



**INSTITUTIONEN FÖR FILOSOFI,
LINGVISTIK OCH VETENSKAPSTEORI**

PERSONLIGT ANSVAR OCH SAMHÄLLELIG KRIS

En analys av Aftonbladets imagerparation efter
Virtanenkrisen

Matilda Olstedt

Uppsats/Examensarbete:	15 hp
Program och/eller kurs:	Kommunikatörsprogrammet med inriktning mot myndigheter och offentlig förvaltning
Nivå:	Avancerad nivå
Termin/år:	VT 2021
Handledare:	Elena Johansson
Examinator:	xx

Abstract

Uppsats/Examensarbete: 15 hp
Kommunikatörsprogrammet med inriktning mot myndigheter
Program och/eller kurs: och offentlig förvaltning
Nivå: Avancerad nivå
Termin/år: VT 2021
Handledare: Elena Johansson
Examinator: xx
Nyckelord: Kriskommunikation, Image Repair Discourse, sociokulturell kontext, Sverige, Aftonbladet, sexuella övergrepp

Syfte: Det huvudsakliga syftet med studien är att analysera hur Aftonbladet använde imagereparerande strategier för att hantera den förtroendekris som uppstod efter att en av organisationens medarbetare anklagats för sexuella övergrepp. Studien har också ett sekundärt syfte att belysa hur politiska och sociokulturella faktorer kan ha påverkat Aftonbladets imageförsvår.

Teori: Image Repair Discourse. Situational Crisis Communication Theory. Inramningsteori.

Metod: Inramningsanalys

Resultat: Aftonbladet använde merparten av de strategier som listas i Image Repair Discourse. Företaget utmärkte sig speciellt genom sin ansvarsundvikande inställning - istället för att acceptera organisationens krisansvar diskuterade de ansvar som ett tudelat och personellt fenomen. Aftonbladet hade också en oförväntat frekvent användning av strategierna bolstering och okunskap. Dessutom använde de många perspektivförskjutningar, främst i form av differentiering och minimering, för att få den interna krisen att framstå som mindre allvarlig än samhällets jämställdhetsproblem. De politiska och sociokulturella faktorerna mediasystem, förtroende för rättsväsendet och ideologiska sammansättningar kan ha färgat Aftonbladets imagereparation.

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1. Syfte och forskningsfrågor.....	3
1.2. Avgränsningar.....	3
2. Bakgrund.....	5
3. Teori.....	7
3.1 Teoretiskt ramverk	7
3.1.1. Kriser och kriskommunikation.....	7
3.1.2. Imagereparerande teori	8
3.1.2.1. Imagereparerande strategier.....	9
3.1.2.2. Tillägg till Benoits teori.....	11
3.2. Tidigare forskning.....	13
3.2.1. Imagereparering efter sexualbrott och sexism	13
3.2.2. Imagereparering och kulturella skillnader	15
4. Metod och material	19
4.1. Forskningsdesign – beskrivande fallstudie	19
4.2. Metod – inramningsanalys.....	20
4.2.1. Analysschema	22
4.3. Material, urval och urvalsprocess	24
4.3.1. Material	24
4.3.2. Urval och urvalskriterier	25
4.4. Begränsningar	28
4.4.1. Validitet och reliabilitet	30
4.4.2. Reflexivitet.....	31
5. Resultat och analys.....	33
5.1.Text 1: Olsson Olsén, S. (2017, 18 oktober). Aftonbladet har nolltolerans mot sexuella trakasserier och övergrepp	33
5.1.1. Vem eller vilka ramas in som ansvarig(a) för krisen?	33
5.1.2. Hur ramas Aftonbladet in i förhållande till krissituationen?.....	35
5.1.3. Föreslå några konkreta åtgärder för att gottgöra situationen?	36
5.1.4. Hur ramas Fredrik Virtanen och Cissi Wallin in?.....	37
5.1.5. Hur ramas liknande händelser och organisationer in?	39
5.2. Text 2: Aftonbladet. (2017, 19 oktober). Lena Mellin: Vi har en restriktiv inställning till namnpubliceringar	39
5.2.1. Vem eller vilka ramas in som ansvarig(a) för krisen?	40
5.2.2. Hur ramas Aftonbladet in i förhållande till krissituationen?.....	40

5.2.3. Föreslås några konkreta åtgärder för att gottgöra situationen?	41
5.2.4. Hur ramas Fredrik Virtanen och Cissi Wallin in?.....	41
5.2.5. Hur ramas liknande händelser och organisationer in?	42
5.3. Text 3: Aftonbladet. (2017, 25 oktober). Sofia Olsson Olsén: “Vi kunde absolut ha agerat snabbare”.....	43
5.3.1. Vem eller vilka ramas in som ansvarig(a) för krisen?	43
5.3.2. Hur ramas Aftonbladet in i förhållande till krissituationen?.....	44
5.3.3. Föreslås några konkreta åtgärder för att gottgöra situationen?	46
5.3.4. Hur ramas Fredrik Virtanen och Cissi Wallin in?.....	46
5.3.5. Hur ramas liknande händelser eller organisationer in?	48
5.4. Text 4: Pettersson, K. (2017, 29 oktober). Om krisen på Aftonbladet	49
5.4.1. Vem eller vilka ramas in som ansvarig(a) för krisen?	49
5.4.2. Hur ramas Aftonbladet in i förhållande till krisen?	51
5.4.3. Vilka konkreta åtgärder föreslås för att gottgöra situationen?.....	52
5.4.4. Hur ramas Fredrik Virtanen och Cissi Wallin in?.....	52
5.4.5. Hur ramas liknande händelser och organisationer in?	53
5.5. Text 5: Aftonbladet. (2017, 9 december). Fredrik Virtanen lämnar Aftonbladet.....	54
5.5.1. Vem eller vilka ramas in som ansvarig(a) för krisen?	55
5.5.2. Hur ramas Aftonbladet in i förhållande till krisen?	55
5.5.3. Föreslås några konkreta åtgärder för att gottgöra situationen?	56
5.5.4. Hur ramas Fredrik Virtanen och Cissi Wallin in?.....	57
5.5.5. Hur ramas liknande händelser och organisationer in?	58
5.6. Sammanställning: resultat och analys	59
6. Diskussion och reflektion.....	60
6.1. Vilka imagereparerande strategier använde Aftonbladet?	60
6.2. Hur påverkades Aftonbladets imageförsvar av deras sociokulturella kontext?.....	64
7. Slutsatser	69
7.1. Vidare forskning	70
8. Referenslista.....	71
9. Bilaga 1: analysmaterial.....	75

1. Inledning

Kriser är ofrånkomliga och drabbar alla organisationer, även om deras exakta form, utbredning eller tidsram kan variera betydligt från fall till fall och sällan förutses (Benoit, 2014: 303). De kan vara relativt små och tillfälliga, eller av mer omfattande proportioner, och till och med förorsaka organisationers konkurs. Organisatoriska kriser utgör en risk, inte bara med avseende på de fysiska skador och/eller ekonomiska förluster som de kan medföra, utan även med avseende på omgivningens försämrade image av organisationen. "Image is all about perceptions – it is the impression others have about us", definierar Benoit (a.a. 304), och förklarar att hot mot image kan ha mycket reella effekter. En försämrad image kan leda till ett minskat förtroende för organisationen, vilket i sin tur kan försämra organisationens övertalningsförmåga och möjligheter till socialt, kulturellt eller politiskt inflytande. Ofta innebär en imageförlust också ett minskat intresse av att samarbeta med organisationen och att konsumera deras varor eller tjänster. Förtroendeförluster tenderar dessutom att vara smittsamma, i den mening att aktörer som känner ett minskat förtroende för en specifik organisation är trolig att föra denna uppfattning vidare. Alla organisationer kan därför antas ha intresse av att förhindra kriser från att uppstå och expandera.

Då krisers exakta natur är svår att förutse, sker en majoritet av organisationers krishantering reaktivt istället för proaktivt. Merparten av forskningen om kriskommunikation fokuserar därför på organisationers direkta bemötande av förtroendeförluster, snarare än deras indirekta och förebyggande åtgärder (Wan & Pfau, 2004: 301). Ett mycket välkänt teoretiskt ramverk inom kriskommunikationsforskningen är Benoits (1997) Image Repair Discourse. Enligt detta ramverk uppstår organisatoriska kriser när utomstående aktörer uppfattar en händelse som anstötlig, och dessutom uppfattar organisationen som ansvarig för händelsens inträffande. Organisationer som vill parera sin imageförlust menas därför kunna använda kommunikativa strategier för att framställa krishändelsen som mindre anstötlig eller för att förminska organisationens roll i händelseförloppet. Ramverket har överlag blivit väl mottagen i akademiska kretsar, och har applicerats på en mängd imagehotande fall, inkluderande politiska felsägningar, nationella hälsofaror och sexualbrottsanklagelser (Benoit, 2017: 247).

Trots att Image Repair Discourse har fått mycket positiv kritik, menar forskare som García (2011: 293) och Xifra (2012: 483) att ramverket har en inbyggd sociokulturell bias. Teorins empiriska grund utgörs framför allt av nordamerikanska fallstudier, varmed ramverket riskerar att bli etnocentriskt. García och Xifra uppmärksammar därför ett behov av att applicera

teorin i andra sociokulturella sammanhang, i avsikt att utveckla en sociokulturell sensitivitet inom ramverket. En översiktlig litteratursökning visar dock att teorin fortfarande främst appliceras på förtroendekriser i Nordamerika, och att endast ett fåtal studier genomförts inom Europa eller Asien. I Sverige är kriskommunikationsforskningen ännu mer begränsad. Falkheimer och Heide (2015) undersökte hur Findus Nordic använde imageåterbyggande strategier efter hästköttskandalen 2013, men menar att deras studie egentligen berör en transnationell kontext. Svenssons (2009) analys av Swedish Matchs imageförsvar är mer stadigt förankrat i Sverige, men baseras inte på Benoits (1997) specifika ramverk. Det finns alltså ett fortsatt stort behov av applicera Image Repair Discourse på en svensk, organisatorisk förtroendekris.

Den här uppsatsen kommer att adressera det imagereparerande ramverkets tillkortakommande, genom att undersöka hur det svenska företaget Aftonbladet kriskommunicerat och återbyggt sin image efter en förtroendeförlust. Förlusten i fråga skedde i samband med #MeToo-kampanjen, under vilken en ledarskribent på Aftonbladet, Fredrik Virtanen, anklagades för sexuella trakasserier och övergrepp. Även om anklagelserna riktades mot Virtanen som individ, kritiserades även företaget för att de underlåtit att rapportera om anklagelserna och för att de förbehållslöst försökt att skydda sin medarbetare. Uppsatsen kommer att analysera hur och vilka imagereparerande strategier som Aftonbladet använde för att motverka förtroendeförlusten. Undersökningen tillför därmed en välbehövlig perspektivförflyttning, genom att förlägga Image Repair Discourse till en svensk kontext.

Garcías (2011: 293) och Xifras (2012: 483) uppmaning till sociokulturell sensitivitet berör egentligen hela det imagereparerande ramverket, men kan ändå menas relatera speciellt till imageförsvar efter sexualbrottsanklagelser. Båda forskarna genomförde tvärkulturella analyser av sexuella skandaler för att belysa skillnader i strategival och effekt i olika nationella sammanhang. Tidigare forskning (t.ex. Fortunato, 2008; Len-Ríos, 2010) har undersökt liknande krissituationer, men utan något större sociokulturellt beaktande. García (2011: 294) kom fram till att graden av maktjämskap och osäkerhetsundvikande i samhället samt det nationella mediasystemets uppbyggnad kan påverka aktörers val av krisstrategi. Xifra (2012: 483) listar inga konkreta påverkansfaktorer, men förkunnar att kulturella och rättsliga omständigheter samverkar för att ge skilda nationella utfall. Då denna uppsats berör ett liknande ämnesområde som Garcías och Xifras studier, kommer den att undersöka de variabler som dessa forskare uppmärksammat. Dessutom lånas Svenssons (2009: 562) idé om en tudelad,

svensk ideologi in till undersökningen. Utöver att kartlägga Aftonbladets imagereparerande strategier kommer alltså denna uppsats även att analysera hur och om variablerna maktdistans, osäkerhetsundvikande, mediasystem, rättssystem och politisk ideologi påverkat Aftonbladets krishantering.

1.1. Syfte och forskningsfrågor

Uppsatsens huvudsakliga syfte är att analysera hur Aftonbladet använde imagereparerande strategier för att hantera den förtroendekris som uppstod efter att Virtanen anklagats för sexuella övergrepp. Studien kommer att utgå ifrån Image Repair Discourse och den strategiindelning som där nämns. Ramverket kommer att appliceras på ett urval av de artiklar som Aftonbladet publicerat med avsikt att stärka företagets image. Den primära forskningsfrågan som leder undersökningen är därför:

Vilka imagereparerande strategier använde Aftonbladet i respons till den förtroendekris som uppstod efter att Virtanen anklagats för sexuella övergrepp?

Image Repair Discourse menas dock vara i riskzonen för etnocentrism, då teorins empiriska grund visat alltför begränsad kontextuell sensitivitet. En enskild studie som denna kan inte helt förhindra teorins etnocentriska bias, men kan ändå bidra med en nödvändig sociokulturell medvetenhet. Ett mer sekundärt syfte med uppsatsen är därför att belysa hur politiska och sociokulturella faktorer kan ha påverkat Aftonbladets krishantering. Det sekundära syftet påbjuder en sekundär forskningsfråga, vilken lyder:

Hur påverkades Aftonbladets imagereparation efter Virtanenkrisen av organisationens sociokulturella kontext?

1.2. Avgränsningar

'Sociokulturellt kontext' är ett opreciserat samlingsnamn som inrymmer en mycket stor mängd historiska, politiska, ekonomiska, demografisk och etnografiska variabler. Ingen enskild studie, och i synnerhet inte en studie med de tids- och resursbegränsningar som denna uppsats besitter, kan hoppas utreda vilka av dessa variabler som har vilken effekt på organisationers image-

återbyggande. Den här studien kommer därför i huvudsak att diskutera de politiska och sociokulturella faktorer som tidigare forskare pekat ut som potentiellt verksamma inom imagereparering, och i synnerhet imagereparering efter sexualbrottsanklagelser. Tidigare preciserades dessa till maktdistans, osäkerhetsundvikande, mediasystem, rättssystem och politisk ideologi. De fem faktorerna skiljer sig sinsemellan i graden av institutionalisering, då till exempel mediasystem och rättsväsende kan menas reflektera etablerade regelverk, medan maktdistans och ideologi till större del handlar om åsikter och attityder. Detta väcker frågor om de fem nämnda variablerna verkligen har kulturell inverkan, eller om de snarare påverkar genom politiska eller socioekonomiska strukturer. Gränsdragningen mellan socioekonomisk, kulturell och politisk påverkanskraft är dock långt ifrån självskriven, och denna uppsats kommer inte att prioritera en dylik begreppsutredning utan kommer att tillämpa det förenklade samlingsnamnet 'politiska och sociokulturella variabler'. Uppsatsens urval av möjliga påverkansfaktorer anses därmed varken vara komplett eller fullt preciserad. Utöver de fem angivna variablerna borde till exempel Sveriges jämställdhetspolitik vara en mycket drivande faktor i Aftonbladets imageförsvar efter #MeToo-kampanjen, men då ingen tidigare forskning binder samman jämställdhetsindikatorer och Image Repair Discourse kommer uppsatsen dessvärre att behöva frångå detta viktiga perspektiv. Uppsatsen hyser därmed inga förhoppningar om att göra en fulländad, sociokulturell kartläggning av Aftonbladets kriskommunikation, men gör ändå en ansats att visa sociokulturell medvetenhet.

2. Bakgrund

Följande kapitel redogör kortfattat för Aftonbladets krissituation och hur den uppstod. Krisen placeras in i sitt större sammanhang, nämligen den svenska #MeToo-kampanjen.

#MeToo är en onlinekampanj som har till avsikt att synliggöra kvinnors utsatthet för sexuella trakasserier och övergrepp. Kampanjen startades av Tarana Burke 2006, som uppmuntrade unga svarta kvinnor från låginkomstområden att dela sina upplevelser av sexuella övergrepp och att stötta varandra (Pouliot, 2019: 229). Rörelsen fick dock sitt virala genombrott i oktober 2017, då skådespelaren Alyssa Milan uppmanade sina kvinnliga twitterföljare att publicera inlägg med #MeToo om de upplevt någon form av sexuellt ofredande (Nilsson & Lundgren, 2021: 8). Kampanjens syfte blev därmed både utvidgat och förminskat, då rörelsens ökade spridning visserligen innebar en större exponering av sexistiska strukturer, men samtidigt flyttade fokus från den ursprungliga och kanske mest utsatta målgruppen. #MeToo-rörelsen menas därav både ha brutit en utpräglad tystnadskultur och upprätthållit rasistiska och heteronormativa maktsystem (Pouliot, 2019). Kampanjen har väckt stor debatt i USA, där den hade både sitt originella och sitt, om man så vill, populärkulturella ursprung, men har också fått ansenlig uppmärksamhet i andra länder.

Sverige listas som ett av de länder där #MeToo har fått störst utrymme och haft mest inverkan (Tambe, 2018: 198). Kampanjens starka fotfäste både reflekterar och reproducerar en nationell politisering av jämställdhetsfrågor. Enligt Askanius och Hartley (2019: 31) har Sverige sedan 1960-talet visat ett stort stöd för feministiska gräsrotsrörelser och ett tilltagande institutionellt intresse för jämlikhet. I dagens läge ska nivån av feministiskt engagemang vara långt högre i Sverige än i exempelvis Danmark, trots att de nordiska länderna ofta ses som likvärdiga gällande jämställdhet (a.a. 31). Lilja och Johansson (2018: 86) menar att jämställdhetsengagemanget har blivit en del av Sveriges nationella identitet, och att #MeToo-kampanjens starka genomslag både bekräftar denna självbild och ifrågasätter dess riktighet. Kampanjens räckvidd och effekt är svår att mäta i absoluta termer, men dess avtryck i Sverige inkluderar ett flertal fysiska demonstrationer, yrkesspecifika #MeToo-kampanjer (till exempel #tystnadtagnings för skådespelare och #deadline för journalister) och en reviderad sexualbrottslag (Askanius & Hartley, 2019: 20; Tambe, 2018: 199). #MeToo-kampanjen kan därmed menas både spegla och expandera Sveriges jämställdhetsarbete.

Den här uppsatsen analyserar en uppmärksammas händelse inom den svenska #MeToo-rörelsen, nämligen de anklagelser om sexuella övergrepp som riktades mot Fredrik

Virtanen, en ledarskribent på Aftonbladet. Anklagelserna rörde en våldtäkt som ska ha ägt rum 2006, men som polisutreddes först fem år senare och som inte ledde till något åtal (Lapidus, 2017, 25 oktober). Målsägaren för den nedlagda utredningen, medieprofilen Cissi Wallin, publicerade den 16 oktober 2017 Virtanens namn på sina sociala medier, i samband med #MeToo-kampanjen (TT, 2017, 25 november). Efter Wallins offentliggörande gick flera kvinnor ut med bekräftande vittnesmål mot Virtanen (Sundkvist & Nordberg, 2017, 25 oktober). Virtanen själv nekade dock till alla anklagelser (Tjurfjell, 2017, 25 oktober). Ingen ny polisutredning inleddes mot den misstänkte förövaren, men ett år efter offentliggörandet anmälde Wallin Virtanen för grovt förtal (Kudo, 2018, 20 september). Wallin dömdes i december 2019 till en villkorlig dom, men har överklagat denna till hovrätten (TT, 2019, 9 december). Ett år senare anmälde dock Virtanen ännu en gång Wallin för grovt förtal, på grund av en våldtäktsskildring i Wallins självbiografi (Nilsson, 2020, 9 december). Fallet, som alltså ännu inte har fått någon definitiv upplösning, har kallats för ett av Sveriges “first and most spectacular #MeToo cases” (Hartley & Askanius, 2020: 12).

Den kritik som #MeToo-vittnesmålen genererade riktades inte bara mot Virtanen som person, utan även mot Aftonbladet som arbetsgivare och organisation. Virtanen anställdes på Aftonbladet under 1990-talet och tilldelades 2011 rollen som ledarskribent (Lapidus, 2017, 25 oktober). Under såväl våldtäktsutredningen som #MeToo-kampanjen var Virtanen alltså en högt uppsatt medarbetare på företaget. Aftonbladet menas härigenom ha upprätthållit en sexistisk tystnadskultur, då Virtanen fick behålla sin position trots misstankarna om brottsligt agerande (Nordberg, 2017, 25 oktober). Dessutom ska företaget ha förmörkat Virtanens identitet genom att avstå från att publicera hans namn efter Wallins offentliggörande (Törner, 2017, 19 oktober). Aftonbladet har bekräftat att den dåvarande ledningen kände till våldtäktsutredningen mot Virtanen, men att polisärendet inte ska ha ansetts föranleda en uppsägning (Lapidus, 2017, 25 oktober). Mediehusets chefredaktör under #MeToo-kampanjen, Sofia Olsson Olsén, agerade mer aktivt genom att tillsätta en internutredning mot medarbetaren samt sätta honom på ‘timeout’ (Törner, 2017, 19 oktober). Den 9 december 2017 kom Virtanen också att bli permanent uppsagd (Wicklén, 2017, 9 december). Anklagelserna mot deras medarbetare försatte alltså Aftonbladet i en förtroendekris, då företaget ansågs ha varit behjälplig i Virtanens maktmissbruk. Företagets kommunikativa försvar mot förtroendekrisen analyseras i denna uppsats.

3. Teori

Teorikapitlet är indelat i två sektioner: teoretiskt ramverk och tidigare forskning. Det första avsnittet presenterar de teoretiska antaganden och analytiska modeller som ligger till grund för uppsatsens studie. Störst fokus tillägnas Benoits (1997) Image Repair Discourse, då denna utgör uppsatsens huvudsakliga teoretiska stomme. Avsnittet Tidigare forskning har för avsikt att exemplifiera hur Image Repair Discourse har applicerats på tidigare fallstudier, i synnerhet i relation till anklagelser om sexism eller sexuella övergrepp, och vilka resultat som dessa fallstudier genererat.

3.1 Teoretiskt ramverk

3.1.1. Kriser och kriskommunikation

Begreppet 'kris' används i vardagliga sammanhang för att beskriva en mängd situationer med skilda omfång, aktörer och utfall. Inom fältet organisationskommunikation behövs dock en mer preciserad avgränsning av begreppet. En tidig forskare inom kriskommunikation, Hermann (1963: 64), menar att en organisatorisk kris kan definieras längs tre dimensioner: (1) krisen hotar högt prioriterade värden inom organisationen, (2) den erbjuder endast en begränsad tid att reagera och (3) den sker, från organisationens sida, oförväntat. Vigsø (2016: 18) menar dock att det är missvisande att tala om en krissituation som en plötslig och oväntad händelse, då de situationer som utvecklas till förtroendekriser utan undantag har varit föregångna av defekta processer. Även om dessa processer kan vara komplexa, av skiftande omfattning eller verk samma i tystnad, innebär det att organisationer åtminstone delvis kan förebygga och motverka krisernas uppkomst. En bättre definition är kanske därför att en kris sker vid en oväntad *tidpunkt*, snarare än att hela situationen är oförväntad. Hermanns definition saknar också en koppling till massmedia. Vigsø (a.a. 20) påpekar att problemsituationer som inte uppmärksammas av media sällan utvecklas till fullstora förtroendekriser. Massmedier har alltså en avgörande roll i utvecklingen av organisatoriska kriser, då de sprider information om organisationens tillkortakommanden till de relevanta intressenterna och därigenom framkallar den vidsträckt förtroendeförlust som utmärker krisen. I dagens samhälle sker denna informationsspridning inte bara genom traditionella mediekkanaler, som tryck, tv och radio, utan även genom nya digitala plattformar och sociala medier. En gångbar definition i dagsläget skulle därmed kunna vara att en organisatorisk kris är en situation som hotar högt prioriterade

värden inom organisationen, som sker vid en oförväntad tidpunkt och med begränsade tidsutrymmen för att reagera, och som sprids och expanderas genom traditionella och digitala massmedier.

