

Kurskod: SKDK11
Termin: Vårterminen 2023
Handledare: Camilla Nothhaft
Examinator: Rickard Andersson

Krishantering för Sverige - i tiden

En kvalitativ fallstudie av det svenska kungahusets kriskommunikation

SOFIA BERGSTRAND & EMMA BOBERG

Lunds universitet
Institutionen för strategisk kommunikation
Examensarbete för kandidatexamen



ETT STORT TACK

Inledningsvis vill vi rikta ett stort tack till vår handledare Camilla Nothhaft för alla kloka tankar och råd under hela skrivprocessen. Vi vill också tacka våra intervjupersoner för deras deltagande och värdefulla insikter. Vidare vill vi tacka Institutionen för strategisk kommunikation vid Lunds universitet för tre givande år som har rustat oss väl inför våra yrkesliv som kommunikatörer. Avslutningsvis önskar vi understryka att vi till lika delar har bidragit till uppsatsen.

Sofia Bergstrand & Emma Boberg

Helsingborg, 21 maj 2023

Abstract

Crisis management for Sweden - with the times

This study aims to analyze which strategies the Swedish Royal House uses to manage crises. The study thus intends to contribute to the field of strategic communication, regarding how social institutions can communicate strategically during crises, depending on the level of responsibility, reputation capital and previous crisis history. The King of Sweden has reigned for half a century this year and the jubilee year is an opportunity to reflect upon the institution and its ability to handle crises successfully. The study has its roots in social constructivism and through a qualitative case study, consisting of a content analysis and elite interviews, two current crises in the Swedish Royal Family have been analyzed. One was caused by the spread of rumors in social media and the other by the monarch himself. Crisis communication has been used as a theoretical framework, with an emphasis on Coombs's Situational Crisis Communication Theory. The study shows that the same three strategies, adjusting information, denial and bolstering, were used in both crises, despite clear differences between these two regarding previous crisis history and level of responsibility. The strategies should therefore be considered as guidelines rather than rules. Instead, reputation capital seems to be more important to get through a crisis successfully. Promoting and managing relationships with stakeholders is consequently found to be fundamental for all social institutions that wish to succeed in their crisis management.

Keywords: Crisis communication, Situational Crisis Communication Theory, social media, monarchy, Carl XVI Gustaf

Number of characters including spaces: 76 784

Sammanfattning

Krishantering för Sverige - i tiden

Denna studie syftar till att analysera vilka strategier det svenska kungahuset använder sig av för att hantera kriser. Studien ämnar därigenom att bidra till forskningsområdet strategisk kommunikation, gällande hur samhällsinstitutioner kan kommunicera strategiskt i samband med kriser, beroende på ansvarsnivå, rykteskapital och tidigare krishistoria. Sveriges kung har i år regerat i ett halvt sekel och jubileumsåret är ett tillfälle att reflektera kring institutionen och dess förmåga att framgångsrikt hantera kriser. Studien tar avstamp i socialkonstruktivismen och genom en kvalitativ fallstudie, bestående av en innehållsanalys och elitintervjuer, har två aktuella kriser i den svenska kungafamiljen analyserats. Den ena krisen orsakades av ryktesspridning i sociala medier och den andra av monarken själv. Kriskommunikation har använts som teoretiskt ramverk, med tonvikt på Coombs Situational Crisis Communication Theory. Studien visar att samma tre strategier, anpassning av information, förnekelse och förstärkning, användes vid båda kriserna, trots tydliga skillnader mellan dessa två gällande tidigare krishistoria och ansvarsnivå. Strategierna ska därför betraktas som riktlinjer snarare än regler. Istället verkar rykteskapitalet vara viktigare för att ta sig igenom en kris framgångsrikt. Att främja och förvalta relationer med intressenter konstateras följaktligen vara fundamentalt för alla samhällsinstitutioner som önskar lyckas med sin krishantering.

Nyckelord: kriskommunikation, Situational Crisis Communication Theory, sociala medier, monarki, Carl XVI Gustaf

Antal tecken inklusive mellanslag: 76 784

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	1
1.1 Bakgrund.....	1
1.2 Problemformulering.....	1
1.3 Syfte och frågeställningar.....	2
1.4 Relevans för forskningsfältet.....	2
1.5 Avgränsningar.....	3
1.6 Disposition.....	4
2. Tidigare forskning.....	5
2.1 Förtroendekriser.....	5
2.2 Organisationskriser på sociala medier.....	6
3. Teori.....	8
3.1 Krisbegreppet och kriskommunikation.....	8
3.2 Situational Crisis Communication Theory.....	9
3.2.1 Krishanteringsstrategier.....	11
4. Metod & material.....	13
4.1 Vetenskapsteoretiska utgångspunkter.....	13
4.2 Val av empiriskt material.....	14
4.3 Insamlingsmetod och urval.....	15
4.4 Kvalitativ innehållsanalys.....	15
4.5 Intervju.....	16
4.6 Genomförande av analys.....	17
4.7 Metodreflektion.....	18
5. Analys.....	19
5.1 Kort om fallorganisationen.....	19
5.2 Skilsmässokrisen.....	19
5.2.1 Krisens händelseförlopp.....	19
5.2.2 Klassificering av krisen.....	20
5.2.3 Anpassning av information.....	21
5.2.4 Förnekelse.....	24
5.2.5 Förstärkning.....	25
5.3 Tronföljarkrisen.....	26
5.3.1 Krisens händelseförlopp.....	26
5.3.2 Klassificering av krisen.....	28
5.3.3 Anpassning av information.....	30

5.3.4 Förnekelse.....	31
5.3.5 Förstärkning.....	33
6. Diskussion och slutsatser.....	35
6.1 Förslag till vidare forskning.....	37
7. Referenser.....	39
8. Bilagor.....	44
Bilaga 1: Intervjuguide.....	44
Bilaga 2: Intervjuguide.....	45
Bilaga 3: Kodningsschema.....	46

1. Inledning

1.1 Bakgrund

Under 2023 firar Sveriges statschef, Carl XVI Gustaf, 50 år på tronen. Han är den monark som har regerat längst i Sverige genom tiderna (Kungahuset, u.å.b). Monarkin i Sverige har tusenåriga anor och är en av de äldsta i världen (Kungahuset, u.å.d). I en värld som kännetecknas av snabba förändringar står kungahuset för kontinuitet och tradition (Kungahuset, u.å.f), och uppskattas också av det svenska folket. En ny rapport från Novus visar att en majoritet av svenskarna (71%) är för kungahuset och vill behålla monarkin som statskick (Adqvist, 2023). Trots detta kan kriser uppstå och vid dessa behöver även kungligheterna kommunicera strategiskt och responsivt.

Det svenska kungahuset har historiskt sett varit restriktiva i sin kommunikation. Deras förhållningssätt har varit att kommunicera för lite snarare än för mycket. Vid två tillfällen under det senaste året har kungahuset emellertid varit mer responsiva i sin kommunikation. Detta till följd av två kriser som varit så omfattande att de resulterat i att kungahuset har publicerat officiella uttalanden. Den ena krisen orsakades av ryktesspridning i sociala medier (Carlén & Karlsson, 2022), den andra av kungen själv (Lundahl, 2023).

1.2 Problemformulering

Frandsen och Johansen (2017) inleder sin bok med frågan “lever vi i ett krissamhälle?”. Människor har sedan urminnes tider drabbats av händelser som idag skulle klassificeras som kriser, men fenomenet är relativt nytt i en forskningskontext. Frandsen och Johansen menar att ordet kris idag används i betydligt större utsträckning än tidigare och att kriser tillskrivs ett visst socialt värde, inte minst av media. Vidare beskriver författarna att det finns en allmän uppfattning om att antalet uppstådda kriser ständigt ökar (2017). Detta är också noterbart inom kungahuset. Vigsø (2015) framhåller att en kris kan ha en

påverkan på olika nivåer; individ, grupp, organisation eller nation. De två kriser som vi intresserar oss för i denna uppsats har påverkat kungafamiljen på individnivå samt kungahuset som organisation.

Kungahuset är en symbol för stabilitet och bidrar till att främja både turismen och utländska investeringar i landet (Balmer et al., 2006). Kriserna kan således påverka bådadera negativt och i förlängningen även Sverige som nation. Detta eftersom vi lever i en global och komplex värld, där en händelse i ett land snabbt kan få spridning över geografiska gränser (Heide & Simonsson, 2016). Kungen ska därtill vara en symbol för Sverige (Kungahuset u.å.e) och kriser kring och inom kungafamiljen kan därmed få stora samhällsliga konsekvenser, både nationellt och internationellt. Att kungahuset dessutom bekostas av skattepengar gör att det finns ett samhällsintresse i att studera institutionen närmare.

1.3 Syfte och frågeställningar

Syftet med denna studie är att analysera vilka strategier det svenska kungahuset använder sig av för att hantera kriser. Uppsatsen ämnar därigenom att bidra till forskningsområdet strategisk kommunikation, gällande hur samhällsinstitutioner kan kommunicera strategiskt i samband med kriser, beroende på ansvarsnivå, rykteskapital och tidigare krishistoria.

För att uppnå syftet har följande två frågeställningar formulerats:

- Vilka strategier inom SCCT använder sig kungahuset av vid respektive kris?
- Hur används strategierna inom SCCT av kungahuset vid respektive kris?

1.4 Relevans för forskningsfältet

Zerfass et al. (2018) definierar strategisk kommunikation enligt följande:

Strategic communication encompasses all communication that is substantial for the survival and sustained success of an entity.

Specifically, strategic communication is the purposeful use of communication by an organization or other entity to engage in conversations of strategic significance to its goals. (s. 493)

Kungahuset är en organisation och eftersom definitionen av Zerfass et al. (2018) innefattar all kommunikation som är avgörande för en organisations överlevnad och framgång, täcks även kriskommunikation in. Detta då kriser kan medföra stora negativa konsekvenser för en organisation och därigenom hota dess överlevnad och framgång (Heide & Simonsson, 2016). Vi menar vidare att kungahusets krishanteringsstrategier är en form av målinriktad användning av kommunikation, som syftar till att minska konsekvenserna av kriser. Slutligen hävdar Falkheimer och Johansson (2015) att kriskommunikation vanligen studeras inom strategisk kommunikation. Därmed har denna studie relevans för forskningsfältet.

Vår studie bidrar till att vidga forskningsfältet då forskningen kring kriskommunikation i förhållande till kungahus är begränsad. Som tidigare beskrivet ämnar studien därför att bidra med en ökad kunskap och förståelse till forskningsområdet strategisk kommunikation gällande hur organisationer kan kommunicera strategiskt i samband med kriser, beroende på ansvarsnivå, rykteskapital och tidigare krishistoria. Den digitala aspekten har tagits i beaktning då empirin utgörs av digitalt material, exempelvis i form av digitala artiklar, pressmeddelanden och intervjuer och metodinsamlingen sker tillika digitalt.

1.5 Avgränsningar

Uppsatsen kommer enkom att fokusera på det svenska kungahuset. Övriga monarkier kommer inte att studeras, då utgångspunkten för studien är den svenska monarkens 50 år på tronen. Vidare intresserar sig studien enbart för två utvalda kriser inom kungafamiljen, detta med hänsyn till den begränsade tidsramen samt för att kunna analysera det empiriska materialet mer djupgående. Därför har också tidsperioderna som berörs i uppsatsen begränsats från den tredje februari 2022 till den 19 februari 2022, för den ena krisen, samt från den tredje januari 2023 till den nionde januari 2023 för den andra krisen.

1.6 Disposition

Denna studie består av sex kapitel. I detta första och inledande kapitel presenteras studiens bakgrund, problemformulering, syfte och frågeställningar, relevans för forskningsfältet, avgränsningar samt denna disposition. Det andra kapitlet kartlägger tidigare forskning och ger en bild av det aktuella kunskapsläget inom ämnesområdet för studien. I det tredje kapitlet förklaras krisbegreppet och kriskommunikation närmare samt ramverket Situational Crisis Communication Theory (förkortat SCCT), den teori som studien är förankrad i. Det fjärde kapitlet redogör för studiens metod och material, i form av vetenskapsteoretiska utgångspunkter, val av empiriskt material, insamlingsmetod och urval, kvalitativ innehållsanalys, intervju, genomförande av analys och metodreflektion. Det femte kapitlet består av en inledande beskrivning av fallorganisationen och kriserna analyseras sedan separat, utifrån de fastställda kodningskategorierna. Därefter följer det sjätte och avslutande kapitlet, i vilket studiens slutsatser diskuteras och förslag på vidare forskning presenteras.

