



**JMG – INSTITUTIONEN FÖR  
JOURNALISTIK, MEDIER OCH  
KOMMUNIKATION**

# **“Den största boven och förgriparen i det här är TV4-ledningen”**

*En kvalitativ studie om TV4s kriskommunikation under  
Martin Timell-krisen*

*Moa Luhnevåg & Sofie Paulsson*

---

|                         |   |
|-------------------------|---|
| Uppsats/Examensarbete:  | 15 hp   |
| Program och/eller kurs: | MK1500 Examensarbete i Medie- och kommunikationsvetenskap |
| Nivå:                   | Grundnivå   |
| Termin/år:              | HT2018  |
| Handledare:             | Orla Vigsö  |
| Kursansvarig:           | Malin Sveningsson   |

## Abstract

|                         |   |
|-------------------------|---|
| Uppsats/Examensarbete:  | 15 hp   |
| Program och/eller kurs: | MK1500 Examensarbete i Medie- och kommunikationsvetenskap |
| Nivå:                   | Grundnivå   |
| Termin/år:              | HT2018  |
| Handledare:             | Orla Vigsö  |
| Kursansvarig:           | Malin Sveningsson   |
| Sidantal:               | 49 exklusive summary, bilagor och referenser              |
| Antal ord:              | 18320   |
| Nyckelord:              | Kriskommunikation, kriskommunikationsstrategi, TV4        |

---

**Syfte:** Att undersöka vilka strategier TV4 använt sig av i sin kriskommunikation i samband med att en medarbetare anklagats för sexuella trakasserier.

**Teori:** Situational Crisis Communication Theory, Retorisk Arena

**Metod:** Textanalytisk metod

**Material:** 13 texter publicerade mellan den 13 oktober 2017 och 23 november 2017 undersöks. Dessa texter är publicerade av Aftonbladet, Dagens Nyheter, Expressen, Lulu Carter och TV4.

**Resultat:** Studiens huvudsakliga resultat visar på att TV4 främst använder sig av *bortförklaring*, *förlåtelse*, *inställsamhet* samt *offer-strategin* i sin kriskommunikation om Martin Timell-krisen. *Ånger* samt *motattack* förekommer också, men inte i lika stor utsträckning. Detta innebär att TV4 främst använder sig av strategier inom den *återuppbyggande* kategorin, dock förekommer även strategier inom de *förnekande* och *förminskande* kategorierna. Utifrån de kristyper som presenteras i Situational Crisis Communication Theory befann sig TV4 i en *förebyggbar* kris, vilket innebär att anses bära stort eller allt ansvar i krisen. I en förebyggbar kris rekommenderas genomgående användning av återuppbyggande strategier för en effektiv kommunikation, vilket TV4 inte var helt konsekventa i.

*Efter att ha slitit oss i håret och på hållit på att bli galna av denna uppsats är vi äntligen i mål. Det har varit många tuffa veckor och vi har velat mycket fram och tillbaka. Men trots det stod vi starka som duo och vi är mycket tacksamma för varandras stöd, som inkluderat både ris och ros.*

*Vi vill också passa på att tacka vår härliga handledare Orla Vigsö, expert inom ämnet, som mitt i allt kaos stöttat oss och trott på våra idéer.*

*Sist, men inte minst, vill vi också tacka för dessa tre år på JMG. Nu är det dags för nya äventyr!*

## Executive summary

During the autumn of 2017 the global #metoo campaign flourished resulting in countless accusations of sexual harassment in the workplace. The TV and film industry was hit hard with many severe accusations where these problems were said to have been known by managements for a long time prior to the #metoo campaign. In Sweden, one of the most highlighted cases was the accusations of the beloved TV personality *Martin Timell* at TV4. A former colleague of Timell, Lulu Carter, posted a collage on Instagram of Timell next to Harvey Weinstein, who was accused of several cases of sexual harassments in Hollywood. In the caption Carter describes Timell as TV4's equivalent to Hollywood's Harvey Weinstein. This resulted in multiple accusations as several other women stepped forward with their stories about Timell and TV4s knowledge about his behaviour.

The purpose of this study is to identify and describe the crisis communication strategies used by TV4 during the "*Timell crisis*", using Timothy Coomb's *Situational Crisis Communication Theory* as a base. Through text analysis, the intention is to find out what strategies TV4 used during the first month after the first accusations towards a co-worker. The rhetorical arena of the crisis is used as a tool when analyzing the actors of the crisis and their opinions about whom to blame the crisis for. This is later used to identify the crisis situation and thereby the recommended crisis strategies presented in SCCT. Case studies on this type of situation, where an organization is forced to handle a crisis as a result of accusations of sexual harassments towards a co-worker, are neither many nor profound. These types of crisis situations have become more frequent and are therefore of importance in communication studies. The aim of this study is to start filling the gap in this area of communications, in how organizations use crisis communication strategies to handle these types of situations.

The study is limited to articles, press releases and blog posts published from the 13th of October 2017 to the 23rd of November 2017 discussing the situation, as crisis communication tends to be in its most intense phase close to the trigger point of the crisis. The material analyzed in this study are all press releases and blog posts posted by TV4 in their press room and blog during the time span mentioned, as well as six externally published articles about the crisis which TV4's texts respond to.

The main result shown is that TV4 used several different strategies to communicate about the crisis. The primary strategies, as presented by SCCT, used by TV4 where *rebuilding strategies*. *Reinforcing*, *diminishing* and *denial* strategies were also used, but nearly as much as *rebuilding*. Stakeholders attributed the largest amount of responsibility in the crisis to TV4, which means that the crisis type is identified as a *preventable* crisis. The strategies recommended in SCCT for an effective crisis communication in a preventable crisis are continuous use of *rebuilding strategies*, which TV4 partially does. The theory also suggest using reinforcing strategies along with one of the other strategies, which TV4 did. The most used reinforcing strategy were *bolstering* in which TV4 praised stakeholders. Despite using rebuilding strategies, TV4 also used other strategies which in SCCT is considered unfavourable, and might be a reason for the loss of faith in TV4 as an organisation, presented by statistics from Förtroendebarmetern (Förtroendebarmetern, 2018).

# Innehållsförteckning

|   |    |
|---|----|
| 1. Inledning.....                                       | 1  |
| 2. Bakgrund.....  | 2  |
| 2.1 Den globala #metoo-rörelsen.....                    | 2  |
| 2.2 Vad är en kris?.....                                | 3  |
| 2.2.1 Organisatoriska kriser.....                       | 4  |
| 2.3 Martin Timell-krisen.....                           | 4  |
| 3. En lucka i forskningen.....                          | 5  |
| 4. Syfte, frågeställningar och avgränsningar.....       | 6  |
| 4.1 Syfte och frågeställningar.....                     | 6  |
| 4.2 Avgränsningar.....                                  | 6  |
| 5. Teoretisk utgångspunkt.....                          | 8  |
| 5.1 Kriskommunikation.....                              | 8  |
| 5.1.1 Kriskommunikationsstrategier.....                 | 8  |
| 5.2 Situational Crisis Communication Theory.....        | 9  |
| 5.2.1 Attributionsteorin.....                           | 9  |
| 5.2.2 Olika typer av kriser.....                        | 10 |
| 5.2.3 Inramning av ansvar.....                          | 10 |
| 5.2.4 Attribution av ansvar beroende på kristyp.....    | 11 |
| 5.2.5 Situationsbaserade kommunikationsstrategier.....  | 11 |
| 5.2.6 SCCTs etiska krav.....                            | 13 |
| 5.3 Den retoriska arenan.....                           | 13 |
| 5.3.1 En flerstämmig arena.....                         | 14 |
| 5.3.2 Makroperspektivet.....                            | 14 |
| 5.3.2 Mikroperspektivet.....                            | 15 |
| 6. Tidigare forskning.....                              | 17 |
| 6.1 Tillämpning av SCCT – Fallet Harvey Weinstein.....  | 17 |
| 6.1.1 Kriskommunikationen.....                          | 17 |
| 6.1.2 Slutsats.....                                     | 19 |
| 7. Metod.....   | 20 |
| 7.1 Kvalitativ textanalytisk metod.....                 | 20 |
| 7.1.1 Innehåll, relation form och intertextualitet..... | 21 |
| 7.1 Metodavgränsningar.....                             | 21 |
| 8. Material.....  | 23 |
| 8.1 Urval.....  | 23 |
| 8.2 Analysenheter.....                                  | 23 |
| 9. Tillvägagångssätt.....                               | 25 |

|  |    |
|--|----|
| 9.1 Undersökningens upplägg .....                              | 25 |
| 9.2 Analysmetod .....  | 26 |
| 9.3 Studiens giltighet och tillförlitlighet .....              | 28 |
| 10. Resultat och analys .....                                  | 29 |
| 10.1 Makroanalys – den retoriska arenan .....                  | 29 |
| 10.1.1 Den retoriska arenan öppnas .....                       | 30 |
| 10.1.2 Arenans röster .....                                    | 31 |
| 10.1.3 Arenans aktörer .....                                   | 32 |
| 10.1.4 Sammanfattning av makroanalysen .....                   | 32 |
| 10.2 Mikroanalys av den retoriska arenan .....                 | 33 |
| 10.2.1 Att hitta en ansvarig .....                             | 33 |
| 10.2.2 Attribution av ansvar: externt publicerade texter ..... | 33 |
| 10.2.3 Sammanfattning av externa röster .....                  | 37 |
| 10.2.4 Attribution av ansvar: internt publicerade texter ..... | 38 |
| 10.2.5 Sammanfattning av interna röster .....                  | 41 |
| 10.2.6 Vem attribueras mest ansvar i krisen? .....             | 42 |
| 10.2.7 Att avgöra kristypen .....                              | 42 |
| 10.2.8 Rekommenderade strategier för kristypen .....           | 42 |
| 10.3 Samspelet mellan analysenheterna .....                    | 43 |
| 10.3.1 Samspelet och strategierna .....                        | 43 |
| 11. Slutdiskussion .....                                       | 47 |
| Referenser .....   | 50 |
| Bilagor .....  | 54 |

# 1. Inledning

“Timell = TV4’s egen Harvey Weinstein #metoo.”

Så skrev Lulu Carter, känd från tv-programmet *Äntligen Hemma*, om sin kollega Martin Timell i ett inlägg på Instagram i oktober 2017. Inlägget, som publicerades i samband med #metoo-rörelsens explosion, blev startskottet för en höst präglad av arbete med kriskommunikation för TV4-ledningen i samband med att en egen medarbetare anklagades för trakasserier på arbetsplatsen. I TV4s egenpublicerade pressmeddelanden och blogginlägg går det, under månaden som följer inläggets publicering, att följa kommunikationen kring krisen.

#metoo-kampanjen florerade runt om i hela världen, främst under hösten 2017 till följd av dess genombrott i oktober samma år. Kampanjen innebar att sexuella trakasserier inom olika branscher belystes på ett sätt som aldrig tidigare gjorts. Kanske allra mest uppmärksammas blev den inom mediebranschen, där dyrkan av det manliga geniet länge dominerat - vilket har resulterat i förtryck, förminskning och sexualisering. Rörelsen ledde till stora förändringar inom såväl samhället som enskilda branscher där flera män fått avgå från sina positioner till följd av kränkande beteenden gentemot personer i sin omgivning, både i Sverige och internationellt. Många organisationer har fått ta ställning till dessa typer av anklagelser mot egna medarbetare, vilket har inneburit stora kriskommunikationsinsatser. Många av fallen har varit kända sedan tidigare inom organisationerna, vilket innebär att kriskommunikationen rörande detta har krävt mycket för att försöka rädda organisationernas trovärdighet och framtid.

TV4s hantering av Martin Timell-krisen har varit en stor del i synliggörandet av de patriarkala samhällsstrukturerna som lett till oerhörda konsekvenser inom såväl mediebranschen som många andra branscher. Denna uppsats kommer, med utgångspunkt i TV4s egenpublicerade pressmeddelanden och blogginlägg samt de utomstående texter som dessa besvarar, redogöra för TV4s kriskommunikation vid trakasserianklagelserna av en egen medarbetare utifrån Timothy Coombs *Situational Crisis Communication Theory*. Detta kommer att göras med hjälp av textanalytisk metod och krisens retoriska arena.

## 2. Bakgrund

Uppsatsens bakgrundsavsnitt kommer att behandla det underlag som krävs för att ha god förståelse för undersökningens syfte och utförande.

### 2.1 Den globala #metoo-rörelsen

Sexuella trakasserier har alltid funnits, trots att handlingarna inte alltid klassats som det. I historien har kvinnor betraktats som mäns egendom utan fri vilja. Ända sedan kvinnor lämnade hemmet för att ge sig ut på arbetsmarknaden har sexuella trakasserier på arbetsplatsen ökat. Redan när den första undersökningen kring sexuella trakasserier i USA kom på 1980-talet uppgav 42% av de arbetande kvinnorna att de utsatts för sexuella trakasserier på arbetsplatsen (Fitzgerald, 1988:153). Många gånger har de som utsatts inte farit bättre av att anmäla, utan ofta har en anmälan upplevts som värre än själva trakasserierna (Bergman, M., m.fl. 2002:230).

Rörelsen *me too* skapades ursprungligen av människorättsaktivisten Tarana Burke år 2006, då syftet med kampanjen var att skapa en plattform för de som blivit utsatta för sexuellt våld, trakasserier och utnyttjande (García Giribet, 2018). *Me too* var då främst inriktad på att hjälpa färgade kvinnor och flickor från låginkomstområden. Sedan starten av kampanjen har arbetet med att hjälpa människor som utsatts för sexuella handlingar mot sin vilja utvidgats till att inkludera ett bredare spektrum av människor så som hbtq-personer och funktionsnedsatta (Me Too Movement, 2018).

2017-års #metoo-rörelse är en påbyggnad av Tarana Burkes kampanj. Begreppet blev ytterligare känt i oktober 2017 när skådespelerskan Alyssa Milano postade ett inlägg på sin Twitter där hon skrev: *“If all the women who have been sexually harassed or assaulted wrote ‘Me too’ as a status, we might give people a sense of the magnitude of the problem”* (Shugerman, 2018). I detta uppmanade hon sina kollegor att på sociala medier delge sina erfarenheter av nedtystandet av sexuella övergrepp och trakasserier inom filmbranschen under hashtaggen #metoo. Uppropet och dess följder fick ett stort genomslag i en rad olika branscher, världen över, däribland Sverige. I flera branscher startades upprop med berättelser om övergrepp och kränkningar. #tystnadtagning var det första kollektiva uppropet i Sverige som kom från över 450 kvinnliga skådespelare. Uppropet publicerades i Svenska Dagbladet den 10 november 2017 med anonyma berättelser av kvinnor som blivit utsatta för övergrepp under karriären. Här kritiserades även dyrkan av det manliga geniet som präglat teatervärlden. Flera liknande upprop skedde sedan i flera olika branscher och spreds även vidare i andra samhällsgrupper. Kritik riktades samtidigt mot den så kallade *uthängningen* av enskilda, icke-dömda förövare som blev föremål för offentlig debatt. Kritiker argumenterade för att den offentliga diskussionens fokus bör ligga på den problematiska strukturen snarare än individen, då namngivning riskerar att stjåla uppmärksamheten för det egentliga problemet. (Nationalencyklopedin, 2018).



## 2.2 Vad är en kris?

Begreppet *kris* används för att beskriva en mängd olika fenomen, på allt från ett personligt plan till sådant som sker globalt (Vigsö, 2016:13). Med detta följer flera definitioner av begreppet, där även dessa sträcker sig från personligt till globalt.

I definitionen av begreppet *kris* som finns i Svenska Akademiens Ordbok talas det om en vändpunkt i ett tillstånd, där ett avgörande är att vänta, som kan resultera i att tillståndet antingen blir bättre eller sämre (SAOB). Utifrån detta kan man se att det centrala i begreppet kris är avgörandet som är att vänta, det vill säga osäkerheten i tillståndets framtida resultat. I Nationalencyklopedins definition av *kris*, beskrivs begreppet som en “mycket svår situation ofta av politiskt eller ekonomiskt slag; *krisperiod*; *krisituation*; *krisåtgärd*; *bostadskrid*; *förtroendekris*; *regeringskrig*; *vårdkris*” (Nationalencyklopedin, 2018). Gemensamt hos dessa två definitioner är att en kris ses som en osäker situation där omständigheterna har eller kommer att förvärras, något som ställer krav på en lösning (Vigsö, 2016:14).

Kriser kan uppstå till följd av många olika typer av händelser, ofta oväntade sådana. Dessa kan vara fysiska olyckor som exempelvis naturkatastrofer och kriser som uppstått på grund av den mänskliga faktorn. Ibland påstår man att en kris inte alltid behöver ha en negativ utgång, utan kan snarare ha en positiv inverkan då den leder till påtvingade förändringar som snarare gör att man går starkare ur krisen. Oftast refererar man dock kriser till händelser som har negativa konsekvenser och som är skadliga både för den organisation eller person som befinner sig i krisen och dess intressenter (Coombs & Holladay, 2010:18f; Coombs, 2018:437).

Olika riktningar av krisforskning pekar på att det finns tre olika typer av kriser: katastrofer, folkhälsopotentialiserande händelser samt organisatoriska kriser. De två förstnämnda brukar vara en angelägenhet för myndigheter att hantera, då dessa kriser berör och påverkar allmänheten. Den sistnämnda sker som namnet antyder på en organisatorisk nivå. En av kriskommunikationsforskningens mest framstående personer, Timothy Coombs, definierar en organisatorisk kris som en oväntad händelse som hotar de förväntningar intressenterna har på organisationen, vilket kan ha en stor inverkan på hur organisationen framställs och kan innebära negativa konsekvenser för organisationens framtid (Coombs & Holladay, 2010:19). Hur intressenter värderar en händelse är avgörande för huruvida det blir en kris av den eller inte. Kriser kan ske på olika nivåer i samhället och brukar delas upp efter vilka som drabbas - individ, grupp, organisation, nation.

I sitt verk *Kriskommunikation* lyfter Orla Vigsö upp en dynamisk definition av vad en kris är, författad av de franska kriskommunikationsforskarna Portal och Roux-Dufort. De menar att en kris uppstår när det *innan* krisen finns någon form av dysfunktionalitet som bortses från, att en kris är en slutlig manifestation av en ackumulationsprocess som byggts på dysfunktion (Vigsö, 2016:19). Detta innebär alltså att en kris utvecklas på grund av att en organisation fungerat på ett felaktigt eller otillfredsställande sätt. Vigsö sammanfattar grunden till begreppet *kris* som att “*det finns något man har förbisett, inte tagit hänsyn till, ignorerat eller försökt dölja, och det är när en händelse inträffar som tydliggör detta som krisen uppstår*” (Vigsö, 2016:20).

### 2.2.1 Organisatoriska kriser

C.F. Hermann är en av de första som undersökt kriser på en organisatorisk nivå och gav begreppet *kris* följande definition: *“En organisatorisk kris (1) hotar värden av hög prioritet hos organisationen, (2) innebär en begränsad tidsram för reaktion, och (3) är oväntad eller oförutsedd hos organisationen”* (Hermann, 1963:64). Hermann talar även om att en kris kan ha stora konsekvenser, både inom organisationen och för organisationens omgivning. Han menar att konsekvenserna, beroende på krisens utformning och hantering, kan vara oerhört destruktiva för organisationens överlevnad (Hermann, 1963:62). Hermanns definition säger dock ingenting om att en kris har med en specifik situation att göra, vilket är en stor del av slutsatsen av den efterföljande krisforskningen (Vigsö, 2016:18). Vigsö belyser i sitt verk *Kriskommunikation* forskarna Ulmer, Sellnow och Seegers försök till att nyansera Hermanns definition av en organisatorisk kris. De tillägger att en organisatorisk kris är en *oväntad* händelse, eller serie av händelser, som skapar en hög nivå av osäkerhet inom organisationen. Det nämns också att en kris kan innebära möjligheter, likväl som hot, för organisationen. Alltså har organisationen en möjlighet skapa en positiv förändring under och efter en kris (Vigsö, 2016:19). Det är Ulmer, Sellnow och Seegers definition av en organisatorisk kris som vi väljer att utgå från i denna uppsats.