Coombs och Holladay (2002) för begreppsdiskussionen om organisatoriska kriser vidare genom deras Situational Crisis Communication Theory (SCCT). Forskarna använder begreppet 'kristyp' för att beskriva "den inramning som allmänheten använder för att tolka en [krisartad] händelse" (a.a. 167. Författarens översättning), alltså hur allmänheten uppfattar krissituationens ursprung och utveckling. I modifierade studier om SCCT listas ett reviderat antal kristyper, men i Coombs och Holladays (a.a. 170-171) första genomgång fastställs 13 olika typer av kriser: ryktesspridning, naturkatastrofer, illvilja, våld på arbetsplatsen, utmaningar, tekniska olyckor, produktåterkallanden på grund av tekniska fel, miljökatastrofer, olyckor på grund av mänskligt felande, produktåterkallanden på grund av mänskligt felande samt organisatoriska ogärningar med eller utan ledningsfel och externa skador. Kristypskategoriseringen menas kunna ge en första uppskattning av vilken mängd ansvar och kontroll som allmänheten anser att organisationen haft i händelseförloppet. Den ursprungliga uppskattningen behövs sedan justeras efter ytterligare faktorer, såsom tidigare krishistorik inom organisationen, relationen mellan organisationen och dess intressenter samt efter hur stora skador som krisen orsakat (Coombs, 2004: 271). Den sammanlagda värderingen av krissituationen avgör vilken kriskommunikationsstrategi som organisation bör använda sig av för att hantera förtroendeförlusten (Coombs & Holladay, 2002: 171). SCCT visar alltså att det finns en koppling mellan krissituationens specifika karaktärsdrag och krishanteringens utformning. Coombs och Holladay lägger dessutom grunden för ett integrerat mottagarperspektiv i såväl krisforskningen som i hanteringen av kriser, i och med att den drabbade organisationen uppmuntras kartlägga vilken kristyp som *intressenterna anser* att krisen är. Mottagarnas inramning blir således en central del av krisarbetet.

3.1.2. Imagereparerande teori

I en bakgrundsstudie till SCCT slår Coombs (1999: 126) fast att kommunikativ krishantering alltid bör vara snabb, konsistent, ärlig, informationsrik och medlidsam med eventuella krisoffer. Benoit (1997) erbjuder i sitt teoretiska ramverk Image Repair Discourse en mer detaljerad genomgång av hur organisationer kan återfå allmänhetens förtroende efter en krishändelse. Det teoretiska ramverket bestod ursprungligen av fem övergripande strategier för imagereparering,

men denna lista har genom bidrag från Brinson och Benoit (1999) och Len-Ríos (2010) utökats till sju enheter. De imagereparerande strategierna, inklusive de tillägg som gjorts till Benois ursprungliga teori, ligger till grund för analysen i denna uppsats. Strategierna kommer att presenteras närmare i nästkommande avsnitt, efter en inledande diskussion om begreppet image.

Grundläggande för Benois imagereparerande teori är, föga förvånande, begreppet image. Benoit (2014: 305) förklarar en organisations image som ”a perception that develops out of what the organization says and does as well as by what others say about the organization and how others behave toward it”. Mer koncist kan image definieras som omvärldens uppfattning av organisationen. Eftersom intryck och uppfattningar tenderar att styra beteenden, har image en stor påverkan på hur och till vilken grad som omvärlden interagerar med en organisation och konsumerar dess varor eller tjänster. Krissituationer som genererar en negativ diskurs om den aktuella organisationen utgör därmed ett hot mot organisationens image och deras möjlighet att nå sina syften eller målsättningar. Enligt Benoit (1997: 178) avgörs hotbilden mot organisationens image av två faktorer: dels graden av ansvar som organisationen tilldelas för händelsernas inträffande, dels av hur anstötliga händelserna uppfattas. Organisationer som befinner sig i krissituationer kan alltså använda kommunikativa medel för att påverka allmänhetens uppfattningar om ansvar eller anstötlighet. Dessa medel sammanfattas i de strategier som förklaras nedan.

3.1.2.1. Imagereparerande strategier

Den första strategin som Benoit (1997: 179) nämner är **förnekelse**. Förnekelse syftar till att organisationen fransäger sig ansvaret för situationen – de söker alltså att minimera skuld-komponenten i anklagelserna. Förnekelse kan enligt Benoit genomföras antingen som *enkel förnekelse*, när organisationen helt och fullt avvärjer att händelserna inträffat, alternativt som en form av vidarebefordran om organisationen medger att situationen har inträffat men hävdar att *någon annan bär ansvaret* för den. Brinson och Benoit (1999: 504) lyfter **separering** som en variant av vidarebefordrande förnekelse, då organisationen tar avstånd från de organisationsmedlemmar som de pekar ut som ansvariga för händelserna. I denna uppsats kommer dock separering att behandlas som en fristående strategi, och kommer att förklaras vidare i nästa avsnitt.

Benoits (1997: 180) andra strategi är **bortförklaring**, vilken kan anta fyra olika former: *provokation*, *okunskap*, *olyckshändelse* eller *goda avsikter*. Provokation innebär som namnet antyder att organisationens beteende ägde rum som svar på någon annan aktörs missgärningar, medan okunskap föreslår att organisationen inte hade tillräcklig kunskap för att förhindra händelsernas utveckling. Benoit (2006: 303) varnar för att okunskap är en riskabel strategi att använda från en befintlig maktposition, då strategin kan generera tvivel över makthavarens kompetens och duglighet. Strategin olyckshändelse framhäver istället att det som inträffade helt enkelt låg utanför såväl den aktuella organisationens som andra aktörers kontroll (Benoit, 1997: 180). Goda avsikter till sist förflyttar fokus från händelsernas utfall till organisationens mer benådande intentioner. Bortförklaringsstrategin och dess understrategier inrymmer ett högre ansvarstagande än förnekelsestrategierna, men söker ändå att adressera och minimera skuldkomponenten av krisanklagelserna.

Den tredje strategin som Benoit (a.a. 180) listar är att **minska händelsernas anstötlighet**. Som förståeligt riktar sig denna strategi mot anstötlighetskomponenten av krisanklagelserna. Precis som tidigare har Benoit delat upp sin strategi i underkategorier, nämligen *bolstering*, *minimering*, *differentiering*, *hänvisa till ett högre syfte*, *attackera anklagaren* samt *kompensation*. Bolstering handlar om att lyfta organisationens positiva egenskaper och tidigare framgångar, i hopp om att balansera ut den negativa uppmärksamhet som följt krissituationen. Minimering sker istället när organisationen försöker att förminska händelsernas allvar genom att jämföra krisen med värre händelser. Minimering är dessutom nära besläktad med differentiering, som inträffar när organisationen flyttar fokus från den nuvarande krissituationen till andra, liknande händelser. Strategin hänvisa till ett högre syfte innebär att organisationen söker att rättfärdiga den anstötliga akten som ett nödvändigt ont i ledet till ett större, mer förmånligt utfall. Attackera anklagaren betyder istället att organisationen söker att minska trovärdigheten i krisanklagelserna genom att direkt eller indirekt framhäva att de kommer från en osäker källa. Slutligen kan organisationen kompensera de som drabbas av krisen med pengar eller andra varor. Hearit (2006: 209) menar att kompensation har blivit den nya ursäkten, det vill säga att organisationer nuförtiden ofta väljer att ge materiella plåster på såren snarare än faktiska ursäkter. Det blir härigenom också tydligt att strategierna för att minska händelsernas anstötlighet verkligen är koncentrerad till anstötlighetskomponenten, och att de innefattar en relativt låg grad av ansvarstagande.

Den fjärde strategin är **tillrättaläggande**, som går ut på att organisationen lovar att reparera de skador som uppstått genom den anstötliga akten (Benoit, 1997: 181). Även denna strategi kan specificeras: antingen ger organisationen löfte om att *återställa situationen* till hur den var innan krishändelserna inträffande, alternativt lovar organisationen att genomföra åtgärder för att *förhindra akten från att upprepas*. Len-Ríos (2010: 271) menar att tillrättaläggande är den mest framåtblickande strategin, då den flyttar allmänhetens fokus från defekter i dåtiden till framtida förbättringar. Den tillrättaläggande strategin innebär en acceptans av ansvar för händelserna, men är ändå primärt fokuserad på att minska situationens anstötlighet.

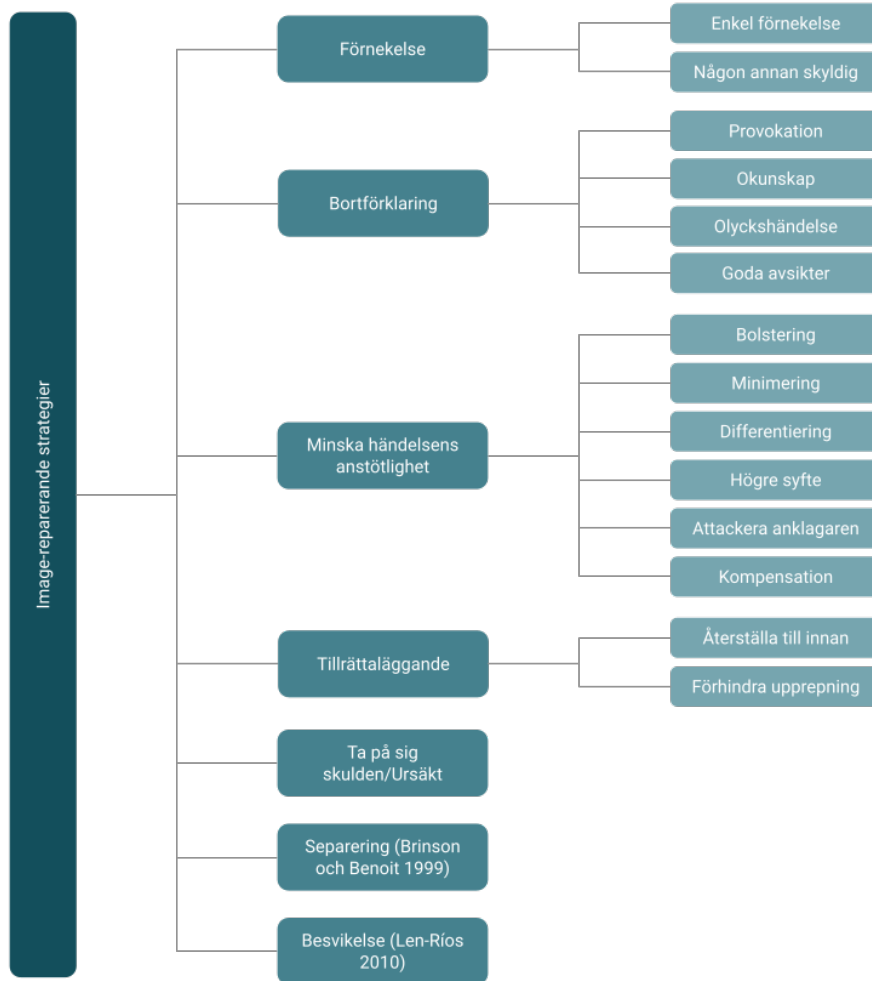
Slutligen kan organisationen **ta på sig skulden** för krissituationen och be om ursäkt (Benoit, 1997: 181). Strategin innebär att organisationen tar på sig allt ansvar för händelsen, och är menad att mildra situationens anstöt genom att organisationen vinner allmänhetens förlåtelse. Till skillnad från de tidigare nämnda strategierna delar Benoit inte upp *ta på sig skulden* i understrategier. Benoit (2017: 252) förklarar dock att ursäkter kan vara av varierande kvalitet, och därigenom nå olika effekt. Villkorlösa ursäkter menas till exempel vara mer effektiva än ursäkter som innehåller någon form av reservation eller begränsning.

3.1.2.2. Tillägg till Benoits teori

Benoits imagereparerande teori (1997) har applicerats på en mängd olika fall och har överlag blivit väl mottagen inom kriskommunikationsforskningen. Vissa tillägg har dock gjorts till de fem ursprungliga imagereparerande strategierna som Benoit föreslog. Brinson och Benoit (1999) undersökte hur det amerikanska företaget Texaco försökte reparera sin image efter anklagelser om att organisationen hyste rasistiska värderingar. Forskarna ansåg att Benoits teori inte på ett meningsfullt sätt fångade Texacos kommunikativa beteende, vilket de beskrev som **separering**. Separering sker när den anklagade organisationen fördömer agerandet hos enskilda medlemmar i hopp om att stärka förtroendet för organisationen i stort. Brinson och Benoit (a.a. 507) fann tre nödvändiga villkor för en framgångsrik separeringsstrategi: (1) organisationen måste kunna bevisa att den anstötliga händelsen gått emot organisationens officiella värderingar, (2) de skyldiga måste bli fysiskt och symboliskt avlägsnade från organisationen, och (3) tillrättaläggande åtgärder måste genomföras för att motverka nya överträdelser. Separeringsstrategin söker alltså att påverka skuldkomponenten i en krissituation, genom att hävda att organisationen, åtminstone i det givna fallet, är en egen enhet och bör ses som avskild från organisationsmedlemmarna. Brinson och Benoit (a.a. 504) menar att denna vidare-

befordran av ansvar från organisationen till enskilda individer går att se som en tredje underkategori till Benoits förnekelsestrategi. I denna uppsats kommer dock separering att ses som en egen strategi, då den faller utanför Benoits originella strategier.

Utöver separeringsstrategin har Benoits teori också fått tillägg av besvikelsestrategin. Len-Ríos (2010) undersökte hur Duke University kriskommunicerat efter anklagelser om sexuella övergrepp i anknytning till universitets idrottsverksamhet, och fann att universitetet använde sig av en strategi som liknade separering men som var mindre strikt i utförandet. Len-Ríos (a.a. 278) menar att strategin **uttrycka besvikelse över organisationsmedlemmarna** innebär en särskiljning mellan organisationens uttalade värden och individuella organisationsmedlemmars beteenden, men inget definitivt åtskiljande mellan organisationen och de enskilda aktörerna. Strategin är mer passiv än separering och ger kanske ett mer välvilligt intryck hos de övriga organisationsmedlemmarna. Len-Ríos (a.a. 284) påpekar dock att strategin är tidskänslig, och att den efter den inledande responsen behöver övergå i någon av de övriga kriskommunikationsstrategierna för att organisationen inte ska uppfattas som handfallen eller likgiltig. I likhet med separering kommer besvikelsestrategin i denna uppsats att behandlas som ett fristående tillägg till den kända repertoaren av imagereparerande strategier. De olika strategierna och deras eventuella underkategorier sammanfattas i figur 1 nedan. Figuren har enbart en summerande roll och kommer inte att användas i analyserande syften.



Figur 1: Imageåterbyggande strategier i Image Repair Discourse.

3.2. Tidigare forskning

3.2.1. Imagereparering efter sexualbrott och sexism

Image Repair Discourse har applicerats på många typer av förtroendekriser inom flera olika ämnesområden. Benoit (2017) själv undersökte hur Donald Trump försökte reparera sin image efter att The Washington Post publicerat videomaterial på när han uttrycker sig mycket sexistiskt och nedvärderande om kvinnor. Studien genomfördes som en kritisk analys av Trumps fem första uttalanden, skriftliga såväl som muntliga, efter att videon publicerats i oktober 2016. Uttalandena analyserades först enskilt och i kronologisk ordning, varefter Benoit utvärderade kriskommunikationen som helhet. Totalt åtta olika kriskommunikationsstrategier identifierades: högre syfte, minimering, ursäkt, differentiering, attackera anklagaren,

tillrättaläggande, bolstering samt förnekelse. Benoit (a.a. 252) påpekar att det komplexa politiska sammanhanget gör det svårt att definitivt utvärdera Trumps imagereparering, då Trumps förtroendesiffror visserligen sjönk oåterkalleligen men då han ändå vann presidentvalet 2016. Trots det ger studien värdefulla insikter om vikten av genomtänkta och övertygande försvarsstrategier och om det potentiella värdet av tredjepartskriskommunikation. Benoit (a.a. 249) visar att Trump visserligen ber om ursäkt för händelsen, men att denna ursäkt framförs med villkor och på ett icke-trovärdigt sätt, varmed den inte genererar någon större förtroendevinst. Stöttande kriskommunikation från en tredje part, såsom Trumps hustru Melanias försäkran om att hon kan förlåta sin make, kan däremot vara mycket effektiv (a.a. 251). Benoits studie bidrar således till denna undersökning genom en viktig inblick i vad som gör imagereparerande strategier låg- eller högkvalitativa. Dessutom har Benoits grundläggande studieupplägg inspirerat strukturen till denna uppsats, även om uppsatsen inte kommer att bedöma effektiviteten av Aftonbladets imageförsvar.

I likhet med Benoit applicerar också Len-Ríos (2010) Image Repair Discourse till ett fall av misogyni, men denna gång i relation till akademisk snarare än politisk verksamhet. Amerikanska Duke University genomförde 2006 ett försök att reparera sin image efter att anklagelser om våldtäkt riktas mot några av universitetets studenter. Krissituationen ska ha involverat inte bara sexuellt våld utan även rasistiska påhopp, och ska därav ha föranlett ett försvarstal från universitetet som också inkluderade deras inställning till rasism. Len-Ríos (a.a. 273) genomförde en ambitiös studie med både kvalitativa och kvantitativa inslag för att undersöka vilka kriskommunikationsstrategier som universitet använde, hur effektiva dessa var, samt hur kriskommunikationen och medierapporteringen om händelserna förändrades under krissituationens olika faser. Data samlades in från lokala nyhetstidningar och från den hemsida som universitet utformat speciellt för att kriskommunicera om händelsen. Analysen visade att universitet använde samtliga traditionella imagereparerande strategier förutom provokation, olyckshändelse, goda avsikter, minimering och kompensation (a.a. 275). Dessutom tillämpade universitet den tidigare icke-teoretiserade strategin uttrycka besvikelse över organisationsmedlemmarna, då de slog fast att de anklagade studenterna visserligen var starkt associerade med universitet men att deras agerande inte överensstämde med universitets värderingar (a.a. 279). Len-Ríos menar att universitets kriskommunikation inte var helt effektiv, framför allt då den ansågs vara passiv, men att medierapporteringen om krisen trots allt ändrades från en huvudsaklig negativ till en mer positiv inramning. Studien bidrar till vidare forskning framför

allt genom dess tillägg till det imagereparerande ramverket, men belyser också imageförsvar efter sexualbrottsanklagelser från ett organisatoriskt snarare än interpersonellt perspektiv. Len-Ríos (a.a. 283) kommenterar också sambandet mellan strategival och kulturellt sammanhang, vilket kommer att vidareutvecklas i nästa avsnitt.

Våldtäktsfallet på Duke University har också analyserats av Fortunato (2008). Fortunatos studie hade ett mindre omfång än Len-Ríos, och riktade enbart in sig på universitets kommunikation utåt. I likhet med Len-Ríos fann Fortunato att Duke University använde en stor repertoar av kriskommunikationsstrategier och att strategierna till synes skiftade reaktivt efter nyhetsrapporteringen om fallet (a.a. 121). Fortunatos primära bidrag till denna uppsats återfinns dock inte i studieresultaten, utan i undersökningens metodupplägg. Fortunato genomförde sin studie med ett explicit fokus på inramning, det vill säga på kommunikativa ansträngningar för att formge allmänhetens uppfattning om en viss organisation eller fråga (a.a. 118). Då Image Repair Discourse baseras på antaganden om att organisationer kan påverka intressenters inställning genom kommunikativa medel, finns det sedan tidigare en implicit koppling mellan inramningsanalys och kriskommunikationsstrategier. Fortunato för dock denna diskussion upp till ytan. Fortunato (a.a. 118) beskriver också en förstärkningsmekanism mellan medie-rapportering, allmänhetens åsikter och kriskommunikation, och hävdar att dessa tre enheter påverkar varandra i en reaktiv återkopplingsring. Detta innebär att en organisations val av imagereparerande strategier färgas av *deras uppfattning* om allmänhetens image av organisationen och av den nuvarande medierapporteringen, och att strategivalet ändras beroende på hur denna uppfattning skiftar. Fortunatos explicita diskussion om inramning har inspirerat metodvalet för denna uppsats, nämligen inramningsanalys. Då Fortunato inte redogör för sitt precisa analytiska verktyg, är dock hans bidrag till denna studie begränsad till just inspiration snarare än mer konkreta metodavvägningar.

3.2.2. Imagereparering och kulturella skillnader

Len-Ríos (2010: 283) konkluderar i sin undersökning av Duke University att universitets kriskommunikativa strategival inte bara reflekterar universitets interna avsikter och processer, utan även den amerikanska kulturen i stort. Universitets passiva strategi speglar nämligen USA:s indolenta och sparsamma ansträngningar mot strukturell rasism. Flera författare har på liknande sätt uppmärksammat sambandet mellan sociokulturell kontext och krisstrategier.

García (2011: 293) kritiserar kriskommunikationsforskningen för att vara etnocentrisk och starkt bunden till nordamerikanska fallstudier, vilket förringar kulturella nyanseringar i forskningen. García genomförde en kritiskt jämförande studie av hur den amerikanska, före detta presidenten Bill Clinton och den italienska, dåvarande presidenten Silvio Berlusconi försökte återbygga sina images efter sexskandaler. Studien visar att båda presidenterna inledde sina kriskampanjer genom förnekelse, men att en ökad bevismängd fick Clinton att ändra till en mer ansvarsaccepterande och ursäktande strategi, medan Berlusconis kommunikativa strategi förblev oförändrad (a.a. 295). García ger förslag på tre sociokulturella faktorer som kan ha påverkat dessa skilda strategival. Dels refererar han till Hofstedes och Hofstedes (2005) idé om maktdistans och osäkerhetsundvikande som kulturella indikatorer, dels påpekar han att massmediernas uppbyggnad influerar hur sympatier sprids till allmänheten. Båda presidenterna menas ha varit framgångsrika i sina imageåterbygganden, vilket visar på att händelsernas kulturella sammanhang avgör vilka krisstrategier som är effektiva.

García (2011: 294) påstår att inom Hofstedes och Hofstedes (2005) modell för tvärkulturella jämförelser av organisationer, har variablerna maktdistans och osäkerhetsundvikande störst inverkan på organisationers interna kulturer. Hofstede, Hofstede och Minkov (2011: 84) definierar maktdistans som ”den utsträckning i vilken de mindre inflytelserika medlemmarna av organisationer och institutioner i ett land förväntar sig och accepterar att makten är ojämnt fördelad”. Maktdistans reflekterar alltså nationella värderingar av och förväntningar på jämlikhet: ett land med lågt maktdistansvärde sätter ett högt värde på jämställdhet. Vidare definieras osäkerhetsundvikande som ”den utsträckning som människor i en kultur känner sig hotade av tvetydiga eller okända situationer” (a.a. 239). Länder med en låg grad av osäkerhetsundvikande menas vara mer accepterande av tvetydigheter i samhället, vilket bland annat kan innebära en högre acceptans av otydlig och svävande kommunikation. García (2011: 295) menar att USA:s lägre ranking inom de två nämnda variablerna kan förklara varför den amerikanska presidenten antog en mer ursäktande och ansvarsaccepterande krisstrategi än hans italienska motpart. Ta på sig skulden och tillrättaläggande, vilka var Clintons huvudsakliga strategier, kan nämligen ”be understood as more low power distance strategies since they are based on general assumptions such as the accountability of organizational power (...) and the right of subordinates to challenge authority” (a.a. 295). Strategierna menas dessutom vara mer vanliga i länder med lågt osäkerhetsundvikande, då dessa har en högre tolerans för maktvakuum. García föreslår alltså att ett ursäktande imageförsvar är mer troligt att förekomma

i länder med en låg grad av maktdistans och osäkerhetsundvikande. Värt att notera är att Sverige, enligt Hofstedes m.fl. (2011: 82 och 238) relativa beräkningar, har ett mycket lågt värde på dessa variabler.

Utöver analysen av Hofstedes och Hofstedes indikatorer, refererar García också till Hallins och Mancinis (2004) kartläggning av västerländska, nationella mediasystem. Enligt Hallin och Mancini (a.a. 69) existerar tre idealtyper inom västerländsk media, vilka kan kategoriseras efter deras geografiska och ideologiska likheter: 'Polarized Pluralist Model' i Medelhavsländerna, 'Democratic Corporatist Model' i norra Europa samt 'Liberal Model' i Nordamerika. Hallin och Mancini har i deras kartläggning slagit fast att de olika modellerna skiljer sig från varandra bland annat i fråga om graden av professionalism inom journalistiken, statligt inflytande över media och politisk historia i landet. Sverige klassas enligt denna indelning till "Democratic Corporatist Model", vilken exempelvis kännetecknas av höga nivåer av institutionaliserad självreglering (a.a. 67). Enligt García kan alltså dylika mediasystematiska skillnader förklara varför den amerikanska och den italienska presidenten använde olika imageåterbyggande strategier. Framför allt betonar García (2011: 295) att den liberala mediemodellen i USA speglar ett mediasystem uppbyggd kring privata och politiskt obundna mediehus, medan de italienska mediekällorna är polariserade och har en tydlig politisk tillhörighet. I den föregående modellen får massmedia alltså en mer övervakande roll, medan den senare modellen innebär att makthavare redan i förväg kan förvänta sig att olika mediekällor kommer att tolka händelserna mer eller mindre välvilligt. García utökar därmed massmediernas roll i organisatorisk krishantering, då han menar att valet av krisstrategier måste anpassas inte bara efter mediernas framställning av händelseförloppet, utan även efter mediernas interna uppbyggnad.

