

MAGISTERUPPSATS
MAGISTERUTBILDNING I STRATEGISK INFORMATION OCH KOMMUNIKATION
INSTITUTIONEN FÖR BIBLIOTEKS- OCH INFORMATIONSVETENSKAP/BIBLIOTEKSHÖGSKOLAN
2024

Digitala kriser i en föränderlig värld

En innehållsanalys av den svenska regeringens
kriskommunikation på sociala medier under
koranbränningskrisen

LINN HAERNFELT
JULIA KJÄLLQUIST



HÖGSKOLAN I BORÅS
VETENSKAP FÖR PROFESSION

© Linn Haernfelt & Julia Kjällquist
Mångfaldigande och spridande av innehållet i detta arbete
- helt eller delvis - är förbjudet utan medgivande.

Svensk titel: Digitala kriser i en föränderlig värld

Engelsk titel: Digital crises in a changeable world

Författare: Linn Haernfelt, Julia Kjällquist

Färdigställt: 2024

Abstract: This study aims to analyze the crisis communication conveyed on social media by the Swedish government and public authorities in connection to the crisis concerning the burnings of the Quran in Sweden in the summer 2023. The study maps the messages and framings conveyed by the government, as well as which stakeholders they addressed. Furthermore, the study outlines the crisis response strategies found in the communication, and assesses which level of responsibility the government took on.

The study found that messages highlighted the government's limited room for manoeuver in the crisis, although also framing the government as actionable. Messages also focused on the importance of dialogue with foreign muslim communities, even though communication was mostly directed towards Swedish-speaking stakeholders. The Swedish government used crisis response strategies that implied both rejection and acceptance of blame. This suggests that they took responsibility for the consequences of the crisis, although not taking responsibility for the crisis itself.

Furthermore, we conclude that the crisis has become complex, as it has turned into both a reputational and a societal crisis. The actionable steps that the government communicates about revolve more around the societal crisis, and ensuring citizens safety, than around the reputational crisis, and distancing themselves from the burnings, although this was done as well. This study shows that social media has become a central arena for crisis communication and highlights the complexities of navigating both a reputational and societal crisis with multiple multicultural stakeholders.

Nyckelord: kriskommunikation, sociala medier, desinformation, SCCT, framing, sensemaking, stakeholders

Innehåll

1. Inledning	4
1.1 Problem	4
1.2 Syfte & frågeställningar	6
2. Bakgrund	8
2.1 Om koranbränningar och krisförloppet	8
2.2 Svensk lagstiftning och koranbränningar	9
2.3 Desinformation i krisen	10
3. Tidigare forskning	12
3.1 Kriskommunikationsfältet	12
3.2 Begreppet kris	12
3.3 Kommunikation och information i krishantering	13
3.4 Sociala medier och kriskommunikation	15
3.4.1 Utmaningar och möjligheter med sociala medier	16
3.4.2 Den retoriska arenan	17
3.5 Interkulturella dimensioner i kriskommunikation	18
3.6 Studier av liknande kriser	20
3.6.1 Muhammedkrisen i Danmark	20
3.6.2 Muhammedkrisen & Rondellhundskrisen	21
4. Teoretiska utgångspunkter	23
4.1 Sensemaking & framing	23
4.2 Stakeholderteori	24
4.3 Kriskommunikationsteorier	25
4.3.1 Image repair theory	25
4.3.2 Situational crisis communication theory	27
5. Metod	31
5.1 Innehållsanalys	31
5.2 Urval	32
5.2.1 Tidsperiod	32
5.2.2 Urval av plattformar	32
5.2.3 Urval av konton	33
5.2.4 Urval av inlägg	35
5.3 Konstruktion av kodschema, kodning och analys	35
5.3.1 Om budskap	35
5.3.2 Om stakeholders	36
5.3.3 Om strategier	37
5.4 Pilotstudie	38
5.5 Sammanställning av resultat	38
5.6 Metodreflektion	39
6. Resultat & Analys	41
6.1 Budskap och framing	41
6.2 Stakeholders	46
6.3 Strategier och krisansvar	47

7. Avslutande diskussion	50
7.1 Framing och stakeholderprioritering	50
7.2 Strategiska utmaningar i en desinformationskris	51
7.3 Sociala medier	53
8. Slutsatser och förslag till vidare forskning	55
8.1 Slutsatser	55
8.2 Förslag till vidare forskning	56
9. Referenser	58
Bilaga 1 - Exempel på kodningsschema	63

1. Inledning

Den 16 oktober 2023 sköts två svenskar ihjäl i Bryssel av en islamistisk gärningsman. Åtminstone en av svenskarna bar landslagskläder då mordet skedde bara timmen innan Sverige skulle möta Belgien i en fotbollsmatch. Dådet, som klassas som en terrorattack riktad mot Sverige och svenskar, kan förmodas ha motiverats av de koranbränningar som skett i Sverige under sommaren 2023 som upprört stora delar av den muslimska världen (Dagens Nyheter, 2023). Dessa koranbränningar har vid flertalet tillfällen utövats av privatpersoner som fått tillstånd av svenska polismyndigheter att genomföra dem, tack vare svenska lagar om demonstrations- och yttrandefrihet. Dessa handlingar har dock upprört många, muslimer och icke-muslimer, som anser att detta inte bör klassas som ett utövande av demonstrationsfriheten, utan snarare som hets mot folkgrupp. Den svenska regeringen har i efterdyningarna av den starka kritik som uppstått gjort det tydligt att de tar avstånd från koranbränningar. Likväl har arga demonstrationer och protestutrop skapats både inrikes och utrikes, av människor som beskyller den svenska regeringen för att sanktionera koranbränningar. Den 19 juli 2023 stormades Sveriges ambassad i Iraks huvudstad Bagdad av flera hundra personer, och byggnaden antändes. Den 24 juli 2023 protesterade tusentals personer i Jemen. Även i Sverige har våldsamma upplopp skett där bilar vandaliserats och bränts (Wiklund, 2023).

I en kris kan anklagelser riktade mot en aktör lätt expandera till att även riktas mot andra aktörer i samma stat. Även om en viss aktör inte är inblandad i kärnkrisen riskerar den ändå att klassificeras som tillhörande samma "grupp" av den triggande aktören (Auer, 2016). Just politiska kriser har en tendens att få långtgående konsekvenser som sträcker sig bortom den attackerade enheten, till exempel genom att de skadar ett helt lands rykte (Auer, 2016). Detta fenomen illustreras tydligt i koranbränningskrisen, där ansvaret för individens handlingar har överförs till den svenska regeringen. För att hantera den rådande situationen har det därför krävts en stor kommunikationsinsats från den svenska regeringens sida, men dessa insatser står inte utan utmaningar.

1.1 Problem

Kommunikation i offentlig sektor skiljer sig på många sätt från den i privata företag. Offentliga organisationer är till exempel multifunktionella. De har ofta ett bredare och mer komplext syfte och måste ta hänsyn till en mängd, ibland motstridiga, intressen. Offentliga organisationer måste balansera dessa olika intressen i mycket högre grad än sina privata motsvarigheter (Olsson & Eriksson (2020). Olsson och Eriksson (2020, s. 419) framhåller också att

"offentliga organisationer står inför mer komplexa och instabila miljöer, mer juridiska och formella begränsningar, stelare processer och mer diversifierade produkter och mål". De är också föremål för en högre nivå av offentlig granskning och har höga krav på sig gällande transparens och ansvar gentemot befolkningen. Luoma-aho och Canel (2020) poängterar att offentlig sektor inte kan välja vilken publik de tjänar. Mångfalden och spridningen av deras stakeholders överstiger den hos privata företag. Luoma-aho och Canel (2020, s. 19) poängterar denna mångfald genom att säga: "Det finns inte längre en masspublik, utan snarare en 'superdiversitet' av medborgare". Detta kan göra det utmanande för organisationer att kommunicera med ett enhetligt budskap samt att veta vilka stakeholders som bör prioriteras i en kris (Benoit, 2020).

Kulturella skillnader mellan de olika aktörerna är något som adderar ännu en dimension av komplexitet till kriskommunikationen, särskilt i en värld dominerad av den digitala sfären. Världen blir mer och mer dynamisk och sammankopplad och i en alltmer globaliserad värld är det av allt större vikt att förstå sig på kulturella perspektiv (Moleda & Kochhar, 2019). I dagens kontext måste yrkesverksamma inom kriskommunikation navigera en ibland svår balansgång mellan att vända sig till en global publik och att vara lyhörd för olika kulturella normer och värderingar hos stakeholders. Samtidigt bidrar den tekniska och digitala utvecklingen till att kriskommunikation som fält håller på att förändras. Pressmeddelanden och presskonferenser har länge stått som hörnstenen i kriskommunikation, och används ofta som metod av organisationer för att ta itu med kriser, svara på frågor från allmänheten och presentera sin sida av historien (Frandsen & Johansen, 2020). Dock har kriskommunikationens landskap på senare år genomgått en djupgående förvandling. Medan presskonferenser förblir en populär och varaktig metod har framväxten av sociala medieplattformar inlett en ny era. Sociala mediers hastighet, räckvidd och möjlighet till interaktion i realtid har revolutionerat hur information och budskap sprids under kriser vilket både skapar nya möjligheter och nya utmaningar, och kräver att offentliga organisationer omprövar sin förståelse för medborgares behov och beteenden (Olsson & Eriksson, 2020).

Sammantaget kan vi konstatera att yrkesverksamma inom kriskommunikation i offentliga organisationer, i en multikulturell och digitalt sammankopplad värld, står inför flertalet utmaningar. Det primära målet med studier i kriskommunikation har alltid varit att förbättra praxis inför kommande kriser (Vigsø, 2016). Många kriskommunikationsinsatser misslyckas dock eftersom ansvariga missbedömer problemet, stakeholders eller de situationsspecifika hinder som finns (Vigsø, 2016). Resonemanget för att vilja förhindra kriser är simpelt; kriser är kostsamma. Därför finns det alltid incitament för organisationer att vilja agera på bästa sätt som kan skydda kapital, mänskliga resurser och rykte. Att skydda en organisations rykte är viktigt eftersom ett

skadat rykte kan skada förtroende och leda till försämrade relationer med stakeholders (Heath, 2010).

Medan kriskommunikation i organisationer inom den privata sektorn har ägnats stor uppmärksamhet, finns det fortfarande en anmärkningsvärd lucka i att förstå hur offentliga organisationer, särskilt regeringar, navigerar i kriskommunikation i en tid som domineras av sociala medier (Auer 2016; Luoma-aho & Canel, 2020). Denna kunskapsbrist är särskilt tydlig inom ramen för public relations-forskningen, där kriskommunikationsforskning är en central del (Coombs, 2011). Därmed har det funnits en tendens att överföra och applicera modeller och resultat från den privata sfären till den offentliga utan att ta denna sektors skillnader i beaktning (Olsson & Eriksson, 2020). Det har även funnits en tendens inom kriskommunikationsfältet att förbise kulturella och religiösa aspekter och betrakta stakeholders som homogena grupper (Olsson, 2013).

För att skapa vägledning som kan stödja offentliga organisationer i att bättre hantera framförallt multikulturella och digitala kriser, krävs det därför att forskningen bidrar med mer kunskap inom dessa områden. I kriskommunikationsstudier studeras ofta de budskap som spridits och vilken framställning, *framing*, av krisen som den studerade aktören har haft. Forskare försöker även ofta belysa hur krishanteringsstrategier har tillämpats (Coombs, 2010). Denna forskning ger en tydligare bild av hur krishanterare använder eller inte använder rekommendationer från forskningen, och i vissa fall belyser studierna även effekterna av valda strategier på krissituationen (Coombs, 2010). En annan aspekt som ofta studeras är tillskrivningen av ansvar i en kris. Många kriskommunikationsteorier betonar att allmänhetens uppfattning av organisationens ansvar spelar en avgörande roll för hur organisationen bör agera i respons på krisen (Coombs, 2007; Benoit, 2014; Diers-Lawson, 2020). Litteraturen menar även att ansvarstilldelningen i en kris är avgörande för att förstå organisationens val av budskap (Diers-Lawson, 2020). Därför blir studiet av krisansvar en central aspekt för att utforska hur en organisation tolkat sin egen roll i krisförloppet.

1.2 Syfte & frågeställningar

Med bakgrund i problemet är syftet med denna studie att få en djupare förståelse för kriskommunikation som brukas inom offentliga organisationer, i en tid som präglas av komplexa, interkulturella miljöer och snabb informationsdelning via sociala medier. Genom att studera ett enskilt fall ur ett kriskommunikationsperspektiv, och titta på hur organisationen i fråga har

agerat och kommunicerat i krisen, vill vi addera till den befintliga litteraturen av fallstudier vars syfte är att informera framtida kriser och krishantering.

För att möta detta syfte kommer vi att undersöka hur Sveriges regering valde att kommunicera på sociala medier i samband med koranbränningskrisen under sommaren 2023. Studien ämnar att besvara följande tre frågeställningar:

- Vilka *budskap* valde Sveriges regering att förmedla på sina sociala medier och vilken *framing* av krisen kommunicerades?
- Vilka *stakeholders* valde Sveriges regering att vända sig till i sin kommunikation på sociala medier?
- Vilka *kriskommunikationsstrategier* användes och vilket *ansvar* tog Sveriges regering på sig för krisen?

2. Bakgrund

I detta kapitel sätts studien in i sin samhälleliga och tidsenliga kontext. Bakgrund kring koranbränningar, krisförloppet i Sverige och hur svensk lagstiftning fungerar presenteras, samt andra händelser som ger läsaren förståelse för vilken kontext krisen briserade i.

2.1 Om koranbränningar och krisförloppet

En av de första gångerna i modern tid som ordet koranbränning mötte en större publik var då den amerikanska pastorn Terry Jones år 2010 meddelade på sin Youtube-kanal att han skulle bränna koranen på årsdagen av 9/11. Detta ledde till våldsamma uppror i Afghanistan med flertalet döda. Den dåvarande amerikanska presidenten Barack Obama uppmanade Jones att sluta, vilket han inte gjorde. Jones genomförde ett antal koranbränningar under 2010-2011. År 2019 hade fenomenet letat sig upp till Norden, och den antimuslimska organisationen Sian (stoppa islamiseringen av Norge) brände ett antal koraner vid sina offentliga möten och sammankomster runt om i Norge. Det var också under detta år som den danske advokaten Rasmus Paludan började med sina koranbränningar, ofta med våldsamma motdemonstrationer som följd. 2022 genomförde Paludan en Sverigeturné med koranbränningar som resulterade i våldsamma protester, de så kallade påskupplöppen. Påskupplöppen var en reaktion på Paludans koranbränningar och spred sig i ett flertal svenska städer (Andersson & Runevald Kjellmer, 2023). Resultatet blev 300 skadade poliser, ett flertal förstörda polisfordon och minst 14 skadade civila (Stähle et al., 2022).

Enligt Svenska Institutet (SI) uppmättes i början av 2023 en av de mest intensiva omnämningarna av Sverige i internationella medier någonsin, med uppemot 700 000 inlägg på en enda dag. Bakgrunden till detta var ytterligare en koranbränning av Paludan som skedde utanför Turkiets ambassad i Stockholm den 21 januari 2023. Spridning om händelsen förekom i omkring 220 länder, främst i sociala medier men även i nyhetsrapportering. Mest respons kom från Turkiet men även från andra länder med stor muslimsk befolkning. Starka reaktioner riktades mot att svenska myndigheter tillät aktionen och ord som "islamofobi" och "fascism" användes för att beskriva Sveriges agerande (Svenska Institutet, 2023a).

Rasmus Paludan ville fortsätta sprida sina åsikter runt om i Europa och i mars 2023 nekades han inresa till Storbritannien för att göra detta. Han hade då tidigare nekats inresa i både Tyskland och Frankrike. Storbritanniens dåvarande säkerhetsminister motiverade beslutet med att "Paludans planerade aktion inte skulle främja samhällets intressen" (Gudmundsson, 2023). Sedan dess har två

nya personer fortsatt att bränna koraner på allmänna sammankomster i Sverige, Salwan Momika och Salwan Najem. Dessa två genomförde under sommaren 2023 en rad koranbränningar i Stockholm, vilket kom att få omfattande konsekvenser såväl nationellt som internationellt (Andersson & Runevald Kjellmer, 2023).

Den 28 juni 2023 firas en av de större muslimska högtiderna, Eid Al-Adha. Denna dag genomfördes Momika en koranbränning utanför moskén på Södermalm i Stockholm. Koranen brändes tillsammans med en skiva bacon (SVT Nyheter, 2023). Detta ledde till att Sveriges ambassad i Bagdad, Irak stormades dagen efter i protest, den 29 juni 2023 (Hedberg, 2023). Den 11 juli stoppade talibanstyret i Afghanistan all svensk verksamhet i landet med hänvisning till Sveriges "ondskefulla agerande". Den 19 juli stormades den svenska ambassaden i Bagdad igen av flera hundra personer som satte eld på byggnaden. Denna stormning skedde på grund av koranmanifestationen som skulle komma att genomföras nästa dag utanför Iraks ambassad i Sverige. Flera muslimska länder hade vid det här laget gjort offentliga fördömanden, kallat tillbaka sina ambassadörer i Sverige och/eller uppmanat svenska ambassadörer att lämna landet. Den 22 juli skrev Irans högsta ledare på Twitter/X att Sverige har "intagit en krigsställning gentemot den muslimska världen". Den 24 juli genomfördes en protest i Jemen där tusentals personer deltog. Den 26 juli höll regeringen den första pressträffen om krisen (Wiklund, 2023).

2.2 Svensk lagstiftning och koranbränningar

För att ytterligare placera forskningsämnet i kontext följer nedan en kortfattad genomgång av hur svensk lagstiftning fungerar och varför det har varit svårt i just Sverige att genom lagstöd förhindra koranbränningar. I den svenska grundlagen är skyddet för yttrandefrihet vidsträckt och omfattande. Detta innebär att medborgare har rätt att uttrycka sina åsikter såsom exempelvis religionskritik, vilket koranbränningar anses falla inom ramen för. Yttrandefriheten har dock sina begränsningar. Det är inte tillåtet med hets mot folkgrupp, det vill säga att uttrycka sig nedsättande eller hotande mot en viss folkgrupp (Gudmundsson, 2023; Riksdagen.se, 2023). Enligt vissa jurister skulle det dock vara möjligt att hindra koranbränningar i Sverige utan att ändra grundlagen, exempelvis genom att återinföra lagen om trosfrid. Denna lag innebär att det skulle bli förbjudet att bränna heliga skrifter i Sverige. Liknande lagstiftning finns exempelvis i Finland och har förhindrat koranbränningar där (Gudmundsson, 2023).

I Sverige är det inte regeringen som utfärdar tillstånd för att genomföra koranbränningar, det gör Polismyndigheten. En person som vill genomföra en demonstration, oavsett demonstrationens syfte, ansöker om tillstånd för allmän

sammankomst. Polisen har möjligheten att neka tillstånd om de enligt ordningslagen anser att det finns risk för ordningsstörningar på platsen (Regeringskansliet, 2023). Svensk polis har vid två tillfällen nekat tillstånd för koranbränningar, med hänvisning till att protesten skulle kunna leda till ett ökat terrorhot mot Sverige. Dessa beslut fastslog kammarrätten senare var felaktiga, eftersom det inte fanns något lagstöd kring att hindra demonstrationer med hänvisning till rikets säkerhet (Gudmundsson, 2023).

2.3 Desinformation i krisen

En orsak till krisförloppets eskalering är att det har spridits mycket desinformation i samband med utländsk rapportering av krisen. Exempel på fabricerade fakta som delats på sociala medier är att den svenska staten skulle stödja koranbränningar, att de aktivt vill bekämpa islam och att bara Koranen och inga andra heliga skrifter skulle få brännas (Palmström, 2023).

Desinformation handlar om falsk information som är skapad för att skada en människa, grupp, organisation eller land, jämfört med termen misinformation (översatt ungefär felaktig information) där informationen inte syftar till att åsamka skada. Det kan dock vara svårt att skilja dessa åt, då det är svårt att alltid veta bakomliggande intentioner med att sprida olika typer av falsk information (Greifeneder et al., 2021).