2. Tidigare forskning

2.1 Förtroendekriser

En organisationskris kan resultera i skador på det sociala kapitalet, det vill säga förtroendet, eller det symboliska kapitalet i form av image eller rykte (Frandsen & Johansen, 2017). En kris uppstår ofta oväntat och påverkar en organisations normaltillstånd vilket kan skapa osäkerhet och hota organisationens målinriktade arbete (Ulmer et al., 2007).

Forskningen kring kungahus och deras krishantering är begränsad. Benoit och Brinson (1999) har skrivit en av få artiklar om kriskommunikation i en kunglig kontext. I sin artikel diskuterar de fenomenet genom att analysera drottning Elizabeths bristfälliga krishantering i samband med prinsessan Dianas död, samt vilka strategier drottningen använde för att reparera sin image. Drottning Elizabeth använde sig huvudsakligen av två strategier för att återuppbygga sitt rykte: förnekelse och förstärkning. Drottningen förnekade anklagelserna gällande att kungafamiljen inte sörjde prinsessan Diana. Hon förnekade också att kungafamiljen inte skulle känna någon sympati för de brittiska invånarna som sörjde bortgången. Förstärkning som strategi användes då drottningen bad om ursäkt för kungafamiljens bristfälliga krishantering. Vidare förstärkte hon sig själv och kungafamiljen genom att beskriva hur britterna, kungafamiljen inkluderad, stod enade tillsammans i en gemensam sorg. Författarna drar slutsatsen att drottning Elizabeths val av strategier var väl genomtänkta och effektiva vid denna kris och poängterar också hur viktig relationen med folket är för monarkin (Benoit & Brinson, 1999).

Balmer et al. (2006) tar, till skillnad från Benoit och Brinson (1999), ett svenskt perspektiv i sin forskning, då de intresserar sig för det svenska kungahuset. Författarna är först med att studera kungahuset ur ett varumärkesperspektiv. I sin forskning diskuterar författarna bland annat vilka roller kommunikation kan ha i att stötta eller försvara kungahuset och vad som kan hota dess varumärke och image. Balmer et al. menar att bilden av

kungahuset och dess medlemmar idag till stor del formas av massmedia. Beter sig kungligheter på ett sätt som uppfattas som olämpligt eller oacceptabelt, exempelvis genom att ta en olämplig roll i offentliga frågor, kan det leda till oro bland befolkningen alternativt opposition gentemot monarkin. Eftersom folkets stöd är fundamentalt för kungahuset kan ryktesproblem därmed utgöra ett hot, med exempelvis sjunkande förtroendesiffror som följd (Balmer et al., 2006). Det finns således en enighet i dessa två artiklar gällande hur viktigt allmänhetens stöd är för monarkins fortlevnad.

2.2 Organisationskriser på sociala medier

Sociala medier har blivit den främsta informationskällan bland intressenter vid krissituationer (Coombs, 2007), samt ett effektivt verktyg för kommunikation vid nöd- och krissituationer (Fearn-Banks, 2017). Detta kan enligt Splendiani och Capriello (2021) förklaras av sociala mediernas räckvidd, snabbhet och flexibilitet. Av denna anledning betonar författarna vikten av att samhällsinstitutioner är snabba med att förse allmänheten med kontinuerlig information som på ett transparent, sanningsenligt och lättillgängligt sätt förklarar krisläget. Dels för att upprätthålla en god relation med pressen, men också för att minska risken att andra användare sprider felaktig och missvisande information (Splendiani & Capriello, 2021).

Precis som Splendiani och Capriello, diskuterar Jahng (2021) både för- och nackdelar med sociala mediernas roll i krissituationer. Jahng förklarar att sociala medier har möjliggjort en mer effektiv kommunikation mellan organisationer och deras centrala målgrupper och intressenter. Samtidigt har det aldrig varit enklare att sprida falska nyheter och desinformation om organisationer och varumärken, som ett resultat av sociala mediernas ökade inflytande inom nyhetsutbredning och bevakning. Falska nyheter är en form av desinformation som uppges vara riktig och som avser att vilseleda människor. I många fall används så kallade klickbeten, det vill säga rubriker och texter som är utformade på ett sätt som ska få användaren att vilja klicka på en länk. Ytterligare ett syfte är att framkalla negativa känslor för att göra budskapet mer övertygande (Jahng, 2021).

En annan möjlig orsak till den snabba spridningen av falska nyheter på sociala medier är att vid bedömningen av exempelvis människor, väger negativ information tyngre än positiv. Inte sällan sprids falska nyheter utan tillräckligt med källkritisk granskning av informationen. Som en konsekvens av detta kan allmänheten få det svårt att avgöra vad som är sann respektive missvisande information (Jahng, 2021). Till följd av den ökade informationsspridningen på nätet riskerar organisationer att drabbas av kriser som förstärks av, eller till och med uppstår i, sociala medier, vilket kan hota organisationers anseende. Därför understryker författaren vikten av att organisationer inkluderar responsstrategier för falska nyheter i sin krishantering (Jahng, 2021).

3. Teori

3.1 Krisbegreppet och kriskommunikation

Ordet kris har aldrig använts i en sådan utsträckning som det gör idag (Frandsen & Johansen, 2017). Men vad klassificeras egentligen som en kris? Det finns olika uppfattningar kring begreppet. Fearn-Banks (2017) beskriver en kris som:

... a major occurrence with a potentially negative outcome affecting the organization, company, or industry, as well as its publics, products, services, or good name. A crisis interrupts normal business transactions and sometimes threatens the existence of the organization. (s.3)

Ulmer et al. (2007) är inne på samma spår. Författarna betonar de abrupta och osäkra egenskaperna hos en kris som kan hota eller riskera att hota en organisations högt uppsatta mål. Det som författarna har gemensamt med Fearn-Banks (2017) är uppfattningen av kriser som något som har en negativ påverkan på organisationen och dess intressenter, samt att kriser skapar avbrott i normaltillståndet. Men kriser behöver nödvändigtvis inte enbart innebära något negativt, utan kan också skapa förutsättningar för förändring och utveckling. På så vis kan kriser bli en naturlig del i organisationens förändrings- och utvecklingsarbete (Seeger et al. 2003). Med begreppet kris klargjort, kommer vi nu att gå över till kriskommunikation.

Falkheimer och Johansson (2015) benämner kriskommunikation som "målinriktad kommunikation i samband med kriser" (s.74). Mer specifikt handlar det om organisationers, myndigheters och företags strategiska och taktiska kommunikativa insatser vid krissituationer (Falkheimer & Johansson, 2015). Det talas ofta om kriskommunikation vid krishantering då kommunikation är en fundamental aspekt att ta hänsyn till vid hantering av

kriser, något som ligger i linje med en syn på kommunikation som en central byggsten hos organisationer (Falkheimer et al., 2009).

Vid uppstådda kriser skapas ett högt medietryck på de personer som anses ansvariga för krishantering. Istället för att huvudsakligen rapportera om händelseförloppet, är det mer vanligt förekommande att medier analyserar och utvärderar försvarstal eller andra uttalanden av offentliga personer inblandade i krisen. I många fall dramatiseras och förkroppsligas händelseförlopp och medier söker frekvent efter hjältar och syndabockar vid krissituationer (Falkheimer och Johansson, 2015). Mediernas fokus vid nyhetsrapporteringen av kriser kan förklaras av Fearn-Banks (2017). Författaren beskriver skillnaden mellan nyheter och underhållning som hårfin och påpekar att medier kan skapa underhållande nyheter ur kriser. Detta kan ge en förklaring till varför medier i många fall prioriterar allmänhetens önskemål kring nyheter, snarare än vad som faktiskt är samhällsnyttig information (Fearn-Banks, 2017).

3.2 Situational Crisis Communication Theory

Coombs (2014) förklarar att en kris uppstår så fort en händelse uppfattas som en kris och att människor då kommer att agera på händelsen som om den vore en kris. Således utgör kriser ett hot mot organisationens rykte då de kommer att påverka hur intressenter och allmänheten kommer att kommunicera med organisationen (Coombs, 2007). Med rätt verktyg och förståelse för kriskommunikation kan organisationer skydda sitt anseende under en kris. Coombs (2007) har tagit fram ett ramverk som kan hjälpa organisationer att skydda sitt rykte under en kris. Situational Crisis Communication Theory (SCCT) bygger på att organisationer och individer bör välja strategier för krishantering utifrån vilken typ av ansvar intressenter tillskriver organisationer vid krissituationer (Coombs, 2007).

SCCT bygger vidare på Benoits (2014) Image Repair Theory (förkortat IRT). IRT är en retorisk teori som förklarar hur och varför individer och verksamheter försvarar sitt anseende genom att tillämpa en rad strategier som återuppbygger en image, då individen eller verksamheten anklagas eller misstänks för felsteg. Benoit delar upp strategierna för återuppbyggnad i fem kategorier med underrubriker; denial, evading responsibility, reducing

offensiveness, corrective action samt mortification (Benoit, 2014). Coombs strategier för krishantering presenteras närmare i nästa avsnitt.

Det första steget är att fastställa vilken kristyp som krisen kan klassificeras som. Coombs (2015) gör en åtskillnad på kriser där organisationen gör sig offer för krisen (offerkluster), kriser orsakade av olyckor (olyckskluster) och förebyggande kriser (förebyggande kluster). När organisationen själv gör sig offer för krisen är ansvarsnivån för krisen låg. Vid olyckor orsakade av organisation själv är ansvarsnivån för krisen medelhög. Vid förebyggande kriser tillskrivs organisationen ett större ansvar, då intressenter anser att organisationen hade möjlighet att undvika att krisen uppstod (Coombs, 2015).

Det andra steget är att avgöra om det finns andra faktorer som kan påverka vilket ansvar som organisationer tillskrivs vid kriser (Coombs, 2007). Här har Coombs tagit inspiration från attributionsteorin som bygger på antagandet att människor genererar egna förklaringar och tolkningar kring händelser och människors agerande, med syfte att kunna förstå sin omvärld (Coombs, 2007). Faktorer som Coombs talar om är bland annat organisationens tidigare krishistoria samt tidigare rykte vilket berör organisationens relation med sina intressenter (Frandsen & Johansen, 2017).

Beroende på organisationens tidigare historia, samt vilken typ av kris det rör sig om, kommer organisationen att bli tilldelad en viss grad av ansvar för krisen (Coombs, 2007). Författaren förklarar att det finns ett samband mellan en organisations historia och hur stort ansvar organisationens tillskrivs vid en krissituation. Om en organisation har en tidigare historia av att ha varit inblandad i kriser och behandlat intressenter och kunder illa, tillskrivs organisationen större ansvar för krisen och dess rykte lider mer. Organisationer som historiskt sett haft gott anseende kommer inte påverkas av krisen i samma utsträckning då de har större rykteskapital (Coombs, 2007). Det tredje och sista steget är att välja en lämplig strategi för att hantera krisen, vilket kommer att presenteras i nästa avsnitt.

SCCT är relevant för vår studie då vårt syfte är att analysera vilka strategier det svenska kungahuset använder sig av för att hantera kriser. SCCT kommer att bidra med en teoretisk förståelse för det empiriska materialet i vår studie och därmed utgöra en betydande del i analysprocessen. I avsnitt 4.4 samt 4.6 förklaras hur teorin kommer att inkorporeras i analysen.