Garcías slutsats om att kulturella faktorer kan påverka valet av och effektiviteten hos imagereparerande krisstrategier förstärks av Xifras (2012) tvärkulturella studie. Xifra jämförde Bill Clintons och den franska toppolitikern Dominique Strauss-Kahns imageförsvar efter sexuella skandaler, och fann att Strauss-Kahn på ett nära ordagrant sätt upprepade Clintons försvarstal. Försvarstalet var dock ursprungligen uppfört för en amerikansk publik, och då den var dåligt anpassad till den franska mottagarskaran fick det i Strauss-Kahns version en mycket begränsad effekt. En enkätundersökning som genomfördes efter Strauss-Kahns första försök till imageåterbyggande visade att en tydlig majoritet, 84 % av de franska respondenterna, hade en oförändrad eller försämrad bild av Strauss-Kahn efter dennes intervju (a.a. 482). Clintons

ursprungliga tal ska istället ha gett ett mycket positivt utfall. Xifras resultatdiskussion kretsar framför allt kring vilka skillnader som finns i de båda fallens legala status, och han ger därför inga konkreta förslag på vilka kulturella variabler som påverkar valet och mottagandet av kriskommunikativa strategier. Han påpekar dock att sociokulturella skillnader sannolikt bidrog till de mycket olika utfallen, och att det finns ett behov av att utveckla den kontextuella sensitiviteten inom den imagereparerande forskningen (a.a. 483). Trots forskarens försiktiga slutsats kan Xifras studie menas visa att det nationella rättsväsendets inställning till och hantering av sexualbrott kan påverka valet och effektiviteten av olika krisstrategier.

Trots att forskare som García och Xifra uppmärksammat bristen på variation i fallstudier av Image Repair Discourse är litteraturen fortsatt starkt centrerad till Nordamerika. Det finns endast ett fåtal studier förankrade i Sverige, och av dessa verkar inga beröra imagereparation efter sexualbrottsanklagelser. Falkheimer och Heide (2015) använde Benoits imagereparerande teori för att belysa hur Findus Nordic hanterat skandalen med felidentifierat kött i deras frysta matvaror. Då denna händelse markerar en helt annan typ av krissituation än den Aftonbladet upplevde, och då Falkheimer och Heide (a.a. 143) dessutom menar att Finduskrisen egentligen inte var koncentrerad till Sverige, har deras studie dock begränsad relevans för den här uppsatsen. Av större värde är Svenssons (2009) studie om hur tobaksföretaget Swedish Match återbyggde sin image efter ett rättegångsmål 1997. Företaget anklagades för att medvetet ha försummat människors hälsa, och fallet kan därmed menas ha ett moraliskt element som åtminstone påminner om Aftonbladets kris. Svensson (a.a. 561) baserade dock inte sin undersökning på Benoits ramverk, utan diskuterade Swedish Matches krisstrategier genom Grounded Theory. Studien visar att företaget utvecklade två parallella imageåterbyggande diskurser: en som beskrev tobaksindustrin som ett resultat av demokratisk kollektivism, och en som förklarade valet att konsumera tobak som en rättighet för individen. Svensson (a.a. 562) förklarade denna dualism som ett resultat av kollisionen mellan Sveriges traditionella socio-demokratiska kollektivism och den våg av neoliberalism som svepte in över Europa i slutet av 1990-talet. Han menar alltså att kriskommunikationsstrategier inte enbart reflekterar det aktuella händelseförloppet utan också den ideologiska miljö som händelserna sker i. Trots att den här uppsatsen behandlar ett annat ämnesområde än Svensson, och dessutom berör händelser som utspelades tjugo år efter Swedish Matches rättegång, kommer den dualistiska svenska ideologin som Svensson beskriver ändå att inkluderas som en möjlig politisk och sociokulturell påverkansvariabel.

4. Metod och material

Följande kapitel beskriver undersökningens praktiska genomförande och metodologiska avvägningar. Kapitlet är indelat i fyra avsnitt. Det första avsnittet presenterar studiens övergripande upplägg, medan avsnitt 4.2. lägger fram inramningsteorin som undersökningens analytiska verktyg. I det tredje avsnittet behandlas valet och insamlingen av material. Slutligen diskuteras och problematiseras de metodologiska avvägningarna och uppsatsens begränsningar i avsnitt 4.4.

4.1. Forskningsdesign – beskrivande fallstudie

Bryman (2012: 46) definierar forskningsdesign som “a framework for the collection and analysis of data”, och menar att detta ramverk har avgörande betydelse bland annat för studiens datainsamling, analysupplägg och generaliseringsmöjligheter. Studien i denna uppsats följer forskningsdesignen av en beskrivande fallstudie. Teorell och Svensson (2016: 80) förklarar fallstudier som ”intensiva” studier, där ett fåtal analysenheter och variabler undersöks i förhållande till en viss fråga. Undersökningupplägget möjliggör för en närgående analys av ett specifikt fenomen i en specifik kontext, och passar därmed bra för att besvara de angivna forskningsfrågorna. Nackdelen med det intensiva studieupplägget är dock att det försvårar för empirisk generalisering. De resultat som studien alstrar kan därmed inte menas vara allmängiltiga för andra fall i populationen, om inte speciella omständigheter råder i samband med valet av fallstudieobjekt. Enligt Esaiasson, Gilljam, Oscarsson, Towns och Wängnerud (2017: 161) väljs fallstudieobjekt ut mot bakgrunden av att de är antingen kritiska eller typiska i förhållande till en given teori. Kritiska fall kallas de objekt som används för att testa en teoris giltighet, medan typiska fall istället följer logiken att ”så länge vi undersöker ett fall som inte skiljer sig systematiskt från andra fall i populationen har vi grund att tro att resultaten är generaliserbara” (a.a. 165). Då Image Repair Discourse redan har starkt empiriskt stöd, och då Virtanenkrisen ses som ett av Sveriges “first and most spectacular #MeToo cases” (Hartley & Askanius, 2020: 12), kan Aftonbladetfallet dock knappast menas tillhöra någon av dessa kategorier. Teorell och Svensson (2016: 151) påpekar dock att valet av fallstudieobjekt även kan motiveras av att objektet är av speciell vikt i relation till en given teori eller fråga. Virtanenkrisen kan menas vara ett dylikt ‘tungt’ fall, då det är av stor vikt i förhållande till den svenska #MeToo-kampanjen och svensk kriskommunikation. Fallstudiedesignen tillåter

således en närgående analys av den specifika teorin i det specifika sammanhanget, och det 'tunga' studieobjektet ger insikter från ett tongivande exempel.

Utöver att undersökningen uppförs som en fallstudie har den också en beskrivande karaktär. Esaiasson m.fl. (2017: 37) menar att empiriska studier kan vara antingen deskriptiva eller förklarande. Beskrivande studier syftar till att generera detaljerade och djupgående skildringar av ett givet fenomen, mot bakgrund av ett givet teoretiskt perspektiv, medan förklarande studier söker att belägga påverkansmekanismer och orsakssamband. Esaiasson m.fl. (a.a. 37) framhåller att kvalitén på beskrivande studier avgörs dels av observationernas förankringar till det teoretiska perspektivet, dels av forskarens förmåga att uppvisa transparens och tolkningsutrymme i de slutsatser som dras. En väl förankrad och tydligt resonerande beskrivning har ett högt vetenskapligt värde i sig själv, men är också grundläggande för vidare forskning om kausalitet (Teorell & Svensson, 2016: 23). Den här uppsatsen har alltså för avsikt att på ett ingående sätt beskriva och analysera *hur* Aftonbladets kriskommunikation genomförts i relation till Image Repair Discourse och mot bakgrund av det svenska sociokulturella sammanhanget, men den gör inga systematiska ansatser till att belägga orsaksmekanismer. Även om influenserna bakom Aftonbladets krisstrategival diskuteras, ligger de strikt kausala beräkningarna utanför denna studies omfång.

4.2. Metod – inramningsanalys

Den följande studien kommer att undersöka Aftonbladets imageåterbyggande genom en inramningsanalys. Metoden inramningsanalys tar sitt avstamp i den socialkonstruktivistiska läran, vilket innebär att den grundar sig på ett antagande om att människors sociala verklighet inte existerar som en objektiv enhet, utan som ett återkopplingssystem mellan olika individer och grupper (Scheufele, 1999: 105; Agius, 2019: 75). Mänskliga interaktioner, framför allt språkbaserade, menas vara det som skapar, förstärker och utmanar den sociala och fysiska verkligheten. Chong och Druckman (2007: 104) beskriver "inramningseffekter" som ett skeende genom vilket små förändringar i presentationen av ett ämne genererar stora förändringar i allmänhetens uppfattning och inställning till frågan. Den grundläggande premisen bakom inramningsteorin är alltså att aktörer kan använda kommunikativa medel för att påverka hur ett fenomen uppfattas och hanteras av samhället. Syftet med inramningsanalysen som metod är följaktligen att undersöka och kartlägga hur en given aktör har ramat in

ett visst fenomen för att framkalla en viss respons. Då Image Repair Discourse på liknande sätt vill förklara hur kommunikativa medel används för att frammana en positiv image av den aktuella aktören, framstår de två teorierna som mycket kompatibla.

Inramningsanalysens ontologiska och epistemologiska stomme är värd att nämna, men har begränsad praktisk användbarhet. Resterande del av detta avsnitt kommer därför att fokusera på metodens mer pragmatiska mekanismer. Gamson (1992: 3) definierar en "frame" eller inramning som en implicit, organiserande enhet. Enligt Chong och Druckman (2007: 106) existerar dessa enheter både kognitivt ("frames in thought") och verbalt ("frames in communication"). Inramningsanalysen fokuserar främst på de sistnämnda, då kommunikativa inramningar är både mer lättstuderade och anses ha större effekt på omvärlden. Entman (1993: 52) menar att en kommunikativ inramning består av två jämbördiga processer: selektion och framställning. Selektion syftar till kommunikatörens val att belysa respektive mörka specifika aspekter av ett aktuellt fenomen. Entman (a.a. 54) kommenterar att "most frames are defined by what they omit as well as include, and the omissions of potential problem definitions, explanations, evaluations, and recommendations may be as critical as the inclusions in guiding the audience". En central, men svårkodad, aspekt av inramningsanalysen är alltså att klargöra vilka betraktelsesätt som *inte* ges utrymme i en specifik inramning. Den andra processen, framställning, handlar istället om kommunikatörens presentation av information på ett visst sätt för att göra den mer noterbar, meningsfull eller minnesvärd för mottagarna (a.a. 53). I praktiken handlar inramningsteorin alltså både om *vad* kommunikatörer väljer att föra fram till sina mottagare, och *hur* de för fram det.

Inramningsteorins antagande om att människor avsiktligt manipulerar språket medför en stark aktörsmedvetenhet till analysredskapet. Enligt Entman (a.a. 52) existerar inramningar på fyra olika platser inom en språkprocess: hos sändaren, i texten, hos mottagaren och i det kulturella sammanhanget. De inramningar som existerar på de tre senare platserna kan, men behöver inte, överensstämma med de inramningar som sändaren avsåg. Entman (a.a. 53) menar tvärtom att framställning är "a product of the interaction of texts and receivers", det vill säga att den mening som utläses ur en text är avhängd på mottagaren snarare än på sändaren. Denna tankegång återfinns även i Benoits imagereparerande teori. Benoit (1997: 178) menar att det betydelsefulla inom imagereparation inte är huruvida en aktör är *de facto* ansvarig för en krissituation, utan om aktören *hålls för ansvarig* av relevanta mottagare. I både inramningsanalysen och Image Repair Discourse är alltså mottagarperspektivet centralt. Det här förklarar

också varför inramningar och kriskommunikationsstrategier kan komma att ändras över tid: sändaren kan upptäcka en diskrepans mellan deras avsedda information och mottagarnas tolkning, och därför revidera kommunikationen. Entman (1993: 53) poängterar även att både sändaren och mottagaren påverkas av det kulturella kontext som de befinner sig i. Han definierar här kultur som "the stock of commonly invoked frames" som en viss grupp av människor delar (a.a. 53). En inramning fungerar alltså som en funktion av sändarens avsikter, mottagarens tolkning och det kulturella kontext som dessa aktörer kanske eller kanske har gemensamt. Inramningsanalysen tillför därmed den integrerade kulturella medvetenhet som Image Repair Discourse saknar. Det starka mottagarperspektivet inom båda teorierna gör också att ramverken med lätthet kan kombineras.

4.2.1. Analysschema

Diskussionen ovan visar att inramningsanalysen erbjuder en givande infallsvinkel för att undersöka hur Aftonbladet återbyggt sin image efter Virtanenkrisen. För att göra analysprocessen transparent och strukturerad behövs dock en mer preciserad redogörelse av analysredskapet. Analysen kommer därför att genomföras i enlighet med det analysschema som presenteras nedan. Analysfrågorna är utformade för att återge strategierna i Image Repair Discourse, samt för att reflektera inramningsanalysens målsättning om att klargöra "hur problemets natur, orsak och lösningar inramas" (Esaiasson m.fl., 2017: 218). I syfte att göra kopplingen mellan teorierna mer synlig presenteras frågorna med explicita förklaringar och referenser till det teoretiska underlaget. Motiveringarna stärker också studiens validitet genom att bekräfta sambandet mellan teori och operationell indikator, och frågeschemat i sig höjer undersökningens reliabilitet genom att göra tolkningsprocessen mer transparent. Viktigt att poängtera är dock att analysschemat är framtaget specifikt för denna studie. Det har alltså inte beprövats på empiriskt material tidigare, bortsett från under den pilotstudie som genomfördes vid undersökningens början. Denna studie fungerar därmed också som en utvärdering av frågeschemat, för att avgöra om det kan vara lämpligt att använda i andra sammanhang.

Tabell 1: Analysschema och motiveringar.

Analysfråga	Motivering
<p>1. Vem eller vilka ramas in som ansvarig(a) för krisen?</p> <p>1A. Finns det några yttre omständigheter som påverkar ansvarsfördelningen? (T.ex. bristande kunskap eller provokation från andra?)</p> <p>1B. Ber Aftonbladet om ursäkt för krisen?</p>	<p>Enligt Benoit (1997: 178) är ansvarstilldelning en av två huvudkomponenter i en krissituation. De imagereparerande strategierna är menade att adressera en eller båda av dessa huvudkomponenter. Hur Aftonbladet väljer att rama in fördelningen av ansvar visar alltså vilken kriskommunikationsstrategi som de har valt. De kan acceptera antingen hela ansvaret själva (<i>Ta på sig skulden</i>), delar av ansvaret (<i>Bortförklaring</i> eller <i>Separering</i>) eller helt förlägga ansvaret på en tredje part (<i>Förnekelse</i>) (a.a. 179). Om organisationen tar på sig skulden själv är det vanligt att de följer upp detta med någon form av ursäkt för deras beteende (<i>Ursäkt</i>) (a.a. 181).</p>
<p>2. Hur ramas Aftonbladet in i förhållande till krissituationen?</p> <p>2A. Vilka av Aftonbladets egenskaper, mål och projekt lyfts fram?</p> <p>2B. Vilken kunskap och kompetens att hantera fallet menas Aftonbladet ha haft?</p>	<p>Den andra komponenten av en krissituation är anstötlighet (Benoit, 1997: 178). Aftonbladet kan adressera både denna och ansvarskomponenten genom att belysa eller förmörka vissa av organisationens egenskaper. Till exempel kan de höja sina <i>Goda avsikter</i>, <i>Högre syften</i> eller tidigare förtjänster (<i>Bolstering</i>) för att försöka väga upp den nuvarande negativa situationen (a.a. 180). Alternativt kan de påkalla organisationens <i>Okunskap</i> eller bristande kompetens/förmåga att inverka i händelseförloppet (<i>Olyckshändelse</i>).</p>
<p>3. Föreslås några konkreta åtgärder för att gottgöra situationen?</p> <p>3A. Är åtgärderna interna eller externa?</p> <p>3B. Är åtgärderna menade att återställa situationen till hur den var innan krisen, eller förhindra krisen från att upprepas?</p>	<p>Även om merparten av all kriskommunikation sker reaktivt, kan en organisation också välja att vara framåttänkande i sin krisrespons (Len-Ríos, 2010: 271). Organisationen kan föreslå specifika åtgärder, strukturella eller ekonomiska, för att få den aktuella situationen att framstå som mindre anstötlig. Åtgärder som främst riktas intern räknas som <i>Tillrättaläggande</i>, men organisationer kan också välja att gottgöra sina externa mottagare genom <i>Kompensation</i> (Benoit, 1997: 181). Tillrättaläggande åtgärder kan antingen vara riktade mot att <i>Återställa situationen</i> till ett positivt ursprungsläge eller <i>Förhindra situationen från att upprepas igen</i>.</p>
<p>4. Hur ramas Fredrik Virtanen och Cissi Wallin in?</p> <p>4A. Vilka av deras egenskaper eller uttalanden lyfts fram?</p>	<p>Fredrik Virtanen och Cissi Wallin är aktörer som onekligen befinner sig i krishändelsens centrum. Hur de ramas in, speciellt i förhållande till Aftonbladet, påverkar både ansvarsfördelning och hur anstötlig händelsen upplevs. Brinson och Benoit (1999) och Len-Ríos (2010) visar att organisationer kan distansera sig helt (<i>Separering</i>) eller delvis (<i>Uttrycka besvikelse</i>)</p>

<p>4B. Hur ramas förhållandet in mellan dem och Aftonbladet?</p> <p>4C. Hur benämns aktörerna?</p>	<p><i>över organisationsmedlemmarna</i>) från den aktör som varit direkt inblandad i händelserna. Organisationer kan också välja att framställa den eller de som gett organisationen kritik i en dålig dager för att försöka ogiltigförklara kritiken (<i>Attackera anklagaren</i>) (Benoit, 1997: 180).</p> <p>Vilken benämning som aktörerna ges är relevant då frågan om namnpublicering tar upp stort utrymme i analysmaterialet.</p>
<p>5. Hur ramas liknande händelser och organisationer in?</p> <p>5A. Vilka jämförelser görs mellan dessa och Aftonbladet/Aftonbladets nuvarande situation?</p>	<p>Aftonbladet kan också försöka att förminska krisens anstötthet genom att jämföra den nuvarande situationen med andra, liknande händelser. Jämförelserna kan genomföras antingen med avsikt att framställa Aftonbladet som mindre dålig än andra organisationer (<i>Minimering</i>), eller med avsikt att helt flytta fokus från Aftonbladet (<i>Differentiering</i>) (Benoit, 1997: 180).</p>

4.3. Material, urval och urvalsprocess

4.3.1. Material

Eftersom studien syftar till att undersöka hur Aftonbladet återbyggt sin image efter Virtanen-skandalen utgår undersökningen från det kriskommunikationsmaterial som Aftonbladet själv publicerat. Strategisk kriskommunikation härrör vanligen från organisationers ledningsgrupp, även om organisationens image i praktiken byggs upp av *alla* som associeras med företaget (Vigsø, 2016: 106). Imageåterbyggande budskap förmedlas också vanligtvis genom organisationens existerande kommunikativa kanaler, såsom deras webbsida och sociala medier, och eventuellt även genom intervjuer eller insändare till traditionella massmedier (a.a. 102). En organisations kriskommunikation borde alltså kunna definieras som det material som berör krisen och som ledningsgruppen publicerar i sina egna eller utomstående kanaler. I detta fall kompliceras dock materialurvalet av att Aftonbladet inte bara är ett företag, utan även en nyhetsbyrå och en mediekälla i sig själv. Gränsdragningen mellan Aftonbladets kriskommunikation och andra former av medieinlägg om fallet, till exempel nyhetsuppdateringar eller debattinlägg, är därmed långt ifrån självklar. Aftonbladet själva verkar inte ha någon explicit kategorisering av sitt kriskommunikationsmaterial: de använder ingen specifik rubricering för att särskilja mellan sitt nyhetsmaterial och sin kriskommunikation. Från ett

holistiskt perspektiv kan man därmed argumentera för att allt material som Aftonbladet väljer att publicera inte bara bidrar till mottagarnas image utan också i något led är godkänt av organisationen som en del av deras verksamhetsberättelse, och är alltså en del av deras imageåterbyggande ansträngningar. Ett sådant betraktelsesätt resulterar dock i ett materialurval som långt övergår det intensiva studieupplägget. Det slutgiltiga materialurvalet skedde därför genom ett så kallat kriteriumurval, i enlighet med de principer och den process som beskrivs nedan.

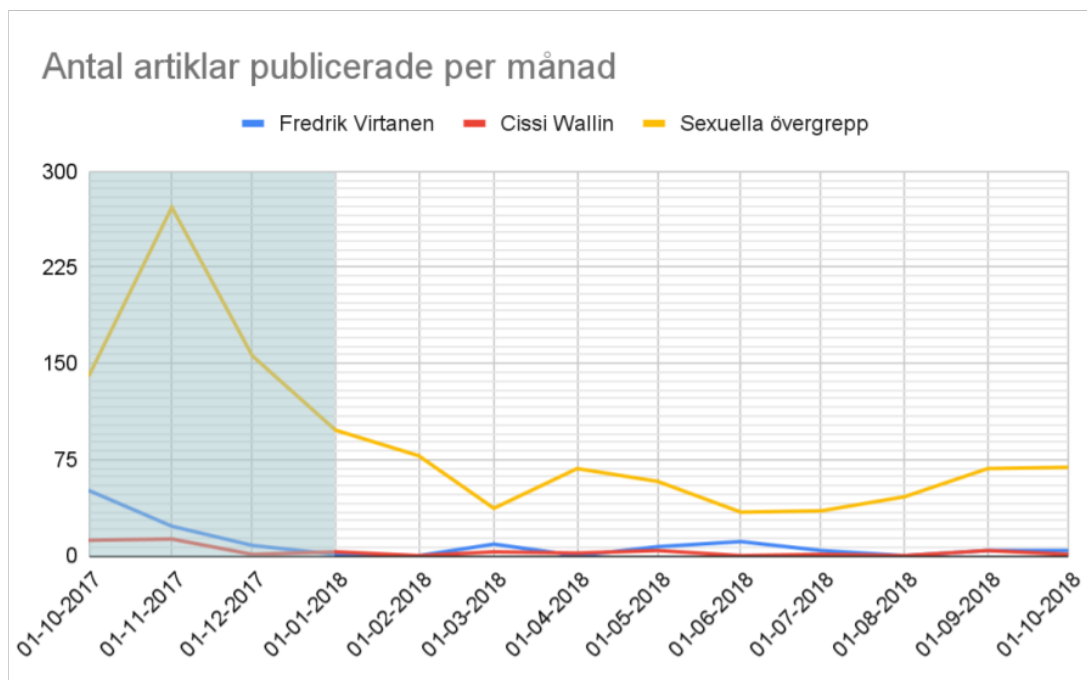
4.3.2. Urval och urvalskriterier

Kriteriumurval är en strategisk urvalsmetod, vilket innebär att materialet inte väljs ut på grund av dess representativitet för en viss befolkning, utan baserat på dess relevans för det aktuella ämnet och forskningsfrågan (Teorell & Svensson, 2016: 84). Bryman (2012: 419) definierar kriteriumurval som en urvalsmetod i vilken "all units (cases or individuals) that meet a particular criterion" väljs ut som analysmaterial. I denna studie applicerades fyra urvalskriterier på Retriever Researchs databas Mediearkivet, vilket resulterade i ett materialurval om fem artiklar. Dessa urvalskriterier presenteras nedan. En vidare diskussion om materialurvalets för- och nackdelar följer i avsnittet Begränsningar.

Det första och kanske mest grundläggande urvalskriteriet var att materialet måste vara publicerat av Aftonbladet. Som tidigare diskuterats sker kriskommunikation vanligtvis reaktivt, och tenderar att modifieras efter allmänhetens och massmedias gensvar (Fortunato, 2008: 118). Det hade därav varit givande att inkludera material från andra mediekällor, för att undersöka om Aftonbladets imagereparation speglar den mer allmänna diskussionen om krishändelserna. Uppsatsens syfte är dock att analysera *hur*, snarare än *varför*, Aftonbladet använder strategierna i Image Repair Discourse. Utomstående aktörers inramning av krishändelserna är därav, kanske inte irrelevant, men inte essentiell för analysen. Då det var nödvändigt att begränsa materialinsamlingen exkluderades alltså alla artiklar som inte var publicerade av Aftonbladet. För att förhindra dubletter i urvalsgruppen inkluderades enbart de artiklar som markerats som utgivna på Aftonbladets webb. Valet mellan printade och webblanserade artiklar var arbiträrt, men motiverades av att webbartiklarna inkluderade länkar till originalpublikationen, varmed eventuella felskrivningar i Mediearkivets versioner kunde korrigeras.

Det andra urvalskriteriet var att materialet måste relatera till det specifika fallet. Då gränsdragningen mellan mediehusets kriskommunikation och till exempel debattinlägg var diffus gjordes bedömningen att materialet behövde ha ett tydligt och gärna explicit fokus på anklagelserna mot Virtanen och Aftonbladet. Materialet söktes därför upp genom söktermerna "Fredrik Virtanen", "Cissi Wallin" och "sexuella övergrepp". Den sistnämnda söktermen adderades för att säkerställa att inlägg som diskuterade fallet men som inte nämnde de berörda aktörerna vid namn inkluderades. Sammanlagt resulterade det i 807 artiklar, publicerade under den tidsperiod som anges nedan. En fjärde sökterm, "metoo", övervägdes också, men då denna genererade alltför många träffar (1350 artiklar) inkluderades den inte. Artiklarna skumlästes för att bekräfta att de diskuterade, snarare än enbart refererade till, Virtanenskandalen. Då Virtanens slutliga offentliggörande var ett vedertaget faktum, skumlästes enbart de artiklar som matchade söktermen "sexuella övergrepp" fram tills dess att Virtanens namn publicerats (68 artiklar).

