



Foto: Anna Haring, Söderström Höglösa



## Hanna Sofia Rehnberg och Maria Grafström

# Kommunikationens bedrägliga lätthet – om coronaberättelser

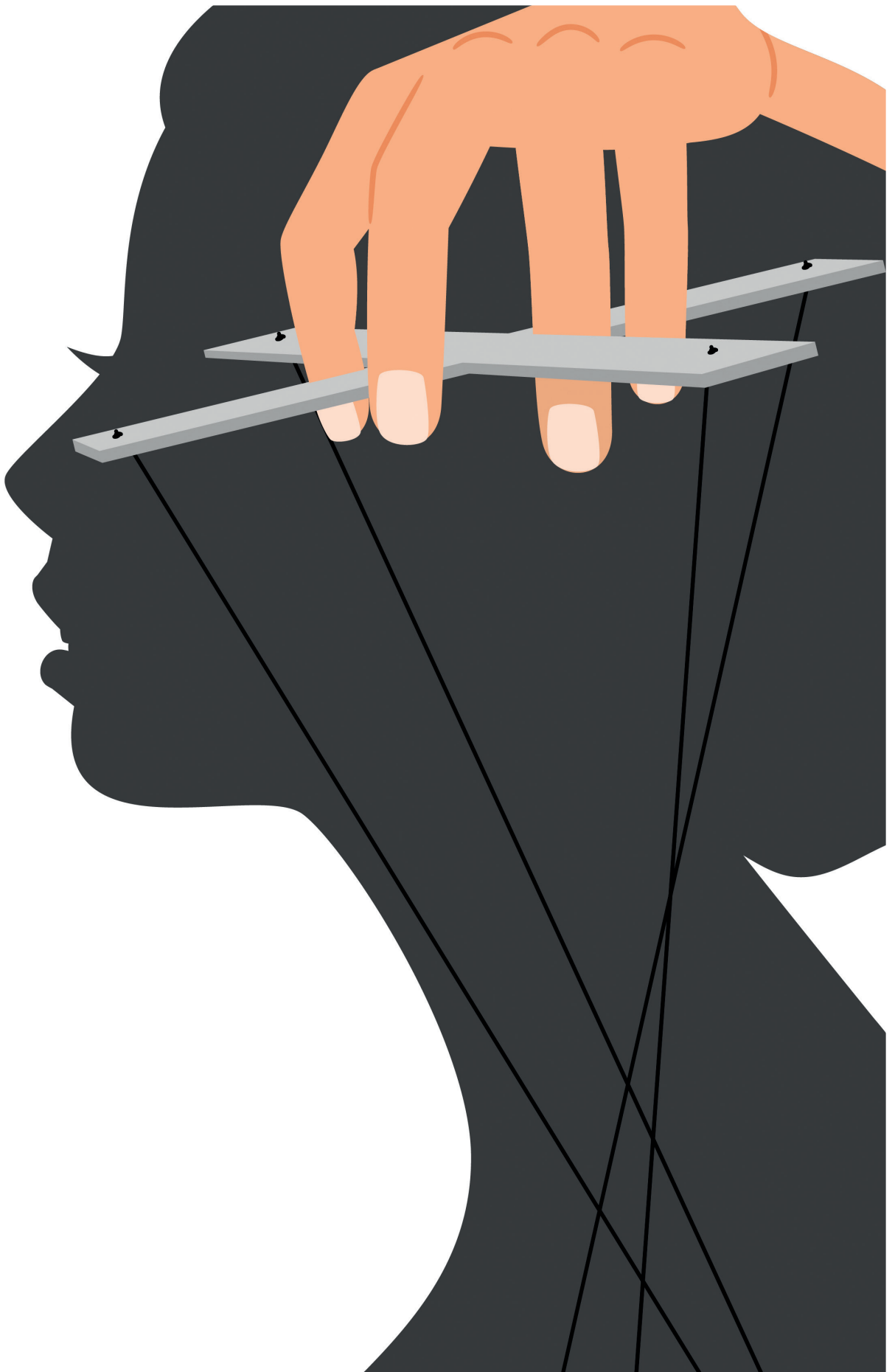
### I korthet

Berättelseformen skapar mening men riskerar att göra avsändaren otydlig.