Fenomenet desinformation är inget nytt. Det går att se hur spridande av falsk information exempelvis har använts som en del av krigföringen i flera krig historiskt, men den stora skillnaden idag är att det genom sociala medier öppnats en stor arena där i princip vilken användare som helst har möjlighet att nå ut till en stor målgrupp. Även om denna förändring har potential att stärka medborgares yttrandefrihet, möjliggör den också okontrollerad spridning av desinformation och kräver utveckling av nya sociala normer för noggrannare utvärdering av informationen innan den delas vidare (Greifeneder et al., 2021).

När den falska informationen har etablerats i ett samhälle eller grupp är den mycket svår att korrigera och kan fortsätta att påverka människors synsätt och världsbild, även då de kanske inte längre tror på den ursprungliga källan (Greifeneder et al., 2021). Desinformation har blivit allt vanligare i människors liv, inte minst i den politiska sfären, och kan få allvarliga konsekvenser när människor börjar agera utifrån den (Greifeneder et al., 2021). Att kommunicera i en kris som föranletts av en desinformationskampanj adderar således ytterligare ett lager av komplexitet till krishantering och kommunikation.

Parallellt med händelseförloppet gällande koranbränningar har det även skett en annan stark och intensiv påverkanskampanj riktad mot den svenska socialtjänsten som påbörjades under 2022. Den handlade om att sprida

desinformation kring att socialtjänsten kidnappar muslimska barn, genom att använda sig av LVU.¹ Påverkanskampanjen spreds effektivt via sociala medier, och plockades också upp av vissa etablerade mediehus och islamistiska influencers. Detta ledde till att hot riktades mot Sverige som land men även mot enskilda socialarbetare. Dagens Nyheter kallade kampanjen för tidernas största påverkanskampanj och hävdade att den var direkt bidragande till att terrorhotnivån höjdes i Sverige i augusti 2023 (Hedberg et al., 2023). Även om denna studie inte kommer att beröra LVU-kampanjen är det viktigt att nämna för att studiens valda kris ska förstås ur ett större sammanhang av redan negativa och felaktiga bilder av Sverige internationellt.

¹ Lagen om vård av unga, Socialstyrelsen, 2023

3. Tidigare forskning

I detta kapitel kommer kriskommunikation som fält att introduceras och begreppet kris att diskuteras. Olika aspekter av kriskommunikation kommer att lyftas, såsom informationshanteringsens roll i den, dess interkulturella dimensioner samt dess samspel med sociala medier.

3.1 Kriskommunikationsfältet

Kriskommunikation är ett tvärvetenskapligt område som har funnits i cirka 40-50 år och har sedan 1980-talet vuxit som organisatorisk praktisk och akademisk disciplin (Vigsø, 2016; Coombs, 2010). Majoriteten av kriskommunikationsforskningen har vuxit fram ur public relations, men kopplingar till många olika fält kan dras (Coombs, 2010).

Kriskommunikationsfältet har alltid haft ett tydligt praktiskt fokus och fallstudien som metod har dominerat forskningsfältet (Coombs, 2010). En anledning till detta kan vara att kriser till stor del är beroende av många situationsfaktorer, och fallstudier erbjuder ett direkt tillvägagångssätt för att undersöka krisernas sammanhang (An & Cheng, 2010).

3.2 Begreppet kris

Ordet kris härstammar från grekiskans *krisis*, vilket betyder prövning eller avgörande (Falkheimer et al., 2009). Det finns olika sätt att definiera en kris, men generellt är kriser händelser som innefattar sårbarhet och allvarliga hot som riskerar att rucka på grundläggande värden. De resulterar i ovisshet och stress på både individ- och samhällsnivå. Vad som kännetecknar en kris är att den överraskar och inträffar plötsligt, upplevs hotfull till sin karaktär och orsakar hög osäkerhet. En kris präglas av krav på kvick respons och hög tidspress (Falkheimer et al., 2009). Det går att utläsa skillnader mellan kriser som sker på olika nivåer, exempelvis samhällskriser, organisationskriser och personliga/individuella kriser. En annan differentiering är att skilja på kriser som kan drabba organisationer (företag m.m.) och kriser som kan drabba nationer (Vigsø, 2016). En organisationskris har till skillnad från en samhällskris en mer avgränsad betydelse då det främsta hotet riktas mot organisationen, snarare än mot samhällets medborgare och omgivningen i stort (Falkheimer et al., 2009). Rosenthal, Charles och Hart i Falkheimer et al (2009, s.15) definierar en samhällskris på följande sätt:

en samhällskris är ett allvarligt hot mot de grundläggande strukturerna eller värderingarna och normerna i ett system, vilken under tid, press och mycket osäkra omständigheter gör det nödvändigt att fatta kritiska beslut.²

Traditionellt har kriser betraktats som tillfälliga systemavbrott och avgränsade skeenden, men enligt nyare synsätt bör kriser snarare betraktas som ingående i en återkommande process av kritiska händelser (Falkheimer et al., 2009; Vigsø, 2016). En sådan process kan ibland leda ett samhälle från ett tillstånd till ett helt annat, och i praktiken medföra förändring av ett rådande system (Falkheimer et al., 2009).

Krisens förlopp kan enkelt sagt delas in i tre faser; före, under och efter. Händelseförloppet med dessa tre faser brukar kallas för varningsfasen, akutfasen och följdfasen. En något mer ingående beskrivning av krisfasen delar in förloppet i fem faser, vilka är; förebyggandefasen, förberedelsefasen, akutfasen, återhämtningsfasen och lärofasen (Falkheimer et al., 2009). Förebyggande handlar om att minimera riskerna att katastrofer och olyckor inträffar. Detta kan göras exempelvis genom att bygga tillräckligt säkra dammar och kraftverk, eller att välja rätt placering av huset på en kuperad tomt. Förberedelse handlar om att förbereda inför en eventuell stundande kris, exempelvis se över bemanningen på kommunens kristelefon om ett lokalt oväder väntar. Akutfasen är, som det låter, när själva krishändelsen inträffar och innefattar även första tiden av krisens själva verkan. Nästa fas, återhämtning, handlar om att få igång organisationens eller företagets verksamhet igen, eller samhällslivet och hela samhällsapparaten efter en inträffad kris. Den sista fasen, lärofasen, handlar om att ta tillvara på de erfarenheter och lärdomar som införskaffats vid en kris. Detta för att kunna agera snabbare eller mer träffsäkert vid nästa kris. De fem faserna överlappar ofta varandra, särskilt de tre mittenfaserna (Falkheimer et al., 2009).

3.3 Kommunikation och information i krishantering

Kriskommunikation och krishantering är två helt oskiljbara moment i hanteringen av en kris, då själva hanteringen av krisen till stor del består av att kommunicera. Kriskommunikation är den kommunikation som sker i samband med krissituationer, mellan organisationer och deras stakeholders, vilka kan vara exempelvis kunder, politiker, medborgare och andra organisationer (Falkheimer et al., 2009).

² Originalcitat: "a society crisis is a serious threat to the basic structures or the fundamental values and norms of a system, which under time, pressure and highly uncertain circumstances necessitates making critical decisions".

Informationshantering är också en central aspekt inom krishantering. Kriser skapar ett informationsbehov och varje fas i krishanteringsprocessen har sina egna behov av att samla in och tolka information och att skapa och dela kunskap (Coombs, 2010) ”Kriskommunikation kan brett definieras som insamlingen, bearbetningen och spridningen av information som krävs för att hantera en krissituation.” skriver Coombs (2010, s. 20). Information management spelar således en viktig roll i kriskommunikation, både i förkrisstadiet där fokus ligger på att samla in information om bland annat krisrisker, och i själva krisen där fokus ligger på att sprida egen information (Coombs, 2010). Hagar (2012) tar upp ett flertal olika informationsutmaningar som kan komma med en kris. Dessa inkluderar bland annat informationsöverflöd, samordning och spridning av information till rätt personer vid rätt tidpunkt, föränderliga informationsbehov i olika stadier av krisen, informationsosäkerhet och opålitliga källor, motstridig information med flera.

Kriskommunikation kan involvera olika typer av informationsdelning, beroende på krisens natur. Coombs (2010) nämner tre strategiska fokus: instruktiv, stöttande och ryktesreparerande information. Instruktiv information är centrerat kring hur krisen bör hanteras fysiskt och vilka åtgärder som krävs. Stöttande information är centrerat kring hur krisen bör hanteras psykologiskt och inkluderar även uttryck för sympati och förklaringar till vad som har hänt. Sist men inte minst är ryktesreparerande information centrerat kring att försöka lindra den ryktesmässiga skadan som krisen kan ha tillfogat organisationen i centrum (Coombs, 2010; Valentini & Kruckeberg, 2016).

Vilken information som behöver kommuniceras är också beroende av organisationens natur. Särskilt i offentliga organisationer är kommunikationens syfte inte alltid att stödja sina egna intressen, utan kan istället vara att tjäna samhällets bästa (Olsson & Eriksson, 2020). Kriskommunikation i offentliga organisationer behöver inte bara vara inriktad på ryktesreparerande information, utan kan ofta handla om att ge instruktiv och stöttande information till allmänheten i händelse av naturkatastrofer eller andra storskaliga samhällskriser (Olsson & Eriksson, 2020). Spektrumet av kriskommunikation är alltså mycket bredare.

Tidig svensk kriskommunikationsforskning om t.ex. Tjernobyfallet visade på allmänhetens behov av information i en kris (Vigsø, 2016) I fallet Estonia beskriver Vigsø (2016) att myndigheterna inte förmådde svara på det informationsbehov som allmänheten kände med ryktesspridning och försämrat förtroende som följd. Detta behov av att kunna hantera informationsproblem har enligt Vigsø (2016) i hög grad påverkat inriktningen på svensk kriskommunikationsforskning, som har varit tätt knuten till säkerhets- och försvarspolitik. Även i organisatoriska rykteskriser är information centralt. Där utgörs själva krisen av motstridiga berättelser innehållande olika

information. Under kalla kriget låg fokus inom den svenska kriskommunikationsforskningen på hur man skulle bemöta fientlig propaganda och desinformation (Vigsø, 2016). I dagens internetsamhälle har frågan om desinformation återigen blivit högaktuell då sociala medier fungerar som snabba och omfattande spridningskanaler för både information och desinformation (se kapitel 2.3).

3.4 Sociala medier och kriskommunikation

Sociala medier har under de senaste årtalen radikalt förändrat hur människor, och likaså stater kommunicerar och hur information delas på en global skala (Moleda & Kochhar, 2019). Sociala medier har även fundamentalt förändrat kriskommunikation som ämne och praktik och har drivit både forskare och utövare inom kriskommunikation att stanna upp och ompröva all den existerande kunskapen som finns om kriskommunikation (Coombs, 2018).

Anledningen till att sociala medier har påverkat området kriskommunikation så mycket är att sociala medier har blivit en helt ny arena för kriser att både diskuteras och formas (Valentini et al., 2018). Sociala mediernas påverkan på kriskommunikation har inte minst att göra med den hastighet i vilken information kan delas och spridas, och således med vilket tempo kriser kan eskaleras (Valentini et al., 2018). En annan utmaning är att rykten och historier som cirkulerar i sociala medier med enkelhet kan spridas från en arena till en annan, eller till och med ta sig till traditionell media eller till ”offline-arenor” (Valentini et al., 2018).

Förflyttningen av kriskommunikation ut på sociala medier återspeglas tydligt i plattformarnas användningsområden. Medan svenskar använder Facebook främst för att hålla kontakt med vänner och släkt, har exempelvis Twitter/X utvecklats till en stor arena för krisrelaterad och internationell politisk kommunikation (Broersma & Graham, 2013). Plattformen används också i hög grad av journalister, vilket gör den till ett effektivt sätt att nå ut till pressen, som ett snabbare komplement till traditionella pressmeddelanden (Broersma & Graham, 2013).

En annan konsekvens av sociala mediernas framväxt är att gränsen mellan privat och offentlig kommunikation har blivit alltmer flytande (Parell & Talan, 2022). Ett exempel på denna förändring tas upp av Horsley och VanDyke (2022) som talar om politikernas och statstjänstemäns närvaro på plattformar som Twitter/X. Horsley och VanDyke (2022) beskriver ett fall av stämning riktad mot den före detta amerikanska presidenten Donald Trump som blockat flera personer som kritiserat honom på Twitter/X. Trump fälldes senare i domstol på grund av att

hans tweets räknades som officiell kommunikation som alla medborgare hade rätt att ta del av.

3.4.1 Utmaningar och möjligheter med sociala medier

En stor förändring som sociala medier har orsakat är att förstadiet till en kris har hamnat i det offentliga ljuset. Dessa förstadier kallar Coombs för ”parakriser” (Coombs, 2018). Det kan finnas olika typer av parakriser. Ett exempel på en sådan är när stakeholders uttrycker sitt missnöje med organisationen och tycker att de har agerat oansvarigt eller oetiskt. Bemöts inte denna kritik kan parakrisen växa. Parakriser är därmed inte regelrätta kriser enligt Coombs utan krisrisker, som kan avvärjas om de hanteras på rätt sätt. Vigsø (2016, s. 99) framhåller i samma anda att ”en kris är en kris först när den har medialiserats”. I och med sociala medier sker parakriser dock numera ofta offentligt och inför en stor digital publik. Det gör dem svårare att avvärja och svårare att behärska (Coombs, 2018). Det gör även steget från parakris till kris kortare. Vigsø påpekar också att det finns en paradox med förkrisfasen; det är ofta inte förrän krisen är ett faktum som insikten om att det tidigare pågick en förkrisfas inträffar. Därför är det viktigare än någonsin för organisationer att tänka och agera förebyggande (Vigsø, 2016).

Sociala medier har dock inte bara inneburit ökade utmaningar för kriskommunikatörer, de har också inneburit ökade möjligheter och positiva konsekvenser. Till exempel har sociala medier gjort det möjligt för organisationer att nå publik som det tidigare inte varit möjligt att nå (Moleda & Kochhar, 2019). Organisationer kan också kommunicera med större publik än någonsin tidigare, utan geografiska eller temporala begränsningar (Moleda & Kochhar, 2019). Sociala medier erbjuder även nya möjligheter till interaktivitet med stakeholders och ett nytt unikt sätt för organisationer att bygga upp sina stakeholderrelationer på (Moleda & Kochhar, 2019). På så sätt är sociala medier inte bara en arena för kriser att spridas utan också en arena för organisationer att svara på kritiken och att tala direkt till sin publik.

Samtidigt som sociala medier har skapat nya möjligheter för organisationer att engagera sig och kommunicera med sin publik, har de också omdefinierat dynamiken i relationen mellan organisation och stakeholders, då kommunikationen har börjat förflyttas utanför organisationens kontroll, till nya arenor (Luoma-aho & Vos, 2010). Traditionellt har organisationer haft en central roll i att forma och kontrollera sitt narrativ. Med framväxten av sociala medier har den makten förskjutits. Sociala medier är inte en ensidig plattform, istället är det en dynamisk och delad plattform där narrativet delas mellan alla olika aktörer. Nästa avsnitt kommer att utforska denna dynamik och hur

organisationers förmåga att hantera och svara på kriser påverkas av denna maktförskjutning.

3.4.2 Den retoriska arenan

Rhetorical arena theory (RAT) introducerades för tjugo år sen i ett försök att förstå den kommunikativa komplexiteten av organisatoriska kriser (Frandsen & Johansen, 2020). Användandet av metaforen ”arena” kommer av att ordet arena betecknar en (fysisk eller symbolisk) plats där en kamp, konflikt eller debatt utspelas mellan två eller flera olika aktörer, och där det finns en publik som bevittnar kampen (Frandsen & Johansen, 2017). När en kris uppstår öppnas en retorisk arena, där olika röster gör sin åsikt gällande krisen hörd (Frandsen & Johansen, 2017). I stället för att konceptualisera kriskommunikation som bestående av en sändare och flera mottagare ser RAT på alla aktörer som sändare, mottagare och deltagare på den retoriska arenan (Frandsen & Johansen, 2017).

Luoma-aho och Vos (2010) beskriver idén om den retoriska arenan som ett paradigmskifte och en förskjutning i fokus från organisationscentrerad och ensidig relationshantering till dialog på arenor som ligger utanför organisationens kontroll. Ett perfekt exempel på en sådan arena är sociala medier. De menar även att det idag krävs en mer proaktiv inställning till public relations från organisationers sida, där de aktivt måste söka upp problem innan problemen hittar sin väg till organisationen (Luoma-aho & Vos, 2010).

Samtal och arenor som lämnas utan organisatoriskt deltagande kan hota organisationens rykte. Om en organisation misslyckas med att ge sin berättelse kommer andras berättelser snabbt att dominera arenan. Därför är det viktigt att organisationer bevakar sina "arenor" och deltar i dem, annars lämnar de makten över narrativet till andra (Luoma-aho & Vos, 2010). Luoma-aho och Vos (2010) poängterar också att diskussioner på nätet tenderar att bildas i ett tidigare skede än publicitet i traditionella medier, vilket betyder att om organisationer vill fånga upp kriser i förkrisstadiet måste de bege sig ut på internet.

Den retoriska arenan karakteriseras av konkurrens för uppmärksamhet och utrymme. Makt, mediatillgång och skillnader i politiskt, ekonomiskt och symboliskt kapital påverkar de olika intressenternas inflytande på arenan (Frandsen & Johansen, 2020; Frandsen & Johansen 2017). Luoma-aho & Vos (2010) kallar det en dragkamp mellan olika intressenter som alla har sin egen agenda. Målet för organisationer bör dock inte vara att helt och hållet dominera arenan. Det långsiktiga målet för organisationer är att upprätthålla bra relationer med sina stakeholders, och för att vara framgångsrika i det krävs det

ofta att de lyssnar på sina stakeholders och inkorporerar deras perspektiv (Luoma-aho & Vos, 2010).

Vissa forskare ser RAT som en förlängning av Freemans stakeholderteori (se kapitel 4.2). I ett krissammanhang är dock inte alla röster inom den retoriska arenan nödvändigtvis stakeholders i relation till organisationen mitt i krisen (Frandsen & Johansen, 2020). I en kris, särskilt i den digitala tidsåldern, kan ett brett spektrum av röster snabbt dyka upp på den retoriska arenan. Dessa röster kan inkludera medborgare, aktivister, konkurrerande organisationer, konspirationsteoretiker och individer som söker uppmärksamhet. Även om deras uttryck är en del av den offentliga diskursen är det inte givet att de är stakeholders. Stakeholders är de som påverkas direkt av organisationens handlingar, beslut eller resultat och som i sin tur kan påverka organisationen (Diers-Lawson, 2020).

Teorin om den retoriska arenan belyser hur olika röster konkurrerar, samarbetar eller krockar i olika arenor. Genom att se sociala medieplattformar som retoriska arenor förstås komplexiteten i hur information sprids och tolkas i sociala medier, i och med den maktbalans och mångfald av röster som råder där. Denna teori ger även en övergripande förståelse för de utmaningar och möjligheter som sociala medier erbjuder för att hantera och lindra kriser effektivt.

3.5 Interkulturella dimensioner i kriskommunikation

Framväxten av sociala medier har lett till att information och budskap kan spridas snabbare och längre än någonsin tidigare, utan geografiska begränsningar. Trots att geografiska begränsningar i kommunikation har minskat innebär det dock inte att organisationer automatiskt har fått en homogen publik. Anderson-Meli och Koshy (2020) understryker att behovet av nyanserad, kulturkänslig kommunikation kvarstår. Även Falkheimer och Zhao (2020, s. 529) säger att idén om ”ett budskap, en kanal, en publik” sällan fungerar ur ett kriskommunikationsperspektiv i samhällen med diversifierade kulturella och etniska grupper. Trots det menar Falkheimer och Zhao (2020) att det kulturella perspektivet i kriskommunikation ofta blir negligerat.

Frandsen och Johansen (2017) hävdar att i vår globaliserade och sammankopplade värld finns det nästan inga lokala kriser längre, och att kriser framöver kommer att fortsätta vara gränsöverskridande. Detta är av särskild betydelse för interkulturell kriskommunikation eftersom kriser som tidigare förblev lokala nu ofta kräver en mer sofistikerad och interkulturellt anpassad kommunikationsstrategi. Med gränsöverskridande menas inte bara att kriser idag korsar geografiska gränser, utan att de även korsar funktionella gränser.

