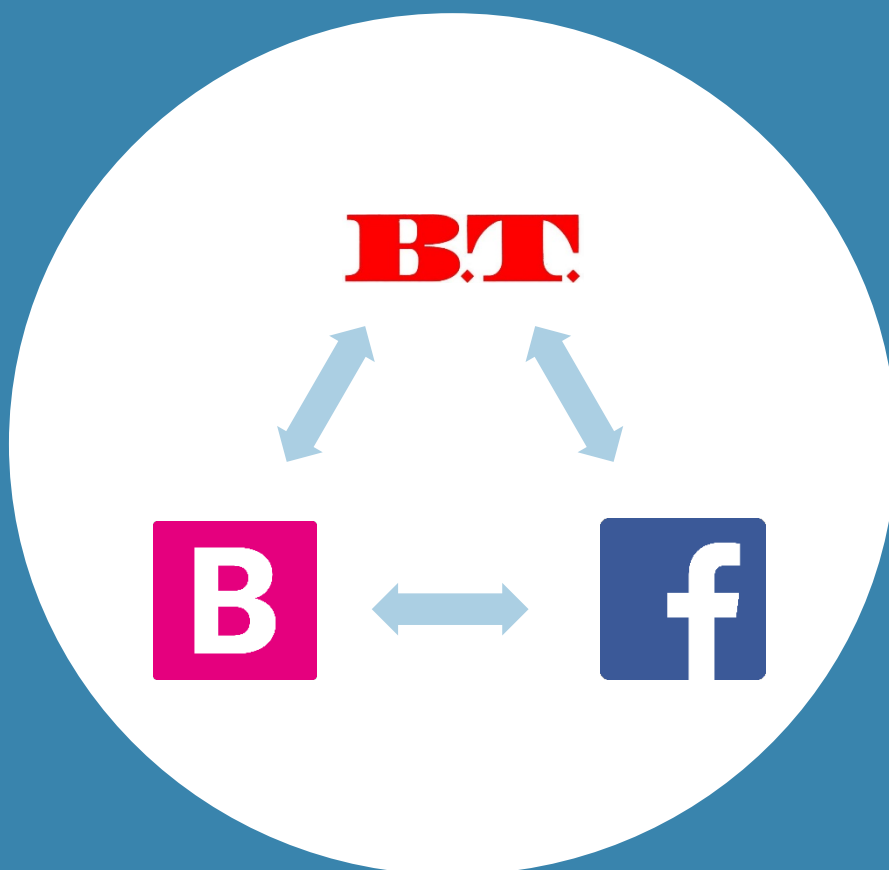


COPENHAGEN BUSINESS SCHOOL

KANDIDATSPECIALE

ANNA MEE ALLERSLEV VS. B.T. & OFFENTLIGHEDEN

Hvordan framingen på tværs af aktørerne i #Rådhusgate
havde betydning for udfaldet af krisen



Dato: 15. maj 2019

Vejleder: Jens Jakob Gregersen

Antal tegn/sider: 268.216/117,9

Cand.Merc.(kom.)

Mathilde Wendelholm Klüver - 93638

Kristina Louise Norstrand - 93401

Abstract

PURPOSE: The purpose of this master's thesis is to investigate the influence of the framing of guilt among selected actors on Facebook in the case of the Major of Employment and Integration at The Copenhagen Municipality, Anna Mee Allerslev, and her cost-free loan of the City Hall in Copenhagen in 2017 relate to her wedding reception, and how this led to Anna Mee Allerslev's resignation. Furthermore, we seek to explore whether this resignation could have been avoided.

THEORY: To investigate this case, which we treat as a crisis, we have drawn upon theory from different fields. We use framing theory as an overall theoretical framework to explore the framing across the different domains in the case. As a supplement to the actors' framing, we introduce crisis communications theory to explore how the crisis was viewed by the respective actors and handled by Anna Mee Allerslev. News value theory was introduced to examine how the actor B.T. chose to frame the news stories about the crisis. Theory of social media mechanisms, more specifically electronic word-of-mouth, shitstorms, echo chambers and filter bubbles were introduced to examine how the public's framing in the comments may have been influenced by other publics and Facebook itself.

METHODOLOGY: We have conducted a content analysis on data collected from Facebook from three respective domains: the public, the news media and PR. In our data collection, we use Facebook comments from Anna Mee Allerslev's Facebook profile and comments from B.T.'s Facebook profile to symbolize the public. We use articles posted on B.T.'s Facebook profile to symbolize the news media. We use Anna Mee Allerslev's posts on her Facebook profile to symbolize PR. After gathering the data, we coded the data collection according to framing of guilt according to the current situation in the sub-arenas.

FINDINGS: We found that B.T. and the Public succeeds in framing Anna Mee Allerslev as guilty in causing the crisis. Anna Mee Allerslev, on the other hand, was unsuccessful in her endeavors to establish the opposite frame, namely that she was 'not guilty'. We suspect that this failure is due to her misinterpretation of the Public's view of the crisis type resulting in her applying an insufficiently accommodative crisis response strategy. We argue, that she could have benefited from applying a suitable crisis response strategy earlier on, in which she could have apologized sincerely for her actions and compensated financially for the cost-free loan of the City Hall.

Indholdsfortegnelse

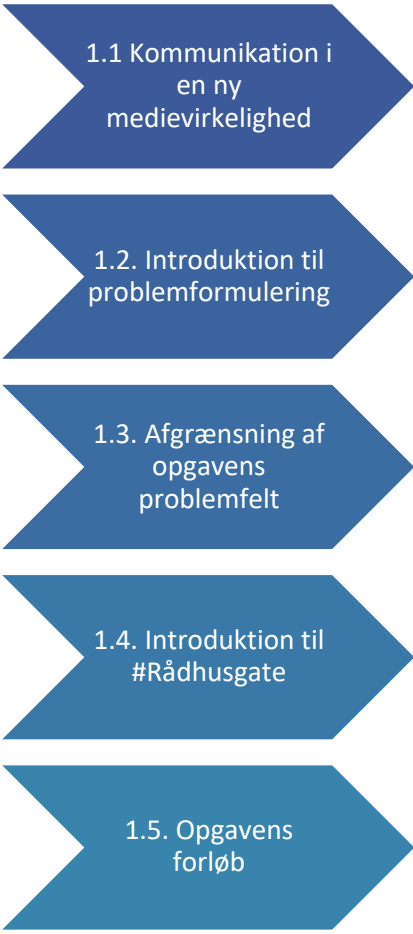
Kapitel 1	5
1.1 Kommunikation i en ny medievirkelighed	6
1.1.1 Bryllupsreceptionen som blev starten på enden for Anna Mee Allerslevs karriere	6
1.2 Introduktion til problemformulering	7
1.2.1 Problemformulering	8
1.2.2 Tredeling af aktørerne	8
1.2.3 Hvorfor er sagen en krise?	9
1.2.4 Lånet af Rådhushallen var ikke i overensstemmelse med reglerne	10
1.3 Afgrænsning af opgavens problemfelt	10
1.3.1 Casen #Rådhusgate	11
1.3.2 Domæner og sub-arenaer på Facebook	11
1.3.3 Perioden	12
1.4 Introduktion til #Rådhusgate	13
1.4.1 September 2017	13
1.4.2 Oktober 2017	14
1.4.3 Timeline over AMA og B.T.s kommunikation i #Rådhusgate	17
Kapitel 2	18
2.1 Teoriens forløb	19
2.2 Konstruktionen af virkeligheden gennem frames	19
2.2.1 Agenda setting og building igennem tiden	20
2.2.2 Framings udvikling	20
2.2.3 Modtagerens frames vs. afsenderens	21
2.2.4 Typer af frames	21
2.2.5 Framing i en krisesituation	22
2.3 Krisekommunikation og reputation	23
2.3.1 Udviklingen af guidelines til krisekommunikation	23
2.3.2 Omdømme og krise	24
2.3.3 Situational Crisis Communication Theory	24
2.3.4 Sociale mediers implikationer	28
2.4 Nyhedskriterierne	28
2.4.1 Nyhedskriterierne i delte online nyheder	29
2.5 Dynamikker på sociale medier	30
2.5.1 Dialog på sociale medier	30
2.5.2 Nye mekanismer på sociale medier	31
2.5.3 Electronisk word-of-mouth	32
2.5.4 Shitstorms	32
2.5.5 Sociale mediers påvirkning af en virksomheds omdømme	33

2.5.6	Sociale medier i en krisesituation	34
2.5.7	Ekkokamre og filterbobler	35
Kapitel 3		37
3.1	<i>Introduktion til metode</i>	38
3.2	<i>Videnskabsteoretiske udgangspunkt</i>	38
3.2.1	Socialkonstruktivismen.....	38
3.3	<i>Casestudiet</i>	41
3.4	<i>Metodisk afgrænsning</i>	42
3.4.1	Udvalg af kommentarer og opslag til kodning.....	42
3.4.2	Kodning	43
3.5	<i>Krippendorff's framework til contentanalyse</i>	43
3.5.1	Udvælgelse af texts	44
3.5.2	Krippendorff's seks komponenter i en contentanalyse.....	45
3.6	<i>Validitet</i>	53
3.6.1	Konstrueret validitet	53
3.6.2	Ekstern validitet	54
3.7	<i>Reliabilitet</i>	54
Kapitel 4		55
4.1	<i>Introduktion til analyse</i>	56
4.2	<i>Hvorfor og hvordan frames skyldsspørgsmålet på tværs af de respektive domæner?</i>	56
4.2.1	Hvorfor og hvordan framer Anna Mee Allerslev skyldsspørgsmålet igennem sine Facebookopslag?	56
4.2.2	Hvorfor og hvordan formål framer B.T. skyldsspørgsmålet?	69
4.2.3	Hvorfor og hvordan frames skyldsspørgsmålet i Facebook kommentarerne?	76
4.2.4	Opsummering af aktørernes framing	81
4.3	<i>Hvordan påvirker de respektive domæner hinanden i framingen i løbet af krisen?</i>	83
4.3.1	Uge 1: Spredning i framingen	83
4.3.2	Uge 2: B.T. og Offentlighedens framing intensiveres	84
4.3.3	Uge 3: Ingen aktivitet	85
4.3.4	Uge 4: B.T.s framing dominerer	85
4.3.5	Uge 5: Ingen aktivitet	86
4.3.6	Uge 6: AMA frames som skyldig	86
4.3.7	Uge 7: AMA forsøger en sidste gang at introducere 'Ingen sag' framen.....	86
4.3.8	Konkurrerende frames	87
4.3.9	Minimal frame alignment mellem alle tre aktører.....	88
4.3.10	De tre aktørers identifikation af krisetypen	88
4.3.11	Delkonklusion	88
4.4	<i>Hvordan kunne AMA igennem sin framing have ændret udfaldet af krisen?</i>	90
4.4.1	Etablering af nye frames.....	90
4.4.2	AMAs fokus på eget ekkokammer resulterer i misfortolkning af krisetypen.....	91
4.4.3	AMAs sporadiske kommunikation gør det svært at etablere en frame	92
4.4.4	AMAs manglende dialog med medierne og sine følgere gør det svært at etablere en frame.....	93

4.4.5	Hvorfor anerkender hun ikke den offentlige domstol?	94
4.4.6	Delkonklusion	95
Kapitel 5		96
5.1	<i>Kritiske refleksioner over opgavens undersøgelse og analyse</i>	97
5.1.1	Refleksioner over problemfeltets afgrænsning	97
5.1.2	Videnskabsteoretisk udgangspunkt	98
5.1.3	Refleksioner over de metodiske afgrænsninger	98
5.2	<i>Konklusion</i>	101
5.3	<i>Perspektivering</i>	105
5.3.1	Projektets relevans.....	105
5.3.2	Fremtidig forskning	105
Litteraturliste		106
Bilag		113
<i>Bilag 1: Retningslinjer for udlån af lokaler på Københavns Rådhus – uddrag</i>		114
<i>Bilag 2: Anna Mee Allerslevs Facebookopslag</i>	115	
Bilag 2.A: Første opslag.....	115	
Bilag 2.B: Andet opslag	116	
Bilag 2.C: Tredje opslag.....	117	
Bilag 2.D: Fjerde opslag.....	117	
Bilag 2.E: Femte opslag	118	
Bilag 2.F: Sjette opslag.....	121	
<i>Bilag 3: Morten Østergaards kommentar til Anna Mee Allerslevs første opslag</i>	121	
<i>Bilag 4: Prisliste for lån af lokaler på Københavns Rådhus</i>	122	
<i>Bilag 5: Humørikon og GIF</i>	123	
<i>Bilag 6: Figurer over dataindsamling</i>	124	
<i>Bilag 7: Tilpasning af 'Komponenter i en contentanalyse'</i>	126	
<i>Bilag 8: Kommentarer med anklage om slettede kommentarer</i>	127	
<i>Bilag 9: B.T.s guidelines ift. sletning af kommentarer</i>	128	
<i>Bilag 10: B.T.s første opslag</i>	129	

Kapitel 1

Introduktion til opgaven



1.1 Kommunikation i
en ny
medievirkelighed

1.2. Introduktion til
problemformulering

1.3. Afgrænsning af
opgavens
problemfelt

1.4. Introduktion til
#Rådhusgate

1.5. Opgavens
forløb

1.1 KOMMUNIKATION I EN NY MEDIEVIRKELIGHED

De sociale mediers udbredelse har ændret den måde, som både virksomheder og nyhedsmedierne kommunikerer til og med offentligheden på. For det første, betyder den manglende gatekeeper-funktion på de sociale medier, at offentligheden har fået en større stemme (Castelló, Etter, & Årup Nielsen, 2016). Der er nu muligt for medlemmer af Offentligheden at udfordre virksomheders handlinger og beslutninger i et langt mere offentligt forum end, hvad der tidligere har været tilfældet (Etter, Ravasi, & Colleoni, 2019). For det andet, betyder det også, at virksomheden har langt bedre mulighed for at kommunikere direkte til sine stakeholders på en platform, hvor de færdes, uden først at skulle igennem nyhedsmedierne. For det tredje, flyder kommunikationen mellem virksomheder og offentligheden nu mere horisontalt, og virksomheder har ikke den samme magt over budskaber og brand, som de havde tidligere (Etter et al., 2019).

Denne udvikling medfører, at en virksomhed i højere grad kan frame issues direkte til sine stakeholders, der hvor disse allerede befinder sig, nemlig på de sociale medier. Dog betyder udviklingen også, at virksomheden i højere grad og mere direkte kan se, hvordan stakeholders framer sagen gennem deres interaktioner med virksomheden og andre aktører, f.eks. nyhedsmedierne, på sociale medier. Det er derfor ikke længere primært nyhedsmedierne, som kan frame situationer for offentligheden. Alle tre aktører: virksomheden, nyhedsmedierne og offentligheden, kan derfor alle være med til at frame en sag og påvirke dens udvikling. Det er denne påvirkning gennem framing, som vores opgave vil fokusere på i relation til sagen omkring tidligere borgmester Anna Mee Allerslev og hendes bryllupsreception på Københavns Rådhus i 2017.

1.1.1 Bryllupsreceptionen som blev starten på enden for Anna Mee Allerslevs karriere

Den 25. oktober 2017 kl. 13.30 træder Anna Mee Allerslev (herfra refereret til som AMA) ind i Beskæftigelses- og Integrationsudvalgets mødesal på Københavns Rådhus. Foran hende står et hav af journalister fra hele den danske presse. De er alle mødt op til det pressemøde, som hun tidligere på dagen indkaldte til. Mens kameraerne klikker, tager AMA en dyb indånding og siger: *”Jeg har besluttet at trække mig som politisk leder for Radikale Venstre i Borgerrepræsentationen i København fra i dag. Det har jeg, fordi jeg har indset, at jeg i min nuværende situation ikke kan komme til at gøre det jeg brænder allermest for i hele Verden nemlig at snakke radikal politik med København og københavnere.”* (B.T., 2017f).

Den situation, som AMA henviser til, startede for ca. halvanden måned tilbage i midten af september, hvor dagbladet B.T. bragte en historie om, at AMA gratis havde lånt Rådhushallen på Københavns Rådhus til at afholde sin bryllupsreception. I løbet af den halvanden måned, som ligger imellem den første artikel og pressemødet den 25. oktober, er der blevet skrevet et væld af artikler om både AMAs bryllupsreception og om andre sager vedr. hendes 30-års fødselsdagsreception og hendes venskab med chefen for en af kommunens samarbejdspartnere. AMA er i perioden blevet kritiseret af nyhedsmedierne for at have brudt reglerne for lån af lokaler på Rådhuset, for at have misbrugt sin magt som borgmester til at få økonomiske fordele og

for at være korrupt. AMA selv fastholdt igennem hele sagen, at hun havde overholdt de gældende regler for lån af lokaler på Rådhuset og benægtede beskyldningerne om korruption. Alligevel endte sagen, som blev døbt #Rådhusgate, med at AMA så sig nødsaget til at fratræde stillingen som borgmester.

1.2 INTRODUKTION TIL PROBLEMFORMULERING

Vores indledende undren i forhold til denne opgave gik på, at vi ville undersøge, hvordan sociale medier ændrer på den måde, hvorpå virksomheder laver krisekommunikation. Denne indledende undren havde sit udgangspunkt i en tidligere opgave, vi har skrevet vedr. København Zoos kommunikation på Facebook i forbindelse med aflivningen af giraffen Marius i 2014. Zoo formåede i denne krise at omvende den offentlige holdning til sagen ved gentagende gange at forklare, hvorfor det ikke var moralsk forkert at aflive Marius, men derimod fornuftigt ud fra et avlsmæssigt synspunkt.

Vi mente, at emnet ikke var udtømt og ville derfor kigge på forskellige shitstorme, nærmere bestemt shitstorme, hvor en virksomhed ikke havde gjort noget forkert i lovens øjne, men havde forbrudt sig mod forskellige moralske aspekter, en såkaldt *Faux Pas* krise (Coombs, 2007).

I vores indledende søgning blandt diverse shitstorme faldt vores blik på shitstormen vedr. AMA og hendes bryllupsreception, som blev afholdt på Københavns Rådhus i 2017. AMA holdt i sin kommunikation, som foregik via hendes offentlige Facebookprofil, fast i, at hun havde overholdt alle regler i forbindelse med lånet af Rådhuset. Alligevel valgte AMA at fratræde sin stilling som Beskæftigelses- og Integrationsborgmester i København. Vores undren gik derfor på: Hvis AMA havde overholdt de gældende regler, hvad gjorde så, at hun alligevel blev nødt til at gå af som borgmester?

Eftersom at AMA under hele forløbet holdt fast i, at hun ikke havde overtrådt de gældende regler og det meste af tiden holdt fast i, at hun ikke havde gjort noget forkert, men alligevel endte med at måtte gå af, tydede noget på, at der var andre holdninger til sagen end dem, som AMA fremlagde. Vi mener i ganske høj grad, at man kan argumentere for, at krisen udspiller sig på Facebook qua, at det er her AMA deler sin krisekommunikation; her at B.T deler sine artikler og her at offentligheden kan komme med sin synlige mening. Vi besluttede derfor, at det kunne være interessant at kigge på, hvordan sagen blev framet på Facebook, herunder mere specifikt AMAs egen Facebookprofil, B.T.s Facebookprofil samt framingen i de kommentarer, som er lavet til henholdsvis AMAs og B.T.s Facebookopslag. Nærmere bestemt vil vi kigge på skyldsframingen i sagen, altså hvem der bliver set som værende skyldig i, at sagen har udviklet sig til det punkt, hvor opslaget og kommentarerne dertil er lavet, og hvordan denne skyldsframing kan siges at være med til at påvirke sagens udvikling. Opgaven søger derfor at besvare følgende problemformulering.

1.2.1 Problemformulering

Hvilken indflydelse har framingen af skyldsspørgsmålet i #Rådhusgate-casen på tværs af Anna Mee Allerslevs og B.T.s Facebooksider på Anna Mee Allerslevs ultimative fratrædelse som Beskæftigelses- og Integrationsborgmester i Københavns Kommune, og kunne denne fratrædelse have været undgået?

1.2.1.1 Problemstillinger

Til besvarelse af problemformuleringen, har vi valgt at strukturere vores analyse og diskussion efter følgende problemstillinger.

1. *Hvorfor og hvordan frames skyldsspørgsmålet på tværs af de respektive domæner?*
2. *Hvordan påvirker de respektive domæner hinanden i framingen i løbet af krisen?*
3. *Hvordan kunne AMA igennem sin framing have ændret krisens udfald?*

1.2.2 Tredeling af aktørerne

Vi kigger i denne opgave på tre forskellige aktører: AMA, B.T. og Offentligheden. Denne specifikke tredeling er inspireret af en lignende tredeling som ses hos van der Meer, Verhoeven, Beentjes, & Vliegenthart (2014), hvor de introducerer, at disse tre forskellige domæner sætter frames i en krisesituation. Offentligheden er repræsenteret i de kommentarer, som er lavet til de to andre aktørers Facebookopslag. For en bedre forståelse af de tre aktører har vi nedenfor uddybet deres karakteristika.

1.2.2.1 Anna Mee Allerslev

Vi vælger i denne opgave at se AMA som en virksomhed fremfor en privatperson og vælger derfor at benytte litteratur, som omhandler virksomheder. Virksomheden AMA skal ses som den politiske side af AMA, Beskæftigelses- og Integrationsborgmester AMA, som ikke blot består af hende selv, men også af den stab som hun har bag sig af pressefolk og rådgivere. Det antages, at denne stab i høj grad har været involveret i al den kommunikation, som AMA har lavet i løbet af krisen, givet at de er ansat til netop dette formål. Det faktum at AMA vælger at bruge sin offentlige politiske Facebookprofil til at kommunikere om krisen på og ikke sin private, mener vi desuden også taler for at se hende som en virksomhed, da det må antages at det ikke kun er AMA selv som har adgang til denne konto.

Vi er naturligvis klar over, at der eksisterer både en privatperson og en politiker, men vi har forsøgt at holde os til AMA som borgmester og hendes omdømme som politiker, om end de to flyder meget sammen i løbet af krisen. Dette gælder til dels, fordi medierne tager hendes private sager op og sætter dem i forbindelse med hende som politiker, og til dels fordi AMA selv blander Borgmesteren AMA sammen med

privatpersonen AMA ved f.eks. at holde sit private bryllup på Rådhuset. Det kan derfor i denne sag være svært at skelne imellem, hvornår privatpersonen AMA bliver til borgmesteren AMA.

1.2.2.2 B.T.

Dagbladet B.T. deler ofte egne artikler på Facebook fra deres nyhedsside www.bt.dk. Det er disse delte artikler, som vi fokuserer på i opgaven. B.T. har i dag næsten 396.408 'synes godt om' på deres Facebookside (B.T., 2019a), hvilket potentielt betyder, at det antal mennesker som får B.T.s delte nyhedsartikler op på deres Facebook-feed hver gang B.T. lægger noget op. Med Facebooks algoritme er det dog ikke til at vide, hvor mange opslagene reelt dukker på, om end at potentialet eksisterer.

B.T.s læsere defineres af Tabloid Danmark, en virksomhed der producerer avisindstik, som: *"B.T.s målgruppe er familier med hjemmeboende børn der holdningsmæssigt befinder sig i moderat moderne og individorienterede felter. Økonomisk er B.T.s målgruppe den store middelklasse, som typisk har en husstandsindkomst på mellem 300.000 og 700.000."* (Tabloid Danmark, 2019). B.T. beskriver selv sine læsere som 50/50 mænd og kvinder i aldersgruppen 25 – 54 år bosiddende i de fire største byer, som har interesse i sport, nyheder og underholdning (B.T., 2019b).

1.2.2.3 Offentligheden

Når der i denne opgave henvises til Offentligheden, er der tale om den delmængde, som vi kan måle i kommentarerne på hhv. AMA og B.T.s Facebooksider. Givet at sagen foregik i 2017, vil det på nuværende tidspunkt være svært at måle, hvordan Offentligheden framer skyldsspørgsmålet i sagen ved at spørge dem, da folks holdninger til den ville være påvirket af deres efterrationaliseringer. Vi så det derfor ikke som en mulighed at spørge dele af Offentligheden om deres holdning til sagen. I stedet har vi valgt at kigge på, hvordan skyldsspørgsmålet frames i de kommentarer, som er lavet til AMAs og B.T.s Facebookopslag, som et udtryk for den offentlige holdning på tidspunktet. Vi er naturligvis klar over, at disse kommentarer ikke kan siges at være et direkte udtryk for hele den offentlige holdning til sagen, men kun kan ses som en delmængde af den offentlige holdning. Vi mener dog fortsat, at det har relevans, da kommentarerne uanset hvad afspejler nogen i offentlighedens mening, om end ikke alles (Ravasi, Etter, & Colleoni, 2019).

1.2.3 Hvorfor er sagen en krise?

Coombs (2007) definerer en krise som: *"a sudden and unexpected event that threatens to disrupt an organization's operations and poses both a financial and a reputational threat"* (s. 164). Vi mener, at sagen om AMAs bryllupsreception og den efterfølgende mediedækning kan defineres som en krise. Givet at AMA selv mener, at hun har overholdt alle regler i sagen, kan vi formode at det kommer bag på hende, når B.T. vælger

at bringe artiklen om hendes bryllup, og at der som følge skabes stor furor blandt offentligheden. Det virker her tydeligt, at sagen for AMA har været både *sudden* og *unexpected*.

Det faktum at AMA vælger at fratræde sin stilling som borgmester som følge af sagen antyder desuden, at denne har medført en så betydelig trussel mod AMAs omdømme og dermed arbejde som borgmester, at hun måtte gå af. Sagen om AMAs bryllupsreception på Københavns Rådhus ses i denne opgave derfor som en krise.

1.2.4 Lånet af Rådhushallen var ikke i overensstemmelse med reglerne

AMA fik lov af Borgerrepræsentationens Sekretariat til at låne Rådhushallen gratis til sin private bryllupsreception, dog var denne aftale bundet op på en årelang administrativ praksis, som figurerede på Rådhuset, hvor medlemmer af Borgerrepræsentationen har fået lov til at låne Rådhusets lokaler til private begivenheder vederlagsfrit. Denne praksis er dog ikke nedfældet nogen steder. I stedet findes et dokument på Københavns Kommunes (herefter KK) hjemmeside omkring rammer og retningslinjer vedr. lån af lokaler på Rådhuset. I dette dokument fremgår det tydeligt at medlemmer af Borgerrepræsentationen gratis kan låne lokaler på Rådhuset ”i forbindelse med afholdelse af gruppemøder, politiske forhandlinger og andre mødeaktiviteter, som direkte er relateret til det politiske hverv.” (jf. bilag 1: Retningslinjer for udlån af lokaler på Københavns Rådhus – uddrag). Da AMAs bryllupsreception ikke kan siges at have direkte relation til hendes politiske hverv, må det altså kunne konkluderes, at det ikke var i overensstemmelse med reglerne, da hun fik lov til at låne Rådhushallen gratis til et privat formål, hvilket Ankestyrelsen desuden slog fast i en undersøgelse lavet som følge af sagen i 2018 (Ishøy & Friberg, 2018).

Således er der ikke tale om en *Faux Pas* krise, som indledende antaget (jf. afsnit 1.2). Hvorvidt AMA er skyldig eller ej i at bryde reglerne, har ikke været fokus i denne opgave. I højere grad har fokus været på, hvorvidt hun eller andre aktører blev framet som skyldige i at sagen er endt, hvor den er, dvs. at de er skyldige i at der er sket noget forkert/ulovligt. Dog mener vi, at denne detalje er vigtig for forståelsen af opgaven og sagen, da AMA kontinuerligt holder ved, at hun var i sin ret til at låne lokalerne vederlagsfrit til sin bryllupsreception.

1.3 AFGRÆNSNING AF OPGAVERNS PROBLEMFELT

Opgavens problemfelt afgrænses på tre områder. For det første, behandler opgaven udelukkende casen om #Rådhusgate og afgrænser sig dermed fra andre cases vedr. skyldsframing på sociale medier. For det andet, beskæftiger opgaven sig med to sub-arenaer, nemlig AMAs og B.T.s offentlige Facebooksider og de opslag, som er lavet her i forbindelse med krisen samt de kommentarer, som blev lavet til disse opslag. For det tredje, fokuserer opgaven udelukkende på opslag lavet i perioden 11. september 2017 til 25. oktober 2017.

For at gøre det tydeligt hvad denne opgave afgrænser sig fra, bliver de forskellige afgrænsninger nedenfor uddybet. Disse afgrænsninger suppleres af vores metodiske afgrænsninger i afsnit (jf. afsnit 3.4.) Både afgrænsningerne af problemfeltet og af metoden har betydning for opgavens resultater. Denne betydning vil blive uddybet senere i vores kritiske refleksioner (jf. afsnit 5.1).

1.3.1 Casen #Rådhusgate

Opgavens problemfelt afgrænses først og fremmest til kun at omhandle casen #Rådhusgate. Dette er gjort for at kunne gå i dybden med casens aspekter, i særdeleshed den skyldsframing, som sker i forbindelse med casen. Dermed afgrænser opgaven sig fra andre cases omkring skyldsframing på sociale medier.

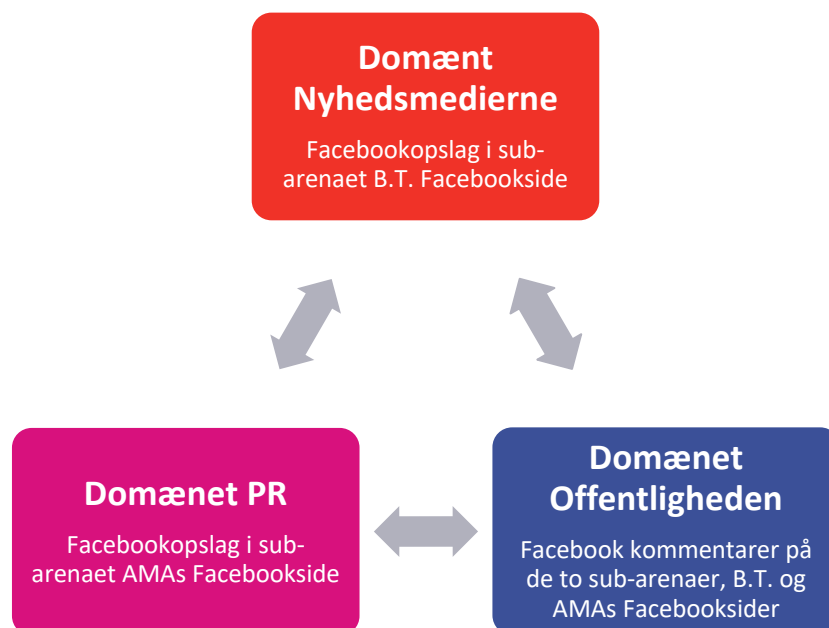
1.3.2 Domæner og sub-arenaer på Facebook

Vores kvalitative dataindsamling og -analyse er baseret på data indsamlet fra Facebook. Vi beskæftiger os med tre domæner: AMA, B.T. og Offentligheden, da vi mener, at disse er de tre mest relevante aktører i sagen. Facebook kan ses som en overordnet retorisk arena. Begge domæner, AMA og B.T.s Facebooksider, kan derfor ses som retoriske sub-arenaer, da de er områder, hvor man kan diskutere krisen (Coombs & Holladay, 2014). Vores data består af de opslag, som de to domæner lagde op i den valgte periode, og for B.T.s vedkommende også de tilhørende artikler. Domænet Offentligheden består af kommentarer fra de to sub-arenaer: AMAs og B.T.s Facebookprofiler.

Grunden til at vi valgte at kigge på casen gennem opslag og kommentarer på den retoriske arena Facebook skyldes, at Facebook er danskernes foretrukne sociale medie, som dagligt bliver brugt af 63% af danskerne (DR Medieforskning, 2018). Derudover bliver Facebook, som det eneste sociale medie, brugt flittigt af både AMA, B.T. og Offentligheden. Facebook er det eneste offentlige sociale medie, som AMA bruger til at kommunikere om krisen. I forhold til skyldsframingen ifm. krisen har vi desuden afgrænset os fra al anden kommunikation AMA eventuelt har lavet i forbindelse med krisen som f.eks. interviews i diverse medier.