**Det offentliga Sverige har inte snålat** på kommunikationsinsatser under coronapandemin. Kriskommunikation handlar i hög grad om att vara med och sätta agendan – att gestalta krisen på ett visst sätt och få människor att köpa denna gestaltning. Det handlar om att vara med och formulera uppfattningar i samhället om vem som bär ansvar för krisen, vilka åtgärder som är de rätta och vem som förväntas göra vad. I meningsskapande av det slaget används ibland berättelsen som kommunikationsform. Berättelser har en potential att vara engagerande och upplevs ofta som lättsmälta. Vi hävdar dock att berättelser använda i kommunal kriskommunikation paradoxalt nog kan ställa högre krav på läsarna än traditionell myndighetsinformation.

Berättelser har använts sedan urminnes tider både för att skapa förståelse och för att påverka människor. Men vad som har hänt under de senaste decennierna är att berättelsen också har etablerats som en särskild modell för strategisk kommunikation. Då används ofta det engelska ordet *storytelling* eller begreppet *strategiskt berättande*. Det finns i dag en uppsjö av konsulter och utbildningar med fokus på strategiskt berättande, och dessa riktar sig inte minst mot offentlig sektor.

Det är alltså inte förvånande att flera kommuner har valt att använda berättelser i sin pandemikommunikation. Här är det på sin plats att påpeka att det inte råder någon enighet om vad som är en berättelse, varken i akademien eller i övriga delar av samhället. Olika forskare har därför valt olika angreppssätt, något som Hanna Sofia Rehnberg redogör för i sin avhandling om strategiskt berättande. En del låter det vara en empirisk fråga, medan andra väljer att ställa upp en kriterielista och sedan tala om specifika texter som mer narrativa



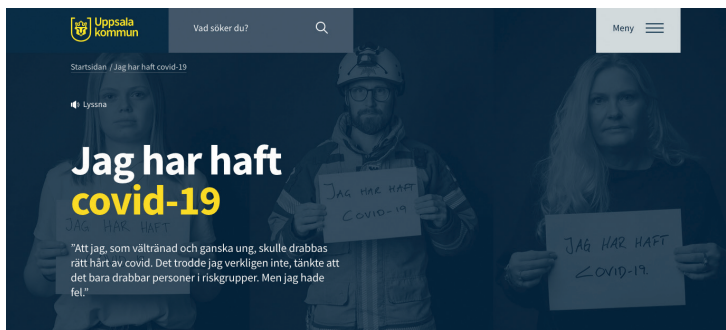


Bild 1. Skärmdump från Uppsala kommuns webbplats.



Bild 2. Montage av två skärmdumpar från Varberg kommuns webbplats.

(berättelseaktiga) ju fler kriterier de uppfyller. Kriterier som tidigare hölls högt – exempelvis att en berättelse består av ett händelseförlopp med en början, en mitt och ett slut – har på senare år ofta fått stå tillbaka för andra kriterier som anses mer tillämpliga på det mångfasetterade berättande som äger rum i dagens samhälle. Exempelvis anser berättelseforskaren Monika Fludernik att upplevdhet (på engelska *experientiality*) är kärnan i narrativitet. Annorlunda uttryckt menar hon att berättelser visserligen tenderar att innehålla skildringar av händelser, men att de framför allt utmärks av att någon upplever dessa händelser som betydelsefulla.

Något som i många sammanhang brukar framhållas som karaktäristiskt för berättelsen är att det finns en intrig. Det innebär att det finns en protagonist som har ett mål, som vill uppnå något. Ofta handlar det om att ett problem ska lösas. Den här protagonisten, som kan vara en person eller en grupp av personer, känner och upplever saker. Det finns alltså någon som vi kan identifiera oss med och känna empati med – någon vars strävan vi kan dela. Protagonisten har ofta både medhjälpare och motståndare. Därmed präglas berättelser av relationer, spänningar, motsättningar och *olika* strävanden, och detta skapar ett driv framåt.

Berättelser utmärks också av att det finns en berättare, det vill säga någon som förmedlar berättelsen. Det kan vara protagonisten som berättar om sig själv, men det kan lika gärna vara en annan person. Berättaren kan dessutom vara mer eller mindre synlig. Att det finns berättare är hur som helst en av grundstenarna i strategiskt berättande som teknik.

De kommuner som inkluderas i vår pågående studie använder själva ordet *berättelse* i relation till de aktuella kommunikationsinsatserna. I återstoden av texten visar vi, med hjälp av exempel från Uppsala respektive Varbergs kommun, på berättarens centrala betydelse i praktiken strategiskt berättande.



