miljöer och utrustning signalerar allvar och ansvar. Med Ayala och Alcades begrepp "identity fusion" blir det centrala att kampanjen inte bara bjuder in individen till Försvarsmakten, utan till ett hotat nationellt "vi". Budskapet "VI BEHÖVER DIG", gör betraktaren till en möjlig försvarare av den egna gemenskapen, samtidigt som den militära miljön antyder ett yttre hot. På så sätt blir soldatrollen inte bara ett yrkesval utan ett moraliskt ansvar.¹¹⁹

Samtidigt etablerar det språkliga budskapet en paradoxal retorik. Å ena sidan framstår bilderna som representationer av en redan kvalificerad och kompetent soldat, vilket implicerar att rollen kräver särskilda egenskaper. Å andra sidan riktar textens direkta tilltal sig till en bredare publik och positionerar betraktaren som en möjlig del av denna verklighet.¹²⁰

Den dubbla strukturen kan förstås i ljuset av Sejin Park som visar hur militära rekryteringskampanjer ofta använder transformativa strategier där fokus förskjuts från vad militären gör till vad individen kan bli.¹²¹

Genom den retoriska och visuella kombinationen framställs militärtjänst som både krävande och tillgänglig. Värden som ansvar, lojalitet och professionalism och beredskap framstår som nödvändiga men samtidigt något som betraktaren redan bär på - eller kan utveckla. På så sätt bidrar kampanjen till att neutralisera föreställningen om att steget in i soldatrollen inte innebär en radikal identitetsförändring utan snarare en aktualisering av redan existerande egenskaper i ett nationellt sammanhang.¹²²

¹¹⁹ Ayala & Alcade, "Identity Fusion", s. 294.

¹²⁰ Barthes, "Rhetoric of the Image", s. 38-40.

¹²¹ Park, Shoieb & Taylor, "Message strategies", s. 568.

¹²² Barthes, "Rhetoric of the Image", s. 44-46.

6. Resultat och diskussion

6.1. Resultat

Här nedan presenteras resultaten i relation till frågeställningarna.

6.1.1 Hur konstrueras soldatidentiteten genom visuella ideal och egenskaper i Försvarsmaktens kampanjer?

Soldatidentiten konstrueras på olika sätt i de tre kampanjerna, men några gemensamma mönster återkommer. I "Vad håller du på med?" konstrueras identiteten indirekt, genom kontrasten mellan civila handlingar som framställs som otillräckliga och en implicit soldatroll laddad med ansvar, disciplin och riktning. Soldatidentiteten existerar ännu inte helt i bilderna men fungerar som en frånvarande norm mot vilken de civila subjekten värderas och befinns bristfälliga.

I "Kom som du är" sker konstruktionen istället genom kroppen och dess rörelser. Balans, precision och självkontroll lyfts fram som militärt relevanta egenskaper, även när de tar sig civila uttryck såsom dans eller skateboard. Uniformen kombineras med personliga attribut som namn vilket skapar det som analysen kallar "samhällets soldat" - en identitet där civilt och militärt samexisterar i samma kropp.

I "Vi behöver dig" konstrueras identiteten mer direkt och traditionellt, genom uniformer och vapen. Här betonas kollektiv disciplin, hierarki och beredskap men också ledarskap och organisatorisk kompetens.

Sammantaget konstrueras soldatidentiteten genomgående via kropp, utrustning och miljö men tyngdpunkten förskjuts beroende på kampanj - från frånvarande ideal, till inkluderande självuttryck till explicit stridsidentitet.

6.1.2 Vilka värden framställs soldaten försvara i Försvarsmaktens kommunikation?

Soldaten framställs genomgående som försvarare av värden som ansvar, disciplin, lojalitet och nationell trygghet - men de artikuleras aldrig som abstrakta principer utan

materialiseras som kroppsliga och emotionella dispositioner. Ansvar gestaltas genom beredskap och vaksamhet, disciplin genom kontrollerade kroppsuttryck och lojalitet genom individens underordning i förhållande till kollektivet - ett mönster som är särskilt framträdande i 2025 års kampanj där kamouflage och kollektiv samordning bär upp dessa värden i sin mest explicita form. Genom återkommande visuella kopplingar till hot, osäkerhet och potentiell kris positioneras soldaten som en stabiliserande kraft i ett samhälle präglad av instabilitet.

Nationella färger och symboler - särskilt i 2013 års kampanj - fungerar inte enbart som identifikationsmarkörer utan som affektiva länkar mellan individ, institution och nation, där försvarsvilja väcks genom igenkänning snarare än argumentation. I 2019 års kampanj förskjuts fokus från professionalism och självbehärskning, där civila egenskaper omtolkas och ges militär relevans.

De värden soldaten försvarar är därmed både externa, i form av nationell säkerhet, och interna, i form av självdisciplin och moralisk integritet. Soldatidentiteten framträder således som en moralisk position snarare än enbart en yrkesroll - att försvara nationen sammanfaller med att förkroppsliga de värden som nationen anses vila på.