3.2.1 Krishanteringsstrategier

Coombs (2014) talar om två övergripande tillvägagångssätt vid krishantering; informationshantering och innehållshantering. Informationshantering är processen att samla in och distribuera information kopplad till krisen. Syftet med innehållshantering är att försöka påverka människors uppfattning av krisen samt av den krisdrabbade organisationen. Därför måste organisationer vid valet av krisresponsstrategier ta hänsyn till effekterna som dessa strategierna avser att ha på intressenternas uppfattningar om krissituationen. Strategier för krishantering kan delas in i tre kategorier; informationsförmedling, anpassning av information och reparation av rykte (Coombs, 2014).

3.2.2 Informationsförmedling

Under en kris är det väsentligt för en organisation att rapportera om krisläget och förmedla information om hur människor kan skydda sig fysiskt från krisen. På detta sätt förhindrar organisationen att intressenter och allmänheten faller offer för krisen. Kriskommunikationen bör vara strategisk och ha som främsta mål att förbättra situationen för den krisdrabbade organisationen och dess intressenter (Coombs, 2014).

3.2.3 Anpassning av information

Förutom informationsspridning är det också viktigt att anpassa och förmedla informationen på ett sätt som reducerar oklarheter kring krisen (Coombs, 2014). Det hjälper intressenterna att hantera krisen mentalt och minskar även deras oro. Vid krissituationer där en organisation har minimalt med ansvar för krisen och historiskt sett har haft gott anseende, kan informationsförmedling och anpassning av information räcka som strategier vid krishanteringen (Coombs, 2007).

3.2.4 Reparation av rykte

Som nämnt (se 3.2) påverkas en organisations rykte under en kris avsevärt (Coombs, 2007). Därför arbetar organisationer med att reparera sitt rykte i samband med en kris med syfte att reducera de negativa konsekvenser som krisen medför. Coombs (2014) talar om fyra olika typer av strategier för att

reparera ett rykte: förnekelse, reducering av offensivitet, förstärkning samt gottgörelse. Dessa kommer nu att presenteras närmare.

3.2.4.1 Förnekelse

Genom att förneka krisen försöker organisationen bryta alla band till krisen med ändamålet att fransäga sig ansvar. Detta kan exempelvis ske genom att förneka krisen helt och hållet, alternativt att utse en syndabock och lägga över allt ansvar för krisen på denna part. Förnekelse lämpar sig när det inte råder några tvivel om att organisationen inte var inblandad i krisen alternativt när det endast rör sig om ryktesspridning. Om anklagelserna i efterhand visar sig vara korrekta ökar däremot skadorna på organisationen (Coombs, 2014).

3.2.4.2 Reducering av offensivitet

När en organisation erkänner att den bär ett visst ansvar för en kris gör organisationen sig mindre offensiv. På samma gång fransäger sig organisationen ett visst ansvar för krisen genom att hävda bristande kontroll över situationen och minska krisens påverkan på de berörda. I praktiken används reducering av offensivitet i ytterst få fall (Coombs, 2014).

3.2.4.3 Förstärkning

Med hjälp av förstärkning görs försök att lägga till positiv information till krissituationen. Cheferna kan påminna intressenterna om organisationens tidigare goda insatser eller tacka dem som hjälpt till att bekämpa krisen, till exempel de första som reagerat på krisen eller lojala kunder. Förstärkning syftar till att kompensera för den negativa information som en kris ger upphov till (Coombs, 2014).

3.2.4.4 Gottgörelse

Strategin gottgörelse innebär att vidta positiva åtgärder gentemot offren med syfte att kompensera för de negativa konsekvenser som krisen medfört. Organisationen ber om förlåtelse till de drabbade och tar på sig ansvaret för krisen alternativt erbjuder offren pengar eller andra former av ersättning. Huvudtanken är att prioritera offrens behov (Coombs, 2014).

4. Metod & material

4.1 Vetenskapsteoretiska utgångspunkter

Alla människor gör antaganden om hur världen är beskaffad och kring hur man kan få kunskap. Som författare bör man vara medveten om vilka antaganden man gör då detta påverkar och lägger grunden till valet av forskningsdesign (Björklund & Paulsson, 2014). Denna uppsats tar sin vetenskapsteoretiska utgångspunkt i socialkonstruktionismen. Inom detta perspektiv betraktas verkligheten som socialt konstruerad, vilket innebär att människor förstår och agerar baserat på sin individuella förståelse av något. Verklighet och kunskap är således påverkad av, samt påverkar, individen. Inom socialkonstruktionism betonas att forskaren inte kan särskiljas från det observerade fenomenet (Björklund & Paulsson, 2014) och vi önskar därför betona att en viss grad av subjektivitet är ofrånkomligt i vår studie.

Studiens syfte avgör huruvida studien bör vara kvalitativ eller kvantitativ. Kvalitativ forskning är användbar för att få en djupare förståelse för exempelvis en viss händelse. I denna uppsats vill vi få en djupare förståelse för två specifika kriser i kungahuset och en kvalitativ forskningsdesign är därmed lämplig (Björklund & Paulsson, 2014). Forskningsdesignen behöver även anpassas efter de frågeställningar som studien ämnar att besvara. Kvalitativ forskning är enligt Silverman (2017) lämplig då det rör sig om “hur” och “vad” frågor snarare än “varför”, vilket också är fallet i vår uppsats. Dessutom hävdar Silverman att kvalitativ forskning kännetecknas av att forskaren intresserar sig för att förstå processer och hur människor reagerar på situationer. Detsamma gäller denna studie, som intresserar sig för att förstå processen kring krisantering samt hur kungahuset reagerade och agerade i samband med kriserna.

Det valda angreppssättet för uppsatsen är abduktivt. Eksell och Thelander (2014) beskriver abduktion som en kombination av deduktion och induktion. Deduktion utgår från teorier och baserat på dessa skapas hypoteser

kring det empiriska materialet, som forskaren sedan avser att verifiera med hjälp av insamlad fakta. Vid ett induktivt arbetssätt är processen den motsatta, då formuleras teorin baserat på den insamlade empirin. Induktion tar därmed avstamp i verkligheten med en strävan efter att upptäcka mönster som kan summeras i teorier (Björklund & Paulsson, 2014). Abduktion innebär således att forskaren pendlar mellan teori och empiri, vilket vi också avser att göra. Det innebär att vi kan använda oss av förutbestämda kategorier i analysen, i form av krishanteringsstrategierna i SCCT, samtidigt som vi betraktar dessa som preliminära med en öppenhet för andra sätt att kategorisera empirin, baserat på vad datan visar.

4.2 Val av empiriskt material

I denna uppsats har vi valt att analysera två nutida kriser i det svenska kungahuset. Det empiriska material som har analyserats är kungahusets kommunikation, i form av tre inlägg i sociala medier samt hovets informationschef Margareta Thorgrens kommentarer i media. Även artiklar, tv-dokumentärer samt radioavsnitt som berör kriserna har använts som empiri. Vidare utgörs det empiriska materialet av intervjuer med tre experter (se 4.5).

Under inledningen av 2022 skedde en omfattande ryktesspridning i sociala medier, gällande att kronprinsessparet skulle skiljas. Efter några veckor valde kronprinsessparet, tillsammans med informationsavdelningen, att gå ut med en dementi på kungahusets Instagramkonto. Vi har valt denna kris då den är unik i sitt slag. I normala fall kommenterar hovet inte rykten och spekulationer (Kungahuset, 2022) och vid denna kris gjordes därmed ett avsteg från hur de annars kommunicerar. Det ger oss en möjlighet att få en inblick i hur kungahusets krishantering vid ryktesspridning förefaller sig (Carlén & Karlsson, 2022). Denna kris kommer fortsättningsvis att benämnas som skilsmässokrisen i denna uppsats.

I januari 2023 var kungafamiljen med om ytterligare en kris. Då kritiserade kungen den grundlagsändring som trädde i kraft år 1980, vilken resulterade i att Sverige fick full kognatisk tronföljd. Förändringen innebar att det äldsta barnet ärver tronen oavsett kön. Prins Carl Philip var då kronprins men fräntogs titeln till förmån för sin äldre syster, prinsessan Victoria, som då

blev kronprinsessa (Wikén, 2023a). Kungen ska vara en opolitisk statschef (Kungahuset, u.å.e) och att han uttalar sig politiskt står således i direkt strid med hans roll. Vi har därför valt att studera även denna kris närmare, för att få en uppfattning av hur kriser som statschefen själv orsakar hanteras av kungahuset. Denna kris kommer fortsättningsvis att benämnas som tronföljarkrisen.

4.3 Insamlingsmetod och urval

Insamlingsmetoden för studien faller inom ramen för fallstudier. Fallstudier kännetecknas av detaljrika och djupgående analyser av ett eller ett fåtal fall (Hammersley & Gomm, 2009). Det finns därmed inget intresse av att uppnå generella slutsatser som endast genererar basal kunskap inom ett område. Istället betonas sökandet efter originell, kontextberoende kunskap (Flyvbjerg, 2006). I uppsatsen har vi endast valt att studera svenska kungafamiljen utifrån två unika fall. Vi vill få en djupare förståelse för hovets val av krishanteringsstrategier. Följaktligen utgör fallstudier en lämplig insamlingsmetod för uppsatsen. Empirin kring skilsmässokrisen publicerades mellan den tredje februari 2022 och den 19 februari 2022. Det insamlade materialet kring tronföljarkrisen publicerades mellan den tredje januari 2023 och den nionde januari 2023. Samtligt empiriskt material är nätbaserat och av skriftlig eller ljudlig karaktär.

Urvalsstrategin som har valts för intervjuerna är en målinriktad urvalsstrategi (Schreier, 2018). Att använda en icke-slumpmässig strategi beslutades med hänsyn till att studien är i behov av intervjupersoner med särskild yrkeskunskap, för att kunna hjälpa oss att besvara våra frågeställningar. Vi har baserat urvalet på två kriterier; expertis inom kriskommunikation, alternativt expertis inom kungahuset. Våra tre intervjupersoner möter alla en av dessa två kriterier.

4.4 Kvalitativ innehållsanalys

Kvalitativ innehållsanalys har valts som metod för att analysera allt insamlat empiriskt material. Kärnan i kvalitativ innehållsanalys är sökandet efter centrala idéer och uppfattningar i det insamlade materialet som kan kopplas till den

angivna frågeställningen. Denna typ av process kallas inom kvalitativ forskning för kodning (Eksell & Thelander, 2014) och kommer att beskrivas närmare i avsnitt 4.6. Analysen kan fylla flera syften i en studie, däribland att identifiera mönster och kopplingar i materialet (Björklund & Paulsson, 2014). Uppsatsens syfte är att analysera vilka strategier det svenska kungahuset använder sig av för att hantera kriser. Syftet kan uppnås med hjälp av en kvalitativ innehållsanalys genom att i den insamlade empirin identifiera hovets val av strategier vid hanteringen av de olika kriserna, samt hur strategierna inom ramverket SCCT applicerades vid respektive kris. I analysen ställs valet av strategier vid respektive kris i relation till varandra, med syfte att hitta likheter och skillnader. I vår studie kommer vi att använda oss av en analysmodell, baserad på de olika krishanteringsstrategierna inom SCCT (se bilaga 3 för fullständigt kodningsschema).

4.5 Intervju

Vi har valt att genomföra elitintervjuer, vilket exempelvis kan göras med experter i ett samhälle. Intervjun fokuserar då på fakta och intervjupersonens speciella kunskaper inom ett visst ämne, snarare än dennes privata upplevelser och åsikter (Kvale & Brinkmann, 2014). Intervjupersonerna är två experter inom området kriskommunikation samt en hovreporter. Vår ambition är att de ska bidra med kunskap som kan utgöra ett värdefullt komplement till vår kvalitativa innehållsanalys. Således är målet med intervjuerna att få perspektiv kring vilka strategier det svenska kungahuset använder sig av för att hantera kriser, vilket hjälper oss att besvara vårt syfte. Vi är samtidigt medvetna om riskerna med elitintervjuer, exempelvis i form av maktasymmetri. Kvale och Brinkmann (2014) konstaterar dock att en viss grad av symmetri kan uppnås genom att intervjuaren har kunskap om det valda ämnet för intervjun. Vi såg därför till att vara pålästa kring kriskommunikation såväl som kungahuset inför intervjuerna.