En organisation eller en nationalstats gränser är därmed inte garanterade att fungera som barriärer för krisen. En kris kan t.ex sprida sig från en bransch till en annan, eller ta form i den offentliga sektorn för att sedan sprida sig till den privata sektorn (Frandsen & Johansen, 2017) Detta såg vi hända i den danska Muhammedkrisen där den danska statens agerande ledde till bojkott av det delvis danska företaget Arla i flera muslimska länder (Frandsen & Johansen, 2010).

I kulturell kriskommunikation har krisen ofta uppstått på grund av skilda värderingar, normsystem och identiteter (Falkheimer & Zhao, 2020). Dessa varierande normer gör att kulturella influenser kan påverka grupperns uppfattningar och tolkningar av organisatoriska beteenden (Falkheimer & Zhao, 2020). Frandsen och Johansen (2017) anser att organisationer idag måste acceptera att de ibland kan behöva be om ursäkt för sådant som de inte är vana vid att be om ursäkt för, eftersom det är kulturellt betingat vad som anses orättfärdigt och inte. Det kan även finnas teknologiska utmaningar kopplat till interkulturell kommunikation. I mer moderna medier såsom sociala medier kan organisationer stå inför utmaningen att nå enskilda medborgare inom deras så kallade "kulturella bubblor" (Luoma-aho & Canel, 2020, s. 19).

De flesta studier inom kriskommunikation som fokuserat på kultur har fokuserat på betydelsen av olika nationella kulturer (Frandsen & Johansen, 2017). På senare tid har forskningen dock blivit alltmer inriktad på multikulturella aspekter (Frandsen & Johansen, 2017). Falkheimer och Zhao (2020) förklarar skillnaden mellan interkulturell och multikulturell kriskommunikation. De definierar interkulturell kriskommunikation som baserad på olika nationella olikheter, medan multikulturell kriskommunikation är baserad på olikheter mellan olika etniska grupper i samma land. Falkheimer och Zhao (2020) menar att forskare i nordiska länder som Sverige och Danmark har visat ett växande intresse för multikulturell kriskommunikation de senaste åren, mot en bakgrund av hastigt ökad invandring och nationella debatter om sociokulturell integration.

Då koranbränningskrisen i Sverige är en kris som startade på nationell nivå, men som sedan spred sig internationellt kan detta sägas vara både en multikulturell och en interkulturell kris. Därmed är kulturella dimensioner av kriskommunikation centralt att ta upp, då de belyser komplexiteten i att handskas med den här typen av kriser och i att stakeholderanpassa kommunikation.

3.6 Studier av liknande kriser

3.6.1 Muhammedkrisen i Danmark

Studier där ett regeringsorgans kommunikationsinsatser som svar på kulturellt laddade kriser undersöks, har gjorts tidigare i Skandinavien. I Lindholm och Olsson (2011) analyseras den så kallade Muhammedkrisen i Danmark. Studien fokuserar på den danska statens hantering av Muhammedkrisen; en kris centrerad kring ett antal serieteckningar av profeten Muhammad som publicerades i den danska tidningen Jyllands-Posten. Syftet med Lindholm och Olssons (2011) studie är att kartlägga den danska regeringens framing av situationen och hur den påverkade hanteringen av krisen.

I den första eskaleringsfasen konstaterar Lindholm och Olsson (2011) att olika framings, det vill säga olika synsätt på situationen, ledde till eskalering. Författarna menar att den danska staten inte såg på de aktörer som yttrat kritik mot serieteckningarna (danska muslimska organisationerna och muslimska ambassadörer i Danmark) som legitima eller prioriterade stakeholders. Istället för att svara på kritiken hänvisade den danska staten till Danmarks pressfrihet och att eventuell kritik borde riktas mot tidningen. I och med detta missades en möjlighet till dialog, enligt Lindholm och Olsson (2011).

I nästa fas blev krisen internationell. Flera muslimska länder satte press på Danmark och den danska statsministern möttes med Egyptens ambassadör för att förklara Danmarks hållning utan framgång. Danmark började bredda sin framing av situationen, då de inte längre bara tryckte på yttrandefriheten utan också på vikten av respekt. Enligt Lindholm och Olsson (2011) uteslöt de dock fortfarande viktiga stakeholders, såsom det islamiska trossamfundet i Danmark. Detta ledde till att krisen inte lyckades hållas tillbaka.

Krisen spred sig bortom den diplomatiska scenen när meddelanden som förespråkade bojkott av danska produkter spreds över internet i hela arabvärlden. Danmark var tvungna att ändra strategi och den danska statsministern valde att be om ursäkt för potentiella kränkningar mot islam. Den danska statsministern ställde även upp på en intervju i en arabiskspråkig nyhetskanal, där han betonade judendomens, kristendomens och islams gemensamma bakgrund. Protesterna fortsatte dock i form av att danska flaggor brändes och danska ambassader i Syrien och Libanon attackerades. Attacken i Syrien innebar dock ett fönster för Danmark att få internationell support eftersom Syrien hade brutit mot Wienkonventionen om diplomatiska förbindelser, och Danmark vände sig därför till EU. Enligt Lindholm och Olsson (2011) hade Danmark förlorat sin kredibilitet i den muslimska världen, vilket gjorde att de i slutändan behövde förlita sig på EU och på danska imamer att agera mellanhand och medlare.

Under händelseförloppet gick ändrades den danska regeringens framing, budskapsformulering och uppfattning om stakeholders, men enligt Lindholm och Olsson (2011) var deras initiala bristande förmåga att se andra framings än sin egen och oförmåga att identifiera alla relevanta stakeholders det som gjorde att krisen eskalerade från lokal till global nivå. En annan bidragande faktor till den snabba eskaleringen som Lindholm och Olsson (2011) nämner är att det var bilder som låg till grund för kontroversen, vilket innebar att de var universellt begripliga för alla publik, oavsett språkkunskaper. Fallet illustrerar varför det är viktigt att ta alla stakeholders i beaktande och varför det är viktigt att bemöta kritik när den uppstår. Krisens långvariga effekter kunde noteras långt senare, till exempel när Turkiet år 2009 starkt motsatte sig nomineringen av Danmarks statsminister till Nato-ordförande på grund av Muhammedkarikatyrerna.

3.6.2 Muhammedkrisen & Rondellhundskrisen

I en komparativ studie från 2013 återvänder Olsson till Muhammedkrisen och sätter den i relation till rondellhundskrisen i Sverige. Den svenska rondellhundskrisen startade i juli 2007 när den svenska tidningen Nerikes Allehanda publicerade en artikel med titeln "Rätten att förlöjliga en religion", tillsammans med en av konstnären Lars Vilks teckningar föreställande profeten Muhammad som en rondellhund. Detta väckte reaktioner med demonstrationer både i Sverige och utomlands. Utrikesdepartementet i Pakistan och Iran skickade protestbrev och OIC (Organization of the Islamic Cooperation) fördömde publiceringarna och uppmanade den svenska regeringen att be om ursäkt och vidta åtgärder (Olsson, 2013).

Olsson (2013) analyserar händelseförloppet utifrån tre kärnuppgifter som hon anser utgör kriskommunikationsprocessen. Dessa är sensemaking, networking och budskapsstrategier. Sensemaking handlar om organisationers förmåga att förstå och tolka krisen. Olsson (2013) skriver att i sensemaking-processen tenderar människor att förstå situationer utifrån sina tidigare erfarenheter. I en kris med många aktörer som denna är det alltså att förvänta sig att det kommer finnas en stor variation i sensemaking baserat på människors intressen, normer och erfarenheter. Olsson (2013) menar att krishanteringen i Danmark starkt påverkade sensemaking-processen hos svenska aktörer, som hade sett hur krisen eskalerat där. Samtidigt kan den danska regeringens missbedömning av eskaleringsrisken förstås utifrån deras bristande erfarenhet av liknande incidenter tidigare. En viktig del av sensemaking är förmågan att kunna identifiera relevanta stakeholders. I transnationella kriser kan denna uppgift bli mer utmanande på grund av bristande kunskap, kanaler och legitimitet i andra länder. I osäkra situationer tenderar människor att fokusera på stakeholders som redan är kända för dem och som uppfattas som inflytelserika. Olsson

(2013) menar att Danmarks regering tolkade kritiken från de muslimska ambassadörerna som ett försök att lägga sig i dansk inrikespolitik och tog inte till vara på den första chansen till dialog. I kontrast erkändes frågans känslighet tidigt av både den svenska regeringen och svenska muslimska organisationer, som båda från början hade liknande uppfattningar av situationen och hur den skulle hanteras.

Networking handlar om organisationens förmåga att engagera sig i kommunikation med stakeholders. Av särskilt intresse är de stakeholders som fungerar som broar, översättare och/eller medlare mellan olika grupper i en konflikt. Olsson (2013) kallar dessa för "gränsöverskridare". Medan den danska regeringen översåg betydelsen av dessa stakeholders, var en av den svenska regeringens första initiativ att bjuda in muslimska ambassadörer i Sverige till ett möte och inleda en dialog med svenska muslimska organisationer. Både identifiering av stakeholders och kommunikation underlättades enligt Olsson (2013) av att den svenska regeringen redan innan krisen hade ägnat sig åt att bygga relationer med muslimska organisationer både i och utanför Sverige.

Budskapsstrategier handlar om organisationens förmåga att komponera budskap som resonerar med stakeholders. I kriser med geografiskt och kulturellt avlägsna stakeholders kan detta vara extra utmanande. Symbolisk kommunikation blir därför kraftfull, och krishanteringsaktiviteter riskerar att bli symboliska, kommunikativa handlingar i sig. I det danska fallet var en av de starkaste symboliska handlingarna att till en början inte kommunicera alls. Deras budskapsformulering var sedan, enligt Olsson (2013), en polariserande sådan, som skapade en dikotomi mellan "goda" och "onda" länder. I motsats till detta var den svenska regeringens budskap centrerat kring att både yttrandefrihet och religiös tolerans är viktigt. En av de viktigaste symboliska åtgärderna vidtagna av den svenska regeringen enligt Olsson (2013) var statsministerns beslut att träffa representanter från det svenska muslimska samfundet i en moské i Stockholm, där han höll ett tal som det rapporterades om i många muslimska länder. Statsministern uttryckte även tacksamhet till muslimska organisationer i Sverige för deras hjälp med att hantera situationen vilket var ännu ett viktigt budskap enligt studien.

Utifrån att ha studerat både den danska och den svenska hanteringen av två snarlika kriser konstaterar Olsson (2013) att krishantering underlättas av inkluderande sensemaking, nätverksstrategier och budskap. Exkluderande budskap som kännetecknas av polarisering bidrar istället till kriseskalering. Att upprätthålla relationer med gränsöverskridande aktörer som kan tillhandahålla legitimitet och kontakter med utländska stakeholders visade sig också vara en central del i det proaktiva arbetet med krishantering.

4. Teoretiska utgångspunkter

Detta kapitel ämnar introducera studiens teoretiska ramverk. Här kommer teorier om sensemaking, framing och stakeholders att introduceras. Vidare kommer två teorier om kriskommunikationsstrategier att presenteras. Dessa teoretiska ramverk kommer att ligga till grund för att besvara studiens frågeställningar och möta dess syfte.

4.1 Sensemaking & framing

Sensemaking är ett brett begrepp och teoribildning, som används inom en rad akademiska områden. Teorier om sensemaking (ungefär översatt till svenska; meningsskapande) används ofta för att förklara hur individer och grupper tolkar och skapar mening av information, men kan också användas inom organisationskommunikation. Weick (2005, s. 409) definierar sensemaking som: *"the ongoing retrospective development of plausible images that rationalize what people are doing"*. Weick har fokuserat på den delen som kallas organisatorisk sensemaking, som handlar om hur en större grupp genom gemensamma strategier försöker hitta förståelse eller mening i en viss situation eller process som karakteriseras av hög osäkerhet.

Kommunikation är centralt i sensemaking. Weick menar att kommunikation bör ses som en pågående process av att förstå omständigheterna samt de händelser som påverkar dessa (Weick et al., 2005). Meningsskapandet sker i det interaktiva samtalet och använder våra mellanmänniska resurser för att formulera och skapa lösningar. När mening har skapats i en situation har samtidigt grunden lagts för att kunna hantera situationen.

Identitetsskapande är en annan grundläggande del av sensemakingteorin. Teorin utgår från att en aktörs uppfattning om sin identitet formar hur den agerar och hur den tolkar olika situationer (Weick et al., 2005). Sensemaking handlar även om att vi som människor förstår vår verklighet utifrån vårt gemensamma språk samt de berättelser som vi har om den. Medlemmar i en grupp eller organisation skapar genom sin kommunikation en organisationsverklighet, som blir en sanning, vilken de med tiden tar för given och glömmer bort är socialt konstruerad (Heide et al., 2012).

Framing är en annan teoribildning som kan knytas an till sensemaking, eller som kan ses som steget efter. Medan sensemaking fokuserar på hur människor skapar mening av osäkra situationer, handlar framing om den retoriska framställningen av information och händelser och hur dessa ramar in för att påverka uppfattningen och förståelsen av dem (Sellnow & Seeger, 2013).

Framing har även kallats för "sensegiving" vilket ytterligare tydliggör att det är en process kopplad till sensemaking (Sørensen & Evensen, 2023). Framing handlar om att välja ut vissa aspekter av den upplevda verkligheten (sensemaking) och göra dem mer framträdande i en kommunicerad text för att främja en viss tolkning. Detta kan till exempel göras genom viss placering eller upprepning (Entman, 1993).

I denna studie är sensemaking- och framingteorierna användbara för att förstå hur den svenska regeringen och dess företrädare försökte skapa mening i situationen som var koranbränningskrisen, och genom sitt meningsskapande formulera budskap som utgjorde grunden i deras kriskommunikation.

4.2 Stakeholderteori

Stakeholderteori är en teoretisk ram som betonar vikten av att identifiera och tillfredsställa behov och intressen hos alla intressenter (stakeholders). Teorin utvecklades som svar på ekonomen Milton Friedmans klassiska syn på att organisationer/företag endast har ett ansvar, och att det är maximera vinsten för sina andelsägare. R. Edward Freeman tillskrivs ofta att ha populariserat teorin. Han definierar stakeholders som "en grupp eller individ som kan påverka eller påverkas av organisationens framgång" (Anderson-Mely & Koshy, 2020, s. 23) Anderson-Mely & Koshy (2020) skriver att medan andelsägare har finansiella intressen i organisationer kan stakeholders påverkas på andra sätt, särskilt om organisationen hamnar i kris.

Stakeholderteori är ett relevant förhållningssätt i kriskommunikation eftersom den erkänner och inkluderar ett ansvar gentemot alla relevanta intressentgrupper, inte bara andelsägare. Detta är av vikt eftersom en kris ofta påverkar en bredare grupp människor och intressenter, inklusive anställda, kunder, olika samhällsgrupper och kanske till och med miljön. Det är allmänhetens (d.v.s. alla stakeholders) tillskrivning av relationsskada som definierar krishotet. Om en stakeholder anser att relationen med organisationen har skadats på grund av en händelse måste organisationen försöka reparera relationen om de vill undvika att skadan ökar och sprider sig till andra stakeholders genom en snöbollseffekt (Anderson-Mely & Koshy, 2020)

Att fokusera på att bygga långsiktiga relationer med stakeholders är en grundläggande princip inom stakeholderteorin och något som även är viktigt ur ett kriskommunikationsperspektiv för att förebygga kriser. I vår studie är stakeholderteorins synsätt användbart för att identifiera vilka stakeholders regeringen vänt sig till och hur kommunikationen till dessa har prioriterats.

4.3 Kriskommunikationsteorier

4.3.1 Image repair theory

En av de tidigare teorierna inom kriskommunikation är image repair theory. Image repair theory utvecklades av William L. Benoit för att förstå hur organisationer och individer försöker reparera sitt rykte efter att ha drabbats av en negativ händelse eller kris. Benoit menar att teorin grundar sig i två premisser: 1; kommunikation är en målinriktad aktivitet, och 2; att upprätthålla ett positivt rykte är ett av kommunikationens centrala mål (Benoit, 2014). Teorin fokuserar i grunden på olika retoriska strategier som organisationer kan använda för att återställa eller förbättra ett skadat rykte. Benoit benämnde till en början teorin för "image restoration theory", men ändrade sig så småningom till "image repair theory", då han ansåg att ett rykte aldrig helt kan återställas till hur det var före en kris, men det kan repareras (Vigsø, 2016).

Sensemaking är en viktig del av Benoits teori även om han inte nödvändigtvis använder begreppet. Enligt Benoit är det grundläggande att organisationen delar samma uppfattning av händelsen som sin publik, eftersom en felaktig uppfattning av hur publiken har tolkat situationen kan leda till en krisrespons som riskerar att uppröra ännu mer, t.ex. om organisationen erbjuder ekonomisk kompensation för en händelse när den utsatta hellre ville ha en ursäkt (Vigsø, 2016). Benoit skriver att skuld inte alltid är ett simpelt sant eller falskt faktum. Nyckelfrågan här är inte om den anklagade faktiskt orsakade skadan, utan om den relevanta publiken (det vill säga organisationens stakeholders) har uppfattningen att den anklagade bör beskyllas (Benoit, 2014). Om så är fallet måste organisationen reagera eftersom anklagelser, oavsett sanna eller falska, kan skada en organisations rykte (Benoit, 2020).

Benoit (2014) formulerar fem huvudstrategier som organisationer kan anamma i krissituationer för att antingen försöka ändra publikens övertygelser eller skapa nya övertygelser och på så sätt reparera sitt rykte. Dessa är förnekande, bortförklaring, förminskning, korrigerande och skuldbekännelse. De tre första strategierna har i sin tur tolv underkategorier. Typologin sammanfattas i figur 1, där ett exempel på användning åtföljer varje strategi.

Strategy	Example
Denial	
Simple denial	I did not embezzle money
Shift blame	Steve took your wallet, not me.
Evade responsibility	
Provocation	I insulted you but only after you criticized me.
Defeasibility	I was late because traffic delayed me.
Accident	Our collision was an accident.
Good intentions	I didn't tell you because I hoped to fix the problem first.
Reduce offensiveness	
Bolstering	Think of all the times I helped you.
Minimization	I broke your vase, but it was not an expensive one.
Differentiation	I borrowed your laptop without asking. I didn't steal it.
Transcendence	Searching travelers at the airport is an inconvenience, but it protects against terrorism.
Attack accuser	Joe says I embezzled money, but he is a chronic liar.
Compensation	Because the waiter spilled a drink on your clothes, we'll give you desert for free.
Corrective action	Because the waiter spilled a drink on your suit, we'll have it dry cleaned.
Mortification	I'm so sorry I offended you. I regret hurting your feelings and I apologize.

Figur 1: Benoits strategier för image repair. Tolkad efter Benoit (2014, s. 28), *Accounts, Excuses, and Apologies: Image Repair Theory and Research*.

Innebörden av Benoits strategier framgår av exemplen, men den sistnämnda strategin, "skuldbekännelse" (mortification), kan vara tvetydig. Den kan betyda antingen ett erkännande av skuld eller helt enkelt bara vara ett uttryck för sympati. Benoit pekar på den tydliga skillnaden mellan de två uttrycken: "jag är ledsen att jag kränkte dig" och "jag är ledsen att du blev kränkt". Benoit (2020) menar att vissa använder den andra formen av ursäkt för att ge sken av en ursäkt utan att faktiskt ta på sig skulden för det som har hänt.

I situationer där relationen med många stakeholders har skadats kan organisationen behöva prioritera bland sina stakeholders (Benoit, 2020). Stakeholders kan också ha olika uppfattningar och värderingar, därmed är det inte säkert att ett budskap passar alla publikter (Benoit, 2014). Benoit framhåller dock att i dagens tid av internet och sociala medier kan det vara riskabelt att vara inkonsekvent i sitt budskap i olika kanaler/relationer då detta är lätt att upptäcka. Om organisationen väljer att mottagaranpassa sin kommunikation till olika stakeholders är det därför viktigt att deras olika budskap inte är motsägelsefulla (Benoit, 2020).