Ved kun at bruge to sub-arenaer på ét socialt medie afgrænser vi os fra andre eventuelle frames i andre sub-arenaer, som f.eks. andre nyhedsmediers dækning digitalt samt fra opslag fra privatpersoner på Facebook og på andre sociale medier. Vi vurderede dog, at grundet Facebooks høje udbredelse i Danmark, gav det mening kun at fokusere på dette medie. Vi vurderede også, at det var tilstrækkeligt for vores opgave at begrænse os til to sub-arenaer, da vi mener, at de to udvalgte arenaer er de mest relevante aktører i sagen. AMAs Facebook-sides relevans i sagen er åbenlys, da AMAs kommunikation og framing af krisen er central for opgaven. Valget af B.T.s Facebookside som den anden sub-arena hviler på det grundlag, at B.T. var de første til at bringe historien om AMAs bryllupsreception, samt det faktum at AMA efter krisen stævnedes B.T. for injurier (Allerslev, 2018), hvilket antyder at AMA selv ser B.T. som en afgørende aktør i krisens

forløb og udfald. Derudover gjorde den flittige aktivitet på B.T.s Facebook-side det oplagt at kigge på nyhedsmediets framing af krisen.



Figur 1.1: Sammenhæng mellem domæner og sub-arenaer

1.3.3 Perioden

Opgavens primære formål er at undersøge skyldsframingen i de tre domæner inden for den specifikke tidsperiode, der hedder d. 11. september 2017 til d. 25. oktober 2017. Senere kommunikation fra både AMA og andre aktører er derfor uden for denne opgaves rammer. Valget af denne periode er baseret på det faktum, at sagen første gang nævnes af AMA i et Facebookopslag den 11. september 2017 og at AMA den 25. oktober 2017 vælger at fratræde sin stilling som borgmester. Det blev derfor vurderet, at den mest relevante skyldsframing af casen er blevet offentliggjort i denne periode. Efterfølgende artikler, opslag og kommentarer er derfor ikke en del af vores dataindsamling og ligger udenfor opgavens fokus. En enkelt undtagelse af denne afgrænsning er en podcast som AMA medvirkede i nogle måneder efter krisen, hvor hun forklarede nogle af de tanker som lå bag den kommunikation, som blev ført af hende og hendes stab. Denne podcast indgår ikke i dataindsamlingen, men bruges som supplement til at forstå AMAs valg af krisekommunikation.

1.4 INTRODUKTION TIL #RÅDHUSGATE

1.4.1 September 2017

1.4.1.1 *Det første opslag*

Den 26. august 2017 blev Beskæftigelses- og Integrationsborgmester AMA gift med Christian Beyer Tarp. Efterfølgende holdt brudeparret deres bryllupsreception i Rådhushallen på Københavns Rådhus (Dreyer, 2017). To uger senere lavede AMA et opslag på sin offentlige Facebookprofil om, at dagbladet B.T. dagen efter ville bringe en historie omkring hendes bryllupsreception (jf. bilag 2A: Første opslag). Her forklarede AMA, at hun havde betalt for al forplejning i forbindelse med bryllupsreception og at alle regler i forbindelse med denne i øvrigt var blevet overholdt. Blandt kommentarerne til opslaget var en kommentar fra De Radikales formand Morten Østergaard, som skrev: *"Du har som altid styr på det hele Anna"* (jf. bilag 3: Morten Østergaards kommentar til AMAs første opslag).

1.4.1.2 *#Rådhusgate udvikler sig*

Dagen efter, den 12. september, skrev B.T. tre artikler vedr. AMAs bryllupsreception, som blev lagt på Facebook. B.T. kritiserede overordnet set AMA for at have lånt lokalerne gratis, da man normalt betaler DKK 65.000 for at leje Rådhushallen til et dagsarrangement (jf. bilag 5: Prisliste for lån af lokaler på Københavns Rådhus). I den første artikel udtaler tre eksperter i forvaltningsret, at AMA har overtrådt de gældende regler vedr. lån af Rådhushallen (Kronberg & Ishøy, 2017a), den næste artikel fremlægger en detaljeret plan over AMAs bryllupsreception (Kronberg & Ishøy, 2017b) og i den tredje artikel udtaler politiker Rikke Lauritzen (EL) sig kritisk overfor AMAs handlinger (Brandsen, 2017a). Den 13. september laver AMA endnu et Facebookopslag, hvor hun informerer om, at hun har valgt at tilbagebetale DKK 17.316, 25 for den offentlige reception, som blev afholdt på Rådhuset i forbindelse med hendes 30-års fødselsdag tilbage i 2014 (jf. bilag 2.B: Andet opslag). Samme dag følger B.T. op på denne historie med at skrive, at denne tilbagebetaling sker som følge af, at B.T. har fået agtindsigt i kommunens udgifter i forbindelse med fødselsdagsreceptionen (Kronberg, Ishøy, & Brandsen, 2017a). Senere på dagen har B.T. også bragt to andre artikler, som de deler på Facebook, nemlig historien om at AMA bookede lokalerne til bryllupsreceptionen et år i forvejen for at sikre, at de var ledige (Ishøy & Kronberg, 2017), samt en historie om, at Københavns Kommune nu strammer op på reglerne som følge af sagen (Kronberg & Ishøy, 2017c). 14. september får B.T. endnu engang en ekspert til at udtale sig om sagen. Denne gang udtaler eksperten, formand for Transparency International Christian Ougaard, at AMAs handlinger stemmer overens med definitionen for korruption (Kronberg, Ishøy, & Brandsen, 2017b). Den 20. september offentliggøres der på B.T.s Facebookside et opslag, som deler en artikel om, at AMA to måneder før kommunalvalget har valgt at udskifte sin pressechef (Brandsen, 2017b). 22. september bringer B.T. endnu et opslag, som refererer til en artikel om, at den radikale politiker Henrik

Nord har valgt ikke at holde sin fødselsdagsreception på Rådhuset som følge af den megen negative omtale, der har været om AMAs bryllupssag (J. V. Larsen, 2017).

1.4.2 Oktober 2017

1.4.2.1 Øens Murerfirma

Den 5. oktober kommer det frem, at AMA i 2014 lånte lokaler gratis af Øens Murerfirma i forbindelse med sin 30-års fødselsdag. Øens Murerfirma er en tæt samarbejdspartner med AMAs forvaltning og laver renoveringsopgaver for Københavns Kommune. To eksperter i forvaltningsret udtaler sig om sagen til B.T., og de mener begge, at AMAs lån af lokalerne strider med de forvaltningsregler, som en borgmester er underlagt i forbindelse med modtagelsen af gaver fra samarbejdspartnere (Ishøy, 2017b).

1.4.2.2 Reaktion efter 3-ugers tavshed

Efter tre ugers tavshed omkring krisen lægger AMA den 6. oktober et nyt opslag på Facebook (jf. bilag 2.C: Tredje opslag). I dette opslag fortæller AMA, at hun har printet al dokumentation, som B.T. har efterspurgt og har svaret på alle deres spørgsmål. I opslaget er der desuden et billede fra optagelserne af en video, hvor AMA svarer på B.T.s spørgsmål. I denne video stiller journalist fra B.T., Søren Kjellberg Ishøy, AMA spørgsmål om sagen og de tanker som lå til grund for hendes beslutninger (Ishøy, Friberg, & Krog, 2017). Dette opslag er langt fra det første på AMAs Facebookside siden opslagene omkring sagen tilbage i midten af september. Siden da har AMA nemlig ført valgkamp og lægger ofte opslag op vedr. sine fremtidige ønsker for København (Allerslev, 2017).

D. 6. oktober lægger B.T. et opslag med en artikel op, som handler om, at AMA har glemt at betale skat. En kritik som dog afvises af Københavns Kommune og AMA selv (Ishøy, 2017a). B.T. fastslår i artiklen, at AMA burde have betalt skat af værdien af de lokaler, som hun lånte gratis af Øens Murerfirma i forbindelse med sin 30-års fødselsdag i 2014 (Ishøy, 2017a). Dette bakkes op af de samme to eksperter, som dagen før understregede, at det var imod reglerne, da AMA lånte lokalerne gratis af en af kommunens samarbejdspartnere (Ishøy, 2017b).

1.4.2.3 Kritiseret kampagnevideo om 32 spørgsmål

Som nævnt ovenstående bruger AMA i løbet af september og oktober måned meget tid på sin valgkamp, og lægger ofte opslag op vedrørende sine planer for København på sin Facebookside. Den 15. oktober lægger hun dog en video op, som får en del mere omtale end de andre opslag. I denne video svarer AMA på ”32 spørgsmål jeg normalt ikke får” mens hun går igennem København. Denne video fik en del kritik efterfølgende bl.a. blev den nævnt i et opslag fra B.T. og i en tilhørende artikel (Bjørnager & Dreyer, 2017). I denne

artikel stilles der spørgsmålsteget ved, hvilken relevans de mange forskellige spørgsmål har for Københavns fremtid. AMA forklarer selv, at videoen var et forsøg på at gøre op med at hun ikke var så *”poleret og perfekt”*, som mange troede (Bjørnager & Dreyer, 2017).

1.4.2.4 Anna Mee Allerslev betaler for lejen af Rådhushallen

Få dage efter kampagnevideoen lægger AMA endnu et opslag på Facebook. Her skriver AMA, at hun har lyttet til den kritik, der har været, og at hun er blevet klogere. AMA vælger derfor at betale de DKK 65.000 for lejen af Rådhushallen. AMA indrømmer her, at hun har været for fokuseret på at have overholdt reglerne, og derfor har overset sagens moralske aspekt (jf. bilag 2. D: Fjerde opslag)

1.4.2.5 84 spørgsmål fra Beskæftigelses- og Integrationsborgmesteren

Senere samme dag lægger B.T. en video på Facebook, som lister de 84 spørgsmål, som AMA stillede til embedsværket på Københavns Rådhus i forbindelse med bryllupsreceptionen. Spørgsmålene ruller henover skærmen akkompagneret af melodien til børnesangen 'Spørge Jørgen' spillet på orgel (B.T., 2017e). Denne video lægges op på B.T.s Facebookside igen den 19. og den 20. oktober i samme format (B.T., 2017a, 2017d).

1.4.2.6 ”Nu begynder støtten til R-borgmester at smuldre.”

Ovenstående citat stammer fra en artikel, som B.T. lægger op den 21. oktober, som handler om at Randi Hjortholm (R) har valgt at tage afstand fra AMA på grund af den måde hvorpå AMA *”forvalter sine muligheder og magt på”* (Skrydstrup, 2017). Den 24. oktober vælger de Radikales formand i Hovedstaden, at trække sig, da han ikke længere kan stå inde for, at AMA *”har prioriteret at bruge sin tid på interne intriger i partiet og på systematisk og med talløse løgne at underminere partiforeningens demokratiske strukturer og beslutningsgange”* (Boas, 2017). AMA afviser i den forbindelse, at hun vil gå af som borgmester (Ritzau, 2017b). Samme dag kommer det frem i en B.T. artikel, at formanden for De Radikales kampagneudvalg en måned tidligere valgte at trække sig som følge af AMAs virke som spidskandidat og den politiske kultur, som hun spredte omkring sig (Abildgaard, 2017). Som nævnt kommenterede De Radikales formand Morten Østergaard på AMAs første opslag, og skrev at hun havde *”styr på det hele”* (jf. bilag 3). Den 24. oktober indrømmer Østergaard dog, at der var tale om en kæk bemærkning fra hans side. Han fastholder, at alle regler er overholdt fra AMAs side, men mener at mange ting kunne være gjort anderledes (Ritzau, 2017a).

1.4.2.7 Anna Mee Allerslev svarer på spørgsmål

Den 24. oktober skriver AMA et langt opslag på Facebook, hvor hun svarer på syv spørgsmål, som hun har fået i forbindelse med sagen. Her fortæller AMA også, at hun har valgt at betale for lejen af lokalet, at hun er utrolig ked af sagen, og at hun ville ønske, at hun havde betalt for lejen af Rådhushallen fra starten. AMA lover i opslaget at svare på flere spørgsmål, som brugerne eventuelt skulle have (jf. bilag 2.E: Femte opslag)

1.4.2.8 Anna Mee Allerslev går af

D. 25. oktober 2017 bringer B.T. fra morgenstunden en historie om, at AMA har hjulpet Øens Murefirma med at få en byggetilladelse. Ekspert udtaler, at denne sag giver indtryk af nepotisme (Friberg & Ishøy, 2017). Samme morgen bringer B.T. en historie om, at Charlotte Fischer (R) mener, at AMA bør trække sig som borgmester (Hansen, 2017). Kl. 10:53 udsender AMA en besked på sin Facebookside om, at hun indkalder til pressemøde på Rådhuset kl. 13:30 hvor hun trækker sig som borgmester (jf. bilag 2.F: Sjette opslag). B.T. sender live fra pressemødet (B.T., 2017c).

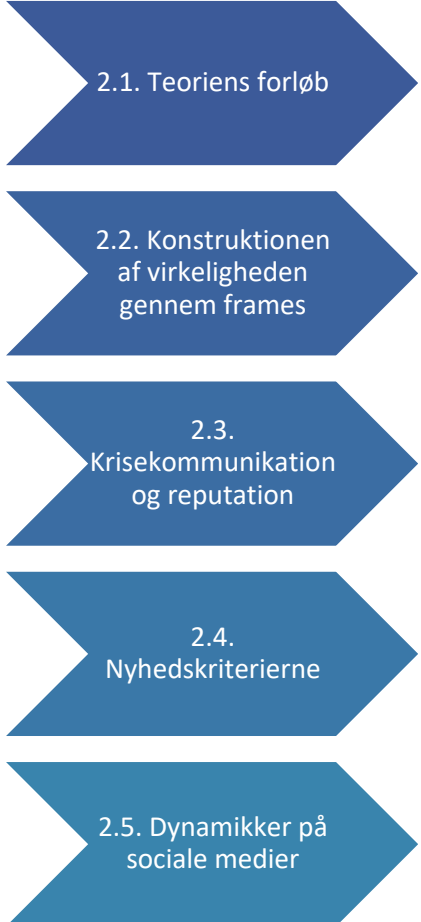
1.4.3 Timeline over AMA og B.T.s kommunikation i #Rådhusgate



Figur 1.2: Oversigt over #Rådhusgate, baseret på vedlagte Excel-fil 1

Kapitel 2

Teoretiske fundament



2.1. Teoriens forløb

2.2. Konstruktionen
af virkeligheden
gennem frames

2.3.
Krisekommunikation
og reputation

2.4.
Nyhedskriterierne

2.5. Dynamikker på
sociale medier

2.1 TEORIENS FORLØB

Formålet med vores teoriafsnit er at etablere en teoretisk ramme, som vores dataindsamling kan placeres i for at besvare vores problemformulering. Først vil vi gennemgå emnet framing, da framingteorien er central for besvarelsen af vores problemformulering, da den danner grundlaget for at analysere, hvordan skyldsframingen i krisen fordeles blandt vores seks udvalgte frames. Begrebet framing er også centralt for vores videnskabsteoretiske udgangspunkt (jf. afsnit 3.2), da denne teoretiske gren beskæftiger sig med, hvordan den sociale virkelighed konstrueres gennem måden, vi taler om ting på.

Efter gennemgangen af framing går afsnittet videre til teori om krisekommunikation. Krisekommunikation kan ses som en framingmekanisme (Coombs, 2007) hvorfor dette afsnit naturligt ligger i forlængelse af afsnittet om framingteori. Vi bruger afsnittet om krisekommunikation til at få defineret de forskellige krisekommunikationsstrategier, som AMA kan siges at gøre brug af i sin krisekommunikation på Facebook. Vi anser hendes krisekommunikation som et forsøg på at frame situationen, og denne teori hjælper derfor til at forklare hvorfor hun agerer, som hun gør.

Dernæst vil teori om nyhedskriterierne blive gennemgået. Vi benytter nyhedskriterierne til at forklare, hvorfor B.T. agerer som de gør i sagen, altså hvorfor de bringer sagen op til at starte med, og hvorfor den efterfølgende frames, som den gør.

Vores dataindsamling blev foretaget på Facebook, og vi anser det derfor for værende relevant at dykke ned i teorifeltet om sociale medier og de dynamikker, som optræder her, da det kan have haft indflydelse på den måde hvorpå hhv. AMA, B.T. og Offentligheden har framet sagen. I dette afsnit vil der blive gennemgået *electronic word-of-mouth*, shitstorms samt nogle af de andre mekanismer på sociale medier, som gør sociale medier anderledes end traditionelle medier. Herunder gennemgås ekkokamre og filterbobler, da de sociale medier i høj grad er med til at skabe disse. Vi mener at AMA og B.T.s Facebooksider kan ses som værende ekkokamre, og det er derfor relevant for vores analyse at medtage dette aspekt, da det kan have haft betydning for modtagelsen af både AMAs og B.T.s framing af krisen.

2.2 KONSTRUKTIONEN AF VIRKELIGHEDEN GENNEM FRAMES

Inden for emnet at konstruere den sociale virkelighed er to begreber meget nærliggende: *agenda setting* og *building* samt framing. Igennem tiden har de to begreber udviklet sig sideløbende. De har med tiden fået mange af de samme karakteristika, og derfor er der i dag mange teoretikere, som mener, at begreberne er stort set identiske (Schultz, Kleinnijenhuis, Oegema, Utz, & van Atteveldt, 2012). En skelnen mellem agenda og frame kan være svær at finde, men Schultz et al. (2012) beskriver framing som en mere raffineret version af *Second order-agenda building* og *setting*, hvor der fokuseres på objekter og deres attributter (altså evalueringer) (Schultz et al., 2012). McCombs har i samme tråd kaldt *second-order agenda setting for frame setting* (Hallahan, 1999). Det er denne gren af teorien, som vi anser for nært beslægtet med framing givet deres

store ligheder og ofte ensartede definitioner, og grundet at *second-order* også indeholder *first-order agenda setting*, vil disse kort beskrives, men efterfølgende vil framing teorier udelukkendes anvendes.

2.2.1 Agenda setting og building igennem tiden

Begrebet *agenda-setting* har med tiden udviklet sig og omfatter i dag populært tre niveau: *first-*, *second-* og *third-order agenda building* (Goi & McCombs, 2016; Schultz et al., 2012). *First-order agenda setting* kan groft beskrives ved spørgsmålet: "*What are the pictures about?*" (Goi & McCombs, 2016), og omhandler hvordan massemedierne bestemmer, hvad offentligheden skal tænke på (Carroll & McCombs, 2003). McCombs & Shaw (1972) fremsætter som nogle af de første idéen om, at massemedierne har indflydelse på, hvad offentligheden anser som betydningsfuldt (i dag kendt som *first order agenda-setting*) (Goi & McCombs, 2016; McCombs & Shaw, 1972). Siden McCombs & Shaw (1972) er *first order agenda-setting* effekter blevet dokumenteret i mere end 300 undersøgelser, og der er i dag forholdsvis bred enighed om en korrelation mellem at massemediernes agenda påvirker offentlighedens agenda (Carroll & McCombs, 2003). *Second-order agenda setting* kan beskrives ved spørgsmålet: "*What are the most prominent attributes of these pictures?*" (Goi & McCombs, 2016)" og omhandler hvilke attributer, der tillægges de objekter, som er på den offentlige agenda. Med andre ord omfatter begrebet både, hvad der er på den offentlige agenda, og hvordan der tales om dem. *Third-order agenda-building* kan beskrives ved spørgsmålet: "*What are the pictures?*" (Goi & McCombs, 2016). Vi er klar over at dette niveau findes, men det er ikke noget, som vi går i dybden med i opgaven.

2.2.2 Framings udvikling

I samme periode som McCombs & Shaw (1972) skrev Erving Goffman (1974) et af de mere kendte værker om framing: 'Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience'. Bogen omhandler framing på individ plan, og hvordan individer organiserer deres oplevelser. Goffman (1974) introducerer individets forståelse af begivenheder som værende baseret på *primary frameworks* eller *schemata of interpretation*, dvs. en form for grundlæggende forståelsesramme, og lagde dermed nogle af grundstenene til moderne framing-teori. Frames introduceredes altså indledningsvis af Goffman (1974) som et redskab, som individer bruger til at give begivenheder mening (Benford & Snow, 2000), og anses stadig i dag som relevant af Druckman (2001), som kalder dem for *frames in thought*.

Robert Entman har været en indflydelsesrig kraft inden for udviklingen af framing. I 1989 fremsætter han idéen om, at man kan forsøge at påvirke, hvad folk tænker på ved at fremhæve nogle ting og udelukke andre. Dermed menes ikke, at man kan påvirke, hvilke konklusioner folk drager, men at man som minimum kan påvirke, hvilke ting de tænker på. Hvilke tanker og konklusioner folk så internaliserer afhænger

af individuelle *schemata*, dvs. deres egne forståelsesrammer. Igen i 1993 videreudvikler han feltet med en tekst, som forsøger at samle det dengang spredte framingparadigme. Her definerer han framing som:

“To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described”

(Entman, 1993, s. 52)

Denne definition vil vi fortløbende bruge som reference. Især det at fremme en skyldsforklaring i en sag relaterer sig i høj grad til vores problemformulering, som handler om skyldsframingen, altså hvem der er skyldig i at sagen er endt der, hvor den er, i forløbet.

2.2.3 Modtagerens frames vs. afsenderens

En modtagers opfattelse af hvor fremtrædende idéer er i en tekst afhænger i høj grad af modtagerens egne *schemata*, altså forståelsesramme (hos Druckman (2001): *frames in thought*), hvorfor man ikke nødvendigvis kan regne med at en afsenders framing af et emne i en tekst modtages på samme måde af modtager (Entman, 1993). Goi & McCombs' bog fra 2016 fremlægger en god pointe: at journalister således forsøger at benytte frames, som passer med modtagerens *schemata*, en pointe som Entman (1993) selv delvist berører ved at bemærke, at et frame kan blive så bredt anerkendt, at et forsøg på at udvide framen vil ses som at afsenderen er utroværdig. Hallahan (1999) påpeger desuden at det er vigtigt at have *“common frames of reference about topics or issues of mutual concern (...) for effective relations to be established.”* (Hallahan, 1999, s. 207), en pointe som understøtter vigtigheden af at have fælles frames hos afsender og modtager.

2.2.4 Typer af frames

Hallahan (1999) har fundet, at der i litteraturen findes mindst syv forskellige slags framing: *“framing of situations, attributes, choices, actions, issues, responsibility, news”* (Hallahan, 1999, s. 209). Især *framing of situations, attributes og responsibility* er relevant for vores case.

Hallahan (1999) opsummerer *framing of situations*, som framingen og konstruktionen af virkeligheden gennem brug af sproget og interaktioner imellem mennesker, et syn som er meget lig konstruktionsprocessen (jf. figur 3.1) præsenteret af Berger & Luckmann (1992) og Goffman (1974)'s frames som *schemata of interpretation* dvs. en kontekst for forståelse af verden.

Hallahan (1999) opsummerer ligeledes *framing of attributes* som værende beslægtet med *second-order agenda setting (frame setting)*. Her nævnes at foruden massemediernes evne til at sætte den offentlige agenda (*salience of topics*), omfatter frame setting også det at: *“create specific knowledge of attributes*

related to issues and people, such as political candidates” (Hallahan, 1999, s. 213), dvs. at knytte bestemte attributter til de emner, som medierne tager op.

Framing of responsibility er rodfastet i individers behov for at forstå, hvorfor ting sker, Ansvarspåbyggelsen afspejler ikke nødvendigvis den fysiske virkelighed, altså hvad der egentlig er sket i en sag, og kan i mange tilfælde blive forvrænget af måden, den fremlægges på (Hallahan, 1999). Nyhedsmedierne vil oftest lave *episodic framing* (storytelling baseret på personer eller individuelle begivenheder) i deres nyheds historier, fordi det menes, at læsere er mere interesserede i at læse om konkrete mennesker og episoder end generelle samfundstendenser (*thematic framing*). Her kan drages en parallel til nyhedskriterierne, hvor historier med elementer af *Personalisation* og *Identification* ofte vinkles på denne måde (jf. afsnit 2.4). Det er altså ikke utænkeligt, at det kan være tilfældet, at folk gerne vil læse den slags historier. En ulempe herved er, at offentligheden ofte ikke føler sig ansvarlig for samfundsmæssige problemer, da ansvaret allerede er blevet pålagt personerne i nyhederne, uagtet om de er bagmændene (Hallahan, 1999). En anden ulempe er også at enkeltpersoner kan blive udlagt som bagmændene i en sag, som i virkeligheden handler om et generelt samfundsmæssigt problem.

2.2.5 Framing i en krisesituation

Ovenstående afsnit har handlet om framing generelt, men nedenstående vil specifikt omhandle framing i en krisesituation. Coombs (2007) påpeger, at de frames brugt i nyhedsmedierne i en krisesituation oftest er dem, som stakeholders vil adoptere, hvorfor det kan være vigtigt for organisationer i krise at få fortalt deres side af historien til pressen. Der kan opstå fiasko i framing af krisen, hvis nyhedsmedierne ikke vil acceptere organisationens framing og insisterer på at bruge en anden frame, i hvilket tilfælde at stakeholders vil modtage konkurrerende frames. I en situation med konkurrerende frames vil stakeholders oftest vælge at tro på frames fra den kilde, som de finder mest troværdig, en påstand som Schultz, Utz, & Göritz (2011) ligeledes understreger i deres artikel om, at det handler om mediet og ikke budskabet. I sådan et tilfælde bliver organisationen tvunget til at operere inden for de traditionelle mediers frames (Schultz et al., 2011). I situationer, hvor der ingen tydelige framing er, vil det være nemmere at etablere egen frame, hvorfor der kan være en fordel i at være den første til at frame en situation (Coombs, 2007). Entmann (1993) nævner desuden at politikere konkurrerer med andre politikere og med journalister over *news frames*.

Især i en krisesituation er det vigtige med fælles frames for at kunne skabe en *frame alignment* for at undgå at krisen eskalerer. van der Meer et al. (2014) undersøger sammenspillet mellem domænerne PR, nyhedsmedierne og Offentligheden i en krisesituation. De har fundet, at der i en krisesituation opstår forskellige frames i de forskellige domæner, som følge af forskellige *sense-making* processer. Professionelle (PR) og journalister (nyhedsmedierne) vil basere holdninger på eksterne *cues* og Offentligheden vil søge mening efter deres personlige fortolkninger og identiteter. Med de sociale mediers fremkomst har Offentligheden fået magten til at deltage i krise *frame building* ved at introducere nye og andre attributter til krisen, noget

som især er afgørende i de første stadier af krisen, hvor Offentligheden ikke har al information endnu. Her vil de typisk basere deres holdninger på personlige antagelser. Efter fasen, hvor de forskellige frames er blevet bygget i deres respektive domæner, vil de mødes på 'platforme' givet af medierne, f.eks. de sociale medier og i nyhedsmedierne. For at løse krisen og desuden undgå at den eskaleres, er det vigtigt at disse frames *alignes* (ensartes) igennem en kollektiv sense-making proces. Dette kan ske ved at de forskellige domæner interagerer og ensarter deres diskurser. Van der Meer et al. (2014) påviser dog også at disse frames vil *de-alignes* (uensartes) over tid.

Etter & Vestergaard (2015) har lavet en lignende undersøgelse af framing i en krisesituation imellem nyhedsmedierne, corporate communications, NGO'er og Facebook brugere. De fandt, at selvom der findes separate frames på Facebook lavet af brugerne, så har medierne en tydeligt stærkere diskursiv kraft og dermed indflydelse på framingen af krisen. De argumenterer ligeledes for, at det kan være tilfældet, at der findes et bi-direktionelt forhold imellem nyhedsmedierne og de sociale medier, således at nyhedsmediernes *crisis framing* opfanges af de sociale medier og nyhedsmedierne ligeledes opfanger de frames, som er på de sociale medier, som giver anledning til en styrket framing af nyhedsmediernes originale indhold.

2.3 KRISEKOMMUNIKATION OG REPUTATION

Vi etablerede indledningsvis i denne opgave, at der er tale om en krise (jf. afsnit 1.2.3), hvor organisationen AMA er centrum. I det følgende afsnit vil vi først opridsе feltets historie, sætte *reputation* i en krisekommunikationskontekst og dernæst gennemgå Coombs (2007) SCCT-model.

2.3.1 Udviklingen af guidelines til krisekommunikation

William Benoit lægger i 1994 grundstenene til Timothy Coombs' *situational crisis communication theory* (SCCT). Baseret på Benoit (1994) samt Allen & Caioullets (1994) artikel om *impression management* i en krise, udgiver Coombs i 1995 sin første artikel om krisekommunikationsstrategier. Allerede her fremsætter han, at måden hvorpå man kan håndtere en krise, er ved at beskytte organisationens image (kaldet reputation i dag). En tommelfingerregel er, at jo større skyld offentligheden tillægger organisationen, jo større en trussel er der imod organisationens *reputation* (herefter omdømme). Måden hvorpå organisationens omdømme beskyttes gøres ved at påvirke offentlighedens opfattelse af ansvaret for krisen, dvs. ved at nedspille ansvaret, ved brugen af bestemte strategier, herunder: "*nonexistence, distance, ingratiation, mortification and suffering* (Coombs, 1995, s. 450)".

Krisekommunikation har traditionelt haft et meget afsender-orienteret fokus, men for nylig er forskere begyndt at undersøge, hvordan denne krisekommunikation rent faktisk modtages af afsendere (Coombs & Holladay, 2014). En måde at undersøge hvordan krisekommunikationen modtages, er ved at kigge på

offentligt tilgængelige beskeder på sociale medier, f.eks. posts, og derved vurdere om kommunikationen har den ønskede effekt eller om der opfordres til boykots osv. (Coombs & Holladay, 2014). Coombs & Holladay (2014) argumenterer for, at den retoriske arena på sociale medier er delt op i sub-arenaer, som kan indeholde meget forskellige mennesker med forskellige holdninger og modtagelser af krisekommunikationen. Det er derfor vigtigt at holde øje med den offentlige stemning ift. krisekommunikationen, især blandt loyale støtter, som ofte kan findes på organisationsejede kanaler (Coombs & Holladay, 2014).

2.3.2 Omdømme og krise

Formålet med Coombs (2007) SCCT-framework er at forsøge at mindske skaden på en virksomheds omdømme i en krisesituation. Coombs (2006) mener, at formationen af omdømme i høj grad er baseret på tre kilder: stakeholders interaktioner med organisationen; information formidlet af nyhedsmedierne og *word-of-mouth* (Coombs, 2006), herunder også kommentarer på sociale medier, der kan betegnes som eWOM (jf. afsnit 2.5.3) (Coombs & Holladay, 2014). Dog nævner Coombs (2007) også at i de fleste tilfælde, så vil stakeholders lære om en krise via de traditionelle medier.

En organisations omdømme kan akkumuleres over tid som en form for *reputational capital*. I praksis kan det fungere som en buffer i en krisesituation, hvilket kan betyde at en organisation lider mindre skade og kommer sig hurtigere efter krisen (Coombs, 2007). Jo mere positivt et billede offentligheden har af organisationen inden en krise, jo mere tilbøjelige er de også til at de vil se bort fra negativ information (og måske endda forsvare virksomheden under en krise (Coombs & Holladay, 2014; Peters, Chen, Kaplan, Ognibeni, & Pauwels, 2013)).

2.3.3 Situational Crisis Communication Theory

Siden fremkomsten af Coombs' (1995) første samling af empirisk-baserede krisekommunikations guidelines (SCCT) er hans teori blevet videreudviklet. Hans grundlæggende antagelser drejer sig fortsat om, at en krise kan have negativ indflydelse på en organisations omdømme, hvilket derefter kan have indflydelse på organisationens stakeholders interaktioner med organisationen, herunder f.eks. købsintentioner (Coombs, 2007). Et skadet/dårligt omdømme, som resultat af at stakeholders finder organisationen skyldig i krisen, kan også betyde at stakeholders tager afstand fra virksomheden og endda begynder at sprede negativ WOM. Jo mere negativt en organisations omdømme er, desto mindre sandsynligt er det at stakeholders vil støtte organisationen (Coombs, 2007).

Coombs' artikel fra 2007 indeholder bl.a. et framework, *Crisis Situation Model of SCCT*, som skal benyttes til at tilnærme sig en forudsigelse af stakeholders' *behavioural intentions* ud fra krisen og andre væsentlige faktorer, herunder: *crisis responsibility*, *crisis history*, *prior relationship reputation*, *organizational reputation*, *crisis response strategies* og *emotions*. Modellens grundtanke, ligesom resten af Coombs' SCCT,

er, at man ved at forstå krisesituationen kan afgøre, hvilken krisekommunikationsstrategi man skal bruge for at forsøge at minimere skaden på *reputation* (Coombs, 2007). Måden man vurderer krisen på er at ved først at evaluere den potentielle skade på omdømmet ud fra tre faktorer: "(1) *initial crisis responsibility*, (2) *crisis history* and (3) *prior relational reputation*. (Coombs, 2007, s. 169)" og derefter vælge en kriseresponsstrategi. Krisetypen og den deraf senere afledte krisekommunikationsstrategi kan ses som en framingmekanisme (Coombs, 2007; Wu & Choy, 2018).