Intervjuerna har varit semistrukturerade, vilket enligt Kvale och Brinkmann (2014) innebär att de har haft ett tydligt syfte och fokuserat på några utvalda teman. Vi har tagit fram en intervjuguide med frågor (se bilaga 1 & 2) men ordningen som dessa skulle ställas i var inte förutbestämd. Istället ställdes

frågorna med hänsyn till den specifika intervjusituationen och ordningen på frågorna styrdes utifrån det som intervjupersonen hade att säga. Fördelen med semistrukturerade intervjuer är att vi kunde vara öppna för, samt fördjupa oss i, intressanta aspekter som intervjupersonen valde att lyfta.

Alla intervjuer har genomförts digitalt då vi på så sätt kunde nå intervjupersoner som befann sig i andra delar av landet. Det ideala hade varit att träffa våra intervjupersoner fysiskt, men på grund av intervjupersonernas schema så var detta inte möjligt inom tidsramen för denna uppsats. Två av intervjuerna genomfördes därför via Google Meet och dessa transkriberades i efterhand. Den tredje genomfördes via e-post, med bakgrund i att hovreportern inte hade möjlighet att träffas digitalt. En fördel med detta var dock att ingen transkribering krävdes av den intervjun, eftersom den redan var nedskrivet och klar för analys. Vidare är vi medvetna om att intervjuer via e-post ställer krav på en god skriftlig förmåga hos såväl intervjuare som intervjuperson (Kvale & Brinkmann, 2014). Som universitetsstudenter anser vi dock att vi besitter denna förmåga och då personen vi intervjuade är journalist kände vi oss trygga med att även intervjupersonen kunde uttrycka sig väl i skrift.

4.6 Genomförande av analys

Kodningsprocessen utgör en central del inom kvalitativ forskning och kvalitativ innehållsanalys (Eksell & Thelander, 2014). Enkelt uttryckt går kodning ut på att forskaren sätter ord på vad denne ser eller läser i sitt material. Det talas om två typer av kodning: initial (eller öppen) och fokuserad (eller selektiv) kodning. Inom initial kodning genomförs närläsning där i princip varje liten del av materialet kodas. Kärnan i fokuserad kodning är att identifiera de mest betydande initiala koderna för att på så vis beskriva och definiera större mängd data (Charmaz, 2006). Vi har använt oss av initial kodning i det första skedet av kodningsprocessen för att sedan gå över till fokuserad kodning. Empirin kommer att läsas ingående upprepade gånger där varje enskild formulering kommer att analyseras noga. Allt av relevans kopplat till syftet och frågeställningarna markeras och kategoriseras under de fastställda kategorierna, alternativt under nya kategorier som uppstått under kodningsprocessen. Detta i enlighet med det abduktiva angreppssättet, vilket beskrevs tidigare (se 4.1). De

mönster och kategorier som återfinns i materialet analyseras därefter och kopplas till syftet och frågeställningarna. I vårt fall har vi kategorier fastställda på förhand utifrån SCCT (se bilaga 3 för fullständigt kodningsschema), samtidigt som vi lämnar rum för nya upptäckter i det empiriska materialet.

Kodning har valts av ytterligare anledningar. Dels för dess förmåga att reducera och strukturera upp materialet med hjälp av kategorisering, vilket kommer att göra det mer överskådligt. Dels för att kodning kräver att forskaren utför detaljerade undersökningar av materialet (Kvale & Brinkmann, 2015).

4.7 Metodreflektion

Reliabilitet, validitet och objektivitet används i stor utsträckning för att mäta en studies kvalitet, både i kvantitativ och kvalitativ forskning (Falkheimer, 2014).

Reliabilitet handlar bland annat om att det ska vara möjligt att upprepa studien, vilket blir problematisk i kvalitativ forskning. Detta eftersom olika forskare kommer få olika intervjuvar, oavsett om de intervjuar samma person eller inte, samt tolka intervjuvaren olika. Just tolkningsprocessen är en central del inom kvalitativ forskning och bör följaktligen ses som en förutsättning för att genomföra analysen (Alvehus, 2023). Reliabilitet inom kvalitativ forskning kan stärkas genom att liknande fall studeras, i vårt fall exempelvis andra kungahus, utifrån samma analysmetod. På detta sätt kan olika forskare undersöka om det går att generalisera resultaten vid de olika studierna, samtidigt som forskarens egna tolkningsprocess inte går miste om.

Validitet granskar om den använda metoden undersöker det den avser att undersöka. Traditionellt sätt förutsätter kvalitetskravet att det endast finns en konkret verklighet, vilket motsägs av socialkonstruktionismen (Heide & Simonsson, 2014). För att kunna mäta validitet på ett relevant sätt, kan vi istället ställa oss frågan om vi analyserar det vi avser att analysera. Med andra ord, huruvida frågeställningarna besvaras och om det finns en röd tråd genom studien. Angående måttet för objektivitet är det svårt att säkerställa full objektivitet då en väsentlig del av kvalitativ analys är tolkningsprocessen. Som tidigare nämnts (se 4.1), önskar vi betona att en viss grad av subjektivitet är ofrånkomligt i vår analys, till följd av att den tar avstamp i socialkonstruktivismen.

5. Analys

5.1 Kort om fallorganisationen

Sveriges nuvarande kung är Carl XVI Gustaf. Hans arbetsuppgifter, som är reglerade i grundlagen, är främst statsceremoniella och representativa. Statschefens valspråk är ”För Sverige - i tiden”, då kungen önskar främja svenska intressen och uppmärksamma alla goda insatser som görs i och för Sverige (Kungahuset, u.å.f). Den organisation som arbetar för kungen och övriga medlemmar i kungahuset är Kungl. Hovstaterna, som brukar benämnas som ”hovet” (Kungahuset, u.å.c). Där ingår bland annat informationsavdelningen som har som uppgift att samordna kungafamiljens massmediekontakter och kommunikationshantering. Därtill har avdelningen ansvar för kungahusets konton i sociala medier. Hovets informationschef heter Margareta Thorgren (Kungahuset, u.å.a).

5.2 Skilsmässokrisen

5.2.1 Krisens händelseförlopp

Ryktesspridningen drog igång under kvällen torsdagen den tredje februari 2022. Thorgren förklarar att hovets telefoner då blev nedringda. Enligt henne hörde flera journalister av sig vid upprepade tillfällen under en och samma dag, för att ställa frågor angående en förestående skilsmässa mellan kronprinsessan Victoria och prins Daniel. Thorgren förklarade för journalisterna att om så hade varit fallet hade hovet publicerat en kommuniké från riksmarskalken, då en kunglig skilsmässa är en statsangelägenhet och sådan viktig information hade därmed skyndsamt delgetts allmänheten (Sveriges radio, 2022).

Trots detta är Solna tingsrätt fylld av journalister dagen efter. 39 förfrågningar från media inkommer också till tingsrätten gällande skilsmässohandlingarna mellan kronprinsessparet. Trots medieintresset

publicerar ingen redaktion någonting kring ryktena. Undantaget är *Stoppa Pressarna*, en webbtidning som främst skriver om kungligheter och kändisar (Stoppa Pressarna, u.å). *Sveriges Radio* (2022) hävdar att tidningen står utanför det pressetiska systemet och att *Stoppa Pressarna* har skrivit om en potentiell skilsmässa sedan årsskiftet 2021/2022. Trots att övriga medier inte nämner krisen fortsätter ryktena att florerar, främst i sociala medier. Efter drygt 14 dagar av intensiv ryktesspridning (Sveriges radio, 2022) tas ett historiskt och unikt beslut. Då går hovets informationsavdelning, i samråd med kronprinsessparet, ut med en dementi via kungahusets officiella Instagramkonto @kungahuset (se bild 1).



Bild 1. Skärmbild från Kungahusets Instagramkonto, 19 februari 2022.

5.2.2 Klassificering av krisen

Coombs (2015) framhåller att det första steget i SCCT är att fastställa vilket kluster krisen tillhör. Eftersom kungahuset vid denna kris gjorde sig till offer för ryktesspridning tillhör krisen således offerklustret, snarare än olycksklustret eller det förebyggande klustret. Vid en sådan kris menar Coombs att organisationens ansvar för krisen är låg. Om det senare hade visat sig att ryktena var sanna hade krisen dock hamnat i det förebyggande klustret. Jenny Alexandersson, hovreporter på *Aftonbladet*, hävdar att kungahuset står för traditionella och konservativa värden, som till exempel kärnfamiljen. Hon

konstaterar också att de står för vad som kan anses vara en hög moral (J. Alexandersson, intervju, elfte april, 2023). En skilsmässa hade inte överensstämt med dessa värderingar och därmed hade troligtvis organisationen, samt kronprinsessparet, tillskrivits mycket stort ansvar för en sådan kris, vilken många hade sett som möjlig att förebygga.

Nästa steg att ta hänsyn till enligt SCCT är övriga faktorer som kan påverka vilket ansvar organisationen tillskrivs vid krisen. Samtliga faktorer utgår ifrån attributionsteorin, vilken beskrivits tidigare (se 3.3). Ett exempel är organisationens tidigare krishistoria. Kungahuset har varit med om ett antal kriser, majoriteten orsakade av kungen, vilka kommer att beskrivas närmare (se 5.3.2). Kriserna får dock anses vara relativt få, i relation till monarkens regeringstid under ett halvt sekel, och kungahuset har trots allt historiskt sett haft ett gott anseende. Aktuella förtroendesiffror visar också att kungafamiljen har en god relation till sina intressenter (Adqvist, 2023). Det kan följaktligen konstateras att krisen har en låg påverkan på organisationen, tack vare kungahusets stora rykteskapital. Coombs (2007) betraktar rykteskapitalet fundamentalt för en organisation i kris. Peter Salander, senior kommunikationskonsult på Gullers Grupp, håller med: "Allting bygger på att folk ska lita på det du säger när du säger det så att man får 'benefit of a doubt'" (P. Salander, intervju, elfte april, 2023). För att uppnå detta behöver rätt strategier användas vid varje unik krissituation. Vilka som användes vid skilsmässokrisen kommer nu att presenteras närmare.

5.2.3 Anpassning av information

Inom ramarna för SCCT kunde strategierna anpassning av information, förnekelse och förstärkning identifieras i samband med hovets krishantering vid skilsmässokrisen. Anpassning av information handlar enligt Coombs (2014) om att minska oklarheter kring krisen genom att förmedla och anpassa information. Coombs (2007) menar vidare att denna strategi används för att minska intressenters oro. Att informera och kommunicera med sina intressenter är alltså en krishanteringsstrategi som organisationer kan ta till. Krister Svahn, kommunikationskonsult som driver egen konsultverksamhet, betonar vikten av just kommunikation vid en kris:

Jag tror ingen organisation idag tvivlar på att kommunikation är i hjärtat av all krishantering. Oavsett sakfrågan så måste du kommunicera på ett sätt så att förtroendet för dig och din verksamhet kvarstår efter krisen. Förutom att rädda liv, släcka bränder och så vidare så utmanar ju en kris din organisation, den utmanar ditt mandat, förtroende och din möjlighet att driva vidare. Hanterar du inte kommunikationen i det så är skadan bestående och lång. (K. Svahn, intervju, tredje april, 2023)

Detta överensstämmer med det som Falkheimer et al. (2009) skriver, nämligen att kommunikation är centralt hos organisationer, inte minst i samband med krishantering.

Strategin anpassning av information användes mer specifikt då Thorgren klargjorde för journalister hur en kunglig skilsmässa, som den statsangelägenhet den skulle vara, hade hanterats om den var ett faktum (Sveriges radio, 2022). Därtill tillämpades strategin i den skriftliga dementin på Instagram, då Victoria och Daniel benämnde ryktesspridningen i sociala medier som just rykten och spekulationer helt utan grund (Kungahuset, 2022). Båda exemplen kan tolkas som nyttjande av strategin anpassning av information genom att förmedla korrekt information och anpassa den desinformation som florerade i sociala medier. Att hovet försåg allmänheten med information är enligt Splendiani och Capriello (2021) viktigt ur två perspektiv. Dels för att upprätthålla en god relation med pressen, dels för att minska risken för att felaktig och missvisande information sprids av andra sociala medier-användare, vilket hade resulterat i ytterligare desinformation kring en förestående skilsmässa.