### 2.3 Martin Timell-krisen

I samband med att #metoo-rörelsen nådde Sverige, publicerade tv-profilen Lulu Carter den 13 oktober 2017 ett kollage med sin kollega Martin Timell och den amerikanske filmproducenten Harvey Weinstein - som anklagats för sexuella trakasserier - med bildtexten *“Timell = TV4’s egen Harvey Weinstein #metoo”* på sitt Instagramkonto. Inlägget skapade ett ramaskri bland observatörer. I kommentarsfältet skrevs en mängd hyllningar och stöttande budskap till Carter för hennes mod. Det utvecklades även en debatt om rörelsen #metoo, även slog till med full kraft i Sverige. Redan i detta inledande skede av krisen anklagas TV4 av folket för att inte ha uppmärksammat händelserna. I fältet bland kommentarerna skrevs bland annat *“Känner nästan för att bojkotta TV4 efter detta”*, *“Hoppas du stämmer TV4”* och *“Jag hoppas att många andra medskyldiga på både Meter och Tv 4 får gå samma väg som denna ”man” eller snarare ynkrygg(!)”* (Instagram:lulucartersweden, 2017). Samtidigt uttrycker många sitt förakt mot Martin Timell.

I samband med Carters anklagelser på Instagram riktade medierna uppmärksamhet mot skandalen. Medarbetare på TV4 uttryckte sig om krisen och även Timells offer. Inlägget var startskottet för många artiklar som kom att publiceras angående krisen, men även uttalanden från TV4 och dess ledning för att bringa klarhet i organisationens hantering av situationen. Under krisen föll förtroendet för kanalen med två procentenheter från föregående år (Förtroendebarmetern, 2018).

### 3. En lucka i forskningen

Frågan om TV4s hantering av Martin Timell-krisen och andra frågor rörande mediebolagens hantering av #metoo-rörelsen är relevanta för samhället då de är en stor del i synliggörandet av samhällsstrukturer som lett till oerhörda konsekvenser för många människor. Rörelsen #metoo har belyst hur i synnerhet män missbrukar sin makt genom att utföra brottsliga, sexuellt präglade handlingar. Inom mediebranschen har flera fall av sexuella trakasserier varit kända hos organisationsledningar och medarbetare under en längre tid, men ignorerats. Det är därför av allmänt intresse att undersöka hur anklagade organisationer går tillväga för att kommunicera kring dessa typer av händelser.

Ämnet fokuserar på hur organisationer vars medarbetare anklagats för sexuella trakasserier i samband med #metoo-rörelsen hanterat problem och kriser som uppkommer till följd av detta. Fenomenet #metoo och kriskommunikationen hos organisationer påverkade av rörelsen är relativt oundersökt, särskilt fallstudier inom organisationers hantering av #metoo-rörelsens effekter. Detta kan bero på närheten i tid av #metoo-kampanjen. Den forskning om kriskommunikation vi tagit del av är bred, men få behandlar kriskommunikation av denna unika situation som uppdragats till följd av #metoo. Krissituationerna som uppstått till följd av #metoo innebär att organisationer allt oftare behöver besvara anklagelser om fall som tystats ned, något som inte varit lika vanligt tidigare och därmed ett område som undersökts begränsat. Vi menar att det finns en forskningslucka inom kriskommunikation som behandlar trakasserianklagelser av en egen medarbetare där organisationen påstås varit medvetna om händelserna, som blivit allt vanligare efter #metoo-rörelsen.

Med denna uppsats hoppas vi kunna påbörja att fylla forskningsluckan samt bidra till den allmänna diskussionen kring kriskommunikation i denna typ av situationer.

## 4. Syfte, frågeställningar och avgränsningar

### 4.1 Syfte och frågeställningar

Denna studie syftar att undersöka vilka strategier TV4 använt sig av i sin kriskommunikation i samband med att en medarbetare anklagats för sexuella trakasserier utifrån den etablerade kriskommunikationsteorin Situational Crisis Communication Theory (SCCT). Genom att studera TV4s pressmeddelanden och blogginlägg samt de utomstående texterna som dessa besvarar gällande händelserna under krisens första månad, kommer vi att avgöra hur TV4 reagerar på de anklagelser som riktas mot medarbetaren och mot organisation som helhet. För att kunna besvara syftet med undersökningen kommer vi att använda oss av tre frågeställningar som utgångspunkt för studiens form.

- Vilka aktörer är framträdande i krisens retoriska arena?

*Denna frågeställning kommer att besvaras genom en makroanalys av den retoriska arenan samt en visuell modell av aktörerna som förekommer i de texter som undersöks.*

- Vilken typ av krissituation befinner sig TV4 i enligt SCCT?

*Denna fråga besvaras genom Situational Crisis Communication Theory's kategorisering av kristyper samt en mikroanalys av den retoriska arenan för att avgöra vilket ansvar TV4 tilldelas av aktörerna i krisen, där vi utifrån texterna kommer att analysera vilken roll TV4 har i krisen. Detta ligger till grund för vilken typ av kris som TV4 befinner sig i och därmed vilka strategier som är teoretiskt mest lämpade att använda i kriskommunikationen.*

- Hur samspelar TV4s blogginlägg och pressmeddelanden med de texter som de är en reaktion på?

*I kriskommunikation kan samspillet mellan texter visa på hur organisationen i fråga hanterar den kritik som de utsätts för. För att besvara denna frågeställning kommer vi att genom en textanalytisk metod utifrån den retoriska arenan att analysera hur TV4 svarar på anklagelserna som framförs i texterna som besvaras. Detta ligger till grund för att se vilka kriskommunikationsstrategier TV4 använder sig av i sin respons om krisen.*

### 4.2 Avgränsningar

De avgränsningar som har gjorts i denna uppsats är gjorda medvetet och med hänsyn till undersökningens syfte samt den tidsram som getts för arbetet. Uppsatsen bygger på såväl problemavgränsningar som metodologiska samt avgränsningar i det undersökta materialet.

Undersökningens problem är avgränsat till en fallstudie av en organisation vars kris varit del i en rad av kriser som uppdagats i samband med den globala rörelsen #metoo. Undersökningen har även en tidsmässig avgränsning. Det material som studeras är publicerat mellan den 13 oktober 2017 och den 23 november 2017, då det är under detta tidsspänn som artikeltätheten om krisen är som störst, främst från TV4s håll. Kriskommunikation sker ofta tätt inpå en att en kris uppdagas, då det ger en organisation större möjlighet att bestämma hur händelsen ska tolkas (Vigsö, 2016:101). I och med att vi ämnar undersöka TV4s kriskommunikation, stöttar

även detta relevansen för det undersökta tidsspannet. Det undersökta materialet är även avgränsat bland det externt publicerade artiklarna, alltså de artiklar som publicerats om krisen av andra aktörer än TV4. Avgränsningen är gjord till *kategoria*, det vill säga de texter som innehåller anklagelser riktade mot TV4 och som TV4 besvarar i sin kriskommunikation. Detta för att studien ämnar att undersöka TV4s krisrespons och inte mediebildens av krisen i stort. De externt publicerade är även avgränsade till texter som är primärkällor, det vill säga som innehåller förstahandsuttalanden av krisens aktörer.

Då denna fallstudie utgår från Timell-krisen hos TV4 kommer ingen vidare analys av aktörerna i det globala #metoo-fenomenet att genomföras, utan avgränsas till en analys av den retoriska arenan för Martin Timell-krisen. Den retoriska arenan är även den avgränsad till att endast behandla de aktörer som talas till, om eller med i det material som används i undersökningen.

Vi är medvetna om att dessa avgränsningar kan påverka undersökningens resultat, vilket kommer att diskuteras ytterligare i uppsatsens diskussionsavsnitt.

## 5. Teoretisk utgångspunkt

Detta avsnitt behandlar de teorier som är ramverket för studiens utförande. Då denna uppsats behandlar kriskommunikation är det på sin plats för oss att ta vårt huvudsakliga teoretiska avstamp ur detta.

### 5.1 Kriskommunikation

En tillämpad definition av kriskommunikation är den som definierats av forskare D.L. Sturges (1994), vilken identifierar tre typer av extern krisinformation:

1. *Instruerande information* som informerar människor om hur de fysiskt ska skydda sig från krisen.
2. *Anpassad information*, där kommunikationen instruerar hur människor ska hantera krisen psykiskt.
3. *Internaliserad information*, där människor använder innehållet i kommunikationen för att skapa en bild av informationen.

(Frandsen & Johansen, 2017:89f).

Sturges menar att var och en av de olika typerna av kriskommunikation bidrar med olika kommunikativa effekter. På vilket sätt en organisation använder sig av instruerande och anpassad information visar hur väl organisationen hanterar en kris. Kommunikation under en kris är lika viktigt för intressenter som för organisationen som drabbas av krisen. En kombination av en kris och dålig kommunikation kan skada en organisations anseende och därmed försämra dess relationer till sina intressenter (Coombs, 2007).

Kriskommunikation inleds ofta med att dela upp kommunikationen i två delar - att *administrera information* kring krisen och att *hantera betydelsen av krisen*. I den förstnämnda ingår arbete med att samla in, analysera och sprida krisrelaterad information till intressenter, vilket görs för att kunna avgöra vilka typer av beslut som måste tas i samband med krisen. Att hantera krisens betydelse handlar om att påverka på vilket sätt intressenter uppfattar krisen, organisationen samt krisresponsen. Genom att göra detta kan organisationsledningen avgöra till vilken utsträckning krisen potentiellt skulle kunna skada intressenternas förtroende för organisationen (Coombs, 2018:439; Frandsen & Johansen, 2017:91).

#### 5.1.1 Kriskommunikationsstrategier

Att skapa betydelse för krisen innebär att med ord och handlingar finna kommunikativa strategier för att svara på krisen. Två begrepp som ofta används när man talar om kriskommunikation är krisens *kategoria* och dess *apologia*. Med kategoria menas de anklagelser som görs mot en organisation under ett krisförlopp, medan apologia är krisresponsen som görs gentemot anklagelserna (Ryan, 1982:255).

Några av de mest framstående kriskommunikationsteorierna är *Apologia* och *Image Repair Theory (IRT)*. Dessa två teorier är retoriskt inriktade och mycket bygger på att upprätthålla ett ethos, det vill säga en god trovärdighet. Dessa är besläktade med varandra då båda används för att lindra den organisatoriska skada på anseendet en kris ofta medför. Olika teoretiker

definierar teoriernas strategier olika, men här utgår vi från Coombs definition av dessa. *Apologia-teorin* har som utgångspunkt i att undersöka användandet av kommunikation som självförsvar (Coombs & Holladay, 2010:30). Genom att använda strategier inom denna teori vill man åstadkomma en förmildrad uppfattning om krisen. , *Image Repair-teorin* representerar en aspekt av kriskommunikation där krisen hotar en organisations varumärke eller rykte (Coombs & Holladay, 2010:437). Genom att använda IRT är kommunikationen målinriktad och det centrala i kommunikationen är att upprätthålla ett gott anseende om organisationen.

## 5.2 Situational Crisis Communication Theory

I denna uppsats ämnar vi analysera TV4s kriskommunikation i fallet ”Martin Timell-krisen”. Vi vill undersöka vilka kriskommunikationsstrategier TV4 använt sig av när de kommunicerat om ärendet. Vi hoppas också kunna se huruvida organisationen anpassat sin kriskommunikation efter den kristyp som de befinner sig i, vilken grad av ansvar externa aktörer attribuerar TV4 i krisen samt vilken grad av ansvar TV4 attribuerar sig själva. Timothy Coombs teori Situational Crisis Communication Theory är en av de mest etablerade kriskommunikationsteorierna, och även den som är utgångspunkt i denna studie.

Coombs skapade teorin med syftet att visa på en koppling mellan kristyp och åtgärdsstrategier, en koppling som inte tidigare gjorts inom kriskommunikationsforskning. Detta gjorde han genom att inkludera begreppet *krisansvar* i sin teori. *Krisansvar*, det vill säga i vilken grad intressenter anser att en organisation bär ansvar för en kris, fungerar som länken mellan kristyp och tänkbara kriskommunikationsstrategier. Detta innebär att SCCT är mer kontextorienterad än andra kriskommunikationsstrategier (Vigsö, 2016:60).

SCCT utvecklades på premisserna att kriser är negativa händelser, att intressenter gör attributioner om vem som är ansvarig för krisen och att dessa attributioner påverkar hur omgivningen interagerar med organisationen i kris (Coombs & Holladay, 2010:38). Med hänsyn till intressenternas attributioner till organisationens ansvar i krisen menar Coombs att detta fungerar som en bas för valet av kriskommunikationsstrategier. För att lyckas uppnå bästa möjliga effekt av kommunikationen gäller alltså att välja de bäst lämpade strategierna för kristypen (Frandsen & Johansen, 2017:108).

SCCT är den teori som förser kriskommunikationen med ett ramverk för att bestämma vad som är effektiv och ineffektiv kriskommunikation (Coombs, 2018:440). Ineffektiv kriskommunikation kan förvärra, eller intensifiera krisens skadegörelse på organisationen medan effektiv kriskommunikation kan minska skadorna på organisationen under och efter en kris. Inom denna teori tar man hänsyn till såväl de retoriska aspekterna av kriskommunikationen som länkarna mellan den krisartade händelsen och *attributionsteorin*.

### 5.2.1 Attributionsteorin

Situational Crisis Communication-teorin är inspirerad av teorier inom socialpsykologi och public relations, där en av de främsta inspirationskällorna för teorin är *Attributionsteorin*. Det grundläggande antagandet i Attributionsteorin är att vi människor strävar efter att skapa förklaringar till allt som händer.

Attribution innebär slutsatserna som dras kring, eller uppfattningen av varför en händelse sker eller en persons benägenhet (Weary, Stanley & Harvey, 1989). Med andra ord, så försöker vi människor hitta orsaker till allt som händer runt omkring oss - särskilt när det gäller negativa händelser, såsom kriser (Vigsö, 2016:61). Vi människor använder attributioner som ett sätt att få kontroll över våra sociala liv samt för att kunna skapa vår egen uppfattning om omvärlden (Frandsen & Johansen, 2017:109).

I kriskommunikation är detta väsentligt då vår attribution av ansvar i en kris avgör hur mycket en organisationen skuldbeläggs. Intressenter kan till följd av hur de attribuerar ansvar till organisationen, tolka krisen som ett resultat av antingen organisationens interna faktorer, det vill säga att personer eller förhållanden inom organisationen orsakat krisen, eller som ett resultat av externa faktorer, exempelvis en rådande utomstående situation som påverkar (Vigsö, 2016:61). Intressenternas uppfattning om orsakerna till krisen kan påverka vilka effekter krisen har på organisationens anseende (Coombs 2004:266).

### **5.2.2 Olika typer av kriser**

I SCCT nämns tre olika typer av kriser - *offerkriser*, *olyckskriser* och *kriser som är möjliga att undvika eller förebygga*. En offerkris innebär att organisationen ses som ett offer av yttre omständigheter som de inte haft möjlighet att påverka, såsom naturkatastrofer, ryktesspridning, oetiska handlingar eller våld på arbetsplatsen (Coombs, 2007:168; Bartman 2018:23). I en olyckskris drabbas organisationen av oförutsägbara händelser eller oväntade problem. Detta innebär att organisationen är inblandad i händelsen, men ansvarar inte för uppkomsten av den (Bartman, 2018:24). I en förebyggbar kris anses krisen ha varit möjlig att förebygga från organisationens sida. I denna typ av kris kan organisationen medvetet ha satt människor i fara, agerat opassande eller stridit mot lagen.

### **5.2.3 Inramning av ansvar**

Coombs menar att organisationer bör anpassa sin kriskommunikation med hänsyn till vilken typ av kris man befinner sig i, för att uppnå bästa möjliga effekt av den. Därför sker kommunikationen i en tvåstegs-process, där den första handlar om att identifiera organisationens roll i händelsen - det vill säga huruvida organisationen är ett offer, om krisen var en olyckshändelse eller om den var förebyggbar. I det andra steget menar Coombs på att organisationen ska se över sin tidigare krishistorik och tidigare relationer med intressenter (Coombs & Holladay, 2010:339).

Vilken typ av kris en organisation befinner sig i bestäms av intressenters attributioner till vem som bär ansvaret för krisens inträffande. När intressenter avgör vilken grad av ansvar en organisation bär i en kris så brukar man se till tre olika faktorer - *det initiala ansvaret*, *tidigare krishistoria* och *tidigare anseende*. Det initiala ansvaret innebär vilken grad av ansvar i krisen som intressenterna attribuerar till organisationen, det vill säga om krisen anses ha kunnat förhindras eller inte (Coombs, 2007:166). Detta avgörs av kristypen, vilken bestäms av krisens inramning. Inramningen av krisen fastställs av externa aktörer.

De andra två faktorerna som brukar uppmärksammas vid attribution av ansvar, *tidigare krishistoria* och *tidigare anseende* är förstärkningselement i krisen, så kallade *intensifierade faktorer*, vilka påverkar vilket ansvar organisationen anses bära. Tidigare problematik med



kriser och dåligt värnande av intressentrelationer kan intensifiera krisen och förstärka attributionen av ansvar (Vigsö, 2016:61).

#### **5.2.4 Attribution av ansvar beroende på kristyp**

Den kristyp där minst attributioner till organisatoriskt ansvar görs är när organisationen anses vara ett offer i krisen. Detta på grund av att organisationen inte anses haft möjlighet att kontrollera krisen. Dock kan organisationens ansvar i krisen öka om någon av de intensifierade faktorerna, dålig krishistorik eller svaga intressentrelationer, återfinns hos organisationen. Är fallet så blir attributionen av ansvar till organisationen mer lik en olycks-kris än en offerkris (Coombs, 2007:168; Bartman 2018:23).

Vid en olycks-kris tilldelas organisationen minimalt med ansvar för krisen. Detta eftersom organisationen inte anses varit delaktig i krisens uppkomst och därmed inte kunnat förebygga den. Om någon av de intensifierande faktorerna återfinns hos organisationen vid en olycks-kris kan attributionen av ansvar öka ytterligare och likna attributionerna vid en förebyggbar kris (Coombs, 2007:167).

I en kris som anses vara möjlig att undvika eller förebygga genereras starka attribut till krisansvar för organisationen, det vill säga att organisationen får bära *stort* eller *allt ansvar* för krisen (Coombs, 2007).

#### **5.2.5 Situationsbaserade kommunikationsstrategier**

Krisresponsstrategier är ett ramverk för organisationens kommunikation om en kris. När en organisation upplever en kris måste de tillhandahålla information till sina intressenter om vad som orsakade krisen och hur organisationen ska gå tillväga under och efter krisen. Detta kan göras på olika sätt beroende på vilken typ av kris det är och vilket ansvar organisationen anses bära i krisen (Bartman, 2018:26).

Beroende på hur intressenter bedömer vilken typ av kris som råder och vilken grad av ansvar organisationen bär, tar organisationen ett eget ställningstagande för hur mycket ansvar de är villiga att acceptera - är de offer av krisen, var krisen en olycka eller hade krisen kunnat förebyggas? Beroende på vilken kristyp en organisation placeras inom finns olika rekommenderade kriskommunikationsstrategier att använda, enligt SCCT.

De olika typer av strategier som tas upp i SCCT delas upp i fyra kategorier - *förnekelse*, *förminskning*, *återuppbyggande* och *förstärkande*. Dessa är antingen försvarande eller följsamma kommunikationsstrategier. Förnekande, förminskande och återuppbyggande strategier kallas *primära* strategier medan de förstärkande ses som *sekundära*.

#### ***De primära strategierna***

De primära strategierna är de som ingår i kategorierna *förnekande*, *förminskande* och *återuppbyggande*, se figur 5.1.

| Förnekelse   | Förminskning  | Återuppbyggande  | Förstärkning  |
|--|---|--|---|
| <p><i>Förneka</i>: det finns ingen existerande kris</p> <p><i>Skylla ifrån sig</i>: påstå att någon annan extern aktör är ansvariga för krisen</p> <p><i>Motattack</i>: konfrontera den person eller grupp som hävdar att det är en kris</p> | <p><i>Bortförklaring</i>: minimerar ansvaret genom att påvisa brist på egenkontroll.</p> <p><i>Rättfärdigande</i>: ämnar minimera den uppfattade skadan av krisen</p> | <p><i>Omsorg</i>: uttrycker oro för offren.</p> <p><i>Kompensation</i>: stöttning av offren med ekonomiska eller materiella medel</p> <p><i>Ånger</i>: uttrycker dåligt samvete</p> <p><i>Förlåtelse</i>: accepterar fullt ansvar och ber om förlåtelse.</p> | <p><i>Inställsamhet</i>: hyllar intressenter och/eller påminner om tidigare goda gärningar.</p> <p><i>Offer</i>: hävda att man är ett offer av krisen</p> |

Figur 5.1 Primära och sekundära kriskommunikationsstrategier

(Coombs & Holladay, 2010:36, 339)

Den kategori som är den mest försvarande av alla strategier inom SCCT är *förnekande* av ansvar i krisen. Enligt SCCT lämpar sig strategier inom denna kategori att användas när organisationen står inför obefogade utmaningar, alltså att organisation befinner sig i:

- en *olyckskris*
- en *offerkris*

Förnekande strategier, som rekommenderas när en organisation som befinner sig i en olyckskris eller offerkris är *förnekelse*, *skylla ifrån sig* samt att gå till *motattack* (Coombs & Holladay 2010:104).