6.1.3 Hur framställs soldaten i kampanjerna över tid gällande försvarsidentiteten?

Det gemensamma för kampanjerna är att de alla utgår från föreställningen att individen redan besitter egenskaper som Försvarsmakten efterfrågar, eller åtminstone har potential att utveckla dem. Skillnaden ligger i hur denna potential definieras, värderas, och aktiveras.

I kampanjen "Vad håller du på med?" (2013) konstrueras potentialen genom brist. De civila handlingarna framställs som fragmenterade, tillfälliga eller otillräckliga, vilket etablerar bilden av en kapacitet som existerar men saknar riktning. På så sätt etableras ett ideologiskt tryck där individen förväntas omorientera sitt liv och soldatrollen positioneras som den instans där handlingskraften slutligen kan kanaliseras och ges samhällelig legitimitet.

I "Kom som du är" (2019) sker en tydlig förskjutning från brist till bekräftelse. Individens befintliga egenskaper problematiseras inte utan inkluderas och omtolkas inom en militär referensram. Försvarsidentiteten framstår därmed som mer tillgänglig och inkluderande, men är fortsatt normativt definierad. Det är kampanjen som avgör vilka egenskaper som räknas som militärt relevanta och på vilka villkor de erkänns.

I "Vi behöver dig" (2025) etableras en mer allvarstyngd och explicit försvarsidentitet. Genom ett visuellt språk präglad av hot, beredskap och militär närvaro konstrueras soldaten som en nödvändig aktör i ett konkret säkerhetspolitiskt sammanhang. Fokus förskjuts här från individens utveckling till kollektivt ansvar, där soldaten framträder som en garant för nationens säkerhet. Försvarsidentiteten blir därmed mindre ett erbjudande och mer ett krav, där individens roll definieras i relation till ett yttre hot snarare än den egna självförståelsen.

6.2. Diskussion

Vi lever i en tid med ökade geopolitiska spänningar och ett Sverige som i allt högre grad positionerar sig i ett förändrat säkerhetspolitiskt landskap. Kampanjbilderna tycks i stora drag följa denna utveckling, från vardagsscener och ett bekräftande budskap om att alla har vad som krävs till ett mer allvarligt bildspråk med tydligare koppling till militär verksamhet.

Men om kampanjerna inte bara förstås som rekrytering till en specifik målgrupp, utan som en del av ett bredare kommunikativt projekt, framträder en annan möjlig läsning. Att kampanjernas egentliga funktion är att normalisera militär närvaro i det svenska samhällets kollektiva självbild. Ur detta perspektiv blir den mest betydelsefulla publiken inte nödvändigtvis den som överväger att engagera sig i försvaret, utan alla andra. De som aldrig kommer rekryteras men som gradvis vänjer sig vid soldaten som en naturlig och legitim del av det svenska samhällslandskapet.

2025 års kampanj är i det avseendet det mest transparenta exemplet. Bilderna riktar sig visserligen till ett du, men de talar egentligen till ett vi. De säger inte bara att försvaret behöver dig, utan att ett samhälle av det slag vi vill vara behöver ett försvar. Den verkliga interpellationen är kollektiv: betraktaren bjuds inte bara in till att bli soldat utan att acceptera soldaten som en nödvändig del av den svenska samhällsordningen. I förlängningen berör detta också grundläggande frågor om mänskliga rättigheter - om individens roll till staten, till kollektiviteten och till de värden som ett samhälle anser sig vara värt att försvara.

Inom forskningsfältet har militära rekryteringskampanjer främst studerats i anglosaxiska kontexter med fokus på enskilda kampanjer. Denna studie bidrar till forskningsfältet genom att analysera svensk rekryteringskommunikation över tid och utifrån ett enhetligt semiotiskt ramverk.

Frågan om vad betraktaren faktiskt gör med dessa bilder, om de övertalar, normaliserar eller möter motstånd, ligger utanför denna studies empiriska räckvidd. Men analysen visar att rekryteringsbilder inte bara handlar om vem som kan bli soldat. Det handlar också om vilket samhälle som behöver soldaten, vilka värden som görs försvarbara och hur det militära skrivs in i föreställningen om det vardagliga. När vardagen blir försvar förändras därför inte enbart bilden av soldaten. Då förändras också bilden av oss själva.

7. Deklaration av AI-användning

ChatGPT har i denna studie endast används som stöd för översättning av artiklar samt för stavnings- och språkkontroll och har inte påverkat analys eller tolkning av materialet.

8. Referenser

Amnesty International Sverige. *Mänskliga rättigheter i världen – just nu*. (u.å.). <https://www.amnesty.se/vara-rattighetsfragor/manskliga-rattigheter-i-varlden-just-nu/> (Hämtad 2026-05-03).