Image repair-teorin har dock sina begränsningar. Benoit (2014) poängterar att image repair enbart tar itu med strategier för rykteskriser och behandlar inte strategier för att hantera andra kriser såsom exempelvis naturkatastrofer. Majoriteten av studier som använt sig av image repair-teorin har varit fallstudier och dessa har varit inriktade både på produktionen av image repair och mottagandet av image repair. I en studie (Arendt et al., 2017), refererad i Benoit (2020), som summerat 110 fallstudier av image repair framkom att den mest använda strategin, förnekelse, också var den minst framgångsrika. Den mest framgångsrika strategin var "korrigerings" (Benoit, 2020).

4.3.2 Situational crisis communication theory

Situational crisis communication theory (SCCT) är en teori som bygger vidare på Benoits teori och som presenterades av public relations-forskaren Timothy Coombs år 1999 (Vigsø, 2016). Till skillnad från tidigare kriskommunikationsteorier som i huvudsak består av deskriptiva typologier, som Benoit, ville Coombs genom att dra kopplingar mellan krissituation och krishantering forma en mer normativ typologi som erbjuder riktlinjer för vilken typ av krisrespons som passar bäst ihop med en viss typ av kris. Huvudfokus i denna teori, som avgör vilken strategi som bör brukas, är nivån av krisansvar och vilket rykteshot som krisen utgör (Vigsø, 2016).

Grunden i SCCT kan hittas i både attributionsteori och retorisk teori. Attributionsteori utgår från premisen att människor söker efter orsaker till händelser, särskilt när det gäller negativa händelser som är förbundna med en hög grad av osäkerhet (Coombs, 2007). Den negativa händelsen är i det här fallet krisen, för vilken stakeholders naturligt vill tillskriva någon ansvar (Coombs, 2007). Kopplingen till retorik har att göra med att åtgärdsstrategierna är retoriska reaktioner på situationen (Vigsø, 2016).

Coombs menar att stakeholders uppfattning av situationen avgörs av vilken nivå av ansvar som de tilldelar organisationen, t.ex. om de anser att organisationen kunde undvika krisen genom att ha agerat annorlunda. Coombs har identifierat tre kristyper som avgör hur mycket stakeholders tillskriver organisationen ansvaret för krisen; offerkriser, oavsiktliga kriser och avsiktliga kriser. I den första kristypen har organisationen låg tilldelning av ansvar. Det kan röra sig om naturkatastrofer eller rena rykten. Organisationen ses här som ett offer för krisen. I den andra kristypen, oavsiktliga kriser, har organisationen minimal tilldelning av ansvar. Händelsen ses här som omedveten eller okontrollerbar. Det kan t.ex. handla om olyckor och tekniska fel. I den tredje kristypen har organisationen en hög tilldelning av ansvar. Händelsen ses här som avsiktlig eller möjlig att undvika (Coombs, 2007).

Coombs talar även om andra faktorer som kan påverka graden av ansvar som tilldelas. Dessa kallar han förstärkare (*intensifiers*) (Vigsø, 2016). Två viktiga förstärkare i SCCT är förutsägbarhet och förtroende. Förutsägbarhet handlar om huruvida organisationen har någon krishistorik av liknande kriser och om den aktuella krisen därmed kan sägas ha varit förutsägbar i någon mån. Om krisen bedöms ha varit förutsägbar ökar risken för att intressenter kommer lägga ett större ansvar på organisationen för att den inte förhindrade den. Den andra viktiga förstärkaren, förtroende/anseende, handlar om vilken existerande relation organisationen har till sina stakeholders, och vilken nivå av förtroende de har. Om organisationen redan har ett högt förtroende kan det bidra till en mer förlåtande och förstående attityd från intressenternas sida, även om organisationen har en hög grad av ansvar. Å andra sidan kan ett lågt förtroende förvärra konsekvenserna av krisen och göra att intressenter lägger större skuld på organisationen (Vigsø, 2016; Coombs, 2007).

Det första steget i att anamma SCCT-perspektivet i krishantering är att göra en bedömning av vilken kristyp som har att göras med. Genom att identifiera kristypen kan organisationen redan vid början av krisen förutse hur stort krisansvar stakeholders kommer att tillskriva organisationen (Coombs, 2007). Det andra steget handlar om att väga in krishistorik och relationen med stakeholders, som båda kan förstärka ansvaret som tillskrivs. Efter denna bedömning kan organisationen utforma en lämplig strategi. Coombs menar att ju större ansvar organisationen tilldelas av stakeholders, desto större ansvar måste den ta på sig. Detta eftersom han, liksom Benoit, anser att organisationens hantering av krisen måste överensstämma med den bild stakeholders har av situationen för att kommunikationen ska bli lyckad (Coombs, 2007; Vigsø, 2016). Coombs (2007) definierar tio olika strategier, sorterade i fyra kategorier, utifrån olika nivåer av ansvarstagande. Dessa presenteras i figur 2.

Strategy	Description
Primary crisis response strategies	
Deny crisis response strategies	
Attack the accuser	Crisis manager confronts the person or group claiming something is wrong with the organization,
Denial	Crisis manager asserts that there is no crisis.
Scapegoat	Crisis manager blames some person or group outside of the organization for the crisis.
Diminish crisis response strategies	
Excuse	Crisis manager minimizes organizational responsibility by denying intent to do harm and/or claiming inability to control the events that triggered the crisis.
Justification	Crisis manager minimizes the perceived damage caused by the crisis.
Rebuild crisis response strategies	
Compensation	Crisis manager offers money or other gifts to victims.
Apology	Crisis manager indicates the organization takes full responsibility for the crisis and asks stakeholders for forgiveness.
Secondary crisis response strategies	
Bolstering crisis response strategies	
Reminder	Tell stakeholders about the past good works of the organization.
Ingratiation	Crisis manager praises stakeholders and/or reminds them of past good works by the organization.
Victimage	Crisis manager remind stakeholders that the organization is a victim of the crisis too.

Figur 2: Coombs kriskommunikationsstrategier. Tolkad efter Coombs (2007, s. 170), "Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory".

I förnekande-strategier försöker organisationen avlägsna alla kopplingar till krisen. I förminskande-strategier försöker organisationer reducera sitt ansvar t.ex. genom att förminska krisens allvar eller genom att åberopa brist på kontroll. I återuppbyggande-strategier försöker organisationen reparera sitt rykte genom att erbjuda kompensation eller be om ursäkt. Typologin innehåller även sekundära strategier som snarare handlar om att skapa positiva reaktioner än om att dämpa negativa sådana. Det kan t.ex. handla om att påminna stakeholders om tidigare goda gärningar som organisationen har gjort, eller påminna stakeholders om att organisationen också är ett offer för krisen (Coombs, 2007).

Generellt är återuppbyggande-strategierna säkrast att välja i och med hur tillmötesgående de är gentemot stakeholders, men de är inte alltid det bästa valet. Coombs menar att forskning visar att en överdrivet tillmötesgående strategi inte kommer generera ett bättre rykte i en kris som bara kräver en enkel ursäkt eller förklaring. Däremot kan tillmötesgående strategier vara kostsamma och risken finns att stakeholders börjar se mer allvarligt på krisen än de gjorde från början om organisationen bestämmer sig för att ge en överdriven ursäkt (Coombs, 2007). Genom att välja en passande strategi utifrån kristyp och krisansvar menar Coombs att organisationen kan påverka hur stakeholders uppfattar krisen, och genom att forma uppfattningar kan de reducera negativa åsikter som påverkar organisationens rykte (Coombs, 2007).

I denna studie är Benoits och Coombs kriskommunikationsteorier användbara för att identifiera vilka strategier som den svenska regeringen har använt och i förlängningen utläsa vilket krisansvar de har tagit på sig. Detta då strategierna enligt teoribildningen har en inneboende koppling till krisansvar.

5. Metod

I det här kapitlet presenteras studiens valda metod och tillvägagångssätt. Studiens urval förklaras, samt hur materialet har kodats och analyserats. Vidare diskuteras studiens tillförlitlighet och äkthet, och kritiska perspektiv på metodvalet framförs.

5.1 Innehållsanalys

Vi har i denna analys valt att utgå från en kvalitativ innehållsanalys med kvantitativa inslag, vilket är en passande metod då den lämpar sig för att finna mönster i en större mängd material. I kvantitativ innehållsanalys räknas eller mäts något i texten, så kallade manifesta textaspekter, det vill säga sådant som uttrycks explicit i texten (Bergström & Boréus, 2018). Sådana textaspekter kan exempelvis vara vissa ord, uttryck, metaforer eller argument som återkommer (Bergström & Boréus, 2018). Denna metod utgår från antagandet att något som förekommer i hög eller låg grad i texten säger någonting utöver texten i sig (Bergström & Boréus, 2018).

Kvalitativa textanalyser går längre än att bara räkna ord för att undersöka teman och mönster (Zhang & Wildemuth 2016). I kvalitativ textanalys tolkas innebörden av texten genom successiv kategorisering av materialet enligt ett kodschema. Metoden är framförallt induktiv, vilket betyder att kodningen växer fram i takt med att analysen sker. Dock är deduktiva resonemang också hjälpsamma i innehållsanalys, vilket innebär att kategorier och kodenheter genereras utifrån teorier eller tidigare forskning (Zhang & Wildemuth, 2016).

Även innehållsanalys där kvantifiering ingår kan räknas som kvalitativ, om mer komplex texttolkning behövs (Bergström & Boréus, 2018). Bergström och Boréus menar att skillnaden mellan kvalitativ och kvantitativ innehållsanalys bör betraktas som relativ, inte absolut. Om mätandet eller räknandet är mer avancerat och framträdande bör innehållsanalysen betraktas som mer kvantitativ än om mätande och räknande är underordnat. Mer kvalitativa analyser använder mer komplexa texttolkningar, där mer kvantitativa analyser är enklare. De mest kvalitativa innehållsanalyserna, menar Bergström och Boréus, kräver komplexa tolkningar som bara kan utföras av människor. Det är vanligt att det ingår både kvantitativa och kvalitativa analyser av samma material i innehållsanalys (Boréus & Bergström, 2018). Innehållsanalysen består av flera delar som följer en given följd. Nedan presenteras hur denna studie använts av och arbetat med dessa.

5.2 Urval

5.2.1 Tidsperiod

För att möjliggöra genomförandet av studien har vi behövt avgränsa den temporala tidsramen. Detta då vi i skrivande stund (januari 2024) fortfarande kan sägas befinna oss i krisen även om det inte har genomförts fler koranbrännningar i den senaste närtiden. Detta då Sverige fortfarande har en förhöjd terrorhotnivå, och svensk lagtext inte har ändrats. Därför kan vi som författare inte veta om vi kommer att se mer av krisen i framtiden. Valet att studera en begränsad tidsperiod ger studien en tydlig inramning och förståelse för en specifik tidsperiod av den pågående krissituationen. Studien är därför avgränsad till att studera tidsperioden mellan den 1 juni 2023 och den 31 augusti 2023, då detta var perioden som krisen var som mest intensiv och högaktuell.

5.2.2 Urval av plattformar

I denna studie har vi valt att analysera material i form av inlägg på sociala medier för att nå en helhetsbild kring hur regeringen och dess företrädare kommunicerade i krisen på denna arena. Andra former av mediekommunikation, såsom videoklipp från presskonferenser och citat från pressmeddelanden, har tagits i beaktande i den mån de framträtt på sociala medier. Den specifika inriktningen på sociala medier ger oss möjlighet att belysa hur regeringen navigerade genom den snabbväxande kommunikationsmiljö som sociala medier är. En annan anledning är att krisen till stor del spreds och fick sitt internationella genomslag via sociala medier.

I kvantitativa studier görs oftast ett slumpmässigt urval för att det ska gå att presentera statistiska generaliseringar (Johanssen et al., 2019), men då denna studie syftar till att nå djupare förståelse för hur kriskommunikationen sett ut under ett visst skeende valde vi en annan urvalsmetod, nämligen ett strategiskt urval. Detta då utgångspunkten för urvalet inte är representativitet utan ändamålsenligt (Johanssen, et al., 2019). Vi har valt att fokusera på Facebook, Instagram och Twitter/X som sociala medieplattformar. Anledningen är att de är de största plattformarna för våra typer av aktörer. Facebook har i dagsläget över 1 miljard användare världen över, och ca 70% svenskar sade sig använda Facebook 2023. Instagram säger sig i dagsläget ha ungefär 2 miljarder aktiva konton, och två av tre tillfrågade svenskar säger sig använda Instagram aktivt. Tidigare Twitter, nuvarande "X", har ungefär 400 miljoner användare världen över, men betydligt färre svenskar säger sig använda plattformen; ca 20% (Internetstiftelsen, 2023).

5.2.3 Urval av konton

För att genomföra analysen behövdes ett urval av sociala mediekonton att göras. I tabellen nedan presenteras alla konton vi har använt oss av i materialinhämtningen. Då vi ville få en heltäckande bild av hur det offentliga Sverige kommunicerat valde vi att inkludera inlägg från både regeringen, berörda ministrar samt deras departement. I denna studie utgör dessa aktörer tillsammans vår studerade organisation. När den svenska regeringen nämns åsyftas därför samtliga av dessa aktörer. I vårt studerade objekt har vi även inkluderat två sociala mediekonton från myndigheten Svenska Institutet. Svenska Institutet (SI) är en myndighet som arbetar på uppdrag av riksdagen och regeringen med att “bygga relationer och skapa förtroende för Sverige i världen” (Svenska institutet, 2023b). SI är därför en central representant för det offentliga Sverige i detta krissammanhang och därför har deras kommunikation på sociala medier även bedömts som viktig att inkludera.

Urvalet av konton består av 16 aktörer med 1-3 konton var på olika plattformar. Notera att vi ibland hämtat inlägg från samma person på flera olika plattformar, och andra bara från en specifik plattform. Det beror helt enkelt på att olika politiker och myndigheter är olika aktiva på olika plattformar. Vi valde dessa konton då de alla vid något eller flertalet tillfällen lagt ut inlägg som handlat om koranbränningarna och/eller kopplingar till dessa. För att komma fram till denna lista gick vi igenom samtliga ministrars och departements sociala mediekonton för att finna material och därigenom blev det ett naturligt urval på de som kommunicerat något i frågan.

Tabell 1: Utvalda konton. Grönt = kontot har tagits med i studien. Grått = kontot finns men har inte kommunicerat om krisen. Vitt = kontot finns inte.

Aktör	Facebook	Instagram	Twitter/X
Sveriges regering			
Utrikesdepartementet			
Swedish Ministry of Foreign Affairs			
Försvarsdepartementet			
Justitiedepartementet			
Socialdepartementet			
Sweden.se (Svenska institutet)			
Arabiska Sweden.se (Svenska institutet)			
Ulf Kristersson, statsminister			
Tobias Billström, utrikesminister			
Johan Forssell, bistånds- och utrikeshandelsminister			
Carl-Oskar Bohlin, minister för civilt försvar			
Gunnar Strömmer, justitieminister			
Jakob Forssmed, socialminister			

För att få större förståelse för kontonas storlek och därmed chans att sprida budskap genom inlägg följer nedan en tabell av samtliga konton som används i denna studie och hur många följare respektive konto har.³ Streck betyder att aktören inte har ett officiellt konto på plattformen eller att de inte har kommunicerat om krisen, och därmed inte tagits med i studien.

Tabell 2: Utvalda konton med antal följare.

Aktör	Följare Facebook	Följare Instagram	Följare Twitter/X
Sveriges regering	-	43 400	-
Utrikesdepartementet	-	12 400	64 215
Swedish Ministry of Foreign Affairs	121 000	6319	786 000
Försvarsdepartementet	-	-	24 659
Justitiedepartementet	-	-	19 840
Socialdepartementet	-	-	9975
Sweden.se (Svenska institutet)	634 000	307 000	157 000
Arabiska Sweden.se (Svenska institutet)	1 000 000	75 000	431 864
Ulf Kristersson, statsminister	69 000	158 000	206 623
Tobias Billström, utrikesminister	-	-	36 518
Johan Forssell, bistånds- och utrikeshandelsminister	-	14 200	57 561
Carl-Oskar Bohlin, minister för civilt försvar	5000	2175	34 596
Gunnar Strömmer, justitieminister	n/a	5789	-
Jakob Forssmed, socialminister	3500	-	8249

³ I skrivande stund, december 2023.

5.2.4 Urval av inlägg

När vi etablerat vilka konton som skulle ingå i studien samlade vi alla relevanta inlägg. Vi har i denna studie valt att utgå från att analysera inläggens text, och inte gjort någon bildanalys på de bilder som publicerats tillsammans med inlägg. När inlägget har innehållit bilder med citat på har vi dock valt att inkludera citatet i kommunikationen. När inlägg varit i videoformat har vi transkriberat det som sagts och därmed även kunnat behandla dessa inlägg som text.

Viktigt att notera är att när ett konto har återpublicerat ett inlägg från ett annat konto så att inlägget hamnar i ens eget flöde (på Facebook kallat "dela", på Twitter/X kallat "retweeta") har vi valt att även inkludera dessa inlägg. Anledningen till att en användare återpublicerar någon annans inlägg kan vara flera men allra oftast handlar det om att användaren håller med personen i fråga och tycker att det den skriver är viktigt att lyfta vidare. Självklart är det möjligt för en användare att återpublicera även sådant som den inte håller med om, men det vanligaste är att i så fall lägga till en inledande kommentar (via funktionen "dela med kommentar"). Vi har valt att ta med delningar och retweets då de bör ses som ett återuppreparande eller förstärkande av budskap som exempelvis en ministerkollega eller berört departement formulerat. Denna funktion används flitigast på Twitter/X och det är en av förklaringarna till att studien har en övertikt av inlägg från plattformen Twitter/X, jämfört med Instagram och Facebook.

5.3 Konstruktion av kodschema, kodning och analys

I den kvalitativa forskningsprocessen är tolkning av resultatet en integrerad och kontinuerlig del av analysarbetet som påbörjas redan vid insamling och sammanställning av materialet (Zhang & Wildemuth, 2016). Så var även fallet i denna studie. Efter att ha färdigställt urvalet och insamlingen av vårt material konstruerade vi ett kodningsschema där vi skapade tabeller utifrån våra frågeställningar. Kodningsschemat ämnade att kartlägga budskap, stakeholders och strategi. I detta kodningsschema lade vi in allt vårt material, det vill säga samtliga inlägg från sociala medier.

5.3.1 Om budskap

För att kartlägga budskapen har sensemaking och framing som teoretiska modeller applicerats. Dessa teorier har ingen tydligt applicerbar typologi på det

sättet som vi har applicerat kategorierna från Benoit och Coombs teorier (se kapitel 5.3.3). Istället utgör de snarare ett övergripande förhållningssätt och synsätt utifrån vilket vi förstår krisen. I en sensemakingprocess skapar medlemmar i organisationen gemensamt narrativ som formar deras upplevelse av situationen (Heide et al., 2012). Denna sensemaking guidar sedan deras publika framing av situationen. Framing kan förstås som urvalet av vissa perspektiv och budskap framför andra.

Genom systematisk genomläsning av materialet och kartläggning av återkommande budskap kunde vi se vilka budskap regeringen prioriterat och förstå vilken sensemaking och framing de har haft. Till en början markerades alla meningar, fraser och ord som kunde tänkas utgöra separata budskap. Efter det gick vi igenom hela materialet flera gånger för att utröna vilka budskap som användes oftare än andra. I denna gallring framkom tillslut tio huvudsakliga budskap, vilka vi sedan använde som kodningsenheter för att koda materialet i kodschemat. I vår kodning utgick vi från att ett budskap bara räknades en gång per inlägg. Ett inlägg kunde dock innehålla flera olika budskap.

5.3.2 Om stakeholders

För att kartlägga stakeholders har stakeholderteorin som teoretiskt ramverk använts som vägledning. Stakeholderteorin betonar vikten av att identifiera och tillfredsställa behov och intressen hos alla stakeholders (Anderson-Mely & Koshy, 2020). Inom ramen för vår studie definierar vi liksom R. Edward Freeman stakeholders som grupper eller individer som kan påverka eller påverkas av regeringens framgång i hanteringen av krisen (Anderson-Mely & Koshy, 2020). Teorin möjliggör en breddning av stakeholderperspektivet bortom en snäv syn på stakeholders som aktörer med enbart finansiella intressen i organisationen, vilket är särskilt relevant inom offentlig verksamhet, där målet ofta är att tillgodose behoven hos medborgarna och samhället som helhet. Genom att utgå från ett perspektiv grundat i stakeholderteorin strävade vi efter att inkludera och analysera en bred mångfald av stakeholders.