2.3.3.1 Krisetype

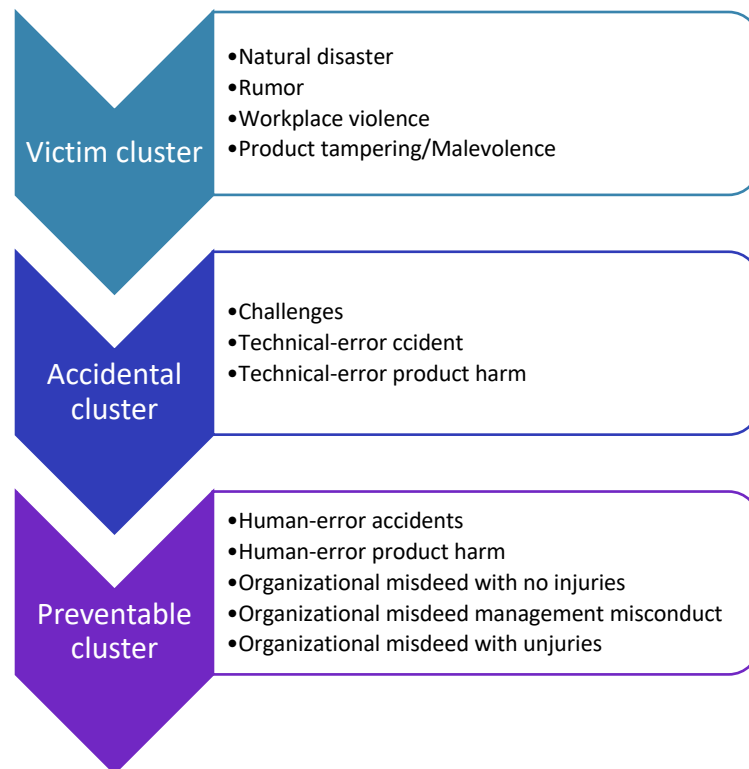
Først trin er, som nævnt ovenfor, at fastlægge *Initial crisis responsibility*. Denne relaterer sig til i hvor høj grad stakeholders mener at organisationen er ansvarlig for krisen (Coombs, 1995). Jo højere grad af ansvar, der tillægges organisationen, jo højere trussel til dens omdømme.

Originalt, udviklede Coombs & Holladay (1996) et framework matrix til vurdering af krisetype, baseret på *external control* (også omtalt som *locus of control* (Coombs, 1995)) og *intentionality* hvori fire krisetyper findes: *faux pas*, *terrorism*, *accidents* og *transgressions*. Det kan formodes at Coombs' (2007) tre nye krisetype clusters: *victim cluster*, *accidental cluster* og *preventable cluster* (jf. figur 2.1), er en videreudvikling af disse fra 1996. Krisetype klyngerne går fra lav til moderat til alvorlige attributioner af kriseansvar og dermed trussel på omdømmet.

Victim cluster omfatter krisetyper, hvori organisationen selv også er offer for krisen. Eksempler herpå kan være *natural disaster*, *rumor*, *workplace violence* og *product tampering/malevolence*. Alle i denne kategori er sket som resultat af en begivenhed, som er ude af virksomhedens kontrol. Givet at organisationen selv er offer i krisen, vil der typisk være en lav attribution af ansvar og dermed en lav trussel på omdømmet.

Accidental cluster omfatter krisetyper, som organisationen selv har været skyld i, selvom det var utilsigtet. Coombs (2007) nævner, at det er: *challenges*, *technical-error accident* og *technical-error product harm*. Givet at virksomheden har et vist niveau af ansvar over handlingerne, pålægges et minimalt kriseansvar, og dermed en moderat trussel på omdømmet.

Preventable cluster omfatter krisetyper, hvori organisationen velvidende foretog upassende handlinger, anbragte folk i risikopositioner eller brød love. Herunder falder typerne: *human-error accidents* og *human-error product harm*. Denne kategori minder om arbejdsulykkerne og produktionsfejlene i ovenstående *accidental cluster*, dog bidrager *human-error* til at krisetypernes ansvar intensiveres. Desuden findes typerne: *Organizational misdeed with no injuries*, *organizational misdeed management misconduct* og *organizational misdeed with injuries*. Generelt under *organizational misdeed* er stakeholders blevet ført bag lyset/skadet eller love blevet brudt af management, vidende at det var farligt eller ulovligt. Denne type medfører den højeste attribution af kriseansvar og derfor den højeste trussel på omdømmet.



Figur 2.1: Coombs (2007) s. 168 – SCCT crisis types by crisis clusters

2.3.3.2 Intensiverende faktorer

Andet trin er at se på intensiverende faktorer som *crisis history* og *prior relationship* (Coombs, 2007). *Crisis history* betyder, at hvis en organisation tidligere har været udsat for en lignende krise, så vil den blive pålagt større ansvar og derfor vil få større skade på sit omdømme end virksomheder som ikke har lignende forhold. *Prior relationship* dækker over, at en organisation som før i tiden har behandlet stakeholders dårligt ligeledes vil få større skade på sit omdømme end organisationer med neutrale/positive forhold til sine stakeholders.

2.3.3.3 Kriseresponsstrategi

Krisekommunikationsstrategierne afhænger i høj grad af organisationens og stakeholderernes opfattelse af skyld i situationen. Jo mere imødekommende strategierne er, desto større grad af ansvar ses organisationen for at acceptere. Hvis der er tale om en stor *reputational threat*, anbefaler Coombs (2007), at man benytter en strategi, som accepterer ansvaret for krisen og dermed er imødekommende.

Coombs (2007) fremsætter et sæt af primære og sekundære kriseresponsstrategier (jf. figur 2.2), hvor de primære dækker over *deny-*, *diminish-* og *rebuild crisis response strategies*. Det nævnes, at det er vigtigt, at man ikke blander dem for meget, da det kan fjerne effektiviteten.

Under *Deny crisis response strategies* ligger: *attack the accuser*, *denial*, *scapegoat*. *Attack the accuser* går i sin enkelthed ud på at konfrontere den/dem, som mener, at der er blevet gjort noget forkert. *Denial* går ud på at man benægter, at der er nogen krise til at starte med. *Scapegoat* går ud på at man lægger skylden for krisen på en person eller gruppe uden for organisationen. *Deny* strategier forsøger generelt at etablere en krise-frame, som går ud på at fjerne enhver forbindelse imellem organisationen og krisen (Coombs, 2007). Denne strategi kan være utrolig effektiv i de tilfælde, hvor der ikke er nogen krise eller at organisationen ikke er involveret. Såfremt stakeholders, inklusivt nyhedsmedierne, accepterer denne framing får organisationen ingen *reputational* skade.

Under *Diminish crisis response strategies* forekommer *excuse* og *justification*. *Excuse* handler om, at man forsøger at minimere organisatorisk ansvar ved at sige, at man enten ikke havde til hensigt at gøre skade eller ikke kunne styre de omkringliggende faktorer ved krisen. *Justification* strategien går ud på at minimere skaden forårsaget af krisen. I denne kategori forsøger organisationen at frame situationen som ikke værende så slem, som folk tror, dog er *diminish* frames mest effektive når de *reinforcer* allerede eksisterende frames og det kan være svært at få stakeholders til at adoptere en ny frame, hvis der allerede eksisterer en (Coombs, 2007).

Endelig *Rebuild crisis response strategies*, hvor *compensation* og *apology* ligger. *Compensation* strategien går ud på at give penge eller anden kompensation til ofre. *Apology* går ud på at organisationen tager fuldt ansvar for krisen og søger tilgivelse hos stakeholders. Coombs (2007) nævner at *rebuild* strategier er effektive til at forbedre omdømmet, men kan også være dyre, og der er ingen forskning, som påviser at det nødvendigvis er bedre at benytte en over-imødegående strategi, tværtimod så kan det desuden få stakeholders til at tro at situationen er værre end den egentlig er, hvis organisationen leder an med en meget imødegående respons.

De sekundære kriseresponsstrategier dækker over *bolstering crisis response strategies*, herunder *reminder*, *ingratiation* og *victimage*. De sekundære strategier skal gerne bruges i kombination med en af de tre primære strategier. *Reminder* er en *bolstering* strategi, som skal minde stakeholders om organisationens tidligere gode gerninger. *Ingratiation* roser stakeholders og/eller minder dem om det gode organisationen har gjort før i tiden. *Victimage* minder stakeholders om at organisationen også er et offer for krisen. Det er især managers med positive forhold til stakeholders, som kan drage på *goodwill* i en *bolstering* strategi.



Figur 2.2: Coombs (2007) s. 170 – SCCT crisis response strategies

2.3.4 Sociale mediers implikationer

Schultz et al. (2011) finder bl.a., at effekten af krisekommunikation i ganske høj grad afhænger af kommunikationskanalen og ikke nødvendigvis udelukkende krisekommunikationsstrategien. Schultz et al. (2011) stiller spørgsmålstegn ved Coombs' fokus på budskab, og man kan argumentere for, at der bør være et øget fokus på medie. Forekomsten af så mange forskellige nye medier har ledt til en mediefragmentation og dermed tilføjet muligheden for at selektare modtagere til bestemte budskabet, dvs. en øget segmentering baseret på medie (Coombs & Holladay, 2014). Dette kan potentielt ses som en fordel for krisekommunikationens hidtil store fokus på udelukkende budskab.

De sociale medier er også med til at fragmentere den retoriske arena yderligere. Der opstår sub-arenaer, hvori der kan være forskellige meninger. Det er derfor vigtigt, når man udøver krisekommunikation at holde øje med flest mulige af disse sub-arenaer, da der kan herske delte meninger på tværs og dermed give et forkert billede af den offentlige stemning til krisen. Man kan potentielt nøjes med at holde øje med de sub-arenaer, som er relevante for ens virksomhed (Coombs & Holladay, 2014).

2.4 NYHEDSKRITERIERNE

Den følgende afsnit vil omfatte en behandling af nyhedskriterierne. Disse inkluderes med henblik på senere at dykke ned i hvorfor B.T. benytter de frames i sagen, som de gør, altså inkluderes de med henblik på at spekulere i overordnede motivationer for netop denne specifikke sag.

Galtung & Ruge (1965) introducerede som de første idéen om, at der er visse faktorer, som har indflydelse på, hvilke begivenheder bliver til nyheder. Det er ikke muligt for mennesker at registrere alting vi ser, og vi bliver derfor nødt til at foretage en indledende selektion baseret på, hvad der fanger vores opmærksomhed (Galtung & Ruge, 1965). Nyhedskriterierne er således en måde for en journalist at vurdere, hvad der har nyhedspotentiale eller ej (Bednarek, 2016).

Baseret på litteraturen om emnet har Bednarek (2016) lavet en opsummering af nyhedskriterier og er kommet frem til nogle overordnede kategorier: *Consonance*, *Eliteness*, *Impact*, *Negativity*, *Personalisation*, *Proximity*, *Superlativeness*, *Timeliness* og *Unexpectedness*. *Consonance* henviser til, at begivenheden konstrueres som en stereotypisk begivenhed, f.eks. ved at henvise til at noget lignende, der er sket før. *Eliteness* markeres ved, at aktører med høj status/berømmelse nævnes. *Impact* refererer til, at begivenheden har store konsekvenser. *Negativity* omhandler alle negative referencer. *Personalisation* henviser til, at begivenheden får et menneskeligt ansigt, som 'almindelige' mennesker kan forholde sig til. *Proximity* handler om, at det er fysisk eller kulturelt tæt på målgruppen, brugen af 'vi', 'os', 'vores nation' signalerer dette. *Superlativeness* henviser til enten en høj intensitet eller stor skala. *Timeliness* er nuværende eller snart forestående. *Unexpectedness* er pludselige ting.

Den danske journalistiske tradition har sit eget sæt af nyhedsværdier, som også tager afsæt i Galtung & Ruge (1965). Disse er inddraget som supplement til nyhedskriterierne af Bednarek (2016). De danske nyhedskriterier er relevante at inddrage, fordi vi kigger på et dansk medie. Nyhedsværdierne, ofte forkortet AVIS, består af: Aktualitet, Væsentlighed, Identifikation, Sensation og Konflikt (Gravengaard & Rimestad, 2015, s. 122). Aktualitet omfatter, at noget er aktuelt for målgruppen i mediet, altså noget som netop er sket. Aktualitet hænger i høj grad sammen med *Timeliness*. Væsentlighed henviser til, at noget har stor betydning for mange i samfundet, og hænger sammen med *Impact*, *Proximity* og *Superlativeness*. Identifikation går ud på, at man som læser/seer/lytter kan identificere sig med nyheden og relatere sig til hvad nyheden fortæller. Dette nyhedskriterie minder meget om *Personalisation*. Sensation handler om at noget er uventet eller opsigtsvækkende og minder om *Unexpectedness*. Konflikt handler om, at der er en konflikt imellem aktører, interesser, modsætninger eller anden dramatik. Man kan argumentere for, at konflikt minder om *Negativity*.

Der kan trækkes mange paralleller imellem Bednarek (2016)'s nyhedskriterier og de danske fremsat af Gravengaard & Rimestad (2015), dog er der ikke en direkte dansk version af *Consonance* eller *Eliteness*. Derfor vil den fremtidige brug af nyhedskriterierne trække på begge teoretiske retninger.

2.4.1 Nyhedskriterierne i delte online nyheder

I dag er det blevet en prioritet at producere nyheder, som bliver delt og *liked* på sociale medier (Bednarek, 2016). Baseret på en *corpus lingvistik* analyse lavet på Facebook, har Bednarek (2016) fundet at det i høj grad er nyhedsartikler som indeholder *Eliteness*, *Superlativeness*, *Negativity* og *Timeliness*, som deles, faktorer som er i familie med de danske Aktualitet, Væsentlighed og Konflikt. Der fandtes en tendens til at

negative nyheder fra nyhedsmedierne i højere grad bliver delt end positive, men at artikler med følelsesladede nyheder generelt er delt mere da de fremprovokerer følelser hos læseren. Desuden har Bednarek (2016) fundet, at det også generelt er artikler med uventede nyheder, der deles. Denne relateres i høj grad til Sensation og egentlig også *Unexpectedness*. At det umiddelbart kun er de fire faktorer, som findes kan være, fordi de andre nyhedskriterier i højere grad vises implicit og teksten og derfor kan være svær at finde via en diskursanalyse. Dog mener vi, at undersøgelsen giver en nogenlunde guideline.

2.5 DYNAMIKKER PÅ SOCIALE MEDIER

Det følgende afsnit afdækker nogle af dynamikkerne på sociale medier, som gør dem fundamentalt anderledes end traditionelle medier. Disse dynamikker vil vi senere benytte til at analysere vores aktørers framing af skyldsspørgsmålet, da de kan have haft indflydelse på afsendelsen og modtagelsen af frames.

2.5.1 Dialog på sociale medier

I 2003 undersøgte Kent, Taylor, & White, hvorvidt internettet kunne bruges som *relationship-builder* mellem organisationer og stakeholders (Kent et al., 2003). Kent et al. (2003) fandt i deres undersøgelse frem til, at hjemmesider kan være en måde, hvorpå virksomheder kan blive mere synlige for offentligheden, og at virksomheden bør opfordre til dialog på hjemmesiden. Denne undersøgelse blev foretaget på organisatoriske hjemmesider og dermed ikke på sociale medier, men der kan argumenteres for, at en virksomheds profil på et socialt medie kan have lignende karakteristika. En af disse fælles karakteristika er bl.a. at der opfordres til dialog. Seltzer & Mitrooks undersøgelse fra 2007 bygger videre på Kent et al.s undersøgelse. Frem for hjemmesider mener Seltzer & Mitrook (2007), at virksomheder i stedet bør gøre brug af blogs, som de mener i højere grad afstedkommer en dialog mellem forfatteren og læserne end det er tilfældet på en traditionel hjemmeside.

Seltzer & Mitrook (2007) er ikke de eneste, som har fået øjnene op for potentialet i dialog med stakeholders. I 2010 skriver Kent om en række egenskaber ved sociale netværk, som han ikke mener kan overses, heriblandt dialogen, som ifølge Kent er essentiel. Vigtigheden af dialog fremhæves også at Castelló, Etter, & Årup Nielsen (2016). De understreger at sociale mediers symmetriske tovejskommunikation gør dem til gode platforme for dialog, hvor man kan komme i kontakt med mange stakeholdere og kommunikationen kan bevæge sig med større hastighed end i traditionelle medier (Castelló et al., 2016).

I kommentarsporet kan der findes et fænomen, som Lim (2017) beskriver som *bangwagon*-effekten. Det gør, at brugere kan blive påvirket af, hvad andre mener og gør hvis, der er en majoritet som alle har samme holdning. Dog kan opfattelsen af majoritetens holdninger blive forskruet, f.eks. hvis der er en lille gruppe med en bestemt mening, som taler meget højt, kan det give indtryk af at det er offentlighedens

generelle mening kaldet *inflated minority opinion*. Dog påpeger Ravasi et al. (2019), at til trods for at sociale medier potentielt kun repræsenterer en mindre gruppe højlydte stakeholders, så repræsenterer de ikke desto mindre direkte evalueringer om virksomheden. Disse evalueringer er ikke nødvendigvis repræsentative for hele offentligheden, men de har potentiale til at fange et bredere publikums opmærksomhed og kan derfor have reel betydning for *collective judgements* af en virksomheds omdømme (Ravasi et al., 2019).

2.5.2 Nye mekanismer på sociale medier

Peters et al. (2013) påpeger vigtigheden af at forstå de sociale medier som virksomhed. De mener nemlig, at sociale medier bør administreres anderledes end traditionelle og andre online medier, da sociale medier er fundamentalt anderledes. Peters et al. (2013) argumenterer f.eks. for at virksomheder ikke længere kan garanteres eksponering. Sociale mediers dialogiske natur betyder, at en virksomhed ikke længere har samme autoritet som i traditionelle medier. Virksomheder kan ikke på samme måde kontrollere, hvad der sker med dialogen på de sociale medier, som ved traditionelle medier, hvor der ikke er samme mulighed for feedback fra forbrugere. De kan desuden heller ikke længere kontrollere, hvad der sker med budskabet, når det spredes. På sociale medier vil der altid være en mulighed for at brugere kan enten kommentere, dele eller like noget, selv en annonce, så en virksomhed skal konstant tage stilling til feedback fra forbrugere.

Castelló et al. (2016) argumenterer, ligesom Peters et al. (2013), for at sociale medier ændrer magtforholdet mellem virksomheder og stakeholders, da der her ikke er samme hierarki som i traditionelle medier. Det skal her bemærkes at Castelló et al. (2016) gør brug af data fra Twitter og ikke fra Facebook, som vi har valgt at gøre. Selvom Facebook og Twitter begge er sociale medier er de forskellige i deres opsætning og det sprog som bruges på de forskellige medier må antages at være forskelligt. Vi antager dog, at lignende sociale konstruktioner sker på Facebook som på Twitter, hvorfor vi mener at Castelló et al.'s artikel stadig er relevant for vores undersøgelse, men er stadig opmærksomme på at tage vores forbehold ved at sammenligne de to platforme.

Ifølge Etter et al. (2019) har følelser også fået en vigtigere plads på de sociale medier. Generelt vil opslag med stærke følelser, såsom vrede og frustration, have større tilbøjelighed til at blive delt. Selvom disse opslag ikke nødvendigvis er korrekte, kan de, fordi de appellerer til andre brugeres følelser, være mere indflydelsesrige end et analytisk og sagligt opslag, som appellerer til brugernes fornuft (Etter et al., 2019). Etter et al. påpeger desuden at folk er mere tilbøjelige til at søge information, som bekræfter tidligere holdninger og fravælge information, som taler imod disse holdninger. Denne selektive eksponering for information kan være med til at skabe en såkaldt ekkokammer-effekt (jf. afsnit 2.5.7) (Etter et al., 2019).

2.5.3 Electronisk word-of-mouth

Electronic word of mouth (herefter eWOM) (Eisingerich, Chun, Liu, Jia, & Bell, 2015), er i familie med traditionel *word of mouth* (WOM) i den forstand at begge omhandler det, at forbrugere deler information med hinanden om en virksomheds og dets produkter/services. Forskellen på dem er dog, at WOM typisk foregår mundtlige og eWOM typisk foregår på sociale netværk. Givet at vores undersøgelse begrænser sig til skriftlig kommunikation på Facebook, vil vi ikke yderligere behandle WOM, men dykke dybere ned i eWOM som fænomen.

Erkan (2015) definerer eWOM som: ”*Conversations pertaining to the products and services of brands amongst internet users*” (Erkan, 2015, s. 1437). EWOM er især interessant for virksomheder, da forbrugere har en tendens til at opfatte eWOM som en troværdig kilde til information, da denne information ofte stammer fra venner og bekendte på de sociale medier (Erkan, 2015).

Denne tendens til at forbrugere søger og deler information fra andre forbrugere om en virksomhed ses også på de såkaldte *online complaint sites*. I et studie har Lee & Song (2010) fundet at der typisk er tre slags forbrugere, som går ind på disse sider: *complainers*, *repliers* og *observers*. Vi argumentere for at Facebook godt kan ses som en online complaint site, fordi det ofte ses at forbrugere går ind på virksomheders profiler for at sprede negativ WOM (nWOM), hvis de skulle være utilfredse med noget. *Complainers* er brugere, som går ind for at skrive en klage. Vi anser denne type, i en Facebook kontekst, for dem, der laver en kommentar på et opslag. *Repliers* er folk, som svarer på klagen med egne holdninger. Vi anser disse for dem, som svarer direkte på den kommentar, som *complainers* har lagt på et post. *Observers* læser klagerne og svarer til klagerne, men skriver ikke selv noget. De er potentielle kunder og også den primære type af brugere på *complaint* siden (Lee & Song, 2010). Deres formål med at besøge siden er for at undersøge, hvad andre brugere har skrevet, og igennem det at vurdere, hvem der er ansvarlige for problemet i klagen, og derved danne sig et billede af virksomheden.

De sociale medier fungerer som et stort, åbent forum, hvor stort set alle kan starte og deltage i en debat om virksomheder. Der er få, hvis ikke ingen, gatekeeper-funktioner på de sociale medier, hvilket i høj grad bidrager til, at alle kan dele deres mening, positiv som negativ, sand som falsk. Mulighederne for at dele informationer på de sociale medier er store, så en debat derpå kan potentielt sprede sig eksponentielt og komme ud til rigtig mange potentielle kunder, hvilket kan skade en virksomheds omdømme, hvis der skulle være tale om nWOM (Lee & Song, 2010). Eskalerer mængden af nWOM i en høj grad, kan situationen defineres som en *shitstorm*.

2.5.4 Shitstorms

Pfeffer, Zorbach, & Carley (2014) definerer en shitstorm (af dem kaldet en online firestorm) som: ”*the sudden discharge of large quantities of messages containing negative WOM and complaint behavior against a*

person, company or group in sociale media networks” (s. 118). Pfeffer et al. (2014) mener, at sociale medier er et ideelt sted for nWOM, som kan føre til at stakeholders på kort tid kan skabe store bølger af vrede, som kan ramme virksomheden og lede til en shitstorm. I yderste konsekvens kan en online firestorm skade stakeholder relations og virksomhedens omdømme (Lim, 2017), hvis den ikke håndteres.

De dynamikker som optræder i shitstorms har efter Pfeffer et al.s mening en del ligheder med de dynamikker, som er at finde i et rygte. I lighed med et rygte bliver information videregivet mellem personer, ofte gennem WOM, og uden at validiteten af information bliver tjekket. Shitstorms er dog ofte mere aggressive i deres natur end rygter. I de sene stadier af en shitstorm kan nWOM være både stødende og næsten fri for argumenter. Indholdet i en shitstorm vil ofte være baseret på mening frem for fakta (Pfeffer et al., 2014).

Ifølge Rost, Stahel, & Frey (2016) skyldes nWOM på sociale medier, at brugerne har en opfattelse af, at nogle sociale normer er blevet overtrådt af offentlige aktører, som f.eks. kan ske hvis en politiker ikke lever op til *political correctness norms*. Hermed mener Rost et al. (2016), at de sociale medier på denne måde er med til at få politikere og virksomheder til at leve op til de opfattede sociale normer. Johnen, Jungblut, & Ziegele (2018) fremsætter i tråd med Rost et al. (2016) at offentligheden reagerer ved at skabe furore på sociale medier ved moralske *misconducts* begået af f.eks. politikere. De fremsætter desuden at offentlighedens ræsonnement for at deltage i furore online (dvs. shitstorm), er baseret på deres moralske kompas og et behov for at få social anerkendelse. De fandt i en undersøgelse lavet på Facebook, at hvis der allerede er mange deltagere i en online firestorm, så har folk en mindre tendens til at deltage, men også en højere tendens til at være enig i den fremtrædende offentlige mening og dermed en større tendens til at skrive en sur kommentar.

Under en shitstorm er det vigtigt, at en virksomhed bliver ved med at kommunikere til brugerne på de sociale medier og til medierne så shitstormen ikke eskalerer (Lappeman, Patel, & Appalraju, 2018; Pfeffer et al., 2014). Dette gøres ifølge Lappeman et al. (2018) bedst ved at svare personligt på alle klager som kommer f.eks. i kommentarer frem for at sende generiske autosvar til brugerne. Pfeffer et al., (2014) påpeger dog, at det ikke er muligt for en virksomhed, politiker eller institution at opretholde sin troværdighed under en opkommende shitstorm. Det kan derfor være nødvendigt, at alliere sig med journalister, som er villige til at fortælle virksomhedens side af sagen (Pfeffer et al., 2014).

2.5.5 Sociale mediers påvirkning af en virksomheds omdømme

Etter, Ravasi & Colleoni diskuterer i hvor høj grad sociale medier kan påvirke en virksomheds omdømme (*organisational reputation*). Begrundelsen for denne undersøgelse ligger i, at meget af den teori som omhandler, hvordan medierne er med til at påvirke en virksomheds omdømme, er baseret på en tid før sociale medier, hvor information kom ud langsommere og i et mere neutralt sprog end det er tilfældet med de sociale medier. Man er gået fra neutralt informativt indhold i de traditionelle medier til mere følelsesladet indhold på de sociale medier. Før de sociale medier var det desuden sværere for offentligheden at udtrykke deres

holdning til en situation sammenlignet med, hvordan det er i dag på de sociale medier (Etter et al., 2019). Med de sociale medier i dag, kan en individuel evaluering sprede sig lynhurtigt og få bred opmærksomhed uagtet hvem afsenderen af denne evaluering er. Før de sociale mediers etablering fungerede nyhedsmediernes som en slags *gatekeepers* for hvilke informationer, som offentligheden skulle præsenteres for. Dette er ikke tilfældet på de sociale medier, hvor alle holdninger kan komme til udtryk (Castelló et al., 2016; Etter et al., 2019). Informationen er derfor gået fra at være mere vertikal, hvor medierne i høj grad blot informerede offentligheden om, hvad der skete for en pågældende virksomhed og fokuserede ikke meget på hvordan offentligheden ville reagere. I dag flyder informationen mere horisontalt og offentligheden er i højere grad med til at skabe evalueringen af en virksomheds omdømme, og stakeholders er på denne måde ikke længere blot modtagere af information, men har nu rig mulighed for at stille spørgsmålstejn ved en virksomheds ageren og mediernes dækning af denne (Etter et al., 2019).

Selvom offentligheden nu har en større indflydelse på, hvordan en virksomhed evalueres, har medierne stadig mulighed for at lede offentlighedens opmærksomhed hen imod en virksomhed og påvirke, hvordan offentligheden ser denne virksomhed gennem forskellige frames, som medierne skaber. Man kan dog ikke længere stole på, hvorvidt der er overensstemmelse mellem, hvad medierne skriver om en virksomhed, og hvad offentligheden mener (Etter et al., 2019). Etter et al. stiller derfor spørgsmålstejn ved den tidligere antagelse omkring, at en virksomheds medie omdømme er en monolitisk enhed. I højere grad mener de, at der eksisterer flere omdømmer samtidig. Virksomhedens stakeholders har nu i højere grad mulighed for, gennem de sociale medier, at udfordre de evalueringer medierne laver af en virksomhed (Etter et al., 2019).

2.5.6 Sociale medier i en krisesituation

Schultz et al. (2011) har undersøgt, hvordan brugen af forskellige medier har betydning for en virksomheds omdømme i en krisesituation, og trækker blandt andre, på både Kent et al.s (2003) undersøgelse om dialog på hjemmesider og Seltzer & Mitrooks (2007) undersøgelse omkring dialog på blogs. Schultz et al. kigger på kommunikation i aviser, på blogs og inddrager også Twitter og dermed de sociale medier. Schultz et al. ønsker med deres undersøgelse at tage de sociale mediers dialogiske potentiale seriøst i det, de undersøger, hvordan krisekommunikation på de tre forskellige medier påvirker en virksomheds omdømme. De antager, at krisekommunikation på sociale medier vil give det bedste omdømme for virksomheden. Til trods for deres antagelser, viser undersøgelsen at sekundær krisekommunikation er mest effektiv i de traditionelle medier, da folk er mere tilbøjelige til at diskutere avisartikler (Schultz et al., 2011). Ifølge Schultz et al. kan dette skyldes, at aviser anses som mere pålidelige og neutrale i forhold til tweets og blogs. Dog viser undersøgelsen også, at tweets har stor betydning for en virksomheds omdømme i en krisesituation. På baggrund af dette konkluderer Schulz et al., at mediet er vigtigere end budskabet, man som virksomhed forsøger at udsende i forbindelse med sin krisekommunikation (2011).

2.5.7 Ekkokamre og filterbobler

2.5.7.1 *The Daily Me*

I 1995 forudså teknisk specialist ved MIT Nicholas Negroponte en fremtid, hvor aviser og magasiner bliver gradvist mere og mere personlige. Herved skaber man som borger, hvad Negroponte kalder for *The Daily Me*: En kommunikationspakke bestående af på forhånd sammensatte personlige præferencer (Sunstein, 2002, s. 7-8). Forudsigelsen om *The Daily Me* bruges af Cass R. Sunstein som eksempel på, hvordan internettet kan hjælpe med at skabe en personlig kommunikationspakke. Sunstein (2002) mener ikke, at det er sundt for demokratiet, at folk i stigende grad har mulighed for udelukkende at blive bekræftet i deres eksisterende holdninger og isolere sig fra modstridende holdninger, hvorved der skabes hvad Sunstein senere omtaler som et såkaldt *ekkokammer* (Sunstein, 2017).

I lighed med Sunstein påpeger Zuckerman (2008), at engagerede borgere nu har flere mulighed end nogensinde før for at holde sig opdateret på diverse nyheder, og at de kan triangulere deres nyhedsstrøm med nyheder fra lokale, nationale og internationale aviser. Ifølge Zuckerman, er der dog ikke meget som tyder på, at mange gør brug af denne mulighed. Det tyder i højere grad på, at læsere har tendens til at læse og dele artikler om emner, som de allerede synes er interessante (Zuckerman, 2008). En lignende tendens ses også indenfor politik, hvor folk ofte sammensætter deres "Daily Me" efter deres politiske holdninger og ikke inkludere meget information fra de politiske modstanderes sider (Sunstein, 2008).

I sin bog *#republic* fra 2017 sætter Sunstein igen fokus på skabelsen af *The Daily Me*, men Sunstein pointerer nu, at *The Daily Me* ikke skabes af en selv men skabes for en af andre (Sunstein, 2017, s. 3). *The Daily Me* begynder hermed at have ligheder med Parisers (2011) filterboble. Sunstein påpeger derudover, at disse ekkokamre, som skabes af *The Daily Me*, kan føre til, at folk begynder at tro på usandheder, og at det kan være svært at overbevise folk om, at disse usandheder rent faktisk er usande (Sunstein, 2017, s. 11).