Barthes, R. "Rhetoric of the Image". I *Image Music Text*. Översatt av Stephan Health. New York: Hill and Wang, 1977, s. 32-51. Tillgänglig via: https://pages.ucsd.edu/~bgoldfarb/cocu108/data/texts/barthes_rhetoric_of.pdf

Boréus, K. & Bergström, G., "Textens mening och makt: metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys", uppl. 4, Studentlitteratur, Lund, 2018.

Bäck, H., Remsö, A., Renström, E., & Sjöstedt, R. From crisis to commitment: How empowerment and threat perceptions influence individuals' defence willingness. *European Journal of International Security*, 2025, s. 1–24. <https://doi.org/10.1017/eis.2025.10035>

Dagens Industri. *Säkerhetsläget i Europa*. (u.å.). <https://www.di.se/amnen/sakerhetslaget-i-europa/> (Hämtad 2026-05-03).

Eldén, S. "Forskningsetik : vägval i samhällsvetenskapliga studier", uppl 1, Lund, Studentlitteratur, 2020.

Elmore, C. "Selling to soldiers: warrior hero masculinity and missing military women in Stars and Stripes' Iraq war advertising", *Feminist Media Studies*, 24(3), 2024, s. 559–574. <https://doi.org/10.1080/14680777.2023.2201400>

Fransen, M. "Selling Military Service During Wartime", *Scandinavian Journal of Military Studies*, 2(1), 2019, s. 178-192. <https://doi.org/10.31374/sjms.12>

Försvarsmakten. *Försvarsmakten redovisar resultatet för 2025 – ett år av handlingskraft och effekt*. Mynewsdesk.(2025). <https://www.mynewsdesk.com/se/forsvarsmakten/pressreleases/foersvarsmakten-redovisar-resultatet-foer-2025-ett-aar-av-handlingskraft-och-effekt-3433888> (Hämtad 2026-05-03).

Försvarsmakten. *Officer - kampanjer*. (u.å.). <https://www.forsvarsmakten.se/aktuellt/kampanjer/officer/> Hämtad: 2026-03-12)

Guldägget. *Vad håller du på med?.* (u.å.). <https://guldagget.se/bidrag/vad-haller-du-pa-med-2/> (Hämtad: 2026–03-12)

Jester, N. "Army recruitment video advertisements in the US and UK since 2002: Challenging ideals of hegemonic military masculinity?" *Media, War & Conflict*, 14(1), 2021, s. 57-74. <http://dx.doi.org/10.1177/1750635219859488>

Landabur Ayala, R. A., & Wilson Alcalde, J. E. "Identity fusion with one's country and willingness to fight for it: The moderation role of universalism values", *Studia Psychologica*, 65(4), 2023, s. 293–306. <https://doi.org/10.31577/sp.2023.04.881>

Layer1. *Försvarsmakten - Klara G.* (u.å.). <https://www.layer1.se/portfolio/forsvarsmakten-klara-g/> (Hämtad: 2026-03-12)

Malmström, J., & Berndtsson, J. "Constructing "society's soldiers": Identity work, (total) defence willingness and the Swedish Home Guard", *Scandinavian Journal of Military Studies*, 8(1), 2025, s. 1–16. <https://doi.org/10.31374/sjms.290>

Marcoci, S. "Advertising Discourse and the Use of Rhetorical Figures", *Journal of Research in Gender Studies*, 4(1), 2014, s. 746-752.

Mral, B., Gelang, M. & Bröms, E.. "Kritisk retorikanalys: text, bild, actio", Retorikförlaget, 2016.

Nagel, J. "Masculinity and nationalism", *Ethnic & Racial Studies*, 21(2), 1998, s. 242-269. <https://doi.org/10.1080/014198798330007>

Park, S., Shoieb, Z., & Taylor, R. E. "Message Strategies in Military Recruitment Advertising", *Armed Forces & Society*, 43(3), 2017, s. 566-573. <https://doi.org/10.1177/0095327X16642037>

Plikt- och prövningsverket. *Vår historia*. Plikt- och prövningsverket. (u.å.). <https://www.pliktverket.se/om-myndigheten/vart-uppdrag/var-historia> (Hämtad 2026-05-03).

Stern, M., & Strand, S. "The aspirational promise of soldiering: an analysis of military recruitment testimonials", *Critical Military Studies*, 10(4), 2024, s. 526–546. <https://doi.org/10.1080/23337486.2023.2300023>

Strand, S., & Berndtsson, J. "Recruiting the "enterprising soldier": military recruitment discourses in Sweden and the United Kingdom", *Critical Military Studies*, 1(3), 2015, s. 233–248. <https://doi.org/10.1080/23337486.2015.1090676>

Sundberg, R., & Gustavsson, G. "Defending the national identity: exploring the links between a multidimensional national identity concept and the willingness to defend one's country", *European Security*, 2025, s. 1–21. <https://doi.org/10.1080/09662839.2025.2540091>