Det tredje urvalskriteriet var att artiklarna måste vara publicerade i nära anslutning till krisens inträffande. Enligt Coombs (1999: 126) bör en organisation snabbt bemöta en krisartad situation för att undvika destruktiv ryktesspridning. Då #MeToo-kampanjen och Wallins offentliggörande av den anklagades namn skedde i mitten av oktober 2017, sattes startdatum för materialsökningen till 01-10-2017. En inledande sökning gjordes för att se antal artiklar som publicerats av Aftonbladet med de angivna söktermerna upp till ett år efter startdatumet, alltså fram tills 01-10-2018. Resultatet av detta visas i graf 1 nedan. Då antalet artiklar som publicerats om händelsen minskade drastiskt efter årsskiftet sattes detta som faktiskt slutgräns för datainsamlingen. Den tidsram som användes som urvalskriterium var alltså 01-10-2017 till 31-12-2017. Tidsramen är markerad i graf 1 som det skuggade fältet. Valet att avgränsa materialinsamlingen till dessa exakta datum var egentligen arbiträrt, men motiverades av tendensen hos organisationer att snabbt reagera på krissituationer och av behovet att skapa transparens och systematik i undersökningen.



Graf 1: Artiklar publicerade på Aftonbladets webb mellan 10-10-2017 och 01-10-2018, med söktermerna "Fredrik Virtanen", "Cissi Wallin", "sexuella övergrepp". Det skuggade området representerar den slutgiltiga tidsramen för materialinsamlingen, 01-10-2017 till 31-12-2017.

Det fjärde och sista urvalskriteriet var att artiklarna måste vara publicerade av Aftonbladets ledningsgrupp. Som tidigare nämnts behövdes en särskiljning mellan Aftonbladets allmänna rapportering om händelserna och organisationens mer strategiska image-återbyggande. Särskiljningen operationaliserades genom en manuell granskning av artiklarnas författarsignaturer. Tre inlägg hittades som publicerats under signaturen "Aftonbladet" snarare än någon identifierad individuell författare, vilket togs som ett tecken på ett mer allmängiltigt inlägg från organisationens ledning. Utöver dessa inkluderas två artiklar i urvalet som publicerats med givna identiteter, nämligen av skribenterna Sofia Olsson Olsén och Karin Petterson. Olsson Olsén och Petterson hade vid utgivningstillfället ledande roller inom Aftonbladets organisation och identifierar sig som dessa i de valda inläggen. Trots att de markerats ut som individer kan de alltså antas föra talan som organisationens ledning, och inläggen klassas därför som kriskommunikation.

Sammanlagt resulterade de fyra urvalskriterierna i ett materialurval om fem artiklar. Fullständiga referenser och länkar till artiklarna återfinns i uppsatsens bilaga.

4.4. Begränsningar

Metodkapitlet har hittills sökt att förklara varför den valda forskningsdesignen, metoden och materialet lämpar sig väl för att besvara forskningsfrågorna och uppnå studiens syfte. Inga forskningsupplägg är dock felfria, och även de val som motiverats ovan medför begränsningar i studiens räckvidd, förklaringskraft och generaliserbarhet. Begränsningarna kommer att diskuteras och, i den mån det är möjligt, rättfärdigas i detta avsnitt.

Till att börja med kommer undersökningen att genomföras med ett kvalitativt upplägg, vilket framför allt begränsar studiens förklaringskraft och generaliserbarhet. Kvalitativa undersökningar kännetecknas traditionellt av en begränsad mängd undersökningsmaterial, ett strategiskt snarare än slumpmässigt urval och ett vetenskapligt fokus på kontextuell närhet och förståelse (Teorell & Svensson, 2016: 10). Alla dessa kännetecken återfinns i det studieupplägg som presenterats. Kvalitativa studier resulterar vanligtvis i 'rik data', det vill säga data som erbjuder många olika tolkningsmöjligheter (Bryman, 2012: 408). En analys av denna typ av data ställer krav på att forskaren visar både självmedvetenhet angående sina egna tolkningar och väsentlig kunskap om det givna fenomenets sammanhang. På grund av detta är kvalitativa studier nästintill ohjälpligt förankrade i det aktuella fenomenets specifika kontext, och kan därmed knappast användas för att förklara andra fenomen i andra sammanhang. Kvantitativa studier, däremot, karaktäriseras av en större mängd undersökningsobjekt, slumpmässiga urval och standardiserade variabelmätningar (Teorell & Svensson, 2016: 10). Dessa undersökningar har för avsikt att hitta och bekräfta mönster och kausala samband hos större populationer. De kvantitativa studierna är således betydligt bättre lämpade för att både befästa orsakssamband och generalisera resultaten till vidare populationer. Den här uppsatsens grundläggande, kvalitativa upplägg medför därmed begränsningar i fråga om förklaringskraft och empirisk generaliserbarhet.

Trots de ovan nämnda begränsningarna anses det kvalitativa upplägget ändå vara till denna studies fördel. Den kvalitativa designen erbjuder nämligen bättre möjligheter att utforska nya forskningsområden och kan bidra till teoretisk generalisering. Teorell och Svensson (a.a. 11) menar att kvalitativa studier är att föredra i teoribildande syften, då de innefattar ett mer induktivt närmande av analysmaterialet. Denna studie har visserligen inte för avsikt att generera ny teori, utan att pröva en välutvecklad teori på ett nytt empiriskt material. Då det empiriska materialet innefattar ett sociokulturellt sammanhang som endast i begränsad utsträckning har analyserats från det valda teoretiska perspektivet, anses dock den induktiva

analysen vara mer givande än den deduktiva. Esaiasson m.fl. (2017: 28) betonar att ambitionen att generalisera är grundläggande för all forskning, för att säkerställa att produktionen av kunskap sker kumulativt. Generaliseringen behöver dock inte ske från ett studieobjekt till ett annat, utan kan också vara av analytisk karaktär – så kallad teoretisk generalisering (a.a. 159). Kvalitativa studier erbjuder ofta möjlighet till denna typ av generalisering, då de tenderar att generera nya eller utvidga existerande teoretiska begrepp och analytiska infallsvinklar. Den teoriutvecklade möjligheten hos kvalitativa studier är alltså till stor fördel för det givna fallet, då det till stor del saknas tidigare forskning om fallets specifika sammanhang.

En kanske mer betungande begränsning med det valda studieupplägget är kopplad till bristen på jämförelsepunkter. Då studien är upplagd som en enskild fallstudie, det vill säga en studie som bara berör en enda händelse inom ett och samma kontext (Esaiasson m.fl., 2017: 109), är det svårt att styrka att Aftonbladets imagereparation är avsiktlig eller anmärkningsvärd. Det här medför inga begränsningar för studiens huvudsakliga syfte, att analysera hur Aftonbladet använde imagereparerande strategier, men det begränsar möjligheterna till en djupgående, sociokulturell analys. För att ordentligt kunna belysa och diskutera hur politiska och sociokulturella faktorer påverkat Aftonbladets kriskommunikation, skulle organisationens imageförsvar behöva jämföras med ett motsvarande fall från en annan kontext. Såväl Garcías (2011) som Xifras (2012) studie var upplagd enligt en dylik modell, det vill säga som jämförande fallstudier. Den jämförande fallstudiedesignen gör det lättare att observera utmärkande särdrag hos de givna analysenheterna (Esaiasson m.fl., 2017: 109). Politiska och sociokulturella faktorer är dock i regel mycket komplexa, så även om ett jämförande upplägg hade gjort det enklare att uppmärksamma specifika attribut hade det inte nödvändigtvis lett till en djupare förståelse för dessa. Den jämförande studiedesignen är således ett hjälpsamt analysredskap men inte en absolut nödvändighet. Uppsatsens kommer dessutom att kunna kontrastera det egna studieresultatet med de mönster och resultat som avtäckts i tidigare forskning. Bristen på jämförelsepunkter begränsar därmed inte uppsatsen definitivt, även om det till viss del försvårar analysen.

Utöver de begränsningar som den övergripande forskningsdesignen medför, begränsas studien också av materialurvalet. Analysmaterialet är av en mycket limiterad mängd, vilket gör det svårt att på ett heltäckande sätt klargöra hur organisationen hanterade Virtanen-fallet, till exempel i fråga om hur och när och om de bytte imageåterbyggande strategier. En större mängd artiklar i analysmaterialet, som gärna inkluderande andra typer av texter såsom

debattinlägg och nyhetsrapporteringar, hade möjliggjort en mer holistisk analys av Aftonbladets krisrespons. Ett sådant upplägg hade med fördel kombinerats med jämförande medie-rapporteringar från andra mediekällor, för att tydligare kartlägga hur Aftonbladet anpassat sin kriskommunikation efter diskussionerna i omgivningen. Ett mer generöst materialurval hade alltså kunnat bidra till en säkrare analys och en djupare förståelse för det fenomen som studeras. Det mer avskalade materialurvalet som denna studie trots allt baseras på förklaras av de tids- och rumsrestriktioner som finns på denna uppsats.

4.4.1. Validitet och reliabilitet

En diskussion om studiens begränsningar är inte komplett utan en analys av studiens validitet och reliabilitet. Golafshani (2003: 599) menar att validitet, framför allt i förhållande till kvantitativa studier, kan förklaras som ett mått på hur väl de operationella mätinstrumenten faktiskt mäter vad de är avsedda att mäta. I frågan om kvalitativa studier, som till en lägre grad förlitar sig på standardiserade mätinstrument, kan validitet istället tolkas som studiens övergripande tillförlitlighet. Graden av validitet i kvalitativa studier bör uppskattas och utvärderas i förhållande till det givna fallet och det givna studieupplägget (a.a. 603), vilket här innebär en utvärdering av det analysverktyg som presenterades tidigare i kapitlet. Analysredskapet är framtaget specifikt för denna studie, vilket ger en ökad möjlighet att anpassa verktyget för det aktuella sammanhanget och därmed säkerställa att de teoretiska slutsatser som dras verkligen baseras på det specifika fallet. Bristen på tidigare användning gör dock analys-schemat mindre tillförlitligt, då dess effektivitet och relevans till forskningsfrågorna ännu inte prövats på en större skala. För att motverka diskrepans mellan analysverktyget och det teoretiska underlaget har explicita förklaringar och motiveringar skrivits ut i analys-schemat, och analysfrågorna har dessutom prövats på det utvalda materialet i en mindre pilotstudie. Dessa ansträngningar höjer studiens övergripande tillförlitlighet och validitet.

Graden av validitet balanseras eller stabiliseras vanligen genom graden av reliabilitet. Reliabilitet handlar om replikerbarhet, alltså om förmågan att repetera en studie med ett likvärdigt utfall (Golafshani, 2003: 598). Enligt Stenbacka (2001) kan detta begrepp vara missvisande inom kvalitativa undersökningar, eftersom denna typ av forskning har ett inbyggt forskar- och kontextberoende. Då olika forskningskontext och samhällssammanhang aldrig helt överensstämmer med varandra kan heller aldrig två studier replikeras med exakt samma utfall. Stenbacka (a.a. 552) menar därför att reliabilitet inte borde användas för att utvärdera

kvalitativa studier, åtminstone inte i dess nuvarande form. Golafshani (2003: 603) visar mer pragmatiskt att reliabilitetsfrågor inom kvalitativ forskning ofta besvaras genom triangulering. Triangulering innebär en perspektivökning, till exempel genom att ett flertal analysmetoder används, att material analyseras från flera olika källor, eller att flera forskare analyserar samma material. De strukturella begränsningarna för den här uppsatsen, det vill säga begränsningar i tid och samarbetsmöjligheter, försvårar dock triangulering av det givna fallet. Materialet i denna studie kommer att analyseras och kodas manuellt av en och samma individ, vilket ovillkorligen leder till att forskarens egna förväntningar och erfarenheter kan komma att påverka studie-resultaten. Teorell och Svensson (2016: 100) hävdar dock att om två individer producerar olika tolkningar av en text behöver detta inte betyda att texten saknar en förenlig, tolkningsbar mening, utan ”det kan helt enkelt avspegla det triviala faktum att [forskarna] ställer olika frågor till texten”. Det analyschema som presenterades tidigare kan alltså menas förbättra även studiens reliabilitet, då det ger insyn i vilka frågor som ställts till texten och därmed klarlägger hur tolkningen gjorts. Studiens reliabilitet ökar alltså genom att forskaren har en transparent och reflekterande inställning till materialet, analysverktyget, och forskarens egen ställning i förhållande till dessa. En mer utförlig reflektion över forskarens position i relation till ämnet och till studien återfinns nedan.

4.4.2. Reflexivitet

Begreppet reflexivitet beskriver vikten av att samhällsvetenskapliga forskare reflekterar över hur deras metoder, värderingar, fördomar och beslut påverkar deras forskning och produktionen av kunskap (Bryman, 2012: 393). Att iaktta reflexivitet innebär alltså att explicit överväga hur forskarens kulturella, sociala och politiska bakgrund kan ha influerat deras specifika tolkning av analysmaterialet. Denna studie genomförs av en kvinnlig universitetsstudent med bakgrund i bland annat genusvetenskap. Uppsatsförfattarens feministiska värderingar kan komma att avspegla sig i tolkningen av materialet, men då studiens huvudsakliga syfte är att analysera Aftonbladets kriskommunikation, snarare än att utvärdera deras genusarbete, borde detta inte nämnvärt påverka studiens resultat. Uppsatsförfattaren är också en svensk medborgare, som har bott i Sverige i merparten av sitt liv, vilket kan vara både en för- och nackdel i den sociokulturella analysen. För att genomföra en sociokulturell analys krävs nämligen en djup förståelse för det kulturella sammanhang som studiematerialet befinner sig, men denna djupa förståelse kan också komma att kompromissa forskningens neutralitet (Bryman, 2012: 445). Då

denna studie enbart försöker att visa medvetenhet om Aftonbladets politiska och sociokulturella omständigheter, och inte avser att på djupet förklara dessa, torde dock uppsatsförfattarens svenska bakgrund vara mer till nytta än onåd. Uppsatsförfattaren har ingen tidigare koppling varken till organisationen Aftonbladet eller till någon av de individer som nämns i fallet, varmed en opartisk inställning till dessa borde kunna garanteras.

5. Resultat och analys

Detta kapitel söker att besvara de två forskningsfrågorna, med störst fokus tillägnad den primära forskningsfrågan. Kapitlet är uppbyggt enligt följande struktur: svaren från analysfrågorna presenteras ett i taget, och för en text i taget, i kronologisk ordning efter hur analysartiklarna publicerades. Svaren på analysfrågorna vägleder vidare resonemang om vilka strategier som används i de olika texterna. För tydlighets skull är de strategier som identifieras markerade med fetstil, medan belägg, det vill säga citat från textmaterialet, återges i kursiverat. Understrykningar i citaten markerar speciellt viktiga passager, och är markerade av uppsatsförfattaren. Kapitlet avslutas med en översiktlig sammanställning av vilka imagereparerande strategier som identifierats i analysen.

5.1. Text 1: Olsson Olsén, S. (2017, 18 oktober). Aftonbladet har nolltolerans mot sexuella trakasserier och övergrepp

Aftonbladets första kriskommunikativa text publicerades den 18 oktober 2017, alltså två dagar efter att Wallin offentliggjort Virtanens namn på sociala medier. Texten är publicerad som ett kolumnistlägg författat av Sofia Olsson Olsén, Aftonbladets dåvarande chefredaktör. Fullständig referens och länk till artikeln finns i uppsatsens bilaga.

5.1.1. Vem eller vilka ramar in som ansvarig(a) för krisen?

I text 1 ramar Aftonbladet in som ansvarig för krissituationens upplösning, men inte för dess uppkomst. Aftonbladet axlar ett pragmatiskt ansvar över situationen, då de visar att de är beredda att undersöka och klarlägga bakgrunden till krisen. Företaget tar dock inte på sig skulden för händelsen, utan hävdar att det råder för mycket **okunskap** i fallet för att kunna avgöra om något beklagansvärt ens har inträffat. De bemöter kritiken angående publiceringen av Virtanens namn, men betonar att deras **goda**, pressetiska **avsikter** väger upp någon eventuell orätt från tidningens sida. Slutligen framhåller företaget att ansvaret för att förhindra sexism inte ligger hos Aftonbladet utan hos samhället i stort.

Aftonbladet verkar i text 1 acceptera det pragmatiska ansvaret för krissituationen, då de bekänner att en uppseendeväckande händelse har inträffat i anslutning till organisationen, och att denna behöver undersökas närmare. *”Det är ett personalärende och ska hanteras som*

det”, menar textförfattaren, och erkänner därigenom både att krisens kärna återfinns hos Aftonbladet och att organisationen bär det huvudsakliga ansvaret för att bemöta denna. Textförfattaren är också mycket tydlig med att peka ut sin personliga roll i krishantering: ”Vad gäller Aftonbladet-medarbetaren så har jag gjort bedömningen”, ”jag [står] här som högsta ansvarig för ett av världens mest framgångsrika mediehus” och ”mitt arbetsgivaransvar för den enskilde medarbetaren”. Då textförfattaren är en del av Aftonbladets ledningsgrupp kan dessa yttranden menas spegla ett pragmatiskt ansvarstagande från ledningens sida. Aftonbladet ramas alltså in som skyldig att hantera ärendet, men inte som skyldig till händelsernas inträffande. De ber därav heller inte om ursäkt för krisen.

Aftonbladet accepterar ansvaret för krissituationens uppklarande, men betonar att stor osäkerhet råder i fallet och att organisationen därför inte kan allokeras någon skuld. Textförfattaren är medveten om att Virtanen hålls som skyldig, men vill inte ge bifall för detta: ”Till de kvinnor som fört fram anklagelser mot vår medarbetare vill jag säga: Tro inte att vi misstror er. Vi har hört vad ni sagt och vi kommer att göra vårt yttersta för att få fram sanningen.”. Aftonbladet avstår här från att göra något egentligt utlåtande om krissituationens legitimitet eller orsak, och intar istället en avvaktande inställning. Organisationen antyder inte att någon annan besitter mer kunskap om fallet, utan ramar in deras egen hantering av ärendet som den ultimata, sanningssökande processen. Formuleringen ‘göra vårt yttersta’ kan förstås som en reservation mot att denna process kanske inte blir fulländad. En mer tydlig reservation återfinns längre ned i texten: ”Vi måste så långt som det går försöka utreda vad som påstås ha hänt”. Aftonbladet finner det alltså möjligt att fallet förblir helt eller delvist ouppklarat, och att Virtanens skuld kanske aldrig kan bevisas. Således betonar Aftonbladet sin egen och allmänhetens okunskap för att undvika att utdela någon skuld för krisen.

Aftonbladet visar dock ingen tvekan över ansvar gällande organisationens medierade hantering av Virtanenfallet. Företaget medger öppet att deras sätt att hantera händelserna har kritiserats, men menar att denna kritik är ogrundad då organisationen följt kraven för en god pressetik: ”Vad gäller Aftonbladet-medarbetaren så har jag gjort bedömningen att grunderna för en namnpublicering inte är tillräckligt starka. Det skulle i det här fallet bryta mot de pressetiska reglerna, en bedömning som delas av mina utgivarkollegor i branschen och Pressombudsmannen.”. Textförfattaren poängterar tydligt att hon bär ansvaret för den kritiserade ståndpunkten, men försvarar sitt eget ställningstagande med referenser till pressetiska inrättningar och institutioner. Företaget visar således medvetenhet om att deras

beteende uppfattas som kontroversiellt, men hävdar att deras agerande motiveras av goda, pressetiska avsikter och att företaget därav inte bär någon skuld.

Sist men inte minst öppnar Aftonbladet för möjligheten att deras nuvarande förtroendekris orsakats av en större, samhällelig kris. En perspektivförskjutning genomförs i textens början och avslutning för att markera förekomsten av sexism utanför Aftonbladet. Då organisationen hävdar okunskap gällande sexism och trakasserier inom företaget, framstår denna externa sexism som skyldig till Virtanens eventuellt brottsliga beteende. Aftonbladet tar inte på sig något ansvar för denna samhällliga påverkan, utan menar att skulden ligger hos allmänheten: *”Inga former av trakasserier eller övergrepp får förekomma, på Aftonbladet, på andra arbetsplatser, i hemmen, på krogen inte någonstans i samhället. / Det är allas vårt ansvar.”*. Organisationen fransäger sig alltså merparten av skulden för sexismens existens, och framhäver att denna skuld måste tilldelas hela samhället. Aftonbladet ramar här in sig själv som enbart lika ansvarsbärande som resterande delar av samhället.

5.1.2. Hur ramas Aftonbladet in i förhållande till krissituationen?

Inramningen av Aftonbladet är i huvudsak baserad på två av organisationens kvaliteter: deras engagemang i jämställdhetsfrågor och deras respekt för pressetiska regler. Företagets betoning av sitt tidigare jämställdhetsarbete fungerar som strategin **bolstering**. Referenserna till pressetik kan istället, som tidigare diskuterats, klassas som strategin goda avsikter, men visar också på ett **högre syfte** hos organisationen. Textförfattaren menar dessutom att respekten för pressetik är ett särskiljande drag mellan traditionella och sociala medier, vilket tyder på **differentiering**. Aftonbladet framställs också ha varit ovetande om Virtanens beteende, men då strategin okunskap redan diskuterats kommer den inte att redogöras för ytterligare.

Aftonbladet ramar in den egna organisationen som en stark förkämpe för jämställdhet, troligen för att väga upp den negativa uppmärksamhet som nu riktas mot mediehuset. Företaget menas ha jämställdhet som en av sina grundläggande värderingar: *”Aftonbladet har nolltolerans mot sexuella trakasserier och övergrepp.”*. Utöver detta konkreta påstående exemplifieras också tidningens arbete mot sexism. Text 1 innehåller en personlig anekdot om textförfattarens egna upplevelser av sexuella övergrepp, och denna anekdot ska ha återberättats redan i *”vår stora satsning ’Inte ensam’ i juni förra året”*. Aftonbladet betonar här att de haft en ’stor satsning’ för att belysa sexuellt våld redan innan #MeToo-kampanjens början, vilket tyder på deras jämställdhetsarbete är genuint och inte en reaktion på den samtida

kampanjen. Textförfattarens egna erfarenheter av sexuellt våld framställs också som en bekräftelse på att hon, och i förlängningen företaget, prioriterar arbetet mot sexism: *”Så jag brinner – som kanske går att förstå – för de här frågorna.”*. Aftonbladets framtoning av sitt tidiga och tidigare arbete med jämställdhetsfrågor får den aktuella händelsen med Virtanen att framstå som en oturlig engångsföreteelse, snarare än ett organisationskulturellt mönster. Det här motsvarar strategin bolstering.

Den andra egenskapen som lyfts fram i inramningen är Aftonbladets professionalitet och yrkeskunnighet. Aftonbladet beskrivs självsäkert som *”ett av världens mest framgångsrika mediehus”*, och hålls i mycket god dager i jämförelse med sociala medier: *”Och här synliggörs den tydliga skillnaden mellan sociala medier utan ansvarig utgivare och ett etablerat mediehus med ansvarig utgivare. Som Aftonbladet är. Vi har det gemensamma pressetiska systemet med publicistiska regler att följa.”*. De yrkesspecifika, etiska åtagandena får här stå som en definierande skillnad mellan den givna organisationen och andra, sämre medieformer. Således använder sig företaget av strategin differentiering, då de framhäver att ett oansvarigt publicerande på sociala medier är värre än deras egna, mer försiktiga utlåtanden. Aftonbladet låter också pressetiken ursäkta deras brist på öppenhet och transparens: *”Det framförs nu krav på öppenhet i detaljerna, vilket är omöjligt eftersom det inte rimmar med Pressens etiska regler.”*. Här förs resonemanget att ’avsikterna rättfärdigar medlen’, och att företagets agerande trots allt är det moraliskt riktiga i frågan. Aftonbladets starka yrkes-etablissemang används därigenom också som ett högre syfte, då det menas rättfärdiga organisationens brist på rättframhet. Aftonbladet ramar alltså in den egna organisationen som professionell och principfast, i syfte att motverka allmänhetens uppfattning om att företaget har agerat felaktigt i frågan.

5.1.3. Föreslås några konkreta åtgärder för att gottgöra situationen?

I text 1 diskuteras tre åtgärder för att tillrättalägga krissituationen: Virtanens timeout från sin yrkesroll, en intern utredning om fallet, och en eventuell framtida separering mellan företaget och Virtanen. Åtgärderna är dock diffusa och preciseras inte i klartext. Aftonbladet kan därmed menas använda strategin **tillrättaläggande**, men det är oklart om tillrättaläggandets syfte är att återfå en tidigare normalsituation eller att förhindra upprepning av krisen. De föreslagna åtgärderna kan dock tolkas som tecken på företagets **besvikelse** över den anklagade organisationsmedlemmen.