Den andra primära kategorin, som är delvis försvarande och delvis följsam, är *förminskning* av krisen som syftar till att minimera organisationens ansvar. Strategierna som presenteras för

detta är *bortförklaring* samt *rättfärdigande*. Denna kategori av strategier rekommenderas att användas vid:

- *olyckskriser* då inga intensifierande faktorer återfinns
- *offerkriser* där organisationen bär på *intensifierande faktorer* (Coombs & Holladay 2010:104)

Den sista primära kategorin är *återuppbyggande* och innehåller de mest följsamma strategierna. Inom denna kategori ämnar strategierna som presenteras att förbättra organisationens förutsättningar vid tre situationer:

- *olyckskriser* där organisationen besitter *intensifierande faktorer*
- *olyckskriser* där intressenter anser organisationen skyldig till krisen
- *förebyggbara kriser*

De strategier som rekommenderas är att visa *omsorg*, erbjuda *kompensation*, visa *ånger* samt be om *förlåtelse* (Coombs & Holladay 2010:104).

### ***De sekundära strategierna***

Den fjärde kategorin av strategier, *förstärkande*, är sekundär. Den är en kompletterande kategori av strategier som bör användas tillsammans med någon av de primära strategierna, då förstärkande strategier anses märkliga och opassande att använda på egen hand (Coombs & Holladay, 2010:41). De förstärkande strategierna är att visa på *inställsamhet* eller se sig som ett *offer* av krisen (Coombs & Holladay, 2010: 38-41; Coombs, 2018:441). Dessa förklaras ytterligare i *figur 5.1*.

### ***Utöver de primära och sekundära strategierna***

Utöver att tillämpa korrekta kriskommunikationsstrategier för den rådande kristypen är det även mycket viktigt att informera om krisen. Att upplysa om vilka försiktighetsåtgärder som organisationen tilltagit för att förhindra att krisen upprepas i framtiden kan i vissa fall räcka för att upprätthålla organisationens anseende gentemot intressenter, dock gäller detta bara om det *inte* finns några intensifierade faktorer som kan komplicera krisen ytterligare (Vigsö, 2016:62f).

#### **5.2.6 SCCTs etiska krav**

SCCT:s strategier fungerar endast om de stämmer överens med intressenternas syn på organisationens ansvar i krisen. Gör det inte det riskerar strategierna att förvärra krisen och därmed även organisationens förutsättningar.

Coombs menar att den enda gången som en organisation i kris kan prioritera att skydda de egna tillgångarna är när attributionen av ansvar i krisen är låg eller icke-existerande. I alla andra fall måste intressenternas säkerhet och välmående prioriteras först (Coombs, 2018:442f).

### **5.3 Den retoriska arenan**

För att kunna veta hur situationen för en organisation i kris ser ut bör man, som nämnt i avsnittet om SCCT, avgöra vilka attributioner till ansvar som görs till organisationen. För att

det ska uppstå en kris förutsätter det att det finns aktörer som anklagar organisationen för handlingar som inte lever upp till deras förväntningar. För att kunna undersöka huruvida TV4 hanterat sin kriskommunikation enligt SCCT:s rekommendationer är det därför också på sin plats att ta reda på vilka aktörer som har uttalat sig om krisen och ansvarsfördelningen, det vill säga krisens retoriska arena. SCCT är en kontextbaserad teori vilket gör att en undersökning av krisens retoriska arena, är av vikt.

Med detta som bakgrund, behöver vi redogöra för krisens retoriska arena, det vill säga vilka aktörer som uttalat sig i fallet Martin Timell-krisen. Detta är en förutsättning för att kunna avgöra vilken typ av kris TV4 befinner sig i då en analys av den retoriska arenan även kommer att redogöra för vad och vilka TV4 kommunicerar om och mot.

### 5.3.1 En flerstämmig arena

Den retoriska arenan visar en verklig bild av en krissituation med ett flertal aktörer vars röster kommunicerar i en krissituation. Den bygger, enligt Frandsen och Johansen, på begreppen *arena* och *röst*. Arena i denna bemärkelse understryker hur aktörerna som är involverade i krisen kämpar om tolkningen av krisen och dess innebörd. I arenan sker ett utbyte av röster, konflikter, debatter, problem, med mera, mellan två eller fler aktörer och med en publik som iakttar aktiviteten. Med *röst* menar Frandsen och Johansen att det finns många aktörer i arenan som kommunicerar till, med, runt och mot varandra (2017:143). Några av de aktörer som oftast förekommer inom den retoriska arenan är:

- Nyhetsmedier som bevakar krisen.
- Konsumenter och invånare som uttrycker sina åsikter om krisen på sociala medier.
- PR-experter som är ombedda av nyhetsmedier att kommentera krisen.
- Medarbetare på organisationen, som är frustrerade över krisen och söker information om vad som hänt.
- Ledningen på organisationen, vilka är de som försöker hantera krisen. (2017:142)

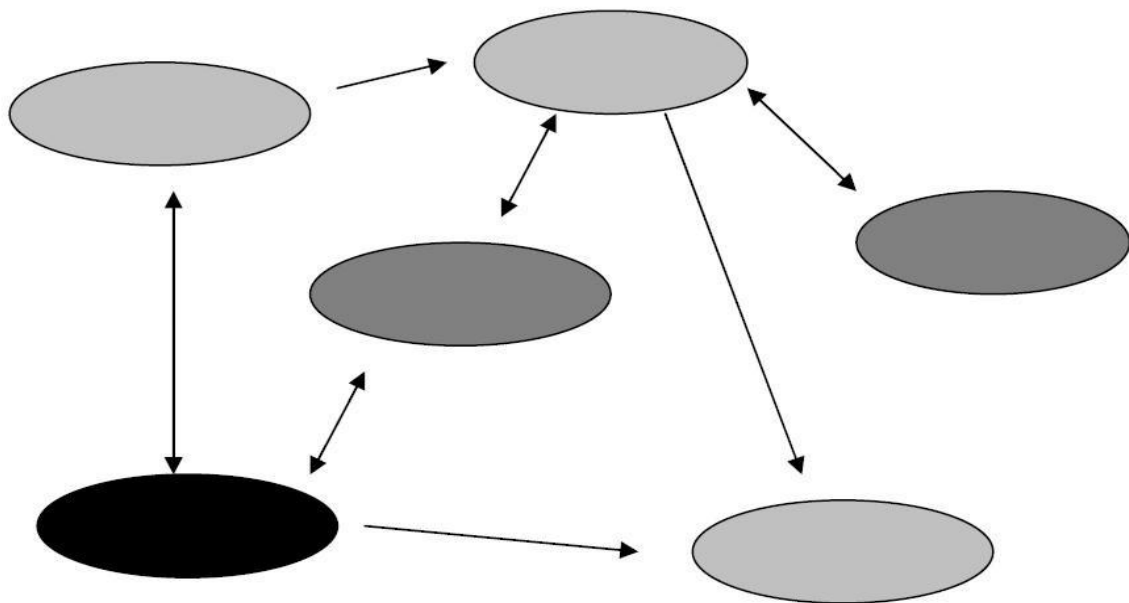
Den retoriska arenan beskrivs ofta i form av en karta eller modell som visuellt visar krisens arena. Arena-modellen fungerar som en form av analytisk och praktisk guide vid analyserande av en specifik händelse eller situation. Den utgår från två perspektiv: *makroperspektiv* och *mikroperspektiv*. *Makroperspektivet* innebär att fokus ligger på den kommunikativa processen och alla aktörer i den stora kontexten. *Mikroperspektivet* fungerar som en del av den stora arenan och fokuserar på att beskriva de individuella kommunikativa processerna inom den. Det visar vad som karaktäriserar varje process i form av kontext, media, genre och text (Frandsen & Johansen, 2017:148; Vigsö, 2016:55).

Användning av denna teori gör det möjligt att kunna se mönster i kommunikationen. Dessa mönster används sedan för att förstå hur krisen har spridit sig genom att analysera aktörernas aktivitet.

### 5.3.2 Makroperspektivet

Den retoriska arenan är en abstrakt plattform där olika aktörer i en kris kommunicerar och interagerar med varandra. Den öppnas ofta redan innan en kris har blivit definierad och förblir öppen även efter att krisfasen är över. I denna arena ingår organisationen själv, men också dess intressenter och övriga inblandade aktörer, där de kommunicerar med, till, förbi och om

varandra. Kommunikation *med* varandra innebär en dialog mellan två eller fler aktörer, kommunikation *till* varandra är envägskommunikation från en aktör till en annan, aktörer som talar *förbi* varandra är ett resultat av olika sätt att tolka krisen och kommunikation *om* varandra är när en aktör endast omnämner någon annan. Kommunikationen är inte förhandsdefinierad, utan utvecklas till ett mönster efterhand. Den retoriska arenan är med andra ord mycket omfattande och komplex (Vigsö, 2016:55; Frandsen & Johansen, 2017:149). Det är inom detta perspektiv man kan finna mönster i kommunikationsprocesserna. I *figur 5.2* visualiseras den retoriska arenan. Här syns ovaler som representerar olika aktörer och mellan dessa finns pilar. De enkelriktade pilarna i modellen representerar hur rösterna talar till, förbi eller om varandra och de dubbelriktade pilarna hur rösterna talar med varandra om krisen. Om det förekommer pilar som pekar ut ur arenan representerar dessa rösters kanal ut till allmänheten (Frandsen & Johansen, 2017:148).



Källa: Frandsen & Johansen 2007:277

Figur 5.2 Arenamodellen

När man definierar en modell ur ett makroperspektiv inom den retoriska arenan ska man vara medveten om att det inte finns något naturligt centrum att utgå från. Ofta anses den aktör som har flest kommunikativa förbindelser med andra inom arenan vara den som kan komma att kallas ett "centrum". Arenan uppstår inte från tomma intet, utan det finns orsaker till att den uppkommer. Det är ingenting som makroperspektivet fångar, utan för att kunna identifiera en tids- och orsaksmässig relation mellan aktörernas utspel kan det vara behövt att få en uppfattning om krisens förlopp genom exempelvis en tidslinje för att kunna analysera hur krisen startade (Vigsö, 2016:56f).

### 5.3.2 Mikroperspektivet

Mikrokomponenterna av den retoriska arenan består av elementen *kriskommunikation*, *avsändare* och *mottagare* samt parametrarna *kontext*, *media*, *genre* och *text*. I denna uppsats är det främst en mikroanalys av parametrarna *kontext* och *text* som kommer att belysas, då det

är genom dessa vi kommer att få ut den information vi i huvudsak är intresserade av, det vill säga attributioner till ansvar i krisen samt valda krisstrategier.

### ***Elementen***

Kriskommunikation är den viktigaste av de tre elementen, där kontextens mening skapas för avsändare och mottagare i den kommunikativa processen (Frandsen & Johansen, 2017:149). Elementen *avsändare* och *mottagare*, behöver nödvändigtvis inte endast inkludera de som har en central roll i krisen, utan kan vara andra typer av aktörer som exempelvis omnämns men inte själva uttalar sig. Rösterna har förutsättningar att kunna tolka den värld de lever i (2017:150).

### ***Parametrarna***

Gällande de fyra parametrarna – *kontext*, *media*, *genre* och *text*, är kontexten den mest komplexa av dem. Den består av en uppsättning psykologiska och sociologiska kontexter som filtrerar varje individuell kommunikativ process. Med en psykologisk kontext menas *kognitiva scheman* som påverkar hur människor uppfattar och tolkar olika typer av kriser, orsakerna till dem och dess konsekvenser. Det är i denna psykologiska kontext, det vill säga den kognitiva kartläggningen av krisen, som en kristyp kan definieras (2017:150).

En sociologisk kontext består av tre olika typer av kontexter, som är *nationalkulturell*, *organisatorisk* och *situationen*. Den nationalkulturella kontexten uppenbaras vid globala kriser då samhällsstrukturer och normer som skiljer sig åt får en betydelse för hur kriser hanteras (2017:128, 151). I den organisatoriska kontexten tas faktorer som stadgar och lagstiftningar samt organisationskulturer med i beaktning. I situationkontexten räknas aspekter om avsändare, mottagare, tid, plats och budskap för krissituationen in (2017:150). Denna uppsats behandlar den organisatoriska samt situationella kontexten.

Media-parametern är en del av den kommunikativa processen där medium av olika slag fungerar som "bärare" av budskap. Förutom medier i vanlig bemärkelse, såsom digital och tryckt media, sociala medier samt mobiltelefoner, räknas även det talade och skrivna språket liksom kroppsspråk in i media-parametern (2017:152). Genre-parametern, är en grupp av texter som delar samma kommunikativa syfte och visar på gemensamma karaktäristiska drag gällande budskapsstrategier. Ett exempel på genre som ofta används inom riskommunikation är pressreleaser, brev till medarbetare, nyhetsartiklar och inlägg på olika sociala medier (2017:153). Texten, som är den sista parametern, är en produkt av kommunikationsprocessen. Texten är resultatet av avsändarens val av semiotiska resurser såsom ord, bilder, artefakter och handlingar, som också kan kallas för val av budskapsstrategier. Det är först när texten har kommunicerats i en specifik situation och tolkats av mottagarna, som den har någon betydelse i kontexten (2017:154).

## 6. Tidigare forskning

I detta avsnitt presenteras den tidigare forskning som gjorts om kriskommunikation rörande #metoo-rörelsen utifrån SCCT. Tidigare forskning som är av relevans för studien är mycket begränsad då #metoo är ett relativt nytt fenomen.

### 6.1 Tillämpning av SCCT – Fallet Harvey Weinstein

En tidigare fallstudie som gjorts på liknande grunder som krisen i denna studie är en om den amerikanska filmproducenten Harvey Weinstein och hans produktionsbolag The Weinstein Company (TWC) i samband med #metoo-rörelsen 2017. Fallstudien har sin utgångspunkt i SCCT.

Under hösten 2017 uppmärksammades flera fall där Harvey Weinstein anklagades för sexuella trakasserier av en mängd olika kvinnor. Det Weinstein anklagades för var ofrivillig fysisk kontakt, sexuellt antastande, men också våldtäkter.

I tidskriften The New Yorker, som rapporterade om anklagelserna, beskrivs Weinsteins beteende som en "öppen hemlighet" i Hollywood och att många var medvetna om den rådande situationen (Farrow, 2017). Tidigare medarbetare på företaget gick i samband med anklagelserna mot Harvey Weinstein ut med att de både vittnat och haft kännedom om sexuella trakasserier associerade till Harvey Weinstein (Farrow, 2017). Bland före detta medarbetare på TWC beskrivs attityden till kvinnor som ett stort problem som företaget under flera år kämpat mot. Andra medarbetare menar dock på att flertalet anställda hos företaget varit fullt medvetna om vad som pågick och till och med var en del av den kulturen eller blundade för händelserna (ibid.). I artikeln uttalar sig några av Weinsteins offer om hur de tystats ner med pengar och hot. Allmänheten attribuerade snabbt stort ansvar i händelserna till Weinstein vilket ledde till ett förvärrat rykte och en förstörd karriär (Marino, 2018:43f).

Harvey var verksam i The Weinstein Company som han startade år 2005 tillsammans med sin bror Bob Weinstein. Företaget led, till följd av anklagelserna mot Harvey Weinstein, av stora förluster och ett tappat förtroende bland sina intressenter. Den uppfattning som bildades hos omgivningen i samband med rapporteringen om Harvey Weinsteins trakasserier och TWCs ovilja att göra någonting åt händelserna, skadade både Weinsteins anseende och företagets. Många anställda lämnade TWC och vände krisen ryggen till, vilket också företagets ordförande och operativa chef David Glasser gjorde då han uttalade ett starkt förakt mot Harvey Weinsteins beteende - "*Jag hatar vad han gjorde och det gör mig illamående*" (Fleming, 2017). Trots att det vid tiden för anklagelserna inte gjorts några juridiska åtaganden mot övergreppen blev Weinstein associerad med ett monster och TWC ansågs "giftigt" (Marino, 2018:71). #metoo-förespråkare anklagade i samband med Weinstein-skandalen hela film- och tv-industrin och uppmanade The Weinstein Company att agera. Bland annat ställdes krav att avskeda Harvey Weinstein för att bevisa företagets vilja att hålla sig till den egna policyn om sexuella trakasserier (Marino, 2018:54). Allt eftersom pressen ökade började TWC ge efter, vilket till slut ledde till att Harvey avskedades.

#### 6.1.1 Kriskommunikationen

För att hantera situationen använde sig både Harvey Weinstein och The Weinstein Company av kriskommunikationsstrategier. Detta redovisar Kristen M. Marino i sin fallstudie av The

Weinstein Company under #metoo-rörelsen (2018). I följande stycken redogörs Marinos resultat. Här uppges både Weinsteins egna kriskommunikationsstrategier såväl som företagets och jämförs med de strategier som föreslås enligt Coombs Situational Crisis Communication Theory.

### ***Harveys kriskommunikation***

Under krisens förlopp använde sig Harvey Weinstein av flera olika kriskommunikationsstrategier. Till följd av anklagelserna utfärdade Weinstein en ursäkt som han skickade till The New York Times där den publicerades. Publiceringen fick mycket medial uppmärksamhet. Ursäktens första del består av *avdramatisering* av händelserna där Weinstein lade vikt vid hans ålder och att han kommer från en annan tid och kultur, präglad av andra beteenden (Weinstein, 2017). Detta blev ett misslyckat försök till att *rättfärdiga* sitt beteende, något som inte togs emot väl av varken media eller intressenter (Marino, 2018:61; Kantor & Twohey, 2017). Efter avdramatiseringen och försöket till rättfärdigande bekräftar Weinstein anklagelserna för beteende och ber om ursäkt (Weinstein, 2017). Trots att ansvarstagande och vädjan om ursäkt är rekommenderade strategier enligt SCCT så var denna del av Weinsteins uttalande ineffektivt då majoriteten av den mediala uppmärksamheten kring uttalandet gavs åt de andra delarna som inte landade särskilt bra hos mottagarna.

Vidare i sitt uttalande hävdar han att han har problem med sin personlighet och menar att han förr kunde ge komplimanger med sexuell betoning utan att någon tog illa upp (Farrow, 2017). Samtidigt menar Weinstein på att inga av de sexuella möten han haft med kvinnorna har varit ofrivilliga (ibid.) Han skyllde alltså händelserna på sin personlighetsproblematik och *förminskade* därmed allvaret i händelserna. Även detta var en faktor till varför ursäkten inte godtogs av allmänheten.

I den efterföljande krisresponsen fortsatte Weinstein att distansera sig från sina handlingar och påstod också att flertalet anklagelser riktade mot honom var falska. Den största delen av Harvey Weinsteins personliga krisrespons var defensiv. Förutom att han tog avstånd från sina handlingar och gjorde motattack mot de anklagande parterna, tog han även till en av de förstärkande strategierna, då han hävdade att han själv var ett offer av sin personlighetsproblematik. Trots att Weinstein också bad om ursäkt i sin respons, fick ursäkten inte någon större betydelse då han i sina budskap riktade mer fokus på sig själv än på sin offer (Marino, 2018:64). Enligt SCCT är de grundläggande principerna att sätta intressenter i första hand för att se till att de inte kommer till skada (Coombs, 2018:442). Detta är någonting Weinstein inte gjorde.

### ***The Weinstein Company's kriskommunikation***

Harvey Weinsteins beteende var en öppen hemlighet för många i Hollywood, men även utanför filmbranschen (The New Yorker, 2017). Anklagelserna mot Weinstein har därför inte varit okända för TWC och krisen slog därmed hårt mot företaget. TWC tog mycket skadat från krisen. I mars 2018 ansökte bolaget om konkurs (Lindhe, 2018).