2.5.7.2 *Ekkokamre bekræfter vores eksisterende holdninger*

Garrett (2009) har foretaget en empirisk undersøgelse, som viser, at folk i højere grad lægger mærke til nyheder, som bekræfter deres holdninger end nyheder, som modsiger deres holdninger. Grömpings undersøgelse fra 2014 viser, at Facebook-brugere i høj grad "liker", kommenterer og deler indhold fra sider som deler deres politiske holdninger, men at de sjældent interagerer med brugere med modstridende politiske holdninger. I tråd med Garrett (2009) og Grömping (2014), har Aruguete & Calvo (2018), igennem en undersøgelse lavet på Twitter, fundet at brugere på sociale medier framer en begivenhed igennem det indhold, de deler, og som de er enige i (*selective exposure*). De fandt f.eks., at der i #Tarifazo krisen opstod en tydelig polarisering på Twitter, hvor der opstod to netværk, som der ikke blev udvekslet information imellem og hvori der var konkurrerende frames (Aruguete & Calvo, 2018). Vores undersøgelse omhandler data på

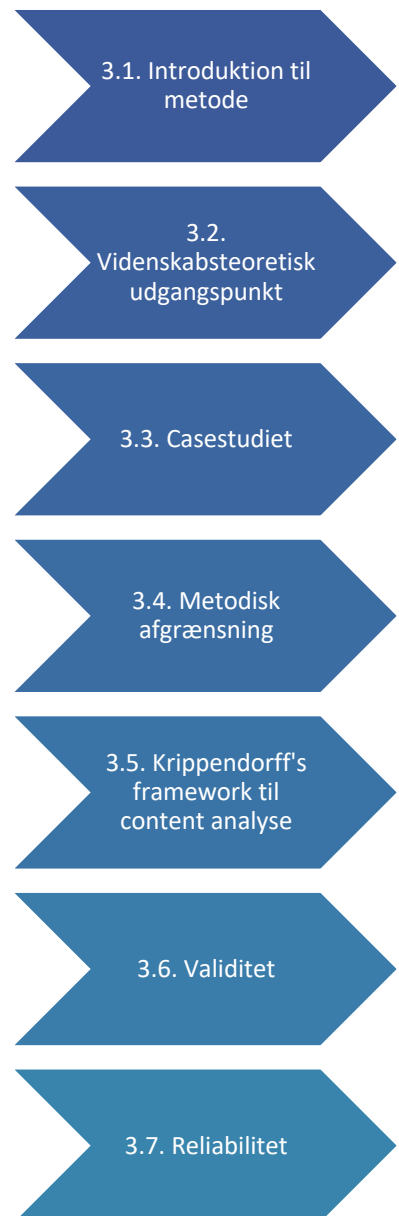
Facebook, så derfor kan man ikke trække en direkte parallel, dog er det ikke utænkeligt at en lignende situation kunne opstå på Facebook.

2.5.7.3 Filterbobler

Tæt opad begrebet ekkokammer ligger *Filter Bubble* (filterboble). Filterboblen skabes ved hjælp af diverse algoritme på f.eks. Facebook, Google eller Netflix. Ud fra hvad algoritmen lærer om den enkelte bruger, gives han/hun anbefalinger ud fra, hvad algoritmen mener, ville interessere den pågældende bruger (Pariser, 2011, s. 9). Pariser (2011) fremhæver tre forskellige dynamikker, som optræder i en filterboble, som ikke tidligere er set. For det første er man alene i sin filterboble og deler ikke referenceramme med nogen. For det andet er filterboblen usynlig, fordi man ikke ved, hvordan algoritmen har sammensat det indhold, man får præsenteret, og hvad man ikke får præsenteret. Fordi man ikke kan se boblen, er det, ifølge Pariser, nemt at komme til at tro, at filterboblens indhold er objektivt og sandt. For det tredje, vælger man ikke selv, hvornår man ønsker at indtræde i filterboblen, og den bliver sværere og sværere at undgå (Pariser, 2011, ss. 9–10). Resultatet er, at vores medier bliver ”*a perfect reflection of our interests and desires*” (Pariser, 2011, s. 12), på mange måder i stil med Sunsteins ekkokammer (2002). Ifølge Pariser er faren ved filterboblen, at den kan tage kontrollen over, hvordan man lever sit liv, fordi man lader virksomhedernes algoritme vælge, hvilke informationssti man bliver ledt ned ad (2011, s. 16). Det indhold, som har tendens til at blive læst først, er også det indhold som først finder vej til filterboblen. Dette er som regel indhold der omhandler sex, magt, sladder, vold, kendte personer og humor, ikke overraskende også faktorer, som er i familie med Nyhedskriterierne. Dette betyder også, at nogle emner har meget svært ved at få adgang til filterboblen, typisk komplekse og ubehagelige emner som f.eks. stigende kriminalitet og hjemløse (Pariser, 2011, s. 18). I lighed med Sunstein (2002) mener Pariser også, at det er vigtigt, at man som borger udsættes for emner som man ikke selv har valgt og pointerer, at det er vigtigt at gøre filterboblen synlig, da den ellers kan ødelægge opfattelsen af, hvad der er vigtigt og ægte (2011, ss. 18–20).

Kapitel 3

Metodiske framework



3.1 INTRODUKTION TIL METODE

Dette afsnit sætter rammerne for vores undersøgelse ved at kortlægge vores videnskabsteoretiske udgangspunkt samt de metoder, som vil blive brugt til at besvare vores problemformulering. Vores casestudie vil blive analyseret igennem en contentanalyse af opslag og kommentarer på Facebook i vores tre udvalgte domæner (jf. afsnit 1.2.2). I denne contentanalyse vil vi fokusere på framingen af skyldsspørgsmålet, nærmere bestemt hvilken aktør, som frames som værende skyldig i, at sagen har udviklet sig til det stadie, den har, på det tidspunkt, hvor opslaget eller kommentaren er offentliggjort. Afsnittet vil systematisk gennemgå stadierne af Krippendorffs (2004) contentanalyse og beskrive i hvilke afsnit af opgaven, vi når til de enkelte stadier. Contentanalysen skal bruges til at sætte vores data ind i en kontekst, som vi senere vil kunne analysere og diskutere i henhold til vores teori for til sidst at kunne benytte den viden, vi har fået igennem disse trin til at besvare vores overordnede problemformulering. Et overblik over det samlede antal Facebookopslag samt vores dataindsamling og analyse kan findes i to vedhæftede Excel filer på det vedlagte USB-stik.

3.2 VIDENSKABSTEORETISKE UDGANGSPUNKT

3.2.1 Socialkonstruktivismen

Vores videnskabsteoretiske udgangspunkt er socialkonstruktivistisk og kan beskrives kort og præcist ved følgende citat: *"Virkeligheden er samfundsskabt, og videnssociologien må analysere de processer, hvorunder denne skabelse finder sted."* (Berger & Luckmann, 1992, s. 13).

Vi har valgt det socialkonstruktivistiske udgangspunkt på baggrund af vores valg af undersøgelsesdesign. Vi har valgt at lave en contentanalyse på casen omkring AMAs bryllupsreception på Københavns Rådhus, nærmere bestemt kigger vi på hvordan skyldsspørgsmålet frames i forskellige domæner. Når et emne frames, konstrueres en virkelighed indenfor denne frame, hvorfor det var naturligt for os at se casen ud fra et socialkonstruktivistisk synspunkt.

Netop konstruktionen af virkeligheden er nemlig kernen i socialkonstruktivismen. Berger & Luckmann (1992) grundlægger konstruktivismen i dens samfundsvidenskabelige form og fremsætter, at der findes en social virkelighed, som optræder forskelligt for alle individer. I interaktion forhandler individer med hinanden om, hvad der er deres forståelse af den sociale virkelighed, hvorefter en fælles forståelse opstår. Den fælles forståelse institutionaliseres og eksternaliseres i samfundet. (Larsen, 2013, s. 125 - 126).

Konstruktivismens opgave er at undersøge, hvordan denne sociale virkelighed af konstruktioner er opstået, og altså undersøge hvor opfattelsen af "sandheden" stammer fra (Nygaard, 2012, s. 37). Konstruktivismens ambition er at vise, at vores opfattelse af sandheden ikke er objektiv, dvs. at den er en konstruktion, og at derefter at kortlægge mekanismerne, som gør, at disse konstruktioner kommer til at fremstå som virkeligheden (Nygaard, 2012, s. 37).

Vi undersøger, hvordan den ”sande” sociale virkelighed bliver konstrueret i casen, dvs. hvad der i øjeblikket var den sande sociale virkelighed hos majoriteten af aktørerne, igennem en dataindsamling og analyse af den teoretiske konstruktion frames. Vi søger at afdække, hvilke mekanismer som bidrager til konstruktionen af frames og dermed konstruktionen af virkeligheden. Vi er her inspireret af ’Konstruktionsprocessen’ (jf. figur 3.1) som baggrund for, hvordan den sociale virkelighed bliver konstrueret i en forhandling imellem individet og omverdenen. Det socialkonstruktivistiske udgangspunkt betyder, at vores forskningsproces i høj grad er påvirket af vores egne konstruktioner og epistemer som forskere. Vi er desuden påvirket af internaliserede konstruktioner, som kommer til udtryk i eksternaliseringer igennem sproget i vores genstandsfelt. Som forskere sker der desuden en forhandling imellem både os begge og vores respektive epistemer, samt imellem os som forskere og omverdenen. ’Epistemer’ defineres af Foucault som *”historisk variable forståelsesrammer”* (Collin, 2013, s. 83), som guider menneskers tanker omkring hvad, der er *”meningsfulde ytringer”* (Collin, 2013, s. 83). Disse forudsætninger kommer f.eks. til udtryk i vores indledende viden om de forskellige teorier samt eventuelle holdninger vi har omkring emnet. Disse har alle betydning for, hvordan vi fortolker vores data, og dermed hvilke resultater vi kommer frem til i løbet af opgaven. Vi er os disse forudsætninger bevidst og er klar over, at de har betydning for opgavens validitet og reliabilitet (jf. afsnit 3.6 & 3.7). Ved at være transparente omkring disse forudsætninger, søger vi at højne opgavens validitet og reliabilitet, samt undgå eventuelle forudindtagne konklusioner fra vores side.

3.2.1.1 Ontologi, epistemologi og metodologi

Ontologien er relativistisk i det konstruktivistiske paradigme. Det skyldes, at der ikke findes nogen endegyldig sandhed, fordi den sociale virkelighed er en konstruktion lavet af mennesker. ”Sandheden” er noget vi er blevet kollektivt enige om, hvorfor ”sandheden” også kan variere meget på tværs af sociale fællesskaber og kulturer (Nygaard, 2012, s. 36).

Epistemologien er subjektiv, da viden i det konstruktivistiske paradigme anses som en subjektiv fortolkning, og fordi alle mennesker har forskellige forudsætninger (både på tværs af sociale fællesskaber, kulturer og historiske perioder), så fortolker vi virkeligheden forskelligt (Nygaard, 2012, s. 36). Dette betyder dog ikke, at man ikke kan være kollektivt enige om fortolkninger inden for disse sociale fællesskaber, kulturer osv., faktisk kan man i så høj grad være enige om hvad der er ”sandheden”, at denne fremstår næsten objektivt sand for individerne i fællesskaberne (Nygaard, 2012, s. 37).

Vores epistemologiske udgangspunkt er i det erkendelsesteoretisk konstruktivistiske paradigme om den sociale virkelighed. Dette betyder rent praktisk, at vi ser på vores viden om den sociale virkelighed som en social konstruktion skabt i interaktion og forhandling med andre individer (Collin, 2013). I tråd med Foucault, definerer vi viden, ikke som en endegyldigt sand erkendelse, men som den viden, der er godkendt i samfundet (Collin, 2013, ss. 81–82), og vi er således som forskere fanget i ’epistemer’, altså erkendelsesteoretiske strukturer, som bestemmer, hvordan vi tænker, og hvad vi mener (Collin, 2013, s. 88). Vi anerkender,

at der findes en social virkelighed uafhængig af os som forskere, men vores viden om den kan aldrig blive 100% sand eller objektiv, da den skabes i en interaktion med andre og som resultat af vores epistemer.

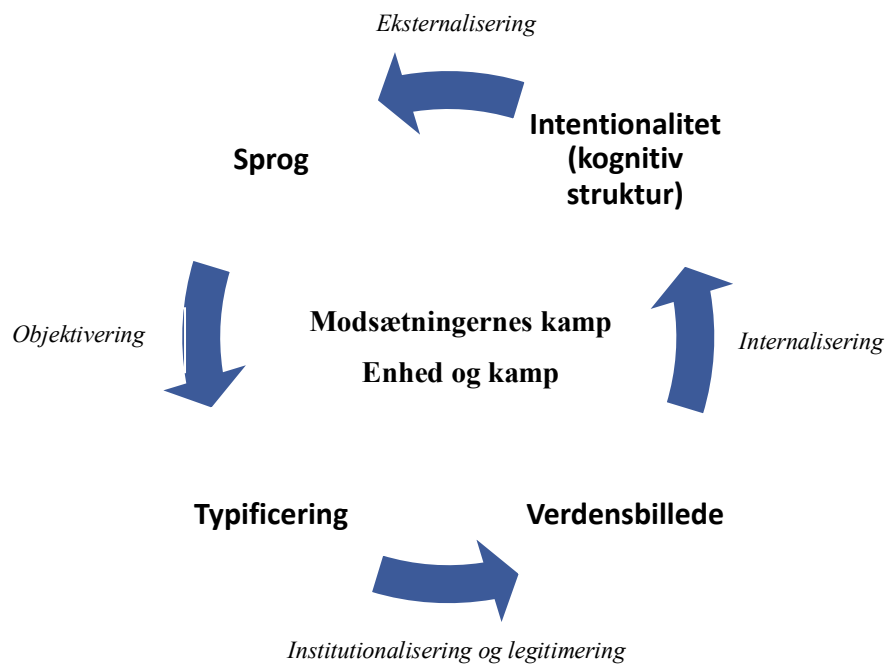
Vores undersøgelse indeholder elementer af en diskursanalyse, mere specifikt hvordan en framing kommer til udtryk i sprogvalg. Når vi laver en diskursanalyse, giver det i høj grad mening at vælge et social-konstruktivistisk udgangspunkt da diskursanalysen tillader analyse af sproget og dermed analyse af de sproglige konstruktioner, dvs. 'hvordan vi taler om ting'(Nygaard, 2012, s. 37).

Givet disse forudsætninger inden for konstruktivismen, er vi opmærksomme på at vores undersøgelse aldrig kan tilnærme sig at afsløre nogen absolut sandhed, men derimod må anses som et subjektivt produkt af en interaktion mellem os som forskere og omverdenen.

3.2.1.2 Konstruktionsprocessen

Larsen (2013) har, baseret på Arbnor & Bjerke (1997) og Berger & Luckmann, lavet en model for, hvordan konstruktionsprocessen fungerer. Den grundlæggende tanke er, at der i en interaktion imellem individer skabes sociale institutioner, f.eks. sociale roller, regler og kulturer. Over tid bliver disse institutioner så forankrede, at de kommer til at fremstå som en objektiv virkelighed. Vi vælger at inkludere denne figur som et uddybet teoretisk fundament for, hvordan den sociale virkelighed skabes igennem interaktioner i paradigmet.

Intentionalitetsbegrebet handler om de kognitive strukturer og subjektive holdninger, som danner grundlag for individers handlinger. Individer kan gøre deres subjektive holdninger kendte for andre gennem sproget (eksternaliseringsprocess). Når det subjektive verdensbillede er tilkendegivet begynder en objektiviseringprocess, som gør det eksternaliserede subjektive til en typificering. En typificering kan være et grundlæggende handlingsmønster. Objektiviseringsprocessen kan føre til en institutionaliserings- og legitimitetsproces, hvis flere individer har samme handlingsmønster, og en ny institution kan opstå. Når andre individer skal forstå den nye institution, betyder det med, at institutionaliseringen skal retfærdiggøres. Godkendes institutionen, kan den internaliseres i andre individers verdensbillede, og processen kan således gentages. I løbet af denne konstruktion af institutioner, foregår modsætningernes enhed og kamp, dvs. et forhandlingsspil i konstruktionen. (S. H. Larsen, 2013, ss. 127–129)



Figur 3.1: Konstruktionsprocessen fra Larsen (2013) s. 128

3.3 CASESTUDIET

Casestudiet defineres af Yin som “*an empirical inquiry that investigates a contemporary phenomenon (the “case”) in depth and within its real-world context*”(2014, s. 16). I denne opgave har vi valgt udelukkende at fokusere på casen om AMAs bryllupsreception på Københavns Rådhus. Vi har valgt at begrænse os til en enkelt case, da det har tilladt os at dykke dybere ned i analysen af materialet og at foretage en mere dybdegående analyse af dataene end ved at kigge på flere forskellige cases.

Casestudiet som analysemetode er tidligere blevet kritiseret for ikke at egne sig til at generalisere ud fra. En enkelt case ikke har været anset som et solidt grundlag for at sige noget generelt om en hel population, da det kan være svært at vurdere, hvorvidt den udvalgte case er typisk for populationen (Stake, 2011). Denne kritik er dog blevet modsagt af nyere teoretikere, som mener, at man godt kan generalisere ud fra en enkelt case, hvis blot man er bevidst om, hvordan dette gøres korrekt (Flyvbjerg, 2006; Simons, 2014; Yin, 2014).

Ifølge Flyvbjerg (2006) afhænger et casestudies generaliserbarhed af den enkelte case, og hvordan den er udvalgt. Han mener, at casestudiet kan bruges som supplement til andre metoder, og at selv en enkelt case kan bidrage til den videnskabelige udvikling. Flyvbjerg mener, at den formelle generaliserbarhed er blevet overvurderet, hvorfor casestudier ikke er blevet anset som brugbare, når det kommer til generaliserbarhed. Flyvbjerg udfordrer dog denne antagelse ved at påpege at: “*That knowledge cannot be formally*

generalized does not mean that it cannot enter into the collective process of knowledge accumulation in a given field or society” (2006, s. 227).

I lighed med Flyvbjerg mener Yin (2014) også, at man godt kan generalisere ud fra et casestudie, men deler generalisation op i to forskellige termer: *statistisk generaliserbarhed* og *analytisk generaliserbarhed*. Ved statistisk generaliserbarhed foretages logiske slutninger omkring en population ud fra empirisk data indsamlet fra et udvalg af denne population. Denne form for generaliserbarhed kan dog ikke bruges, når man laver et casestudie, da casen ikke kan ses som en *sample unit*. Her bør man i stedet vende sig mod den analytiske generaliserbarhed. Her bør man, ifølge Yin, kigge på sin case som en mulighed for at *”shed empirical light about some theoretical concepts or principles”* (2014, s. 40). Formålet med et casestudie er derfor at udvide og generalisere teorien og ikke at udlede sandsynligheder, som det ses i statistisk generaliserbarhed (Yin, 2014).

Vi bruger vores casestudie til at lave analytiske generaliserbarheder indenfor feltet omkring framing på sociale medier i en krisesituation. Vi er klar over, at det ikke er muligt at lave statistiske generaliserbarheder ud fra vores ene case, men vi mener, at det er muligt for os at konkretisere de teorier vi har brugt og dermed sætte disse ind i en relevant kontekst, som kan bidrage til feltet overordnet set.

3.4 METODISK AFGRÆNSNING

Indledningsvis har vi lavet forskellige metodiske afgrænsninger for vores opgave, som i dette afsnit vil blive forklaret og begrundet. Disse afgrænsninger omfatter vores udvalg af kommentarer og opslag, som skulle kodes samt selve kodningen af disse.

Disse afgrænsninger har, sammen med de afgrænsninger som er lavet i forbindelse med vores problemformulering (jf. afsnit 1.3), naturligt haft en betydning for resultaterne af vores undersøgelse. Denne betydning er uddybet i vores kritiske refleksioner (jf. afsnit 5.1)

3.4.1 Udvalg af kommentarer og opslag til kodning

Det samlede antal kommentarer til AMAs og B.T.s Facebookopslag var 12.646, da vi foretog vores dataindsamling i marts 2019. Vi vurderede, at det ikke var nødvendigt at inddrage dem alle i vores undersøgelse, hvorfor vi valgte kun at kode hver 25. kommentar på hvert opslag. Vi fravalgte dog kommentarer uden reel tekst og kommentarer til kommentarer, da det blev vurderet, at disse ikke kunne siges at have en tydelig frame. Ej heller har vi medtaget kommentarer, som blot var udgjort af emojis eller andre humørikoner samt GIF's (jf. bilag 5: Humør og GIF). Vi har dermed kun kigget på hvad Lee & Song (2010) kalder for *complainers*, altså de brugere som laver en klage her udformet i en kommentar. Vi kigger derfor ikke på såkaldte *repliers*, som i dette tilfælde ville være de personer, som kom med et svar til en kommentar. Vi vurderede, at

det ville være nødvendigt at logge samtlige kommentarer for at kunne forstå konteksten i en kommentar til en kommentar, og valgte derfor ikke at inddrage disse i vores undersøgelse.

Vi har udelukkende valgt at kode tydelig skyldsframing og ikke manglende skyldsframing. Vi har derfor valgt ikke at inddrage de af AMAs opslag, som ikke omhandlede krisen direkte. Selvom disse opslag kan ses som værende en del af AMAs krisekommunikation (jf. afsnit 4.2.1.2.7), var der ingen tydelig skyldsframing i forbindelsen med krisen i disse opslag, hvorfor det blev vurderet at disse opslag ikke var relevante for opgavens dataindsamling. Dette betyder dog også at eventuelle kommentarer i disse opslag, som giver udtryk for en tydelig skyldsframing, ikke er en del af vores dataindsamling. Det vurderes dog, at disse kommentarer ikke ville have ændret den overordnede skyldsframing betydeligt.

3.4.2 Kodning

I forhold til selve kodningen af kommentarerne har vi udelukkende kigget på framingen af skyldsspørgsmålet i casen, da det relaterede sig til vores problemformulering. Vi har i kodningen af kommentarerne dermed ikke kigget på andre former for framing, da dette lå udenfor opgavens fokus.

Vi har desuden simplificeret skyldsframingen i vores kodning af opslag og kommentarer. Dette blev gjort for at kunne inddele kommentarer og opslag i færre kategorier og dermed kunne måle på disse kategoriers udvikling i løbet af krisen samt for at kunne sammenligne frames på tværs af domæner.

Hvis en kommentar eller et opslag blev vurderet til at indeholde mere end en frame, fik alle frames i opslaget tildelt samme vægt i vores dataindsamling. Der blev dermed ikke taget højde for, hvilket frame som var det mest fremtrædende. Det blev vurderet, at til trods for at nogle frames var mere fremtrædende i den samme kommentar eller det samme opslag, så var alle frames stadig til stede og skulle derfor kodes på lige fod med de andre frames.

3.5 KRIPPENDORFF'S FRAMEWORK TIL CONTENTANALYSE

Vi har valgt at strukturere vores opgave efter Klaus Krippendorffs framework om content analysis, herunder især vores dataindsamling, bestående af *unitizing*, *sampling*, *recording* og *reducing*, og vores dataanalyse. Krippendorff definerer contentanalyse som: *"a research technique for making replicable and valid inferences from texts (or other meaningful matter) to the context of their use"* (2004, s. 18). Ifølge Krippendorff er der ikke noget, som er uløseligt forbundet med en tekst. Mening er noget, som gives til en tekst af nogen, ved at sætte den ind i en kontekst. Der findes mange forskellige kontekster, og der er dermed ingen sand mening eller kontekst, som en tekst kan placeres i (Krippendorff, 2004, ss. 23–24). Dette er i tråd med vores socialkonstruktivistiske udgangspunkt, hvor virkeligheden ikke kan anses som endegyldigt sand, da den er konstrueret i en forhandling mellem os som forskere og den sociale virkelighed (jf. afsnit 3.2). Det er blandt

disse mange kontekster, at man som content analytiker finder validerende beviser, som kan føre til at skabelsen af et *research question* i en bestemt kontekst (Krippendorff, 2004, s. 30). I vores tilfælde undersøgte vi diverse shitstorme og kriser, som fortrinsvis udspillede sig på de sociale medier. Disse indledende overvejelser ledte os til at placere vores problemformulering i en kontekst omhandlende framingen af skyldsspørgsmålet i sagen (jf. afsnit 1.2.1). Vi udvalgte dernæst, igen blandt mange forskellige kontekster, en empiri, som vi mente ville give mening i den kontekst, som vi havde valgt og trak disse herind. Vi sørgede for hele tiden for at bevare en vedvarende forbindelse mellem vores problemformulering og vores data.

Hovedformålet med vores contentanalyse er således at skabe en sammenhæng imellem vores *research question* og tekster (dvs. tilgængelige data). Måden hvorpå denne sammenhæng skabes er ved at sætte vores data ind i en teoretisk kontekst, som relaterer sig til vores problemformulering for igennem en contentanalyse at kvantificere kvalitative data, så de kan benyttes til dette formål.

3.5.1 Udvælgelse af texts

Baseret på de parametre, som vi nævnte i afsnit 1.3.2, valgte vi, at Facebook ville være et godt sted at undersøge krisens udvikling. Efter at vi havde lavet denne udvælgelse af texts, gik vi videre til selve contentanalysen, som Krippendorff inddeler i seks trin: *Unitizing, sampling, recording, reducing, infering og narrating*.

3.5.1.1 Primær- og sekundærdata

Vores opgave besvares ved at benytte en blanding af primær- og sekundærdata, dog fortrinsvis primærdata, som vi har indsamlet fra Facebook. Den sekundære data består af f.eks. rapporter fra Medieudviklingen 2018 af DRs Medieforskning, Mediernes Udvikling i Danmark af Slots- og Kulturstyrelsen og Troværdighedsanalysen 2018 af Radius.

3.5.1.2 Dataindsamling på Facebook

Som en del af vores empiri til denne opgave har vi valgt at bruge opslag og kommentarer fra Facebook. Opslagene kommer fra AMAs offentlige profil og fra B.T.s profil. Opslagene er de opslag, som omhandler AMAs bryllupsreception på Københavns Rådhus og de efterfølgende hændelser samt kommentarerne til disse opslag. Ved at kigge på kommentarerne til opslagene kunne vi følge en delmængde af den offentlige stemning omkring AMAs sag i forskellige sub-arenaer og dermed forsøge at kortlægge de forskellige frames som skabes af de forskellige aktører samt hvorledes brugerne reagerer på disse.

3.5.1.3 Overvejelser vedrørende empiri

Vi har forsøgt at komme i kontakt med AMA og begge de presserådgivere, som hun havde under krisen, dog havde ingen af dem lyst til at deltage i vores opgave. Det havde ellers bidraget med et værdifuldt indblik i tankerne bagved beslutningerne om AMAs kommunikation, noget som vi kun nu kan gisne om.

Vi overvejede at spørge dele af Offentligheden om deres holdning til sagen og til AMA med henblik på at vurdere, hvordan hendes omdømme har udviklet sig. Dette valgte vi dog ikke at gøre, da vi ikke mener, at det ville give et retvisende billede af Offentlighedens mening i 2017. Det er de færreste, som kan huske hvad deres eksakte holdning og følelser under krisen var, og der er en risiko for, at de kan have reflekteret over sagen og dermed ændret holdning siden. Vi har altså ikke målt på omdømmet, da vi ikke mente at det ville give et retvisende billede af situationen dengang.

3.5.2 Krippendorff's seks komponenter i en contentanalyse

Som nævnt, inddeler Krippendorff sin contentanalyse i seks komponenter. *Unitizing* handler kort sagt om at identificere segmenter af tekst, som kan være interessant for analysen. *Sampling* handler om systematisk og repræsentativt for populationen at udvælge et antal observationer, som kan gøre analysen af disse data simple. *Recording/coding* har det formål at transformere stykker af tekst til analyserbare repræsentationer. Det kan både omfatte det at optage/beskrive observationer eller det at transskribere eller kode dem. Eftersom vores data allerede er i tekstform, har det ikke været nødvendigt at hverken optage eller transskribere dem. Hvad vi dog har gjort er, at vi har kodet teksten efter frames med det formål at reducere teksten til analyserbare repræsentationer. *Reducing* har til opgave at reducere og simplificere teksterne til det, som er fokuspunktet i analysen. Vi gør dette ved at lave grafer over frames fordelt på uger (jf. bilag 6: Figurer over dataindsamling). *Inferring* sektionen findes i kapitel 4, hvor der dannes en bro imellem vores data og opgavens teoretiske grundlag. Formålet med *narrating* er at gøre resultaterne forståelige for andre samtidig med at argumentere for deres relevans, dette kunne f.eks. være at argumentere for valget af contentanalyse (Krippendorff, 2004, ss. 83–85).

3.5.2.1 Unitizing

Efter at vi havde dannet os et overblik over al dataene på Facebook, besluttede vi os for at gruppere dem (*unitize*) i tre overordnede domæner. Denne inddeling var stærkt inspireret af van der Meer et al.s (2014) undersøgelse vedrørende samspillet mellem frames i en krisekommunikation på tværs af de forskellige domæner og desuden Etter & Vestergaard (2015)'s undersøgelse, hvori den offentlige mening og framing undersøges via Facebook kommentarer.

I artiklen af van der Meer et al. (2014) kommer virksomhedens PR til udtryk igennem pressemeddelelser, nyhedsmedierne kommer til udtryk igennem nyhedsartikler og Offentligheden kommer til udtryk på de sociale medier. Vi inddelte derfor vores dataindsamling efter en lignende struktur (jf. figur 3.2):

- AMA repræsenterer en virksomhed, og hendes opslag på Facebook repræsenterer en virksomheds PR (jf. afsnit 1.2.2.1).
- B.T. repræsenterede nyhedsmedierne, og vi valgte her at kigge på de opslag, som B.T. lagde op på Facebook og de tilhørende web-artikler.
- Offentligheden blev repræsenteret af de mange Facebook-brugere, som kommenterede på henholdsvis AMAs opslag og B.T.s opslag i den valgte periode, inspireret af Etter & Vestergaards (2015) lignende undersøgelse af frames på Facebook.

At lade kommentarerne til AMAs og B.T.s opslag repræsentere den offentlige mening gøres, som sagt, med det forbehold, at disse naturligt ikke kan ses som et direkte udtryk for hele den offentlige holdning, men kun en delmængde. Ifølge Lee & Song (2010) er de fleste på et *online complaint site* observatører og poster ikke selv indhold, og det er derfor ikke muligt at måle deres holdning til skyldsspørgsmålet i casen. Selvom kommentarerne ikke kan ses som værende et direkte billede på offentlighedens holdning, er de dog stadig en del af den offentlige holdning, og kan antages at have påvirket den generelle offentlige mening (Ravasi et al., 2019). Det vurderes derfor, at disse kan bruges i vores analyse af den offentlige holdning og give et billede på, hvordan Offentlighedens skyldsframing har ændret sig i løbet af krisen. Dog skal der ved omtale af 'Offentligheden' i denne opgave tages højde for, at der altså kun er tale om den delmængde af Offentligheden, som det er muligt for os direkte at måle på gennem kommentarerne på opslagene.

3.5.2.2 Sampling

For at danne os et overblik over dataene i de tre respektive domæner, vi havde identificeret, lavede til at starte med en oversigt (jf. Excel-fil 1) over alle AMAs Facebookopslag og B.T.s Facebookopslag. Vi kiggede her kun på de opslag lavet af AMA i perioden og besluttede efterfølgende at afgrænse os fra opslag, som ikke direkte nævnte #Rådhusgate. Vi kiggede desuden på de opslag og tilhørende artikler, som B.T. havde lavet med relation til #Rådhusgate (jf. afsnit 1.4). Samlet set drejede dette sig om seks opslag fra AMA og 27 opslag fra B.T. (jf. Excel-fil 2). På de i alt 36 opslag noterede vi os her antallet af kommentarer, antallet af humor-reaktioner (like, glad, sur, ked af det osv.) og antallet af delinger. Vi gjorde dette for at danne os et overblik over omfanget af dataene og for at finde ud af, hvordan vi nemmest og mest effektivt skulle gå til den videre dataindsamling. Vi noterede i alt 7.416 kommentarer på AMAs seks opslag og 5.230 kommentarer på B.T.s i alt 27 opslag på Facebook.

Eftersom vi *samplede* på baggrund af frames, har det været nødvendigt at foretage en indledende grovsortering for at fjerne data, som ikke indeholder nogen klar framing. Givet at "populationen" af B.T.s

artikler samt AMA opslag har været relativt lav, så har det ikke været nødvendigt at udtage samples af disse. Det har dog været nødvendigt at lave en sampling af kommentarer givet størrelsen af populationen. Alle kommentarer blev 'copy-'pastet ind i et Excel ark med en dato for 'posten' også (jf. vedlagt Excel-fil 2).

3.5.2.2.1 Anna Mee Allerslev på Facebook

Som nævnt ovenfor, ser vi i vores undersøgelse AMA som værende lig en virksomhed, der udfører PR i en krisesituation. Måden hvorpå vi fandt AMAs opslag var ved at benytte Facebooks søgefunktion. Vi filtrerede efter opslag lavet af AMAs offentlige profil, filtrerede efter hhv. september og oktober 2017 og nedfældede samtlige opslag i vores udvalgte tidsperiode. Det var hurtigt tydeligt, at kun et fåtal af opslag direkte relaterede sig til krisen. I perioden fra 11. september til 25. oktober lavede AMA 38 Facebookopslag, hvoraf kun seks direkte adresserede krisen. Vi valgte kun at foretage vores dataanalyse af skyldsspørgsmålet på disse seks opslag (jf. Excel-fil 2).