Då vi valt att titta på regeringens offentliga kriskommunikation på sociala medier lät vi sociala medieinläggen guida identifikationen och klassificeringen av stakeholders. Här låg utmaningen i att fastställa exakt vem eller vilka inläggen riktade sig till, eftersom detta inte uttryckligen angavs i texten. Som nämnt i problembeskrivningen har offentliga organ ofta en stor mångfald och spridning av stakeholders (Luoma-aho & Canel, 2020). Dessa stakeholders kan t.ex. vara medborgare, media, företag och näringsliv, utländska regeringar, NGO:s, statstjänstemän och olika kulturella, sociala och nationella grupper. Hade det varit möjligt att klassificera stakeholders utifrån dessa grupper hade det varit att föredra då det hade gett ett mer precist resultat, men då vi saknar

data för att göra det var det inget alternativ. Vi kunde dock utröna vissa tilltänkta målgrupper, utifrån vilket språk inläggen var skrivna på. Dessa språkliga indikatorer blev vårt huvudsakliga kriterium (kodningsenheter) för att definiera och klassificera stakeholders i det insamlade materialet.

Klassificeringen av stakeholders utifrån språk begränsar vilka slutsatser som kan dras eftersom dessa kategorier inte är fixerade. Olika intressentgrupper överlappar ofta varandra vilket gör kommunikationen med dem komplex (Vigsø, 2016). Vi har ändå valt att inkludera stakeholdergrupper som kodningsenheter eftersom det är centralt i kriskommunikation att titta på vem den studerade aktören har vänt sig till (Diers-Lawson, 2020). Dessutom kan det ge en bild av vad regeringen har velat kommunicera inrikes kontra internationellt.

5.3.3 Om strategier

Slutligen, för att kartlägga strategier, användes Benoits och Coombs typologier över kriskommunikationsstrategier som kodningsenheter. Dessa typologier är väldigt snarlika och vi valde att kombinera dem för att kunna dra nytta av deras respektive styrkor. Vi har mestadels utgått från Coombs strategier (och deras ansvarstilldelning), då han gör ett viktigt tillägg av att inkludera flera olika varianter av de "förstärkande" strategierna. Vi har dock valt att inkludera Benoits strategi "corrective action" i gruppen av återuppbyggande strategier, då vi upplever att den saknas i Coombs typologi. "Corrective action" är snarlik "compensation" men har ändå en viktig distinktion. "Compensation" handlar om att erbjuda ersättning (monetär eller annan) till de som har varit offer för krisen medan "corrective action" handlar om att vidta åtgärder för att minska risken att liknande kriser sker igen. I slutändan var detta strategierna vi utgick ifrån:

Förnekande strategier:

- *Attack the accuser*
- *Denial*
- *Scapegoat*

Förminskande strategier:

- *Excuse*
- *Justification*

Återuppbyggande strategier:

- *Compensation*
- *Corrective action*
- *Apology*

Förstärkande strategier:

- *Reminder*
- *Ingratiation*
- *Victimage*

Genom noggrann granskning kodades materialet efter vilka strategier som identifierades i texten. Även här utgick vi från att en strategi bara räknades en gång per inlägg, men att ett inlägg kunde innehålla flera olika strategier. Därefter färgkodades strategierna utifrån vilken kategori av strategi de tillhörde;

förnekande, förminskande, återuppbyggande eller förstärkande. Detta för att se vilken kategori av strategi som var mest förekommande.

5.4 Pilotstudie

För att testa funktionen av kodschemat och kodningsenheterna gjordes först en testkodning. Detta görs för att författaren/forskaren ibland kan upptäcka problem med analysinstrumenten och behov av att ytterligare förtydliga och avgränsa dem. För att efter testkodningen säkerställa att en gemensam syn på och förståelse för kodningsenheterna hade uppnåtts genomfördes en så kallad dubbelkodning (Boréus & Bergström, 2018). Detta innebar att en bit av materialet kodades flera gånger, både av olika personer (då vi är två författare till denna studie) och med en tidsrymd emellan. Resultatet av dubbelkodningen visade att kodningen fungerade och att inga justeringar behövde göras.

5.5 Sammanställning av resultat

I tabell 3 visas ett exempel på hur vårt kodschema såg ut utifrån alla kodningsenheter. När kodningen var avslutad ville vi se i hur stor utsträckning alla budskap, strategier och stakeholders förekom som analysenheter i vårt material. Därför räknade vi frekvensen av dem. Vi räknade även hur många gånger samtliga budskap riktats mot olika stakeholders.

Tabell 3: Exempel på kodning

Datum	Avsändare	Kanal	Analysenhet	Budskap	Strategi	Stakeholder
31 juli	sweden.se	Twitter /X	The Swedish Government has been clear in its rejection of the Islamophobic acts carried out by individuals at demonstrations in Sweden. Desecration of any holy scripture is an offensive and disrespectful act. Tobias Billström (Swedish Minister for Foreign Affairs) has been in dialogue with many Foreign Ministers of the Member States of (OIC) and explained how Sweden's freedom of demonstration works and that the Swedish Police Authority makes independent decisions regarding applications for public gatherings.	Avstånds-tagande Dialog med muslimska företrädare och trossamfund Polisiär autonomi	Shifting blame Excuse	Engelsktalande

5.6 Metodreflektion

Denna studie är genomförd med en kvalitativ ansats, med vissa kvantitativa drag. I kvantitativa studier är det viktigt att ta hänsyn till *validitet* (huruvida det som är relevant i sammanhanget mäts) och *reliabilitet* (huruvida det mäts på ett tillförlitligt sätt) (Bryman, 2011). Vissa författare, däribland Lincoln och Guba, menar dock att helt andra kriterier än validitet och reliabilitet behöver specificeras för att bedöma kvaliteten i kvalitativ forskning. Deras förslag är två grundläggande kriterier för bedömning av kvalitativ forskning; *tillförlitlighet* (“trustworthiness”) och *äkthet* (“authenticity”), (Bryman, 2011). Vi har i denna studie i största möjliga mån försökt ta hänsyn till dessa kriterier. Kriteriet om tillförlitlighet är nedbrutet i fyra delkriterier; studiens trovärdighet (motsvarighet till intern validitet), överförbarhet (motsvarighet till extern validitet), pålitlighet (kan jämföras med reliabilitet) och möjlighet att styrka och konfirmera (motsvarighet till objektivitet) (Bryman, 2011).

Det första delkriteriet, *trovärdighet*, handlar om att det kan finnas många beskrivningar av en social verklighet, då kvalitativ forskning inte syftar till att presentera en absolut bild av sanningen. Trovärdigheten i den beskrivning som forskaren kommer fram till blir därför avgörande i kvalitativa studier (Bryman, 2011). Vi har stärkt upp denna aspekt i studien genom att genomföra den i enlighet med de etiska forskningsregler som är gällande. Det andra delkriteriet, *överförbarhet*, har vi arbetat med genom att göra det som kallas för täta beskrivningar av detaljer och specifika skeenden unikt för ett studieobjekt. Vi har arbetat med detta kriterium genom att ge läsaren en ingående beskrivning av kontexten (se bland annat i kapitel; bakgrund och tidigare forskning) samt försökt ha en så öppen och tydlig beskrivning av studiens inramning som möjligt. Genom att lyckas med detta ska studier förhoppningsvis kunna användas som databaser för att andra forskare ska kunna undersöka liknande frågor i framtiden.

Delkriteriet *pålitlighet* handlar om att andra än forskarna själva ska kunna förstå och granska studiens forskningsprocess. Ett sätt att arbeta med en studies pålitlighet är att säkerställa att det skapas en fullständig och tillgänglig redogörelse för alla faser av forskningsprocessen (Bryman, 2011). Vi har tagit hänsyn till detta kriterium genom att utförligt förklara studiens metod, ingående diskutera urvalsprocesser, förklara processen kring konstruerande av kodningsschemat samt genomförandet av kodning och analys i studien. Exempel på kodningsschema finns även att hitta i bilaga 1. Slutligen har vi tagit hänsyn till det sista delkriteriet, *möjlighet att styrka och konfirmera*. Detta genom att materialet består av inlägg på sociala medier och därmed går att finna och granska i efterhand. Vi har även säkerställt materialets

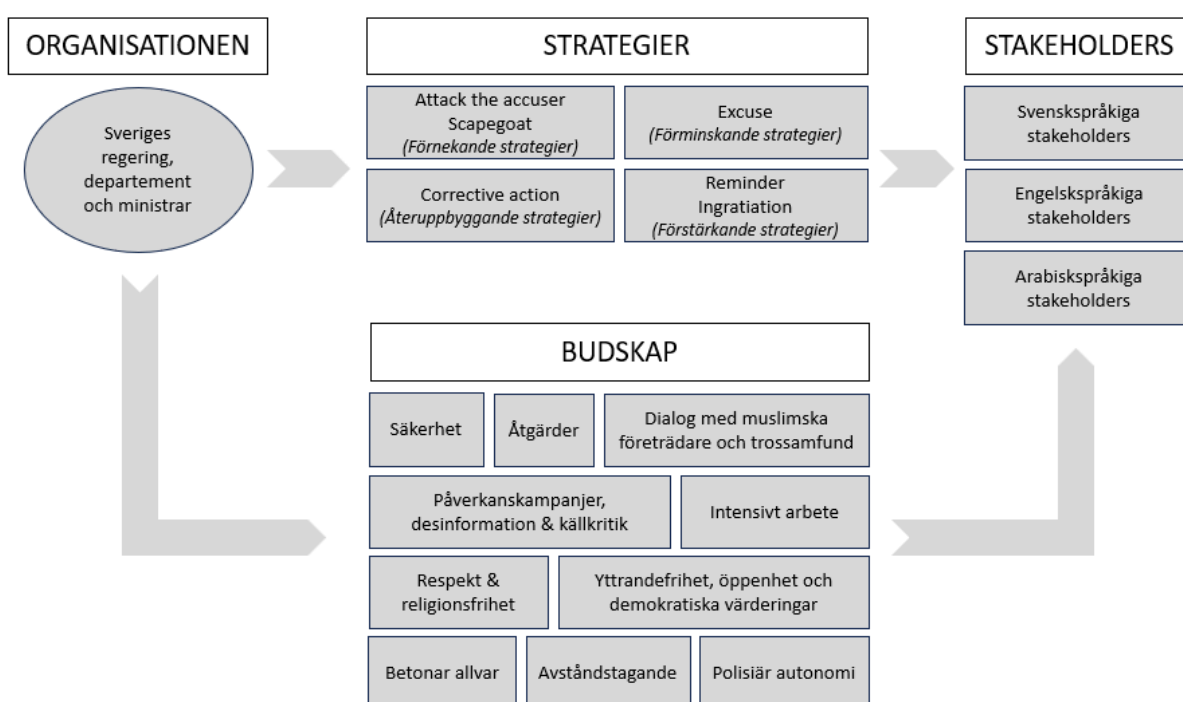
interkodarreliabilitet genom att genomföra en dubbelkodning, vilket innebär att vi har kontrollerat att kodningen tolkats likvärdigt av båda forskarna (Bergström & Boréus, 2018).

Lincoln och Gubas andra grundläggande kriterium, *äkthet*, består likt det första av fyra delkriterier. Dessa handlar om huruvida studien har hjälpt berörda aktörer i studien att förstå sin sociala situation samt om studien kan ge dem möjlighet att förändra och påverka den (Bryman, 2011). För att möta äkthetskriteriet behöver studien ses som tillräckligt inflytelserik och relevant för att kunna ge upphov till möjliga förändringar. Då denna studie syftar till att analysera en avgränsad kommunikationsinsats genomförd av en specifik aktör är det svårt att säga huruvida den kan bidra till större enskilda förändringar, men förhoppningsvis kan studien fungera som en relevant fallstudie inom ingå kriskommunikationsfältet och därmed vara en bidragande faktor till framtida forskning inom ämnet.

Slutligen vill vi även ta upp kritiska reflektioner kring metodvalet. En vanlig kritik mot innehållsanalys är att kvantifiering inte alltid är meningsfullt då antalet gånger något sägs inte alltid är det som är viktigast att mäta (Boréus & Bergström, 2018). Dock blir frekvensen av budskap, i ljuset av den valda teoretiska ramen, nämligen sensemaking- och framingteorin, relevant att notera då upprepningar kan avslöja vilka budskap som medvetet förstärkts för att påverka mottagarens tolkning. En annan kritik mot innehållsanalys är att den inte räknar med det outtalade och implicita (Boréus & Bergström, 2018). Det finns också en risk att man som forskare missar att uppmärksamma vissa budskap, om analysverktygen och kodningsenheterna har fixerats för tidigt, och man således blir oemottaglig för att se budskap som man inte på förhand har bestämt sig för att leta efter (Boréus & Borgström, 2018). Detta har vi försökt motverka genom att i utgångsläget utgå från många och löst definierade kodningsenheter, för att sedan begränsa och specificera dem.

6. Resultat & Analys

Det totala antalet inlägg från samtliga sociala medier var 132 stycken. Av dessa publicerades 78 stycken på Twitter/X, 31 stycken på Instagram och 23 stycken på Facebook. Resultatet visar att regeringen har använt sig av sex kriskommunikationsstrategier från fyra olika kategorier av ansvarspåtagande enligt Coombs (2007) typologi. De har även kommunicerat tio huvudsakliga budskap och vänt sig till tre huvudsakliga grupper av stakeholders. Studiens resultat illustreras i figur 3.



Figur 3. Studiens resultat: Organisationens använda kriskommunikationsstrategier och kommunicerade budskap samt vilka stakeholders de har riktat sig till.

6.1 Budskap och framing

Genom analys och kodning av materialet identifierades regeringens sensemaking av den pågående krisen och deras framing av den på sociala medier. Denna framing bestod av tio huvudsakliga budskap. Budskapen presenteras i tabell 4.

Tabell 4: Budskap i sociala medier

Budskap	Antal gånger budskapet kommunicerades
Säkerhet	39
Åtgärder	38
Dialog med muslimska företrädare och trossamfund	36
Påverkanskampanjer, desinformation och källkritik	34
Yttrandefrihet, öppenhet och demokratiska värderingar	33
Intensivt arbete	24
Respekt och religionsfrihet	19
Betonar allvar	18
Avståndtagande	18
Polisiär autonomi	12

Identitetsskapande

Genom inläggen på sociala medier går det att se hur regeringen skapade mening av situationen, samt hur detta meningsskapande har omvandlats till kommunikativa budskap. Enligt Weick (2005) är identitetsskapande en viktig del av sensemakingprocessen. Framförallt genom budskapen *respekt & religionsfrihet* och *yttrandefrihet, öppenhet & demokratiska värderingar* kan vi se hur regeringens bild av sin och Sveriges identitet konstruerades som svar på den desinformation och felaktiga bild av Sverige som spreds.

Budskapet *yttrandefrihet, öppenhet & demokratiska värderingar* syftar till att betona att yttrandefriheten inte får inskränkas, att vi ska värna om vårt öppna, fria samhälle och att vi ska värna demokratiska värderingar. Exempel på användande av detta budskap syns i citat (1) och (2). Budskapet *respekt och religionsfrihet* handlar om betoning på ömsesidig respekt. Detta budskap betonade att alla har rätt att utöva sin religion, men alla har även rätt att kritisera religion. Citat (2), (3), (4) och (5) exemplifierar budskapet.

- 1) *Låt oss alla stå upp för vårt fria, öppna och demokratiska samhälle och vårt sätt att leva. De som hotar oss ska inte få styra våra liv. Vi svarar med mer öppenhet - och med säkerhet.*
Ulf KristerSSon (2023a), 18 augusti, Facebook
- 2) *Samtidigt säkrar vi att Sverige fortsätter att vara ett land med frihet till religion, men också med rätt att kritisera religion - även på ett sätt som troende kan uppfatta som kränkande. Yttrandefrihet är och förblir en svensk hörnsten.*
Ulf KristerSSon (2023b), 28 augusti,, Instagram
- 3) *Everyone in Sweden who wants to practice their religion must be able to do so safely.*
Swedish Ministry of Foreign Affairs (2023a), 10 juli, Twitter/X

- 4) *Sverige är och ska vara ett land där människor med olika tro - eller ingen tro - kan leva tillsammans sida vid sida i ömsesidig respekt. Låt oss gemensamt bekämpa det hat i samhället, som driver människor till att bränna Koranen, Bibeln eller Torah, och på platser och vid tidpunkter som är allra mest kränkande. Låt oss istället visa varandra respekt.*
Ulf Kristersson (2023c), 10 juli, Facebook
- 5) *Vi [Sverige red.anm.] har en stark tradition av att respektera andra människor och olika trosuppfattningar. Religionsfriheten är en självklar hörnsten i våra samhällen.*
Carl-Oskar Bohlin (2023a), 30 juli, Facebook

I dessa budskap kan vi se att det fokuserades på att konstruera ett "vi" syftande på det svenska folket, där det framhölls att Sverige är ett land som har en lång tradition av öppenhet och respekt, och att "vi" står upp för demokratiska värderingar och rättigheter. "Vi":et ställdes vidare i motsats till ett "dem" som i regeringens mening är personer som skapar hat och polarisering.

Yttre omständigheter

En annan del av regeringens sensemaking som vi kan utläsa från budskapen är att regeringen ser sig själv som drabbad av yttre omständigheter och faktorer utanför deras beslutsmässighet. Detta då regeringen i sina budskap betonade sitt begränsade handlingsutrymme i att kunna förhindra koranbränningar. I budskapet *polisiär autonomi* betonades att Polismyndigheten fattar egna beslut om tillstånd för allmän sammankomst, som regeringen inte är inblandad i. Budskapet innefattade också förklaringar av hur demonstrationsfriheten och de juridiska lagarna funkar, allt för att understryka att varken regeringen eller Polismyndigheten kan inskränka denna rättighet och därför inte kan neka någon att utföra koranbränningar. Användande av detta budskap ser vi i citat (6) och (7).

- 6) *Tobias Billström has [...] explained how Sweden's freedom of demonstration works and that the Swedish Police Authority makes independent decisions regarding applications for public gatherings*
Sweden.se (2023a), 31 juli, Twitter/X
- 7) *Där tydliggjorde domstolen att Polismyndigheten - såsom lagen är utformad idag - inte har möjlighet att väga in Sveriges säkerhet, till exempel hot om allvarliga terrordåd, vid beslut om tillstånd till allmänna sammankomster.*
Gunnar Strömmer (2023a), 7 juli, Facebook

I budskapet *påverkanskampanjer, desinformation och källkritik* framhölls det att Sverige är utsatt för påverkans- och desinformationskampanjer av aktörer som vill utnyttja krisen för att skada Sverige och svenska intressen. Detta budskap innefattar också de gånger det uttryckts att koranbränningarna utförts av "enskilda personer med svag koppling till Sverige". Detta budskap med

betoning på att det är individers handlingar som regeringen inte kan ta ansvar för hänger även det ihop med deras framing av situationen som utanför deras kontroll. Exempel på detta budskap syns i citat (8), (9) och (10).

- 8) *Aktörer som vill skada Sverige och svenska intressen gör detta med hjälp av desinformationskampanjer i kölvattnet av att enskilda individer, ofta med svag anknytning till Sverige, bränt heliga skrifter.*
Carl-Oskar Bohlin (2023b), 26 juli, Twitter/X
- 9) *Personer med mycket svag koppling till Sverige ska inte kunna komma till Sverige för att begå brott eller för att agera i strid med svenska säkerhetsintressen*
Sveriges regering (2023a), 3 augusti, Instagram
- 10) *Vi ser också hur olika utländska statliga och andra aktörer har ett starkt intresse av att underblåsa felaktiga föreställningar om Sverige för att skada vårt land och främja sina egna nationella positioner.*
Gunnar Strömmer (2023b), 27 juli, Facebook

Genom budskapet *avståndstagande* distanserade sig regeringen ytterligare från situationen. I detta budskap tog regeringen uttryckligen avstånd från koranbränningarna. De tog även avstånd i andra termer genom att kalla koranbränningarna för islamofobiska, offensiva och respektlösa, samt betonade att försvar av yttrandefriheten inte betyder att de sanktionerar några politiska budskap. Se exempelcitat (11), (12) och (13) nedan.