Efter yttre påtryckningar om att avskeda Harvey Weinstein från företaget, blev detta verklighet. TWC menade också på att de skulle starta en självständig utredning. Företaget visade dock inget starkt stöd till offren av Weinsteins sexuella övergrepp (Marino, 2018:60).



Särskilt tillförlitligheten för företaget sjönk på grund av oförmågan att ha kontroll över de anställdas agerande samt krishantering. Istället för att ha en gemensam röst, vände sig många styrelsemedlemmar mot varandra, lämnade företaget och prioriterade att säkra den egna framtiden snarare än TWCs, samtidigt som många anställda gick ut med sina egna berättelser om företagets interna kultur (Marino, 2018:71f). Vidare framkom varierande budskap från TWC om till vilken utsträckning man hade kännedom om Weinsteins

### **6.1.2 Slutsats**

Varken Harvey Weinstein eller The Weinstein Company undersökte situationen för att kunna göra en bedömning av vilken typ av kris det handlade om, vilket ledde till en mismatch mellan situationen och kriskommunikationsstrategier. Varken Weinsteins eller TWCs strategier uppfyllde de förväntningar allmänheten hade och därför bedömdes kriskommunikationen ineffektiv.

## 7. Metod

I detta avsnitt redovisas valet av metod för studien samt dess avgränsning för att passa studiens syfte.

### 7.1 Kvalitativ textanalytisk metod

Ledin och Moberg (2010:153) menar att framställning av en text är en aktiv handling som skapar en representation av verkligheten. Det är ett sätt framställa världen genom att ta ställning och välja vissa påstående framför andra. En text produceras alltid i ett sammanhang och utifrån ett visst perspektiv, vilket tillsammans med hur det som beskrivs representeras i form av tecken, ord och former som skribenten valt, skapar mening. Texten tolkas sedan utifrån läsarens referensramar (Ledin & Moberg, 2010:153).

Texter har även olika funktioner, olika mål att uppnå, i sin existens. Det finns texttyper som är till för att underhålla, informera, yttra politiska budskap, förändra attityder med mera. Med detta följer även textanalytiska metoder som används för att undersöka och dra slutsatser kring innehållet i olika typer av texter och kommunikation. Detta kan göras på en manifest nivå eller en latent nivå samt med olika textanalytiska metoder beroende på vilken typ av text som behandlas samt vad som önskas få ut av analysen (Ledin & Moberg, 2010:155). En kvalitativ textanalys, vilken är metoden vald för denna uppsats, fokuserar på textens sätt att samspela med andra texter, om den följer och/eller bryter mot konventioner, skapar sammanhang och bygger relation (ibid.). En textanalys tar även hänsyn till den kontext texten finns i.

Då denna uppsats är en fallstudie lämpar sig en kvalitativ textanalys bättre än en kvantitativ då den möjliggör en mycket ingående analys där processer, relationer och kvalitativa egenskaper undersöks (Ekström & Larsson, 2010:19). En fallstudie är inriktad på specifika händelser eller fall och beskrivs ofta ingående utifrån flera olika aspekter. Kvalitativa analysmetoder fungerar väl när situation och kontext anses vara av stor betydelse för undersökningen, vilket de i dessa fall anses vara.

I en kvalitativ textanalys görs en dekonstruktion av texten med hjälp av olika frågor som ställs för att förstå konstruktionen av den. Detta görs för att kunna ifrågasätta det till synes självklara hos texten och se mer på djupet. Målet med en kvalitativ textanalys är att finna det huvudsakliga innehållet i en text. Det finns ingen modell för en kvalitativ textanalys då metoden till stor del handlar om att närma sig texten förutsättningslöst. Detta innebär att metoden är reflexiv och anpassas allt eftersom (Ledin & Moberg, 2010:160).

Viktigt är dock att se till den situationella och kontextuella situationen som texten skrivs i. Därför väljer vi att börja varje analys med att undersöka det mer generella i texterna för att sedan hitta stöd i språkliga realiseringar. Detta är det vanligaste tillvägagångssättet i en textanalys (Ledin & Moberg, 2010:161). Vi kommer av denna anledning inleda med att se till textens *kommunikationssituation* - alltså vem som står bakom texten, vem texten riktar sig till, var texten publiceras, när den är publicerad samt textens aktörer - för att sedan gå in mer på djupet. Detta görs för att ha en god grund och kunskap kring analysobjekten (Ledin & Moberg, 2010:162).

Det som är vanligt att titta på är innehåll, relation, form och intertextualitet. För att passa studiens syfte så kommer dock innehåll samt intertextualitet vara av störst intresse. Denna lösa modell föreslås av Ledin & Moberg i *Metoder i kommunikationsvetenskap* (2010:160). De menar att användning av frågor för att bryta ner texten fungerar som stöd i arbetet utan att förlora helhetsbilden (ibid.)

### 7.1.1 Innehåll, relation form och intertextualitet

Att undersöka en texts innehåll innebär i detta fall att ta reda på vilka teman texten behandlar, dess funktioner, hur de presenteras och i vilken ordning samt hur de hänger ihop. Här undersöks även textens *propositioner*, alltså vad texten påstår om de teman som behandlas (Ledin & Moberg, 2010:162).

En texts relationsskapande resurser grundar sig tanken om att kommunikation handlar om att nå fram, påverka, stärka och förbättra en relation (Ledin & Moberg, 2010:158). När en texts relationsskapande resurser analyseras så undersöks det som i språket kan fungera som relationsskapande. Texter som visar känslor genom användning av utrop, värdeord och omdömen skapar i större utsträckning en reaktion hos läsaren (Ledin & Moberg, 2010:158).

Textens form handlar till stor del om koherens, det vill säga om texten är sammanhängande på en global och lokal nivå. Med global nivå menas vilken typ av text det är som behandlas, det vill säga genre. Den lokala nivån innebär analys på stycke- och meningsnivå, något som ämnar att visa textdelarnas olika funktioner. Här talas även om hur ord, fraser och satsler länkas med varandra på ett meningsfullt sätt. Textens delar och dess funktioner bidrar sedan till den globala koherensen. I en analys av den globala koherensen behandlar textens layout, typografi, disposition, språk och kommunikationssätt och används för att förstå vad det är för typ av text (Ledin & Moberg, 2010:159).

Intertextualitet är samspelet och interaktionen mellan texter och deltagare. En text står aldrig själv, utan är en länk i kedja av föregående och framtida texter, vilket innebär att en skribent skriver något i relation till något som sagts eller skrivits av någon annan (Ledin & Moberg, 2010:155f). Detta syns i ord, fraser eller textpartier som upprepas från andra texter, även tankegångar i texten som påminner om något som formulerats tidigare (Ledin & Moberg, 2010:156). En analys av intertextualitet bygger på tanken om en flerstämmig text, alltså att flera olika röster kan komma till tals i en text. Skribentens röst hörs genom det perspektiv som innehållet skildrar och genom den världsbild som framställs i texten. Analysen kan avtäckas mer eller mindre starka röster genom att skribenten exempelvis refererar till eller citerar andra personer eller låter någon uttala sig explicit i texten (ibid.). Intertextualiteten används i denna studie för att utforska den retoriska arenan och samspelet mellan texterna som analyseras.

## 7.1 Metodavgräningar

Vi följer den textanalytiska metod som Ledin och Moberg (2010) föreslår genom att skapa analysfrågor som är anpassade efter studiens frågeställningar. Dessa analysfrågor omarbetas fram tills att de kan användas för att besvara frågeställningarna i uppsatsen. Ett analyschema sammanställs efter en rad utkast, som sedan används vid analys av texterna (Altheide, 2013:45f). Detta för att upprätthålla en god struktur vid analysarbetet och visa transparens. Frågorna i schemat kommer att användas för att kartlägga och undersöka analysobjekten.

För att kunna besvara uppsatsens syfte har metoden avgränsats. I analyschemat fokuserar frågorna främst på texternas form och intertextualitet då det är inom dessa som det finns svar på uppsatsens frågeställningar.

## 8. Material

I detta avsnitt presenteras de analysenheter som används i undersökningen samt hur dessa valts ut.

### 8.1 Urval

Denna studie präglas av strategiska urval av material. Undersökningen ämnar analysera krissituationen för en specifik organisation vid en särskild tid samt organisationens kriskommunikationsstrategier. För att möjliggöra detta spelar valet av analysenheter en väsentlig roll. Därför har inte ett slumpmässig urval varit aktuellt, då det är texter av en viss karaktär som har varit av intresse för oss att studera.

Vi är medvetna om att flera artiklar som är publicerade av olika nyhetsmedier rapporterar om ungefär samma sak. Därför har valt att inte analysera samtliga texter som finns angående Martin Timell-krisen (Esaiasson m.fl., 2012:157). Detta gäller de utomstående texter vi valt ut att analysera, som TV4s egenpublicerade texter är svar på. Vår urvalsram för texter publicerade av andra aktörer än TV4 har begränsats till texter som innehåller information och/eller anklagelser relaterade till krisen. Vi har i största möjliga mån valt ut texter som är primärkällor för uttalanden om krisen. Gällande de analysenheter vi valt att studera producerade av TV4, ingår sju pressmeddelanden och blogginlägg som publicerats på Bonnier Broadcastings Medieblogg och presstjänst angående Martin Timell-krisen under undersökningsperioden.

Texterna vi valt att analysera för denna undersökning har publicerats inom en tidsram på cirka en månad mellan 2017-10-13 och 2017-11-23, då publiceringen av artiklar angående krisen var som allra störst.

### 8.2 Analysenheter

#### *Utomstående texter*

- Instagraminlägg, Lulu Carter, @lulucartersweden.  
Publicerad: 2017-10-13  
*”Timell = TV4’s egna Harvey Weinstein #metoo”*
- Artikel, Josefin Sköld, Dagens Nyheter.  
Publicerad: 2017-10-19  
*”Kvinna vittnar om övergrepp av folkkär TV4-programledare”*
- TV-reportage med tillhörande artikel, Helena Trus, Adam Westin och Simón Bustamate, Aftonbladet  
Publicerad: 2017-10-20  
*”Lulu Carter i öppen hjärtlig intervju om Martin Timell”*
- Reportage, Malin Roos, Expressen  
Publicerad: 2017-10-20  
*”Martin Timell bryter tystnaden – och erkänner”*
- Krönika, Jenny Strömstedt, Expressen

Publicerad: 2017-10-21

*”Programledaren hälsade på mig med frasen ’den fula feministfittan’”*

- Artikel, Malin Roos, Expressen  
Publicerad: 2017-10-30  
Fälld artikel: *”Martin Timell polisanmäld för våldtäkt”*

#### ***TV4s egenpublicerade texter***

- Blogginlägg, Anna Rastner, TV4s medieblogg.  
Publicerad: 2017-10-18  
*”Information med anledning av anklagelserna mot en av våra programprofiler”*
- Pressmeddelande, TV4s pressrum  
Publicerad: 2017-10-19  
*”TV4 tar programprofil ur tjänst efter nya uppgifter”*
- Blogginlägg, Magnus Törnblom och Casten Almqvist, TV4s medieblogg.  
Publicerad: 2017-10-20  
*”TV4:s VD om åtgärderna som nu vidtas”*
- Blogginlägg, Casten Almqvist, TV4s medieblogg  
Publicerad: 2017-10-23  
*”#metoo kommer att göra oss till ett bättre företag”*
- Blogginlägg, Magnus Törnblom, TV4s medieblogg  
Publicerad: 2017-11-02  
*”Dubbla måttstockar för Expressen när det gäller #metoo-bevakningen?”*
- Pressmeddelande, TV4s pressrum  
Publicerad: 2017-11-23  
*”Extern utredning klar – TV4 lanserar kraftfull handlingsplan mot trakasserier”*
- Blogginlägg/brev till medarbetare, Magnus Törnblom och Casten Almqvist  
Publicerad: 2017-11-23  
*”Casten Almqvist om utredningen och vägen framåt”*

## 9. Tillvägagångssätt

Grunden för denna uppsats är att undersöka och analysera kriskommunikationen i TV4s egenpublicerade pressmeddelanden och blogginlägg, utifrån SCCT-perspektivet. För att kunna göra detta har vi också utomstående texter att ta hänsyn till, då SCCT, som är en kontextbaserad teori, i mångt och mycket syftar till att kunna avgöra kristyper, som baseras på vad omgivningen har för uppfattningar av händelserna som skapade krisen.

Denna undersökning utgår från ett tolkande perspektiv, det vill säga det hermeneutiska. Vilken forskning det än kommer till, är det av vikt att ha en plan för hur undersökningen ska struktureras. Det är inget undantag i vår uppsats. Viktigt är att reflektera kring valet av forskningsdesign för den aktuella problemställningen (Esaiasson m.fl., 2012:88). Med detta i åtanke kommer vi att redogöra för vårt tillvägagångssätt för att uppnå en sådan god undersökning som möjligt.

### 9.1 Undersökningens upplägg

Många textanalytiska frågeställningar handlar om att kunna göra beskrivningar, vilket innebär att skapa förståelse för innehållet i texterna (Esaiasson m.fl., 2012:215). Texterna i denna undersökning har därför fått stå som grund för utformningen av analyscheman. Inom kvalitativa metoder är det vanligt med tillvägagångssätt som växlar mellan empiri och teori, vilket vi gjort (Esaiasson m.fl., 2012: 135-153; Nilsson, 2010:128). Utgångspunkten för oss har varit att dekonstruera innehållet i våra analysenheter, genom analyscheman för att kunna ge en beskrivning av vad som händer i dem. Det är alltså med utgångspunkt i våra teorier och den empiri vi samlat in, som det varit möjligt för oss att fånga in väsentliga aspekter av krisen för att kunna skapa ett verktyg som underlättat för oss att veta vad vi ska leta efter i texterna (Esaiasson m.fl., 2012:137).

Ett centralt tillvägagångssätt inom kvalitativa analyser är att stifta bekantskap med analysmaterialet redan innan analyscheman är utformade, vilket applicerats på denna uppsats. Gällande fastställning av analysredskap kan man inom en kvalitativ metod välja mellan ett öppet eller ett slutet förhållningssätt till texterna som analyseras (Esaiasson m.fl., 2012:217). Det slutna förhållningssättet innebär förhandsdefinierade kategoriseringar av svaren på frågorna, medan det öppna innebär att svaren på frågorna avgörs utefter vad som finns att hitta i forskningsmaterialet. Denna uppsats bygger på flera olika analyscheman, där ett är skapat ur ett slutet förhållningssätt (kartläggning av kriskommunikationsstrategier) och där tre är skapade ur ett öppet förhållningssätt (det ursprungliga textanalytiska schemat, kartläggning av den retoriska arenan och schema för attribuerande av ansvar i krisen).

För att skapa förståelse för det material som undersökningen är baserad på läses varje enskild text flera gånger, med olika målsättningar för förståelse för innehållet. Den första kontakten med texterna gjordes förutsättningslöst, utan vidare fokus på att analysera vad som stod i dem. I den andra genomläsningen tog vi notiser om vad som pågick i innehållet. För att öka validiteten gjordes detta individuellt, för att finna likheter och skillnader i vad som uppmärksammats i texterna. Ett analyschema skapades parallellt med inläsningen utifrån det som uppmärksammats i texterna tillsammans med uppsatsens teoretiska utgångspunkter och reviderades ett flertal gånger för att passa undersökningens syfte. Den kvalitativa textanalysen kombinerades med analys på mikronivå av den retoriska arenan då de i många aspekter

undersöker liknande fenomen. För att kunna besvara våra frågeställningar är det viktigt att utforma precisa frågor att ställa till texten, med utgångspunkt i studiens problemställning (Esaiasson m.fl., 2012:215). När schemat färdigställdes applicerades det på alla analysenheter.

Exempel på frågor ställda i makroanalysen:

- *Vem är skribenten av texten?*
- *Vilka är textens huvudaktörer?*
- *När är texten publicerad?*
- *Var är texten publicerad?*
- *Vem är texten riktad mot?*

Exempel på frågor ställda i mikroanalysen:

- *Vad besvaras i texten?*
- *Vad anses vara det grundläggande problemet i krisen?*
- *Vem skylls krisen på?*
- *Anses krisen ha kunnat förebyggas?*

## 9.2 Analysmetod

Genom att ha läst samtliga texter för att finna mönster och kategorisera innehållet, har vi därmed också tolkat – främst det som står explicit, men även det som finns uttalat mellan raderna. Allt som argumenteras för i analysdelen stöttas av referenser till de analyserade texterna.

Inom kvalitativa analyser finns ett uppenbart faktum att det är en mänsklig aktör som står bakom de texter som ska analyseras (Esaiasson m.fl., 2012:218). Då denna undersökning är *aktörscentral*, det vill säga att det är viktigt för vår studie vem som säger vad, har den Retoriska Arenan-teorin fungerat som ett sätt att få en övergripande kartläggning av situationen kring anklagelserna i Martin Timell-krisen. Tillvägagångssättet för att nå fram till ett analysredskap som omfamnar krissituationens centrala aktörer och vad som sägs mellan dem har inletts med en definition av varje texts huvudaktörer i en makroanalys. I makroanalysen fann vi vem som talade till, mot, om och/eller förbi varandra och skapade därefter en modell som visuellt visade processen.

Vidare gjordes mikroanalyser av de enskilda kommunikativa processerna. Detta gjordes för att kunna identifiera hur ansvaret för krisen ramades in, både i de externa texterna och i TV4s egenproducerade. Mikroanalysen gjordes med hjälp av det analyschema som utformades parallellt med genomläsning av analysmaterialet.

Efter detta gjordes en sammanställning av den uttalade skuldbeläggningen i krisen som användes till grund för ytterligare ett analyschema för att sammanställa vem som anses ansvarig för krisen i de olika texterna. I detta schema, som redovisas i *figur 9.1*, består den horisontella axeln av de olika aktörerna som någon gång, i någon av de analyserade texterna, anses bära visst eller stort ansvar för krisen. Den vertikala axeln utgörs av analysenheterna.



|             |          |                                |            |                                 |                       |                           |                    |
|-------------|----------|--------------------------------|------------|---------------------------------|-----------------------|---------------------------|--------------------|
|             |          | <b>Vem beskylls problemet?</b> |            |                                 |                       |                           |                    |
|             |          | <i>Martin Timell</i>           | <i>TV4</i> | <i>Produktionsbolaget Meter</i> | <i>Mediebranschen</i> | <i>Samhällsstrukturen</i> | <i>Framgård ej</i> |
| <b>Text</b> | <b>A</b> |                                |            |                                 |                       |                           |                    |
|             | <b>B</b> |                                |            |                                 |                       |                           |                    |
|             | <b>C</b> |                                |            |                                 |                       |                           |                    |

Figur 9.1 Del av analyschema för ansvarsfördelning

När attributioner till ansvar definierats kunde även kristypen identifieras utefter SCCTs definitioner av olika kristyper.

I ytterligare en modell kartläggs TV4s använda kriskommunikationsstrategier utifrån de egenpublicerade texterna och strategierna som tas upp i SCCT, se figur 9.2.

|             |          |                   |                  |           |                |                |        |              |       |            |               |               |                            |
|-------------|----------|-------------------|------------------|-----------|----------------|----------------|--------|--------------|-------|------------|---------------|---------------|----------------------------|
|             |          | <b>Strategier</b> |                  |           |                |                |        |              |       |            |               |               |                            |
|             |          | Förnekelse        | Skylla ifrån sig | Motattack | Bortförklaring | Rättfärdigande | Omsorg | Kompensation | Ånger | Förlåtelse | Inställsamhet | Offerstrategi | Ingen strategi kan utläsas |
| <b>Text</b> | <b>A</b> |                   |                  |           |                |                |        |              |       |            |               |               |                            |
|             | <b>B</b> |                   |                  |           |                |                |        |              |       |            |               |               |                            |
|             | <b>C</b> |                   |                  |           |                |                |        |              |       |            |               |               |                            |

Figur 9.2 Del av analyschema för krisresponsstrategier

### 9.3 Studiens giltighet och tillförlitlighet

För att kunna uttala sig om en slutsats av en studie, måste det finnas argument som är giltiga och tillförlitliga. Om ett argument har med den undersökta saken att göra är argumentet giltigt och om uppgifterna i argumentet anses riktiga, är det tillförlitligt (Ekström & Larsson, 2010:14). De slutsatser vi ämnar dra i denna studie kommer vara understödda av de teorier vi använt oss av, det vill säga SCCT och den retoriska arenan, samt den empiriska data vi samlat in. För att resultaten av vår studie ska vara giltiga, arbetar vi med att säkerställa att våra argument är valida i relation till forskningssyftet under hela arbetsprocessen och att vi därmed konstant arbetar för att bevara fokus på att undersöka det vi ämnar undersöka.