3.5.2.2.2 B.T.s nyhedsartikler på Facebook

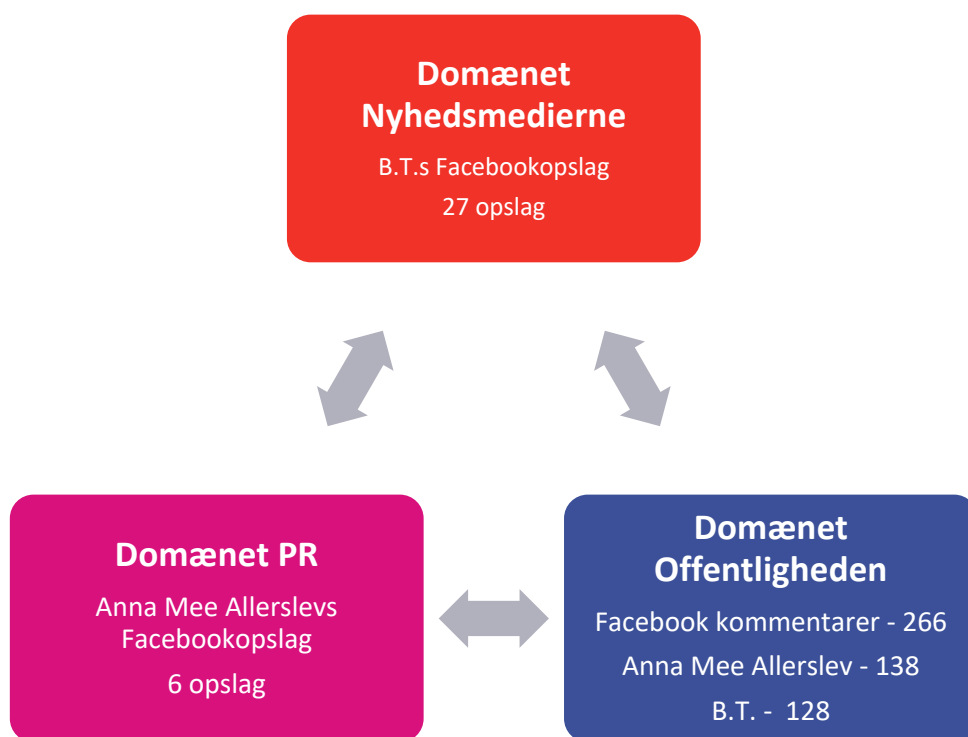
Måden hvorpå vi fandt B.T.s opslag inkl. artikler, var den samme som ved AMAs Facebook posts. Vi filtrerede efter opslag lavet af B.T.s Facebookprofil, filtrerede efter hhv. september og oktober 2017, søgte på 'Anna Mee Allerslev' og nedfældede samtlige relevante opslag i vores udvalgte tidsperiode. Der var i alt 27 opslag, hvoraf 4 var video/livestream (jf. Excel-fil 2).

3.5.2.2.3 Kommentarer til Anna Mee Allerslev og B.T.

På hvert af vores udvalgte posts fra hhv. AMA og B.T. har der været livlig debat. Vi valgte at tage udgangspunkt i kommentarer, da de i højere grad end likes og delinger antages at give udtryk for en eller flere bestemte frames. På AMAs seks opslag var der i alt 7.416 kommentarer, og på B.T.s 27 opslag var der 5.230 kommentarer, dog skal det nævnes at det samlede antal kommentarer også omfatter kommentarer til kommentarer, som vi har afgrænset os fra.

Efter at vi havde dannet os et overblik over det samlede antal kommentarer (12.646), valgte vi at indsamle hver 25. kommentar for at få et repræsentativt udsnit af det samlede antal kommentarer, men også for at få et antal kommentarer, som vi var i stand til at bearbejde. Med andre ord har vi altså brugt en *systematic sampling*, som har den styrke, at den kan højne repræsentativiteten, men har også potentiale for sænke den, hvis der forekommer cykliske mønstre i dataene (Malhotra, 2010, s. 388). Dette kunne f.eks. være hvis hver 24. kommentar tilfældigvis er afvigende fra den generelle population.

Facebook har tre forskellige sorteringsmuligheder: 'Mest relevante', 'Nyeste' og 'Alle Kommentarer'¹. 'Mest relevante' viser de kommentarer med flest likes/reaktioner først. 'Nyeste' viser alle kommentarer sorteret efter tid med de nyeste øverst. 'Alle' kommentarer' viser alting, inklusiv spam, men også med de kommentarer med flest reaktioner øverst. Facebooks standard sorteringsmetode er at placere de mest relevante kommentarer øverst, men da vi ikke ved præcist, hvordan denne algoritme fungerer, valgte vi ikke at benytte denne sorteringsform. For at få det mest repræsentative udsnit af kommentarerne sorterede vi dem efter funktionen 'Nyeste', således at alle kommentarer blev vist efter tidspunkt, startende med de nyeste øverst. Den første kommentar, som blev registreret, var dermed den nyeste kommentar på opslaget. Vi talte os derefter igennem kommentarerne og registrerede hver 25. kommentar (jf. Excel-fil 2). Hvis et opslag havde et antal kommentarer, som ikke gik op i 25, stoppede vi med at tælle ved f.eks. kommentar nr. 14 og startede med at tælle fra start på det nye opslag, således at der her igen var den nyeste kommentar som blev registreret først. Den mængde kommentarer, som vi foretog vores dataindsamling på, var derfor en del mindre end det samlede antal kommentarer. Vores dataindsamling består derfor af sammenlagt 266 kommentarer.



Figur 3.2: Inspireret af van der Meer et al. (2014), frames i en krisesituation

¹ Der er kommet ny sorteringsfunktion på Facebooksiden vores dataindsamling. Man kan ikke længere få de nyeste kommentarer først. Denne sorteringsfunktion er erstattet af "ældste først".

3.5.2.3 Recording/coding

Da vi havde fundet frem til vores 266 kommentarer og sammenlagt 33 opslag, valgte vi at kode disse efter, hvordan skyldsspørgsmålet frames i de forskellige kommentarer og opslag. Vi var meget opmærksomme på, at vi gennem vores kodning kunne risikere at tilføje forkerte frames eller overse nogen undervejs, hvorfor vi brugte en del tid på indledningsvis at screene kommentarer, opslag og posts for frames relaterede til skyldsspørgsmålet. Vi kiggede indledningsvis nogle af opslagene igennem og de mest relevante kommentarer udvalgt af Facebooks sorteringsalgoritme 'Mest relevante'. Det var især kommentarerne, givet at der var flere af disse, hvor det var nødvendigt at lave en indledende screening for frames. Ud fra de forskellige frames vi mente at kunne se her, udvalgte vi først fem forskellige frames, som vi mente var de mest relevante (jf. tabel 3.1). Vi måtte også efter en tid tilføje Frame 6 og den neutrale framing, fordi vi måtte sande, at der i visse tekster ikke altid udviste nogen tydelig skyldsframing. For at gøre det tydeligt, hvilke kommentarer som skulle inkluderes i hver enkel frame, lavede vi en uddybende forklaring af hver frame. En kommentar eller et opslag behøvede ikke at leve op til alt, hvad der står i forklaringen af framen, denne var blot lavet for at give os og læsere af denne opgave en bedre forståelse for, hvilke retningslinjer vi har kodet efter. Således endte vi med nedenstående 'kodebog' (Tabel 3.1):

Tabel 3.1 – Frames udvalgt til at bestemme skyldsspørgsmålet i dataanalysen

	Kaldenavn	Forklaring/kan ses ved følgende
Frame 1	AMA skyldig	AMA ses som værende skyldig i at have misbrugt sin magt som politiker til at tilegne sig goder, som almindelige borgere ikke har adgang til. Hun er en pamper, og hun bør gå af eller afsættes.
Frame 2	B.T. skyldig	B.T. har kørt en personlig hetz på AMA og/eller de har videregivet fejlagtige oplysninger, som har resulteret i AMAs fratrædelse.
Frame 3	'Systemet' skyldig	Hele det politiske system er råddent – de andre politikere gør det samme. Det er ikke kun AMA, som er skyldig, men en politisk tendens.
Frame 4	Offentligheden skyldig	Offentligheden (især på sociale medier) har kørt en personlig hetz på AMA, som fører til, at hun må gå af. Offentligheden blæser sagen op, fordi de har "ondt i røven". Det er acceptabelt, at man kan låne lokaler på sin arbejdsplads.
Frame 5	KK skyldig	Borgerrepræsentationens Sekretariat har givet AMA forkerte oplysninger, hvilket fører til, at hun fejlagtigt får skylden for at have brudt regler. Kommunen (Borgerrepræsentationens Sekretariat) handler i strid med reglerne/bøjer reglerne.
Frame 6	Ingen sag	Der har aldrig været nogen sag, og AMA har handlet efter reglerne. Lykønskninger i forbindelse med brylluppet.
Neutral	Ingen framing	Ikke-relateret framing/igen tydelig skyldsframing

Generelt set har det været mere udfordrende at kode kommentarerne end opslagene og artiklerne, da de fleste kommentarer framer indirekte ved deres personlige holdninger, og dermed ikke så tydeligt som nyhedsmedierne og AMA framer begivenheden. Det har heller ikke nødvendigvis altid været tilfældet at kommentarerne har haft nogen direkte relevans til sagen, hvilket yderligere har kompliceret kodningen. Der forekommer desuden stavefejl i nogle af opslagene, hvor vi har foretaget en tolkning af den sandsynlige mening. Ved kommentarer, hvor vi ikke fandt det muligt at identificere en tydelig skyldsframing, blev kommentaren kategoriseret som værende neutral/der er ingen tydelig skyldsframing.

Vores kodning af de forskellige frames er baseret på subjektive beslutninger, hvorfor vi besluttede os for at lave denne kodning sammen for at sikre, at vi var enige i hvilke frames der var repræsenteret blandt vores data.

3.5.2.3.1 Eksempler på tolkning af frames

For at højne reliabiliteten af vores undersøgelse vil vi her inddrage eksempler på tolkning af frames. Alle opslag og kommentarer har vi, som sagt, kodet sammen for at sikre at disse er kodet ud fra de samme forståelser. For at give et større indblik i denne proces dermed skabe en øget transparens, har vi nedenfor udpenslet, hvordan vi er nået frem til de forskellige frames i et opslag og en kommentar.

Vores dataindsamling blev indført i et Excel ark for at skabe den bedst mulige oversigt over de forskellige frames. Framesne blev indsat i hver sin kolonne i toppen af arket. I hver arkrække placerede vi et opslag eller en kommentar. Når disse skulle kodes, skrev vi et ettal i det felt som repræsenterede det identificerede frame. Det blev et ettal fremfor f.eks. et kryds, da det gjorde det lettere at lægge antal frames sammen senere (jf. tabel 3.2)

AMA	B.T.	'Systemet'	Offentligheden	KK	Ingen sag	Ingen framing
Frame 1	Frame 2	Frame 3	Frame 4	Frame 5	Frame 6	Ingen tydelig framing af skyld
	1				1	

Tabel 3.2 – Eksempel på kodning af frames i det første af Anna Mee Allerslevs opslag

3.5.2.3.1.1 Opslag d. 11.09.2017 af AMA

I AMAs første opslag (jf. bilag 2.A) vurderede vi, at følgende frames var til stede: 'B.T. skyldig' og 'Ingen sag'. Tildelingen af disse frames bunder i, at AMA skriver: *"Jeg synes, det er en useriøs historie, BT vælger at bringe (...) "*, som vi valgte at se som at AMA hentyder til, at B.T. har bragt fejlagtige/irrelevante informationer og at det indirekte er dem, som har fundet på, at der er en sag. Vi har desuden tolket sætningen: *"Jeg har selvfølgelig fulgt alle de regler, der er vedtaget af gruppeformandskredsen i Borgerrepræsentationen"*, som at AMA mener, at der ikke er nogen sag, og at hun altså ser sig selv som uskyldig.

3.5.2.3.1.2 Kommentar til B.T. opslag d. 12.09.2017



Denne kommentar er lavet til B.T.s første opslag fra den 12. september, omhandlende at AMA havde lånt Rådhushallen uden at betale for det (Kronberg & Ishøy, 2017a). Vi har kodet den som indeholdende følgende frames: 'AMA er skyldig' og 'Systemet er skyldig'.

Brugeren skriver at *"Hun skulle bare med det samme have en regning sendt"*. Vi har tolket, at med "hun" menes der AMA, hvorved framet om at AMA er skyldig etableres. Dernæst skriver brugeren at det samme gør sig gældende for *"de andre folkevalgte"*, som kan ses som en henvisning til andre politikere. Altså bliver sagen framet som at både AMA og de andre politikere *"kunne løbe fra at betale"* og dermed at de er skyldige i ikke at have betalt for lånet af Rådhuset.

3.5.2.4 Reducing

Efter at vi havde tildelt opslag og kommentarer frames, forsøgte vi indledningsvis at lave figurer over udviklingen i frames per dag. Dog viste det sig hurtigt, at der i vores dataindsamling er op til flere dage (og uger), hvor der ingen aktivitet er og fordelingen på dage gav derfor en dårlig visualisering.

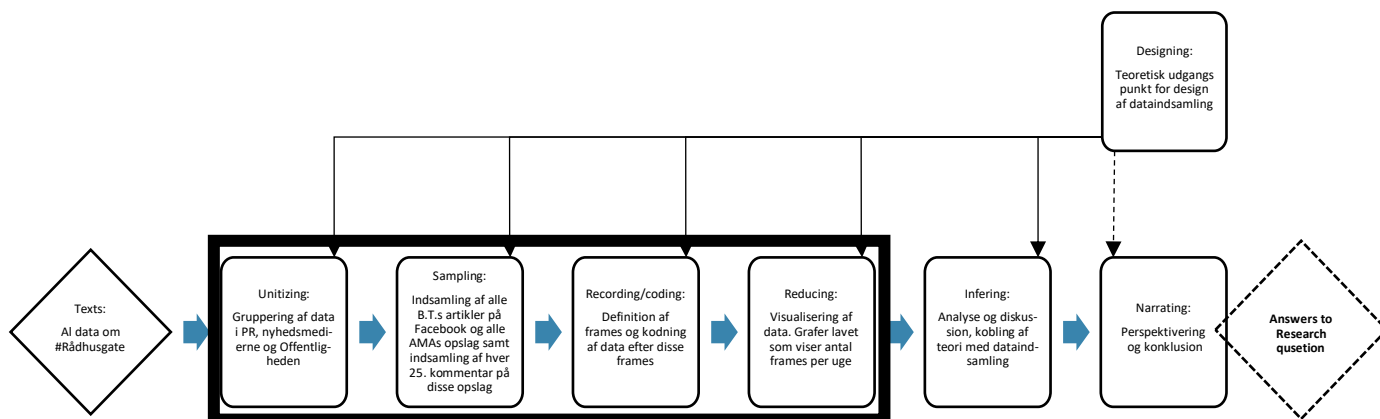
Vi besluttede derfor at inddele dagene i uger i stedet, hvilket gav et bedre generelt overblik. Disse figurer gjorde det nemmere for os at vurdere hvilke frames, som var mest dominerende på hvilke tidspunkter. Dette hjalp os til at lave en bedre analyse. Figurerne bruges løbende i vores analyse og kan findes i Excel-fil 2 samt bilag 6.

3.5.2.5 Inferring

Herefter brugte vi den information, vi havde hentet i vores data til at koble med den valgte teori. Disse koblinger binder vores analyse og diskussion sammen og gjorde det muligt at se sammenhænge mellem teori og krisens forløb (jf. kapitel 4)

3.5.2.6 Narrating

Afslutningsvis brugte vi vores data, teori og den efterfølgende analyse til at besvare vores problemformulering. Narrating blev udført i konklusionen og perspektiveringen (jf. kapitel 5)



Figur 3.3: Tilpasning af 'Komponenter i en contentanalyse' baseret på Krippendorff (2004, s. 86)
(for større udgave, se bilag 7)

3.5.2.7 Fejlkilder ved vores contentanalyse

En af ulemperne ved vores metode til at indsamle opslag via Facebooks søgefunktion er, at det ikke kan udelukkes, at der har været andre opslag, som vi ikke har kunnet se via den funktion. Disse kan være opslag lavet af B.T. som af den ene eller den anden grund ikke sorteres ind under søgekriteriet "Anna Mee Allerslev".

Ligeledes kan vi ikke udelukke, at nogle opslag kan være blevet slettet, redigeret eller på anden måde ændret i forhold til sin originale form. I forbindelse med vores dataindsamling har vi set enkelte kommentarer som beskylder AMA for at have slettet deres kritiske kommentarer (jf. bilag 8: Kommentarer med anklage om slettede kommentarer). Derudover kan vi ikke afvise at B.T. har slettet nogle af de kommentarer, som er tilknyttet deres opslag. På B.T.s Facebookside, kan man se de retningslinjer, som B.T. har i forhold til, hvilke typer af kommentarer de tillader, og hvilke de tager forbehold for at slette (jf. bilag 9: B.T.s guidelines ift. Sletning af kommentarer). Hvorvidt B.T. har set sig nødsaget til at slette enkelte kommentarer vedr. krisen er ikke til at sige. Vi kan derfor ikke vide om der eventuelt har været flere kommentarer, som kunne have givet et andet resultat i vores dataanalyse.

I forbindelse med vores kodning af de forskellige frames, kan det ikke udelukkes, at der er frames, som vi ikke har opfanget, som andre ville opfange. Vi har forsøgt at imødegå dette ved at se på de forskellige opslag og kommentarer inden vi lagde os fast på vores frames for at se, hvilke frames som optrådte her. Derudover har vi foretaget al kodning sammen og diskuteret, hvorvidt man kunne se andre frames end dem, vi indledningsvist havde koblet til opslaget eller kommentaren.

Derudover kan det ikke afvises at vi har fejltolket hvilke frames, som optræder i vores data. Vi kan ikke vide om vi har mistolket f.eks. ironi eller sarkasme. Dette er en fejlkilde, som er svær at undgå, når man udelukkende har at gøre med skriftlige data og derfor ikke kan høre toneleje og betoning. For at nedbringe denne fejlkilde har vi lavet al kodning sammen og diskuteret, hvorvidt der kunne være tale om ironi og/eller

sarkasme. Hvis vi har været i tvivl om hvilket frame som blev anlagt i kommentaren eller opslaget har vi kategoriseret denne som 'neutral' (jf. tabel 3.1)

3.6 VALIDITET

Validiteten af en undersøgelse afhænger af, hvorvidt man som forsker har undersøgt det, som man oprindeligt bestemte sig for at undersøge. Der findes flere forskellige former for validitet. Vi har udvalgt konstrueret validitet og ekstern validitet som de mest relevante for denne opgave givet det konstruktivistiske ståsted.

3.6.1 Konstrueret validitet

Når man undersøger sociale koncepter, som vi gør i denne opgave, er det vigtigt at gøre det tydeligt for læseren, hvordan man måler på disse koncepter, da der er tale om abstrakte ting, som er svære at observere direkte (Krippendorff, 2004, s. 315). Det er derfor vigtigt, at man som forsker gør det tydeligt for læseren, hvordan man definerer sine måleenheder (Krippendorff, 2004, s. 315; Yin, 2014, s. 46). Casestudier er tidligere blevet kritiseret for blot at bekræfte forskerens forudindtagede holdninger, fordi indsamlingen af data sker ud fra forskerens subjektive meninger og holdninger (Yin, 2014, s. 46). Dette kan undgås ved, at forskeren er tydelig omkring, hvordan de udvalgte koncepter måles og vurderes. For at undgå dette, gjorde vi det fra starten meget tydeligt, hvad det var vi ville måle, nemlig skyldsframingen i sagen omkring AMAs bryllupsreception på Københavns Rådhus og dens udvikling. Derefter definerede vi de udvalgte frames, som vi mente var til stede i sagen, og som vi ville bruge til at måle, hvordan skyldsframingen i sagen udviklede sig. Denne udvælgelse var naturligvis baseret udelukkende på vores subjektive vurderinger. Vi gjorde det derfor meget tydeligt, hvordan vi forstod de forskellige frames, og hvad vi så som udslagsgivende for hver enkelt frame (jf. tabel 3.2). Denne tydeliggørelse af de forskellige frames gjorde det både nemmere for os selv at være helt sikre på, hvorfor vi valgte disse frames, og sikrede at vi begge var enige om, hvordan de skulle forstås. Samtidig sikrede det at læsere af vores undersøgelse, forstår hvordan disse frames er udvalgt, og dermed hvordan vi ville måle skyldsframingen i sagen.

Yin (2014) anbefaler, at man som forsker forsøger at koble de koncepter, man undersøger med operationelle målinger og meget gerne citerer offentlige kilder, som laver lignende koblinger. På denne måde undgår man som forsker, at ens resultater i for høj grad kommer til at afspejle ens egne holdninger. Måden vi gjorde dette på var blandt andet ved at kigge på van der Meer et al. (2014)'s tredeling af domæner samt Etter & Vestergaard (2015)'s undersøgelse af offentlig meningsdannelse på Facebook (jf. afsnit 3.5.2.1). Ved at læne os op ad disse undersøgelser sikrede vi, at vores undersøgelse ikke udelukkende var baseret på vores egne forudindtagede meninger, men derimod er bygget på andre undersøgelser lignende koblinger mellem forskellige frames samt koblingen mellem framing og sociale medier.

3.6.2 Ekstern validitet

Ekstern validitet handler om, hvorvidt resultaterne af undersøgelsen kan bruges til at generalisere ud fra, ud over den pågældende case, og ved at bruge en hvilken som helst metodisk tilgang (Yin, 2014, s. 48). Den eksterne validitet relaterer sig til den førnævnte analytiske generaliserbarhed (jf. afsnit 3.3. Ved at fokusere på den analytisk generaliserbarhed søger man som forsker at gå ud over den valgte case og forsøger at finde generelle resultater (Yin, 2014, s. 40). Man forsøger med andre ord som forsker at øge *the transferability* af undersøgelsen, da man overfører resultaterne af undersøgelsen fra et område til et andet (Cho & Trent, 2014, s. 680). Formålet med vores opgave har i høj grad været at kunne bruge de resultater og erfaringer, som vores undersøgelse har givet os, til at bidrage til feltet for framing på sociale medier i en krisesituation. Vi håber dermed, at det ud fra vores undersøgelse er muligt at konkretisere teorien på området, og forhåbentlig kan resultaterne overføres til lignende cases og undersøgelser.

3.7 RELIABILITET

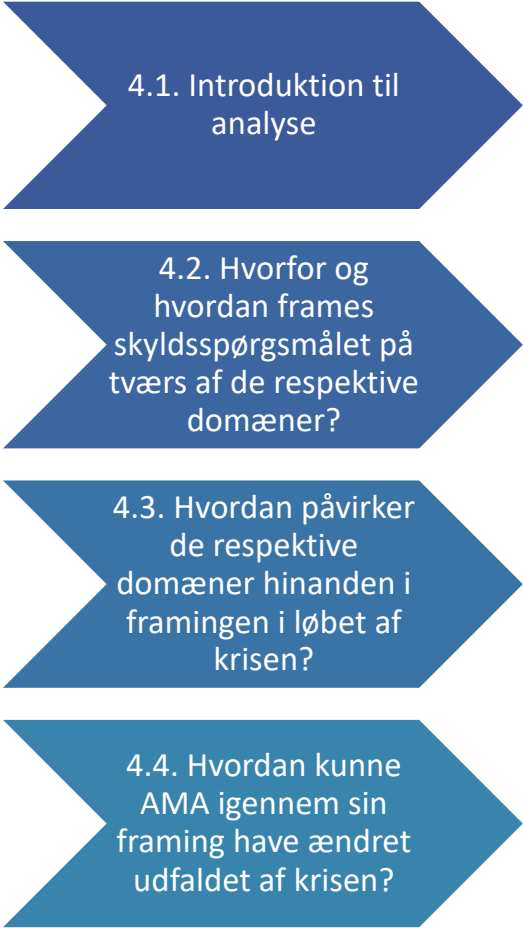
For at opnå reliabilitet i en undersøgelse, skal det være muligt for en anden forsker at kunne gentage vores undersøgelse og få de samme resultater (Yin, 2014, s. 48). Målet for undersøgelsesproceduren er at den *"responds to the same phenomena in the same way regardless of the circumstances of its implementation"* (Krippendorff, 2004, s. 211). I og med at vores videnskabsteoretiske udgangspunkt er socialkonstruktivistisk er det dog svært at opnå fuld reliabilitet grundet vores forskellige epistemer. Disse bevirker at en fremtidig forsker ville have svært ved at gentage vores undersøgelse og få præcis de samme resultater, da han/hun ville være påvirket af sine egne epistemer.

For at opnå så høj en reliabilitet som muligt i vores undersøgelse, har vi forsøgt at gøre hvert trin i undersøgelsen meget tydelig for dermed at skabe en høj grad af transparens. Vi har forklaret baggrunden for de forskellige frames, vi har udvalgt, og hvordan vi har identificeret dem hver især. Dette har vi bakket op med eksempler fra et opslag og en kommentar, hvor vi har udspecificeret, hvad det er i den enkelte kommentar eller opslag, som vi mener viser de forskellige frames (jf. afsnit 3.5.2.3.1). Dette er både gjort for at gøre det tydeligt for læseren, hvilke tanker som lå bag tildelingen af de forskellige frames, for at opnå en højere konstrueret validitet.

Med en undersøgelse som vores, er det som sagt svært at opnå fuldstændig reliabilitet. Vores udvælgelse og kodning af de forskellige frames er udelukkende baseret på vores epistemer. Denne udvælgelse vil altså være påvirket af vores kulturelle og akademiske baggrund og måden vi læser de enkelte kommentarer, opslag og artikler er i høj grad påvirket af dette. Vi har som sagt forsøgt at minimere denne fejlkilde, men den kan ikke elimineres helt, da vores undersøgelse er bygget op omkring vores subjektive kodning af den udvalgte data.

Kapitel 4

Analyse og diskussion



4.1. Introduktion til analyse

4.2. Hvorfor og hvordan frames skyldsspørgsmålet på tværs af de respektive domæner?

4.3. Hvordan påvirker de respektive domæner hinanden i framingen i løbet af krisen?

4.4. Hvordan kunne AMA igennem sin framing have ændret udfaldet af krisen?

4.1 INTRODUKTION TIL ANALYSE

Det følgende afsnit kobler vores teoretiske viden med dataindsamlingen med henblik på at besvare problemformuleringen. Vi har valgt at strukturere vores besvarelse af problemformuleringen ved hjælp af underspørgsmål. Indledningsvis vil vi besvare spørgsmålet 'Hvorfor og hvordan og frames skyldsspørgsmålet på tværs af de respektive domæner?' Med 'skyldsspørgsmålet' skal det igen nævnes at det henviser til 'hvem som er skyldig for at sagen er endt, der hvor den er.' Derefter vil vi besvare spørgsmålet? 'Hvordan påvirker de respektive domæner hinanden i framingen i løbet af krisen?'

4.2 HVORFOR OG HVORDAN FRAMES SKYLDSPØRGSMÅLET PÅ TVÆRS AF DE RESPEKTIVE DOMÆNER?

Først vil vi behandle AMAs framing af skyldsspørgsmålet igennem hendes egne Facebookopslag, dernæst B.T.s framing af skyldsspørgsmålet i deres artikler lagt på Facebook og afslutningsvis framingen hos Offentligheden i Facebook kommentarerne.

4.2.1 Hvorfor og hvordan framer Anna Mee Allerslev skyldsspørgsmålet igennem sine Facebookopslag?

Dette afsnit vil indledningsvis behandle framingen af skyldsspørgsmålet, som vi fandt i AMAs i alt seks Facebookopslag jf. vores contentanalyse. Disse frames er afledt af opslagene, som vi vurderer i deres originale form, har haft det formål at agere krisekommunikation. Vi vurderer, at det er ment som krisekommunikation, da det er hendes eneste kommunikation omkring de eksterne beskyldninger, som truer hendes omdømme. Det er bredt anerkendt, at valg af krisekommunikationsstrategi er en framingmekanisme (Coombs, 2007; Wu & Choy, 2018). Vi vil derfor benytte Coombs' (2007) SCCT-framework til at analysere de bagvedlæggende årsager til de valgte krisekommunikationsstrategier og dermed framing i opslagene.

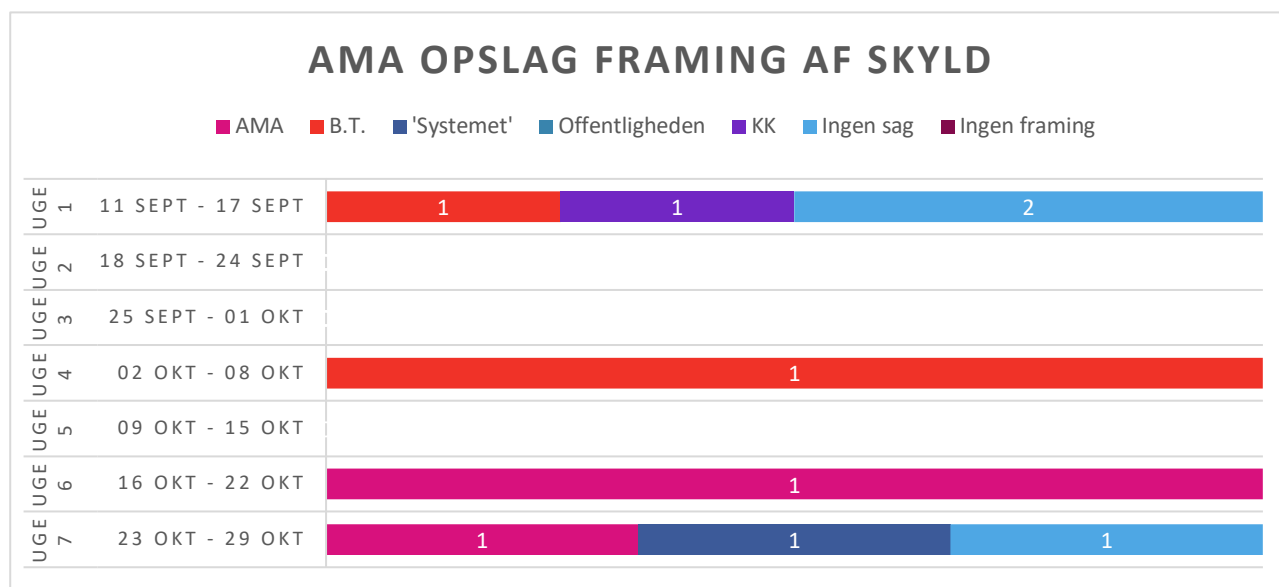
Som supplement til AMAs Facebookopslag har vi benyttet et afsnit af podcastserien 'Shitstorm' på P1, som omhandler AMA og den kommunikation, hun valgte at føre under krisen (Aagaard & Mahmoud, 2018). I denne podcast gennemgås nogle af de Facebookopslag, som AMA kom med i løbet af krisen, og hun får lov til at kommentere på hvilke tanker, som lå bag disse opslag. Vi er naturligvis klar over, at AMAs udtalelser i forbindelse med denne podcast er foretaget i retrospektiv, samt at hun med al sandsynlighed framer sig selv positivt for at fremstå bedst muligt for lytterne. Vi kan derfor ikke stole fuldt ud på hendes udtalelser, men vi antager at de afspejler sandheden i nogen grad, da det i ganske høj grad ville skade hendes troværdighed at lyve, hvad vi formoder er det modsatte af formålet med interviewet.

4.2.1.1 Framing af skyldsspørgsmålet

Overordnet set viser vores dataindsamling, illustreret ved figur 4.1 nedenfor, at AMA i starten af krisens forløb i høj grad forsøger at fralægge sig ansvar ved at fremlægge, at der enten ikke er nogen sag eller lægger ansvaret over på enten B.T. eller KK. Det er først i slutningen af krisens forløb, at AMA begynder at påtage sig en del af ansvaret for krisen ved at erkende, at det var moralsk forkert af hende at låne Rådhuset (jf. figur 4.1). Samtlige aktører, undtagen Offentligheden, frames undervejs skiftevis som værende skyldige, hvilket kan skyldes, at AMA ikke vil lægge skylden på sine vælgere, som er blandt Offentligheden.