- 11) *Islamophobic acts in any form are rejected by the Swedish Government in the strongest terms*
Swedish Ministry of Foreign Affairs (2023b), 7 augusti, Instagram
- 12) *Regeringen är mycket tydlig i sitt avståndstagande från de islamofobiska handlingar som enskilda personer genomfört vid manifestationer i Sverige.*
Tobias Billström (2023a), 31 juli, Twitter/X.
- 13) *Staten garanterar rätten till yttrandefriheten men sanktionerar inga politiska budskap.*
Försvarsdepartementet (2023), 28 juli, Twitter/X.

Åtgärder och handlingskraft

De mest förekommande budskapen i regeringens kommunikation på sociala medier var *säkerhet, åtgärder* och *dialog med muslimska företrädare och trossamfund*, där det allra mest kommunicerade budskapet var *säkerhet*. Detta är ett budskap där det betonades att Sverige, svenskar och svenska intressen är regeringens främsta prioritet. Budskapet handlade också om att kommunicera att regeringen vill vidta åtgärder för att stärka säkerheten för svenskar, exempelvis genom att bredda säkerhetsprovningen och andra typer av åtgärder. Exempel på hur budskapet säkerhet kommunicerades syns i citat (14) och (15).

- 14) *Att värna alla svenska medborgares frihet, säkerhet och trygghet - i Sverige och utomlands - är regeringens absolut främsta uppgift.*
Sveriges regering (2023b), 18 augusti, Instagram
- 15) *Sweden takes threats to its freedom, safety and security extremely seriously. For this reason, our authorities are now stepping up their efforts to prevent and address any new threats.*
Tobias Billström (2023b), 2 juli, Twitter/X

Budskapet *åtgärder* syftar till regeringens kommunikation om vilka åtgärder de uttryckt att de kommer införa som respons på krisen. Detta är åtgärder såsom översyn av ordningslagen, ökade gränskontroller och ökad myndighetssamverkan för att bekämpa terrorism. Citat (16) visar hur budskapet kunde uttryckas.

- 16) *Regeringen ger en särskild utredare i uppdrag att se över om Sveriges säkerhet ska kunna beaktas vid tillståndsprövning och villkorsgivning för allmänna sammankomster enligt ordningslagen*
Sveriges regering (2023c), 22 augusti, Instagram

Budskapet *dialog med muslimska företrädare och trossamfund* handlade om att betona att regeringen är i dialog med både medlemsländer av OIC⁴, svenska muslimska samfund och religiösa företrädare. Regeringen ville med detta budskap betona att de bemötte kritiken och arbetade gemensamt för att lösa missförstånd och konflikter. Exempel på hur detta budskap användes ser vi i citat (17) och (18).

- 17) *Trossamfundet har en viktig roll i samhället. Med anledning av den senaste tidens händelser träffade utrikesminister Tobias Billström och socialminister Jakob Forssmed företrädare för trossamfund i Sverige.*
Utrikesdepartementet (2023), 4 augusti, Twitter/X
- 18) *Yesterday I hosted a dialogue with representatives of OIC Member States at the Ministry for Foreign Affairs. It was a fruitful and constructive meeting. I look forward to continuing these exchanges.*
Tobias Billström (2023c), 5 augusti, Twitter/X

Dessa budskap syftar alla till att försäkra stakeholders om att regeringen är aktiva i att bekämpa krisen, trots sitt begränsade handlingsutrymme. Även budskapen *intensivt arbete* och *betonar allvar* var vanligt förekommande. *Intensivt arbete* innefattar alla gånger det betonades att regeringen arbetar intensivt, kontinuerligt eller konsekvent med frågan. Det kunde också röra sig om att informera om att regeringen är i ständig kontakt med andra myndigheter, att myndigheterna intensifierar sitt arbete och liknande formuleringar som indikerar att ett handlingskraftigt arbete pågår. Se exempel på hur detta budskap använts i citat (19). Budskapet *betonar allvar* handlar om när det betonas att regeringen ser allvarligt på situationen, samt att de tar risker och hot på största allvar. Exempel på detta ser vi i citat (20). Samtliga av dessa

⁴ Organization of Islamic Cooperation

budskap visar på att regeringen har velat kommunicera en framing av sig själva som handlingskraftiga.

19) *Regeringen arbetar nu intensivt - tillsammans med Säpo, Polisen och flera andra myndigheter - för att förebygga och stoppa terroråd. Vi har i närtid fattat flera beslut för att göra det lättare att agera mot individer som bedöms utgöra terrorhot.*

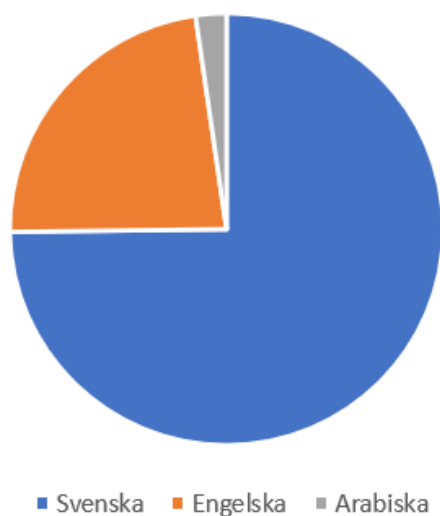
Ulf Kristersson (2023d), 17 augusti, Facebook

20) *Sweden takes threats to its freedom, safety and security extremely seriously.*

Tobias Billström (2023b), 2 juli, Twitter/X

6.2 Stakeholders

Gällande stakeholders kunde vi utröna tre huvudsakliga grupper: svensktalande, engelsktalande och arabisktalande. Det totala antalet inlägg på svenska var 98 stycken, på engelska 30 stycken och på arabiska tre stycken. Figur 4 visar antalet inlägg på de olika språken.

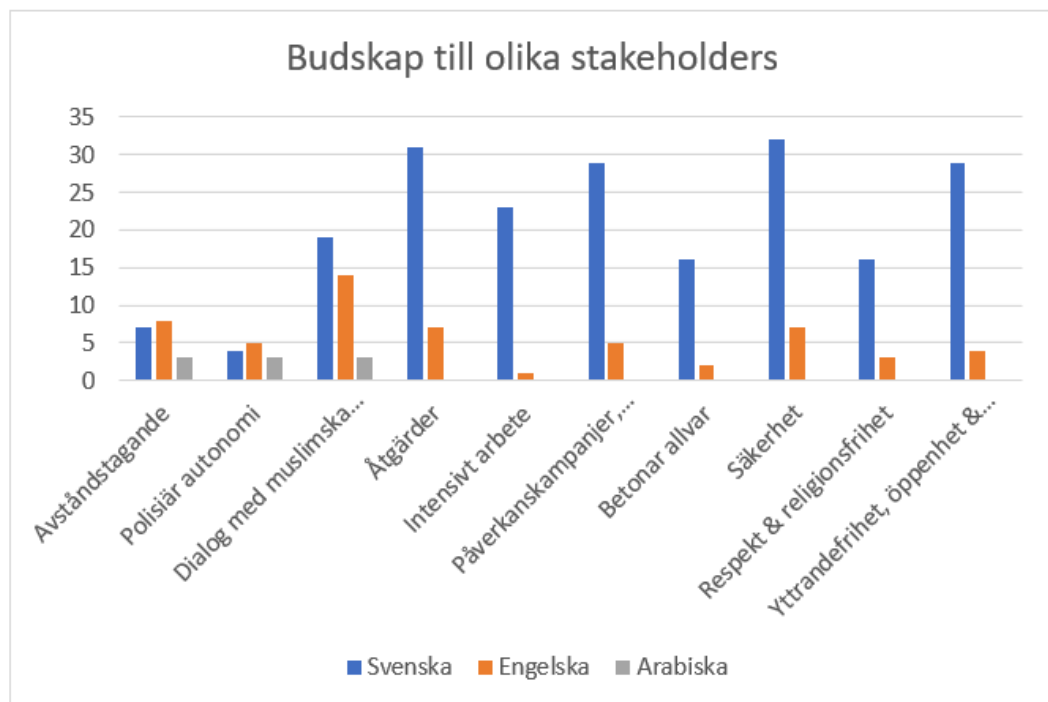


Figur 4 : Antal inlägg till olika stakeholders på olika plattformar

Tabell 5 visar hur många gånger budskap kommunicerades på de olika språken. Genom att identifiera vilka budskap som förekom på vilka språk kunde vi ta reda på om regeringen anpassat sin budskapsformulering till sina olika stakeholders. Då urvalet av de arabiska inläggen var så pass begränsat (endast 3 inlägg av studiens totalt 131) är det svårt att dra några större slutsatser om budskapsanpassning till denna grupp. Det vi kunde se var dock att regeringen till stor del varit konsekvent i sin budskapsformulering - samma budskap som förmedlades på engelska och arabiska förmedlades också på svenska. Dock var

det många budskap som förmedlades på svenska som i inte lika stor utsträckning, eller inte alls, förmedlades på engelska eller arabiska. Detta beror i första hand på att det kommunicerades så pass lite på de andra språken. De budskap som regeringen ansåg var viktigast att dela på andra språk än svenska var *avståndstagande*, *polisiär autonomi* och *dialog med muslimska företrädare*. Detta är intressant med tanke på att budskapen *avståndstagande* och *polisiär autonomi* var bland de minst kommunicerade budskapen på svenska. En möjlig orsak till detta skulle kunna vara att dessa budskap ansågs vara mer självklara för svensktalande stakeholders, och därför inte behövde upprepas lika mycket.

Tabell 5 : Antal gånger budskap kommunicerats till olika stakeholders



6.3 Strategier och krisansvar

Genom att tillämpa Coombs teoretiska ramverk om krisresponsstrategier (med några tillägg från Benoit) har vi identifierat vilka kriskommunikationsstrategier som den svenska regeringen har använt sig av i sin kommunikation på sociala medier, och således vilket ansvar de har tagit på sig. Vi fann att regeringen framförallt har använt sig av sex strategier i större utsträckning. Dessa kommer att redogöras för nedan.

Två förnekande strategier var vanligt förekommande. Dessa var *attack the accuser* (attackera anklagaren) och *scapegoat* (syndabock). *Attack the accuser* innebär att organisationen konfronterar personen eller gruppen som riktat anklagelser mot organisationen, till exempel genom att försöka underminera

deras trovärdighet eller ifrågasätta deras motiv. Exempel på detta är när regeringen kommunicerar att de är utsatta för påverkanskampanjer och desinformationskampanjer av utländska aktörer som vill skada Sverige och svenska intressen. Inlägg som uppmanar läsarna till att vara källkritiska och att inte tro på allt de läser antyder även de en försiktig form av anklagelse mot den som sprider negativa budskap om regeringen. Se exempel i citat (21). *Scapegoat*-strategin handlar om att anklaga en person eller grupp utanför organisationen för krisen. Exempel på detta är när regeringen kommunicerar att det är enskilda individer, som de anser har agerat oansvarigt och respektlöst, som ligger bakom koranbränningarna och inte regeringen. Se citat (22).

21) *Sweden is currently the target of malign influence campaigns, aimed at harming Swedish interests & ultimately Swedish citizens. The things we share online can have big consequences. We can all do our bit to stop desinformation by sharing responsibly*

Swedish Ministry of Foreign Affairs (2023c), 29 augusti, Twitter/X

22) *Den svenska regeringen har varit tydlig i sitt avvisande av antiislamiska handlingar begångna av enskilda under demonstrationer i Sverige. Att vanhelga någon helig bok är stötande och respektlöst.*

Sweden.se (2023b), 31 juli, Instagram

Av de två förminskande strategierna, *justification* (rättfärdigande) och *excuse* (ursäkt), ser vi att regeringen inte har använt sig av *justification* som strategi, som syftar till att minimera den upplevda skadan av krisen. I stället har de många gånger betonat att de ser mycket allvarligt på läget. Den andra förminskande strategin, *excuse*, användes dock många gånger. Denna strategi går ut på att minimera organisatoriskt ansvar genom att förneka avsikt att göra skada eller påpeka oförmåga att kontrollera händelserna. Exempel på detta är när regeringen i sin kommunikation understrukit att det är Polismyndigheten som fattar beslut om att ge tillstånd för demonstrationer, och även att polisens handlingsutrymme är bundet av den nuvarande lagstiftningen som inte tillåter dem att ta hänsyn till ett nationellt säkerhetsperspektiv. Se citat (23).

23) *Där tydliggjorde domstolen att Polismyndigheten - så som lagen är utformad idag - inte har möjlighet att väga in Sveriges säkerhet, till exempel hot om allvarliga terrordåd, vid beslut om tillstånd till allmänna sammankomster.*

Gunnar Strömmer (2023a), 7 juli, Facebook

Den allra mest förekommande strategin var en återuppbyggande strategi, *corrective action* (korrigerande handling), som användes många gånger för att betona vad regeringen gör för att hantera och åtgärda krisen. Exempel på korrigerande handlingar som regeringen framhöll många gånger var att de avsåg att se över ordningslagen, stärka inre gränskontroller och stärka myndighetssamverkan mot terrorism. Även dialog med trossamfund, med andra myndigheter och med näringslivet betonades flera gånger vilket också kan ses som åtgärder för att försöka mildra krisens konsekvenser.

Utöver dessa strategier användes också så kallade sekundära/förstärkande strategier. Här var *reminder* (påminnelse) och *ingratiation* (smicker) förekommande. Dessa handlar om att istället för att försöka minska negativa rykten, försöka stärka positiva rykten. *Reminder*-strategin handlar om att framhäva positiva aspekter av organisationen och påminna om tidigare bra och goda handlingar. I kommunikationen på sociala medier framhävde regeringen ofta sitt aktiva, intensiva och konsekventa arbete med att föra dialog med olika parter. Detta kan ses som en förstärkande strategi eftersom regeringen försökte förstärka och betona det positiva arbetet och dess betydelse för svenskars säkerhet. De har även i flera inlägg använt sig av *reminder*-strategin genom att påpeka att Sverige är ett land med demokratiska värderingar, av frihet och öppenhet, och med en lång tradition av religionsfrihet och respekt, samt flera andra positiva markörer. *Ingratiation*-strategin användes vid ett par tillfällen, genom att betona att regeringen är tacksamma för konstruktiv dialog och samarbete med bland annat muslimska trossamfund.

Analysen visade att regeringen har anammat strategier från alla tre nivåer av krisansvar, samt även sekundära strategier. Dock var vissa mer förekommande än andra. Strategier från den lägsta och högsta ansvarsnivån var de mest förekommande, medan strategier från mittenkategorin inte förekom lika ofta. Vi kan se att regeringen har valt att anamma både förnekande och ansvarstagande strategier. Detta kan tolkas som att de har tagit ansvar för konsekvenserna av krisen - genom *corrective action* - men inte tagit ansvar för själva uppkomsten av den, eftersom ingen regelrätt ursäkt förekom.

7. Avslutande diskussion

7.1 Framing och stakeholderprioritering

Den första frågeställningen handlade om vilka budskap den svenska regeringen kommunicerade på sociala medier. Budskapen utgjorde grundpelarna i regeringens respons på krisen och visar regeringens framing av situationen. Vi kan se att regeringen har haft en, på vissa sätt, liknande framing av krisen som både den svenska och den danska regeringen har haft i tidigare kriser (Lindholm & Olsson, 2011; Olsson, 2013). Liksom den danska regeringen i Muhammedkrisen var budskap om yttrandefrihet samt budskap om respekt framträdande.

I den danska krisen ansåg Olsson (2013) att erkännandet av muslimska stakeholders skedde för sent, och tack vare denna erfarenhet var den svenska regeringen i rondellhundskrisen tidiga med att prioritera muslimska stakeholders. Betydelsen av dialog med stakeholders är något vi kan konstatera att den svenska regeringen har prioriterat i kommunikationen även i koranbränningskrisen. Något som exemplifierar detta är hur ofta budskapet *dialog med muslimska samfund* kommunicerats. Det har således varit av stor vikt att i kommunikationen trycka på alla de gånger då det förekommit dialog och samverkan med olika muslimska och andra religiösa grupper, både svenska och utländska, för att därmed förhoppningsvis både deeskalera den pågående krisen och förhindra liknande kriser från att uppkomma.

En annan del av regeringens framing handlade om att betona den beslutsmässiga distansen till koranbrännarna. Olsson och Eriksson (2020, s. 419) har framhållit att "offentliga organisationer står inför mer komplexa och instabila miljöer, mer juridiska och formella begränsningar, stelare processer och mer diversifierade produkter och mål". De juridiska och formella begränsningarna typiska för offentliga organisationer är något som vi kan se att regeringen har velat lyfta i sin framing av situationen. Det är också något de har haft gemensamt med tidigare liknande kriser (Lindholm & Olsson, 2011; Olsson, 2013). I den danska Muhammedkrisen hänvisade den danska staten till pressfrihet och att eventuell kritik skulle riktas mot tidningen, inte Danmark som stat. På samma vis kan vi se att den svenska regeringen i koranbränningskrisen hänvisade till svenska lagar om yttrande- och demonstrationsfrihet.

Utöver juridiska och formella begränsningar är en annan utmaning specifik för offentliga organisationer hur pass många och diversifierade stakeholders de har. Den andra frågeställningen handlade om just vilka stakeholders den

svenska regeringen vänt sig till i sin kommunikation på sociala medier. Resultaten visade att kommunikation till största delen riktade sig till en svensktalande publik, och i mindre utsträckning till den engelska publiken. Även kommunikation på arabiska förekom, om än i minimal utsträckning. Resultaten visade även att budskapsformuleringen till stor del varit konsekvent till alla stakeholders, vilket Benoit (2014) och Coombs (2007) understryker är viktigt för att inte underminera organisationens trovärdighet.

Ett av de mest kommunicerade budskapen var som nämnt “dialog med muslimska företrädare och trossamfund”. I detta budskap tryckte regeringen på sitt samarbete med både svenska trossamfund och med utländska muslimska organisationer. Trots detta kan vi se att de har vänt sig jämförelsevis lite direkt till de utländska intressenterna i inläggen. Detta trots att till exempel sweden.se’s arabisktalande Facebooksida har 1 miljon följare och därmed stor räckvidd. Regeringens prioritering av svensktalande stakeholders framför utländska skulle kunna förklaras med Olssons (2013) beskrivning av stakeholderteorin; att i osäkra situationer tenderar organisationer att fokusera på de stakeholders som är mer välkända för dem.

7.2 Strategiska utmaningar i en desinformationskris

Den tredje frågeställningen handlade om vilka kriskommunikationsstrategier som användes och vilket ansvar regeringen tog på sig för krisen. Utifrån krisförloppet som beskrivs i studiens inledande kapitel kan det konstateras att en stor andel stakeholders har tillskrivit regeringen en hög nivå av ansvar, där krisen betraktas som avsiktlig av organisationen (enligt de som anser att regeringen sanktionerar koranbrändningar) eller som möjlig att undvika (enligt de stakeholders som anser att regeringen kunde och borde gjort mer för att stoppa koranbrändningarna från att ske). Då Coombs (2007) menar att krishistorik är en faktor som förstärker tillskrivningen av ansvar går det dessutom att hävda att historik av liknande kriser, som rondellhundskrisen i Sverige, LVU-kampanjen och en bubblande koranbränningskris före sommaren 2023, har bidragit till att förstärka nivån av ansvar som stakeholders tillskriver regeringen. Även Muhammedkrisen i Danmark kan sägas räknas till krishistoriken då den geografiska och kulturella närheten till Sverige kan ha gjort att kriseffekterna spillt över på den svenska regeringen.

I linje med denna ansvarstilldelning rekommenderar Benoit (2014) och Coombs (2007) att organisationen i fråga bör välja strategier där de tar på sig ansvar för krisen, eftersom stakeholders har tillskrivit den högt ansvar. I motsats till denna rekommendation har regeringen dock till stor del använt sig av strategin *scapegoat* och *attack the accuser* vilka båda förskjuter ansvar. Benämningen av

dessa kategorier kan dock te sig något missvisande då de utgår från att aktören felaktigt eller orättfärdigt avvisar ansvar, medan så inte alltid är fallet. I kriser som har föranletts av en desinformationskampanj kan det uppstå dilemman gällande krisansvaret, eftersom stakeholders kan tillskriva en organisation ansvar för något som inte är sant. Desinformation är som nämnt i bakgrunden mycket skadligt för en organisations rykte eftersom den kan komma att fortsätta påverka människors synsätt och världsbild en lång tid framöver, även om den ursprungliga källan motbevisats.