I texten presenteras två åtgärder som Aftonbladet redan ska ha genomfört för att tillrättalägga situationen: Virtanens 'timeout' från arbetet och en intern utredning om honom. Båda åtgärderna beskrivs dock endast kortfattat och i vaga termer, utan någon konkret tidsram eller målsättning. Organisationen rättfärdiga denna otydlighet genom att markera att åtgärderna är just interna och alltså inte berör omgivningen: *"Det här är ett personalärende och för det har Aftonbladet anlitat en extern och oberoende utredare, expert på sexualbrott."* och *"Det är ett personalärende och ska hanteras som det. Medarbetaren har i samråd med företaget kommit fram till att ta en timeout tills vidare."* Begreppet 'personalärende' verkar här användas i betydelsen att situationen kommer att hanteras och utvärderas bakom lyckta dörrar. Aftonbladet går i detta tvärt emot Coombs (1999: 127) rekommendationer om öppenhet i kris-kommunikationen. Den knapphändiga beskrivningen av åtgärderna gör det dessutom svårt att avgöra om tillrättaläggandet är menat att återställa situationen till dess grundläge före krisen, eller om den är menad att förhindra att krisen upprepas. Något som däremot framkommer tydligt är att Aftonbladet i detta läge inte planerar, eller åtminstone inte presenterar, någon typ av kompensation för externa intressegrupper, då de åtgärder som nämns distinkt riktas inåt.

Utöver de påbörjade, opreciserade åtgärderna möjliggör Aftonbladet också för ett mer substantiellt tillrättaläggande i framtiden. Aftonbladets tidigare nämnda principförklaring innehåller nämligen ett avståndstagande till personer som inte instämmer med deras värderingar: *"Aftonbladet har nolltolerans mot sexuella trakasserier och övergrepp. / Den som inte skriver under på det kan inte jobba på Aftonbladet"*. Uttalandet visar nära släktskap med Brinsons och Benoits (1999: 507) första och andra premiss för en lyckad separeringsstrategi, nämligen att bevisa att krishändelsen gått emot organisationens officiella värdegrunder samt att avlägsna den skyldige organisationsmedlemmen från företaget. Då påståendet inte riktas explicit mot Virtanen, och då företaget vidhåller att stor osäkerhet råder i fallet, kan detta dock inte menas beteckna en fullständig separering mellan organisationen och individen. Precis som gällande de tidigare nämnda åtgärderna visar Aftonbladet en passiv och avvaktande inställning, vilket kan tolkas som strategin uttrycka besvikelse över organisationsmedlemmarna.

5.1.4. Hur ramas Fredrik Virtanen och Cissi Wallin in?

I text 1 diskuteras både Fredrik Virtanen och Cissi Wallin utan att namnges. Trots att Virtanen och Wallin jämföras i denna anonymisering, ramas Virtanen in på ett mer positivt och

förlåtande sätt, även om tillstymmelse till **besvikelse** riktas mot individen. Inramningen av Wallin har en mer kritiserande ton och kan ses som en **attack mot anklagaren**.

Inramningen av Virtanen är i huvudsak positiv, även om denna välvilja inte framställs som kompromisslös. Virtanen beskrivs genomgående i artikeln som en ”*medarbetare*”, ofta preciserad med det possessiva pronomenet ”*vår*” eller ”*Aftonbladets*”. Virtanen definieras alltså av hans tillhörighet med företaget, och rent språkligt syns inget avståndstagande mot individen. Två gånger i artikeln antar textförfattaren också en märkbart beskyddande ton gentemot kollegan: ”*Och det är en svår situation att hantera för oss alla, inte minst för vår anklagade medarbetare*” och ”*mitt arbetsgivaransvar för den enskilde medarbetaren*”. I båda dessa citat presenteras Virtanen som utsatt och i behov av särskilt stöd, och kanske även medkänsla. Virtanen ramas också in i ett positivt ljus då han beskrivs som en verksam aktör: ”*Medarbetaren har i samråd med företaget kommit fram till att ta en timeout tills vidare. / Det är ett klokt beslut.*”. Resolutionen att tillfälligt pausa Virtanens anställning skildras här inte bara som ett gemensamt beslut mellan organisationen och individen, utan också som ett aktningsvärt sådant. I texten ges Virtanen alltså utrymme att agera någorlunda självständigt, och blir inte reducerad till ett offer i situationen. Genom att markera Virtanens tillhörighet med den egna organisationen och att framställa honom som utsatt men inte hjälplös ges överlag ett positivt intryck av aktören. I text 1 används alltså inte strategin separering mot den anklagade individen. Aftonbladets principförklaring att ”*den som inte skriver under på*” företagets nolltolerans mot sexism inte kan vara anställd hos dem, ger dock tolkningsutrymme för att företaget känner besvikelse gentemot Virtanen. Ställningstagandet riktas i och för sig inte explicit mot Virtanen, men det är ändå underförstått att det är han som åsyftas. Aftonbladet ramar alltså huvudsakligen in Virtanen i ett gott ljus, men ger sig själv utrymme att ändra detta.

Inramningen av Wallin är inte lika positiv, och visar på ett starkare ställningstagande mot aktören. Wallin omnämns visserligen bara två gånger och då med det neutrala epitetet ”*en medieprofil*”/”*medieprofilen*”, men då texten förklarar att hon ”*namngav Aftonbladets medarbetare i samband med kampanjen #metoo*” blir hon även starkt associerad med sociala medier. Analysen har tidigare visat att Aftonbladet differentierar mellan sociala medier och väletablerade mediehus, i syfte att framställa den egna organisationen i en bättre dager. Användare av sociala medier ramas härigenom in som oansvariga och moraliskt undermåliga, och klart sämre än Aftonbladet själva. Wallin karaktäriseras således av hennes diskrepans med Aftonbladet, på ett sätt som ifrågasätter giltigheten i hennes kritik. Den negativa inramningen

av sociala medier och associationen mellan Wallin och sociala medier formar alltså tillsammans en attack mot anklagaren.

5.1.5. Hur ramas liknande händelser och organisationer in?

I denna text jämförs situationen på Aftonbladet dels med sexism och kvinnovåld som ett samhällsproblem, dels med den oreglerade och omoraliska namnpubliceringen på sociala medier. Den senare av dessa jämförelser har redan analyserats som ett tecken på differentiering, och kommer därför inte att diskuteras vidare i detta avsnitt. Jämförelsen mellan Aftonbladets kris och förekomsten av sexuellt våld i samhället bör dock undersökas närmare, då det fungerar som en **minimering** av Aftonbladets problem.

Text 1 inleds och avslutas med utsagor om det sexuella våldets utbredning i samhället. Textförfattaren inleder artikeln med personliga anekdoter för att visa att sexism förekommer på flera olika fysiska platser och i många olika sammanhang: *”mannen som försökte våldta mig på en färja”*, *”jag har förföljts genom mörka kvarter”*, och *”jag har tafsats på som ung och rädd reporter”*. Som tidigare diskuterats framkommer det i slutet av texten att ansvaret för att eliminera detta våld ligger på alla och envar: *”Inga former av trakasserier eller övergrepp får förekomma, på Aftonbladet, på andra arbetsplatser, i hemmen, på krogen inte någonstans i samhället. / Det är allas vårt ansvar.”*. Dessa yttranden fungerar, ordagrant, som en inramning av Aftonbladets kris som ett mindre exempel på en större, strukturell problematik. I direkt jämförelse med sexismens vida utbredning i samhället framstår Aftonbladets bristfälliga hantering av Virtanen som en relativt betydelsefattig incident. Aftonbladet använder alltså strategin minimering för att reducera krisens allvar och därigenom hotet mot deras image.

5.2. Text 2: Aftonbladet. (2017, 19 oktober). Lena Mellin: Vi har en restriktiv inställning till namnpubliceringar

Den andra kriskommunikativa artikeln publicerades endast en dag efter text 1, men har en annan författare och ett mer begränsat fokusområde. Författaren till artikeln anges vara 'Aftonbladet', men texten baseras på uttalanden från Lena Mellin, företagets dåvarande ställföreträdande ansvariga utgivare. Texten håller ett smalt fokus på huruvida Aftonbladet gör rätt eller fel i att inte offentliggöra Virtanens namn, och är därigenom också kortare än den föregående artikeln. Fullständig referens och länk till artikeln finns i uppsatsens bilaga.

5.2.1. Vem eller vilka ramas in som ansvarig(a) för krisen?

I text 2 definieras krissituationen som ett resultat av att Aftonbladet underlåtit att offentliggöra Virtanens identitet. Aftonbladet försvarar sin ståndpunkt i namnpubliceringsfrågan genom att hävda att de följer normerna för etablerade medieföretag. Denna försvarsstrategi visar att företaget accepterar ansvaret för det egna agerandet, men att de förnekar att detta agerande skulle vara problematiskt. Strategin ligger närmast i linje med **enkel förnekelse**. Aftonbladets ställningstagande ramas in som en självklarhet, som inte kan eller bör ifrågasättas: *"Etablerade medier publicerar inte namn på de män som nu hängs ut som sexförbrytare och våldtäktsmän i kampanjen #metoo."* och *"Aftonbladets hållning är att vi är restriktiva med namnpubliceringar. Det är mycket sällan som vi publicerar namn på en person som inte är dömd, säger Aftonbladets ställföreträdande ansvariga utgivare."* I det första citatet ges överhuvudtaget ingen motivering till ställningstagandet, och i det senare blir en förklaring påhängd nästan som en efterkonstruktion. Aftonbladets agerande ramas härigenom in som oklanderligt, och ingen antydning görs till att beteendet har eller skulle kunna orsaka någon typ av skada. Aftonbladet förnekar alltså inte att en uppmärksammas händelse (deras anonymisering av Virtanen) har inträffat, men de förnekar att denna händelse bör ses som problematisk. Artikeln nämner inga yttre omständigheter varmed situationen skulle kunna omkodas som resultatet av provokation, en olyckshändelse eller företagets goda men felimplementerade avsikter. Aftonbladet axlar alltså ansvaret för kontroversen, men fransäger sig alla typer av skuld och ber inte om ursäkt för sitt agerande.

5.2.2. Hur ramas Aftonbladet in i förhållande till krissituationen?

Aftonbladet karaktäriseras i denna text av sin vedertagna ställning i medielandskapet och sin principfasthet. De två egenskaperna ramas in som samverkande, men den förstnämnda verkar ses som överordnad då den uttrycks explicit i texten. Aftonbladet refererar två gånger i texten till den egna organisationen som *"etablerade medier"*, och understryker därmed sin långvarighet i mediebranschen. Artikelns sista mening visar också på att Aftonbladet anser sig vara representativ för svenska mediehus i stort: *"Klockan 9.15 i dag svarar hon [Aftonbladets ställföreträdande ansvariga utgivare] i 'Fråga Lena' på läsarnas frågor om pressetiken i Sverige".* Aftonbladet ramar här in organisationen, eller åtminstone den egna personalen, som kunnig i övergripande frågor om det svenska mediasystemet. Betoningen av Aftonbladets ställning i det nationella medielandskapet ger ett intryck av auktoritet och fungerar som en form av **bolstering**: Aftonbladet lyfter sina egna institutionella erfarenheter som ett rättfärdigande

av sitt nuvarande agerande. Organisationens principfasthet i namnpubliceringsfrågan ramas in som en konsekvens av mediehusets starka etablering, snarare än som en fristående egenskap. Aftonbladet visas härmed ha både den kunskap och kompetens som krävs för att hantera den situation som artikeln identifierar som krisartad. Företaget står dock fast vid att situationen är felkodad och inte bör ses som problematisk.

5.2.3. Föreslås några konkreta åtgärder för att gottgöra situationen?

I och med att Aftonbladet i denna text nekar till att händelsen är problematisk, föreslår de heller inga åtgärder för att tillrättalägga situationen. Det frågetillfälle som annonseras ut i artikelns slut (*"Klockan 9.15 idag svarar hon i 'Fråga Lena' på läsarnas frågor om pressetiken i Sverige"*) kan dock tolkas som en form av **kompensering** för tidningens brist på öppenhet och transparens i hanteringen av Virtanenfallet. Aftonbladet ger dock inga löften eller antydningar om att frågestunden kommer att medföra ett förändrat ställningstagande i namnpubliceringsfrågan, eller att organisationen överlag kommer att agera annorlunda. Detta bekräftar Hearits (2006: 209) vittnesmål om att organisationer ofta låter kompensering gå före ursäkt. Aftonbladet förnekar att de står i skuld, men delar ändå ut en form av informationskompensation för att blidka sina läsare.

5.2.4. Hur ramas Fredrik Virtanen och Cissi Wallin in?

Liksom i text 1 jämförs här Virtanen och Wallin i frågan om anonymitet, men inramningen av Virtanen har en mer neutral ton än inramningen av Wallin. Wallin kännetecknas återigen av sin koppling till sociala medier och #MeToo-kampanjen, vilket framstår som en **attack mot anklagaren**.

I text 2 diskuteras varken Virtanens beteende eller hans position på Aftonbladet, utan fokus ligger stadigt på namnpubliceringsfrågan. Karaktäriseringen av Virtanen är därför relativt magerlagd, och företaget visar inga tecken på att försöka distansera sig från individen. Virtanen refereras till som *"den Aftonbladetanställda man"* och *"en person som inte är dömd"*. Han definieras därmed både av sin tillhörighet med Aftonbladet som organisation och det faktum att han enligt det juridiska systemet inte bär skuld. Dessa beskrivningar visar visserligen inte på något starkt beskydd eller favör gentemot Virtanen, men ger heller inga tecken på att Aftonbladet önskar distansera sig från individen. Organisationen använder alltså varken separering eller besvikelse som kriskommunikationsstrategi i denna text.

Wallin karaktäriseras även i text 2 av sitt användande av sociala medier och sin medverkan i #MeToo. Hennes namngivande av Virtanen nämns som ett ”*exempel*” av #MeToo-rörelsen, vilket skapar en stark association mellan individen och kampanjen. #MeToo-rörelsen ramas in som en katalysator för förändring, men inte i en positiv mening: ”*#metoo-kampanjen har på bara några dagar vuxit lavinartad i sociala medier. / Kvinnor vittnar där om sexuella övergrepp och våldtäkter – och pekar ut namngivna män som förövare.*”. Adjektivet ’lavinartad’ målar upp en bild av rörelsen som farlig och okontrollerbar, och det namngivande utpekandet hålls i stark kontrast till de etablerade mediernas anonymitetsprincip. #MeToo-kampanjen ramas alltså främst in som en erosion av pressetik. Kopplingen mellan Wallin och #MeToo, och mellan #MeToo och avsaknaden av pressetik, får alltså Wallin att framstå i en dålig dager. Den negativa inramningen av Wallin kan syfta till att ifrågasätta validiteten i hennes anklagelser mot Virtanen, och i förlängningen även validiteten hos den kritik som riktas mot Aftonbladet. Aftonbladet använder alltså strategin attack mot anklagaren, och låter denna attack konkret drabba Wallin.

5.2.5. Hur ramas liknande händelser och organisationer in?

Aftonbladet jämför sitt eget ställningstagande i namnpubliceringsfrågan med beteendet hos sociala medie-användare, för att belysa att deras egna agerande är mindre klandervärdt än andras. Således använder de strategierna **attack mot anklagaren** och **differentiering** för att betona sin egen oskyldighet. Analysen har tidigare visat att Aftonbladet betonar sin egen ’etablerade’ ställning i medielandskapet, och att #MeToo-kampanjen ramas in som en ’lavin’ i sociala medier. Aftonbladet karaktäriseras alltså som en auktoritet, medan sociala medier framställs som regelvidriga och potentiellt farliga. Jämförelsen lyfter dock inte bara de olika mediekanalernas laglydighet, utan antyder också att Aftonbladet har en bättre moral än användarna av sociala medier, då företagets anonymitetsprincip menas grunda sig på domstolsbeslut: ”*etablerade mediers hållning: Att inte publicera namnen på människor som inte dömts för brott i domstol*”. Etablerade medier som Aftonbladet menas alltså ha större respekt för domstolsväsendet och därigenom en bättre moralisk kompass. Inramningen av sociala medier som omoralisk är en tydlig attack mot anklagaren, men fungerar också som en typ av differentiering, då Aftonbladets kontroversiella anonymitetsprincip framstår som mindre problematisk än sociala mediernas laglöshet.

5.3. Text 3: Aftonbladet. (2017, 25 oktober). Sofia Olsson Olsén: "Vi kunde absolut ha agerat snabbare"

Text 3 publicerades knappt en vecka efter text 2, under samma anonymiserade författarsignatur. Artikeln baseras på en intervju med Olsson Olsén, Aftonbladets chefredaktör och textförfattaren till text 1, och uppvisar därav stora likheter med den första analystexten. Fullständig referens och länk till artikeln finns i uppsatsens bilaga.

5.3.1. Vem eller vilka ramas in som ansvarig(a) för krisen?

Fördelningen av ansvar i text 3 är mycket lik den diskussion om krisansvar som fördes i text 1, då Aftonbladet igen accepterar ett pragmatiskt ansvar men ingen skuld för krishändelserna. Tidningens chefredaktör ger ett löfte om att ingen kritik som riktas mot Aftonbladet kommer att bagatelliseras utan närmare undersökning: *"Vi lyssnar och går till botten med allt som rör Aftonbladet och anklagelserna som riktats mot våra medarbetare."* Det utredningsansvar som Aftonbladet axlar är dock inget erkännande av någon faktisk skuld för händelserna. Aftonbladet tar avstånd från att belägga skuld överhuvudtaget, genom att betona att de agerat med **goda avsikter** och att det fortfarande finns för mycket **okunskap** i frågan. Aftonbladet ber därför heller inte om ursäkt för händelserna.

Aftonbladet framhäver att de har haft goda avsikter både med att anonymisera Virtanen och att inte tilldela honom någon skuld, då de i detta agerat som en ansvarstagande och respektfull arbetsgivare. Tidningens chefredaktör menar att Aftonbladets långsamma reaktion på händelserna rättfärdigas av deras hänsyn till Virtanen: *"-Vi kunde absolut ha agerat snabbare i frågan, den kritiken tar jag till mig. Men det här visar tydligt mitt uppdrag som å ena sidan publicist och drivkraften i att berätta sanningen och mitt uppdrag som arbetsgivare med personalansvar för en enskild medarbetare och dennes integritet"*. Chefredaktören, och därigenom företaget i stort, accepterar här tydligt ansvaret för den fördröjda responsen, men bekänner ingen skuld och ber inte om förlåtelse. Istället ramas det egna agerandet in som ett föredöme för andra arbetsplatser. Citatet ovan fortsätter: *"Jag tror och hoppas att många har respekt för den hållningen. Den är inte unik för Aftonbladet, den hoppas jag finns på alla arbetsplatser."* Aftonbladet framställer alltså den egna organisationens agerande som en mönsterbild för andra arbetsgivare, och frånsäger sig därmed all skuld för innehållet i deras krishantering. Då de ändå erkänner att responsen kom sent kan strategin tolkas som ett

åberopande av organisationens goda avsikter: de gjorde trots allt sitt bästa för att vara en bra arbetsgivare.

Förutom att lyfta fram organisationens välmenande intentioner belyser Aftonbladet också organisationens bristande kunskaper om det specifika sexualbrottsfallet som ett skäl att inte hålla tidningen fullt ansvarig för krissituationen. Den interna utredningen diskuteras återigen, och markerar Aftonbladets avvaktande inställning. Anklagelserna mot Virtanen avslås nämligen inte som osanna, men accepteras heller inte utan vidare granskning. Resultatet av utredningen menas också vara avgörande för Virtanens fortsatta anställning på företaget, men inget konkret avslöjas om utredningens tidsram eller nuvarande tillstånd: *”Hur ser framtiden ut för Fredrik Virtanen – kommer han att få sparken? / Fredrik Virtanen är en medarbetare på Aftonbladet och vi har upprättat ett personalärende då det framförts fler anklagelser mot honom den senaste veckan. [...] Vi har anlitat en extern oberoende part för att utreda detta och Virtanen har tagit timeout. Mer än så kan jag inte säga om utredningen just nu.”*. Citatet visar att Aftonbladet trots allt inte hävdar total okunskap i fallet, men att de i stunden inte har tillräckligt med information för att kunna agera annorlunda. Den sista meningen antyder dock att organisationen besitter mer kunskap än de faktiskt kommunicerar, vilket kan uppfattas som ett hemlighållande. Enligt Coombs (1999: 127) är ett snabbt och ärligt bemötande grundläggande för en effektiv kriskommunikation. Aftonbladets erkänt långsamma hantering av händelserna och deras bristande transparens gällande den interna utredningen skulle alltså kunna äventyra framgången för deras imagereparation.

5.3.2. Hur ramas Aftonbladet in i förhållande till krissituationen?

Förutom att lyfta fram företagets goda avsikter och okunskap som argument till att Aftonbladet inte ska belastas med det fulla krisansvaret, betonar företaget också andra interna egenskaper för att minska krisens anstötthet. Aftonbladet framtonar återigen sitt engagemang för jämställdhetsfrågor, vilket igen kan ses som **bolstering**. Dessutom belyses organisationens respekt för det svenska rättssystemet, och Aftonbladets hantering av Virtanenfallet ramas in som en fråga om förtroende för domstolsväsendet. Aftonbladets passiva krisstrategi menas därmed ha ett **högre syfte**.

I likhet med text 1 ramas Aftonbladet i text 3 in som en stark förkämpe mot sexism. Förutom att återigen poängtera att Aftonbladet har jämställdhet som en av sina grundvärderingar, *”Vi har en nolltolerans mot trakasserier.”*, visar organisationen också upp gehör

för #MeToo-vittnen och andra feministiska diskurser: *”Men det är ingen motsättning till kvinnors berättelser och vittnesmål. Vi lyssnar. Jag lovar.”* och *”vi har ju själva flera gånger rapporterat om att det kan vara svårt att hitta fällande bevis mot gärningsmän i våldtäktsärenden”*. Kommentarererna visar på en medvetenhet om att berättelser om sexuellt våld ofta blir avfärdade, och Aftonbladet ramar här in sig själv som en allierad i kampen mot nedtystandet. Aftonbladet framställs dock inte bara som en passiv sympatisör, utan menas också agera aktivt mot sexism: *”Jag har i mina olika befattningar på tidningen, och de senaste 18 månaderna som vd och chefredaktör, agerat de fåtal gånger jag har fått kännedom om att någon inte betett sig okej.”*. Det är värt att notera att chefredaktören här gör ett implicit antagande om att det låga antalet orosanmälningar beror på ett överlag bra uppförande hos medarbetarna, snarare än på en organisatorisk tystnadskultur. Citatet ger ett intryck av att Aftonbladet har existerande och välfungerande mekanismer för att hantera sexism inom företaget. Aftonbladet ramar alltså igen in sig själv som en jämställdhetskämpe, vilket är ett exempel av strategin bolstering.

Aftonbladet framställer dock inte den egna organisationen som föredömlig bara gällande jämställdhetsprinciper, utan också i fråga om demokratiska värderingar. Trots att Aftonbladet påstår sig vara ovetande om Virtanens nuvarande beteende medger de villigt att företaget visste om den tidigare polisutredningen mot honom: *”Polisen utreder, åklagaren väcker åtal och domstolen dömer, det är så det fungerar och så det ska vara. Så hanterades också ärendet när det var aktuellt, före min tid i den här rollen. Det är klart att jag inte kan ifrågasätta Wallins uppgifter, men här står ord mot ord och vårt rättsväsende har sagt sitt i fallet.”*. Här skildras Aftonbladet som fullt medveten om polisanmälan mot Virtanen, men organisationens brist på agerande rättfärdigas som ett tecken på respekt och förtroende för det svenska juridiska systemet. Den svenska rättsstaten beskrivs dessutom som *”en grundpelare för vår demokrati”* och därmed som ett fundament för hela det svenska samhället. Trots det visar Aftonbladet, som nämnt ovan, viss tveksamhet gällande rättsväsendets faktiska effektivitet i jämställdhetsfrågor: *”vi har ju själva flera gånger rapporterat om att det kan vara svårt att hitta fällande bevis mot gärningsmän i våldtäktsärenden”*. Sammantaget med chefredaktörens betydande att *”jag måste tro på rättsstaten”* ramas stödet för rättsväsendet in nästan som en trosfråga, men med ett tydligt ’korrekt’ svarsalternativ. Aftonbladets passivitet mot Virtanen ramas alltså in som moraliskt rättrådigt och som uppfyllande av ett högre syfte, då det värnar om det svenska rättssystemet.

5.3.3. Föreslås några konkreta åtgärder för att gottgöra situationen?

Aftonbladet refererar ännu en gång till internutredningen och Virtanens 'timeout' som bevis på företagets aktiva tillrättaläggande, men lägger i denna text dessutom fram ett löfte om framtida förbättring. Åtgärderna är dock fortsatt mycket diffust definierade, och preciseras inte gällande till exempel tidsram eller implemeteringsansvar. Chefredaktören bedyrar i artikelns avslutning att *"Jag ska, tillsammans med Aftonbladets medarbetare som också är mycket engagerade i den här frågan, säkerställa att vi är en trygg arbetsplats för alla. (...) Har vi brustit på något sätt tillbaka i tiden ska det framåt bli bättre."* Hur detta löfte i praktiken ska uppfyllas förblir dock osagt. Löftet är dessutom villkorat, då det uttrycks en osäkerhet om Aftonbladet verkligen har agerat bristfälligt tidigare, och om de i så fall har något som de kan förbättra. Benoit (2017: 252) konstaterar i fråga om ursäkter att villkorlighet minskar effekten av imagereparerande strategier, då ansträngningarna kan uppfattas som oärliga. Avsaknaden av preciserade åtgärder och löftets villkorade natur gör att tillrättaläggandet snarare upplevs som ett blickande meningsutbyte än som en faktiskt förändringsplan. Aftonbladet kan därmed menas göra ett försök till tillrättaläggande för att **förhindra upprepning**, men försöket är inte helt övertygande.