Overordnet set kan man argumentere for, at AMA indgår i dialog med omverdenen for at forsøge at påvirke den grundlæggende konstruktionen af virkeligheden til sin egen fordel, hvad Hallahan (1999) kalder *framing of situations*. Der foregår også i ganske høj grad en *framing of responsibility* ift. hvem, som er ansvarlige for at sagen er endt, hvor den er. AMAs krisekommunikationsindsatser kan også relateres til *framing of responsibility*, da hun undervejs forsøger at fralægge sig ansvaret for samtlige anklager, som B.T. retter mod hende. Vores dataindsamling kan siges at undersøge *framing of responsibility*, da den analyserer, hvilke parter som er ansvarlige for sagen.

AMA laver i løbet af hele case-perioden seks posts, som relaterer sig til krisen, og vi har altså logget den samlede 'population' af posts. Der er logget flere end seks frames i vores dataindsamling, fordi nogle af opslagene indeholder flere forskellige frames. Givet at der er få opslag, og ofte at de er samlet i de samme uger, betyder det, at der er flere uger, hvor der ingen frames er. I og med at der er så få opslag, vil vi kort gennemgå framingen i hver af dem, og derefter sætte dem i en krisekommunikationskontekst. Det skal nævnes, at de formodninger vi har omkring AMAs omdømme er rent teoretisk funderede, da vi ikke har målt på dem. Vi kan derfor ikke vide, om det rent faktisk har været sådan i virkeligheden.



Figur 4.1 – Oversigt over Anna Mee Allerslevs framing af skyld i egne Facebookopslag

4.2.1.1.1 B.T. og Københavns Kommune starter med at være ansvarlig

Det ses i det allerførste opslag, at AMAs skyldsframingen er rettet mod B.T., da hun beskylder mediet for at bringe en useriøs historie. Der frames til dels også, at der ikke er en sag i og med at AMA, efter sin egen overbevisning, har fulgt de gældende regler. Modsat det første opslag, får B.T. ikke tildelt nogen skyld i det andet opslag. I dette opslag er skylden dog i høj grad rettet mod Københavns Kommune og Borgerrepræsentationens Sekretariat for muligvis at have givet AMA forkerte oplysninger i forhold til reglerne. Derudover mener vi, at opslaget kunne ses som værende til dels framet mod, at der ikke er en egentlig sag, da det flere gange i opslaget påpeges af AMA, at hun har fulgt de regler, som hun er blevet oplyst om. I det tredje opslag har vi vurderet, at AMA framer B.T. som værende skyldig, og fortsætter således på den første frame, som hun introducerede med at B.T. er skyldige i at have skabt en historie af ingenting.

4.2.1.1.2 AMA erkender, at det var moralsk forkert af hende

Det fjerde opslag er det første af AMAs opslag, hvor vi mente, at der var tale om en skyldsframing, som placerede AMA selv som værende den skyldige i sagen. Selvom hun ikke indrømmer, at hun er skyldig i at have begået en fejl i forbindelse med lån af Rådhushallen, indrømmer hun, at hun er skyldig i ikke at have indset på forhånd hvilket problem, det kunne blive, at hun som politiker kunne få lov til at låne Rådhushallen gratis. Det femte opslag er det længste og indeholder op til flere budskaber og derfor flere frames. Opslaget indeholder både 'AMA skyldig', 'Systemet' skyldig' og en framing af, at der 'Ingen sag' er. Det er interessant, at der både findes en 'AMA skyldig' og 'Ingen sag' frame i opslaget sideløbende, og dette kan bidrage til at budskabet bliver en smule blandet. Hun skriver, bl.a. at fordi de andre politikere også har gjort det ('Systemet'), så gør det det ikke moralsk rigtigt (AMA er dermed også skyldig), at hun har lånt Rådhuset. Hun prøver dog sideløbende at nedtone, at der overhovedet er en sag ved at understrege, at det der er sket, er inden for de pågældende regler. En argumentationskæde, som vi finder en anelse modstridende. Det sjette og sidste opslag indeholder ingen tydelig framing, da de udelukkende informerer om, at der skal være pressemøde på Rådhuset kl. 13.30.

4.2.1.2 **Kriseresponsstrategier i AMAs FB-opslag**

Det følgende afsnit vil være en analyse af AMAs seks opslag set i lyset af Coombs (2007) krisekommunikationsteori.

4.2.1.2.1 Første opslag – 11. september 2017 (uge 1)

Den 11. september 2017 laver AMA sit første opslag omkring krisen. I dette opslag forklarer hun, at B.T. i morgen vil bringe en historie om hendes bryllupsreception på Københavns Rådhus. Hun har senere udtalt, at

opslaget blev lagt op for at sikre, at hun selv fik lov til at fortælle sin side af historien, inden den kom på forsiden af B.T. (Aagaard & Mahmoud, 2018). Givet at B.T. allerede havde bestemt, at AMA skulle på den offentlige agenda, kan det ses som et forsøg på at få indflydelse på, hvilke attributter der i den forbindelse pålægges hendes politiske person, altså om hun frames som værende skyldig i at have bøjet reglerne eller ej. Desuden kan det ifølge Coombs (2007) være en fordel at etablere den første frame. Ifølge Coombs (2007) er dette netop en vigtig del af en virksomheds krisekommunikation, da Offentligheden ofte har tendens til at tilslutte sig den framing, som medierne tildeler en krise. Desuden vil stakeholders typisk tilslutte sig de frames, som kommer fra den kilde, som de finder mest troværdig. Det kan derfor argumenteres at AMA bruger de sociale medier som *relationship builder* (Kent et al., 2003) for at øge sandsynligheden for, at Offentligheden tilslutter sig hendes framing af krisen. Kent et al. (2003) anbefaler i høj grad, at virksomheder lægger op til dialog for at sikre vedvarende forhold til stakeholders, som er bygget på tillid. AMA lægger ikke direkte op til dialog, men det faktum at hun har valgt at lave opslaget på et socialt medie og ikke bare har skrevet et opslag på f.eks. en sin hjemmeside, kan ses som at hun er åben overfor dialog og gerne vil høre brugernes inputs til sagen.

Selve krisekommunikationen i opslaget stemmer i høj grad overens med Coombs' (2007) *denial*-strategi, fordi AMA understreger, at hun ikke mener, at hun har gjort noget galt, da alle regler er overholdt og hun desuden har betalt for den tid, som kommunens personale har brugt på at gøre klar til receptionen (jf. bilag 2.A). Det kan derfor ses som, at hun afviser, at der er en krise. Samtidig kan man også argumentere for, at hun gør brug af *attack* strategien, i det at hun anklager B.T. for at være useriøse i deres valg af at bringe historien. Man kan ligeledes argumentere for, at hun her forsøger at miskreditere B.T. og få læserne af opslaget til på at have en forudindtaget holdning omkring historien, når de læser historien i B.T. dagen efter.

4.2.1.2.2 Andet opslag – 13. september 2017 (uge 1)

Dagen efter B.T.s første artikel lægger AMA endnu et opslag på Facebook. Her understreger hun igen, at hun har fulgt alle regler og fralægger sig hermed fortsat ansvar. I stedet for en *denial* strategi, kan AMA nu siges at benytte en *scapegoat* strategi, hvor hun lægger skylden over på Borgerrepræsentationens Sekretariat. Hun mener, at såfremt hun er skattepligtig af lånet af Rådhushallen, er det imod de informationer, som hun tidligere har fået. Hun vil derfor ”bede Borgerrepræsentationens sekretariat om at få ordentlig styr på skattereglerne via ekstern rådgivning” (AMAs andet opslag, jf. bilag 2.B). Med dette ordvalg kan det argumenteres, at AMA fralægger sig ethvert ansvar, fordi hun mener, at hun er blevet vildledt af Borgerrepræsentationens Sekretariats informationer og giver dem skylden for den krise, hun er involveret i. Det samme kan siges at gøre sig gældende, når hun beder Økonomiforvaltningen om at få lavet en ekstern undersøgelse af de gældende regler. Ved at bede om denne undersøgelse, kan man argumentere for, at AMA forsøger at lægge skylden for eventuelle fejl over på Borgerrepræsentationens Sekretariat. AMA's krisekommunikation i dette opslag kan ikke længere kaldes for en *denial* strategi, da hun vedkender sig, at der er en sag, selvom hun ikke

omtaler denne som en krise. Hun påtager sig dog ikke selv skylden, men lægger ansvaret for eventuelle brud på de gældende regler over på Borgerrepræsentations Sekretariat.

Man kan argumentere for, at AMA mod opslagets slutning også gør brug af en *compensation* strategi, da hun vælger at betale for forplejningen i forbindelse med sin officielle 30-års fødselsdagsreception, som blev holdt på Københavns Rådhus i 2014. Det kan antages, at dette kommer som en reaktion på, at B.T. søgte om agtindsigt i KKs udgifter i forbindelse med fødselsdagsreceptionen (Kronberg et al., 2017a) for at minimere den skade, som sagen kan påføre AMAs omdømme. Ved at betale for forplejningen, kan det antages, at AMA har håbet på, at sagen kunne dysses ned, således at den ikke længere skyggede for ”den politik, jeg helst vil bruge min tid på” (AMAs andet opslag, jf. bilag 2.B). Det kan antages, at AMA yderligere forsøger at minimere skaden på sit omdømme ved i opslaget at påpege, at Borgerrepræsentationens Sekretariat har fulgt reglerne i forbindelse med hendes officielle, offentlige 30-års fødselsdage og ikke sendt hende en regning for forplejningen. Hermed kan AMA siges til en vis grad at gøre brug af en *denial* strategi ved at sige, at alt i denne forbindelse er efter bogen, og at der dermed ikke er nogen sag. Man kan dog argumentere for, at der ikke er tale om en fuld *denial* strategi, da AMA vælger at betale pengene tilbage, og dermed anerkender at der er en sag, som kræver at hun handler. Årsagen til at hun vælger at skrive, at hun, ifølge reglerne, ikke er forpligtiget til at betale, men vælger at gøre det alligevel, kan ses som en måde hvorpå AMA forsøger at forbedre sit omdømme i Offentlighedens øjne.

4.2.1.2.3 Tredje opslag – 6. oktober 2017 (uge 4)

I AMAs tredje opslag er der elementer af en *justification*-strategi. Ved at printe alle dokumenter, der relaterer sig til de spørgsmål, som B.T. havde til sagen, kan man argumentere for, at AMA forsøger at retfærdiggøre sine beslutninger og dermed forsøger at minimere den andel af skyld, som hun tildeles i Offentlighedens øjne. Det faktum at AMA samtidig fortæller, at mange af dokumenterne har ligget offentligt tilgængeligt på KKs hjemmeside, kan antages at være et forsøg på at højne hendes troværdighed i Offentlighedens øjne, fordi hun dermed fastslår, at hun ikke har forsøgt at skjule noget i forbindelse med sagen. Opslagets krisekommunikation kan derfor ses som værende en måde, hvorpå AMA forsøger at vise, at hendes opførsel i forbindelse med krisen ikke har været så forkert, som B.T. prøver at få den til at fremstå. I dette tilfælde kan opslagets ses som en *justification*-strategi.

AMAs tredje opslag kommer efter en længere periode, hvor der ikke er blevet lagt opslag op omkring krisen. Dette kan tyde på, at AMA har vurderet, at hendes tidligere krisekommunikationsstrategier omkring at benægte krisens eksistens og at skyde skylden på eller angribe andre aktører ikke har virket efter hensigten. At hendes krisekommunikation ikke har virket, kunne være udtryk som en fortsat strøm af negative kommentarer og artikler i sagen, og at hun derfor igen har set sig nødsaget til at italesætte krisen igen nem sin Facebookprofil.

4.2.1.2.4 Fjerde opslag – 18. oktober 2017 (uge 6)

I sit fjerde opslag begynder AMA i højere grad end tidligere at påtage sig noget af skylden for krisen og indrømmer dermed, at hun har en del af ansvaret for denne. Dette ses ved, at AMA indrømmer, at hun er blevet klogere i løbet af krisen, og kan se at hendes handlinger ikke har været rimelige. I forhold til AMAs krisekommunikation i opslaget vurderes det, at hun her først gør brug af en *apology* strategi, da hun indrømmer at hun ved at kunne låne lokalet gratis har fået fordele i kraft af sit værg som politiker, som andre ikke har. AMA fastholder dog stadig, at hun ikke har brudt nogen regler ved at skrive, at hun har fokuseret for meget på de gældende regler omkring lån af lokaler på Rådhuset. Det faktum at AMA fortsat fastholder, at hun har overholdt alle regler, kan ses som et forsøg fra hendes side på at benægte, at hun har brudt reglerne og dermed beskytte sit offentlige omdømme, som ifølge Coombs (2007) er motivet bag de forskellige krisekommunikationsstrategier. AMA indrømmer dog her, at til trods for at hun har overholdt alle gældende regler, så har hendes handlinger ikke været rimelige og kan dermed siges at undskylde for sine handlinger. Selvom AMA til dels undskylder for sine handlinger ved at sige, at hun er blevet klogere efter den kritik hun har fået, forsøger hun fortsat at retfærdiggøre sine beslutninger, som det også sås i de tidligere opslag. Dette gøres ved, at hun gentagende gange pointerer, at hun hele tiden har handlet efter, hvad hun mente var juridisk korrekt, men at hun nu kan se, at dette ikke var moralsk rimeligt.

Ud over at AMA undskylder for måden, hvorpå hun har handlet i forbindelse med lån af Rådhushallen, gør hun også brug af en *compensation* strategi, da hun vælger at betale lejen for lokalet. AMA lægger ikke skjul på, at dette kommer som en konsekvens af den utilfredshed, hun har mødt i forbindelse sagen. Der kan derfor heller ikke herske megen tvivl om, at denne handling sker i et forsøg fra AMAs side om at skabe empati blandt Offentligheden og på at beskytte sit omdømme ved på én gang at sige, at hun har overholdt reglerne, men har lyttet til den kritik hun har fået og derfor vælger at betale for lån af Rådhushallen, selvom hun overholdt reglerne i forbindelse med lånet. Dette kan ses som en måde hvorpå AMA forsøger at få sig selv til at fremstå sympatisk og villig til at indrømme, at hun i Offentlighedens øjne har begået en fejl.

4.2.1.2.5 Femte opslag – 24. oktober 2017 (uge 8)

AMAs femte opslag kommer dagen før, at hun trækker sig fra sin post som Beskæftigelses- og Integrationsborgmester (jf. bilag 2.E). I løbet af opslaget kan AMA siges at bruge flere forskellige krisekommunikationsstrategier, som alle har til formål at beskytte AMAs omdømme blandt Offentligheden. I forhold til Coombs' (2007) inddeling af krisekommunikationsstrategier gør AMA brug af både *diminish*-, *rebuild*- og *bolstering*-strategier. Nedenfor uddybes hvor disse strategier forekommer i opslaget.

4.2.1.2.5.1 *Diminish crisis response strategies*

AMA gør i dette opslag brug af begge *diminish* strategierne: *excuse* og *justification*. *Excuse* strategien ses bl.a. da AMA skriver: ”Jeg var sikkert både dum og naiv” (AMAs femte opslag, jf. bilag 2.E) og understreger dermed, at hun ikke havde til hensigt at gøre noget forkert. Opslaget afsluttes til dels også med brug af *excuse* strategien, da AMA påpeger, at hun aldrig har forsøgt at dække over sine handlinger eller har haft den opfattelse, at hun havde skeletter i skabet. Det kan antages, at *excuse* strategien er valgt for at forsøge at fjerne ansvaret for krisen og derigennem beskytte AMAs offentlige omdømme. AMA bruger også en *excuse* strategi, da hun understreger, at grunden til at hun i første omgang spurgte, om hun måtte låne lokaler på Rådhuset, var fordi hun vidste, at flere af hendes kollegaer på Rådhuset havde gjort det samme. Ved at sige dette forsøger AMA at vise, at hun dermed troede, at hun opererede indenfor de gældende regler og dermed ikke havde til intention at gøre noget forkert. Dette udsagn kan dog også ses som en *justification* strategi, da det kan have til formål at formindske krisens betydning ved at påpege at AMA ikke er den eneste politiker, som har gjort brug af dette tilbud.

Vi ser, at *Justification* strategien er den dominerende i opslaget. Især ses *justification* strategien i høj grad i de svar, AMA giver på syv forskellige spørgsmål i opslaget. AMA skriver, at hun har forsøgt at besvare alle spørgsmål, og at hun har udvalgt syv, som hun mener kunne være interessante. Det må dog antages, at disse spørgsmål og svarerne dertil er strategisk udvalgt for at mindske AMAs ansvar for krisen og derved forbedre hendes omdømme i Offentlighedens øjne. Dette ses ved, at hun uddyber diverse faktuelle information, som f.eks. hvordan det kan være, at hun kun har betalt for leje af Rådhushallen i én dag, når salen har været optaget i tre dage. Derudover svarer AMA også på kritikken omkring sit forhold til Øens Murefirma og udpensler her, hvordan sagen hænger sammen, og hvorfor det ikke er så stort et problem, som det er blevet fremstillet. Igennem alle spørgsmålene ses denne *justification* strategi som et forsøg fra AMAs side på at forklare tingenes sammenhæng og dermed minimere krisens effekt på hendes offentlige omdømme. Ulemper ved at bruge en *diminish* strategi, som *excuse* eller *justification*, er dog, at de er mest effektive, når de forstærker allerede eksisterende frames, og at det kan være svært at introducere nye frames (Coombs, 2007).

4.2.1.2.5.2 *Rebuild crisis response strategies*

Selvom AMAs femte opslag i høj grad kan ses som en måde hvorpå, at AMA forsøge at genopbygge tilliden til hendes person og forsøger at få øget sympati fra læserne af opslaget, bruges *rebuild* strategierne, *compensation* og *apology* meget lidt i opslaget. *Compensation* strategien ses kun meget lidt i opslaget, da AMA enkelte gange gør opmærksom på, at hun har betalt penge for både leje af Rådhushallen, og at hun har betalt for leje af Øens Murerfirmas kantine i forbindelse med sin 30-års fødselsdag. Disse påmindelser om kompensation kan dog også ses som en *reminder* strategi, som skal minde læserne om, at AMA har betalt disse beløb og derfor mindske hendes andel af skyld i sagen.

Apology-strategien bruges ikke direkte i opslaget. AMA skriver gentagende gange, at hun er ked af det, hvilket er det tætteste, hun kommer på en undskyldning. Hun specificerer dog ikke, hvad det præcist er, som hun er ked af. Om det er sagens udvikling, den måde sagen har påvirket hendes troværdighed, eller om hun er ked af, at have begået en fejl. Det virker usandsynligt, at der er tale om den sidste mulighed, da AMA i slutningen af opslaget skriver ” *Og viser det sig, at jeg har begået fejl, er jeg også klar til at tage ved lære af dem* ”. AMA lader altså fortsat ikke til at mene, at hun har lavet en fejl i sagen.

4.2.1.2.5.3 *Bolstering crisis response strategies*

Af *bolstering* strategierne gør AMA brug af både *victimage*- og *reminder*-strategierne. *Victimage* ses allerede i starten af opslaget, hvor AMA minder læserne af opslaget om, hvor hårde de seneste seks uger har været for hende. AMA gør hermed læserne opmærksomme på, at hun også har været et offer i løbet af denne krise, antageligvis gøres for at opnå læserens sympati. AMA benytter endnu en *victimage*-strategi i det efterfølgende afsnit, hvor hun understreger, hvor ked hun er af, at folk ikke længere ser hende, som den AMA de kender eller mener, at hun er værdig til at bestride sin borgmesterpost. Dette afsnit kan ses som en måde, hvorpå AMA fremstiller sig selv som et offer for krisen og har formentlig været tænkt som en måde, hvorpå læseren skal mindes om, at AMA ikke selv identificerer sig med det billede som, er blevet portrætteret i løbet af krisen. Ud over at afsnittet kan ses som en *victimage* strategi, kan det til dels også ses som en *reminder* strategi, da det indirekte projiceres til læserne, at AMA ikke er den person, som hun bliver fremstillet til at være, men i stedet står for det modsatte. *Reminder* strategien ses også de steder i opslaget, hvor AMA understreger, hvor meget hun brænder for at lave politik og for udviklingen af København, hvilket kan ses som en måde, hvorpå hun minder læserne om, hvor passioneret hun er omkring sit arbejde. AMA forstærker denne pointe ved at skrive, at hun altid har været omhyggelig med sine ting. Dette ordvalg kan ses som værende en *reminder* strategi, fordi AMA minder læserne om, de gode ting hun tidligere har gjort. Begge disse ovenstående eksempler kan ses som en måde, hvorpå AMA forøger at beskytte sit omdømme.

En sidste *victimage* strategi ses, da AMA skriver både, at hun nogle gange ville ønske at hun og hendes mand ikke var blevet gift pga. den efterfølgende krise, og at hun ville ønske, at hun havde betalt pengene fra starten, således at hun havde ”*haft en dejlig dag at tænke tilbage på, ligesom alle andre*” (AMAs femte opslag, jf. bilag 2.E). Om der i det sidste eksempel med ”*alle andre*” tænkes på de andre gæster ved festen, eller om der menes brudepar generelt, som tænker tilbage på deres bryllupsdag, er ikke til at udlede. Det kan dog antages, at sætningen er ment som en måde hvorpå læseren skal fatte sympati for AMA, fordi hun ikke ”*ligesom alle andre*” kan nyde mindet om sin bryllupsdag.

Begge disse strategier kan antages at have til hensigt at minde stakeholders om de gode ting, som virksomheden gør og derved skabe sympati for virksomheden (Coombs, 2007). Coombs (2007) påpeger, at disse strategier bør bruges af virksomheder, som har et godt forhold til sine stakeholders. Grunden til at AMA vælger at gøre brug af disse strategier i dette opslag, kan antages at være, fordi hun befinder sig i et

forum, hvor det må formodes, at hun har et godt forhold til de personer, som primært kommer til at læse opslaget, da hun kommunikerer til følgere af hendes offentlige Facebookside. Dette syn virker til at være blevet udfordret i løbet af krisen, hvorfor AMA formodentlig har set det som værende nødvendigt at minde disse stakeholders om hendes gode sider. Eftersom AMAs profil er offentlig, er det dog nemt for andre stakeholders at tilgå hendes opslag. Disse kan ikke forventes i samme grad at dele de oprindelige følgeres goodwill overfor AMA, og vil derfor ikke nødvendigvis fatte sympati for AMAs sag på samme måde, som det muligvis er gældende for AMAs oprindelige Facebook-følgere.

4.2.1.2.5.4 Opsummering af det femte Facebookopslag

Som nævnt bærer dette opslag i høj grad præg af *justificaiton*-strategien, der skal ses som en måde, hvorpå AMA forsøger at minimere sin opfattede andel i skylden for krisen. Derudover gør AMA også brug af *victimimage* strategien ved gentagende gange at betone, hvilken påvirkning krisen har haft på hende, og hvor meget den har gået hende på. Begge strategier kan ses som en måde, hvorpå AMA forsøger at få læseren af opslaget til at fatte sympati for hendes sag, og forstå at AMAs handlinger ikke er gjort i ond mening. Opslaget kan også ses som en måde, hvorpå AMA forsøger at højne sin goodwill og sikre at folk ikke får et forkert billede af hende som værende ”*beregående og forkælet og ligeglad med alt andet end mig selv*”.

Det er uvist om AMA på tidspunktet, hvor dette opslag blev lagt op, vidste at hun ville fratræde sin stilling som borgmester dagen efter. Såfremt hun ikke havde taget denne beslutning endnu, kan opslaget ses som en måde, hvorpå AMA forsøgte at vende folkestemningen, skabe større sympati og forståelse med sin sag samt mindske sin opfattede andel af skyld i sagen. Dette ses også ved, at hun opfordrer til dialog i slutningen af opslaget, da hun beder folk om at stille eventuelle spørgsmål, som de ønsker svar på. At opfordre til dialog vil ifølge Kent et al. (2003), være en god måde, hvorpå man som virksomhed kan skabe en stærk relation til sine stakeholders, og det kan antages, at det er en lignende tanke, som AMA har haft. I podcasten ’Shitstorm’ nævner AMA, at de spørgsmål, som hun fik på dette opslag, i starten var meget positive, men at de ændrede sig til at blive mere og mere kritiske (Aagaard & Mahmoud, 2018). Hvorvidt dette har spillet en rolle i AMAs beslutning om at trække sig fra sin borgmesterpost er uvist.

Såfremt AMA på daværende tidspunkt havde besluttet sig for at trække sig fra sin borgmesterpost, kan opslaget i stedet ses som en måde, hvorpå AMA forsøger at højne sit omdømme en smule, inden hun ’forlader scenen’. Vi anser derfor, at opslaget har til formål at sikre at AMAs omdømme ikke tager for meget skade og sørge for at hendes omdømme ikke når at falde helt sammen, inden hun træder af.

4.2.1.2.6 Sjette opslag – 25. oktober 2017 (uge 8)

Det sjette og sidste af AMAs opslag relateret til krisen kommer på dagen, hvor AMA trækker sig som borgmester i Københavns Kommune. Opslaget føres i et neutralt, faktuel sprog, og er derfor svært at placere i en

af de forskellige krisekommunikationsstrategier. Hvorvidt AMAs beslutning om, at trække sig skal ses som en *apology* strategi, hvor hun påtager sig al skyld for at sagen udviklede sig som den gjorde, er ikke tydeligt ud fra dette opslag. Valget om at trække sig som borgmester, kan ses som et tegn på at AMA fortsat forsøger at beskytte sit omdømme, selvom det ikke er muligt at identificere en tydelig krisekommunikationsstrategi.

4.2.1.2.7 Øvrige 32 opslag

De 32 opslag som AMA lavede i løbet af krisens forløb, som ikke relaterede sig direkte til krisen, var ikke en del af vores dataanalyse vedr. skyldsframing. Til trods for at opslagene ikke indeholder en tydelig skyldsframing, kan de dog ses som en del af AMAs krisekommunikation, da det må antages at være en bevidst handling ikke at fokusere på krisen, men at fortsætte valgkampen som om intet var hændt. I podcasten om krisen fortæller AMA, at hun og hendes stab mente, at da de lavede det første opslag om bryllupsreceptionen, havde de gjort alting efter bogen og at det var nødvendigt at ”*holde snuden i sporet*” (Aagaard & Mahmoud, 2018, 00:11:10), da kommunalvalget lå lige rundt om hjørnet. De øvrige 32 opslag bærer da også tydeligt præg af at være lagt op under en valgkamp og har fokus på, hvordan fremtidens København skal formes (Allerslev, 2017).

Især et af de øvrige opslag tiltrak sig en del opmærksomhed i podcasten såvel som i Offentligheden. 15. oktober lagde AMA en video på Facebook, hvor hun svarede på ”32 spørgsmål jeg normalt ikke får”. I denne video svarer AMA på en blanding af politiske og personlige spørgsmål. Det var især de personlige spørgsmål, som fik megen opmærksomhed, da flere brugere på Facebook ikke mente, at de personlige spørgsmål passede ind i en politisk kontekst (Bjørnager & Dreyer, 2017). AMA forsvarede selv videoen med, at selvom krisen påvirkede hendes valgkamp meget, så blev hun og hendes stab nødt til at fortsætte det planlagte kampagnearbejde og at denne video længe havde været planlagt og var lavet lang tid inden krisen (Aagaard & Mahmoud, 2018; Bjørnager & Dreyer, 2017). Videoen fortæller dog en lidt anden historie. Cirka halvvejs gennem videoen (00:02:20) bliver AMA spurgt om, hvordan hun finder styrke til at håndtere modvind, hvortil hun svarer: ”*Du ved jeg har lidt i de her dage, modvind*”. Dette citat viser, at videoen er lavet under krisen vedrørende AMAs bryllupsreception, og videoen kan derfor ikke være lavet længe inden krisen opstod. Denne video kan derfor i særdeleshed ses som en del af AMAs krisekommunikation, da den kan antages, at formålet er at fjerne fokus fra skylden. AMA udtaler også selv, at videoen skulle være med til at vise en mere menneskelig side af hende og ændre billedet af hende som ”*poleret og perfekt*” (Bjørnager & Dreyer, 2017). Opslaget og videoen kan derfor ses som en måde hvorpå AMA forsøger at minimere krisen og forbedre sit offentlige omdømme. AMA udtaler selv, at videoen ikke var et forsøg på at flytte fokus væk fra krisen, men blev lavet som en del af den planlagte valgkampagne (Aagaard & Mahmoud, 2018). AMA fortæller derefter (Aagaard & Mahmoud, 2018, 00:12:45), at hun ikke kan huske, hvornår videoen blev produceret, men at drejebogen blev lavet tilbage i juni til trods for, at hun tidligere i interviewet siger at videoen blev ”*aftalt og lavet lang tid inden*” (Aagaard & Mahmoud, 2018, 00:10:40). Som nævnt før omtaler AMA

krisen i videoen, hvilket viser, at den er lavet efter krisen brød ud. Det er ikke til at sige, om AMA taler sandt i podcasten 'Shitstorm' og at videoen udelukkende var en del af en planlagt valgkampagne, men det er tydeligt ud fra videoen, at den er lavet efter krisen opstod. Om spørgsmålet omkring modvind er inddraget i kraft af krisens opståen, er ikke til at sige, men det skaber en tvivl om, hvorvidt videoen blot var en del af valgkampagnen, eller om den havde et mere strategisk formål som krisekommunikation.

4.2.1.3 *Udvikling af Anna Mee Allerslevs krisekommunikation i henhold til krisetyper*

Ud fra vores dataindsamling og ovenstående analyse af AMAs Facebookopslag er det tydeligt, at AMAs framing af skyldsspørgsmålet og den dertilhørende krisekommunikation udvikler sig i løbet af krisens forløb. Dette kan skyldes, at AMAs bedømmelse af hvilken krisetype, hun befinder sig i, ændrer sig i løbet af krisen. Ifølge Coombs (2007) bør en virksomhed fastslå hvilken krisetype, den befinder sig i, for at kunne beslutte, hvilken kriseresponsstrategi, som vil beskytte virksomhedens omdømme bedst muligt. For at vurdere dette, bør virksomheden kigge på i hvor høj grad, den ses som skyldig, sin tidligere krisehistorik og hvilket forhold, der på forhånd er til virksomhedens stakeholders (Coombs, 2007).

Normalt afgør krisetypen, som nævnt, hvilken krisekommunikation en virksomhed vælger at benytte (Coombs 2007). I vores tilfælde giver det dog mening at vende forløbet om og kigge på, hvordan AMA vælger at frame krisen igennem sin krisekommunikation og derigennem udpege de krisetyper, som AMA muligvis selv har vurderet, var repræsenteret i løbet af krisens forløb. Inden krisens start må AMAs krisehistorik antages at være neutral, da hun ikke tidligere har været involveret i lignende sager (Aagaard & Mahmoud, 2018). Dog viser Radius' tillidsundersøgelse at politikere er den faggruppe som danskerne har mindst tillid til (Radius, 2018). Selvom AMA ikke har en negativ krisehistorik, kan det antages, at Offentligheden hurtigt kan miste tilliden til hende grundet hendes erhverv som politiker. At AMA vælger at skrive på sin egen offentlige Facebookprofil kan, som nævnt tidligere, skyldes at dette er et forum, hvor hun må antages at have et godt forhold til de brugere, som følger denne side, og derfor kan forventes at have en højere troværdighed blandt disse.

4.2.1.3.1 The victim cluster

Ud fra AMAs første tre opslag lader det til, at hun i starten ikke forventer, at hun får tildelt meget ansvar for krisen, da hun fortæller, at hun har overholdt alle regler vedrørende lån af Rådhushallen (jf. bilag 2.A). Det lader derfor til, at hun på dette tidspunkt mener, at krisen ligger i en *victim cluster*, hvor virksomheden (i dette tilfælde Borgmester AMA) vurderes at have et lille ansvar for krisen, og hvor virksomheden også er et offer for krisen (Coombs, 2007). Hendes vurdering af krisetypen kan ses som, at den er enten et *rumor*, da hun holder fast i, at det som hun bliver beskyldt for ikke er korrekt, og at hun har fulgt alle regler; eller som *malevolence* (ekstern aktør skader organisationen) i og med, at hun beskylder B.T. for at være useriøse og

beder om en ekstern undersøgelse for at fastslå, om hun ubevidst har brudt reglerne (jf. bilag 2.A & 2.B). Derudover fortæller hun i sit tredje opslag, at hun har printet al information vedr. sagen til B.T. for at bevise, at hun har holdt sig indenfor de gældende regler (jf. bilag 2.C). I disse opslag lader det til, at AMA opfatter sig selv som et offer for krisen og derfor vurderer, at hun ikke selv kan stilles ansvarlig for krisen.