Berättelseformen innebär att de personliga berättarna hamnar i förgrunden, trots att kommunen är den huvudsakliga avsändaren. På så vis lånar kommunerna på ett subtilt sätt förtroende från individerna som berättar”

Uppsala kommuns kampanj ”Jag har haft covid-19” lanserades våren 2021 och består av tre Uppsalabors berättelser på kommunens webbplats (se bild 1). Protagonisterna är invånare som inte tillhör någon riskgrupp och som därför aldrig oroade sig för att insjukna. Men sjuka blev de, och det är vad berättelserna handlar om. Alla tre berättar på ett personligt sätt om sina upplevelser, om sin rädsla men också om sin längtan efter att allt ska återgå till det normala.

Berättelserna är till största delen skrivna i jagform, och de slutar med samma budskap: att vi alla måste hjälpas åt med att stävja smittspridningen. Läsarna bjuds därmed in som medhjälpare i den pågående kampen mot den gemensamma motståndaren covid-19.

Men i själva verket finns det två berättare bakom varje berättelse: dels den enskilda individen, som vi ser och ”hör”, dels Uppsala kommun, som står bakom kommunikationsinsatsen och som har gett slutgiltig form åt berättelserna och publicerat dem på sin webbplats. De tre berättarna – Ida, Daniel och Tove – förankrar och blir bärare av kommunens budskap; de blir *ställföreträdande berättare*. Berättelseformen innebär att de personliga berättarna hamnar i förgrunden, trots att kommunen är den huvudsakliga avsändaren. På så vis lånar kommunerna på ett subtilt sätt förtroende från individerna som berättar. Det är dessutom ofta socialt svårare att avfärda eller säga emot en individs känslor, upplevelser och erfarenheter än att bortse från en uppmaning från en ansiktslös, anonym myndighet.

I Varbergs kommuns kommunikationssatsning är medborgarna inte lika synliga. I stället är det medarbetarnas erfarenheter och upplevelser som står i fokus. På kommunens webbplats ligger sedan början av 2021 det så kallade Coronaarkivet, som består av en samling berättelser (sammanlagt 50 stycken i februari 2022) och en tidslinje med rena informationstexter. Några av berättelserna är genomgående skrivna i jagform, men merparten bygger på intervjuer och är utformade som tidningsartiklar med både citat i jagform och refererande text, där det inte framgår vem som för ordet.

I en berättelse med titeln ”Som att gå in i ett brinnande hus” intervjuas två undersköterskor och ett vårdbiträde som arbetar på ett särskilt boende (se bild 2). De berättar om hur rädda de har varit under pandemin och om hur mycket de har kämpat för att göra ett bra jobb.

Även här finns flera berättare: Samtidigt som vårdarbetarna kommer till tals kan kommunen föra ut sitt budskap. Dessutom *representerar* medarbetarna här kommunen – de är en del av den kommunala organisationen och de ger den ett ansikte, även bokstavligt talat, eftersom vi ser dem på bild.

Artikeln är dessutom ett illustrativt exempel på vad berättelsen som kommunikationsform kan åstadkomma. För det första visar artikeln på berättelseformens förmåga att skapa närhet till läsaren – och därigenom bygga förtroende. Närhet och identifikation skapas bland annat genom att aspekter som läsaren kan känna igen sig i vävs in i texten. Ett exempel är följande citat:

Det är de små, vanliga sakerna de saknar mest.

- Man hoppas ju att vaccineringen ska ge oss vardagen tillbaka, säger Carina.
- Jag struntar i sånt som att resa utomlands. Jag vill bara kunna fika på stan och krama mina äldre vänner.

### Om författarna:

**Hanna Sofia Rehnberg** är lektor vid Institutionen för nordiska språk, Uppsala universitet. Hon bedriver språkvetenskaplig forskning om berättelser och om organisationskommunikation. I ett pågående projekt undersöker hon, tillsammans med Maria Grafström, offentliga organisationers nyhetsproduktion.

**Maria Grafström** är docent i företagsekonomi och organisationsforskare vid Stockholms centrum för forskning om offentlig sektor (Score), Handelshögskolan i Stockholm och Stockholms universitet. Hennes forskning handlar om ledning och styrning av offentlig verksamhet med särskilt intresse för betydelsen av medier, medialisering och kommunikation. ■

Många läsare delar förmodligen saknaden efter ”de små, vanliga sakerna”, och på så vis kan de uppleva en form av närhet och gemenskap med Carina och hennes kolleger. Därmed skapas lätt en tillit som gör att andra uttalanden i texten – inklusive utsagor som handlar om kommunens verksamhet – framstår som mer trovärdiga än vad de annars skulle ha gjort.

För det andra bidrar berättelsen till att skapa mening och göra saker begripliga:

En sak vill de alla tre förtydliga, innan intervjun är slut. Och det är att alla som varit sjuka i covid-19 på deras boende har fått adekvat vård.