5.3.4. Hur ramas Fredrik Virtanen och Cissi Wallin in?

I text 3 har de anonymiserande beteckningarna på Fredrik Virtanen och Cissi Wallin fått ge hädan för aktörernas riktiga namn. Denna förändrade inställning hos Aftonbladet, att byta från beteckningar till namn, kommenteras angående Virtanen men inte Wallin – hennes offentliggörande verkar inte behöva det *"noggrann[a] övervägande"* som Virtanens namnpublicering kräver. Inramningen av Virtanen är mestadels positiv, även om det finns tecken på avståndstagande till aktören. Inramningen av Wallin har en mer kritiserande ton, vilket ännu en gång kan tolkas som en **attack mot anlagaren**.

Virtanen ramas i stort in på ett neutralt eller positivt sätt, och stort fokus läggs på hans självständighet. Aftonbladets omtvistade namnpubliceringsprinciper menas ha ändrats i enlighet med Virtanens egna önskningar: *"Aftonbladets publisher Sofia Olsson Olsén svarar nu på varför tidningen väntade med namnpubliceringen. / - Fredrik Virtanen har själv valt att i dag (onsdag) gå ut i Aftonbladet och öppet berätta om hur han ser på de anklagelser som riktats mot honom"*. Virtanens initiativtagande ramas här in som vägledande för Aftonbladets policy i stort, vilket visar på att han fortfarande har avsevärt inflytande i organisationen. Att namnpubliceringen är självvald betonas ytterligare en gång i texten: *"Och nu har vi Fredrik Virtanen som själv väljer att träda fram"*. Tonvikten vid självbestämmandet kan tolkas ur i alla

fall två perspektiv: antingen kan det ses som en karaktärisering av Virtanen som modig och uppriktig, alternativt kan det utläsas som en markering av att Virtanens berättelse är hans egen, och inte Aftonbladets. Det sistnämnda tolkningsalternativet kan vidare ses som ett första steg till strategierna separering eller besvikelse, då den innefattar ett implicit ifrågasättande av organisationens och medlemmens samhörighet. Detta ifrågasättande förstärks också av att Virtanen befinner sig på 'timeout', vilket torde innebära att han åtminstone fysiskt distanseras från företaget. Till vilken grad detta faktiskt har skett är dock oklart, då Virtanen under sin pågående timeout tillåtit *"gå ut i Aftonbladet och öppet berätta"* sin version av händelserna. Aftonbladets distansering mot Virtanen är därmed alltför vag för att klassas ens som besvikelsestrategin.

Inramningen av Wallin är mer öppet kritiserande i text 3 än den varit i tidigare texter. Kritiken tar sin början i att Wallin karaktäriseras som ett offer, och blir sedan mer synbart antagonistiskt då hon hålls som en motpol till rättsväsendet. Aktören presenteras i artikeln inte som en visselblåsare eller förkämpe för kvinnors rättigheter, utan som ett offer i en brottsutredning: *"I Cissi Wallins fall började det utredas först flera år efter att det hände. Det här har också en del sett en dubbelmoral i, att vi väljer att tro på domstolen men inte på offret."* Referensen till Wallin som ett 'offer' är i sig själv inte nödvändigtvis försåtlig, men den förminskar Wallins upplevda förmåga att agera självständigt och reducerar henne till något ömkansvärt. Värt att notera är också att Virtanen inte karaktäriseras som en förövare, och att polisundersökningen identifieras som 'Cissi Wallins fall' snarare än som en utredning som gäller båda personerna. Beskrivningen av Wallin som ett offer upprepas en gång till i texten: *"Jag har själv varit utsatt för ett våldtäktsförsök där utredningen lades ned i brist på bevis, för många år sedan, så jag vet hur du som offer känner dig när det sker. Likafullt; jag måste tro på rättsstaten."* Citatet visar på medlidande med Wallins känslor, men det menas också finnas en motsättning mellan Wallin och domstolsväsendet. Som tidigare diskuterats ramas det svenska rättssystemet in som *"en grundpelare för vår demokrati"*, och Aftonbladets förtroende för denna inrättning lyfts som en god egenskap hos företaget. Inramning av Wallin som en form av opponent till rättsväsendet kan därmed tolkas som ett försök att underminera hennes trovärdighet, och är alltså en attack mot anklagaren.

5.3.5. Hur ramas liknande händelser eller organisationer in?

Även i fråga om jämförelser liknar text 3 och text 1 varandra. Aftonbladet jämför deras nuvarande situation både med andra namntvister och med sexuella trakasseriers utbredning i samhället. Namnpubliceringsfrågan diskuteras med specifika exempel, och fungerar som en form av **differentiering** för att försvara Aftonbladets långsamma hantering av Virtanenfallet. Jämförelsen med sexism i samhället kan istället tolkas som strategin **minimering**.

Aftonbladet kommenterar tidigt i texten att varje namnpubliceringsbeslut avgörs ”från fall till fall”, och går sedan vidare med att förklara varför andra namnpubliceringer skedde mer skyndsamt än Virtanens offentliggörande. Det första exemplet som tas upp är Anders Borg: ”Om vi tittar på varje enskilt fall så är Anders Borg en makthavare i förtroendeställning i Sverige och Europa. Vi publicerade hans namn efter att han själv gått ut och bett om ursäkt för sitt beteende. Ett av honom olämpligt beteende som vi hade flera av varandra oberoende källor som bekräftade”. Tonvikten läggs här på Borgs maktposition i samhället och på säkerheten i vittnesmålen. Dessa faktorer framställs som berättigande av ett snabbare offentliggörande, även om det i slutändan återigen var individens egna tillkännagivande som avgjorde Aftonbladets inställning. Aftonbladet tar också upp Martin Timell och Lasse Kronér som jämförande exempel: ”Vad gäller Timell så publicerade vi hans namn när hans uppdragsgivare gick ut och offentliggjorde honom. Och samma med Kronér, där SVT gick ut med Kronérs officiella uttalande”. Fokus ligger här på andra organisationers agerande, varmed Aftonbladets eget ställningstagande försvinner ur blickfånget. Aftonbladet använder de tre exemplen för att visa att den nuvarande namnkontroversen varken är ensam i sitt slag eller den mest allvarliga. Företaget nyttjar alltså strategin differentiering för att minska den nuvarande situationens anstötlighet.

Även om text 3 i huvudsak fokuserar på förtroendekrisen på Aftonbladet, finns här viss jämförelse med jämställdhetsproblem på en samhällelig nivå. I artikelns avslutande del ramar Aftonbladets chefredaktör in förekomsten av trakasserier som en svårighet för hela samhället: ”Vi är alla medmänniskor, som ingen har rätt att kränka, oavsett kön, etnicitet, ålder, religion eller sexuell läggning. (...) Men jag är förstås inte naiv. Jag vet att min arbetsplats, precis som andra ställen i vårt samhälle, inte är helt fri från sådana här former av missförhållanden”. Missförhållandena på arbetsplatsen sätts här i perspektiv till resten av samhället, vilket får den specifika händelsen med Virtanen att upplevas som ett mindre angeläget problem. Beskrivningen ”inte helt fri” ger också en antydning om att arbetsplatsen faktiskt inte är långt ifrån att vara fullständigt ’fri’ från denna typ av bekymmer. Aftonbladet

ramar alltså in deras nuvarande förtroendekris som försumbar i jämförelse med den övergripande situationen i samhället, vilket är ett exempel på strategin minimering.

5.4. Text 4: Pettersson, K. (2017, 29 oktober). Om krisen på Aftonbladet

Denna artikel lades upp den 29 oktober, varmed man kan konstatera att de fyra första analys-texterna publicerades inom två veckor från Wallins #MeToo-inlägg. Text 4 är en ledarartikel skriven av Aftonbladets politiska chefredaktör Karin Pettersson. Fullständig referens och länk till artikeln finns i uppsatsens bilaga.

5.4.1. Vem eller vilka ramar in som ansvarig(a) för krisen?

I text 4 medges det, i en starkare grad än tidigare, att Aftonbladet har en central roll i kris-situationen. Textförfattaren är tydlig med att markera sin egen del i krisförloppet, men visar också att grunden till krisen ligger hos kulturen på Aftonbladet. Till viss del **tar alltså Aftonbladet på sig skulden** för händelserna, men detta sker villkorligt och utan ursäkt. Istället för att be om ursäkt belyses igen företagets **goda avsikter** och **okunskap** i hanteringen av fallet. Dessa bortförklaringar kan ses som tecken på en begynnande separation- eller besvikelse-strategi. En del av skulden för Aftonbladets problematiska kultur **läggs också på en annan aktör**, nämligen tidningens ägare Schibsted. Aftonbladets ansvarstagande är således långt ifrån komplett eller kompromisslöst.

Texten innehåller ett öppet erkännande av såväl organisationens som textförfattarens aktiva medverkan till den nuvarande krissituationen. *”Det finns rester av en sexistisk kultur i väggarna på Aftonbladet”* menar textförfattaren och illustrerar detta genom exempel som utkonkurrerade kvinnliga mellanchefer, mansdominans i företagets toppskikt och en dålig jargong på arbetsplatsen. Bekännandet visar på ett större ansvarstagande än vad Aftonbladet demonstrerat i de tidigare texterna, då de här inte bara accepterar sin roll i krisens upplösning utan också anger sig som medskyldig till krisens uppkomst. Textförfattaren erkänner också att hon själv varit medskyldig till den negativa miljöns fortlevnad: *”Denna jargong, som jag ibland har hört i korridorerna och borde ha reagerat starkare emot”*. Aftonbladet och dess ledningsgrupp påstås alltså besitta såväl en sexistisk kultur som en tystnadskultur. Den defekta organisationskulturen menas således ligga till grund för krisen, och det blir uppenbart att företaget inte förnekar skulden för händelserna. De accepterar dock inte heller skulden helt ohämmat och ber inte om ursäkt för det som inträffat. Istället uttrycker

textförfattaren en öppen förhoppning om att framtiden kommer att bli mer jämställd. Aftonbladet tar alltså inte helt och fullt på sig ansvaret för krisen, även om de erkänner att de inte är oskyldiga i frågan.

Författaren till texten poängterar inte bara hennes egna bidrag till Aftonbladets bristfälliga organisationskultur, utan tar också ansvar för Virtanens kritiserade karriär. Även detta ansvarsaxlande är dock villkorat, och textförfattaren understryker sina goda avsikter och okunskap i frågan. Hon erkänner att hon anställt Virtanen, men menar att detta ska ha skett på goda grunder: *”Det var jag som anlidade honom och gav honom den plattformen. / Skälet var enkelt, Fredrik Virtanen är en briljant skribent med stort patos.”*. Journalistisk kvalité ska alltså ha drivit textförfattarens beslut. Dessutom menas hon ha haft otillräckliga kunskaper om Virtanens rykte: *”För fem år sedan informerades jag om förundersökningen där Cissi Wallin anklagade Fredrik för våldtäkt, och att den lades ned då brott inte kunde styrkas. För mig var den frågan då utagerad. Jag kände inte till de andra uppgifter som nu har kommit fram.”*. Det blir i detta tydligt att polisutredning mot Virtanen uppfattats som en engångshändelse, och att textförfattaren inte haft några misstankar om ett mönsterbeteende hos Virtanen. Misstankarna ska ha dykt upp först med den nya informationen från #MeToo-vittnena. Textförfattaren, och i förlängningen Aftonbladet, tar alltså på sig ansvaret för att Virtanen fått en plattform att utöva sexistiskt maktbeetende ifrån, men skulden för det problematiska beteendet i sig tilldelas enbart individen. Aftonbladet gör alltså inledande försök att separera sig från Virtanen, vilket kommer att diskuteras närmare över de kommande sidorna.

Utöver att lägga skuld på Virtanen, ramar också Aftonbladets ägare Schibsted in som skuldbärande i händelseförloppet, då de menas ha medverkat till Aftonbladets defekta organisationskultur. Schibsted omnämns bara två gånger i texten, men då i tydlig association till sexism: *”Varför var det nästan bara män som fick toppjobben i chefslagret över oss, i moderbolaget Schibsted?”* och *”jag minns konferensen i Ungern när jag grät av ilska på väg till hotellrummet efter att gäng höga Schibstedgubbar kapade ett trevligt samtal och vände det till ett sexistiskt hö-höande.”*. Det antyds här att Aftonbladets sexistiska organisationskultur härstammar från den absoluta toppen av företagets hierarki, vilket kan ses som ett försvar av textförfattarens egen karaktär. Även om textförfattaren har erkänt sin chefsroll och sitt otillräckliga motstånd mot sexism ramar hon här in sig själv som maktlös i jämförelse med den högre nivån av beslutsfattare. Textförfattaren omlokaliserar i detta skulden för händelserna från

sig själv till Aftonbladets moderbolag. Denna omlokalisering är kanske inte fullkomlig, men visar ändå på att organisationen inte menas vara ensamt skyldig till krisen.

5.4.2. Hur ramas Aftonbladet in i förhållande till krisen?

Trots att Aftonbladet i text 4 erkänner en högre grad av skuld är inramningen av organisationen fortsatt positiv. Tidningens officiella värderingar och textförfattarens egna känslor fungerar som **bolstering**, och motverkar Aftonbladets förtroendeförlust genom att lyfta organisationens goda egenskaper. Fastän organisationens kultur ramas in som imperfekt bortförklaras detta genom att **differentiera** med företagets tidigare omständigheter. Slutligen används strategin okunskap för att bortförklara Aftonbladets tidigare passivitet, men då denna strategi kommenterats tidigare kommer den inte att utvecklas i detta avsnitt.

Textförfattaren ramar in Aftonbladet i ett positivt ljus dels genom att klarlägga organisationens officiella värdegrund, dels genom att belysa sina egna känslor gentemot företaget. Aftonbladets politiska identitet menas sammanfatta deras förhållningssätt i feministiska frågor: *”Aftonbladets ledarsida är oberoende socialdemokratisk. Vårt jobb är att bilda opinion för jämlikhet och jämställdhet.”*. Respekten för jämställdhet ramas här in som en grundval för företaget, och likställs med tidningens politiska tillhörighet. Utöver framställningen av organisationens värdegrunder försöker textförfattaren också att stärka bilden av Aftonbladet genom att beskriva sina egna känslor för företaget: *”Låt mig först och främst säga att jag älskar och har älskat denna tidning i sju år. Människorna här, professionaliteten. Hjärtat och bredden och närheten till läsarna. (...) Jag har glatt mig åt att gå hit varje morgon.”*. Textförfattaren framställer i klartext Aftonbladet som en älskvärd och glädjande inrättning, som dessutom är förtrolig med sina konsumenter. Aftonbladet betonar alltså företagets positiva egenskaper, både dess principiella värderingar och emotionella band, i syfte att balansera ut de negativa karaktärsdrag som krissituationen belyst. Organisationen använder alltså strategin bolstering.

Trots att Aftonbladet menas ha jämställdhet som en av sina grundprinciper, erkänner de som tidigare diskuterat att vissa drag av sexism lever kvar inom organisationskulturen. Detta missförhållande bortförklaras dock genom en jämförelse med en mer markant sexistisk kultur i företagets historia: *”Jag har under åren pratat mycket med min kollega Eva Franchell som känt Aftonbladet i nästan 40 år och kunnat berätta om en arbetsplats som över tid förändrats till det bättre. Jag minns kolumnistmiddagen för några år sedan när jag träffade*

en chefredaktör från före min tid och fick en känsla för vilken kultur Aftonbladet kommer ifrån. / Herregud tänkte jag. Hur stod de ut.”. Företaget menas här ha gjort avsevärda framsteg i fråga om organisationskulturen, vilket textförfattaren också uttryckligen kommenterar: *”Samtidigt såg jag en kultur som faktiskt flyttade sig framåt.”*. Framstegsbetoningen visar på strategin differentiering, då den nuvarande situationen framstår som bra, eller åtminstone mindre dålig, i relation till företagets historiska utgångsläge.

5.4.3. Vilka konkreta åtgärder föreslås för att gottgöra situationen?

I text 4 föreslås för första gången att Fredrik Virtanen permanent lämnar sin yrkesposition. Detta innebär ett mer konkret tillrättaliggande än de tidigare artiklarna formulerat, då Virtanens uppsägning absolut **förhindrar att han upppepar** ett olämpligt beteende på arbetsplatsen. Tidigare texter har vidhållit att den interna utredningen mot Virtanen får avgöra vilka konkreta insatser som bör genomföras för att tillrättalägga situationen på Aftonbladet. I denna text rekommenderas det dock att Virtanen förflyttas, oberoende vad den interna undersökningen visar: *”Oavsett vad utredningen kommer fram till, så är det min bedömning att Fredrik Virtanen inte längre kan medverka på Aftonbladets ledarsida”*. Det framgår dock inte huruvida detta uttalande ska tolkas endast som ett förslag eller som en försäkran om Virtanens avskedande. Textens författare är noggrann med att accentuera hennes chefsposition över Virtanen, och därigenom hennes beslutanderätt i fråga om hans fortsatta medverkan på Aftonbladets ledarsida: *”vilka som skriver på ledarsidan är mitt beslut”*. Textförfattarens bedömning är därmed trolig att resultera i ett praktiskt utfall, men detta bekräftas inte. Texten innehåller alltså en mycket stark antydning till tillrättaliggande, men trots det inget absolut löfte om förbättring.

5.4.4. Hur ramas Fredrik Virtanen och Cissi Wallin in?

Inramningen av Virtanen i denna text visar på ett starkare ställningstagande mot aktören än tidigare, genom en högre grad av distansering. Texten demonstrerar tydliga men ofullständiga tecken på separering, varmed Aftonbladets strategi kanske istället bör betraktas som **besvikelse**. Text 4 diskuterar Wallin mycket sparsamt, vilket tyder på att fokus inte längre ligger på hennes offentliggörande av Virtanen, utan på Virtanens beteende i stort.

Inramningen av Virtanen är mer avståndstagande i text 4 än den varit i tidigare texter, och tangerar mot strategin separering. Textförfattaren gör bedömningen att Virtanen inte längre platsar på Aftonbladets ledarsida, och refererar i detta utlåtande specifikt till

organisationens politiska tillhörighet: ”*som politisk chefredaktör för en socialdemokratisk ledarsida, så är detta [nya #MeToo-vittnesmål mot Virtanen] uppgifter som jag inte kan bortse ifrån*”. Detta uttalande kan ses som ett tecken på Brinsons och Benoits (1999: 507) första steg mot separering, då det visar en oförenlighet mellan Virtanens (påstådda) beteende och mediehusets officiella värderingar. Brinsons och Benoits (a.a. 507) andra premis är att den anklagade organisationsmedlemmen fysiskt och symboliskt ska avlägsnas från organisationen. Givet att textförfattaren faktiskt har den verkställande makten att avsätta Virtanen kan bedömningsutlåtandet ses som en indikator på Virtanens fysiska förflyttning. Virtanen beskrivs inte heller längre i termer av hans samhörighet med tidningen. Possessiva pronomen som ’vår’ eller ’Aftonbladets’ förekommer inte i karaktäriseringen av individen, och textförfattaren skildrar till och med hans anställning som ett skeende i dåtid: ”*Fredrik Virtanen har de senaste åren varit lördagskrönikör på Aftonbladets ledarsida.*”. Inramningen av Virtanen pekar alltså på att även Brinsons och Benoits andra premis uppfylls. Den tredje premissen för separering är dock att tillrättaläggande åtgärder ska genomföras för att undvika upprepning (a.a. 507), och i detta avseende brister text 4. Den enda tillrättaläggande åtgärden som nämns är, förutom Virtanens avskedande, en generell uppmaning till allmänheten om att minska toleransen av sexism. Då denna uppmaning varken riktas specifikt till Aftonbladet eller innehåller några konkreta löften om förbättring är det svårt att se att den uppfyller Brinsons och Benoits kriterier. Inramningen av Virtanen kan därmed ses som ett försök till, men kanske inte ett framgångsrikt exempel av, strategin separering. Ansträngningarna bör kanske istället klassas som den mindre absoluta strategin besvikelse, framförallt eftersom Virtanens faktiska förflyttning inte blir bekräftad.

Wallin omnämns endast i förbigående i denna text, och då utan någon direkt värdering. Hon presenteras varken genom sin yrkesroll, som en visselblåsare mot sexuella trakasserier eller som ett offer, utan bara genom sitt namn. Det ringa omnämmandet av Wallin fungerar dock också som en del av artikelns specifika inramning, då det flyttar fokus från Wallins utlösande #MeToo-inlägg till det vidare problemet med upprepad sexism och tystnadskultur inom Aftonbladet.

5.4.5. Hur ramas liknande händelser och organisationer in?

Text 4 fokuserar i huvudsak på Aftonbladet och dess nuvarande situation, men vissa jämförelser görs mot andra händelser och aktörer. Analysen har tidigare visat att strategin differentiering används för att framhäva att organisationens samtida kultur inte är så illa som dess historiska,

och att ägarföretaget Schibsted till viss del beskylls för denna problematiska kultur. Utöver det sker också en perspektivförskjutning, genom vilken Aftonbladets situation ramar in som en del av ett större händelseförlopp. Liknande förskjutningar har hittats i de tidigare texterna, och de tolkas då som nu som **minimering**.

Trots erkännandet om sexism på Aftonbladet och avståndstagandet till Virtanen ramar krissituationen inte in som en angelägenhet enbart för organisationen. Efter att ha tillkännagett sin bedömning om att Virtanen inte längre lämpar sig för Aftonbladets ledarsida ändrar textförfattaren perspektiv: *”Men detta handlar inte bara om enskilda personer. Det handlar om oss alla. Själv har jag ägnat veckan åt att fundera över mig själv. Borde jag ha agerat annorlunda?”*. I detta uttalande flyttas fokus från den enskilde individens agerande till omgivningens re-agerande. Textförfattaren rannsakar sig själv, men ramar ändå in allmänheten som medskyldiga i en sexistisk tystnadskultur. Denna kultur erkänns explicit finnas på Aftonbladet, men beskrivs också som ett allmäntillstånd i arbetslivet: *”Jag har jobbat på många olika ställen i mitt yrkesliv. Finanstidningen. Finansdepartementet. Tidningen Fokus. Socialdemokraterna. Aftonbladet. / Överallt – förutom på Fokus, där vi som startade tidningen, män och kvinnor tillsammans byggde en ny kultur – har det funnits problem med sexism.”*. Artikeln som helhet avslutas också med en oriktad förhoppning om att *”vi gemensamt omförhandlar vad som är acceptabelt. Att vi sätter nya gränser.”*. Enligt denna inramning ligger alltså både grunden för och lösningen till Virtanenkrisen hos samhället i stort, snarare än hos Aftonbladet. I jämförelse med den samhällseliga tystnadskulturen framstår Aftonbladets defekta organisationskultur och Virtanens beteende som ett relativt smalt och lättåtgärdat bekymmer. Aftonbladet använder sig alltså än en gång av strategin minimering för att få den egna situationen att uppfattas som mindre allvarlig.

5.5. Text 5: Aftonbladet. (2017, 9 december). Fredrik Virtanen lämnar Aftonbladet

Den sista analysartikeln publicerades långt efter de andra, den 9 december 2017. Artikeln är författad under organisationens namn och är av sparsam längd, men innehåller besked om Virtanens slutliga uppsägning. Precis som tidigare finns fullständig referens och länk till artikeln i uppsatsens bilaga.

5.5.1. Vem eller vilka ramar in som ansvarig(a) för krisen?

Text 5 innehåller en tydlig **separering** mellan Aftonbladet och Virtanen, varmed skulden för krisen i stort sett uteslutande tilldelas den sistnämnda. ”*Vi har från vår sida (...) bedömt att det blir svårt för honom att fortsätta att verka som journalist på Aftonbladet på grund av nyhetsrapporteringen gällande honom i samband med MeToo*”, citeras tidningens stabschef, och ramar här in en distansering mellan företaget och Virtanen som nödvändig på grund av den (underförstått dåliga) medieskildringen av individen. Virtanen som person, snarare än hans position på Aftonbladet, framställs i detta ha varit föremål för kritik, och organisationen fransäger sig därmed sin egen ansvarsroll i händelseförloppet. Även i fråga om krisens upplösning visar Aftonbladet motvillighet till det egna ansvarstagandet, och hävdar att beslutet om Virtanens uppsägning fattades gemensamt mellan parterna: ”*Aftonbladet och Fredrik Virtanen har i samråd enats om att han avslutar sin anställning på tidningen*”. Aftonbladet förnekar inte fullt ut sin roll i Virtanens avgång, men markerar igen att Virtanen har en egen fri vilja och att han själv får stå till svars för sitt agerande. Beslutet om Virtanens uppsägning kan härigenom menas markera både en fysisk och en symbolisk distansering mellan företaget och den anklagade individen, och därav signalera strategin separering.