En bristande tillförlitlighet kan uppstå till följd av slump- och slarvfel i processen med insamlandet och bearbetningen av det empiriska materialet. Graden av tillförlitlighet kan mätas vid jämförelse av resultat från minst två undersökningar på samma material (2012:63f). Därför har våra analysenheter undersökts flera gånger vardera, vid olika tillfällen och med olika förhållningssätt till texterna för att undvika att någonting missas eller utesluts. Vi har även studerat texterna individuellt, oberoende av varandra för att öka tillförlitligheten.

Vi är medvetna om att en kvalitativ studie oftast handlar om tolkningar av innehållet och att tolkningen för det mesta är en produkt av forskarnas förförståelse för ämnet (Ekström & Larsson, 2010:16). Varken skribent eller läsaren är neutral vid behandling av en text (Ledin & Moberg, 2010:153). Vi har försökt arbeta med att frånga våra egna värderingar och göra så en så neutral bedömning av innehållet i texterna som möjligt. Det är också därför vi inledningsvis har analyserat texterna individuellt. Det har hjälpt oss att ha öppna förhållningssätt till alternativa tolkningar och vara kritiska mot våra egna fördomar (Ekström & Larsson, 2010:17). Trots detta är det viktigt att vara medveten om forskarens egen påverkan på resultatet.

## 10. Resultat och analys

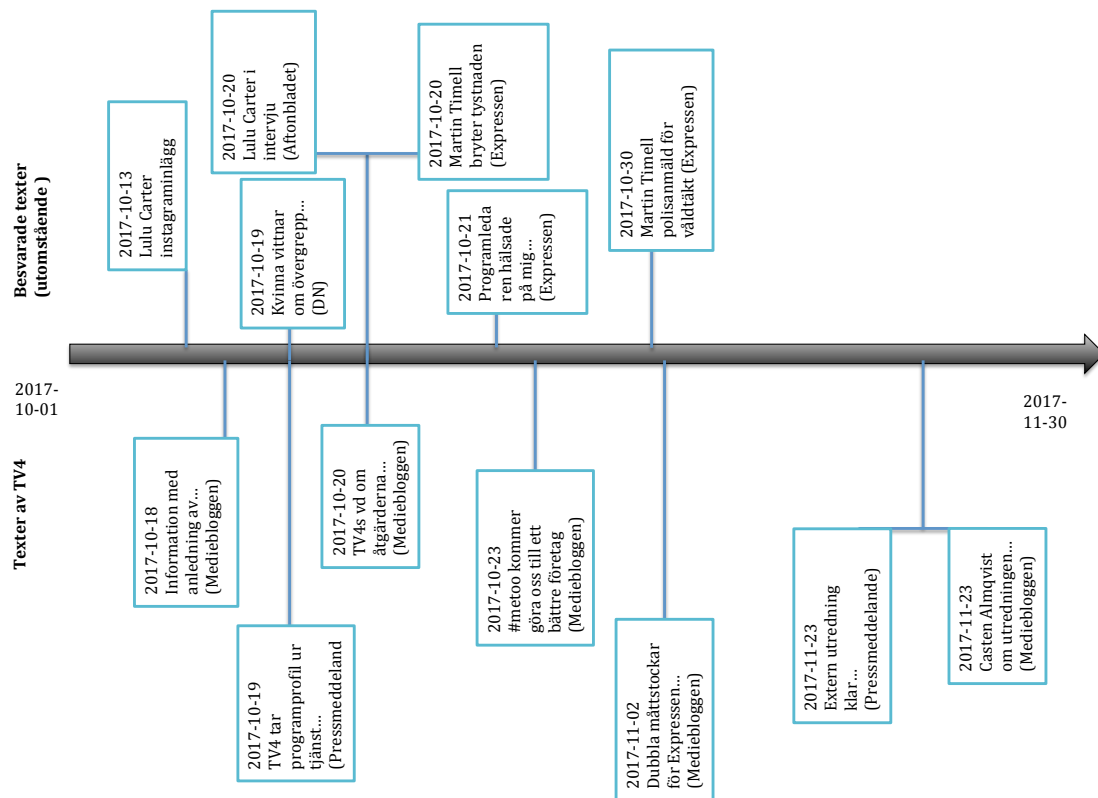
Detta avsnitt innehåller uppsatsens resultat- och analysdel. Den första delen redogör för krisens retoriska arena och krisens mest framträdande aktörer utifrån en makroanalys. Detta kompletteras av en visuell modell av den retoriska arenan. Därefter följer en mikroanalys av arenan. Mikroanalysens resultat används sedan för att redogöra för vilken typ av kris som TV4 befinner sig i. Genom en redogörelse för den schematiska textanalys som gjorts, presenteras sedan samspelet mellan de analyserade texterna för att belysa hur TV4 använder sig av kriskommunikationsstrategier.

### 10.1 Makroanalys – den retoriska arenan

Den inledande makroanalysen ämnar att identifiera de olika aktörerna vars röster återfinns i arenan. Här kartläggs den kommunikativa processen mellan TV4s *apologia* och de utomstående aktörernas *kategoria*, från den 13 oktober 2017 till och med den 23 november 2017 i syfte att upptäcka de mest framträdande rösterna i krisen. Detta stycke besvarar undersökningens första frågeställning - *Vilka aktörer är framträdande i krisens retoriska arena?*

Som nämnt är den retoriska arenan en abstrakt plattform där aktörer uttalar sig om något och som öppnas i samband med att en kris bryter ut (Frandsen & Johansen 2017:143). I sin forskning om den retoriska arenan antyder Frandsen och Johansen att en retorisk arena inte uppstår från tomma intet. Anledningen till att röster antrar den retoriska arenan beror på de relationer som skapas mellan aktörer i arenan samt en tidsaspekt som innebär att antalet aktörer ökar i takt med tiden (Vigsö, 2016:58).

Då vi i undersökningen identifierar de händelser och texter som TV4 besvarar i sina pressmeddelanden och blogginlägg, finns också en kronologisk ordning i vilken olika aktörer beträder arenan. I *figur 10.1* redovisas en tidslinje som visar på de externa texternas tidsmässiga relation till TV4s egenpublicerade material. Texterna i den undre halvan av tidslinjen är *apologia*, de texter publicerade av TV4. Den övre halvan av tidslinjen är *kategoria*, de texter vars innehåll TV4 besvarar som är publicerade i andra mediekanaler. Tidslinjen utreder också i vilken följd olika aktörer bjuds in i och tillträder den retoriska arenan för Timell-krisen. Texterna är publicerade mellan den 13 oktober 2017 och den 23 november 2017, då artikeltätheten om krisen och responstätheten från TV4 var som högst.



Figur 10.1 Tidslinje av analysenheterna

### 10.1.1 Den retoriska arenan öppnas

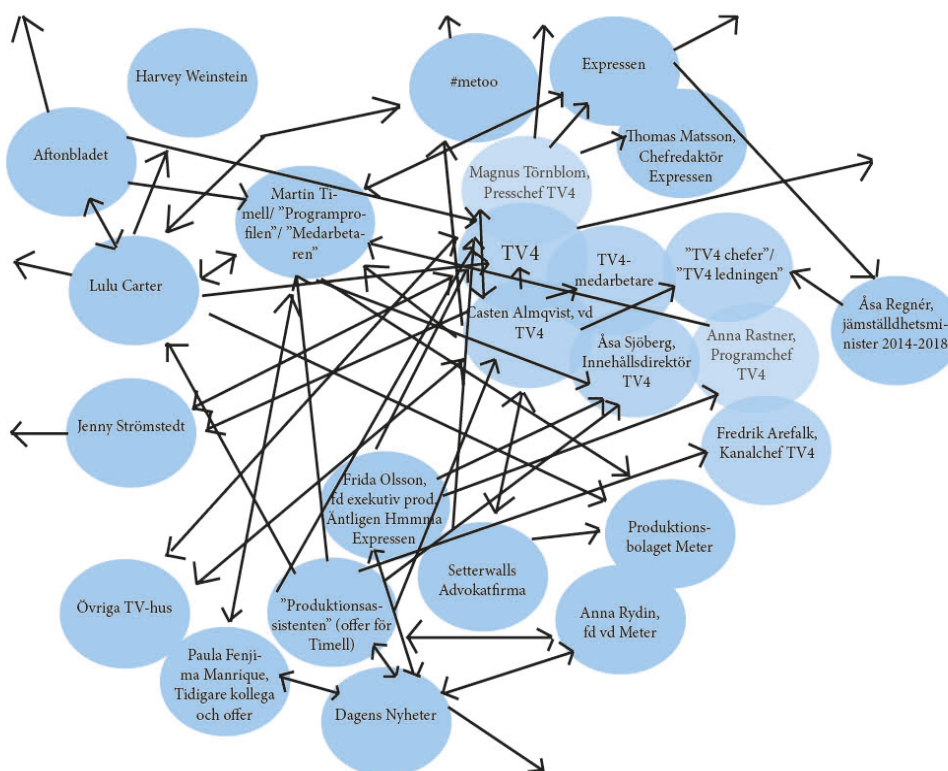
Den retoriska arenan för Timell-krisen öppnades upp i samband med Lulu Carters inlägg på Instagram den 13:e oktober 2017 där hon indirekt anklagar sin Äntligen Hemma-kollega Martin Timell för sexuella trakasserier. Detta gör hon genom att hänvisa till Timell som TV4's egen Harvey Weinstein. I och med detta bjuder Carter in fler aktörer att ta plats inom den retoriska arenan. Det som avgör vilka Carter involverar i arenan handlar om vilka aktörer hon talar till, med, förbi eller om i sitt budskap. I det korta inlägg på Instagram hon lade ut talar hon *om* Martin Timell och #metoo-rörelsen. Vem texten riktar sig till är inte explicit uttryckt. I och med att #metoo-rörelsen är en internationell gränsöverskridande rörelse är det mycket möjligt att Carter talar *till* såväl förövaren, i detta fall Martin Timell, som organisationen som han är en del av samt *till* allmänheten.

Fem dagar efter Carters inlägg på Instagram publicerar TV4 sin första *apologia*, alltså den första responsen på anklagelserna av den egna medarbetaren på TV4s medarbetarblogg *Mediebloggen*. Det är programchefen för TV4, Anna Rastner, som författar inlägget. Texten är informationsfattig och belyser eller bjuder inte några nya aktörer till krisens retoriska arena. Det talas *om* Martin Timell som "*medarbetaren*" och "*programprofilen*". Eftersom *apologia* är ämnat som ett försvar mot anklagelser och är en form av kriskommunikation, riktar sig Rastners inlägg, enligt SCCT, *till* organisationens intressenter (Coombs, 2007). Att hålla intressenter informerade i en kris är viktigt för att bibehålla en god relation (ibid).

### 10.1.2 Arenans röster

Till följd av öppningen av krisens retoriska arena och TV4s första reaktion på anklagelserna mot Timell dras ett antal nya aktörer in på arenan - flera olika nyhetsmedier, bland annat Dagens Nyheter, Expressen och Aftonbladet, som rapporterar om händelserna. Nyhetsmedierna fungerar som en kanal för många olika röster och bjuder i sin tur in ytterligare aktörer som fyller arenan (Vigsö 2016:58). I nyhetsmedierna syns och hörs tidigare och nuvarande medarbetare på TV4, personer som fallit offer för Timells agerande och politiker. En kvinna som är offer för Timells trakasserier får utrymme i Dagens Nyheter där TV4-ledningen och Produktionsbolaget Meter, som producerat Äntligen Hemma, tvingas in i arenan då de talas om och i viss mån anklagas för passivitet. En tidigare kollega till Martin Timell får göra sin röst hörd i samband med att hon kommenterar de upplevelser hon har av Timell. Martin Timell får ett större utrymme i arenan när han genom en intervju i Expressen talar om anklagelserna riktade mot honom. Jenny Strömstedt, en TV4-medarbetare, ännar den retoriska arenan på eget initiativ, då hon skriver en krönika om den större debatten #metoo.

Nedanstående modell (figur 10.2) syftar till att sammanfatta de framträdande aktörerna i krisens retoriska arena och ge en överblick av kommunikationsprocesserna som pågår. De olika pilarna i modellen illustrerar samtalsutbytet, där riktningen på pilarna visar vilken typ av kommunikation det handlar om. De enkelriktade pilarna representerar hur rösterna talar till, förbi eller om varandra och de dubbelriktade pilarna hur rösterna talar med varandra om krisen. Pilarna som pekar ut ur arenan representerar rösternas kanal ut till allmänheten.



Modellen består av de röster som identifierats i textanalysen och har utformats enligt Frandsen och Johansens modell för makroanalys av den retoriska arenan som presenterades i avsnitt 5.3 *Makromodellen*. Det som är viktigt att vara medveten om är att den retoriska arenan är mycket komplex och i stort sett omöjlig att överblicka helt (Vigsö, 2016:55; Frandsen & Johansen, 2017:149). Modellen som presenteras är den retoriska arena som går att återfinna i analysobjekten, som valts till följd av uppsatsens avgränsningar. Därför är den presenterade arenan inte en fullständig representation av krisens *verkliga* retoriska arena.

### 10.1.3 Arenans aktörer

Utifrån makroanalysens pilar kan vi utläsa att de röster som identifierats är de som anses vara inblandade i krisen, nyhetsmedier som rapporterar i krisen samt en politiker. Detta överensstämmer med de aktörer som Frandsen & Johansen menar ofta förekommer inom den retoriska arenan, som redogörs för i *avsnitt 5.3.1* (2017:142). I den visuella modellen går det att se att det pågår många olika samtal och sker många uttalanden om krisen parallellt.

De mest framträdande aktörerna i den retoriska arenan är Martin Timell, TV4 med ledning, produktionsbolaget Meter, Timells offer samt nyhetsmedierna. Dessa aktörer är de som uttalar sig mest i analysenheterna och/eller blir omnämnda flest gånger. Timell får inte särskilt stort utrymme att själv uttala sig, men blir mycket omtalad av de allra flesta aktörer i arenan. Timells offer - Carter, produktionsassistenten samt en före detta kollega får stort medialt utrymme att uttala sig, främst genom kritik mot TV4 och dess ledning samt Meter. TV4 och dess representanter, ofta individer i ledningsgruppen, besvarar i många fall den kritik de utsätts för, både av egna medarbetare samt av utomstående aktörer medan Meter inte uttalar sig i lika stor utsträckning.

Viktigt att tänka på är att #metoo uppfattas som en aktör i den mån att det är detta fenomen som ligger till grund för krisens utbrott tillsammans med Timells beteende genom åren. Att #metoo-rörelsen och dess diskussioner runt om i världen som sker samtidigt som Timell-krisens utbrott *kan* vara en möjlig anledning till att de kommunikativa processerna ser ut som de gör. Detta gör med andra ord rörelsen till en abstrakt, men central form av aktör i krisen.

### 10.1.4 Sammanfattning av makroanalysen

Krisens retoriska arena är näst intill omöjlig att avbilda eftersom den är mycket komplex och ständigt föränderlig (Vigsö, 2016:55; Frandsen & Johansen, 2017:149). Den retoriska arena som presenteras i denna uppsats är gjord utifrån de analysenheter som uppsatsen är avgränsad till och därmed inte fullständig för krisen i stort. Den retoriska arenan som presenteras i denna undersökning består därför endast av de aktörer som återfinns bland analysenheterna.

Analysen visar på kommunikationsprocessen mellan de som anses vara inblandade i krisen och de som uttalar sig om den externt. Den ger också en överblick av vilka som talar med, om, till och förbi varandra. Perspektivet ger en viktigt inblick i krisens flerstämmighet. Alla håller inte med varandra och det finns konstant reaktioner och motreaktioner.

Den retoriska arenan öppnas, i detta fall, med Lulu Carters inlägg på Instagram. Arenan fortsätter att växa genom att fler aktörer bjuds in. Bland de största aktörer att ta plats är TV4 och dess ledning, Meter, nyhetsmedier samt offren till Martin Timells handlingar.

## 10.2 Mikroanalys av den retoriska arenan

Mikroanalysen av den retoriska arenan innefattar analyser av de enskilda kommunikativa processerna i texterna. I denna ramar vi in hur de framträdande aktörerna i arenan fördelar ansvaret av krisen. Detta besvaras med hjälp av en mikroanalys av den retoriska arenan och dess tillhörande texter där attributionen av ansvar i krisen framkommer samt den kategorisering av kristyp som presenteras av Timothy Coombs i SCCT (Coombs, 2007:168; Bartman 2018:23f). Detta görs med hjälp av två analys-scheman - den ena är en textanalys som delvis besvarar huruvida krisen anses vara förebyggbar eller inte och den andra ämnar finna vilken/vilka aktörer som anses bära skuld i krisen. I detta stycke presenteras först hur ansvaret för krisen fördelas av de mest framträdande aktörerna i den retoriska arenan och om krisen anses vara förebyggbar eller inte. Utifrån detta kommer vi sedan att avgöra vilken typ av kris TV4 befinner sig i enligt SCCT. Efter detta finns möjlighet att avgöra vilka kriskommunikationsstrategier som är bäst lämpade för kristypen.

### 10.2.1 Att hitta en ansvarig

I analys-schemat som kartlägger ansvarsfördelningen i krisen, *se bilaga 2*, listas sex olika svarsalternativ - *Martin Timell, TV4, Produktionsbolaget Meter, Mediebranschen, Samhällsstrukturer och Framgår ej*. Det är dessa sex alternativ som har framkommit vid textanalyserna. I schemat har varje analysobjekt behandlats och de som anses bära skulden för krisen har markerats med ett kryss. Kryssen stötts av citat som stärker analysen om skuldbeläggningen. Tolkningarna av ansvarsfördelningen är baserade på uttalanden och formuleringar. Finns inget att utläsa explicit eller implicit angående ansvarsfördelningen i texterna markeras "*Framgår ej*".

I kommande stycken behandlas alla analysenheter och de perspektiv på attribution av ansvar i krisen som presenteras. Texterna publicerade i TV4s pressrum och på deras medieblogg väljer vi att kalla för *internt publicerade texter*. De texter som publicerats i andra kanaler väljer vi att kalla *externt publicerade texter*. I den första delen presenteras och analyseras de texter som publicerats utanför TV4s pressrum och medieblogg, det vill säga intervjuer och artiklar av utomstående parter. I den andra delen presenteras och analyseras TV4s texter. Utifrån detta kommer vi kunna se vem som anses bära mest ansvar, både internt och externt, hur stort ansvar TV4 själva anser att de bär. Med detta kommer vi sedan att avgöra vilken typ av kris TV4 befinner sig i.