Splendiani och Capriello (2021) hävdar också att informationen bör vara lättillgänglig, transparent, sanningsenlig, snabb och kontinuerlig. Den var lättillgänglig då den delades via kungahusets Instagramkonto. Huruvida den var sanningsenlig är svårt att bedöma utan insyn vid hovet, däremot var den transparent i det avseende att Victoria och Daniel själva skrev under och uttryckte att de önskade värna sin familj. Information kan även tolkas som kontinuerlig och snabb, då Thorgren vid upprepade tillfällen, redan från krisens

start, hade en dialog med diverse media kring ryktena. Enligt Sveriges radio (2022) dröjde det däremot två veckor innan dementin publicerades, vilket Thorgren menar beror på att krisen var unik och att dementier utgör sällsynta undantag i hovets kommunikation. Baserat på det som Splendiani och Capriello diskuterar kan hovets agerande tolkas som effektivt, däremot hade dementin kunnat publiceras mer skyndsamt.

En diskussion som lyftes i samband med krisen är huruvida det var rätt eller fel av hovet att gå ut med en dementi. Som tidigare nämnts (se 4.2) kommenterar hovet annars inte rykten och spekulationer (Kungahuset, 2022) och Thorgren beskrev dementin som just “ett undantag från regeln” (Carlén & Karlsson, 2022). Alexandersson hävdar att en kommentar på den här nivån riskerar att ge tyngd och legitimitet till skvallret, men att en dementi samtidigt var det enda rätta, givet situationen. Detta med hänsyn till kronprinsessparets barn då minst en av dessa, prinsessan Estelle, är läskunnig samt har vänner som kan läsa och nås av skvallret (J. Alexandersson, intervju, elfte april, 2023).

Svahn diskuterar likt Alexandersson riskerna och framhåller att dementin gav evigt liv åt ryktet: “Sant eller inte så kommer vi alltid komma ihåg att det har funnits ett rykte, tack vare att större medier och etablerade riksmidier nu har skrivit om det” (K. Svahn, intervju, tredje april, 2023). Utifrån ett strategiskt perspektiv betonar han dock att dementin var rätt val: “På ett sätt gör ju kungafamiljen strategiskt rätt, att ta hem diskussionen. Man ska inte låta den florera hos andra utan du ska ju äga den på dina egna sociala medier. Så det var väl klokt” (K. Svahn, intervju, tredje april 2023). Att kungahuset tog ägandeskap över diskussionen, genom sin dementi, är ett exempel på det som Coombs (2014) diskuterar, gällande att förmedla och anpassa information för att minska oklarheter kring krisen.

En annan fråga som lyftes i samband med krisen var hur hovet ska hantera en eventuell liknande situation i framtiden. Svahn konstaterar att det är något som kan bli komplicerat för hovet att hantera: “Att man plötsligt känner att man måste värna familjen för ett rykte... Behövde man inte värna Silvia när otrohetsryktena spreds kring kungen till exempel? Det öppnar en ny dörr som blir komplicerad för hovet att hantera” (K. Svahn, intervju, tredje april, 2023). Alexandersson uttrycker att anledningen till att hovet annars inte kommenterar rykten är just för att hovet i sådana fall konstant hade behövt gå ut med

dementier. Denna gång hade situationen dock blivit ohållbar för informationsavdelningen och kungafamiljen, vilket Thorgren berättade för journalister vid ett möte på slottet (J. Alexandersson, intervju, elfte april, 2023). Salander menar att hovet troligtvis inte behöver oroa sig för att en liknande situation ska uppstå igen i framtiden. Detta då denna situation var unik och det var ett ganska extremt läge, känslomässigt. Däremot ser han en risk i form av att medielandskapet kan förändras.

Det som jag tror kan påverka mer är väl kanske att de som har lyckats tvinga ut dem i ljuset har hittat ett sätt att göra det på, så bara man kan skapa en situation som är tillräckligt jävlig så kan man tvinga hovet att frånga sina principer. Det är väl det som är risken. (P. Salander, intervju, elfte april, 2023)

Det scenario som Salander beskriver kan komma att inträffa, med hänsyn till att det aldrig varit enklare att sprida falska nyheter och desinformation om organisationer och varumärken (Jahng, 2021).

Strategin anpassning av information kan räcka vid en kris där organisationen har minimalt ansvar för krisen och historiskt sett har haft ett gott anseende, förutsatt att den kombineras med strategin informationsförmedling (Coombs, 2007). Detta gäller således också vid skilsmässokrisen. Informationsförmedling syftar till att hjälpa människor att skydda sig fysiskt från krisen, vilket inte gjordes här och inte heller var nödvändigt då krisen hade en psykisk snarare än fysisk påverkan på intressenter. Dessutom använde sig hovet av andra strategier, nämligen strategier för att reparera sitt rykte i form av förnekelse och förstärkning.

5.2.4 Förnekelse

Strategin förnekelse är ett sätt för organisationen att frånsäga sig ansvar för krisen. Detta kan antingen ta sig uttryck i att krisen helt förnekas eller att ansvaret för krisen läggs på en annan part, en så kallad syndabock (Coombs, 2014). Kronprinsessparet förnekade krisen helt genom att i dementin uttrycka att ryktena som spreds helt saknade grund. Hovets informationsavdelning

förnekade också via telefon i sin kontakt med journalister (Sveriges radio, 2022).

Thorgren valde även att lyfta fram en syndabock i form av aktörer som står utanför det pressetiska systemet, såsom *Stoppa Pressarna*. Hon beskriver det som lönlöst att föra en dialog med dessa aktörer då de, till skillnad från övriga medier, inte arbetar i enlighet med spelreglerna och inte heller faktakollar sin information med hovet innan publicering (Zangana & Tronarp, 2022). *Stoppa Pressarna* och liknande aktörer bidrar till det som Jahng (2021) diskuterar, att falska nyheter sprids utan tillräcklig källkritisk granskning av informationen, med konsekvensen att allmänheten kan få svårt att avgöra vad som är sann respektive missvisande information.

Strategin förnekelse är, baserat på SCCT, lämplig att använda vid denna kris, då det rörde sig om ryktesspridning. Däremot finns det risker med att använda denna strategi. Om anklagelser i efterhand visar sig vara korrekta kan organisationen nämligen ta skada av detta (Coombs, 2014). Nu har dock mer än ett år passerat och ingenting tyder på att så skulle vara fallet för kungahuset.

Förnekelse hade även kunnat användas genom att publicera nytagna bilder på ett lyckligt kronprinsesspar. Enligt Svahn hade det effektivt kunnat styrka att skilsmässoryktena saknade grund. Han framhåller således att detta var en möjlighet som hovet missade: "Man hade kunnat jobba med sociala mediers bildsprängkraft. Det hade man fantastiska möjligheter att göra här. Lyckliga familjebilder, resor, representationer de gör, middagar de äter eller vad som helst, bara en bild på promenad eller att de skojar med varandra" (K. Svahn, intervju, tredje april 2023).

5.2.5 Förstärkning

Strategin förstärkning innebär att organisationen försöker lägga till positiv information till krissituationen, för att kompensera för den negativa information som en kris omges av. Ett sätt att använda sig av strategin är genom att tacka personer som bidragit till att bekämpa krisen (Coombs, 2014), vilket Thorgren också gjorde vid denna kris. Detta då hon berömde medierna inom det pressetiska systemet och menade att de hade gjort ett gott journalistiskt arbete under dessa veckor, samt faktagranskat sin information med hovets

informationsavdelning. Hon berömmar även det pressetiska systemet som helhet och uttrycker att det fungerar väl i Sverige (Sveriges radio, 2022).

Balmer et al. (2006) betonar att massmedia till stor del formar bilden av kungahuset och dess medlemmar. Thorgrens beröm kan därmed ha sin grund i att media är en viktig målgrupp för kungahuset, både för Thorgrens muntliga dementier och den skriftliga på Instagram. Kungahusets Instagramkonto har drygt en halv miljon följare (Kungahuset, 2022) och kontot följs följaktligen endast av en liten del av Sveriges befolkning. Alexandersson menar att kungahuset enbart når en redan dedikerad publik och kanske inte en bredare massa genom sina kanaler (J. Alexandersson, intervju, elfte april, 2023). Media utgör här en viktig målgrupp för kungahuset, då de ramar in och sprider budskap i sina kanaler, vilket allmänheten sedan får ta del av. På så vis formar media bilden av kungahuset, vilket Balmer et al. (2006) lyfter fram. Detta exemplifierar också det som Frandsen och Johansen (2017) beskriver, nämligen att kriser tillskrivs ett visst socialt värde av media. Således har media som målgrupp en stor påverkan på den breda allmänhetens uppfattning av kungahuset, baserat på vad de väljer att publicera. Journalister i allmänhet och hovreportrar i synnerhet kan därmed anses utgöra den primära målgruppen för hovets kriskommunikation, medan allmänheten utgör den sekundära målgruppen.

5.3 Tronföljarkrisen

5.3.1 Krisens händelseförlopp

Innan krisens händelseförlopp presenteras behövs en kort redogörelse av bakgrunden. Den 14 juli 1977 föddes kronprinsessan Victoria. Eftersom könsneutral tronföljd inte var införd vid denna tid, blev hon endast titulerad som prinsessa. Redan innan Victorias födelse lyftes en diskussion gällande att genomföra ändringar i successionsordningen och införa full kognatisk tronföljd, det vill säga att det äldsta barnet skulle ta över tronen, oavsett kön.

Grundlagsändringen trädde dock inte kraft förrän i januari 1980, ett drygt halvår efter att prins Carl-Philip föddes. Med andra ord framtogs sonen sin titel som kronprins och Victoria blev kronprinsessa.

Den femte januari 2023 publicerade SVT dokumentären *Sveriges sista kungar*, bestående av två fristående avsnitt om hur landet har gått från att vara en kungamakt till att ha ett maktlöst kungahus. I avsnitt två, Sagoslottet, yttrar kungen sig om vad han anser om den retroaktiva ändringen av grundlagen, vilken gjorde Victoria till tronföljare:

Det är ganska knepigt att det handlar om lagar som fungerar retroaktivt. Det verkar inte klokt. Det tycker jag fortfarande. Ja... Sen kan man tycka att nästa generation... Det är okej. Men det var ju min son, prins Carl-Philip. Han var ju född. Sen så plötsligt ändrar man, och så blir han av med det hela. Det är ganska märkligt, tycker jag. Så kan man inte göra. (45:58)

När reportern frågar kungen om han anser situationen vara orättfärdig, svarar han ja på det och förklarar att "som förälder tycker jag det är förfärligt" (46:29). Efter kungens uttalande i dokumentären önskade hovet att snarast genomföra ytterligare en intervju med SVT, med syfte att låta kungen förtydliga vad han ansåg om successionsordningen. I detta uttalande upprepade sig kungen i stora drag och tillägger att han tycker att prins Carl-Philip tagit situationen bra.

Jag har inte uppfattat att det är några problem mellan syskonen. Kronprinsessan Victoria... De tar det bra sinsemellan. Men hon, hon är ju väldigt engagerad, självfallet. Det har jag ju förstått. Hon verkligen känner ansvaret på nåt sätt redan nu. Hon har ju en mogen ålder, i stort sett. En ung... En UNG kvinna. (49:47)

Uttalandet väckte reaktioner och kritik redan dagarna innan dokumentären sändes på SVT. Som följd publicerades ett uttalande av kungen på Facebookkontot @Kungahuset, samma dag som SVT:s dokumentärserie släpptes (se bild 2). Några dagar senare publiceras en bild, via kungahusets Instagramkonto, på kungen och kronprinsessan som åkte skidor tillsammans i Sälen (se bild 3).



Kungahuset

5 januari

UTTALANDE AV H.M. KONUNGEN

Under hösten, vid två intervjutillfällen, fick jag frågor om ändringen av successionsordningen 1980 till förmån för det förstfödda barnet – oberoende av kön. Jag delgav då mina tankar kring att Prins Carl Philip i samband med ändringen av grundlagen retroaktivt miste sin ställning som kronprins.