Att ta på sig ansvaret för krisen, oavsett skuldfrågan, är vad Benoit (2014) och Coombs (2007) menar är den mest effektiva strategin i en rykteskris. Å andra sidan kan felaktigt påtaget ansvar potentiellt ge upphov till nya kriser i framtiden. Om regeringen hade valt att återupprepade gånger ta på sig ansvar, trots bristen på makt att förhindra en återkomst av samma kris, skulle detta enligt Coombs (2007) resultera i en ytterligare försämrad krishistorik vilket leder till ett försämrat förtroende hos stakeholders. Situationen skapar ett dilemma där regeringen måste välja mellan två alternativ: att felaktigt ta på sig ansvar, eller att skjuta ifrån sig ansvar, men på bekostnad av att det riskerar att mottas negativt av stakeholders. Detta dilemma belyser behovet av att möjligen utveckla rykteskristeorier till att inkudera fler perspektiv som behandlar desinformationskriser.

Även om förnekande strategier förekom var den typ av strategi som förekom allra flest gånger återuppbyggande strategier, däribland *corrective action* som handlar om att vidta åtgärder för att minska risken att liknande kriser sker igen. *Corrective action* är en strategi vi ser att regeringen använder i nästan varje inlägg, bland annat genom att betona att regeringen ser över ordningslagen, skärper gränskontroller eller intensifierar samverkan mellan berörda myndigheter. Vi ser dock att regeringen, utifrån de åtgärder som upprepade gånger nämns, till stor grad har flyttat fokuset från de påstådda handlingarna (att sanktionera koranbränningar) till den bredare frågan om nationell säkerhet. Detta ser vi genom att åtgärder som ska syfta till att stärka säkerheten nämns fler gånger än åtgärder som ska syfta till att förhindra koranbränningar. I och med detta kan vi konstatera att krisen har blivit dubbelsidig. I den tidigare forskningen förklarades det att det går att särskilja mellan kriser som sker på olika nivåer; individuella, organisatoriska och samhällsliga. Medan organisatoriska kriser främst handlar om att rädda eller reparera ett organisatoriskt rykte (och sprida ryktesreparerande information) handlar samhällskriser om att säkra medborgarnas säkerhet (och sprida instruktiv och stöttande information). Dubbelsidighet har uppstått i detta fall då krisen har utvecklats till både en rykteskris och en samhällskris. Regeringen måste dels handskas med rykteskrisen på grund av kritik och försämrat anseende hos muslimska aktörer, men på grund av ilskan som rykteskrisen genererat har det uppstått ett säkerhetsshot som i sig är en kris, som regeringen också behövt

kommunicera om. Det är framför allt den senare typen av kommunikation som har prioriterats i sociala medier, det vill säga den som är riktad mot svenska stakeholders och som handlar om att försäkra svenska medborgare om att regeringen står upp för svenska rättigheter, att det arbetas intensivt med att stärka säkerheten, och att svenskarnas säkerhet är regeringens främsta prioritet.

7.3 Sociala medier

Avslutningsvis vill vi diskutera vilka unika möjligheter och utmaningar regeringen har stött på när det kommer till att kommunicera på sociala medier under krisen. Vi kan se att sociala medier har använts flitigt av offentliga företrädare, myndigheter och andra viktiga samhällsbärande aktörer för att bemöta den här krisen. Samtal och arenor som lämnas utan organisatoriskt deltagande riskerar att, som tidigare nämnt, domineras av andra aktörers syn på situationen. Detta kan regeringen sägas ha varit medvetna om, då de har varit tydliga i att adressera krisen trots att de inte tagit på sig något direkt ansvar. Förutom att etablera sitt narrativ på arenan är det dock också viktigt att lyssna på stakeholders narrativ för att bibehålla goda relationer (Luoma-aho & Vos, 2010). Detta kan vi se att regeringen också gjort då de kombinerat budskap om att försvara och förklara yttrandefriheten, med budskap om att också respektera alla religioner.

I jämförelsen av antal inlägg på de olika plattformarna på sociala medier är det tydligt att regeringen kommunicerade allra mest på Twitter/X. Detta även om betydligt fler svenskar använder Facebook och Instagram jämfört med Twitter/X (Internetstiftelsen, 2023). Varför valde då regeringen att synas betydligt mindre på de plattformar där de kunde nå ut direkt till sina stakeholders? Att regeringen till så pass stor del valt att föra sin kommunikation på Twitter/X, jämfört med de mer användartäta Facebook och Instagram kan förklaras på flertalet sätt. Första anledningen till det kan bero på en medvetenhet kring de olika användningsområdena för de olika sociala medierna. Twitter/X används framförallt för att läsa nyheter och hålla sig uppdaterad i politiska skeenden, och stora politiska händelser har briserat just där (Internetstiftelsen, 2023; Broersma & Graham, 2013). Den andra anledningen till att det kommunicerades så pass många fler inlägg på Twitter/X än på Facebook och Instagram kan vara av mer teknisk karaktär och att retweeta är både enklare och vanligare på Twitter/X än på Facebook och Instagram.

Vi kunde också se att regeringen, trots hög ansvarstilldelning från stakeholders, valde att anamma en kombination av återuppbyggande (dvs. ansvarspåtagande) och förnekande (dvs. ansvarsförskjutande) strategier. De valde att inte bemöta

den existerande framingen utan försökte istället etablera sin egen. På sociala medier är detta dock inte helt lätt att göra, då sociala medier som arena, om sociala medier kan ses som en retorisk arena, karakteriseras av hög konkurrens om uppmärksamhet och utrymme. Vem som har mest inflytande på arenan bestäms av olika faktorer såsom makt, mediatillgång och politiskt, ekonomiskt och symboliskt kapital. Som regering innehar de samtliga av ovanstående faktorer. Trots det kan det finnas utmaningar med att nå ut. Som nämnt i den tidigare forskningen kan det även vara utmanande för organisationer att nå vissa stakeholders inom deras så kallade kulturella bubblor (Luoma-aho & Canel, 2020). Detta då många sociala medier är designade för att anpassa innehåll och flöden efter användare. Samtidigt har det aldrig varit så lätt som nu att nå ut till en global publik på sociala medier, tack vare inbyggda möjligheter i de flesta plattformar att direktöversätta inlägg. Detta gör att sociala mediekommunikation har möjlighet att nå alla möjliga stakeholders, oavsett språk, och direkt målgruppsanpassning. Detta är något vi inte har tagit hänsyn till i analysen av stakeholderanpassning av budskap, men något som är intressant att notera.

Vi ser även att sociala medier som arena har gjort stakeholderteorin mer relevant än någonsin. I och med att vem som helst i teorin kan bli en makthavare på sociala medier är det viktigare än någonsin för organisationer att vara proaktiva i att identifiera och erkänna stakeholders. Sociala medier erbjuder också en möjlighet till detta då det är lätt för organisationer att bevaka diskussioner och forum där de omnämns.

8. Slutsatser och förslag till vidare forskning

I detta kapitel kommer studiens slutsatser att redogöras för. Avslutningsvis presenteras förslag till vidare forskning i ämnesområdet.

8.1 Slutsatser

Den här studien har undersökt hur den svenska regeringen och dess företrädare kommunicerade på sociala medier under krisen som utlöstes av koranbränningar sommaren 2023. För att möta studiens syfte formulerades tre forskningsfrågor. Studiens första frågeställning handlade om vilka budskap och vilken framing som den svenska regeringen valde att förmedla på sina sociala medier. Den andra frågeställningen fokuserade på vilka stakeholders den svenska regeringen valde att vända sig till. Den sista frågeställningen handlade om vilka kriskommunikationsstrategier som den svenska regeringen och dess företrädare använde sig av i kommunikationen och vilket krisansvar de tog på sig.

Utifrån den första forskningsfrågan “Vilka *budskap* valde Sveriges regering att förmedla på sina sociala medier och vilken *framing* av krisen kommunicerades?” är våra slutsatser att budskapen till stor del handlade om säkerhet, att genomföra åtgärder och att betona allvaret i situationen. Dessa budskap förmedlar regeringens framing att vilja framstå som handlingskraftig. Regeringen betonade i budskapen dock även den polisiära autonomi för att framhäva deras rättsliga begränsningar. Vidare prioriterades att kommunicera budskap som handlade om svenska värderingar och värden såsom yttrandefrihet, religionsfrihet och öppenhet. I och med denna betoning på vilka egenskaper som karakteriserade Sverige och svenskar skapades en identitet av ett “vi”.

Utifrån den andra forskningsfrågan “Vilka *stakeholders* valde Sveriges regering att vända sig till i sin kommunikation på sociala medier?” är våra slutsatser att regeringen i mycket högre grad vände sig till sina svensktalande stakeholders, än till sina engelsk- och arabisktalande stakeholders men att budskapen var konsekventa till samtliga. Budskapet om dialog med muslimska samfund var ett av de mest kommunicerade budskapen. Därmed har det varit viktigt för regeringen att visa på samverkan och dialog med dessa grupper, trots att de i liten grad vände sig direkt till utländska stakeholders.

Utifrån den tredje forskningsfrågan “Vilka *kriskommunikationsstrategier* användes och vilket *ansvar* tog Sveriges regering på sig för krisen?” är våra slutsatser att regeringen har blandat avståndstagande och återuppbyggande strategier, vilket kan tolkas som att de tog på sig ansvar för krisens konsekvenser, men inte för själva uppkomsten av krisen. Utan att be om ursäkt framhävde regeringen att de arbetade med många olika åtgärder för att förhindra att liknande kriser sker igen. Vi kan se att krisen antagit en dubbelsidig karaktär och utvecklats till både en rykteskris och en samhällskris, och att regeringens kriskommunikation framför allt har fokuserats på att bemöta samhällskrisen.

Sammanfattningsvis framträder en tvetydighet i regeringens kommunikation kring koranbränningskrisen, där de betonar både sin beslutsmässiga distans och att de är handlingskraftiga, samt vikten av dialog med utländska muslimska stakeholders samtidigt som de främst vänder sig till svenska stakeholders på sociala medier. Till sist använder de strategier som både förskjuter och anammar ansvar för krisen. Detta visar på att krisen har varit mycket komplex. Vi vill också synliggöra att ingen kris sker i ett vakuum. All kriskommunikation sker i kontexten av annat som sker i världen. I vår tid av sociala medier och nya digitala arenor kan vi förvänta oss att framtidens kriskommunikation kommer att fortsätta vara än mer sammankopplad med globala händelser/andra skeenden i världen. Slutligen är det av betydelse att säga att sociala medier inte har ersatt traditionella mediekanaler inom kriskommunikation, utan snarare integrerats som en väsentlig del av den. I framtiden kommer utövare inom kriskommunikation dock att behöva fortsätta anpassa sig till den fortsatta utvecklingen av dessa digitala arenor och skaffa en djupare förståelse för den komplexa dynamiken som uppstår i kriser som utspelar sig på sociala medier, där en mångfald av information och röster konkurrerar.

8.2 Förslag till vidare forskning

Det finns ett flertal aspekter och infallsvinklar som vi i denna studie inte haft möjlighet att titta närmare på, därför vi avslutningsvis vill lämna förslag till vidare forskning inom detta område. Något som hade varit intressant att studera vidare är influencers som maktspelare i en kris som till stor del utspelat sig, eller åtminstone spridits, på sociala medier. I denna studie spreds klipp på koranbrännningar på TikTok av stora muslimska influencers med miljontals följare i muslimska länder. En inriktning för framtida forskning skulle kunna vara att undersöka närmare hur dessa virala klipp såg ut, vilka som framförallt tittade på klipp och vilka budskap som förmedlades genom dem.

Ett annat förslag till vidare forskning är att göra en mer omfattande studie av hela krisförloppet från början till slut. Vi har valt att studera ett kortare tidsspänn då krisen i skrivande stund inte kan anses vara helt överspelad. När en längre tid har passerat kommer det vara möjligt att få ett annat perspektiv på hela förloppet, och då förhoppningsvis kunna dra tydligare slutsatser kring huruvida svenska regeringen kan anses ha lyckats med sin kriskommunikation eller inte. Det skulle då även vara intressant att väva in andra kriser som påverkade Sverige bilden under denna period, exempelvis den tidigare nämnda LVU-kampanjen, Sveriges ansökan om att gå med i NATO och jämföra hur den offentliga kommunikationen såg ut i dessa fall. I en sådan studie hade det även varit intressant att titta mer på hur det skrevs i internationella medier om Sverige och hur bilden av Sverige förändrades i andra länders medier under den här tiden.

En annan vinkel på denna kriskommunikation som vore intressant att studera vidare hade varit i någon form av komparativ studie, där kommunikationen på sociala medier kunde ställas mot mer traditionell kommunikation under kriser; exempelvis via presskonferenser, i tryckt media, digitala kanaler såsom hemsidor och annat. Formuleras budskapen på andra sätt, och ser målgrupperna annorlunda ut? En annan intressant vinkel i en sådan typ av studie hade varit att titta på hur budskapsformulering eventuellt förändrades över en längre tidsperiod. Att kriser, och därmed även kriskommunikation, utspelar sig helt eller delvis på sociala medier är fortfarande ett ämne som är relativt understuderat så det finns därmed en hel del kommande intressanta studier att genomföra.

9. Referenser

- An, S-K & Cheng, I-H. (2010). "Crisis Communication Research in Public Relations Journals: Tracking Research Trends Over Thirty Years", 65-90 i Coombs, T & Holladay, S. J. (eds.) *The handbook of crisis communication*. Blackwell Publishing Ltd.
- Anderson-Meli, L & Koshy, S. (2020). *Public relations crisis communication: A new model*. Routledge Focus.
- Andersson, P. & Runevald Kjellmer, J. (4 augusti 2023). "Här är tidigare koranbränningar." *SVT Kultur*.
<https://www.svt.se/kultur/har-ar-tidigare-koranbranningar>
- Auer, C. (2016). "Conceptualizing Political Crisis and the Role of Public Diplomacy in Crisis Communication Research", 119-132 i Schwarz, A. et al. (eds.) *The handbook of international crisis communication research*. John Wiley & Sons, Inc.
- Benoit, W. L. (2020). "Image repair theory", 105-119 i Schulz, P. J & Cobley, P. (eds.) *Handbooks of Communication Science*. Walter de Gruyter Inc.
- Benoit, W. L. (2014). *Accounts, Excuses, and Apologies: Image Repair Theory and Research*. 2 uppl. SUNY Press.
<http://ebookcentral.proquest.com/lib/boras-ebooks/detail.action?docID=3408943>
- Bergström, G. & Boréus, K. (2018) *Textens mening och makt, metodbok i samhällsvetenskaplig text-och diskursanalys*. 4 uppl. Studentlitteratur
- Billström, T. (@TobiasBillstrom) (2023a). - *Regeringen är mycket tydlig i sitt avståndstagande från de islamofobiska handlingar som enskilda personer genomfört vid manifestationer i Sverige. På [...] [twitterinlägg], 31 juli.*
<https://x.com/TobiasBillstrom/status/1686127349136293888?s=20> [Hämtad 22 januari 2024]
- Billström, T. (@TobiasBillstrom) (2023b). *Sweden takes threats to its freedom, safety and security extremely seriously. For this reason, our authorities are now stepping up [...] [twitterinlägg], 2 juli.*
<https://x.com/TobiasBillstrom/status/1675463592743763968?s=20> [Hämtad 22 januari 2024]
- Billström, T. (@TobiasBillstrom) (2023c). *Yesterday I hosted a dialogue with*

representatives of OIC Member States at the Ministry for Foreign Affairs. It was a [...] [twitterinlägg], 5 augusti.

<https://x.com/TobiasBillstrom/status/1687762679136473089?s=20> [Hämtad 22 januari 2024]

Bohlin, C-O. (@cobohlin) (2023a). *Jag har det senaste dygnet haft tät dialog med Danmarks statsminister Mette Frederiksen och den svenska regeringen har diskuterat med [...] [facebookinlägg], 30 juli. Delat från:*

https://www.facebook.com/UlfKristerssonM/posts/849208866564211?locale=sv_SE [Hämtad 22 januari 2024]

Bohlin, C-O. (@CarlOskar) (2023b). *Aktörer som vill skada Sverige och svenska intressen gör detta med hjälp av desinformationskampanjer i kölvattnet av att enskilda individer [...] [twitterinlägg], 26 juli.*

<https://x.com/CarlOskar/status/1684086823620837377?s=20> [Hämtad 22 januari 2024]

Bryman, A (2011) *Samhällsvetenskapliga metoder*. 2 uppl. Liber AB.

Broersma, M & Graham, T. (2013). "Twitter as a news source" i B Franklin (red.), *Journalism Practice*. Taylor & Francis, s 446 – 464. Nr. 4, vol. 7.

Coombs, T. (2007) "Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory". *Corporate Reputation Review*, Vol. 10, No. 3, s. 163–176. Palgrave Macmillan Ltd.

Coombs, T. (2010) "Parameters for Crisis Communication" s. 17-53 in Coombs, T & Holladay, S. J. (eds.) *The handbook of crisis communication*. Blackwell Publishing Ltd.

Coombs, T. (2011). "Political Public Relations and Crisis Communication: A Public Relations Perspective" i Strömbeck, J. & Kioussis, S. (eds.) *Political public relations: Principles and Applications*. Taylor & Francis.

Coombs, T. (2018). "Revising situational crisis communication theory: The influences of social media on crisis communication theory and practice", i Austin, L. & Jin, Y. (eds.) *Social media and crisis communication*. Routledge: Taylor & Francis Group.

Dagens Nyheter (18 oktober 2023). "Detta har hänt - två svenskar dödade i Bryssel." <https://www.dn.se/varlden/detta-har-hant-tva-svenskar-dodade-i-bryssel/>

Diers-Lawson, A. (2020). *Crisis Communication: Managing Stakeholder relationships*. Routledge: Taylor & Francis Group.

- Entman, R. (1993). "Framing: Toward Clarification of A Fractured Paradigm". *Journal of Communication* 43(4):51-58. DOI:10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x
- Falkheimer, J., & Heide, M., (2006). "Multicultural Crisis Communication: Towards a Social Constructionist Perspective". *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 14(4), 180–189. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1468-5973.2006.00494.x>
- Falkheimer, J., Heide, M., Larsson, L., (2009) *Kriskommunikation*. 1 uppl. Liber.
- Falkheimer, J. & Zhao, H., (2020). "Intercultural and multicultural approaches to crisis communication", 523-539 i Schulz, P. J. & Cobley, P. (eds.) *Handbooks of Communication Science*. Walter de Gruyter.
- Frandsen, F., & Johansen, W., (2020). "Arenas and voices in organizational crisis communication: How far have we come?", in Schulz, P. J & Cobley, Paul (eds.) *Handbooks of Communication Science*. Walter de Gruyter Inc., Boston/Berlin.
- Frandsen, F., & Johansen, W., (2017). *Organizational Crisis Communication*. SAGE Publications Ltd.
- Frandsen, F., & Johansen, W.,. (2010). "Crisis communication, complexity and the cartoon affair: A case study" 425-448 in Coombs, T & Holladay, S. J. (eds.) *The handbook of crisis communication*. Blackwell Publishing Ltd.
- Försvarsdepartementet. (@ForsvarsdepSv) (2023). *On Wednesday, Minister for Civil Defence @CarlOskar and Mikael Östlund from the Psychological Defence Agency held a press briefing on [...] [twitterinlägg]*, 28 juli. <https://x.com/ForsvarsdepSv/status/1684845798918430727?s=20> [Hämtad 22 januari 2024]
- Gudmundsson, V (20 juli 2023). Guide: Det här säger lagen om koranbränning i Sverige. *SVT Nyheter*. <https://www.svt.se/nyheter/inrikes/guide-det-har-sager-lagen-om-koranbranning>
- Hagar, C., (2012). *Crisis information management : communication and technologies*. 1 uppl. Chandos Pub.
- Heath, R. L. (2010). " Introduction Crisis Communication: Defining the Beast and De-marginalizing Key Publics", 1-13 in Coombs, T & Holladay, .S. J. (eds.) *The handbook of crisis communication*. Blackwell Publishing Ltd.
- Hedberg, K., Cato, C., Ferhatovic, M., Alnahhal, S., Ljung Nielsen, V., (11 november

2023). Verkligheten bakom LVU-kampanjen - därför togs barn från sina familjer.