### 10.2.2 Attribution av ansvar: externt publicerade texter

De externt publicerade texter som behandlas är text A, C, E, F, H och J enligt analys-schemat. I ett förenklat analys-schema, *figur 10.3*, endast innehållande de *externt publicerade texterna* ser vi på kryssen att majoriteten av ansvaret för krisen läggs på TV4, viss skuld läggs även på Produktionsbolaget Meter och minst skuld läggs på Timell, mediebranschen och samhällsstrukturer. Den röda färgen markerar de aktörer som attribuerats mest ansvar, den orangea de aktörer som attribuerats lite ansvar och den gula de som attribuerats minst ansvar i krisen baserat på det som uttrycks i analysenheterna.

|             | Vem beskylls problemet? |               |     |                          |                |                    |            |
|-------------|-------------------------|---------------|-----|--------------------------|----------------|--------------------|------------|
|             |                         | Martin Timell | TV4 | Produktionsbolaget Meter | Mediebranschen | Samhällsstrukturer | Framgår ej |
| <b>Text</b> | <b>A</b>                |               | X   |                          |                | X                  |            |
|             | <b>C</b>                |               | X   | X                        | X              |                    |            |
|             | <b>E</b>                | X             | X   | X                        |                |                    |            |
|             | <b>F</b>                | X             |     | X                        |                |                    |            |
|             | <b>H</b>                |               | X   |                          | X              | X                  |            |
|             | <b>J</b>                |               | X   |                          |                |                    |            |

**Text A:** Lulu Carters Instagram-inlägg

**Text C:** Kvinna vittnar om övergrepp av folkkär TV4-programledare

**Text E:** Lulu Carter i öppenhjärtig intervju om Martin Timell

**Text F:** Martin Timell bryter tystnaden – och erkänner

**Text H:** Programledaren hälsade på mig med frasen ”den fula feministfittan”

**Text: J:** Martin Timell polisanmäld för våldtäkt

*Figur 10.3 Analysresultat skuldbeläggnings externa texter*

I Lulu Carters inlägg på Instagram, som kom att bli startskottet för Martin Timell-krisen, så använder Carter hashtaggen #metoo som en del av sin bildtext som lyder “*Timell = TV4’s egen Harvey Weinstein. #metoo*”. Genom att använda hashtaggen så deltar hon i en debatt och rörelse som ämnar att belysa ett globalt strukturellt problem gällande maktmissbruk och hur illa kvinnor behandlas delvis i privatlivet med också i skola, på arbetsplatser, med mera (Fitzgerald, 1988:153). Utan att hon explicit uttrycker det, kan man, genom att hon använder #metoo, se till den större kontexten, där hashtaggen tyder på viljan att belysa de strukturella problemen. Detta går att tolka som att Carter i sitt inlägg beskyller rådande samhällsstrukturer för krisen. Att hon även explicit pekar ut Timell som TV4s egen Weinstein, det vill säga, gör en liknelse med Weinstein-fallet, visar på att hon även skuldbelägger TV4. I fallet med Weinstein har det framkommit att TWC hade vetskap om de kränkande handlingar Harvey Weinstein utförde under en längre tid. Sett ur det perspektivet, kan det därmed också tolkas som att Carter anklagar TV4 för att i någon mån ha vetat om vad som pågick men blundat för problemet.

I DN:s artikel, *Kvinna vittnar om övergrepp av folkkär TV4-programledare* (text C), som handlar om den så kallade “badtunne-incidenten” med produktionsassistenten som blev sexuellt trakasserad av Timell, framgår en tydlig beskrivning av attribution av ansvar i krisen.



Bland annat kritiseras produktionsbolaget Meter för att ha försökt köpa offrets tystnad genom att erbjuda henne en löneförhöjning. Det mest grundläggande problemet framstår dock som TV4s ovilja att agera trots att anklagelserna framkommit även där:

*Den tidigare exekutiva producenten Frida Olsson, som försökte reda ut anklagelserna för ett drygt år sedan, säger till DN att hon stoppades av TV4.*

- Josefin Sköld, Dagens Nyheter, 2017-10-19

Detta vittnar om att ledningen på TV4 redan innan Carters Instagraminlägg visste om åtminstone denna händelse. Frida Olsson, exekutiv producent på Äntligen Hemma, menar att trots flera turer fram och tillbaka med TV4 angående den interna rapporteringen om händelsen, valde kanalen att inte agera.

*De sa att det inte fanns någon polisanmälan och att TV4 kunde riskera att bli anmälda för förtal. De sa att programledaren fått "en tillsägelse". I stället initierades en officiell utredning om den dåliga kulturen och jargongen på programmet som han jobbade på av produktionsbolaget Meter. Men ingenting handlade om anklagelserna om sexuella övergrepp.*

- Frida Olsson, Dagens Nyheter, 2017-10-19

I text E, Lulu Carter i öppenhyrtig intervju om Martin Timell, gör Carter sin första intervju efter inlägget som hon publicerat på Instagram. Här intervjuas hon i Aftonbladet TV om hennes upplevelser, både av Timell men även TV4 som arbetsgivare, TV4-ledningen och produktionsbolaget Meter. I intervjun uttrycker Carter tydligt vilka hon anser bära det största ansvaret för krisen - Timell, TV4 och Meter. Carter beskriver i intervjun sin rädsla för Timell och hans makt inom TV-branschen och att hon till viss del därför först inte vågade säga något om vad som pågick. Timell beskrivs som mycket manipulativ både gentemot Carter själv men även resten av TV4 och produktionsbolaget. Hon menar att trakasserierna började tidigt på Äntligen Hemma-redaktionen.

Carter uttrycker i intervjun att TV4 vetat om den rådande situationen och Timells beteende, men avfärdat det. Hon anser därför att TV4 bär stort ansvar för situationen då de haft möjlighet att göra något åt den, men valt att inte göra det.

*De [TV4-ledningen] har hållit honom om ryggen. Han har betett sig som ett svin men de har betett sig kriminellt. Det är väl värre det de har gjort.*

- Lulu Carter, Aftonbladet TV 2017-10-20

Hon visar stor besvikelse för TV4 och dess ledning då hon själv anser att hon blivit syndabock för händelserna. Hon menar att hon försökt informera TV4-ledningen om Timells beteende och blivit förlöjligad för att sedan bli utfasad från företaget och till slut inte få några nya projekt på TV4.

Carter uttrycker även ilska och besvikelse gentemot produktionsbolaget Meter som hon menar visste om hur Timell betedde sig.

*Producenten visste ju om hur han betedde sig och även ledningen på Meter visste hur han betedde sig.*

- Lulu Carter, Aftonbladet TV 2017-10-20

I intervjun förklarar Carter att Timells beteende var motsatsen till en hemlighet, att det snarare var en snackis, men att ingen sa till Timell att hans beteende inte var okej.

Text F, *Martin Timell bryter tystnaden – och erkänner*, är Timells första intervju efter anklagelserna, publicerad av Expressen Nöje. Timell får möjlighet att besvara anklagelserna och förklara sin sida av händelserna. Ansvar för krisen lägger han delvis på sig själv, men även på Meter. Timell tar i flera delar av texten på sig anklagelserna och uttrycker att han gjort fel, utan att explicit uttrycka sig om specifika anklagelser.

*Jag kan inte göra mer än att säga "Fan, jag gjorde fel"*

- Martin Timell, Expressen Nöje 2017-10-20

I intervjun berättar Timell att han inte förstått att hans beteende skadat andra och att ingen någonsin berättat för honom att han uppfört sig opassande. Han lägger alltså delvis över ansvaret för sitt beteende på produktionsbolaget.

*Jag har fått höra av mitt team i dag upprepade exempel när så har varit fallet. Jag har trott, eftersom ingen har sagt någonting, att det har varit underhållande. Jag har ett språkbruk som kanske lämpar sig lite mer på 1700-talet, det har jag förstått.*

- Martin Timell, Expressen Nöje 2017-10-20

Dock motsäger han sig själv genom att först uttrycka besvikelse gentemot sina kollegor som han säger inte har gjort honom uppmärksam på sitt beteende, för att sedan säga att han *tror* att flera sagt till honom men att han struntat i det och inte tagit det på allvar. I sin intervju lägger Timell alltså skulden främst på sig själv, men även delvis på produktionsbolaget ett flertal gånger. Dock är han motsägelsefull i sina uttalanden.

En krönika av TV4-medarbetaren Jenny Strömstedt, som presenteras som *text H - Programledaren hälsade på mig med frasen "den fula feministfittan"*, tar främst upp den samhälleliga strukturen som det största problemet. I texten menar Strömstedt på att TV4s problematik är en konsekvens av mediebranschens historik.

*Min egen arbetsplats TV4 är en del av historien och haveriet med hanteringen av Martin Timells trakasserier tror jag är ett arv från kanalens barndom*

- Jenny Strömstedt, Expressen, 2017-10-21

Ansvar för denna typ av problematik menar hon ligger hos alla, det vill säga inte endast hos TV4 och Martin Timell. Strömstedt vill belysa att det finns andra på kanalen som även de varit nedvärderande och kränkande i sitt bemötande av andra medarbetare:

*Jag minns också den manliga programledaren, alltså inte Martin Timell, som hänskrattande hälsade på mig med frasen "den fula feministfittan"*

- Jenny Strömstedt, Expressen, 2017-10-21

Det framgår inte explicit att TV4 hade kunnat förebygga krisen om de valt att agera på de anklagelser som riktades mot Timell, utan att underlåtenheten att agera är mer komplex än bara ignorans. Det ligger djupt rotat i den kultur som präglat mediebranschen under en lång tid, och därför beskylls krisen till stor del på mediebranschen och samhället.

I text J, *Martin Timell polisanmäld för våldtäkt*, läggs allt ansvar för krisen på TV4. I texten får flera olika röster komma till uttryck, bland annat en kvinna som väljer att vara anonym, som arbetat som produktionsassistent på Äntligen Hemma-redaktionen och fallit offer för Timells trakasserier samt Lulu Carter. Produktionsassistenten menar att TV4-ledningen låtit Timell göra precis som han velat utan konsekvenser.

*Den största boven och förgriparen i det här är TV4-ledningen. Åsa Sjöberg, en av Martin Timells närmaste vänner, har låtit honom gång på gång på gång på gång, genom alla år, gå vidare med sådana här situationer, han har kunnat bete sig som han har velat.*

- "Produktionsassistenten", Expressen 2017-10-30

Produktionsassistenten beskriver även sin besvikelse gentemot TV4-ledningens ovilja att agera när de fått flera chanser att göra något åt problemet. Hon menar att Meter uttryckt en önskan om att få byta ut Timell men att TV4-ledningen nekat det.

*"De [TV4-ledningen] kan inte sitta och vara ångerfyllda, de har haft tre gånger på sig att ta det vidare. De har haft tre gånger på sig att polisanmäla det här och avsätta Martin Timell. Produktionsbolaget har velat byta ut Martin men kanalen har sagt nej. De står för den här sexförbrytaren. Det här brottet klassas som en våldtäkt och de står bakom det."*

- "Produktionsassistenten", Expressen 2017-10-30

I texten återfinns ett kontinuerligt missnöje med TV4 och dess ledning, vilket gör att det är dessa som attribueras allt ansvar för krisen.

### 10.2.3 Sammanfattning av externa röster

Det råder en relativt samstämmig mening från de flesta externa aktörer - att TV4 och dess ledning attribueras störst ansvar i krisen. Många av de anklagande parterna menar att TV4 haft chanser att agera på de uppgifter som framkommit angående Timells beteende redan långt innan krisen bröt ut på medial nivå. Även produktionsbolaget Meter beskylls av flera parter för att ha varit medvetna om situationen och inte ha agerat, dels då de inte anmält händelserna men också för att ha förminskat allvaret i situationen. Dock menar ett offer att Meter velat byta ut Timell men fått nej från TV4. Produktionsbolaget beskylls av Timell för deras underlåtenhet att kommentera hans beteende, vilket för honom inneburit en tro om att hans handlingar varit okej.

En relativt stor skuld attribueras också samhället med dess rådande struktur och mediebranschen i stort. Man menar att TV4s och Meter agerande och icke-agerande är en produkt av tidigare samhällsstrukturer som fortfarande har en inverkan på hur saker och ting hanteras. Dock skuldbeläggs TV4 även när samhällsstrukturerna tas upp som en anledning till Timells beteende, då de inte gjort interna förändringar för att förhindra att dessa lever kvar.

### 10.2.4 Attibution av ansvar: internt publicerade texter

De internt publicerade texter som behandlas är text B, D, G, I, K, L och M enligt analyschemat. I ännu ett förenklat analyschema, *figur 10.4*, endast innehållande de *internt publicerade texterna* ser vi på kryssen att majoriteten av ansvaret för krisen attribueras till TV4 och produktionsbolaget Meter, medan minimalt ansvar attribueras till samhällsstrukturer och mediebranschen. I en text framgår inte vem som bär ansvar i krisen.

|      | Vem beskylls problemet? |               |     |                          |                |                    |            |
|------|-------------------------|---------------|-----|--------------------------|----------------|--------------------|------------|
|      |                         | Martin Timell | TV4 | Produktionsbolaget Meter | Mediebranschen | Samhällsstrukturer | Framgår ej |
| Text | B                       |               |     |                          |                |                    | X          |
|      | D                       |               |     | X                        |                |                    |            |
|      | G                       |               | X   | X                        |                | X                  |            |
|      | I                       |               | X   |                          |                | X                  |            |
|      | K                       |               | X   |                          |                |                    |            |
|      | L                       |               | X   | X                        |                |                    |            |
|      | M                       |               | X   | X                        |                |                    |            |

**Text B:** Information med anledning av anklagelserna mot en av våra programprofiler

**Text D:** TV4 tar programprofil ur tjänst

**Text G:** TV4s VD om åtgärderna som nu vidtas

**Text I:** #metoo kommer att göra oss till ett bättre företag

**Text K:** Dubbla måttstockar för expressen när det gäller #metoo-bevakningen?

**Text L:** Extern utredning klar – TV4 lanserar kraftfull handlingsplan mot trakasserier

**Text M:** Casten Almqvist om utredning och vägen framåt

*Figur 10.4 Analysresultat skuldbeläggning interna texter*

I den första internt publicerade texten *Information med anledning av anklagelserna mot en av våra programprofiler* (analysobjekt C) beskrivs TV4s medvetenhet om de anklagelser som riktas mot en av deras medarbetare. Timell nämns inte vid namn. TV4 belyser sitt “*ansvar i att vara varsamma med hur de kommenterar personliga uppgifter och utpekanden av enskilda personer eller medarbetare i ett ärende där ingen är anmäld eller dömd*” (Anna Rastner,

Mediebloggen, 2017-10-18), men påvisar inget eget ansvarstagande i krisen heller. Attribution av ansvar förblir osagt och det framgår inte heller om krisen hade kunnat förhindras eller ej.

Den andra interna texten, text D, *TV4 tar programprofil ur tjänst*, är ett pressmeddelande publicerat av TV4 på Bonnier Broadcastings hemsida. Åsa Sjöberg, innehållsdirektör på TV4 citeras i meddelandet. Hon förklarar att de uppgifter som framkommit om *programprofilen* är nya för TV4-ledningen och att de tar avstånd från dessa beteenden. Sjöberg menar även på att de fått annan information av produktionen som menar att tidigare problem i produktionen lösts.

*De [uppgifterna] motsäger också den information vi hittills fått - att förändringarna som förra året vidtog inom produktionen gällande arbetsmiljö, kultur och ledarskap har lett till att man kommit till rätta med de missförhållanden som tidigare uppdagats.*

- Åsa Sjöberg, TV4 Pressrum 2017-10-19

I detta uttalande uttrycker Sjöberg att TV4-ledningen varit ovetande om problemen - och att om det funnits problem, har de blivit felinformerade kring förhållandena på *Äntligen Hemma*-redaktionen. Därför kan man tolka att Sjöberg attribuerar krisens ansvar till produktionsbolaget Meter och deras underlåtenhet att informera TV4-ledningen.

I den första text där TV4s vd uttalar sig och som är den tredje i ledet av kanalens egenpublicerade texter, *TV4:s vd som åtgärderna som nu vidtas* (analysobjekt G) angående krisen attribueras ansvaret till stor del på den egna organisationen:

*Vi kan redan nu konstatera att vi som beställare inte varit tillräckligt närvarande och till och med blundat för problem vi borde agerat på långt tidigare. Det är ett underbetyg till oss som organisation, till ansvariga chefer och den kultur som jag själv är ytterst ansvarig för.*

- Casten Almqvist (vd Tv4), Mediebloggen, 2017-10-20

Samtidigt beskylls produktionsbolaget Meter implicit för att inte ha rapporterat om de missförhållanden som pågått på redaktionen för *Äntligen Hemma*. I texten framgår det även att TV4 skuldbelägger samhället för att främst fokusera på "*namngivandet av två medieprofiler snarare än den stora frågan, om hur män behandlar kvinnliga medmänniskor*" (Almqvist, Mediebloggen, 2017-10-20). Samtidigt pekas Timell, som i detta sammanhang kallas för "medarbetaren", också ut som ansvarig i krisen, då han gått emot TV4s värderingar.

*#metoo kommer att göra oss till ett bättre företag* (text I) är ett blogginlägg på TV4s medieblogg där Casten Almqvist skriver ett öppet inlägg om anklagelserna mot TV4 och den egna medarbetaren. I inlägget attribuerar han ansvar i krisen till TV4 och samhällsstrukturer. Han lägger stor energi på att belysa #metoo-rörelsens vikt i samhället och trycker på att granskningen av TV4 varit viktigt för organisationens fortsatta utveckling. Han uttrycker återigen en förhoppning om att #metoo-debatten utvecklas till en större debatt om mäns attityd gentemot kvinnor, där han anser att problemet grundar sig, och att diskussionen inte ska fastna vid enskilda individer.

*Det jag möjligen hoppas nu är att #metoo i Sverige kan växa till en större debatt om mäns systematiska beteenden och attityd mot kvinnor, i stället för att riskera att fastna enbart vid några enskilda individer i mediebranschen. Att inte bara vi, utan att hela samhället, går igenom en hälsosam chockterapi. Och förändras.*

- Casten Almqvist, Mediebloggen, 2017-10-23

Han fortsätter med att hänvisa till Jenny Strömstedts krönika publicerad i Expressen två dagar tidigare och instämmer i att TV4 har ett förflutet som fortfarande påverkar arbetsklimatet hos organisationen.

*På tal om förändring kan jag varmt rekommendera Jenny Strömstedts krönika i Expressen i lördags om hur TV4 var i sin barndom, på 90-talet. Hennes tes är att en del av förklaringen till det som nu exploderat omkring oss hänger ihop med vårt förflutna. Jag tror hon har rätt i det.*

- Casten Almqvist, Mediebloggen, 2017-10-23

Almqvist är något vag i attributionen av ansvar och skriver mycket kring den rådande situationen, både på en samhällelig och en organisatorisk nivå. Dock kan man utläsa att han ser problemet främst som en strukturell utmaning, som TV4 har en betydande roll i.

Magnus Törnblom, presschef på TV4, publicerar blogginlägget *Dubbla måttstockar för expressen när det gäller #metoo-bevakningen?*, analysobjekt K. I sitt inlägg på mediebloggen kritiserar han Expressen för sin ovilja att låta sig granskas av *Medievärlden* såsom TV4 har blivit granskad. Han beskyller även Expressen för att inte leva upp till sina värdegrunder om press- och yrkesetik då de manipulerar uttalanden från TV4-medarbetare för att få klick på sina artiklar. I denna text är attribution av ansvar något svåridentifierat. Däremot lägger Törnblom stor vikt vid att belysa TV4s villighet att bli granskade. I sin formulering *“Slutligen – för att undvika missförstånd om att vi inte tycker vi borde granskats vill jag vara väldigt tydlig med en sak. De misstag vi genom åren uppenbart begått förtjänar såväl granskning som kritik. Både när det gäller det som personer i den aktuella programledarens omgivning utsatts för, och vår historiska underlåtenhet att agera på det.”* (Magnus Törnblom, Mediebloggen, 2017-11-02) kan man utläsa att Törnblom anser att TV4 begått misstag och att de slarvat med hanteringen av situationen. Detta tyder på att TV4 attribueras ansvaret i krisen.

I analysobjekt L, *Extern utredning klar – TV4 lanserar kraftfull handlingsplan mot trakasserier*, belyser TV4 den externa utredningen som gjorts av en oberoende advokatbyrå. TV4 återger den kritik advokatbyrån gett kanalen efter utredningen.

*TV4 och Meter får kritik för sin underlåtenhet att agera och vidta åtgärder för att säkra en trygg arbetsmiljö, och för hur man hanterat uppgifter om sexuella trakasserier.*

- Pressmeddelande TV4, 2017-11-23

Texten belyser kanalens och produktionsbolagets ansvar i krisen, då man implicit menar att de blundat för problemen. Vidare läggs återigen skuld på TV4 som anses ha försvårat för Meter att fullfölja sitt arbetsgivaransvar genom att inte ha avslutat samarbetet med “programprofilen” tidigare, trots påtryckningar från Meter.

Den sista texten publicerad av TV4 i urvalsperioden, *Casten Almqvist om utredning och vägen framåt*, analysenhet M, är ett blogginlägg publicerat av Magnus Törnblom i form av ett internt brev skrivet av Casten Almqvist till medarbetarna på TV4. Törnblom beskriver att han väljer att publicera brevet till följd av att det fått spridning utanför TV4. Brevet belyser den handlingsplan som presenterats av Setterwalls Advokatbyrå. Almqvist skriver hur stolt han är över hur långt TV4 som organisation kommit sedan anklagelserna, dess medarbetare, värderingar och arbete. TV4 och Meter attribueras tillsammans ansvar i krisen som anses ha kunnat förebyggas.