Det har smärtat mig djupt när jag i efterhand har tagit del av kommentarer som gör gällande att jag inte skulle stå bakom min dotter, Kronprinsessan Victoria, som Sveriges tronföljare.

Härmed vill jag därför klargöra att mina intervjusvar ej ska uppfattas som kritik mot den kvinnliga tronföljden eller mot Kronprinsessan Victoria.

Den kvinnliga tronföljden är för mig en självklarhet. Kronprinsessan är min efterträdare. Hon är en extraordinär tillgång för mig, min familj och vårt land. Jag är stolt över henne och hennes outtröttliga arbete för Sverige.

CARL GUSTAF

Bild 2. Skärmdump från kungahusets Facebookkonto, femte januari 2023.

5.3.2 Klassificering av krisen

Det första steget inom SCCT är att klassificera kristypen. Tronföljarkrisen hamnar inom det förebyggande klustret då krisen hade kunnat undvikas. Eftersom det var kungen själv som låg bakom krisen och krisen inte kan klassificeras som en olycka, passar inte krisen in i offer- eller olycksklustret.

Utöver det förebyggande klustret, bör även tidigare rykte tas i beaktning gällande vilket ansvar organisationen bör tillskrivas vid krissituationen. Som tidigare nämnts (se 5.2.2), har kungafamiljen och kungahuset som helhet varit inblandade i ett fåtal kriser genom årtiondena. Kungen själv har å andra sidan en tidigare historia av flera uppmärksammade skandaler.

År 2002 fick kungen kritik för sitt jultal, i vilket han pratade om hemlösas situation. Kritiken grundade sig bland annat i att kungen lever ett helt annat liv än de människor han pratade om och ansågs därför inte som lämpad att uttala sig på det sättet som han gjorde (Engström, 2002). Två år senare uttalade sig kungen återigen om en känslig politisk fråga. Då yttrade han att han upplevde sultanen av Brunei som motsatsen till en diktator, då han enligt kungen hade en väldig närhet till sitt folk. Detta fick stor kritik och trots detta står han drygt tjugo år senare fast vid sitt uttalande (Wikén, 2023b). År 2010 släpptes boken *Den motvillige monarken*, som bland annat innehöll uppgifter

om att kungen kan ha försatt sig i situationer med medförande risk för utpressning. Boksläppet resulterade i ett mediedrev och en kunglig skandal, vilket ledde till sjunkande förtroendesiffror och diskussioner om monarkin som statskick (Sveriges radio, 2022). År 2020 valde kungen att ännu en gång kommentera en politisk fråga. Då kritiserade han Sveriges hantering av coronapandemin och ansåg att vi hade misslyckats med att rädda liv (Bull & Bäckman, 2020), vilket kan tolkas som kritik mot riksdagen och regeringen.

Alexandersson anser att uppmärksammade händelser påverkar förtroendet för kungahuset främst på kort sikt snarare än på lång sikt, vilket kan ge en förklaring till varför förtroendet har varit så pass stabilt under en lång tidsperiod (J. Alexandersson, intervju, elfte april, 2023). Ytterligare en bidragande faktor kan vara symboliken kring kungafamiljen: "Kungahuset är ett otroligt starkt varumärke, säkert Sveriges starkaste varumärke. Jag kan inte tänka mig något annat som är så omhuldat och älskat" (K. Svahn, intervju, tredje april, 2023.) Alexandersson förklarar vidare att kungens varumärke är unikt i den bemärkelsen att han inte är folkvald, och eftersom han aldrig går i pension, förblir han en "konstant levande symbol för Sverige fram till den dag han dör" (J. Alexandersson, intervju, elfte april, 2023). Statsvetaren Cecilia Åse är inne på samma spår och nämner också kungafamiljens närhet till folket. Hon förklarar att människor känner sig nära kungligheter till följd av att ha tagit del av kungafamiljens stora livshändelser under en längre tid:

Ärftligheten, det här att tronen förs vidare genom arv, den möjliggör som jag då tänker, en slags relation över tid. Att man följer dessa personer... Många minns när kronprinsessan Victoria föddes. Man minns när hon var liten. Man minns klassiska fotografier. Det skapas någon slags delaktighet i de här personernas liv. (C. Åse i "Monarkins informella makt", Sveriges Radio, 26 maj 2010. 11:53)

Trots den negativa kritik som kungen fick efter sitt uttalande, har han och resten av kungafamiljen ett fortsatt gott rykte, som ett resultat av deras starka ställning och folklighet i det svenska samhället. Detta kan förklaras med hjälp av Coombs (2007) teori om att individer och organisationer med tidigare gott rykte inte

kommer att påverkas av krisen i samma utsträckning. Men precis som vilken institution som helst, bör även hovet arbeta med krishantering vid uppstådda kriser. Inte minst när det kommer till kriser som förstärks av eller uppstår i massmedia och sociala medier då kungahusets rykte är beroende av mediebilderna, vilket betonas av Balmer et al. (2006). Vilka strategier som användes under tronföljarkrisen kommer att presenteras i kommande avsnitt.

5.3.3 Anpassning av information

Inom ramarna för SCCT kunde följande strategier för hovets krishantering vid tronföljarkrisen identifieras: anpassning av information, förstärkning samt förnekande. För att minska oklarheterna kring kungens uttalande om den retroaktiva grundlagsändringen, förtydligade Thorgren vad kungen egentligen menade i sitt uttalande i SVT:s dokumentär:

... Kungen valde då att svara på frågan utifrån hur åsikterna såg ut då, 1980. Och det som inte riktigt kom fram i den första intervjun var att han inte är emot själva förändringen till kvinnlig tronföljd, utan att prinsen framtogs en titel och ställning som han redan hade utnämnts till och fått, alltså en retroaktiv ändring. Det ville vi förtydliga... När grundlagsändringen väl gjordes var det en självklarhet att kungen fullt ut accepterade och stod bakom den nuvarande successionsordningen. Det kändes viktigt att det kom fram. Det hoppas jag kommer vara tydligare, samt det fantastiska jobb som kungen i samarbete med kronprinsessan bedriver. I klippet som nu sprids framställs det som att det är själva förändringen till kvinnlig tronföljd som kungen pratar om, vilket det alltså inte är. (Thorgren i Winberg & Wedholm, Resumé, fjärde januari, 2023)

Även kungen förtydligade vad han egentligen menade i SVT:s dokumentär. I sitt uttalande via kungahusets Facebookkonto, meddelar kungen: "Härmed vill jag därför klargöra att mina intervjusvar ej ska uppfattas som kritik mot den kvinnliga tronföljden eller mot kronprinsessan Victoria" (Carl XVI Gustaf, 5

januari, 2023). Som Splendiani och Capriello (2021) betonat, är det viktigt att samhällsinstitutioner är snabba med rapportering vid krissituationer. Eftersom förtroendet och allmänhetens bild av kungahuset påverkas av vad som skrivs i media (Balmer et. al. 2006), var det således väsentligt för hovet och kungen att gå ut med förtydliganden gällande kungens uttalande. Efter att kritik väcktes i samband med SVT:s dokumentär var hovet snabba med att, både muntligt och skriftligt, förtydliga att kungens uttalande handlade om den retroaktiva grundlagsändringen, snarare än om kritik mot kronprinsessan Victoria. På detta sätt tar kungahuset hem diskussionen till sina sociala medier, med syfte att minska mängden negativ publicitet, vilket även gjordes under skilsmässokrisen.

En fråga som har väckts är varför kungen valde att göra ett sådant uttalande. Kungafamilijs enorma rykteskapital och höga ställning i samhället kan ge en förklaring. Svahn framhåller att personer som besitter mycket makt och status, exempelvis kungen, kan vara svåra att rådge då de själva är vana vid att bestämma hur de ska agera och uttrycka sig. Han förklarar att kungens pressfolk säkerligen hade tagit fram en strategi inför den andra intervjun, men att kungen valde att frånga den och istället upprepa det han tidigare hade sagt: “Pressfolket måste ju ha sagt till kungen vad han ska säga vid den andra intervjun men likt förbaskat får presstjänsten gå ut en gång till och kommentera något som kungen har sagt för andra gången” (K. Svahn, intervju, tredje april, 2023.) På detta sätt exemplifierar tronföljarkrisen det som Balmer et al. (2006) beskriver, i form av att en monark tar en olämplig roll i offentliga frågor. Vidare betonar Balmer et al. att ett sådant beteende kan hota monarkin och påverka förtroendesiffrorna för institutionen. Huruvida kungen bör uttala sig politiskt kommer att diskuteras mer i nästa sektion.

5.3.4 Förnekelse

Förnekelse som krishanteringsstrategi identifierades i form av att kungen utsåg riksdagen och regeringen till syndabockar. I ett uttalande i dokumentären *Sveriges sista kungar* menar kungen att politikerna borde haft is i magen och väntat med att genomföra grundlagsändringen till nästa generations tronföljare. Alexandersson förklarar att kungen har tre roller som monark: “att vara en förebild, att vara en samlande kraft vid stora nationella händelser samt att vara en dörröppnare för svenskt näringsliv” (J. Alexandersson, intervju, elfte april,

2023). Samtidigt förklarar Alexandersson att kungen inte ska agera politiskt och förmedla sina politiska åsikter offentligt. Detta väcker en fråga kring var gränsen egentligen går gällande vad kungen tillåts uttala sig om och inte.

Den samlande kraften har vi kunnat se vid till exempel tsunamikatastrofen, attentatet vid Drottninggatan och under coronapandemin. Genom kungens tal och agerande har han försökt förmedla en trygghet. Under coronapandemin försökte kungen vara en förebild genom att hovet publicerade bilder när han vaccinerades och följde myndigheternas riktlinjer att isolera sig. (J. Alexandersson, intervju, elfte april, 2023).

Att kungen uttalade sig vid ovan nämnda tillfällen kan ses som en del av hans roll, i form av att vara en samlande kraft. Det är därmed också troligen något som det svenska folket förväntade sig av honom. Olof Ruin, professor emeritus i statsvetenskap, anser att det däremot var olämpligt att kungen uttalade sig om grundlagsändringen: "Det förvånar mig att han uttalar sig om detta. Det ska han inte uttala sig om. Det är olyckligt, olämpligt och jag tycker att det tyder på dåligt omdöme" (Ruin i Lund, Dagens Nyheter, femte januari, 2023). Samtidigt menar han att kungen i huvudsak sköter sig bra när det kommer till att inte uttala sig politiskt, vilket Alexandersson stämmer in på. Hon förklarar att kungen endast har uttalat sig politisk vid ett fåtal gånger under sina 50 år på tronen. Samtidigt understryker hon att om det hade varit ett återkommande problem hade det hört till att han hade ifrågasatts i sin roll som kung: "Varje gång kungen kliver utanför ramarna väcker det stark kritik och det är så det ska vara" (J. Alexandersson, intervju, elfte april, 2023). Svahn är inne på samma spår. Han betonar att kungens roll innefattar att inte kommentera politiska beslut och när det väl sker analyseras därför varenda stavelse som kungen yttrar (K. Svahn, intervju, tredje april, 2023), vilket kan vara en bidragande orsak till att uttalandet om successionsordningen uppmärksammades av media.

Genom att gå ifrån sitt uppdrag som monark och kommentera ett politiskt beslut kring ändringen av successionsordningen, tar kungen en olämplig roll i offentliga frågor, vilket resulterade i negativ publicitet. Detta

exemplifierar det som Balmer et al. (2006) framhåller. Vidare är inte förnekelse en lämplig strategi när det är tydligt att den påverkade parten är inblandad i krisen, vilket kungen i detta fall är.