5.5.2. Hur ramar Aftonbladet in i förhållande till krisen?

Aftonbladet karaktäriseras i denna text som en bra arbetsplats och en god arbetsgivare, som dessutom respekterar och stöttar #MeToo-kampanjen. Dessa karaktärsdrag markeras troligen för att väga upp den kritik som mött företaget, och för att visa att Aftonbladet trots krisens inträffande har välvilliga föresatser och strävar efter jämställdhet som övergripande mål. Inramningen av Aftonbladet kan därmed tolkas som strategierna **bolstering**, **goda avsikter** och **högre syfte**. I likhet med tidigare texter hävdar Aftonbladet också att deras **okunskap** om anklagelserna mot Virtanen minskar deras skuld.

Aftonbladet använder i denna text Virtanens känslomässiga anknytning till företaget och hans deltagande i uppsägningsbeslutet för att höja den egna organisationen. Trots uppsägningen citeras Virtanen i en positiv utläggning om arbetsgivaren: ”*Jag har haft underbara år på tidningen. Aftonbladet finns för alltid i mitt hjärta*”. Aftonbladet ramar här ordagrant in som underbar och älskvärd. När dessa kommentarer dessutom citeras från en person som i stunden kan antas ha en motstridig bild av företaget, ger de ett intryck av att Aftonbladet är en mycket god arbetsgivare. Intrycket förstärks ytterligare då Aftonbladet inte menas ha sagt upp Virtanen utan dennes samtycke: ”*Fredrik Virtanen [har] efter samtal med oss valt att avsluta*

sin anställning". Betoningen av Aftonbladets positiva arbetsgivaregenskaper kan vara ett försök att flytta fokus från kritiken, alltså strategin bolstering. Den positiva inramningen kan dock också tolkas som strategierna goda avsikter eller högre syfte, då Aftonbladets medarbetaromsyn kan förstås som en förklaring till företagets långsamma hantering av fallet. Referenserna till den före detta anställdes känslor fungerar dessutom som ett exempel på den tredjepartskommunikation som Benoit (2017: 254) prisar. Virtanens trots allt positiva inställning till Aftonbladet signalerar till allmänheten att företaget är värdigt ett fortsatt förtroende. Företaget använder alltså både tredjepartskommunikation och en självsäker inramning för att höja sin egen image.

Aftonbladet menas också agera efter det högre syftet att värna om jämställdhet. Internutredningen mot Virtanen ska enligt uppgift inte ha genererat några negativa resultat, men med referens till #MeToo fattades ändå beslut om Virtanens uppsägning: *"Inget i den nu avslutade internutredningen har visat på händelser i närtid. Vi har från vår sida trots det bedömt att det blir svårt för honom att fortsätta att verka som journalist på Aftonbladet på grund av nyhetsrapporteringen gällande honom i samband med MeToo"*. Uppsägningen av Virtanen rättfärdigas alltså som en åtgärd som lyssnar på och respekterar #MeToo-kampanjens viljor. Uttryckssättet 'trots det' ramar in Aftonbladets beslut som väglett av principiella värderingar, snarare än av en absolut, praktisk nödvändighet. Huruvida dessa principiella värderingar egentligen handlade om att förbättra jämställdheten, eller om att undvika ytterligare förtroendeförluster genom associationen till Virtanen, går dock att diskutera.

Text 5 innehåller en knapphändig diskussion om Aftonbladets tidigare vetskap om Virtanen. Företaget ska ha känt till polisutredningen mot aktören, men verkar precis som i de andra texterna ha tolkat denna som en engångsföreteelse. Detta framkommer då de *"nya allvarliga anklagelser[na] mot Fredrik Virtanen"* ramas in som orsak både till den samtida internutredningen och Virtanens slutliga uppsägning. Adjektivet 'nya' tyder onekligen på att Aftonbladet inte hyst några misstankar gällande Virtanens beteende före #MeToo. Även om texten inte innehåller någon utförlig diskussion om företagets förkunskaper finns alltså tecken på att Aftonbladet anser att deras okunskap minskar deras skuld i frågan.

5.5.3. Föreslås några konkreta åtgärder för att gottgöra situationen?

Hela text 5 centreras runt den åtgärd som Aftonbladet genomför för att tillrättalägga krissituationen, nämligen att avskeda Virtanen. Denna åtgärd **förhindrar** på ett mycket distinkt

sätt **krisen från att upprepas**, då Aftonbladet i framtiden inte kommer att kunna skuldbeläggas för Virtanens eventuella felbeteenden. Texten nämner dock inga åtgärder för att förhindra andra medarbetare från att begå liknande överträdelser. Virtanens uppsägning markerar alltså en tydlig **separering**, men bristen på förstärkande åtgärder kan äventyra strategins framgång.

Virtanens uppsägning från företaget är en mycket konkret åtgärd för att förhindra upprepning av den direkta krissituationen. Krisens kärna identifieras som ”*nyhetsrapporteringen gällande [Virtanen] i samband med MeToo*”, så genom att bryta de officiella banden med Virtanen förväntas den negativa uppmärksamheten mot Aftonbladet minska. Uppsägningen i sig, och Aftonbladets betoning av Virtanens fria vilja, markerar som tidigare nämnt en fysisk och symbolisk distansering mellan företaget och individen. Lite generöst tolkat kan texten också menas innehålla en separering mellan organisationens värderingar och individens agerande. Aftonbladet betonar att anklagelserna som riktas mot Virtanen har varit ansenliga: ”*nya allvarliga anklagelser mot Fredrik Virtanen*” och ”*Arbetsgivaren, som sett allvarligt på anklagelserna*”. Betoningen av stundens allvar kan läsas som en markering av företagets starka ställningstagande mot sexism och övergrepp. Virtanen framställs implicit vara av en avvikande inställning, då han ska ha förvärvat kritik från #MeToo-kampanjen. Därmed uppfylls såväl det första som det andra kriteriet i Brinsons och Benoits (1999: 507) separeringsstrategi. Det tredje och sista kravet, att organisationen utöver avståndstagandet ska demonstrera ytterligare åtgärder för att förhindra krisens upprepning, uppnås däremot inte. Texten nämner inga vidare ansträngningar från Aftonbladets sida för att försäkra att deras jämställdhetsprinciper inte kompromissas igen. Liksom i text 4 visar företaget alltså upp ett inkomplett avståndstagande till individen, men då Aftonbladet denna gång tydligt signalerar Virtanens avfärd tolkas strategin trots allt som separering snarare än besvikelse. Uppsägningen av Virtanen kan alltså förstås som både en tillrättaläggande och en separerande krisstrategi, men den sistnämnda kanske inte genomfördes helt framgångsrikt.

5.5.4. Hur ramas Fredrik Virtanen och Cissi Wallin in?

Denna text visar avståndstagande till både Virtanen och Wallin. Virtanen ramas in med egen handlingsförmåga, vilket förstärker organisations **separering** från individen. Wallin omnämns endast i förbigående och med en anonymiserad benämning, så texten visar inga tecken på attack mot anklagaren.

Virtanen karaktäriseras i text 5, liksom i text 4, av sin självständighet och egna handlingsförmåga. Hans uppsägning från Aftonbladet menas ha varit självväld och ska ha skett i 'enat samråd' med företaget. Citat från Virtanen visar dock att initiativet till uppsägningen inte ursprungligen kommit från hans sida: ”-Jag lämnar tidningen efter att chefer offentligt uttryckt brist på förtroende för mig” och ”-Det här kom i och för sig plötsligt”. Citaten signalerar att Virtanens handlingsutrymme i praktiken varit begränsat, vilken får en att betvivla enhälligheten i uppsägningsbeslutet. Men även om citaten till viss del ifrågasätter hur delaktig Virtanen varit i beslutsfattandet, fungerar de fortfarande som en del av Virtanens karaktärisering som självständig, då han tillåts föra sin egen talan. Inramningen av Virtanen som egenbestämmande kan menas stärka Aftonbladets separering av individen och företaget, då det framställer Virtanen som autonom och agerande efter egna föresatser snarare än organisationens.

Till skillnad från tidigare texter, där tidningens beslut om namnpublicering kontra anonymitet har gällt för både Virtanen och Wallin, visar text 5 på separata ställningstaganden i denna fråga. Wallin anonymiseras till ”en kvinnlig medieprofil” medan Virtanen presenteras med sitt fullständiga namn. Texten ger dock ingen förklaring till detta. Wallin omnämns endast i relation till offentliggörandet av Virtanen på sociala medier och i polisutredningen mot denne. Hon ramas alltså inte in som en visselblåsare eller pionjär för en positiv förändring, men heller inte som en person värd att beklaga eller förkasta.

5.5.5. Hur ramas liknande händelser och organisationer in?

Text 5 är av mycket begränsad längd och omfång, och tar inte upp några direkta jämförelser mellan Aftonbladet och externa situationer. En svag jämförelse görs dock mellan den nuvarande krisen och dess tidigare utvecklingsstadium, kanske för att framhäva att det nuvarande läget är mer anstötligt. Detta kan i så fall tolkas som en inverterad form av **differentiering**. Texten innehåller en redogörelse för Virtanenfallens tidigare skeenden, det vill säga för den nedlagda polisutredningen: ”[Wallin] *anklagade* [Virtanen] *för en våldtäkt som ska ha ägt rum 2006. Händelsen polisanmälades 2011. En förundersökning inleddes, men lades sedan ner då brott inte kunde styrkas.*”. Den tidigare anklagelsen mot Virtanen ramas alltså in som passé, och karaktäriseras av att den inte kunde bevisas. Detta kan jämföras med de misstankar mot Virtanen som senare dykt upp genom #MeToo, vilka visserligen inte heller påstås vara bevisade, men som ändå vid två tillfällen beskrivs som 'allvarliga'. Den senare situationen

ramas alltså till viss del in som mer betungande än Virtanens tidigare misstänkliggörande. Detta kan tolkas som en inverterad form av differentiering, då Aftonbladet bortförklarar deras tidigare passivitet genom att hävda att det senare skeendet var mer allvarligt.

5.6. Sammanställning: resultat och analys

I detta avsnitt ges en mer överskådlig bild av inramningsanalysens resultat, i form av en tabell över vilka imagereparerande strategier som identifierades i Aftonbladets kriskommunikation. En ifylld grön ruta indikerar att strategin återfanns i den angivna analystexten. Inramningsanalysens resultat kommer att kommenteras och diskuteras mer utförligt i det kommande kapitlet.

Tabell 2: Sammanställning av de imagereparerande strategier som hittades i inramningsanalysen.

Strategi	Variant	Text 1	Text 2	Text 3	Text 4	Text 5
Förnekelse	Enkel förnekelse					
	Någon annan skyldig					
Bortförklaring	Provokation					
	Okunskap					
	Olyckshändelse					
	Goda avsikter					
Minska händelsens anstötthet	Bolstering					
	Minimering					
	Differentiering					
	Högre syfte					
	Attackera anklagaren					
	Kompensation					
Tillrättaläggande	Återställa till innan					
	Förhindra upprepning					
Ta på sig skulden/Ursäkt						
Separering						
Besvikelse						

6. Diskussion och reflektion

I detta kapitel diskuteras och analyseras resultaten av inramningsanalysen i relation till det teoretiska ramverket och tidigare forskningsresultat. Den sekundära forskningsfrågan får större utrymme i det här kapitlet, i synnerhet i avsnitt 6.2. som specifikt diskuterar de politiska och sociokulturella variablerna som uppmärksammats från tidigare tvärkulturella studier.

6.1. Vilka imagereparerande strategier använde Aftonbladet?

Inramningsanalysen visar att Aftonbladet använder en bred repertoar av imageåterbyggande strategier i sin kommunikation efter Virtanenkrisen. Som tabellen i avsnitt 5.6. anger användes en majoritet av strategierna i Image Repair Discourse åtminstone en gång under företagets imageförsvar. De enda strategierna som helt förbisågs var provokation samt olyckshändelse. Variationen i Aftonbladets imageförsvar är dock föga anmärkningsvärd i sig själv, då tidigare fallstudier (Benoit, 2017; Len-Ríos, 2010; Fortunato, 2008) visat att organisatoriska kriser ofta bemöts genom ett flertal strategier. Av större intresse är de mer specifika mönstren i företagets krishantering. De tre inledande texterna demonstrerar till exempel en hög grad av passivitet och bortförklarande. Aftonbladet undviker till stor del att skuldbelägga Virtanen och gör inget konkret för att hindra situationen från att upprepas. Företagets energi läggs snarare på att oskadliggöra den kritik som riktats mot organisationen, exempelvis genom att attackera Wallin eller hävda att andra situationer varit värre. Denna avvaktande och skuldförskjutande inställning lämnar så småningom plats för ett något mer ansvarsaccepterande förhållningssätt. Text 4 och 5 innehåller färre förminskningar av situationen och ett större fokus på att lägga den till rätta. Tillrättaläggandet består dock i praktiken av Virtanens förskjutning från företaget. Aftonbladet erkänner sig visserligen vara medskyldig till krisen i text 4, men organisationens slutgiltiga imageförsvar bygger ändå på att Virtanen hålls som ansvarig för skandalen. Aftonbladet accepterar således aldrig det fulla krisansvaret och ber heller inte om ursäkt för händelserna. I återstoden av avsnittet kommer fler intressanta mönster från företagets imageförsvar att diskuteras, med speciellt fokus på hur ansvar tilldelas och hur krissituationens anstötthet och allvar förminskas.

Enligt såväl Benoit (1997) som Coombs och Holladay (2002) är omgivningens uppfattning om vem som bär ansvaret för en krissituation ett fundamentalt element i krishantering. Aftonbladet använder frekvent en personlig ansvarstilldelning, och uppvisar här-

igenom också en tudelad förståelse av ansvarsbegreppet. I text 1, 3 och 4 ramas Aftonbladets ställningstagande in som personliga förpliktelser för tidningens chefredaktör och politiska chefredaktör: ”*Men det här visar tydligt mitt uppdrag som å ena sidan publicist och drivkraften i att berätta sanningen och mitt uppdrag som arbetsgivare med personalansvar för en enskild medarbetare och dennes integritet.*”. Citatet, som är från text 3, visar tydligt den sammanfogning som görs mellan å ena sidan tidningen och företaget, å andra sidan Olsson Olsén som individ och chef. Organisationens pragmatiska ansvar centreras alltså till personer inom ledningsgruppen, och ramas därmed också in som en integrerad del av företaget. Denna ansvarsfördelning finner viss likhet med Benoits (2017: 254) diskussion om tredjeparts-kriskommunikation, i det avseende att de enskilda individernas trovärdighet får en avgörande roll för hur trovärdig organisationens krisstrategi som helhet uppfattas. Aftonbladet koncentrerar även den faktiska skulden för händelserna på en enskild person, men denne distanseras istället från företaget. Själva separeringen från Virtanen, och organisationens underlåtenhet att vidta ytterligare tillrättaläggande åtgärder, vittnar om att Virtanen hålls som ensamt ansvarig för krisen. Aftonbladet använder alltså en personell ansvarstilldelning för att återbygga förtroendet för företaget, antingen genom allierande eller avståndstagande mekanismer. Företagets diversifiering mellan det positiva, lösningsorienterade ansvaret och det negativa, skuldbärande ansvaret har inte uppmärksamrats i någon högre omfattning i tidigare studier, vilket väcker frågor om ansvarsbegreppet behöver preciseras.

Förutom den personella och tvådelade ansvarsfördelningen, bemöter Aftonbladet också ansvarsanmaningar med en mängd bortförklaringar. I samtliga av analystexterna, förutom text 2, förekommer de bortförklarande strategierna okunskap och goda avsikter. Dessa strategier syftar inte till att förneka företagets inblandning i krissituationen, men söker rama in organisationens delaktighet som en konsekvens av rådande omständigheter snarare än som ett grundläggande sakförhållande (Benoit, 1997: 180). Benoit (2006: 303) påpekar dock att strategin okunskap bör och brukar användas med försiktighet, då den kan komma att ifrågasätta imageförsvarens kompetens. Aftonbladets frikostiga applicering av okunskapsstrategin verkar därmed gå emot normerna för imagereparation. Strategin används till stor del för att belysa osäkerheten i anklagelserna mot Virtanen, och därigenom vinna tid i frågan om skuldplacering. Således fyller okunskapsstrategin samma avvaktande funktion som Len-Ríos (2010: 279) tilldelar besvikelsestrategin. Len-Ríos (a.a. 284) konstaterar dock att en alltför passiv krisstrategi kan vara kontraproduktiv i imageåterbyggande syften, då den kan uppfattas som en ovilja att

agera. Aftonbladets fördröjda ställningstagande i Virtanen-fallet kan alltså, tvärtemot organisationens avsikter, leda till en vidare förtroendeförlust för företaget. Aftonbladet använder således bortförklarande strategier dels för att minska allmänhetens uppfattning om organisationens delaktighet i händelseförloppet, dels för att undvika att mer konkret behöva förlägga skulden för händelserna. Den avvaktande och skuldförskjutande inställningen kombineras med, och övergår så småningom fullkomligt till, en personlig ansvarsfördelning, men kanske inte inom en optimal tidsram.

Ansvarskomponenten av Aftonbladets kris kan också diskuteras i relation till Coombs och Holladays (2002) kristypsindelning. Coombs och Holladay (a.a. 167) menar att fastställandet av kristyp är grundläggande för krishantering, då denna speglar allmänhetens uppfattning om kontroll och ansvar. Inramningsanalysen visar att Aftonbladet inte bara ändrar sina imagereparerande strategier över tid, utan även sin porträttering av vad krisen består i. De första tre texterna, och i synnerhet text 2, fokuserar till stor del på Aftonbladets principer för namnpublicering, medan de sista artiklarna snarare diskuterar Virtanens fortsatta karriär och misstankarna om sexuellt våld. Aftonbladet verkar här ha två skilda uppfattningar om vad som utgör krisens kärna, det vill säga vad i organisationens beteende som omvärlden finner problematiskt. Härmed ges ett intryck av att Aftonbladet själv känner osäkerhet över vilken kristyp som händelserna tillhör. Namnpubliceringsfrågan behandlas som någon form av ledningsfel, medan Virtanens fortsatta anställning snarare verkar definieras som ett problem med våld på arbetsplatsen (a.a. 170). Den exakta kristypsrubriceringen är dock inte av avgörande betydelse, i synnerhet eftersom Coombs och Holladay reviderat sina kristypskategorier i flera omgångar. Konsekvenserna av de skilda kristyperna är av större vikt, då den förstnämnda signalerar att ledningen själv är under kritik, medan den senare återigen porträtterar en specifik individ som ansvarig för de negativa händelserna. Det går därmed att dra paralleller mellan hur Aftonbladet definierar krisens kärna och hur de placerar ansvar för händelserna. Aftonbladets tudelade kristypsuppfattning harmoniserar med deras tudelade syn på ansvar.

Enligt Benoit (1997: 178) påverkas organisationers imageåterbyggande inte bara av fördelningen av ansvar, utan även av den upplevda graden av anstötlighet. En av Aftonbladets mest framträdande anstötlighetsåtgärder är bolstering. Bolstering förekommer i samtliga av analysexterna, och är därigenom en av Aftonbladets mest frekvent använda image-reparerande strategier. Företaget skiljer sig i detta avseende från tidigare fallstudieobjekt, där

bolstering främst påträffats som en förstärkare av andra strategier, snarare än som en fundamental del av imageförsvaret (t.ex. Benoit, 2017: 253; Len-Ríos, 2010: 277). Från ett sociokulturellt perspektiv kan detta verka besynnerligt, då svenska sociokulturella uppförandekoder generellt sett inte tillåter en hög grad av självbelåtenhet. Bolsteringstrategin har ju för avsikt att accentuera organisationens positiva egenskaper (Benoit, 1997: 180), och skulle således kunna ses som opassande i det svenska samhället. Aftonbladet använder dock bolstering främst för att markera tidningens tidigare jämställdhetsarbete, goda arbetsgivaregenskaper eller respekt för svenska pressetiska normer, varmed strategin ofta sammanfaller med strategierna högre syfte eller goda avsikter. Även om bolsteringstrategin i grunden är menad att lyfta organisationens goda, interna egenskaper, fungerar den alltså som ett sätt att förmedla Aftonbladets ställningstagande i större sociopolitiska frågor, såsom jämställdhet, arbetarrättigheter och pressetik. Bolsteringstrategin kan därmed menas ha dubbla, anstötlighetsangripande funktioner i Aftonbladets imageförsvaret: dels höjer den Aftonbladets positiva karaktärsdrag, dels förflyttar den fokus från organisationens agerande till situationens större, samhälleliga kontext.

Aftonbladets perspektivförskjutande imageförsvaret blir ännu tydligare i deras användning av strategierna differentiering och minimering. Företaget jämför den egna situationen med andra aktörer och händelser, exempelvis i syfte att framställa andra mediekällor som omoraliska. Framför allt i text 1 och 2 differentierar Aftonbladet tydligt mellan traditionella mediehus och sociala medier. Mediekällorna särskiljs specifikt på deras etiska ställningstaganden, snarare än andra karaktäriserande egenskaper såsom kommunikationsriktning eller modalitet, varmed jämförelserna direkt blir värderande. Nedvärderingen av sociala medier fungerar också som en attack mot Aftonbladets anklagare, oftast representerade av Wallin, då dessa associeras med de nya medierna. Benoit (2017: 253) uppmärksammar en liknande sammanvävning av differentiering och motattack i Donald Trumps imageförsvaret. Benoit menar att framgången hos de parkopplade strategierna beror på hur relevant den jämförande kritiken är, och varnar för att blaséartade jämförelser kan ha motsatt effekt på organisationens förtroendekapital. Då Aftonbladets jämförande attacker berörde den då nystartade #MeToo-rörelsen lär dessa dock inte ha upplevts som uttjatade. Den attackerande differentieringsstrategin förekommer framför allt i de första analystexterna, medan Aftonbladet i text 4 och 5 skiftar till en mindre anklagande form av differentiering. De senare jämförelserna utgår istället från differentierade grader av sexism, och efterliknar därav företagets användning av minimeringsstrategin.

Aftonbladet applicerar minimeringsstrategin genom att jämföra Virtanen-skandalen med samhällliga jämställdhetsproblem, för att på så vis att minimera den egna situationen. ”*Inga former av trakasserier eller övergrepp får förekomma, på Aftonbladet, på andra arbetsplatser, i hemmen, på krogen inte någonstans i samhället. / Det är allas vårt ansvar*”, skriver textförfattaren i text 1, och omdefinierar därmed både krisens rumsliga förankring och krisansvaret till en fråga om samhällets övergripande jämställdhetsarbete. Snarlika tankegångar uttrycks också i text 3 och 4. Såväl Len-Ríos (2010: 283) som Fortunato (2008: 120) finner liknande perspektivförskjutningar i Duke universitetets imageförsvar, men dessa ska ha anknytning till rasism snarare än könsmaksstrukturer. Aftonbladets referenser till de större jämställdhetsutmaningarna i samhället skulle kunna ses som en reflektion av att jämställdhetsfrågor inkorporerats i den svenska nationalidentiteten (Lilja & Johansson, 2018: 86). Företagets användning av minimeringsstrategin är därmed kanske inte iögonfallande i sig själv, men dess specifika jämförelsepunkter fungerar som en tydlig kontextuell markör.

Inramningsanalysen klargjorde alltså att Aftonbladet använde merparten av de imagereparerande strategierna som beskrivs i Image Repair Discourse för att försvara sig efter Virtanenkrisen. Organisationen skiljer sig från tidigare fallstudier framför allt i fråga om deras ansvarstildelning, som kan menas vara personell och tvådelad. Tudelningen kan eventuellt härledas till att Aftonbladet verkar försvara sig från två typer av krisanklagelser. Aftonbladet är också ovanligt frekvent i sin användning av strategin okunskap, men detta kan kanske förklaras av att strategin nyttjas som en variant av den avvaktande besvikelsestrategin. Företagets anstötthetsanknutna imagereparation verkar vara mer i linje med tidigare forskningsresultat, även om deras markanta användning av bolstering förvånar. En möjlig förklaring till Aftonbladets påfallande starka bolsteringstrategi ges i diskussionen om politisk ideologi i nästa avsnitt. Aftonbladets användning av såväl bolstering som differentiering och minimering skulle därmed kunna uppfattas som sociokontextuellt vägleda strategival.