Dagens Nyheter.

<https://www.dn.se/sverige/verkligheten-bakom-lvu-kampanjen-darfor-togs-barn-fra-n-sina-familjer/>

Hedberg, S. (27 juli 2023). Sveriges ambassad i Bagdad stormad. *SVT Nyheter*.

<https://www.svt.se/nyheter/utrikes/uppgifter-sveriges-ambassad-i-bagdad-stormad>

Heide, M., Johansson, C., Simonsson, C., (2012). *Kommunikation i organisationer*. 2 uppl. Liber.

Horsley, J. Suzanne; VanDyke, Matthew S. (2022). "Crisis communication challenges in the public sector" 72- 98 in Lee, M., Neeley, G., Stewart, K. (eds.). *The Practice of Government public relations*. Routledge: Taylor & Francis.

Internetstiftelsen (10 oktober 2023). *Svenskarna och internet 2023, en årlig studie av svenska folkets internetvanor*.

<https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2023/>

Kristersson, U. (@UlfKristerssonM) (2023a). *Det är som alla förstår ett intensivt arbete kopplat till det försämrade säkerhetsläget. Men ikväll var vi i Uppsala och [...]* [facebookinlägg], 18 augusti.

https://www.facebook.com/UlfKristerssonM/posts/858670872284677?locale=sv_SE [Hämtad 22 januari 2024]

Kristersson, U. (@kristerssonulf) (2023b). *Jag har precis kommit ut från Utrikesnämnden – de möten där regeringen informerar kungen och riksdagens partier om viktiga ärenden som rör svensk [...]* [instagraminlägg], 28 augusti.

https://www.instagram.com/p/CwfuDYFMmQa/?img_index=1 [Hämtad 22 januari 2024]

Kristersson, U. (@UlfKristerssonM) (2023c). *Konstruktivt frukostsamtal med företrädare för trossamfund, tillsammans med Jakob Forssmed. Sverige är och ska vara ett land där människor med [...]* [facebookinlägg], 10 juli.

https://www.facebook.com/UlfKristerssonM/posts/839279320890499?locale=sv_SE [Hämtad 22 januari 2024]

Kristersson, U. (@UlfKristerssonM) (2023d). *Säpo har i dag meddelat att de bedömer att risken för terroråd i Sverige nu är hög. Terrorhotnivån höjs från [...]* [facebookinlägg], 17 augusti.

https://www.facebook.com/UlfKristerssonM/posts/858084512343313?locale=sv_SE [Hämtad 22 januari 2024]

Lindholm & Olsson (2011). "Crisis communication as a Multilevel Game: The

Muhammad Cartoons from a Crisis Diplomacy Perspective”. *International Journal of Press/Politics* 16(2) 254–271. DOI: 10.1177/1940161210391785

Luoma-aho, V. & Canel, M. J. (2020). *The handbook of public sector communication*. 1 uppl. Wiley Blackwell.

Luoma-aho, V. & Vos, M. (2010). ”Towards a more dynamic stakeholder model: acknowledging multiple issue arenas”. *Corporate Communications: An International Journal* Vol. 15 No. 3, 2010 pp. 315-331. Emerald Group Publishing Limited 1356-3289 DOI 10.1108/13563281011068159

Moleda, J-C & Kochhar, S. (2019). *Global and multicultural public relations*. John Wiley & Sons / Wiley Blackwell.

Olsson, E-K. (2013). ”Public diplomacy as a crisis communication tool”. *Journal of International Communication*, 19(2), 219–234.
<https://doi.org/10.1080/13216597.2013.838906>

Olsson, E-K & Eriksson, M., (2020). ”Crisis communication in public organizations”, in in Schulz, Peter J & Copley, Paul (eds.) *Handbooks of Communication Science*. Walter de Gruyter Inc., Boston/Berlin.

Palmström, O., (30 juni 2023). Ny desinformationskampanj mot Sverige: ”Mycket aktivitet” *SVT Nyheter*.
<https://www.svt.se/nyheter/inrikes/ny-desinformationskampanj-mot-sverige-mycket-aktivitet>

Parell, C; Talan, S. (2022). ”Media Relations” 27-47 i Lee, Modercai; Neeley, Grant; Stewart, Kendra (eds.). *The Practice of Government public relations*. Routledge: Taylor & Francis.

Regeringskansliet. (18 augusti 2023). En översyn av ordningslagen för att stärka Sveriges säkerhet. *Regeringen.se*.
<https://www.regeringen.se/pressmeddelanden/2023/08/en-oversyn-av-ordningslagen-for-att-starka-sveriges-sakerhet/>

Sellnow, T. L.; Seeger, Matthew W. (2013). *Theorizing crisis communication*. John Wiley & Sons.

Sison, M. D (2020). ”Public Sector Communicators as Global Citizens: Toward Diversity and Inclusion”, i Luoma-aho, Vilma & Canel, María José (eds.) *The handbook of public sector communication*. Wiley Blackwell.

Socialstyrelsen (7 juli 2022). *Omhändertaganden av barn enligt LVU – information för*

vårdnadshavare. Socialstyrelsen.se.

<https://www.socialstyrelsen.se/kunskapsstod-och-regler/omraden/barn-och-unga/barn-och-unga-i-socialtjansten/lvu/information-lvu-varnadshavare/>

Svenska Institutet (31 mars 2023a). *Koranbränningen 2023*. SI.se.

<https://si.se/koranbranningen-2023/>

Svenska Institutet (2023b). *Vår Historia*. SI.se.

<https://si.se/om-si/var-historia/>

Ståhle, M., Sallinen, J., Svensson, F., (7 maj 2022). Polisens bild klarnar - “inga grovt kriminella”. *Svenska Dagbladet*.

<https://www.svd.se/a/a7nKOA/polisens-bild-klarnar-om-upploppen>

Strömmer, G. (@gunnar.strommer) (2023a). *Under det senaste halvåret har ett antal händelser både var för sig och tillsammans varit hotdrivande mot Sverige. Det rör [...] [facebookinlägg], 7 juli.*

www.facebook.com/100000835954012/posts/6359913164046486/?d=n&mibextid=Wc7FNe [Hämtad 22 januari 2024]

Strömmer, G. (@gunnar.strommer) (2023b). *NYTT REGERINGSUPPDRAG FÖR ATT STÄRKA ARBETET MOT TERRORISM, Idag hade statsminister Ulf Kristersson och jag ett möte med Säkerhetspolisens chef [...] [facebookinlägg], 27 juli.*

<https://www.facebook.com/gunnar.strommer/posts/pfbid0L4HFpXJukziS1FtW5j6gG0j5v4JP2ai8T978nxeCeT8GJMsaQsraXAHs362ymCeql> [Hämtad 22 januari 2024]

Sveriges regering. (@sverigesregering) (2023a). *Med anledning av det allvarliga säkerhetsläget finns ett ökat behov av kontroll över vilka som försöker resa in i Sverige [...] [instagraminlägg], 3 augusti.*

https://www.instagram.com/p/Cve_K-TIYTE/?img_index=1 [Hämtad 22 januari 2024]

Sveriges regering. (@sverigesregering) (2023b). *I går informerades regeringen om Säkerhetspolisens beslut att ändra bedömningen av terrorhotnivån i Sverige. Säkerhetspolisen bedömer att risken för terrorattentat [...] [instagraminlägg], 18 augusti.* <https://www.instagram.com/p/CwFZV6lNTVm/> [Hämtad 22 januari 2024]

Sveriges regering. (@sverigesregering) (2023c). *Regeringen ger en särskild utredare i uppdrag att se över om Sveriges säkerhet ska kunna beaktas vid tillståndsprövning och villkorsgivning [...] [instagraminlägg], 22 augusti.*

https://www.instagram.com/p/CwP1HkYoWZB/?img_index=1 [Hämtad 22 januari 2024]

SVT Nyheter (20 juli 2023). “Koranbränning utanför Stockholms moské – arrangör

misstänks för hets mot folkgrupp”.

<https://www.svt.se/nyheter/lokalt/stockholm/koranbranning-beviljad-i-stockholm>

Sweden.se. (@Sweden) (2023a). *01: The Swedish Government has been clear in its rejection of the Islamophobic acts carried out by individuals at demonstrations [...]* [twitterinlägg], 31 juli. <https://x.com/Sweden/status/1686016775647850497?s=20> [Hämtad 22 januari 2024]

Sweden.se. (@arswedense) (2023b).

لقد كانت الحكومة السويدية واضحة في رفضها للأعمال المعادية للإسلام التي ارتكبها أفراد خلال مظاهرات في السويد. [...] [instagaminlägg], 31 juli.

<https://www.instagram.com/p/CvXYU2GKYeW/> [Hämtad 22 januari 2024]

Swedish Ministry for Foreign Affairs. (@SweMFA) (2023a). *Constructive dialogue today with representatives of Swedish religious communities - an important dialogue that the Government is continuously developing. Everyone in [...]* [twitterinlägg], 10 juli. https://twitter.com/swedishhpm/status/1678357947393384449?s=46&t=WtAvORFmZ_FqsrAeXHjQ&fbclid=IwAR1wwYXfDMhPJURvC6dETSiV-SE4-xmmuV3lxITxXHyUechPGoh-bG-78uM [Hämtad 22 januari 2024]

Swedish Ministry for Foreign Affairs. (@SweMFA) (2023b). *Islamophobic acts in any form are rejected by the Swedish Government in the strongest terms. On 4 August, Minister for [...]* [instagaminlägg], 7 augusti.

<https://www.instagram.com/p/CvpHdnZt1nO/> [Hämtad 22 januari 2024]

Swedish Ministry for Foreign Affairs Sweden. (@SweMFA) (2023c). *Sweden is currently the target of malign influence campaigns, aimed at harming Swedish interests & ultimately Swedish citizens. The things [...]* [twitterinlägg], 29 augusti. <https://x.com/SweMFA/status/1696456522518139318?s=20> [Hämtad 22 januari 2024]

Sørensen, M; Evensen, D. (2023). “Framing the Covid-19 pandemic: A comparative analysis of Swedish and Danish crisis communication”. *J. Contingencies Crisis Manag.* 2023;31:960–967. DOI: 10.1111/1468-5973.12486

Riksdagen (2023). *Yttrandefrihetsgrundlag (1991: 1469).*

https://www.riksdagen.se/sv/dokument-och-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/yttrandefrihetsgrundlag-19911469_sfs-1991-1469/

Utrikesdepartementet. (@utrikesdep) (2023). *Trossamfunden har en viktig roll i samhället. Med anledning av den senaste tidens händelser träffade utrikesminister Tobias Billström och socialminister [...]* [twitterinlägg], 4 augusti.

<https://x.com/Utrikesdep/status/1687477527239954432?s=20> [Hämtad 22 januari 2024]

- Valentini, C; Kruckeberg, D. (2016). "The Future Role of Social Media in International Crisis Communication" 478-488 i Schwarz, A. et al. (eds.) *The handbook of international crisis communication research*. John Wiley & Sons, Inc.
- Valentini, C; Romenti, S; Kruckeberg, D. (2018). "Handling crises in social media: From stakeholder crisis awareness and sense making to organizational crisis preparedness", 57-67 i Austin, Lucinda & Jin, Yan (eds.) *Social media and crisis communication*. Routledge: Taylor & Francis Group.
- Vigsø, O. (2016). *Kriskommunikation*. 1 uppl. Studentlitteratur.
- Wiklund, M., (27 juli 2023). Detta har hänt: Koranbränningarna och stormningen av Sveriges ambassad. *SVT Nyheter*.
<https://www.svt.se/nyheter/inrikes/detta-har-hant-koranbranningarna-och-stormningen-av-svenska-ambassaden>
- Weick, K., Sutcliffe, K., Obstfeld, D., (2005). Organizing and the process of sensemaking. *Organization science*. Vol 16, no 4. pp. 409-421.
- Zhang, Y & Wildemuth, B. M. (2016). "Qualitative Analysis on Content" 318-329 in Wildemuth, B. M. (ed.). *Applications of Social Research Methods to Questions in Information and Library Science*. 2 uppl. Bloomsbury Publishing USA.

Bilaga 1 - Exempel på kodningsschema

Datum	Avsändare	Kanal	Material	Budskap	Strategi	Målgrupp
31 juli 2023	sweden.se	Twitter/X	The Swedish Government has been clear in its rejection of the Islamophobic acts carried out by individuals at demonstrations in Sweden. Desecration of any holy scripture is an offensive and disrespectful act. Tobias Billström (Swedish Minister for Foreign Affairs) has been in dialogue with many Foreign Ministers of the Member States of (OIC) and explained how Sweden's freedom of demonstration works and that the Swedish Police Authority makes independent decisions regarding applications for public gatherings.	tar avstånd från islamofobiska handlingar av individer som är offensiva och respektlösa dialog med OIC vi har demonstrationsfrihet och polisen tar egna beslut	Scapegoat /shifting blame (individuals) Excuse (no intent to harm & no control)	engelsktalande
4 aug 2023	Utrikesdep	Twitter/X	Trossamfunden har en viktig roll i samhället- Med anledning av den senaste tidens händelser träffade utrikesminister Tobias Billström och socialminister Jakob Forssmed företrädare för trossamfund i Sverige. Läs om mötet här.	trossamfund har en viktig roll dialog med trossamfund	Ingratiation (praise stakeholder s)	svensktalande
30 juli 2023	Tobias Billström	Twitter/X	Statement from SwedishPM against the background of the burnings of holy scriptures. We are analyzing the legal situation - including the Public Order Act - with the purpose of exploring the scope for measures that would strengthen our national security.	översyn av ordningslagen vill stärka säkerheten	Corrective action	engelsktalande

30 juli 2023	Ulf Kristersson	Facebook	<p>Jag har det senaste dygnet haft tät dialog med Danmarks statsminister Mette Frederiksen och den svenska regeringen har diskuterat med den danska regeringen, med anledning av de bränningar som sker av kopior av heliga skrifter. Vi befinner oss i det allvarigaste säkerhetspolitiska läget sedan andra världskriget, och här hemma vet vi att både stater, statsliknande aktörer och enskilda individer kan utnyttja situationen. Sverige och Danmark är två av världens mest välfungerande demokratier. Vi står upp för yttrandefrihet och demonstrationsfrihet. Vi har en stark tradition av att respektera andra människor och olika trosuppfattningar. Religionsfriheten är en självklar hörnsten i våra samhällen. Och även om vägen framåt kanske inte blir exakt densamma i olika länder så gör vi nu samma analys: att situationen är farlig och att åtgärder behövs för att stärka vår motståndskraft. I Sverige har vi också redan påbörjat ett arbete med att analysera rättsläget - däribland ordningslagen - i syfte att överväga åtgärder för att stärka vår nationella säkerhet och säkerheten för svenskar i Sverige och världen. Ytterst handlar detta om att försvara våra fria och öppna samhällen, vår demokrati och våra medborgares rätt till frihet och säkerhet.</p>	<p>tät dialog</p> <p>det allvarigaste säkerhetspolitiska läget sedan andra världskriget, situationen är farlig</p> <p>Vi står upp för yttrandefrihet och demonstrationsfrihet, och våra fria och öppna samhällen</p> <p>stark tradition av respekt och religionsfrihet</p> <p>analyserar ordningslagen</p>	<p>reminder</p> <p>corrective action</p> <p>shifting blame</p>	svensktalande
7 juli 2023	Gunnar Strömmer	Facebook	<p>Under det senaste halvåret har ett antal händelser både var för sig och tillsammans varit hotdrivande mot Sverige. Det rör sig bland annat om koranbränningar.</p> <p>Terrorhotnivån mot vårt land är fortsatt förhöjd, nivå 3 av 5. Enligt Nationellt centrum för terrorhotbedömning har dock Sverige gått från ett legitimt till ett prioriterat mål för terrorattentat efter koranbränningen i januari i år.</p> <p>Det har också skett flera gripanden. I början av april greps fem personer i Sverige misstänkta för stämpling till terroristbrott. I maj greps två personer i Tyskland, misstänkta för att ha planerat ett terrorattentat med potentiella mål i Sverige.</p> <p>I det sammanhanget bör</p>	<p>att skydda säkerheten är regeringens viktigaste uppgift</p> <p>ser över ordningslagen</p> <p>påverkanskamp anj</p> <p>polisen & demonstrationsfriheten</p> <p>intensivt arbete</p>	<p>Excuse</p> <p>corrective action</p>	svensktalande

			<p>konsekvenserna av förra veckans koranbränning i Stockholm tas på stort allvar. Den svenska ambassaden i Irak stormades nyligen. Vi har också sett ökad rysk informationspåverkan efter händelsen.</p> <p>Att skydda säkerheten för Sverige och svenska medborgare är en av regeringens absolut viktigaste uppgifter. Vi analyserar för närvarande situationen och rättsläget på regeringskansliet, och bland annat ingår frågor rörande ordningslagen. Detta är naturligt efter de kammarrättsdomar som vann laga kraft i förra veckan.</p> <p>Där tydliggjorde domstolen att Polismyndigheten - så som lagen är utformad idag - inte har möjlighet att väga in Sveriges säkerhet, till exempel hot om allvarliga terrordåd, vid beslut om tillstånd till allmänna sammankomster. Därmed är rättsläget klarlagt - vilka slutsatser regeringen drar av detta avser vi att återkomma till.</p> <p>Regeringen följer, i samspel med relevanta myndigheter, utvecklingen noggrant både nationellt och internationellt. Vi överväger också löpande vilka åtgärder som kan behöva vidtas, och är beredda att återkomma om Sveriges säkerhetsläge skulle försämrats.</p>			
10 aug	Säkerhetspolisen	Instagram	<p>Säkerhetspolisen ska förebygga och förhindra terrorism och andra ideologiskt motiverade brott som utgör ett säkerhetshot eller som hotar Sveriges grundläggande demokratiska funktioner, oavsett om de bakomliggande orsakerna är religiösa eller politiska. Det kan handla om personer, grupper och organisationer som uppmanar till eller själva använder våld, hot och trakasserier för att förändra samhället. Säkerhetspolisen ser en ökad spridning av konspirationsteorier och antistatliga budskap. Utvecklingen innebär att främmande makts och våldsbejakande extremisters agendor sammanfaller, där de har ett gemensamt intresse att påverka Sverige och demokrati</p>	<p>ökad spridning av konspirationsteorier och antistatliga budskap, främmande makter vill påverka</p>	<p>scapegoat/s hifting blame</p>	<p>svensktalande</p>

31 juli	Sveriges regering	Instagram	<p>Regeringen har beslutat om ett uppdrag till flera myndigheter för att stärka Sveriges förmåga att förebygga, förhindra och försvåra terrorism och våldsbejakande extremism.</p> <p>“Vi har ett allvarligt säkerhetsläge. Den senaste tidens aktioner med eldning av kopior av koranen och protesterna i den muslimska världen har enligt Säkerhetspolisen lett till ett försämrat säkerhetsläge. Regeringsuppdraget blir ett viktigt steg i att stärka Sveriges samlade arbete mot terrorism och våldsbejakande extremism, säger justitieminister Gunnar Strömmer.”</p> <p>Regeringsuppdraget handlar om att 15 myndigheter som, mot bakgrund av det försämrade säkerhetsläget, ska intensifiera sin samverkan för att stärka Sveriges förmåga att förebygga, förhindra och försvåra terrorism och våldsbejakande extremism.</p> <p>Säkerhetspolisen får också i uppdrag att samordna en långsiktig utveckling av arbetet mot terrorism inom ramen för den verksamhet som bedrivs i Samverkansrådet mot terrorism. I uppdraget ingår även att överväga vilka myndigheter som ska ingå i rådet.</p> <p>De myndigheter som i nuläget har ett mer operativt samarbete, det vill säga Säkerhetspolisen, Polismyndigheten, Försvarets radioanstalt och Försvarmakten, ska vidta åtgärder för att förstärka sitt operativa samarbete för att bekämpa terrorism och agera mot individer som bedöms utgöra ett terrorhot.</p> <p>Läs mer på regeringen.se</p>	<p>nytt initiativ för att förebygga terrorism</p> <p>allvarligt säkerhetsläge</p>	Corrective action	svensktalande
---------	-------------------	-----------	---	---	-------------------	---------------