5.3.5 Förstärkning

Ytterligare en strategi som går att identifiera är förstärkning. I sitt uttalande på Facebook berättar kungen: “Den kvinnliga tronföljden är för mig en självklarhet. Kronprinsessan är min efterträdare. Hon är en extraordinär tillgång för mig, min familj och för vårt land. Jag är stolt över henne och hennes outtröttliga arbete för Sverige” (Carl XVI Gustaf, Kungahuset, 5 januari 2023). Här används strategin genom att kungen lägger till positiv information om kronprinsessan och hennes arbete för Sverige samt den stolthet som kungen känner för sin dotter. Detta för att kompensera för den negativa information som krisen gett upphov till, i form av kommentarer kring att han inte skulle stå bakom kronprinsessan. Bara några dagar efter uttalandet på Facebook publicerades en bild på far och dotter i skidbacken på kungahusets Instagramkonto (se bild 3). Kungahuset arbetade här med sociala mediers bildspräningskraft, en taktik som enligt Svahn är effektiv för att minska negativ publicitet (K. Svahn, intervju, tredje april, 2023). Denna taktik nyttjades således av kungahuset vid denna kris, till skillnad från vid skilsmässokrisen då hovet missade denna möjlighet (se 5.2.4).



Bild 3. Bild från Instagramkontot @Kungahuset, nionde januari 2023.

Alexandersson förklarar vidare att hovet lägger stort fokus på sina sociala medier då det ger dem större möjligheter att styra mediebilderna av kungahuset: “Genom Facebook och Instagram kan hovet skapa en egen bild av kungafamiljen och behöver därmed inte förlita sig på medier i samma utsträckning som de gjorde tidigare” (J. Alexandersson, intervju, elfte april 2023). Samtidigt formar även massmedia sin egen bild av kungafamiljen (Balmer et al., 2006), som därefter sprids till en större publik i form av allmänheten. På detta sätt tillskrivs krisen ett särskilt socialt värde (Frandsen & Johansen, 2017).

6. Diskussion och slutsatser

Syftet med denna studie var att analysera vilka strategier det svenska kungahuset använder sig av för att hantera kriser. Uppsatsen ämnade därigenom att bidra till forskningsområdet strategisk kommunikation, gällande hur samhällsinstitutioner kan kommunicera strategiskt i samband med kriser, beroende på ansvarsnivå, rykteskapital och tidigare krishistoria. För att uppnå syftet formulerades följande frågeställningar; vilka strategier inom SCCT använder sig kungahuset av vid respektive kris, och hur används strategierna inom SCCT av kungahuset vid respektive kris?

Analysen visar att samma strategier användes vid båda kriserna, trots att de var av helt olika art med hänsyn till tidigare krishistoria och ansvarsnivå. Utifrån ramverket SCCT kan vi därmed konstatera att en del av strategierna var mer lämpliga vid den ena krisen än den andra. Den första strategin vi kunde identifiera var anpassning av information. Med hänsyn till det ständigt föränderliga medielandskap med missvisande information och falska nyheter (Jahng, 2021), är det en strategi som vi menar är allt mer relevant för samhällsinstitutioner att använda sig av. Svahn anser även att det är strategiskt rätt att ta hem diskussionen för att minska oklarheter och osäkerhet bland sina intressenter (K. Svahn, intervju, tredje april, 2023). Vid båda kriser reducerar kungahuset de oklarheter som uppstått till följd av ryktesspridningen respektive kritiken gentemot kungen. Strategin anpassning av information var således rätt att använda ur ett strategiskt perspektiv och visade sig också vara en lyckosam strategi vid både skilsmässokrisen och tronföljarkrisen, då den fick slut på ryktena respektive kritiken.

Utöver anpassning av information identifierades även förnekelse och förstärkning vid båda kriserna. Utifrån SCCT var förnekelse dock mer lämplig vid skilsmässokrisen, som orsakades av ryktesspridning i sociala medier, än vid tronföljarkrisen. Vid skilsmässokrisen tillskrevs kungahuset inte lika högt ansvar för krisen och kunde därför också lyfta fram exempelvis *Stoppa*

Pressarna som syndabock. Tronföljarkrisen, å andra sidan, orsakades av kungen själv vilket gjorde det svårt för honom att fransäga sig ansvar för krisen, trots försök att skuldbelägga riksdagen och regeringen. Utifrån SCCT kan vi konstatera att kungen gjorde rätt i att i sitt uttalande på Facebook tydliggöra vad han egentligen menade i SVT:s dokumentär, samt i att berömma Victoria och hennes insatser. Dock hade detta kunnat klargöras redan i den första intervjun för att förhindra att krisen skulle uppstå.

Som tidigare nämnts tillskrivs individer och organisationer större ansvar vid en kris, om det finns en tidigare historia av kriser (Coombs, 2015). Kungafamiljen, specifikt kungen, är ett speciellt fall i den bemärkelse att även om kungen fortfarande bär ansvar för kriserna han har orsakat, påverkas hans förtroende enligt analysen inte avsevärt vid en uppstådd kris, utan enbart på kort sikt (J. Alexandersson, intervju, elfte april, 2023). Att förtroendet för kungen är fortsatt högt, också efter flertalet kriser, kan förklaras genom hans nästintill obegränsade rykteskapital, vilket han innehar på grund av sin höga ställning i det svenska samhället. Studien visar därmed hur ett stort rykteskapital kan hjälpa individer och samhällsinstitutioner att ta sig igenom kriser mer lindrigt. Tronföljarkrisen stödjer således inte det samband mellan rykteskapital och tidigare krishistoria som Coombs (2007) beskriver.

En förklaring till det fortsatt högsta förtroendet för kungahuset kan vara att institutionen är en symbol för stabilitet (Balmer et. al., 2006) och Sverige som land, inte enbart inom landets gränser utan också internationellt genom att främja både turism och investeringar i utlandet (Kungahuset u.å.e). Även om förtroendesiffrorna skulle svikta, är det osannolikt att monarkin faktiskt skulle avvecklas. Detsamma gäller andra samhällsinstitutioner med liknande förtroendesiffror, såsom Polisen, Riksbanken eller Svenska kyrkan (Medieakademin, 2023).

Förnekelse och förstärkning var också de strategier drottning Elizabeth använde sig av vid sin krishantering efter prinsessan Dianas död (Benoit & Brinson, 1999). Att strategierna verkar populära bland kungligheter kan bero på att det är strategier som kan användas med syfte att reparera sitt rykte, vilket enligt både Benoit och Brinson (1999) och Balmer et al. (2006) är en förutsättning för att behålla folkets stöd. Detta belyser återigen hur fundamentalt rykteskapitalet är för kungahuset.

Kriser ses generellt som något negativt och som bör undvikas. Men kriser kan även skapa förutsättningar för förändring och utveckling (Seeger et al. 2003). Vid skilsmässokrisen fick hovets informationsavdelning testa på att hantera en ny situation i form av ryktesspridningen som florerade i massmedia och sociala medier, vilket bidrog till hovets utveckling. Vid tronföljarkrisen fick kungen en gång för alla klargöra vad han egentligen anser om den kvinnliga tronföljden och krisen skapade därmed förutsättning för förändring.

Vi önskar betona att de krishanteringsstrategier som SCCT förespråkar bör ses som riktlinjer snarare än ett regelverk. Vår analys visar att verkliga kriser inte alltid stödjer teorin. Vilka strategier som passar vid vilken kris är således högst individuellt, då varje samhällsinstitution är unik. Analysen visar vidare att användandet av krishanteringsstrategier som inte är lämpliga enligt SCCT, med hänsyn till den specifika kontexten, inte nödvändigtvis behöver generera negativa konsekvenser.

Att ha ett stort rykteskapital verkar istället vara det som spelar störst roll för hur väl en institution klarar sig igenom en kris. Studien visar därmed att det viktigaste för en samhällsinstitution är att bygga upp ett stort rykteskapital. Att främja goda relationer med sina intressenter och göra sig förtjänt av, samt förvalta, deras förtroende bör följaktligen vara en prioriterad fråga i kommunikationsarbetet vid varje samhällsinstitution.

Avslutningsvis kan vi konstatera att kungahuset är en institution som är unik i sitt slag. Möjligtvis är det också därför som kungligheter har lyckats hålla sig relevanta och älskade i dagens moderna värld. Med studiens slutsatser i åtanke är det vår övertygelse att kungahuset kommer att behålla sin relevans och kungliga glans även tills Victoria, och därefter Estelle, tar över tronen. Avgörande blir dock att dessa framtida drottningar lyckas med sin krishantering för Sverige - i tiden.

6.1 Förslag till vidare forskning

Vi föreslår att studier likt denna kan genomföras vid vidare forskning, då med utgångspunkt i en annan fallorganisation. Andra kungahus, exempelvis det danska eller norska, skulle med fördel kunna studeras med SCCT som ramverk. Detsamma gäller även andra samhällsinstitutioner med förtroendesiffror som

liknar kungahuset, så som Polisen, Riksbanken eller Svenska kyrkan (Medieakademin, 2023). Vidare hade en retorisk analys av kungafamiljens och informationsavdelningens krishantering kunnat ge värdefulla insikter till forskningsfältet, genom att analysera vilket språk och budskap som användes vid kriserna samt hur ethos, logos och pathos nyttjades i krishanteringen. IRT hade också kunnat användas som teoretisk utgångspunkt för en framtida studie, för att se vilka strategier som hade kunnat identifieras vid respektive kris utifrån detta ramverk och hur resultatet skiljer sig från SCCT.

7. Referenser

- Adqvist, A. (19 januari 2023). *Ny undersökning: Klar majoritet vill behålla monarkin*. TV4. Hämtad fjärde mars, 2023, från <https://www.tv4.se/artikel/5t7V3uiwqPrKMxmdAVCONU/ny-undersokning-klar-majoritet-vill-behalla-monarkin>
- Alvehus, J. (2023). *Skriva uppsats med kvalitativ metod*. Liber AB.
- Balmer, J. M. T., Greyser, S. A., & Urde, M. (2006). The Crown as a corporate brand: Insights from Monarchies. *Journal of Brand Management*, 14(1), 137-161. <https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2550031>
- Benoit, W.L., & Brinson, S.L. (1999). Queen Elizabeth's image repair discourse: Insensitive royal or compassionate queen? *Public Relations Review*, 25(2), 145-156. [https://doi.org/10.1016/S0363-8111\(99\)80159-3](https://doi.org/10.1016/S0363-8111(99)80159-3)
- Benoit, W. L. (2014). *Accounts, Excuses, and Apologies: Image Repair Theory and Research*. (2 uppl.). State University of New York Press.
- Björklund, M., & Paulsson, U. (2014). *Academic papers and theses - to write and present and to act as an opponent*. Studentlitteratur.
- Bull, S., & Bäckman, M. (17 december 2020). *Kungen om pandemin: "Jag anser att vi har misslyckats"*. SVT. Hämtad 5 april, 2023, från <https://www.svt.se/nyheter/inrikes/kungen-jag-anser-att-vi-har-misslyckats>
- Carlén, L., & Karlsson, J. (19 februari 2022). *Kronprinsessan Victoria och Daniel dementerar rykten om skilsmässa*. SVT. Hämtad fjärde mars, 2023, från <https://www.svt.se/nyheter/inrikes/hovet-dementerar-skilsmassorykten-om-prinsessan-victoria-och-daniel>
- Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide through Qualitative Analysis*. SAGE.
- 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. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550049>