*Utredningen är entydig i sin slutsats. Vi skulle redan 2016, i samband med den utredning som då gjordes av Meter Television, ha fattat det beslut vi nu har fattat; att avsluta samarbetet med programprofilen.*

- Casten Almqvist, Mediebloggen, 2017-11-23

Detta citat visar på att både TV4 och Meter sedan tidigare vetat om problemen på redaktionen och att de redan 2016 haft möjlighet att göra något åt det.

*Den [Setterwalls utredning] innehåller hård kritik mot vår underlåtenhet att agera på de missförhållanden som upptäcktes på Äntligen Hemma och runt vår programprofil.*

- Casten Almqvist, Mediebloggen, 2017-11-23

Vd:n uttrycker besvikelse gentemot sig själv, den egna organisationen och Meter som inte agerat på de missförhållanden som tidigare uppdagats.

### **10.2.5 Sammanfattning av interna röster**

Attribuerande av ansvar i de internt publicerade texterna är nästintill jämt fördelat mellan TV4 och produktionsbolaget Meter (se figur 10.4). Den huvudsakliga motiveringen till Meters skuld i krisen är att de undanhållit information som borde ha förts fram till TV4s ledning. Dock menar både TV4 själva och den externa oberoende utredningen på att de hade tillräcklig vetskap om vad som pågick på inspelningarna av Äntligen Hemma för att ha kunnat agera tidigare än vad de gjorde. Vidare finns det viss skuldbeläggning av samhället, då man menar att krisen bara är en liten del av den större problematiken kring mäns behandling av kvinnor. I en av de sju egenpublicerade texterna som analyseras framgår det inte vem man anser har ett ansvar i krisen.

Uteslutandet av skuldbeläggning på Martin Timell, som i mångt och mycket är huvudpersonen i krisen, kan bero på TV4s riktlinjer om att inte uttala sig eller kommentera personer i ärenden där ingen är anmäld eller dömd. Anna Rastner uttrycker i den första texten publicerad av TV4 efter krisens utbrott: *“Vi har ett ansvar att vara väldigt varsamma med hur vi kommenterar personliga uppgifter och utpekanden av enskilda personer eller medarbetare i ett ärende där ingen är anmäld eller dömd.”* (Anna Rastner, Mediebloggen, 2017-10-18). Fokus riktas då bort från den enskilda anklagade personen.

### 10.2.6 Vem attribueras mest ansvar i krisen?

I både de internt och externt publicerade analysobjekten attribueras TV4 störst ansvar i krisen. Detta motiveras av anledningarna att TV4 varit medvetna om Timells trakasserier och haft flera möjligheter att agera gentemot dessa, vilket även TV4 själva belyser både explicit och implicit (Casten Almqvist, Mediebloggen, 2017-11-23; "Produktionsassistenten", Expressen 2017-10-30). Tätt efter TV4 följer produktionsbolaget Meter som också attribueras stort ansvar. Detta motiveras av Meters förminskande av situationens allvar och deras underlåtenhet att rapportera händelserna till TV4 (Frida Olsson, Dagens Nyheter, 2017-10-19; Åsa Sjöberg, TV4 Pressrum 2017-10-19). Det förekommer att Timell, mediebranschen och samhällsstrukturer attribueras ansvar i krisen, men inte i närheten av i så stor utsträckning som TV4 och Meter.

### 10.2.7 Att avgöra kristypen

Som nämnt i *avsnitt 5.2.3 Inramning av ansvar* så avgörs vilken typ av kris en organisation befinner sig i med två steg - att avgöra hur det talas om krisen samt att se över faktorer som kan intensifiera krisen för organisationen.

Med utgångspunkt i ovanstående analys av attribuerande av ansvar i krisen går det att utläsa vilken typ av kris TV4 befinner sig i. Då TV4 anses ha varit medvetna om krisen och haft möjlighet att agera under en längre tid så kan krisen definieras som *förebyggbar* och TV4 attribueras därför stort ansvar i krisen (Coombs 2010; Vigsö 2016). Bedömningen av ansvaret i krisen avgörs först och främst av intressenterna. För att rätt kriskommunikationsstrategier för kristypen ska kunna tillämpas för att uppnå en effektiv respons, kräver det att organisationen delar samma syn på krisen som intressenterna, vilket de i detta fall gör (Coombs, 2018:442f). Ansvar i krisen attribueras i stort sätt likadant både i de externt publicerade texter som de interna.

Även Meter, Timell, samhällsstrukturer och mediebranschen attribueras i vissa fall delar av ansvaret, men inte i lika stor utsträckning som TV4.

Sett till potentiella intensifierade faktorer, som tidigare krishistorik och dåliga relationer till sina intressenter, hos TV4 finns inga nämnvärda sådana att ta ställning till. Dock, eftersom krisen anses ha varit förebyggbar, hade inte de intensifierade faktorerna spelat någon större roll, då TV4 redan attribueras störst ansvar i krisen (Coombs, 2010).

### 10.2.8 Rekommenderade strategier för kristypen

Martin Timell-krisen bestäms till en förebyggbar kris, vilket innebär att TV4 attribueras störst ansvar i krisen. TV4 anses haft möjlighet att uppmärksamma och åtgärda problemen, men valde att ignorera dem - något som de själva erkänner i sina uttalanden (Casten Almqvist, 2017-10-20; TV4, 2017-11-23; Casten Almqvist, 2017-11-23). Vid denna typ av kris rekommenderas, enligt SCCT, att TV4s kriskommunikation bör ligga inom ramarna för *återuppbyggande strategier* - det vill säga att visa omsorg gentemot krisens offer, kompensera krisens offer med ekonomiska eller materiella medel, visa sig ångerfulla inför krisen samt acceptera fullt ansvar för krisen och be om förlåtelse (Coombs & Holladay 2010:36, 339).



### 10.3 Samspelet mellan analysenheterna

Kommande analys av samspelet mellan analysenheterna baseras på textanalyserna i *bilaga 1*. Samspelet mellan texter visar, som nämnt, hur organisationer hanterar kritik som de utsätts för. I analys av samspelet går det att återfinna de olika kommunikationsstrategier som TV4 tilltar under krisen. Strategierna kartläggs med hjälp av ytterligare ett analyschema, se *bilaga 3*. Detta avsnitt kommer att besvara undersökningens sista frågeställning - *Hur samspelar TV4:s blogginlägg och pressmeddelanden med de texter som de är en reaktion på?*

#### 10.3.1 Samspelet och strategierna

Som redan konstaterat var Lulu Carters inlägg på Instagram startskottet för det som kom att bli den kris som slog hårt mot TV4 hösten 2017. En vecka efter att Carter liknar Timell vid Harvey Weinstein, publicerar TV4 sin första reaktion på anklagelserna i den egna bloggen på Bonnier Broadcastings hemsida. Detta blir en reaktion på den uppmärksamhet som Carters inlägg hittills fått, som går att se på TV4s användande av hashtaggen *#metoo*, vilken även används i Carters anklagelse. Detta visar på en reaktion då båda texter belyser anklagelsen i ljuset av *#metoo*. I det första uttalandet, som är ett inlägg på TV4s medieblogg, informerar Anna Rastner, programchef, om att de är medvetna om krisen men att de inte kan uttrycka sig ytterligare av etiska skäl mot den så kallade "programprofilen". Ingen av de krisresponsstrategier som presenteras i SCCT går att återfinna i texten.

Dagen efter TV4s första publikation om anklagelserna mot programprofilen, den 19 oktober, publiceras en artikel i Dagens Nyheter, "*Kvinna vittnar om övergrepp av folkkär TV4-programledare*", där ett offer får medialt utrymme och berättar om sina upplevelser av Timell. I artikeln beskrivs Timells handlingar, men även TV4 och Meters tidigare ovilja att göra något åt dem. I pressmeddelandet - *TV4 tar programprofil ur tjänst* - som publiceras samma dag som artikeln menar TV4 på att de fått felaktig information om krisen:

*De [nya uppgifterna] motsäger också den information vi hittills fått - att förändringarna som förra året vidtogs inom produktionen gällande arbetsmiljö, kultur och ledarskap har lett till att man kommit till rätta med de missförhållanden som tidigare uppdagats.*

- TV4, 2017-10-19

Ur detta går det att urskilja kriskommunikationsstrategin *bortförklaring*, det vill säga att TV4 inte anser sig haft kontroll över situationen och försöker därför minimera sitt ansvar (Coombs & Holladay, 2010:36,339). För att förhindra att krisen upprepas upplyser TV4 också om de *försiktighetsåtgärder* som organisationen tilltagit till följd av anklagelserna, det vill säga att de lyft "programprofilen" ur tjänst. Detta är en av de allmänna rekommendationerna inom kriskommunikation som återfinns i SCCT (Vigsö, 2016:62f).

Den 20 oktober publiceras två intervjuer, en med Lulu Carter och en med Martin Timell. Under samma dag publiceras också TV4s tredje inlägg - *TV4s vd om åtgärderna som nu vidtas* - i de egna kanalerna. I Carters intervju kritiserar TV4s, men också Meters, ovilja att göra någonting åt problemen som legat till grund för de anklagelser som kommit till ytan. Detta är någonting som belyses av TV4s vd i blogginlägget.

*I samband med detta [anklagelserna] har det lyfts frågetecken om kulturen på TV4 och huruvida chefer har blundat för olämpliga beteenden från medarbetare.*

- Casten Almqvist, 2017-10-20

I blogginlägget står det också att det är ett underbetyg för organisationen att de inte varit tillräckligt närvarande samt ignorerat de problem som funnits.

*...men vi kan redan nu konstatera att vi som beställare inte varit tillräckligt närvarande och till och med blundat för problem vi borde agerat på långt tidigare. Detta är ett underbetyg till oss som organisation, till ansvariga chefer och den kultur som jag själv är ytterst ansvarig för.*

- Casten Almqvist, 2017-10-20

Här visas ånger inför krisen och att TV4 inte varit tillräckligt närvarande samt *förlåtelse* då de tar på sig ansvar för krisen i och med att de blundat för problem. Dock motsägs detta uttalande tidigare i texten då Almqvist skriver att de *nyligen* nåtts av uppgifter som tyder på problem, det vill säga att kännedomen om dem är relativt ny. Detta tyder på *bortförklaring*, det vill säga att påvisa brist på egenkontroll i krisen.

I Timells intervju talar han ut om anklagelserna som riktats mot honom och de åtgärder som TV4 valt att göra till följd av det som framkommit. Han belyser även sin ovisshet om att hans beteende uppfattats stötande. I TV4s text från samma datum besvaras inte Timells intervju. Istället upplyser man om de *åtgärdsstrategier* TV4 tagit fram för att hindra att incidenter lika de som hänt med Timell ska uppstå igen.

Den 21 oktober publiceras en krönika på Expressens hemsida skriven av TV4-profilen Jenny Strömstedt med titeln *“Programledaren hälsade på mig med frasen den “den fula feministfittan””*. I krönikan beskriver Strömstedt sin upplevelse av maktmissbruk inom tv-branschen. Hon lyfter även sin åsikt om att TV4, men även mediebranschen i stort, har en föråldrad kultur samt att det stora problemet ligger i mäns syn på kvinnor. Två dagar senare, den 23 oktober publicerar Casten Almqvist, vd för TV4, ett blogginlägg - *#metoo kommer att göra oss till ett bättre företag* - där han hänvisar till Strömstedts krönika. I inlägget visar Almqvist på *inställsamhet* när han tackar de offer som berättat sina historier.

*De här kvinnor förtjänar vår tacksamhet. Tack vare dem kommer vi att börja om från och med idag.*

- Casten Almqvist, 2017-10-23

Han påminner även om de goda sidorna hos TV4:

*Jag är stolt över vår kultur idag, jag är stolt över alla medarbetare, och jag är stolt över hur långt vi har kommit i vårt arbete med att utveckla och modernisera TV4 och Bonnier Broadcasting.*

- Casten Almqvist, 2017-10-23.

Almqvist tar även till *offer*-strategin när han belyser de rubriker som cirkulerat om TV4 under krisen och som är, enligt honom, missvisade om TV4s värderingar.

*Jag vågar knappt tänka på hur många unga värderingsstyrda talanger på väg ut i arbetslivet som har läst nattsvarta rubriker om oss de senaste dagarna.*

- Casten Almqvist, 2017-10-23

I slutet av inlägget delar Almqvist *försiktighetsåtgärder* i form av en handlingsplan som visar på vad TV4 ska göra för att säkerställa att krisen inte upprepas.

En artikel som blivit fälld av Pressens Opinionsnämnd, publicerades den 30 oktober i Expressen Nöje - *Martin Timell polisanmäld för våldtäkt* - där ett av Timells offer, den före detta produktionsassistenten på Äntligen Hemma, berättar om sina upplevelser av Timell. Utöver upplevelsena berättar hon om hur TV4-ledningen ska ha ignorerat samt tystat ner hennes försök till att ta rapporteringen om trakasserierna vidare. Hon menar även på att produktionsbolaget Meter har velat byta ut Timell, men att TV4 vägrat. Skulden lägger hon helt och hållet på TV4.

*Den största boven och förgriparen i det här är TV4-ledningen.*

- "Produktionsassistenten", 2017-10-30

Den 2 november publicerar TV4s presschef Magnus Törnblom ett blogginlägg som kritiserar ett flertal av Expressens artiklar som ämnar granska krisen som pågår hos TV4. Inlägget är inte ett direkt svar på föregående artikel, utan snarare ett svar på flera av Expressens artiklar. Törnblom menar att Expressens artiklar innehåller felaktigheter om TV4 vilket resulterar i att bilden av TV4 i krisen vanställs.

*När Expressen på nyhetsplats listar TV4:s 20 missar blandas ett antal belagda fakta med såväl utelämnad fakta, Expressens egna åsikter och slutsatser, och med direkta felaktigheter.*

- Magnus Törnblom, 2017-11-02

Genom detta visar Törnblom på *offer*-strategin, då TV4 målas upp som ett offer i krisen då det anses att organisationen porträtteras på ett felaktigt sätt. I artikeln går det även att se tendenser till *justerande information* då Törnblom exemplifierar flera rubriker och ingresser som han anser att Expressen förvrängt:

*"När några av TV4s medarbetare på detta möte ställer ett antal kritiska frågor om hanteringen till vd Casten Almqvist - och får svar på dem - blir det i Expressen till en konflikt. "TV4-STJÄRNOR I KONFLIKT med vd:n på mötet OM TIMELL" lyder Expressens löpsedel"*

- Magnus Törnblom, 2017-11-02

I inlägget kritiseras även Expressen för att de själva försökt undvika att bli granskade, trots att det framkommit att även de haft interna problem med sexuella trakasserier. Detta visar på att strategin som innebär att *gå till motattack*, det vill säga att de konfronterar Expressen som granskare av TV4s kris genom att understryka Expressens interna kris som liknar TV4s.

De två sista publicerade texterna av TV4 för perioden då krisen var som allra störst handlar om den utredning de tillsatt för att undersöka den problematik som funnits hos TV4 som

organisation. I dessa texter är snarare den ena en reaktion på den andra, vilket gör att de på sätt och vis hör ihop. De båda är dessutom svar på all *kategoria* som publicerats sen krisens uppdagande och är en form av utvärdering av det arbete som TV4 utfört angående anklagelserna riktade mot dem. Den första av texterna som publicerades den 23 november - *Extern utredning klar - TV4 lanserar kraftfull handlingsplan mot trakasserier* - är ett pressmeddelande som redovisar resultaten av utredningen. Den innehåller de åtgärder som kommer att vidtas på TV4 för att säkerställa att krisen inte uppkommer igen, vilket tyder på bevisande av *försiktighetsåtgärder* i sin kriskommunikation. De visar även på en form av *förlåtelse*, då de efter konstaterandet om sitt misslyckande av att säkerställa en trygg arbetsmiljö för sina medarbetare och genom att presentera en utförlig handlingsplan, tar på sig ansvaret för krisen. Det tydliggörs även i ett citat från Casten Almqvist:

*Utredningen anser också att TV4 genom att inte agera försvårat för Meter att fullfölja sitt arbetsgivaransvar*

- Casten Almqvist, 2017-11-23.

Den andra texten som publiceras - *Casten Almqvist om utredningen och vägen framåt* - vilket är ett brev till medarbetarna på TV4, är en utveckling av och respons på utredningen. Även här syns tendenser till *förlåtelse* samt belysande av *försiktighetsåtgärder* likt den föregående texten. Utöver dessa visas även *inställsamhet* då Casten Almqvist hyllar sina medarbetare för deras insatser under krisens första månad.

*Lika glad och tacksam som jag är för allas engagemang är jag imponerad av den professionalitet ni visat upp under den här perioden. [...] TV4 går mot sitt bästa år någonsin.*

- Casten Almqvist, 2017-11-23

## 11. Slutdiskussion

Denna uppsats har haft i syfte att undersöka de kriskommunikationsstrategier som TV4 använde i samband med att en egen medarbetare anklagades för sexuella trakasserier. Detta gjordes med utgångspunkt i Timothy Coombs *Situational Crisis Communication Theory* med hjälp av textanalys samt analys av krisen retoriska arena. Syftet undersöktes utifrån tre frågeställningar som fokuserade på tre områden - krisens aktörer, kristyp samt samspelet mellan krisens *kategoria* och *apologia*. Det som kan konstateras är att TV4 använde sig av flera olika kriskommunikationsstrategier i de texter som publicerats i TV4s pressrum och på *Mediebloggen*. I det inledande skedet av kriskommunikationen användes *förminskande* strategier (bortförklaringar). Dock övergick kommunikationen relativt snabbt till i stort sett genomgående användning av *återuppbyggande* strategier (ånger och förlåtelse) som kompletterades med *förstärkande* strategier (inställsamhet och offerstrategi).

Genom en analys av krisens kategoria och apologia går det att avgöra att TV4 befann sig i en *förebyggbar* kris enligt de kristyper som presenteras i SCCT. Krisen anses ha varit möjlig att undvika eller förebyggas både från externa aktörer samt organisationens sida, vilket innebär att organisationen anses bära stort eller allt ansvar i krisen (Coombs, 2007). Detta har framkommit genom att den kategoria som riktats mot organisationen har innehållit budskap som talar för att TV4 visste om vad som pågick bakom kulisserna på Äntligen Hemma-produktionen. Anklagelserna menar att TV4 ignorerat händelserna eller inte arbetat för att förebygga sexuella trakasserier på produktionerna. Detta har bidragit till att TV4 attribuerats stort ansvar i krisen, vilket de själva håller med om.

Enligt Coombs bör en organisation i kris använda sig av de kriskommunikationsstrategier som är anpassade för den specifika kristypen. Att använda strategier som inte är anpassade efter kristypen kan snarare förvärra organisationens situation än hjälpa. Som studien påvisat har inte TV4 varit fullt konsekventa i sin kriskommunikation, då de frångått de primära strategierna de borde ha följt för att uppnå en effektiv kriskommunikation. Då krisen var förebyggbar skulle *samtliga* krisbudskap ha varit formulerade inom den *återuppbyggande* strategin. Trots att de många gånger använde sig av strategier inom den kategori, bortförklarade de också situationen som en brist på egenkontroll, att de inte hade någon tidigare uppfattning om vad som pågick. Enligt Förtroendebarmetern sjönk förtroendet för TV4 år 2017 (Förtroendebarmetern, 2018). Att förtroendet för TV4 sjönk under krisen kan vara kopplat till att de först menade på att de var ovetande om de trakasserier som pågick på Äntligen Hemma-produktionen, för att sedan erkänna att de faktiskt visste om det och att de borde agerat tidigare. På många ställen i TV4s texter, inte sällan till och med i samma mening, kunde man finna paradoxala argument. Ett exempel är när TV4 i en text menar att det är *nya* uppgifter de nåtts av gällande sexuella trakasserier på Äntligen Hemma-produktionen, medan de i samma texter hävdar att de blundat för problemen, vilket uppfattas som ett påstående om att de faktiskt hade vetskap om vad som pågick (Almqvist, Mediebloggen, 2017-10-20). TV4s initiala kommunikation om krisen kan, efter erkännandet om kännedomen av trakasserier, ha uppfattats som en lögn för att försöka dölja det tidigare icke-agerandet i situationen vilket kan ha påverkat intressenternas förtroende för organisationen. Detta utfall hade möjligtvis kunnat se annorlunda ut om TV4 i större utsträckning hade använt sig av de strategier som rekommenderas av SCCT. Hade dock TV4 varit konsekvent *förnekande* i sin

kriskommunikation hade troligtvis förtroendet för kanalen och dess ledning varit på ännu lägre nivåer.