4.2.1.3.2 The Accidental Cluster

Det er først i AMAs fjerde opslag, at det lader til, at hun indser, at Offentligheden i højere grad ser hende som ansvarlig for krisen, end hun selv gjorde i starten. Her indleder AMA opslaget med at skrive ”*Jeg har lyttet til kritikken og er blevet klogere*” (jf. bilag 2.D). Det tyder altså på, at AMA nu har indset, at hendes ansvar for krisen bliver opfattet som højere af Offentligheden end det gjorde af hende selv. AMA indrømmer, at hun har fokuseret for meget på reglerne og overset det moralske aspekt af krisen (jf. bilag 2.D). AMA kan derfor siges at bevæge sig væk fra *the victim cluster* og over i *the accidental cluster* (Coombs, 2007). I dette cluster har virksomheden fortsat minimalt ansvar for krisen, da det ikke har været virksomhedens intention at gøre skade. Grunden til at AMAs valg af krisetype kan siges at ligge i dette cluster er, at hun fortsat fokuserer på, at hun ikke bevidst har forsøgt at snyde eller gøre nogen ondt. Det kan derfor antages, at AMA nu ser krisen som *challenges*, altså at stakeholders mener, at hun handler på en upassende måde (Coombs, 2007). På dette tidspunkt er det desuden kommet frem, at AMA i 2014 lånte kantinen hos Øens Murefirma gratis (Ishøj, 2017b) hvilket, sammen med de mange andre artikler fra B.T., kan antages at have påvirket AMAs krisehistorik i negativ grad. Da historien om at AMA har lånt kantinen hos Øens Murefirma i høj grad kan siges at minde om historien om, at hun fik lov til at låne Rådhushallen gratis, kan det antages, at hendes krisehistorik og hendes omdømme har taget et voldsommere dyk end det normalt ville. Dette dyk kan skyldes, at den nye sag viser en tendens i AMAs opførsel, nemlig at hun flere gange har lånt et lokale til en privat fest uden at betale for det. Grundet den dårligere krisehistorik, kan det antages at Offentlighedens opfattelse af AMA's ansvar for krisen stiger (Coombs, 2007).

AMA fortsætter dog stadig i samme spor i forhold til vurdering af krisetype i sit femte opslag (jf. bilag 2.E). I dette lange opslag bruger AMA i høj grad *bolstering* (jf. afsnit 4.2.1.2.5) i og med at hun ofte fremstiller sig selv som offer for krisen. Det kan derfor tyde på, at AMA stadig i høj grad ser sig selv som et offer til trods for, at hun i det tidligere opslag har indrømmet, at hun godt kan se, at hendes lån af Rådhushallen ikke var rimeligt, selvom det var indenfor de gældende regler. Hun skriver i opslaget at hun sikkert var ”*både dum og naiv*” (jf. bilag 2.E), da hun troede, at det var acceptabelt, at hun lånte Rådhushallen til sin bryllupsreception. AMA påtager sig her en del af ansvaret for krisen, men fremlægger stadig sagen som om, at hun ikke bevidst har forsøgt at gøre nogen skade eller snyde. AMA understreger også flere gange, at hun har overholdt alle gældende regler, hvilket tyder på, at hun ikke ser krisen som tilhørende *the preventable cluster* hvor virksomheden ses som ansvarlig, og at den var i stand til at forhindre krisen, men at krisen fortsat hører til i *the accidental cluster* (Coombs, 2007).

Til trods for, at AMA ikke lader til at opfatte sig selv som ansvarlig for krisen, udvikler hendes krisekommunikation sig i løbet af krisen til at blive mere imødekommende. Dette ses ved, at hun bevæger sig fra at benægte, at krisen eksisterer i de første opslag, til at prøve at minimere krisens negative påvirkning af hendes offentlige omdømme ved at benytte både *justification* og *excuse* strategier. I de to sidste af hendes opslag, bliver hendes krisekommunikation mere imødekommende, da hun bevæger sig mod *rebuild* strategierne *compensation* og *apology*. Hun benytter som nævnt *compensation* strategien da hun betaler for lånet af både Rådhushallen og kantinen hos Øens Murefirma (jf. bilag 2.E), som formentlig er gjort i et forsøg på at imødegå den kritik, som har ramt AMA i forbindelse med krisen. Som nævnt ovenfor gør AMA ikke direkte brug af en *apology* strategi og tager dermed på intet tidspunkt fuldt ansvar for krisen. Hun skriver i sit femte Facebookopslag, at hun er ked af sagen, og at hun ville ønske, at hun kunne gøre tingene om, hvilket kan ses som en måde, hvorpå AMA påtager sig en del af skylden for krisen. I samme opslag skriver hun dog også, at hun har overholdt alle gældende regler, og at såfremt hun har begået en fejl, så vil hun tage ved lære af denne. AMA lader altså ikke til at mene, at hun kan drages fuldt til ansvar for krisen, da hun ikke mener, at hun har begået en fejl. Dette understøtter vurderingen af, at AMAs ultimative vurdering af krisetypen hører til *the accidental cluster*.

4.2.1.4 AMAs Facebookside som ekkokammer

AMAs krisekommunikation foregår næsten udelukkende på Facebook, hvor hendes primære taktik er at skrive Facebook posts. Ulempen ved denne metode er at dem, som primært ser hendes opslag, er dem, som følger hende på Facebook. Sandsynligheden for at de personer, som følger AMA i forvejen, er enige med AMA, er relativt høj, da disse aktivt har valgt at følge hendes side og derfor formegentlig er enige i hendes udtalelser og synes, at hun er en troværdig kilde. Effekten af at AMA kommunikerer til nogen, som er enige i hendes holdninger, kan være, at der skabes et ekkokammer, hvori der i lav grad cirkulerer modstridende holdninger. I et ekkokammer vil holdningerne ofte ekkoe, hvilket rent praktisk betyder at det kan komme til at fremstå som at alle er enige, og derved give et misvisende billede af den generelle mening hos Offentligheden. Desuden medvirker valget af denne platform, at det som oftest kun vil være dem, som følger hende, som ser hendes opslag.

AMA prøver at modvirke denne effekt ved at opfordre læsere af det første opslag til at dele det, således at hendes budskab kommer længere ud end ekkokamret, dog vides det ikke om opslaget nogensinde er kommet længere end deling i første grad. Litteraturen siger, at man typisk kun deler ting, som man er enige i, så Facebook brugere med modstridende holdninger forventes ikke at have delt opslaget, om end at folk med modstridende holdninger potentielt kan have set opslaget hos folk de kender (Aruguete & Calvo, 2018). Dog er dette heller ikke sandsynligt, da Garrett (2009) siger, at man er mere tilbøjelig til at lægge mærke til de nyheder, man er enig i. Facebooks algoritme kan også potentielt have indflydelse på, hvor bredt opslagene når ud, hvis de bliver delt. Det kan ikke udelukkes, at algoritmen kan skjule et delt opslag, da denne kan have

tendens til at skabe filterbobler (Pariser, 2011). Udfordringen ved filterbobler er, at man sjældent ved, hvornår man træder ind og ud af dem, og de kan give et misvisende billede af virkeligheden, fordi algoritmen fremhæver emner baseret på hvad man tidligere har vist interesse for, mens den skjuler emner som man ikke har vist interesse for.

4.2.1.5 Delkonklusion

Som udgangspunkt kan man argumentere for at AMA benytter sig af nogle kommunikative strategier, som har til formål at frame hende som værende mindre skyldig end hun anklages hende for at være, og dermed mindske skaden på hendes omdømme, i sagen om lånet af Rådhushallen. De første tre opslag hun laver, kan siges at gå ud på at benægte, at der overhovedet er en krise til at starte med ved brugen af *denial* strategier. Dette kunne tyde på, at det er blevet vurderet, at krisen er så tilpas lille, at det kunne være en mulighed at benægte sig ud af den (*victim cluster*). AMA benytter desuden bl.a. en *attack* strategi på B.T. og deres historie samt en *scapegoat* ved at lægge skylden over på Københavns Kommune og Borgerrepræsentationens Sekretariat.

De to efterfølgende opslag kunne tyde på, at det er gået op for AMA, at krisen ikke kan ties ihjel, men at der må andre taktikker på banen, for at beskytte hendes omdømme. Hun betaler således pengene tilbage, hvilket kan ses som en *compensation* strategi. Denne taktik tyder på, at nogen har vurderet, at der er tale om en krise, som ligger i *accidental* clusteren, og kan f.eks. være en *challenge*, som udgør en trussel til hendes omdømme. AMA kan siges at tage imod en del af ansvaret og acceptere, at hun har brudt nogle etiske regler, dog kun til en vis grad, i og med at hun kontinuerligt igennem krisen ikke mener, at nogen juridiske regler er blevet brudt.

En udfordring ved AMAs krisekommunikation er, at den udelukkende foregår på AMAs Facebook, som vi anser for værende et ekkokammer. Ulempen herved er, at hendes budskaber udelukkende kommer ud til egne følgere og muligvis egne følgers venner ved en deling. Derudover kan stemningen i ekkokamret komme til at give et misvisende billede af den generelle offentlige mening.

4.2.2 Hvorfor og hvordan formål framer B.T. skyldsspørgsmålet?

4.2.2.1 B.T. som frame sættende medie

"The media do not control what people prefer; they influence public opinion by providing much of the information people think about and by shaping how they think about it." (Entman, 1989, s. 361)

Kigger vi på ovenstående citat koblet med litteraturen om emnet, kan der ikke være nogen tvivl om B.T.s framesættende evne givet dets status som nyhedsmedie. B.T. har både evnen til at styre, hvilke emner

læserne eksponeres for og hvilken vinkling, der skal lægges på emnerne. Det er ikke uden grund, at nyhedsmediernes i folkemunde kaldes den fjerde statsmagt. Der er flere teoretikere, som bakker op om at det typisk vil være sådan, at nyhedsmediernes framing af en krise først opfanges på de sociale medier og ikke omvendt (Coombs, 2007; Etter & Vestergaard, 2015).

Dog, med reference til Entman (1993), afhænger læserens opfattelse af afsenderes frames i høj grad af deres egne schemata (forståelsesramme). Der kan derfor være nogle strategiske overvejelser for en journalist hos B.T. i at vælge frames, som stemmer overens med B.T.s læsers schemata. Dette relaterer sig også til udfordringen ved eksistensen af så bredt anerkendte frames, at der ikke stilles spørgsmålstejn ved deres sandhed, således at et forsøg på at enten ændre dem eller introducere andre vil sætte afsender i et utroværdigt lys (Entman, 1989). Det kan også tænkes at B.T.s frames er sat på baggrund af det faktum at B.T.s Facebook-side kan ses som et ekkokammer. Valget af frames er derfor baseret på hvad, der har størst sandsynlighed for at blive ekkoet mellem brugerne.

4.2.2.2 Typer af framing

Man kan i høj grad argumentere for at B.T.s rolle som nyhedsmedie giver dem den nødvendige ethos (Schultz et al., 2011) til, at deres framing af situationen på et mere grundlæggende plan er medvirkende til at konstruere en virkelighed, hvori det f.eks. ikke er i orden som politiker at modtage gaver. Denne mere grundlæggende type af framing henviser Hallahan (1999) til som *framing of situations*. B.T.s rolle som nyhedsmedie, kan som nævnt være medvirkende til, at deres framing er den som først vil blive opfanget på de sociale medier (Coombs, 2007; Etter & Vestergaard, 2015).

4.2.2.2.1 Framing of attributes

Desuden benytter B.T. sig af en *framing of attributes*, da de foruden at sætte agendaen til at skulle handle om AMA og lånet af Rådhushallen, blandt andre, også knytter bestemte attributter til sagen. Disse attributter udvikler sig i løbet af krisen, men ser man blot på overskrifter, bliver AMA sat i forbindelse med: at have lånt Rådhushallen uden at betale for det (Kronberg & Ishøy, 2017a), at have booket lokalet et år i forvejen så andre ikke kunne låne det (Ishøy & Kronberg, 2017), at lånet af Rådhushallen svarer til korruption (Kronberg et al., 2017b), skifte pressechef ifm. #Rådhusgate (J. V. Larsen, 2017), låne festlokale fra murerfirma uden at det var lovligt (Ishøy, 2017b), glemme at betale skat (Ishøy, 2017a), ville lukke Rådhuset for turister og gæster (Ishøy et al., 2017), stille urimeligt mange spørgsmål (B.T., 2017a), miste støtte fra partimedlemmer (Skrydstrup, 2017), blive kaldt for en intrigant løgner (Boas, 2017), hjalp ven med millionprojekt (Friberg & Ishøy, 2017) osv.

Man kan desuden argumentere for, at B.T. tillægger både sagen og AMA en del negative attributter igennem de ordvalg, som de bruger i både opslag og artikler. Bl.a. omtales sagen som "bryllupsfidusen". En

fidus defineres som en ”*smart eller udspekuleret måde at gøre noget på eller opnå noget ved*” (Den Danske Ordbog, n.d.). Ud fra definitionen af en fidus, kan denne ikke ses som værende noget, som gøres ved et uheld. Der er derimod tale om en overlagt handling, som afviger fra den gængse måde at tilgå et problem på. AMA bliver dermed ikke blot framet som værende skyldig, men i overlagt at have omgået reglerne.

4.2.2.1.1 *Hvorfor, hvorfor dit og hvorfor dat*

En anden attribut som B.T. tilføjer sagen ses i det videoopslag, som B.T. gentagende gange lægger op med de 84 spørgsmål, som AMA stillede til embedsværket på Københavns Rådhus (B.T., 2017b). I næsten tre minutter ruller alle AMAs spørgsmål over skærmen og giver et indtryk af en endeløs række af spørgsmål. Desuden ses det, at spørgsmålene til dels er opstillet efter tema, således at der stilles en lang række spørgsmål vedr. lån af fide til bryllupsreceptionen. Dette kan ses som en måde at fremstille AMA, som en utålmodig person, der gentagende gange har stillet enslydende spørgsmål til embedsværket, og dermed tilføje attributtet at hun er utålmodig.

Hvis man slår lyden til i denne video, vil man kunne høre melodien til børnesangen om Spørge-Jørgen spillet på orgel (B.T., 2017a). Historien om Spørge-Jørgen handler som bekendt om en dreng, som stiller så mange spørgsmål, at hans far til sidst bliver træt af ham og giver ham en endefuld, så Jørgen lærer, at han ikke skal stille så mange spørgsmål. Valget af sang kan ses som en måde hvorpå B.T. fremstiller AMA som en Spørge-Jørgen, der stiller alt for mange spørgsmål. Valget om at få sangen spillet på orgel, kan formodes at være valgt fordi sagen fortsat handler om AMAs bryllupsreception. Det kan derfor antages at sangen skal være med til at skabe en stemning blandt brugerne om, at AMA ikke burde have stillet så mange spørgsmål vedr. bryllupsreceptionen og indirekte insinuere at hun, ligesom Spørge-Jørgen, burde ”få en endefuld”. AMA får derved tilføjet attributtet, at hun er en ’Spørge-Jørgen’, og at hun i den kontekst har udgjort en irriteringsfaktor for embedsværket.

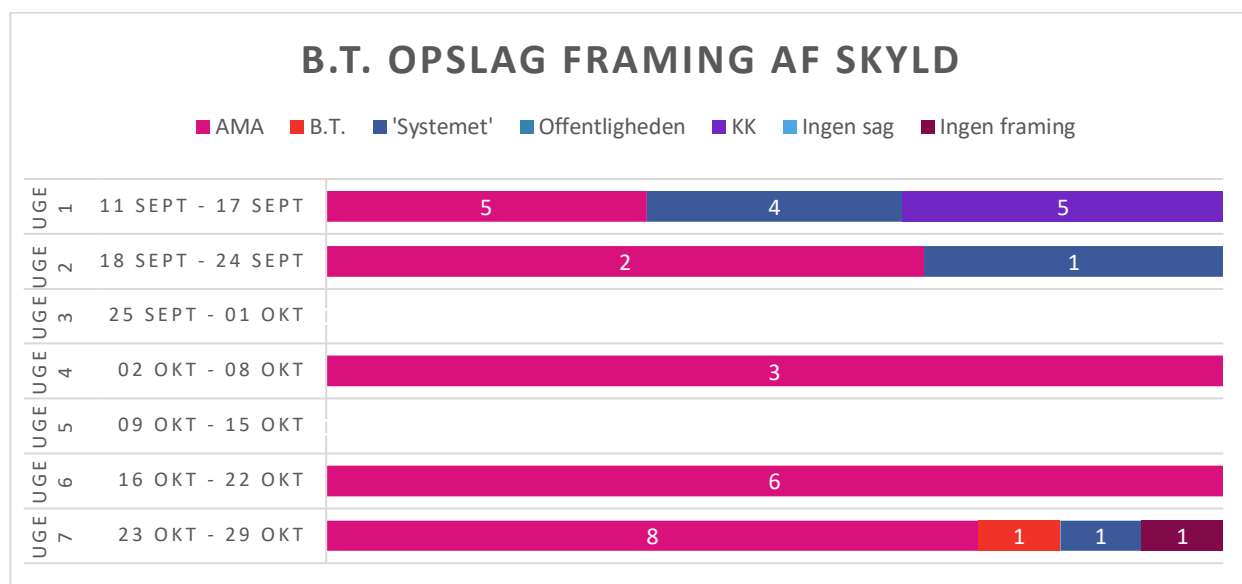
4.2.2.2 Framing of responsibility

Generelt set foregår der også en *framing of responsibility*, hvad angår ansvaret for at Rådhuset er blevet udlånt uden, at nogen skulle betale for det. I vores øjne laver B.T. tydeligt en *episodic framing*, hvor de bruger AMA som eksempel. Hun er hverken den første eller sidste, som havde planlagt at holde bryllup der, så det kan ses som et forsøg på at gøre vinklingen på historien mere interessant at den konkretiseres og knyttes til én person. Dette stemmer også overens med Nyhedskriteriernes *Personalisation*, som efter sigende skulle gøre en historie mere nyhedsværdig (Bednarek, 2016). En klar ulempe ved denne tilgang er, at AMA bliver udlagt som bagmanden, hvor det gratis udlån af Rådhusets lokaler til politikere nok nærmere er et generelt samfundsmæssigt problem, som Hallahan (1990) beskriver at det kan ske ved *episodic framing*.

4.2.2.3 B.T.s framing udvikler sig til udelukkende at se AMA som skyldig

Ser vi på vores empiri, her specifikt hvordan framingen i B.T. opslagene udvikler sig, ser vi nogle klare tendenser. Indledningsvis er der tydeligt en mere nuanceret framing af skyldsspørgsmålet. I uge 1 er det både AMA, Systemet og KK, som frames som værende ansvarlige for situationen. Der sker dog det i uge 2, at 'KK skyldig' helt forsvinder fra framingen på trods af at Økonomiforvaltningens administrerende direktør, Peter Stensgaard Mørch, i en udtalelse tager det fulde ansvar for sagen (Kronberg & Ishøy, 2017c). I de følgende uger er den herskende (og eneste) frame, at AMA selv er skyldig, indtil sidste uge, altså uge 7, hvor hun går af. Her opstår der enkelte nuancer igen, bl.a. at KK og 'Systemet' også er delvist skyldige.

I B.T.s framing introduceres framene 'B.T. skyldig', 'Offentligheden skyldig' eller 'Ingen sag' ikke på noget tidspunkt, modsat hvad AMA og den resterende Offentlighed gør. Dog er det rent logisk ikke så overraskende. Det er klart at B.T. aldrig ville erkende, at de ikke har nogen historie er, da det ville være en erkendelse af, at der ingen sag er. Desuden giver det også mening at Offentligheden, dvs. læserne, ikke frames som havende været med til at blæse sagen op, da det både ville være flytte skylden over på læserne. Vi har i et enkelt tilfælde vurderet at B.T. framer sig selv som skyldig. Dette sker, da B.T. bringer opslaget om at AMA går af *"Efter BTs afsløringer"*. Her kan man argumentere for at B.T. ser sig selv skyldige i at AMA nu går af. Dog er der tale om en positiv skyldsframing hvor B.T. i højere grad tager ansvaret og æren for at AMA nu går af.



Figur 4.2: Framing af skyld i B.T.s Facebookopslag

4.2.2.4 Nyhedskriterierne

Som udgangspunkt antager vi, at det er B.T.s mål som nyhedsmedie, at udbrede sine historier til så mange som muligt ved at lave journalistik, som læserne finder interessant jf. nyhedskriterierne. Ud fra Bednareks (2016) nyhedskriterier, vil vi argumentere for, at der i B.T.s dækning af sagen er elementer af nyhedskriterierne *Consonance*, *Eliteness*, *Negativity*, *Personalisation*, *Proximity* og *Timeliness*, altså er det med andre ord en relativt nyhedsværdig historie. *Consonance* elementerne dukker op med den stereotypiske fortælling om korrupte politikere/politikere, som har taget fra kassen. *Eliteness* elementet er AMAs stilling som borgmester. *Negativity* er den negative historie om 'løgne og snyd'. *Personalisation* kan man diskutere om er til stede her, dog vil vi argumentere for at der er visse elementer, bl.a. det store fokus på personen AMA og hendes personlige kvaliteter, herunder at hun stiller mange spørgsmål. *Proximity* er til stede, fordi det drejer sig om indlandsnyheder, især ift. læsere i København, hvilket en ikke ubetydelig del af B.T.s læsere må formodes at være (givet deres målgruppe). Endelig er *Timeliness* også et element, da det er relativt nylige begivenheder. Den første historie om lånet af Rådhushallen bliver f.eks. skrevet godt 14 dage efter brylluppet.

I forhold til de danske nyhedskriterier (Gravengaard & Rimestad, 2015), kan man argumentere for at de alle kan ses som værende til stede i B.T.s framing af sagen. Sagen er i høj grad aktuel, da B.T. bringer den første artikel godt 14 dage efter brylluppet og stemmer godt overens med identifikationen af *Timeliness*. Sagen kan siges at opfylde kravet om Væsentlighed, da det kan anses for væsentligt, om de folkevalgte politikere overholder landet regler og love, i dette tilfælde dog KKs regler. Dette nyhedskriterie hænger godt sammen med, kriteriet om *Proximity*, altså at nyheden er tæt på målgruppen. Da der er tale om en dansk historie, kan sagen siges at opfylde kravet om Identifikation. Det kan især formodes, at borgere i København har kunnet identificere sig med historien, da der er tale om en københavnsk borgmester. Ydermere kan sagen i høj grad ses som en Sensation, da det i Danmark ikke er normalt at politikere anklages for at have misbrugt deres magt til at tilrane sig økonomiske fordele, da Danmark jf. Transparency International er verdens mindst korrupte land (Transparency International Danmark, 2019). Sagen indeholder også en del Konflikt, bl.a. ses der en konflikt mellem AMA, som holder fast i, at hun ikke har overtrådt nogen regler, og de mange eksperter som i B.T.s artikler udtaler at AMA har forbrudt sig mod reglerne. I forhold til de danske nyhedskriterier er der altså også i høj grad tale om en sag med en høj nyhedsværdi.

4.2.2.5 B.T. på Facebook

B.T. deler, som nævnt, en stor del af sine artikler på Facebook, og der er desuden også en 'del' funktion på B.T. side. En af grundene til at B.T. ønsker at artiklerne introduceres i et forum, hvor det er muligt at kommentere, dele, like osv. altså engagere med indholdet, kan være, at man ønsker at bruge mediet som en *relationship builder* (Kent et al., 2003) med henblik på at få et bedre omdømme. Grundlæggende er der relativ enighed indenfor den akademiske verden om, at de sociale medier kan være et godt redskab til at føre dialog,

hvilket kan være med til at forbedre virksomhedens forhold til dens stakeholders (Castelló et al., 2016; Kent et al., 2003; Seltzer & Mitrook, 2007).

Et andet formål kan også være at få en større eksponeringsgrad og dermed læsertal for artiklerne. Bednarek (2016) noterer desuden at nyhedsartikler med indhold af *Eliteness*, *Negativity* og *Timeliness* oftere end andre bliver delt på de sociale medier, og at artikler med følelsesladet indhold også i højere grad deles, ligeledes artikler med uventet indhold, hvilket understøttes af Pariser (2011). Så når B.T. skriver artikler med overskrifter, som f.eks. indeholder ordene *borgmester* og *fidus* kan det ikke udelukkes, at det er fordi, de i højere grad fremkalder følelser hos læseren og derfor bliver delt og engageret med (Etter et al., 2019).

Det kan også være med henblik på at etablere et forum til diskussion af sagerne. Vi kan ikke vide, om brugere ville diskutere sagerne uafhængig af B.T.s etablering af et forum til denne diskussion, men hvis vi antager, at der var opstået en uafhængig diskussion, så kan det være en fordel at etablere forummet selv, for at kunne følge med i dialogen for f.eks. at skrive nyhedsartikler, som passer ind i Offentlighedens interesser.

På B.T.s egen side www.bt.dk er der ikke nogen kommentarfunktion og dermed ikke grundlag for at starte en debat. Der er dog under hver artikel et lille Twitter og Facebook ikon, som deler artiklen på de respektive medier, hvis den trykkes på. Dette ønske om at dele artikler på Facebook understøtter B.T. selv ved, at de lægger en stor andel af deres artikler på Facebook. Ofte er der tilføjet en ledsagende tekst til linket til artiklen. Den ledsagende tekst er nogle gange et citat fra en udtalelse i artiklen f.eks. ”’Sagen rejser mistanke om, at borgmesteren har fået særbehandling af embedsværket, ’påpeger en ekspert’ (Ishøy et al., 2017), en slags ”teaser” på indholdet f.eks. ”Anna Mee Allerslev er i strid modvind for tiden - det har hun valgt at reagere på!” (Ishøy & Friberg, 2017) eller en invitation til at reagere på indholdet f.eks. ”Ekspertener mener, at det er i strid med reglerne, men kommunen mener selv, at reglerne er overholdt. Synes du, det er i orden? 🍷 = Nej, slet ikke. 😊 = Ja, det er da” (jf. bilag 10: B.T.s første opslag).

4.2.2.6 B.T. som ekkokammer

Som nævnt ovenfor, kan man argumentere for, at læseres forståelse af frames er afhængige af deres egen forståelsesramme (Entman, 1993), hvorfor det blev antaget at B.T. tilpasser sin framing af sagen til læsernes forståelsesramme (Goi & McCombs, 2016), altså for at øge sandsynligheden for, at B.T.s frames bliver taget godt imod og dermed etableret. Et andet argument for hvorfor det er vigtigt for B.T. at orientere sig om læsernes forståelsesramme og interesser er, at man kan se B.T.s Facebookside som et ekkokammer. Man kan argumentere for, at B.T.s valg af historier og vinkler tiltrækker bestemte brugere, som derfor kan antages at have lignende holdninger, hvorved der dannes et ekkokammer. I dette ekkokammer kan det forventes, at disse brugere med ligesindede meninger, ekkoer hinandens meninger og holdninger til diverse emner. Ifølge Garrett (2009) er man mere tilbøjelig til at lægge mærke til de nyheder, som man selv er enig i, hvorfor man let tiltrækkes af ekkokamre. Da det som nævnt kan antages, at B.T.s formål er at tiltrække så mange læsere

som muligt til deres nyheder, må det desuden antages, at journalisterne er meget optagede af hvilke nyheder og hvilken vinkel, som læserne/brugerne vil være mest interesserede i. Ved at have dette store bruger-fokus kan B.T. ende med selv at skabe et ekkokammer.

Såfremt der er tale om et ekkokammer, kan det antages at B.T.s framing af sagen er tilpasset, hvad brugerne vil finde mest interessant og dermed øge sandsynligheden for, at brugerne interagerer med de opslag, som B.T. laver. Dette kan dog betyde, at de holdninger som portrætteres i B.T.s opslag samt i de tilhørende kommentarer, ikke er et retvisende billede af hvordan den generelle offentlighed anskuer sagen. I stedet kan det antages, at holdningerne til sagen bliver forstærket yderligere af den ekkoeffekt, som kan forventes at opstå blandt B.T. og de brugere, som interagerer med opslagene.

Det kan desuden antages, at B.T. er helt på det rene med, hvilke typer af opslag som er mest tilbøjelige til at blive delt på sociale medier. Ifølge Pariser (2011) vil historier som omhandler sex, magt, sladder, vold, kendte personer og humor oftest være blandt de første som bliver delt. AMAs sag kan ses som indeholdende et element af både magt og kendte personer. Selvom AMA ikke kan siges at være en alment kendt person inden krisen, er hun dog stadig i Offentlighedens søgelys givet sin stilling som borgmester. Det kan altså antages, at B.T. har vurderet, at AMAs sag ville være en sag, som både tiltalte ekkokamrets delte meninger og holdninger og derfor ville være tilbøjelig til at blive delt, samt at den indeholdt elementer, som i sig selv har tendens til at blive delt på sociale medier. Det at artiklerne bliver delt kan betyde, at de bryder ud af ekkokamret, dog er det tvivlsomt i hvor høj grad de bliver spredt, (jf. afsnit 4.2.1.4).

4.2.2.7 B.T.s identifikation af krisetypen.

Lige fra den første artikel bragt af B.T. den 12. september 2017, blev sagen fremlagt som om, at AMA havde forbrudt sig mod gældende regler, hvilket blev bakket op af flere forvaltningseksperter (Kronberg & Ishøy, 2017a). Ved at frame sagen sådan, kan man argumentere for, at B.T. ser sagen som en *organizational misdeed management misconduct krise*, hvor virksomheden bevidst har forbrudt sig mod love og reglementer. Denne krisetype tilhører *the preventable cluster* der, som navnet antyder, indeholder kriser som kunne være undgået af virksomheden, som derfor i høj grad ses som ansvarlig for krisen (Coombs, 2007). Denne framing af krisetypen ses også ved, at B.T. gentagende gange kalder sagen for "bryllupsfidus" (Brandsen, 2017a, 2017b; Ishøy & Kronberg, 2017; J. V. Larsen, 2017). Som nævnt i afsnit 4.2.2 kan en fidus ikke ses som værende noget, som gøres ved et uheld, der er derimod tale om en overlagt handling, hvilket taler for, at B.T. ser AMAs sag som en bevidst handling fra AMAs side og dermed en krise, som kunne være undgået.

4.2.2.8 Delkonklusion

B.T. har, givet dets status som nyhedsmedie, magten til at sætte den offentlige agenda. I sagen om AMA er det tydeligt, at de har valgt en sag, som i journalisternes optik har en høj nyhedsværdi baseret på

nyhedskriterierne, og derfor bør have interesse for læserne. B.T. har for vane at dele mange af dets artikler på Facebook, og det kan ikke udelukkes, at grunden til at B.T. deler artikler på Facebook er for at få en dialog med Offentligheden med henblik på at styrke sit omdømme. Det kan også blot være for at øge eksponeringen og dermed læsertallet. Det kan antages at være B.T.s formål at få sine opslag og artikler ud til så mange læsere og brugere som muligt, hvilket kan være en af de primære årsager til, at AMAs historie er framet som den er.

B.T. framer primært AMA som den skyldige i sagen. En grund kan være, at framingen af skyld rent logisk ikke kan lægges på B.T. selv eller 'Ingen sag', så framingen varierer mellem nuancer af 'AMA skyldig' plus i mindre grad andre aktører. Man må formode, at grunden til at AMA forbliver den primære skyldsperson i sagen er grundet Offentlighedens kendskab til sagen og hende. Det er måske et spørgsmål om at skabe noget genkendelighed, som kan relateres til Nyhedskriteriernes Consonance, som handler om at vise begivenheder som er sket før, og her er fortællingen om en stereotypisk politiker måske en som allerede eksisterer i B.T.s læsers schemata og derfor hurtigt accepteres. B.T.s valg af framing kan være baseret på, hvad de antager at de brugere, som følger B.T.s Facebook er mest tilbøjelige til at interagere med. Rent praktisk kan det betyde, at de baserer frames på allerede etablerede frames, noget som kan få B.T.s Facebookside til at fungere som et ekkokammer. Dog kan dele-funktionen betyde, at nogle af artiklerne bliver delt med andre brugere og derved bryder ud af ekkokamret.