- Coombs, W. T. (2014). The value of communication during a crisis: Insights from strategic communication research. *Business Horizons*, 58(2), 141-148. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.10.003>
- Coombs, W.T. (2015). *Ongoing crisis communication; Planning, Managing, and Responding* (4 uppl.). SAGE.
- Eksell, J., & Thelander, Å. (2014). Kvalitativ analys inom strategisk kommunikation. I J. Eksell & Å. Thelander (Red.), *Kvalitativa metoder i strategisk kommunikation* (s. 197-213). Studentlitteratur.
- Engström, F. (27 december 2002). *Kungens jultal upprör hemlösa*. Hämtad sjätte april, 2023, från <https://www.svd.se/a/213ae43d-8291-37e7-be3d-5486acd61976/kungens-jultal-uppror-hemlosa>
- Falkheimer, J. (2014). Att blanda metoder utan att blanda äpplen och päron. I J. Eksell & Å. Thelander (Red.), *Kvalitativa metoder i strategisk kommunikation* (s. 183-195). Studentlitteratur.
- Falkheimer, J., Heide, M., & Larsson, L. (2009). *Kriskommunikation*. Liber.
- Falkheimer, J., & Johansson, A. (2015). Kriskommunikation. I E. Deverell, D. Hansén & E-K. Olsson (Red.), *Perspektiv på krishantering* (s. 73-98). Studentlitteratur.
- Fearn-Banks, K. (2017). *Crisis communications: A casebook approach*. Routledge.
- Flyvbjerg, B. (2006). Five misunderstandings about case-study research. *Qualitative Inquiry*, 12(2), 219-245. <https://doi.org/10.1177/1077800405284363>
- Frandsen, F., & Johansen, W. (2017). *Organizational Crisis Communication*. Sage.
- Hammersley, M., & Gomm, M. (2009). Introduktion. I R. Gomm, M. Hammersley & P. Foster (Red.). *Case study method* (s. 1-17). Sage.
- Heide, M., & Simonsson, C. (2014). Kvalitet och kunskap i fallstudier. I J. Eksell & Å. Thelander (Red.), *Kvalitativa metoder i strategisk kommunikation* (s. 215-232). Studentlitteratur.
- Heide, M., & Simonsson, C. (2016). *Krisen inifrån: Om organisationers krismedvetenhet, ledarskap och kommunikation*. Studentlitteratur.
- Jahng, M. R. (2021). Is Fake News the New Social Media Crisis? Examining the Public Evaluation of Crisis Management for Corporate Organizations Targeted in Fake News. *International Journal of Strategic Communication*. 15(1), 18–36. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2020.1848842>

- Kungahuset. (u.å.a). *Informationsavdelningen*. Hämtad 23 mars, 2023, från <https://www.kungahuset.se/kungl.-hovstaterna/kungl.-hovstaternas-organisation/informationsavdelningen>
- Kungahuset. (u.å.b). *Jubileumsåret 2023*. Hämtad 2 mars, 2023, från <https://www.kungahuset.se/ovrigt/temasidor/jubileumsaret-2023>
- Kungahuset. (u.å.c). *Kungl. Hovstaterna*. Hämtad 23 mars, 2023, från <https://www.kungahuset.se/kungl.-hovstaterna>
- Kungahuset. (u.å.d). *Monarkins historia*. Hämtad 2 mars, 2023, från <https://www.kungahuset.se/sveriges-monarki/monarkins-historia>
- Kungahuset. (u.å.e). *Sveriges monarki*. Hämtad 7 mars, 2023, från <https://www.kungahuset.se/sveriges-monarki>
- Kungahuset. (u.å.f). *Sveriges statskick*. Hämtad 2 mars, 2023, från <https://www.kungahuset.se/sveriges-monarki/sveriges-statskick>
- Kungahuset. (19 februari 2022). *Det har kommit till vår kännedom att det pågår en omfattande negativ ryktesspridning rörande vår privata relation. Påståenden sprids om svek* [Bifogad bild]. Instagram. <https://tinyurl.se/6Ls>
- Kungahuset. (5 januari 2023). *UTTALANDE AV H.M. KONUNGEN*. Facebook. <https://www.facebook.com/Kungahuset>
- Kungahuset. (9 januari 2023). *Kungen och Kronprinsessan på skidtur inför andra dagen av Folk och försvars rikskonferens i Sälen*. [Bifogad bild]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CnMkVf3q7Yj/>
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2014). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Studentlitteratur.
- Lund, L. (5 januari 2023). *Kungen kritiseras för uttalande: "Demokratividrigt"*. Dagens Nyheter. Hämtad fjärde mars, 2023, från <https://www.dn.se/sverige/kungen-kritiseras-for-uttalande-demokratividrigt/>
- Lundahl, M. (5 januari 2023). *Kungens svar på kritiken: "Jag är stolt över Victoria"*. SVT. Hämtad fjärde mars, 2023, från <https://www.svt.se/nyheter/inrikes/kungens-vandning-efter-dokumentaren-stolt-over-henne>
- Medieakademin. (2023). *Förtroendebarenometern 2023*. Hämtad 26 april, 2023, från https://medieakademin.se/wp-content/uploads/2023/03/Presentation_fortroendebarenometern_2023-WEBB-Final.pdf

- Rennstam, J., & Wästerfors, D. (2015). *Från stoff till studie: Om analysarbete i kvalitativ forskning*. Studentlitteratur.
- Seeger, M. W., Sellnow, T.L., & Ulmer, R. R. (2003). *Communication and organizational crisis*. Praeger.
- Schreier, M. (2018). *Sampling and Generalization*. SAGE Publications Ltd, <https://doi.org/10.4135/9781526416070>
- Silverman, D. (2017). *Doing qualitative research*. SAGE Publications Ltd.
- Splendiani, S., & Capriello, A. (2021). Crisis communication, social media and natural disasters – the use of Twitter by local governments during the 2016 Italian earthquake. *Corporate Communication: An International Journal*, 27(3), 509-526. <https://doi-org.ludwig.lub.lu.se/10.1108/CCIJ-03-2021-0036>
- Stoppa Pressarna. (u.å). *Nyheter om kunligheter och kändisar*. Hämtad sjätte april, 2023, från <https://stoppapressarna.se/>
- Sveriges Radio. (31 mars 2022). *Kungaboken och skandaldrevet*. Hämtad första april, 2023, från <https://sverigesradio.se/avsnitt/p3-dokumentar-kungaboken-och-skandaldrevet>
- Sveriges Radio. (30 maj 2011). *Kungen förnekar porrklubbsbesök*. Hämtad första april, 2023, från <https://sverigesradio.se/artikel/4531732>
- Ulmer, R., Sellnow, T. L., & Seeger, M. W. (2007). *Effective Crisis Communication: Moving from crisis to opportunity*. Sage.
- Vigsø, O. (2015). *Krisekommunikation*. Samfundslitteratur.
- Wedholm, J., & Winberg, Y. (2023). *Kungens uttalanden om tronföljden får kritik: "Gick in i hur det var 1980"*. Resumé. Hämtad 23 mars, 2023, från <https://www.resume.se/kommunikation/pr/kungens-uttalanden-om-tronfoljden-far-kritik-gick-in-i-hur-det-var-1980/>
- Wikén, E. (3 januari 2023a). *Kungen om tronföljden: "Fel att ändra i en grundlag retroaktivt"*. SVT. Hämtad 23 mars, 2023, från <https://www.svt.se/nyheter/inrikes/kungen-om-tronfoljden-fel-att-andra-i-en-grundlag-retroaktivt>
- Wiken, E. (3 januari 2023b). *Kungen står fast vid Bruneiuttalande: "Blev ett totalt missförstånd"*. SVT. Hämtad sjätte april, 2023, från <https://www.svt.se/nyheter/inrikes/kungen-star-fast-vid-bruneiuttalande-det-blev-ett-totalt-missforstand>

Zangana, B., & Tronarp, G. (19 februari 2022). *Hovet dementerar skilsmässorykten: Saknar grund*. Aftonbladet. Hämtad elfte april, 2023, från <https://www.aftonbladet.se/kungligt/a/wOp9n1/kungahuset-om-skilsmassorykten>

Zerfass, A., Verčič, D., Nothhaft, H., & Werder, K P. (2018). Strategic Communication: Defining the Field and its Contribution to Research and Practice. *International Journal of Strategic Communication*, 12(4), 487–505. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2018.1493485>

8. Bilagor

Bilaga 1: Intervjuguide

Krister Svahn, Krister Svahn Kommunikation AB & Peter Salander, Gullers Grupp

- Vilka delar tycker du som yrkesperson är viktigast när det kommer till krishantering och kriskommunikation?
- Kungahuset gick förra året ut med en dementi i sociala medier där de förklarade att ryktena om en förestående skilsmässa saknade grund, efter flera veckor av ryktesspridning i sociala medier. Kungahuset uttalar sig generellt inte om rykten. Här frångick man denna princip. Hur viktigt är det att hålla sig till sin kommunikationspolicy och inte frångå den?
- Ser du någon risk med att göra en dementi, som är ett unikt frånsteg från hur hovet annars hanterar rykten (det vill säga med tystnad) med hänsyn till hur det kan bli nästa gång en ryktesspridning sker? Om hovet då inte går ut och dementerar, finns det då en risk i att människor tolkar det som att ryktet är sant?
- Vilka strategier anser du är lämpliga att använda för att hantera ryktesspridning kring sin organisation?
- Vad är viktigt att tänka på när det gäller krishantering i sociala medier?
- I början av året uttalade sig kungen i en TV-intervju om tronföljden och sa då att han tyckte det var fel att ändra en grundlag retroaktivt, vilket 1980 innebar att Victoria blev kronprinsessa och hennes lillebror Carl-Philip blev av med sin titel. Det står i grundlagen att kungen ska ha en opolitisk roll. Vad tänker du kring att han ändå gör ett sådant här uttalande?
- Ser du att det kan ha några konsekvenser att gå utanför ramarna för sin roll?
- Vilka konsekvenser kan en kris få för ett varumärke?
- Hur viktigt är en organisations rykteskapitalet för hur stora konsekvenserna av en kris blir för en organisation? Varför?
- Vad tycker du är viktigt att tänka på för att värna sitt varumärke vid en kris?
- Finns det något du vill tillägga innan vi avslutar intervjun?

Bilaga 2: Intervjuguide

Jenny Alexandersson, Aftonbladet

- Hur skulle du beskriva monarkins roll i Sverige idag?
- Hur skulle du beskriva kungahuset varumärke?
- Hur ser hovets informationsstrategi ut?
- Hur skulle du beskriva “skilsmässokrisen” kring kronprinsessparet under början av 2022?
- Kungahuset gick ut med en dementi där de förklarade att ryktena om en förestående skilsmässa saknade grund. Kungahuset uttalar sig generellt inte om rykten. Här frångick man denna princip. Vad anser du om det?
- Varför tror du att man valde att göra ett undantag från regeln när man dementerade skilsmässoryktena?
- Hur skulle du beskriva krisen kring kungens uttalande om successionsordningen i början av 2022?
- Vad anser du om att kungen kommenterade en grundlagsändring och därmed kommenterade svensk politik?
- Vilka konsekvenser kan det få att Sveriges regent går utanför sin ramarna för sin roll?
- Vad anser du om uttalandet som kungahuset publicerade några dagar efteråt?
- Det svenska kungahuset har varit med om flera kriser genom åren. Ändå är förtroende för kungahuset fortsatt högt. Kungahuset verkar alltså ha klarat sig igenom alla kriser. Vad tror du att det beror på?
- Önskar du att lägga till något om någon av kriserna eller om kunglig krishantering generellt?

Bilaga 3: Kodningsschema

Kategori	Kris	Innebörd	Exempel
Anpassning av information	Skilsmässokrisen	Anpassa och förmedla informationen på ett sätt som reducerar oklarheter kring krisen	<ul style="list-style-type: none"> • Dementi via Instagram • Telefonsamtal med media
Anpassning av information	Tronföljarkrisen	Organisationen anpassar och förmedlar informationen på ett sätt som reducerar oklarheter kring krisen	<ul style="list-style-type: none"> • Uttalande via Facebook • Thorgren förtydligar uttalandet i intervjuer
Förnekelse	Skilsmässokrisen	Organisationen försöker bryta alla band till krisen med ändamålet att fransäga sig ansvar	<ul style="list-style-type: none"> • Dementi via Instagram • Telefonsamtal med media • Stoppa Pressarna lyfts fram som syndabock
Förnekelse	Tronföljarkrisen	Organisationen försöker bryta alla band till krisen med ändamålet att fransäga sig ansvar	<ul style="list-style-type: none"> • Kungen förnekar att han inte skulle stå bakom kronprinsessan och kvinnlig tronföljd
Förstärkning	Skilsmässokrisen	Organisationer lägger till positiv information till krissituationen	<ul style="list-style-type: none"> • Thorgren tackar media inom det pressetiska systemet
Förstärkning	Tronföljarkrisen	Organisationer lägger till positiv information till krissituationen	<ul style="list-style-type: none"> • Kungen ber indirekt om ursäkt till Victoria i sitt uttalande på Facebook