I den tidigare forskningen som tas upp i *avsnitt 6.1* om Weinstein-fallet lyfts de kriskommunikationsstrategier som The Weinstein Company använde när deras egen medarbetare anklagades för sexuella trakasserier. Även likt det som framkommer i denna studie om TV4, visar det sig i undersökningen av TWC att organisationen och dess medarbetare varit medvetna om Weinsteins beteende under en längre tid. Organisationen misslyckades med att be om förlåtelse för krisen vilket resulterade i stora problem med att upprätthålla organisationens anseende (Marino, 2018:81). Dessutom talade inte organisationen med en enad röst, vilket resulterade i inkonsekventa uttalanden. Detta innebar att även tillförlitligheten för organisationen sjönk drastiskt (Marino, 2018:71f).

Till skillnad från TWC så använde sig TV4 av *förlåtelse* där de tog på sig ansvaret för krisen. Och även om förtroendet för TV4 sjönk så fick de inte i närheten av så förödande konsekvenser som TWC, som ansökte om konkurs i mars 2018. Dock använde sig varken TWC eller TV4 rakt av SCCTs rekommenderade kriskommunikationsstrategier och drabbades båda av försämrat förtroende. Värt att reflektera kring är huruvida utfallet hade varit densamma för TV4 om de hade agerat mer likt TWC i krisen. I och med att Harvey Weinstein varit ansiktet utåt för TWC och Timell inte varit det på samma sätt för TV4, så kan man anta att det inte hade haft lika stora konsekvenser som för TWC.

### ***Tankar om slutsatserna***

Att resonera kring och dra generella slutsatser om hur organisationer i denna typ av kris, relaterat till anklagelser av en egen medarbetare för sexuella trakasserier, är svårt då området ännu är relativt oundersökt. För det krävs fler fallstudier inom ämnet än det som just nu finns, både i Sverige men också internationellt. Är det dock någon generell slutsats som kan funderas kring är den som man kan dra från denna undersökning om TV4s användning av SCCT i sin kriskommunikation samt TWCs kriskommunikation - att om organisationen inte följer de rekommenderade kriskommunikationsstrategierna för den specifika kristypen så kan organisationens förtroende och anseende försämrats. Detta stödjer det som Coombs beskriver som resultatet av ineffektiv kriskommunikation (Coombs, 2018:440).

### ***Reflektion kring studiens genomförande***

För denna studie är det viktigt att ha medvetenhet kring undersökningens avgränsningar. Exempelvis bidrar urvalet av analysenheter till att vi inte får en fullständig bild av varken hela krisen eller den verkliga retoriska arenan. Antalet undersökta analysenheter kan anses vara för få för att påvisa någon större generell bild över denna typ av krissituation. Dock är kartläggning av den generella bilden inte studiens huvudsyfte.

Vi valde att analysera antalet utomstående texter på basis av det huvudsakliga innehållet i dem. Vi är medvetna om att det finns fler texter vi hade kunnat ta del av som behandlar samma uttalanden från de olika aktörerna, men på grund av studiens begränsade tidsram valde vi ut de texter som är primärkällan för uttalanden då det är mycket tidskrävande att analysera texterna med den metod vi valt att använda oss av.

Efter att ha gjort denna undersökning har det väckt reflektioner kring metodvalet. Det finns många möjliga metoder att använda vid denna typ av undersökning, vilka kan ge andra infallsvinklar. Det hade varit möjligt att komplettera med ytterligare en metod, exempelvis retorisk analys.

### ***Förslag till vidare forskning***

I och med att kriskommunikation hos organisationer relaterat till #metoo-rörelse är relativt outforskat än så länge är ett förslag till vidare forskning att göra fler fallstudier inom detta, både av organisationer i Sverige, men även bland internationellt stora organisationer. Av intresse kan också vara att se till organisationers *krishantering* vid anklagelser under #metoo.

Att se till hur TV4s anseende har påverkats i längden, under och efter krisen, kan vara av både relevans och intresse vid ytterligare undersökning av fallet samt kriskommunikationens effektivitet.

Ytterligare ett förslag är att studera olika faktorer som #metoo har påverkat hos organisationer, exempelvis huruvida den interna kulturen hos organisationer skiljer sig åt före respektive efter #metoo.

## Referenser

- Almqvist, C. (2017, 23 oktober). #metoo kommer göra oss till ett bättre företag. *Mediebloggen*. Hämtad 2018-11-17, från: <https://www.bonnierbroadcasting.com/mediebloggen/casten/metoo-kommer-gora-oss-till-ett-battare-foretag/>
- Altheide, D., & Schneider, C. (2013). *Qualitative Media Analysis* (Second ed.). 55 City Road: SAGE Publications.
- Bartman, A., McDowell, Stephen, Dennen, Vanessa, Lee, Jaejin, & Rayburn, Jay. (2018). *The Fine Line between Famous and Notorious: Research in Public Figures' Crisis Response Strategies Using the Situational Crisis Communication Theory*, ProQuest Dissertations and Theses.
- Bergman, M. (2002). *The (un)reasonableness of Reporting : Antecedents and Consequences of Reporting Sexual Harassment*, *Journal of applied psychology* 8257813 87(2002):2, s. 230-242. Department of Psychology: University of Illinois at Urbana-Champaign, USA.
- Bonnier Broadcasting. (2017, 23 november). Extern utredning klar - TV4 lanserar kraftfull handlingsplan mot trakasserier. TV4 & Bonnier Broadcastings presstjänst. Hämtad 2018-11-17, från: <https://www.bonnierbroadcasting.com/senaste-nytt/pressmeddelanden-foretaget/2017/extern-utredning-klar--tv4-lanserar-kraftfull-handlingsplan-mot-trakasserier/>
- Bonnier Broadcasting. (2017, 19 oktober). TV4 tar programprofil ur tjänst efter nya uppgifter. *TV4 & Bonnier Broadcasting presstjänst*. Hämtad 2018-11-17, från: <https://www.bonnierbroadcasting.com/senaste-nytt/pressmeddelanden-foretaget/2017/tv4-tar-programprofil-ur-tjanst-efter-nya-uppgifter/>
- Carter, L. (2017, 13 oktober) *Timell = TV4's egna Harvey Weinstein #metoo*. [Instagram-inlägg] Hämtad: 2018-10-28, från: <https://www.instagram.com/p/BaMdfsMBcuG/>
- 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. Eastern Illinois University: Charleston, USA.
- Coombs, W. T. (2007). *Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory*. *Corporate Reputation Review*, 10(3), 163-176. Department of Communication Studies, Eastern Illinois University: Charleston, USA.
- Coombs, W. T. (2010). *Handbook in Communication and Media*. Oxford, UK: Wiley-Blackwell.
- Coombs, W.T. (2018). *Crisis Communication*. I Heath, R., & Johansen, W. (Red.), *The international encyclopedia of strategic communication Volume 2 F-Q* (s. 436-448) Wiley Blackwell: New Jersey, USA.



Ekström, M. & Larsson, L. (2010). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. (Uppl. 2). Lund: Studentlitteratur AB.

Esaiasson, P., Oscarsson, H., Gilljam, M., & Wängnerud, L. (2012). *Metodpraktikan : Konsten att studera samhälle, individ och marknad* (4., [rev.] uppl. ed.). Nordstedts Juridik: Stockholm.

Farrow, R. (2017, 10 oktober). From Aggressive Overtures To Sexual Assault: Harvey Weinstein's Accusers Tell Their Stories. *The New Yorker*. Hämtad 2018-12-27, från: <https://www.newyorker.com/news/news-desk/from-aggressive-overtures-to-sexual-assault-harvey-weinsteins-accusers-tell-their-stories>

Fitzgerald, Shullman, Bailey, Richards, Swecker, Gold, . . . Weitzman. (1988). *The incidence and dimensions of sexual harassment in academia and the workplace*. *Journal of Vocational Behavior*, 32(2), 152-175. Department of Educational Psychology, University of Illinois: Champagne, USA.

Fleming, M., Jr. (13 oktober, 2017). David Glasser on his & TWC's future after Harvey. Deadline

Frandsen, F., & Johansen, W. (2017). *Organizational crisis communication*.  
García Giribet, A. (2018, 20 augusti). Tarana Burke: The woman behind Me Too. *Amnesty International*. Hämtad 2018-12-14, från: <https://www.amnesty.org/en/latest/education/2018/08/tarana-burke-me-too/>

Hermann, C. (1963). *Some Consequences of Crisis Which Limit the Viability of Organizations*. *Administrative Science Quarterly*, 8, 61. Random House: New York, USA.

Johansen, W., & Frandsen, F. (2007). *Krisekommunikation : Når virksomhedens image og omdømme er truet*. København: Samfundslitteratur.

Kantor, J & Twohey, M. (2017, 10 oktober). Harvey Weinstein Paid Off Sexual Harassment Accusers for Decades. *The New York Times*. Hämtad 2018-12-27, från: [https://www.nytimes.com/2017/10/05/us/harvey-weinstein-harassment-allegations.html?rref=collection%2Ftimestopic%2FWeinstein%2C%20Harvey&action=click&contentCollection=timestopics&region=stream&module=stream\\_unit&version=latest&contentPlacement=303&pgtype=collection](https://www.nytimes.com/2017/10/05/us/harvey-weinstein-harassment-allegations.html?rref=collection%2Ftimestopic%2FWeinstein%2C%20Harvey&action=click&contentCollection=timestopics&region=stream&module=stream_unit&version=latest&contentPlacement=303&pgtype=collection)

Kris. I *Nationalencyklopedin*. (2018). Hämtad den 30 november 2018, från: [http://www.ne.se/uppslagsverk/ordbok/svensk/kris-\(2\)](http://www.ne.se/uppslagsverk/ordbok/svensk/kris-(2))

Kris. I *Svenska Akademiens Ordbok*. Hämtad den 30 november 2018, från: [https://www.saob.se/artikel/?unik=K\\_2633-0268.WA8y&pz=3](https://www.saob.se/artikel/?unik=K_2633-0268.WA8y&pz=3)

Ledin, J. & Moberg, U. (2010). *Textanalytisk metod*. I Ekström, M., & Larsson, L. (Red.), *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Uppl 2. (s. 153-176). Lund: Studentlitteratur AB.

Lindhe, J. (2018, 20 mars). Weinstein Company har ansökt om konkurs. *SVT Nyheter*. Hämtad 2018-12-27, från: <https://www.svt.se/kultur/film/weinstein-company-har-ansokt-om-konkurs>

Marino, K. (2018). *Crisis Communication, Potential Liability, and Activism in the Age of Social Media: A Case Study of The Weinstein Company, Harvey Weinstein, and the #MeToo Movement*. University of North Carolina: School of Media and Journalism

Me Too Movement. (2018). *About - History and vision*. Hämtad 2018-12-14, från: <https://metoomvmt.org/about/#history>

Medieakademien. (2018). *Förtroendebarmetern 2018*. Hämtad 2018-12-27, från: [http://medieakademien.se/wp-content/uploads/2018/03/Presentation-fortroendebarmetern\\_2018.pdf](http://medieakademien.se/wp-content/uploads/2018/03/Presentation-fortroendebarmetern_2018.pdf)

Me too-rörelsen. I *Nationalencyklopedin*. (2018). Hämtad den 10 december 2018, från: <https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lang/me-too-rorelsen>

Rastner, A. (2017, 18 oktober). Information med anledning av anklagelserna mot en av våra programprofiler. *Mediebloggen*. Hämtad 2018-11-17, från: <https://www.bonnierbroadcasting.com/mediebloggen/anna-rastner/information-med-anledning-av-anklagelserna-mot-en-av-vara-programprofiler/>

Robert L. Heath, & H. Dan O'Hair. (2010). *Handbook of Risk and Crisis Communication*. Routledge: New York.

Roos, M. (2017, 20 oktober). Martin Timell bryter tystnaden - och erkänner. *Expressen*. Hämtad 2018-11-18, från: <https://www.expressen.se/noje/martin-timell-bryter-tystnaden-och-erkanner-/>

Roos, M. (2017, 30 oktober). Martin Timell polisanmäls för våldtäkt. *Expressen*. Hämtad 2018-11-18, från: <https://www.expressen.se/noje/martin-timell-polisanmald-for-valdtakt/>

Ryan, H. (1982). Kategoria and apologia: On their rhetorical criticism as a speech set. *Quarterly Journal of Speech*, 68(3), 254-261. Routledge: New York, USA.

Shugerman, E. (2017, 17 oktober). Me too: Why are women sharing stories of sexual assault and how did it start?. *Independent*. Hämtad 2018-12-14, från: <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/me-too-facebook-hashtag-why-when-meaning-sexual-harassment-rape-stories-explained-a8005936.html>

Sköld, J. (2017, 20 oktober). Kvinna vittnar om övergrepp av folkkär TV4-programledare. *Dagens Nyheter*. Hämtad 2018-11-18, från: <https://www.dn.se/kultur-noje/kvinna-vittnar-om-overgrepp-av-folkkar-tv4-programledare/>

Strömstedt, J. (2017, 21 oktober). Programledaren hälsade på mig med frasen "den fula feministfittan". *Expressen*. Hämtad 2018-11-18, från: <https://www.expressen.se/kronikor/jenny-stromstedt-programledaren-halsade-pa-mig-med-frasen-den-fula-feministfittan-/>

Törnblom, M. & Almqvist, C. (2017, 23 november). Casten Almqvist om utredningen och vägen framåt. *Mediebloggen*. Hämtad 2018-11-17, från: <https://www.bonnierbroadcasting.com/mediebloggen/magnus-tornblom/casten-almqvist-om-utredningen-och-vagen-framat/>

Törnblom, M. (2017, 2 november). Dubbla måttstockar för Expressen när det gäller #metoo-bevakningen?. *Mediebloggen*. Hämtad 2018-11-17: <https://www.bonnierbroadcasting.com/mediebloggen/magnus-tornblom/dubbla-mattstockar-for-expressen-nar-det-galler-metoo-bevakningen/>

Törnblom, M. & Almqvist, C. TV4:s vd om åtgärderna som nu vidtas. *Mediebloggen*. Hämtad 2018-11-17, från: <https://www.bonnierbroadcasting.com/mediebloggen/magnus-tornblom/tv4s-vd-om-atgarderna-som-nu-vidtas/>

Vigsö, Orla. (2016). *Kriskommunikation*. Studentlitteratur AB: Lund.

Weary, G., Stanley, M., & Harvey, J. (1989). *Attribution*. Springer Publishing: New York, USA.

Weinstein, H. (2017, 5 oktober). Statement From Harvey Weinstein. *The New York Times*. Hämtad 2018-12-27, från: <https://www.nytimes.com/interactive/2017/10/05/us/statement-from-harvey-weinstein.html>

Weinstein. *Deadline*. Hämtad: 2018-12-22 från: <http://deadline.com/2017/10/david-glasser-harveyweinstein-bob-weinstein-the-weinstein-company-1202188171/>

Westin, A., Trus, H., & Bustamante, S. (2017, 20 oktober). Lulu Carter i öppenhjärtlig intervju om Martin Timell. *Aftonbladet*. Hämtad 2018-11-18, från: <https://www.aftonbladet.se/nojesbladet/a/nkwm/lulu-carter-i-oppenhjartig-intervju-om-martin-timell>

# Bilagor

## Bilaga 1

*Analyschema för makro- och mikroanalys*

Rubrik: xx

|                            |  |
|----------------------------|--|
| <b>Skribent</b>            |  |
| <b>Huvudaktörer</b>        |  |
| <b>Publicering (tid)</b>   |  |
| <b>Publicering (plats)</b> |  |

|   |  |
|---|--|
| <b>Texttyp</b>  |  |
| <b>Vem är texten riktad mot?</b>                            |  |
| <b>Textens huvudteman</b>                                   |  |
| <b>Huvudtemans funktioner</b>                               |  |
| <b>Vad besvaras i texten?</b>                               |  |
| <b>Hur besvaras det?</b>                                    |  |
| <b>Vad anses vara det grundläggande problemet i krisen?</b> |  |
| <b>Vem skylls krisen på?</b>                                |  |
| <b>Anses krisen ha kunnat förebyggas?</b>                   |  |

|  |  |
|--|--|
| <b>Vilka relationer framgår i texten?</b>                      |  |
| <b>Vilka resurser används för att åstadkomma relationerna?</b> |  |

## Bilaga 2

*Analyschema för kartläggning av attributionen av ansvar hos analysenheterna.*

|             | Vem beskylls problemet? |               |     |                          |                |                    |               |
|-------------|-------------------------|---------------|-----|--------------------------|----------------|--------------------|---------------|
|             |                         | Martin Timell | TV4 | Produktionsbolaget Meter | Mediebranschen | Samhällsstrukturer | Framgångar ej |
| <b>Text</b> | <b>A</b>                |               |     |                          |                |                    |               |
|             | <b>B</b>                |               |     |                          |                |                    |               |
|             | <b>C</b>                |               |     |                          |                |                    |               |
|             | <b>D</b>                |               |     |                          |                |                    |               |
|             | <b>E</b>                |               |     |                          |                |                    |               |
|             | <b>F</b>                |               |     |                          |                |                    |               |
|             | <b>G</b>                |               |     |                          |                |                    |               |
|             | <b>H</b>                |               |     |                          |                |                    |               |
|             | <b>I</b>                |               |     |                          |                |                    |               |
|             | <b>J</b>                |               |     |                          |                |                    |               |
|             | <b>K</b>                |               |     |                          |                |                    |               |
|             | <b>L</b>                |               |     |                          |                |                    |               |
|             | <b>M</b>                |               |     |                          |                |                    |               |

**Text A:** Lulu Carters instagram-inlägg

**Text B:** Information med anledning av anklagelserna mot en av våra programprofiler

**Text C:** Kvinna vittnar om övergrepp av folkkär TV4-programledare

**Text D:** TV4 tar programprofil ur tjänst

**Text E:** Lulu Carter i öppenhjärtig intervju om Martin Timell

**Text F:** Martin Timell bryter tystnaden – och erkänner

**Text G:** TV4s VD om åtgärderna som nu vidtas

**Text H:** Programledaren hälsade på mig med frasen ”den fula feministfittan”

**Text I:** #metoo kommer att göra oss till ett bättre företag

**Text J:** Martin Timell polisanmäld för våldtäkt

**Text K:** Dubbla måttstockar för Expressen när det gäller #metoo-bevakningen?

**Text L:** Extern utredning klar – TV4 lanserar kraftfull handlingsplan mot trakasserier

**Text M:** Casten Almqvist om utredning och vägen framåt

### Bilaga 3

*Analyschema som kartlägger kriskommunikationsstrategierna som återfinns i TV4s egenpublicerade texter.*

|             |   | Strategier |                  |           |                |                |        |              |       |            |               |                            |
|-------------|---|------------|------------------|-----------|----------------|----------------|--------|--------------|-------|------------|---------------|----------------------------|
|             |   | Förnekelse | Skylla ifrån sig | Motattack | Bortförklaring | Rättfärdigande | Omsorg | Kompensation | Ånger | Förlåtelse | Inställsamhet | Offerstrategi              |
| <b>Text</b> | B |            |                  |           |                |                |        |              |       |            |               |                            |
|             | D |            |                  |           |                |                |        |              |       |            |               |                            |
|             | G |            |                  |           |                |                |        |              |       |            |               |                            |
|             | I |            |                  |           |                |                |        |              |       |            |               |                            |
|             | K |            |                  |           |                |                |        |              |       |            |               |                            |
|             | L |            |                  |           |                |                |        |              |       |            |               |                            |
|             | M |            |                  |           |                |                |        |              |       |            |               |                            |
|             |   |            |                  |           |                |                |        |              |       |            |               | Ingen strategi kan utläsas |

**Text B:** Information med anledning av anklagelserna mot en av våra programprofiler

**Text D:** TV4 tar programprofil ur tjänst



**Text G:** TV4s VD om åtgärderna som nu vidtas

**Text I:** #metoo kommer att göra oss till ett bättre företag

**Text K:** Dubbla måttstockar för Expressen när det gäller #metoo-bevakningen?

**Text L:** Extern utredning klar – TV4 lanserar kraftfull handlingsplan mot trakasserier

**Text M:** Casten Almqvist om utredning och vägen framåt