- Det har skrivits om en del fall där anhöriga har berättat hemska historier, och det är klart att det måste lyftas upp men det gäller ju inte generellt, säger Jessica.
- De flesta som kommer hit är över 90 år, och många har underliggande sjukdomar. Att patienter avlider hör tyvärr till vår vardag. Man får heller inte glömma att vi faktiskt har många patienter som klarat sig, och blivit friska, fyller Carolin i.

Underförstått är det en allmänt spridd mediebild som Jessica och Carolin här vill korrigera. Carolins citat visar dessutom på hur berättelser skapar mening genom att sätta in enskildheter i större sammanhang. Läsare som vill förhålla sig kritiska och ifrågasättande behöver dock ha i åtanke att det alltid är en viss mening som skapas – en av många möjliga – eftersom berättelser alltid berättas ur ett *visst* perspektiv.

För det tredje innehåller berättelsen explicita värderingar i form av citat som framställer kommunen på ett *visst* sätt:

- [...] Och vi hade hela tiden ett jättebra stöd från kommunens skyddsteam, säger Carolin.
- Allt sköttes också väldigt smidigt av Kommunhälsan, säger Carolin.

I citaten ovan gestaltas andra kommunala verksamheter som medhjälpare i protagonistens kamp mot corona. Den här typen av explicit berömmande ord om kommunens verksamhet skulle knappast kunna publiceras på kommunens egen webbplats om de inte var formulerade av och förankrade hos enskilda personer.



Berättelseformen erbjuder möjligheter för kommunen att sprida positiva bilder av den egna verksamheten utan att det behöver uppfattas som självberöm”

Att berättelser bärs upp av individer framgår tydligt av exemplen från Uppsala och Varberg. Individernas röster skapar en igenkänning, som i sin tur ger legitimitet åt det som sägs. Det är en process som kan ske tämligen obemärkt, utan att läsaren ens reflekterar över det. Till detta kommer att berättelser som framförs av individer ofta upplevs som spontana. Men i själva verket präglas kommunernas coronaberättelser av vad vi kan kalla för en *redigerad spontanitet*: det finns ett arbete bakom, där citat och budskap noggrant har formulerats, valts ut och redigerats – och det innebär också att vissa saker har valts bort.

I ett pressmeddelande eller ett formellt uttalande är kommunen på ett tydligt sätt avsändare. Detsamma gäller informationsmaterial av mer klassiskt snitt, exempelvis pandemtidens kommunala hushållsutskick om hur vi kan hjälpas åt att stävja smittspridningen. I den typen av texter blir distansen mellan avsändare och läsare också större, eftersom det saknas en länk i form av en ställföreträdande personlig berättare. Sannolikheten är då större att läsaren synar avsändaren och förhåller sig ifrågasättande. Men i berättelser av det slag som vi analyserat här är organisationen som avsändare osynlig eller i alla fall nedtonad. Bra berättelser är dessutom medryckande. Sammantaget gör det här att berättelser, som ofta är lättsamma och intresseväckande, paradoxalt nog kan ställa högre krav på läsaren än mer traditionell offentlig kommunikation.

Utifrån ett sådant perspektiv väcker också berättelseformen frågor kring transparens och öppenhet. Samtidigt som berättelsen kan vara ett effektivt sätt att nå ut med information, visar vår analys att det lätt blir otydligt vem som står bakom informationen när kommuner använder sig av berättelser. Detta blir särskilt vanskligt eftersom berättelser inte bara består av faktaorienterad information utan också av värderingar. Berättelseformen erbjuder möjligheter för kommunen att sprida positiva bilder av den egna verksamheten utan att det behöver uppfattas som självberöm. I stället för kommunen är det de individuella berättarna som står i förgrunden, och det är deras erfarenheter och värderingar som läsarna får ta del av. Samtidigt är det kommunen som håller i trådarna i berättelseproduktionen. Och inte oväntat är det sällsynt med kritiska röster i den här typen av berättelser. Det är upp till läsaren att hålla i minnet att den bakomliggande berättaren är kommunen. ■

#### Litteratur

Rehnberg, H.S. (2014). *Organisationer berättar: Berättelsen som resurs i strategisk kommunikation*. (Diss.) Uppsala: Institutionen för nordiska språk, Uppsala universitet.

Fludernik, M. (1996). *Towards a "natural" narratology*. London: Routledge.

Studien som denna artikel bygger på är finansierad av Anne-Marie och Gustaf Anders Stiftelse för mediaforskning.