6.2. Hur påverkades Aftonbladets imageförsvar av deras sociokulturella kontext?

Som diskuterat i teorikapitlet saknas det i dagsläget ett robust teoretiskt ramverk för hur politiska och sociokulturella aspekter påverkar valet av imageåterbyggande strategier. I relation till imagereparering efter sexualbrott ger dock García (2011: 294) förslag om att faktorer som maktdistans, osäkerhetsundvikande och nationella mediestrukturer kan förklara varför olika strategier är effektiva i olika länder. Xifra (2012: 483) erbjuder en mer svepande förklaring om

att omständigheterna runtomkring händelserna kan påverka vilka strategier som används, till exempel vilka rättsliga påföljder som realiserats. Svensson (2009) visar att även ideologisk miljö kan ha inverkan på organisationers krisstrategier. Såväl nationella, fysiska inrättningar som mer implicita politiska och sociokulturella karaktärsdrag menas alltså kunna bidra till tvärkulturella skillnader i imagereparering. Detta avsnitt har för avsikt att utvärdera hur, eller om, de ovan nämnda variablerna påverkat Aftonbladets specifika imageförsvar.

Ett av de mer iögonfallande resultaten från inramningsanalysen är att Aftonbladet är ovillig att acceptera det fulla krisansvaret, och därför inte ber om ursäkt för händelserna. Detta är anmärkningsvärt i sig självt, men också för att det går emot Garcías (2011) hypotes om sociokulturell inverkan. García (a.a. 295) menar att länder med låga nivåer av maktdistans och osäkerhetsundvikande är troliga att välja mer ansvarstagande och ursäktande former av imagereparering. Enligt Hofstedes m.fl. (2011: 82 och 238) beräkningar har Sverige mycket låga värden på dessa variabler, vilket torde innebära att ett svenskt företag som Aftonbladet är snabbt med att axla ansvaret för en krissituation och be om förlåtelse för ett felaktigt beteende. Som visat är dock Aftonbladets ansvarstagande villkorat och ofullständigt, och företaget framför ingen ursäkt. Aftonbladets imagereparation följer därmed inte det mönster av sociokulturell påverkan som García hittat, åtminstone inte till den nivå som förväntades. En bakomliggande förklaring kan vara att jämförelsepunkterna mellan denna uppsats och Garcías studie var bristfälliga: Virtanenfallet berörde juridiskt brottsliga händelser snarare än omoraliskt beteende, och uppsatsen har studerat organisationens snarare än individens imageförsvar. Trots det markerar Aftonbladets ansvarsförskjutande inställning att maktdistans och osäkerhetsundvikande inte till fullo kan förklara sociokulturell variation inom imageåterbyggande.

Variablerna maktdistans och osäkerhetsundvikande kan kanske inte fullt förklara Aftonbladets krishantering, men det nationella medielandskapet kan ha färgat organisationens imageförsvar. Aftonbladet hänvisar frekvent till svenska pressetiska normer och institutioner för att betona att deras hantering av krisen är regelriktig. Detta framkommer tydligast i text 2, då företaget totalt förnekar att deras namnpubliceringspolicy är klandervärd. Mediesystemets uppbyggnad verkar således kunna påverka kriskommunikationens innehåll, genom att påverka vad som anses vara acceptabelt vis-a-vis kontroversiellt, och därigenom vad som behöver adresseras. Mediesystemet verkar dessutom kunna influera valet av krisstrategier. Aftonbladet refererar främst till de pressetiska normerna för att belysa organisationens positiva egenskaper,

såsom deras professionalitet och moralitet. Som visat i inramningsanalysen kan detta tolkas som bolstering, men åkallan av en högre, institutionaliserad pressnorm pekar även på att företaget betonar sina goda avsikter och högre syften. Uppsatsen ger därmed belägg för att det nationella mediasystemet kan påverka såväl innehållet som formen på organisationers image-återbyggande. Det här går hand-i-hand med Garcías (2011: 294) förslag om att skillnader i nationella medielandskap kan förklara varför aktörer från olika länder väljer olika image-reparerande strategier. Enligt Hallins och Mancinis (2004: 67) indelning klassas det svenska presssystemet som "Democratic Corporatist Model", som bland annat kännetecknas av en hög grad av professionalitet och självreglering. Dessa karaktärsdrag speglas tydligt i Aftonbladets referenser till pressetik, varmed det svenska mediasystemet kan menas ha färgat både sakinnehållet och utförandet av Aftonbladets imageförsvar. Viktigt att poängtera är dock att den mediasystematiska påverkan torde vara påfallande stor för just Aftonbladet, då företaget själv är en mediekälla och därav en integrerad del av det nationella medielandskapet. Organisationer med svagare koppling till mediasystemet kanske inte skulle bli lika kraftigt influerade.

Det svenska presssystemet är inte den enda nationella institutionen som Aftonbladet hänvisar till eller bygger sitt imageförsvar runt. Aftonbladet framhäver också att deras hantering av Virtanen-fallet visar respekt och förtroende för det svenska domstolsväsendet. Samtliga av de analyserande texterna accentuerar att Virtanen inte blivit juridiskt dömd för våldtäkt. Aftonbladets passiva inställning till fallet menas härigenom vara rättsligt korrekt och således stå över all kritik. Samtidigt ramar dock företaget in det svenska rättssystemet som otillräckligt i frågor om sexualbrott. Chefredaktören erkänner i text 3 att *"vi har ju själva flera gånger rapporterat om att det kan vara svårt att hitta fällande bevis mot gärningsmän i våldtäktsärenden"*, och företaget tillsätter trots allt en intern utredning – en rättsprocess utanför det offentliga juridiska systemet – mot Virtanen. Aftonbladet visar således två inte fullt kompatibla förhållningssätt till det svenska rättssystemet: de refererar till domstolsväsendet för att belysa Aftonbladets rättrådighet och goda avsikter, men genomför samtidigt tillrättaläggande åtgärder på grund av det juridiska systemets tillkortakommanden. Under antagandet att mediekällor som Aftonbladet både reflekterar och influerar allmänhetens åsikter, kan denna dualistiska inställning i någon mån antas spegla den allmänna uppfattningen om det svenska rättssystemet. Xifra (2012: 482) vittnar om att försvarstal efter sexualbrott inte gärna kan flyttas mellan olika nationella kontext, då såväl kulturella som rättsliga aspekter

påverkar hur strategierna tas emot. Uppfattningen om att det svenska rättsväsendet på samma gång är beundransvärd och undermålig torde vara ett exempel på en dylik, kontextspecifik variabel. En vidare undersökning behövs för att fastställa vilka kulturella, politiska eller socioekonomiska förhållanden som ligger till grund för den tudelade bilden av det svenska domstolsväsendet, men Aftonbladets krishantering illustrerar ändå att kontextuella rättsliga faktorer och allmänhetens inställning till rättssystemet kan påverka valet av krisstrategi.

Från att ha diskuterat vilka effekter som det svenska rättsväsendet har på imageåterbyggande är steget inte alltför långt till att resonera om effekterna av svensk, politisk ideologi. Svensson (2009: 562) menar att Sveriges ideologiska miljö präglas dels av traditionsbunden, socialdemokratisk kollektivism, dels av en nyvunnen neoliberalism och individualism, och att detta kan resultera i tudelade krisstrategier. Aftonbladets kriskommunikation kan menas spegla detta, då företagets anstötthetsåtgärder riktas mot att placera krisen i ett större sammanhang, medan ransoneringen av ansvar främst sker till individer. Som tidigare diskuterats använder Aftonbladet en osedvanlig mängd bolstering och minimerande jämförelser mellan krissituationen och samhälleliga jämställdhetsproblem. Då bolsteringstrategin främst lyfter Aftonbladets konformitet med svenska sociopolitiska värdegrunder, kan båda dessa strategier menas innefatta en perspektivförskjutning från det individuella företaget till krisens större, kollektiva sammanhang. Aftonbladets resonemang om pressetik och det svenska domstolsväsendet kan också ses som indikationer på en kollektivistisk medvetenhet, då de belyser samhällsgemensamma inrättningar. I kontrast till detta besvaras krisansvarsfrågan med ett utpekande av individer, både gällande det pragmatiska ansvaret och den negativa skulden. Mer övergripande kan man också konstatera att Aftonbladets krishantering i grund och botten är neoliberalt och individualistiskt bunden, då dess slutgiltiga mål är att återbygga den individuella organisationens image och intäktsmöjligheter. Sammansmältningen av kollektivism och individualism, som enligt Svensson är karaktäristisk för den svenska ideologiska miljön, framträder alltså tydligt i Aftonbladets imagereparation.

Den sociokulturella diskussionen om Aftonbladets krishantering visar att nationella faktorer som mediasystem, förtroendegrad för domstolsväsendet och ideologiska sammansättningar kan påverka organisationers val och användning av imagereparerande strategier. Inramningsanalysen visar däremot lite stöd för att graden av maktdistans och osäkerhetsundvikande skulle ha en avgörande effekt på organisationers kriskommunikation. Den här undersökningen är dock alltför begränsad för att ge ett definitivt besked om vilka

politiska och sociokulturella omständigheter som har vilken effekt på organisationers imageförsvär. De potentiella påverkansvariablerna skulle behöva undersökas närmare, till exempel genom jämförande fallstudier, för att säkerställa att de har faktiskt snarare än tillfällig eller slumpmässig effekt på imagereparation.

7. Slutsatser

Image Repair Discourse (Benoit, 1997) är ett teoretiskt ramverk för att undersöka hur organisationer använt kommunikativa medel för att hantera förtroendeförluster efter organisatoriska kriser. Den ursprungliga teorin innefattar fem övergripande strategier, men tillägg från Brinson och Benoit (1999) och Len-Ríos (2010) har utökat listan till sju enheter. Image Repair Discourse har applicerats i åtskilliga fallstudier och på flera olika typer av kriser, men har framför allt förankrats till ett nordamerikanskt sammanhang. Forskare som García (2011: 293) och Xifra (2012: 483) påpekar därför att fler tvärkulturella studier behövs för att undvika etnocentrism inom ramverket. Denna uppsats har analyserat hur Aftonbladet använde imagereparerande strategier för att hantera en förtroendekris i samband med den svenska #MeToo-kampanjen, och har i detta försökt att visa medvetenhet om svenska politiska och sociokulturella omständigheter och möjliga påverkansfaktorer.

Analysen visade att Aftonbladet använde en omfattande repertoar av image-reparerande strategier. Företagets kvantitativa användning av imageåterbyggande strategier är dock mindre uppseendeväckande än deras kvalitativa applicering av dessa. Aftonbladet för ett intressant resonemang om krisansvar, vilket de i stort framställer som personellt och tvådelat. Organisationen är öppen med att acceptera det pragmatiska ansvaret för att tillrättalägga händelserna, men placerar den egentliga skulden på den anklagade individen. Aftonbladet ber därför heller aldrig om ursäkt för krisen. Företaget utmärker sig också från tidigare forskningsobjekt genom sin markanta användning av okunskap och bolstering, vilka tidigare främst påträffats som stödjande imagestrategier. Detta är oförväntat, inte bara på grund av att mönstret inte speglats i tidigare fallstudier, utan också då bolsteringsstrategin skulle kunna uppfattas som tabubelagd i det svenska samhället och då okunskap kan ge intryck av inkompetens. Aftonbladet använder okunskapsstrategin främst för att undvika ansvarsutdelning, och bolstering för att lyfta organisationens samstämmighet med sociopolitiska ideal. Dessutom genomför företaget frekventa perspektivförskjutningar för att framställa den egna situationen som mindre allvarlig än samhällets jämställdhetsproblem. I grova drag försvarar alltså Aftonbladet sin image genom att rama in ansvaret för Virtanenskandalen som en börda för enskilda personer, och krisen i sig som en samhällelig snarare än organisatorisk angelägenhet.

Aftonbladets stundvis okonventionella strategianvändning pekar på att valet av imagereparerande strategier kan färgas av organisationens sociokulturella kontext. För att

konkretisera detta diskuterades faktorerna maktdistans, osäkerhetsundvikande, mediesystem, förtroende för rättssystemet och ideologiska sammansättningar som möjliga påverkansvariabler. Merparten av dessa verkar ha reflekterats i Aftonbladets strategianvändning, men vidare forskning behövs för att säkerställa påverkansmekanismen hos faktorerna.

7.1. Vidare forskning

Då denna undersökning genomförts som en enskild fallstudie lämpar den sig inte för empirisk generalisering. De resultat som studien genererat, i fråga om Aftonbladets specifika strategival, får därmed ses som intressanta i sin egen rätt, men kan inte menas vara allmängiltiga för alla svenska förtroendekriser eller ens alla svenska förtroendekriser som berör sexualbrottsanklagelser. De empiriska resultaten kan inte förflyttas till andra populationer, men däremot lyfter studien viktiga teoretiska koncept och överväganden som behöver studeras vidare. Till att börja med bekräftar studien att inramningsteorin och Image Repair Discourse är kompatibla och att de med fördel kan appliceras tillsammans. Ett nytt analyschema som kombinerade dessa två teorier utformades specifikt för undersökningen. Analysverktyget skulle behöva revideras och appliceras på andra studieobjekt för att säkerställa verktygets funktionsduglighet. Undersökningen lyfter också fram att vissa koncept inom det imagereparerande ramverket behöver preciseras. Ansvarsbegreppet behöver till exempel omprövas, då den studerade organisationen visade upp en tudelad och värdeladdad ansvarsfördelning som inte täcks av tidigare forskning. Slutligen behövs, som merparten av denna uppsats betonat, en vidare undersökning av hur politiska, ekonomiska och sociokulturella variabler påverkar valet av imagereparerande strategier. Faktorerna maktdistans, osäkerhetsundvikande, mediesystem, rättsväsende och ideologi bör återstuderas i syfte att belägga orsakssamband, och vidare politiska och sociokulturella aspekter bör också utforskas. I relation till det specifika fallet behövs en djupare analys av Sveriges jämställdhetspolicy och hur denna påverkat Aftonbladets imagereparation. Den här uppsatsen har alltså inte gjort anspråk på att fylla ut det teoretiska tomrum som finns gällande sociokulturell sensitivitet i Image Repair Discourse, men har ändå försökt att medföra en sociokulturell medvetenhet till analysen.

8. Referenslista

- Agius, C. (2019). Social constructivism. I A. Collins (Red.), *Contemporary Security Studies*. (74-90). Oxford: Oxford University Press
- Askanius, T. & Hartley, J. M. (2019). Framing gender justice: a comparative analysis of the media coverage of #metoo in Denmark and Sweden. *Nordicom Review*, 40(2), 19-36. DOI: 10.2478/nor-2019-0022
- Benoit, W. L. (1997). Image repair discourse and crisis communication. *Public Relations Review*, 23(2), 177-186. DOI: 10.1016/S0363-8111(97)90023-0
- Benoit, W. L. (2006). President Bush's image repair effort on meet the press: the complexities of defeasibility. *Journal of Applied Communication Research*, 34(3), 285-306. DOI: 10.1080/00909880600771635
- Benoit, W. L. (2014). Image repair theory in the context of strategic communication. I D. Holtzhausen & A. Zerfass (Red.), *The Routledge Handbook of Strategic Communication*. (303-311). Abingdon: Routledge. Hämtad från <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.ub.gu.se/lib/gu/detail.action?docID=1864740&pq-origsite=primo>
- Benoit, W. L. (2017). Image repair on the Donald Trump "Access Hollywood" video: "grab them by the p*ssy". *Communication Studies*, 68(3), 243-259. DOI: 10.1080/10510974.2017.1331250
- Brinson S. L. & Benoit, W. L. (1999). The tarnished star: restoring Texaco's damaged public image. *Management Communication Quarterly*, 12(4), 483-510. DOI: 10.1177/0893318999124001
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods*. Fjärde upplagan. Oxford: Oxford University Press
- Chong, D. & Druckman, J. N. (2007). Framing theory. *Annual Review of Political Science*, 10(1), 103-126. DOI: 10.1146/annurev.polisci.10.072805.103054
- Coombs, W. T. (1999). Information and compassion in crisis responses: a test of their effects. *Journal of Public Relations Research*, 11(2), 125-142. DOI: 10.1207/s1532754xjpr1102_02
- Coombs, W. T. (2004). Impact of past crises on current crisis communication: insights from situational crisis communication theory. *The Journal of Business Communication*, 41(3), 265-289. DOI: 10.1177/0021943604265607
- Coombs, W. T. & Holladay, S. J. (2002). Helping crisis managers protect reputational assets: initial tests of the situational crisis communication theory. *Management Communication Quarterly*, 16(2), 165-186. DOI: 10.1177/089331802237233

- Entman, R. M. (1993). Framing: towards clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. DOI: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x
- Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H., Towns, A., & Wängnerud, L. (2017). *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Femte upplagan. Stockholm: Wolters Kluwer
- Falkheimer, J. & Heide, M. (2015). Trust and brand recovery campaigns in crisis: Findus Nordic and the horsemeat scandal. *International Journal of Strategic communication*, 9(2), 134-147. DOI: 10.1080/1553118X.2015.1008636
- Fortunato, J. A. (2008). Restoring a reputation: the Duke University lacrosse scandal. *Public Relations Review*, 34(29), 116-123. DOI: 10.1016/j.pubrev.2008.03.006
- Gamson, W. A. (1992). *Talking Politics*. Cambridge: Cambridge University Press
- García, C. (2011). Sex scandals: A cross-cultural analysis of image repair strategies in the cases of Bill Clinton and Silvio Berlusconi. *Public Relations Review*, 37(3), 292-296. DOI: 10.1016/j.pubrev.2011.03.008
- Golafshani, N. (2003). Understanding reliability and validity in qualitative research. *Qualitative Report*, 8(4), 597-607. DOI: 10.46743/2160-3715/2003.1870
- Hallin, D. C. & Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press. Hämtad från <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.ub.gu.se/lib/gu/detail.action?docID=266614>
- Hartley, J. M. & Askanius, T. (2020). Activist-journalism and the norm of objectivity: role performance in the reporting of the #metoo movement in Denmark and Sweden. *Journalism Practice, ahead-of-print*(ahead-of-print), 1-18. DOI: 10.1080/17512786.2020.1805792
- Hearit, K. M. (2006). *Crisis Management by Apology: Corporate Response to Allegations of Wrongdoing*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates
- Hermann, C. F. (1963). Some consequences of crisis which limit the viability of organizations. *Administrative Science Quarterly*, 8(1), 61-82. DOI: 10.2307/2390887
- Hofstede, G., & Hofstede, G. J. (2005). *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. New York: McGraw-Hill
- Hofstede, G., Hofstede, G. J. & Minkov, M. (2011). *Organisationer och Kulturer* (S. Nordfeldt, översättare). Tredje upplagan. Lund: Studentlitteratur

- Kudo, P. (2018, 20 september). Cissi Wallin nära åtal för våldtäktsanklagelse. *Svenska Dagbladet*. Hämtad från <https://www.svd.se/cissi-wallin-nara-atal-for-valdtaktsanklagelse> [Hämtad 28-03-2021]
- Lapidus, A. (2017, 25 oktober). Virtanen anklagas för sexövergrepp. *Expressen*. Hämtad från <https://www.expressen.se/nyheter/fredrik-virtanen-anklagas-for-sexovergrepp/> [Hämtad 28-03-2021]
- Len-Ríos, M. E. (2010). Image repair strategies, local news portrayals and crisis stage: a case study of Duke University's lacrosse team crisis. *International Journal of Strategic Communication*, 4(4), 267-287. DOI: 10.1080/1553118X.2010.515534
- Lilja, M. & Johansson, E. (2018). Feminism as power and resistance: an inquiry into different forms of Swedish feminist resistance and anti-genderist reactions. *Social Inclusion*, 6(4), 82-94. DOI: 10.17645/si.v6i4.1545
- Nilsson, M. (2020, 9 december). JK utreder Cissi Wallin. *Dagens Media*. Hämtad från <https://www.dagensmedia.se/medier/digitalt/jk-utreder-cissi-wallin/> [Hämtad 26-05-2021]
- Nilsson, B. & Lundgren, A. S. (2021). The #MeToo movement: men and masculinity in Swedish news media, *Journal of Men's studies*, 29(1), 8-25. DOI: 10.1177/1060826520913613
- Nordberg, J. (2017, 25 oktober). Advokat: ”allvarligt med arbetsgivarens tystnadskultur”. *Svenska Dagbladet*. Hämtad från <https://www.svd.se/advokaten-arbetsgivarens-tystnadskultur-ser-jag-som-mycket-allvarligt> [Hämtad 28-03-2021]
- Pouliot, A. (2019). #HerToo? Academic exclusion in the age of #MeToo, *Tulsa Studies in Women's Literature*, 38(1), 229-234. DOI: 10.1353/tsw.2019.0013
- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49(1), 103-122. DOI: 10.1111/j.1460-2466.1999.tb02784.x
- Stenbacka, C. (2001). Qualitative research requires quality concepts of its own. *Management Decision*, 39(7), 551-555. DOI: 10.1108/EUM0000000005801
- Sundkvist, F. & Nordberg, J. (2017, 25 oktober). 12 kvinnor anklagar Aftonbladetprofil för sextrakasserier och övergrepp. *Svenska Dagbladet*. Hämtad från <https://www.svd.se/12-kvinnor-anklagar-aftonbladetprofil-for-sextrakasserier-och-overgrepp> [Hämtad 28-03-2021]
- Svensson, P. (2009). Embracing left and right: image repair and crisis communication in a polarized ideological milieu. *Management Communication Quarterly*, 22(4), 555-576. DOI: 10.1177/0893318908331323

- Tambe, A. (2018). Reckoning with the silences of #MeToo. *Feminist Studies*, 44(1), 197-203. DOI: 10.15767/feministstudies.44.1.0197.
- Teorell, J. & Svensson, T. (2016). *Att Fråga och att Svara*. Stockholm: Liber
- Tjurfjell, K. (2017, 25 oktober). Fredrik Virtanen: jag har inte våldtagit någon. *Svenska Dagbladet*. Hämtad från <https://www.svd.se/fredrik-virtanen-jag-har-inte-valdtagit-nagon> [Hämtad 28-03-2021]
- TT. (2017, 25 november). Cissi Wallin: vill inte ha någon hjältegloria. *Svenska Dagbladet*. Hämtad från <https://www.svd.se/cissi-wallin-vill-inte-ha-nagon-hjaltegloria> [Hämtad 28-03-2021]
- TT. (2019, 9 december). Cissi Wallin döms efter inlägg om Virtanen. *Svenska Dagbladet*. Hämtad från <https://www.svd.se/fortal-eller-inte--nu-kommer-dom-mot-wallin> [Hämtad 26-04-2021]
- Törner, A. (2017, 19 oktober). Aftonbladet-medarbetaren tar timeout. *Dagens Media*. Hämtad från <https://www.dagensmedia.se/medier/dagspress/aftonbladet-medarbetaren-tar-timeout-6878558> [Hämtad 28-03-2021]
- Vigsø, O. (2016). *Kriskommunikation* (L. Sjösten, översättare). Lund: Studentlitteratur
- Wan, H.-H., & Pfau, M. (2004). The relative effectiveness of inoculation, bolstering, and combined approaches in crisis communication. *Journal of Public Relations Research*, 16(3), 301-328. DOI: 10.1080/1532-754X.2004.11925131
- Wicklén, J. (2017, 9 december). Fredrik Virtanen lämnar Aftonbladet. *SVT Nyheter*. Hämtad från <https://www.svt.se/nyheter/inrikes/fredrik-virtanen-lamnar-aftonbladet> [Hämtad 26-04-2021]
- Xifra, J. (2012). Sex, lies, and post-trial publicity: the reputation repair strategies of Dominique Strauss-Kahn. *Public Relations Review*, 38(3), 477-483. DOI:10.1016/j.pubrev.2012.03.002

9. Bilaga 1: analysmaterial

Text 1: Olsson Olsén, S. (2017, 18 oktober). Aftonbladet har nolltolerans mot sexuella trakasserier och övergrepp. *Aftonbladet*. Tillgänglig via <https://www.aftonbladet.se/nyheter/kolumnister/a/dg57o/aftonbladet-har-nolltolerans-mot-sexuella-trakasserier-och-overgrepp>
[Hämtad från Mediarkivet Retriever Research 25-03-2021]

Text 2: Aftonbladet. (2017, 19 oktober). Lena Mellin: Vi har en restriktiv inställning till namnpubliceringar. *Aftonbladet*. Tillgänglig via <https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/gVXn9/lena-mellin-vi-har-en-restriktiv-installning-till-namnpubliceringar>
[Hämtad från Mediarkivet Retriever Research 25-03-2021]

Text 3: Aftonbladet. (2017, 25 oktober). Sofia Olsson Olsén: “Vi kunde absolut ha agerat snabbare”. *Aftonbladet*. Tillgänglig via <https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/E0BbG/sofia-olsson-olsen-vi-kunde-absolut-ha-agerat-snabbare>
[Hämtad från Mediarkivet Retriever Research 25-03-2021]

Text 4: Pettersson, K. (2017, 29 oktober). Om krisen på Aftonbladet. *Aftonbladet*. Tillgänglig via <https://www.aftonbladet.se/ledare/a/Lye7p/om-krisen-pa-aftonbladet>
[Hämtad från Mediarkivet Retriever Research 25-03-2021]

Text 5: Aftonbladet. (2017, 9 december). Fredrik Virtanen lämnar Aftonbladet. *Aftonbladet*. Tillgänglig via <https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/qnL4jO/fredrik-virtanen-lamnar-aftonbladet>
[Hämtad från Mediarkivet Retriever Research 25-03-2021]