4.2.3 Hvorfor og hvordan frames skyldsspørgsmålet i Facebook kommentarerne?

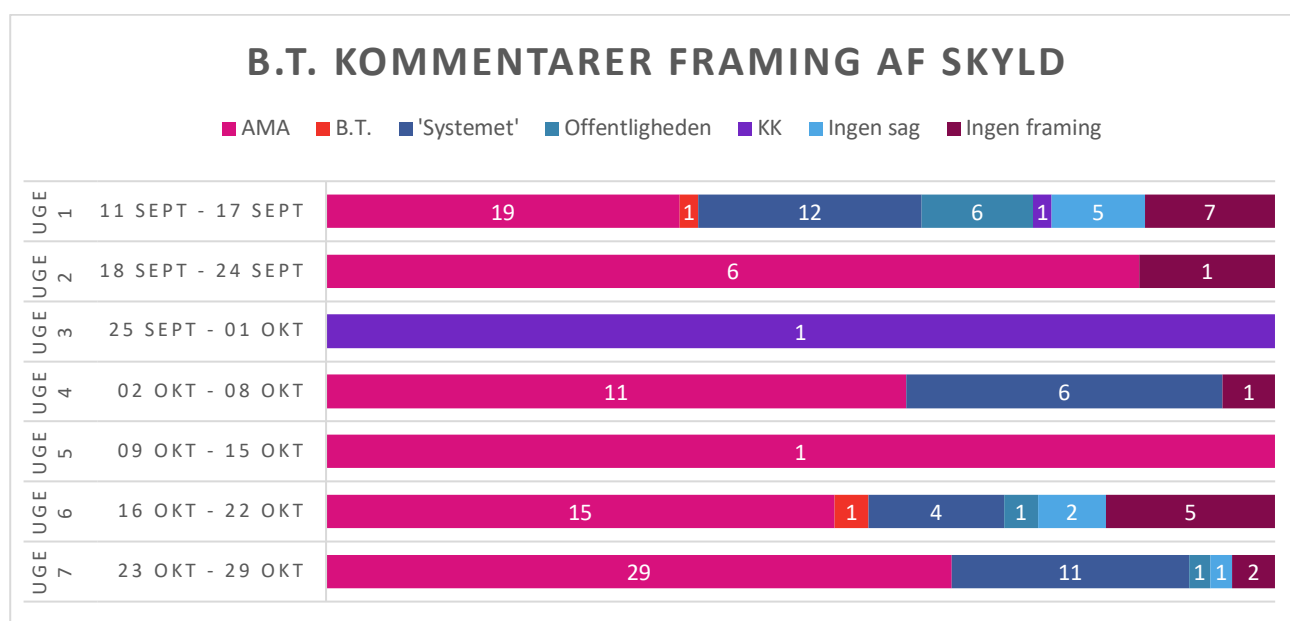
Det følgende afsnit vil behandle skyldsframingen i kommentarerne på tværs af de to forskellige retoriske sub-arenaer, som vi anser som ekkokamre, altså B.T. og AMAs officielle Facebooksider, samt behandle den samlede framing af Offentligheden herpå. Vi vil efterfølgende gå videre med den samlede framing hos de to sub-arenaer, da vores teoretiske framework for inddelingen arbejder med domænet *den samlede offentlighed*. Vi inkluderer sub-arenaerne for at bidrage med nuancer i udviklingerne, f.eks. hvis en udvikling i det samlede domæne frames primært skyldes en lokal udvikling i et bestemt forum, så mener vi, det er relevant at medtage, at det altså ikke nødvendigvis er en overordnet holdning blandt Offentligheden, men at det skyldes et lokalt udsving. Først vil vi kommentere på de respektive arenaers frames og deres udvikling, og derefter vil vi behandle dem som en kombineret entitet.

Der er desuden to af ugerne, 3 og 5, hvor der er for få kommentarer til at kunne drage nogen endelig konklusion, hvorfor disse kommentarer altså ikke behandles eller inkluderes, fordi der ikke er nok kommentarer til at give et repræsentativt udsnit af populationens mening. Det kan ikke udelukkes, at der i enkelte uger (i særdeleshed uge 2 og 4) muligvis ikke er nok kommentarer til at give et repræsentativt udsnit af holdningen i sub-arenaen, og det kan forklare, hvorfor der enten er en overrepræsentation eller mangel på frames.

4.2.3.1 Kommentarer til B.T. opslag

Skyldsframingen i kommentarerne på B.T. opslagene viser overordnet en relativt konstant skyldsframing af AMA, som desuden også vokser over tid (jf. figur 4.3). Ligeledes er skyldsframingen af 'Systemet' også konstant, med undtagelse af uge 2, hvor der dog er ganske få kommentarer, hvilket evt. kan forklare denne manglende frame. Skyldsframingen af 'Systemet' skiftevis stiger og falder lidt over tid, men ender på et ganske højt niveau i uge 7, som den næsthøjeste efter skyldsframingen af AMA. Indledningsvis er skyldsframing af 'Offentligheden' samt 'ingen sag' til en vis grad tilstedeværende, men udvikler sig over de følgende uger til at være ikke eksisterende for senere at dukke op igen i uge 6 og 7.

Vi kan kun spekulere på, hvad den egentlig årsag til at følgerne af B.T. (og sikkert andre brugere også), efterlader kommentarer på opslagene. Noget kunne tyde på at dem, som kommenterer, tilhører en gruppe af individer, som er utilfredse med, hvad der nævnes i artiklerne, f.eks. AMA og sagen om Rådhuset. De kommenterende brugere kan have ligheder med *complainers* på *online complaint sites*, og vil derfor typisk have et behov for at sprede nWOM baseret på en dårlig oplevelse. De resterende, dvs. *repliers* har vi ikke set på i denne undersøgelse og *observers* kan vi ikke vide, hvad har af holdninger.



Figur 4.3 – Skyldsframing i kommentarerne til B.T.s Facebookopslag

4.2.3.2 Kommentarerne til AMAs opslag

Især AMAs opslag og kommentarerne dertil indeholder elementer af at være en shitstorm, ifølge Pfeffer et al.'s (2014) definition på en shitstorm: "the sudden discharge of large quantities of messages containing negative WOM and complaint behavior against a person, company or group in sociale media networks" (s.

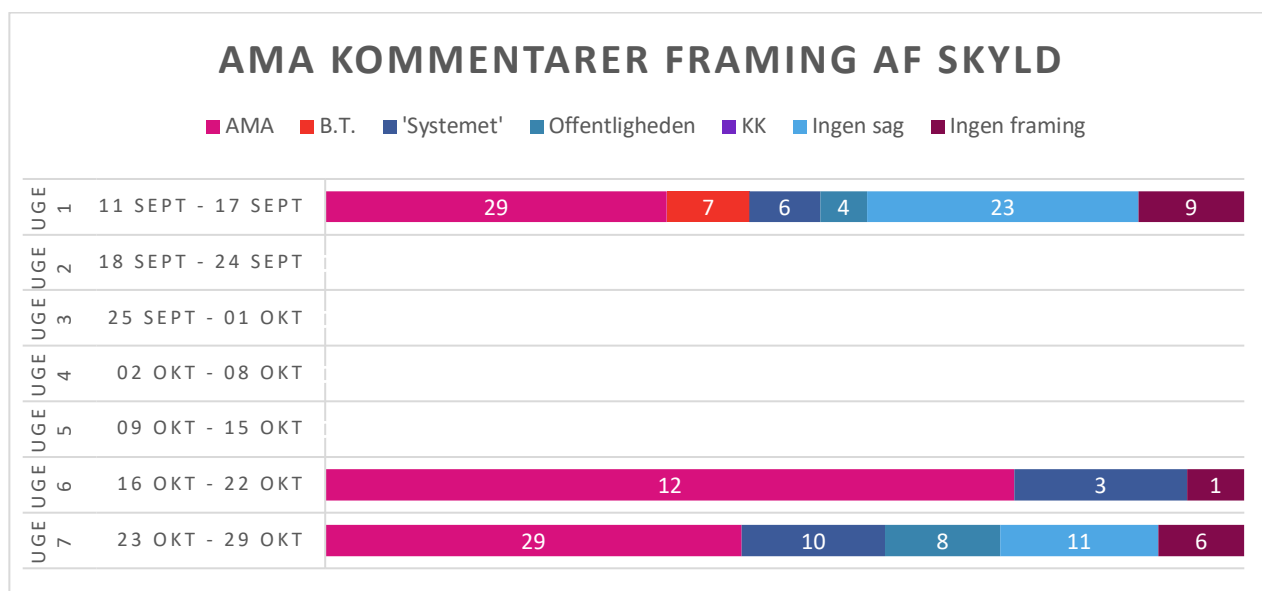
118). AMAs første opslag, som endte med at have over 3.200 kommentarer, kan siges at have alle disse karakteristika, da der pludselig var mange negative kommentarer rettet imod AMA på en socialt netværk. Ligeledes kan størstedelen af hendes opslag, med undtagelse af nummer tre, siges at bære karakteristika af shitstorms, da de alle har fået mellem 700 og 1.500 kommentarer på ganske kort tid (jf. Excel-fil 1). At der var shitstorm på mange af opslagene, forklarer også den store mængde kommentarer fordelt over få uger i vores dataindsamling. Disse shitstorms sandsynligvis opstået, fordi AMA ikke har levet op til *political correctness norms*, hvorfor der på meget kort tid er kommet store mængder negativ WOM (Rost et al., 2016). Folk mener givetvis ikke, at det har været politisk korrekt, at hun lånte Rådhushallen uden at betale leje for det.

Johnen et al. (2018) fremsætter desuden, at Offentlighedens ræsonnement for at deltage i en shitstorm er grundet et indre moralsk kompas og en behov for social anerkendelse. Menneskets sociale natur kan gøre at folk indirekte påvirkes af, hvad andre skriver, således at en kommentator påvirkes af den fremtrædende mening i så høj en grad, at hvis den generelle stemning er negativ, så er det mere sandsynligt at vedkommende vil lægge en negativ kommentar. Dette fænomen er i familie med *bandwagon*-effekten (Lim, 2017) og betyder i praksis, at det hurtigt kan komme til at se ud som om, at der hersker en vis stemning i kommentarfeltet, hvorimod virkeligheden kan være en helt andet bag skærmene og i hovedet på personerne. Lee & Song (2010) siger f.eks., at størstedelen af brugere på *online complaint sites* er *observers*, hvilket betyder, at det kun er en lille del som rent faktisk kommenterer, og kun hvis de er meget sure. Dette betyder altså i praksis, at der er en sandsynlighed for at folk, som har kommenteret på AMAs opslag, kan være blevet påvirket af stemningen derinde og har tilsluttet sig den herskende mening, noget som kan have givet et fejlagtigt indtryk af den virkelige mening. Dette kan f.eks. forklare, hvorfor AMA blev genvalgt ved det efterfølgende Kommunalvalg på trods af at der i kommentarerne hersker en overvejende mening om at hun er skyldig (og derfor bør gå af).

Som nævnt ovenfor (jf. afsnit 2.5.2), er den manglende gatekeeper funktion på sociale medier med til at facilitere, at alle kan deltage i debatten, uafhængig af om de har faktisk korrekte argumenter eller ej. Især manglende fakta var noget vi stødte på i vores dataindsamling, noget som også er kendetegnende for shitstorms, hvor det var tydeligt at visse faktisk forkerte argumenter ofte gik igen f.eks. et argument om at AMA skulle betale 300.000 for lejen af Rådhushallen. Dette argument stammer fra en fejlagtig antagelse af, at AMA lejede Rådhushallen til et kombineret dags- og aftenarrangement i tre dage, som ville give DKK 100.000 x 3 i stedet for et dagsarrangement som koster DKK 65.000 (jf. bilag 4). Generelt var tonen i mange kommentarer grov, og f.eks. figurerede jævnligt racistiske kommentarer, f.eks. om at 'AMA skal smutte hjem til Nordkorea', som må siges både at være både faktisk forkerte, da hun er dansker og irrelevante for sagen. En grov tone er desuden kendetegnende for shitstorms (Pfeffer et al., 2014).

Det er værd at nævne, at ikke alle kommentarerne var negative, som er et af kendetegnende for en shitstorm, der typisk udelukkende består af nWOM. Især tidligt i forløbet var der været mange, som skrev lykønskninger i forbindelse med brylluppet, og som forsvarede AMA med en framing af 'Ingen sag'. Dog

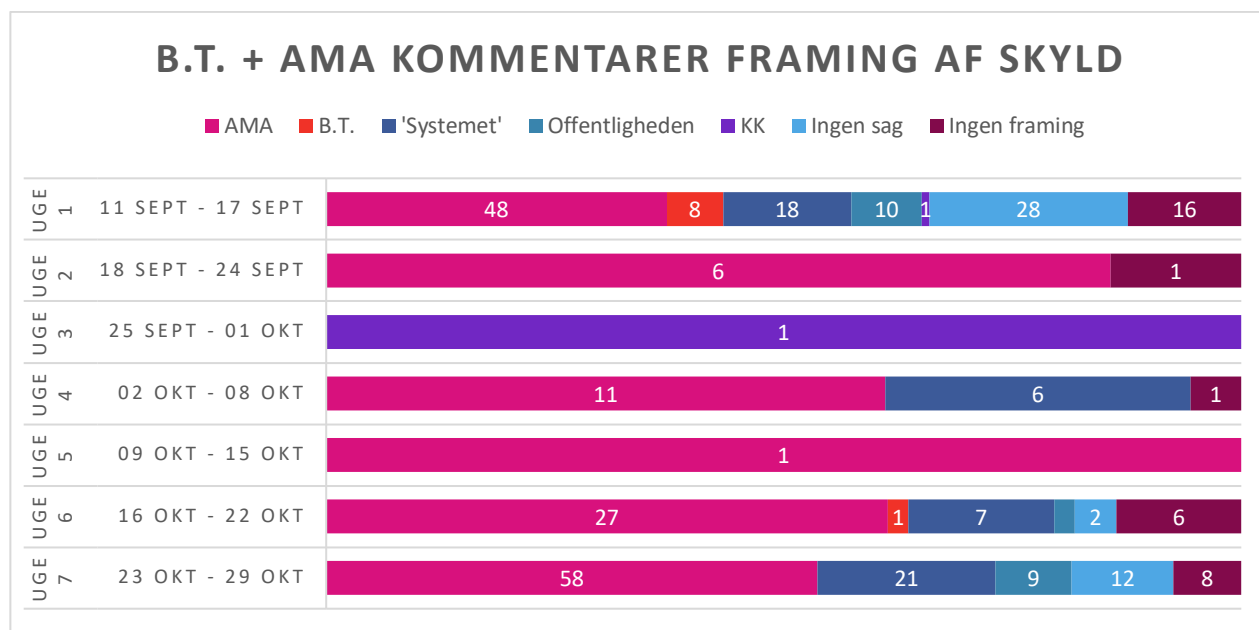
udviklede dette forsvar sig til at blive mindre over tid, og andelen som direkte skyldsframede AMA endte med at udgøre et markant flertal. Altså udviklede sagen sig over tid fra at være en ganske nuanceret blanding af samtlige frames, som vi har identificeret, udover 'KK skyldig', til at i højere grad dreje sig om 'AMA skyldig', 'Systemet' skyldig, 'Offentligheden skyldig' og 'Ingen sag'.



Figur 4.4 – Skyldsframing i kommentarerne til AMAs Facebookopslag

4.2.3.3 Kommentarer til B.T. + AMA opslag

Sammenlægger vi kommentarerne fra både B.T. og AMA opslagene, er den generelle tendens, at AMA ses som den primære skyldstager (jf. figur 4.5). Fra det originale udgangspunkt i uge 1 og frem til uge 7 er tendensen, at AMA i højere grad frames som den skyldige, med undtagelse af uge 7, hvor skylden falder en anelse for at bliver erstattet af 'Ingen sag'. Med undtagelse af uge 2, er der, overordnet set, også en tendens til at 'Systemet' ofte er framet som skyldig, en framing som peaker i uge 4, og som afslutningsvis ender højere end udgangspunktet. Desuden er 'Ingen sag' framen kontinuerligt tilstedeværende, om end at den falder over tid for at stige en anelse til sidst. Framing af Offentligheden er tilstede i starten, men falder for at dukke op i sidste uge 7, sandsynligvis som resultat af, at folk mener, at der er 'køgt nok suppe' på den sag. B.T. frames som skyldige lige i starten og dukker kun op én enkelt gang efterfølgende, sandsynligvis som sagen udvikles og legitimeres.



Figur 4.5 – Skyldsframing i kommentarerne til både AMAs & B.T.s Facebookopslag

4.2.3.4 Offentlighedens identifikation af krisetypen

I hvor høj grad Offentligheden lader sig påvirke af B.T.s framing af krisetypen eller selv former en mening om krisetypen, er svært at afgøre. Selvom AMA lagde sit første opslag op den 11. september, er mange af de kommentarer, som vi har logget til dette opslag lavet i dagene derefter. Det er derfor ikke til at sige, hvorvidt brugerne er blevet påvirket af B.T.s artikel eller om deres meninger er skabt ud fra deres egen personlige framing af sagen. Som nævnt ovenstående, kan det antages, at B.T.s framing af krisen falder godt i spænd med eksisterende frames om, at politikere har tendens til at være utroværdige. Offentlighedens framing af krisen går i løbet af krisen, som nævnt, i højere og højere grad imod en krisetype som kan identificeres som en *organizational misdeed management misconduct*, ligesom det var tilfældet med B.T.s opfattelse af sagen. Dette ses ved, at flere brugere framer AMA som skyldig og kritiserer hende for pamperi og korrupktion. I starten af krisen er der en del kommentarer, især på AMAs Facebookside, som framer krisen som ikke eksisterende, og det kan dermed antages, at de ser krisen som et *rumor*, altså at der er tale om falske anklager imod AMA. Dette syn på krisetypen, kan dog siges at forsvinde i løbet af krisen, da færre og færre kommentarer framer krisen som ikke eksisterende. Derudover er der meget få af kommentarerne, som framer B.T. og Offentligheden som skyldig, hvilket taler imod at Offentligheden ser krisen som tilhørende *the accidental cluster* hvor eksterne *challenges* udfordrer virksomheden. En krisetype som AMA kan siges at tilslutte sig imod i slutningen af krisens forløb (jf. afsnit 4.2.1.3). Offentlighedens bedømmelse af krisetypen kan siges at bevæge sig mere og mere i retning af B.T.s bedømmelse, nemlig at der er tale om en *organizational misdeed management misconduct*. Dette ses ved, at Offentligheden gradvist bevæger sig mere og mere i retning af at AMA er skyldig i krisens udfald.

4.2.3.5 Delkonklusion

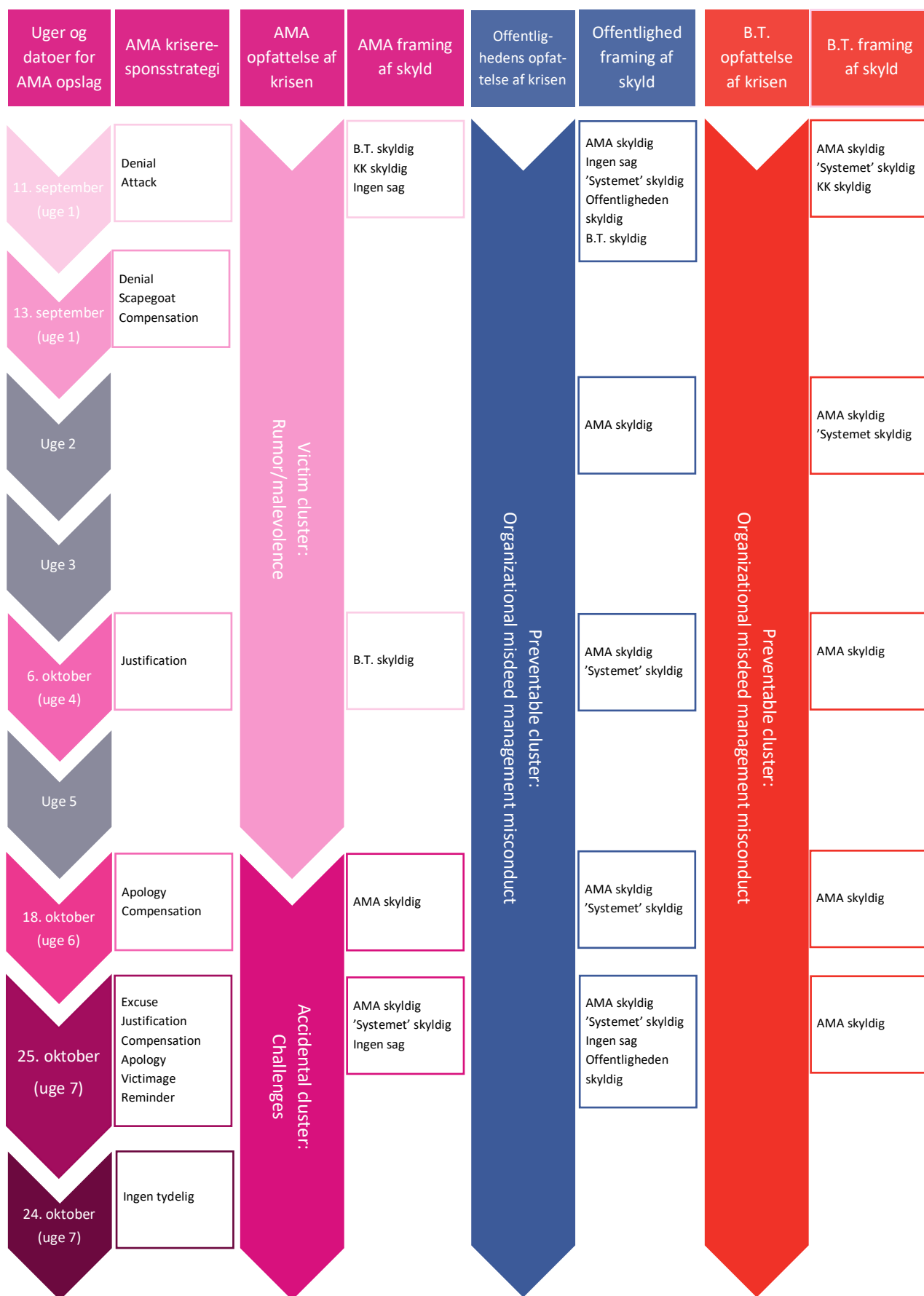
Overordnet set vurderer vi, at der findes forskellige frames i kommentarerne i de forskellige retoriske sub-arenaer på tværs af Facebookgrupperne, hvilket indikerer, at de kan være ekkokamre. Der findes mange af de samme generelle tendenser, altså at AMA er den primært skyldige, men i hvor høj grad og hvilke andre aktører, som ligeledes er medskyldige, varierer på tværs af arenaer og uger. Det er også tydeligt, at det varierer meget hvor mange af kommentarerne, der er skrevet til hvor mange posts i hvert forum, f.eks. har AMA flere kommentarer spredt over langt færre posts, hvilket giver sig til udtryk i vores figur, som få uger med heftig aktivitet og mange uger uden nogen. Det er desværre ikke til at vide, hvordan stemningen i kommentarerne har udviklet sig i denne periode. Det kan ligeledes heller ikke udelukkes at enkelte uger har for få kommentarer til at give et retvisende billede af stemningen. Desuden er der mekanismer relateret til eWOM, som kan gøre, at stemningen i de skrevne kommentarer ikke afspejler Offentlighedens virkelige mening. B.la. kan shitstormene på AMAs Facebookside havde gjort at der er kommet en overvældende mængde af sure kommentarer grundet *band-wagon effekten*. En anden effekt af shitstorme er, at de typisk også er kendetegnede ved en mangel på fakta og en grov tone, noget som også ses som værende tilfældet i vores case.. Det er ikke utænkeligt at denne store mængde negative, og ikke nødvendigvis faktisk rigtige, kommentarer efterladt af *complainers* kan have påvirket *observers*.

De forskelligartede framinger af skyld som er samlet i én figur, skal repræsentere domænet Offentligheden, og viser herved et mere overordnet billede af, hvordan formodentlig B.T. og AMAs følgere forholder sig til situationen. Sammenlagt viser kommentarerne at framingen af skyld går fra at være spredt på tværs af de forskellige aktører til i højere grad at være fokuseret på AMA. I uge 6 sker der noget i AMAs egne kommentarer, som gør at framingen af AMA falder en anelse for at blive erstattet af 'Ingen sag'/'Offentligheden' frames, hvilket giver udsving på den samlede graf. Gældende for begge sub-arenaer er, at 'KK skyldig' kun frames af én kommentar, samt at ''Systemet' skyldig' forbliver en relevant frame i begge sub-arenaer, og endda udvikler sig til den næststørste efter 'AMA skyldig' hos B.T. til slut.

Hvad det angår grunden til at brugere efterlader kommentarer på Facebook, er det kun noget vi kan spekulere på. En typisk grund til at folk deltager i en shitstorm er, at de er forargede over et moralsk spørgsmål, og det må antages at være samme tilfælde her. Desuden er den typiske grund til at efterlade kommentarer på en *online complaint site* fordi stakeholders er utilfredse, hvilket også må siges at være tilfældet her. Derfor kan kommentarer med nWOM siges at være grundet utilfredshed, evt. over et moralsk spørgsmål.

4.2.4 Opsummering af aktørernes framing

Den følgende figur er blevet lavet for at illustrere og sammenholde de respektive aktørers framing.



Figur 4.6 – Udvikling af AMAs krisekommunikationsstrategier i henhold til krisetyper

4.3 HVORDAN PÅVIRKER DE RESPEKTIVE DOMÆNER HINANDEN I FRAMINGEN I LØBET AF KRISEN?

I det følgende afsnit vil vi analysere på udviklingen af frames i de respektive domæner. Det er muligt at en framing-påvirkning ikke kommer til udtryk i samme uge, som framet kommunikeres, men vi vil dog antage, at dette for det meste er tilfældet. Informationsflowet på Internettet og især Facebook betyder at information kommer 'hurtigt op og hurtigt ned', og altså hurtigt går i glemmebogen, hvis det ikke interageres med (Etter et al., 2019). Derfor mener vi, at en påvirkning fra domæne til domæne skulle være sket allersenest en uge efter for at kunne siges, at være som følge af en påvirkning.

4.3.1 Uge 1: Spredning i framingen

I løbet af uge 1 kunne noget tyde på at Offentligheden både har adopteret både AMA og B.T.s frames. AMA framer sagen som om at der ingen sag er, og hvis der er en sag, så er det B.T. som har skylden for at skabe den. Begge frames udtrykkes også i kommentarerne. B.T. framer AMA og 'Systemet' som skyldige, begge frames findes i kommentarerne.

AMA vælger, som sagt, at omtale sagen i et post på sin Facebook-side dagen inden at B.T. bringer historien første gang. Dette skyldes, at AMA gerne selv ville fortælle Offentligheden sin egen side af historien (Aagaard & Mahmoud, 2018) og dermed etablere et frame om, at der ingen sag var, da hun havde fulgt de gældende regler. Det ser ud til at AMA til dels lykkedes med denne framing i krisens første uge, hvor en del af kommentarerne tilslutter sig framingen om at der ingen sag er. Der er dog stadig en del af kommentarerne, som tilslutter sig framen om, at AMA er skyldig. Dette kan skyldes, at der på forhånd er etableret frames i Offentligheden, som støtter denne. Det er dog ikke nødvendigvis tilfældet, at der eksisterer en decideret frame om, at AMA er skyldig, men det antages, at der eksisterer en konkurrerende frame, som handler om hvad der er ret og rimeligt, om man bl.a. kan modtage gratis goder fra sin arbejdsplads som politiker. Det kan også antages, at der eksisterer en frame om, at politikere ikke er troværdige, hvorfor det er svært for Offentligheden at stole på hende. Dette frame kan ses hos en stor del af befolkningen, når man kigger på Radius' troværdighedsundersøgelse, hvor politikere er den gruppe som folk har mindst tiltro til (Radius, 2018). Det kan antages, at da B.T. først bringer historien om AMAs bryllupsreception og tilslutter sig framen omkring at AMA er skyldig, der falder dette frame helt i hak med framen om, at politikere er utroværdige. Ved at tilslutte sig en allerede etableret frame, formår B.T. i højere grad at få tilslutning fra Offentligheden til sin framing af krisen. At Offentligheden tilslutter sig B.T.s framing af krisen, kan dog også skyldes, at Offentligheden, ifølge Coombs (2007) ofte har en tendens til at adoptere den framing, som nyhedsmedierne fremlægger.

Det kan ikke udelukkes at grunden til, at de andre frames (AMA skyldig, Ingen sag, 'Systemet' skyldig, B.T. skyldig) blev accepteret, skal findes i en allerede-eksisterende enighed hos Offentligheden, altså måske en enighed i deres trossystem og allerede eksisterende frames. Især 'Systemet', og til en vis grad

B.T., kan man argumentere for allerede er kendte for at være skyldige i en række ting, f.eks. stereotypen om at politikere er korrupte og at B.T. er et tabloidmedie (Slots- og Kulturstyrelsen, 2017), som kan finde på at blæse historier op.

Det kan være, at AMA for de flestes vedkommende – i hvert fald uden for hendes ekkokammer – er relativt ukendt. Dette kan betyde at der ikke eksisterer nogen frames om hende, og hvilket kan være grunden til, at vi ser delte meninger om, hvorvidt hun er uskyldig eller ej. Det er sandsynligt, at hendes følgere på AMA-Facebook-siden, vil have en tendens til at være støttende om hendes uskyld/anse hende for værende mere troværdig end andre grupper vil, hvilket man også kan se ud fra framingen på hendes side i kommentarerne specifikt, at der er en højere grad af 'Ingen skyld' frames. Det er desuden heller ikke overraskende at B.T.s følgere på B.T.-siden adopterer B.T.s frames, da de sandsynligvis anser dette medie for værende mere troværdigt end AMA selv. Det er, ifølge Coombs (2007), typisk i en situation med konkurrerende frames, at stakeholders vælger den kilde de finder mest troværdig, hvilket kan forklare de indledende polarisering i meninger om AMA. Det er desuden i følge Entman (1993) nemmere at få opbakning til en eksisterende frame frem for en ny frame, hvilket kan være grunden til, at AMA ikke får megen opbakning til sin egen frame. Der er desuden en tendens til, at der kan være uoverensstemmelse imellem, hvad medierne skriver om en virksomhed, og hvad Offentligheden mener, hvilket kan betyde, at der kan eksistere flere forskellige modtagelser af f.eks. krisekommunikation og dermed eksistere forskellige omdømmer i sub-arenaer (Coombs & Holladay, 2014; Etter et al., 2019).

Dog er det slående, at selvom AMA og B.T. begge framer KK (mere specifikt Borgerrepræsentationens Sekretariat) som også værende skyldige, så findes der ikke en eneste kommentar, hvor denne framing ses. Hvilket tyder på, at denne framing ikke er "faldet i god jord". Dermed vurderer vi, at det undergraver teorier om, at offentligheden som oftest vil adoptere nyhedsmediernes frames (Coombs, 2007).

4.3.2 Uge 2: B.T. og Offentlighedens framing intensiveres

I uge 2 har AMA ingen posts, så det følgende er udelukkende baseret på framingen i B.T.s artikler og kommentarerne. B.T. framer primært AMA og 'Systemet' som skyldige, hvorfor det også giver god mening, at vi kan se en tydelig framing af AMA i kommentarerne, hvis vi skal acceptere teorien om at stakeholders har en tendens til at adoptere frames fra kilder, de finder troværdige (Coombs, 2007). Det kan dog heller ikke udelukkes at B.T. er blevet inspireret af stemningen i kommentarerne, dvs. at der kunne findes et såkaldt bi-direktionelt forhold imellem B.T. som nyhedsmedie og B.T.-kommentarerne (Etter & Vestergaard, 2015). B.T. har således valgt en vinkling, der bekræfter deres publikums holdninger og frames, en holdning som de i første omgang måske har fået fra nyhedsmediernes. Dette udgangspunkt i at bekræfte brugernes holdninger, kan hænge sammen med B.T.s første opslags opfordring til at dele holdninger til sagen. Det kan ikke udelukkes at det måske har været en måde at teste vandene på, om der overhovedet var en historie i publikums optik.

Hvorfor 'Systemet' ikke frames i kommentarerne, kan være grundet, at der ikke var nok kommentarer logget til at repræsentere hele populationens holdning, som nævnt ovenfor. Det kan dog også være et udtryk for at B.T. primært framer AMA, og at 'Systemet' altså er en mere sekundær framing, der ikke gives lige så meget opmærksomhed.

4.3.3 Uge 3: Ingen aktivitet

Hverken AMA eller B.T. bringer noget i denne uge, vi har kodet én enkelt kommentar, som framer KK som skyldig. Vi vælger at se bort fra denne kommentar, da vi ikke mener at en enkelt kommentar er valid som repræsentation for Offentlighedens mening i denne uge.

4.3.4 Uge 4: B.T.s framing dominerer

I uge 4 argumenterer vi for, at det er tydeligt, at B.T.s framing af situationen dominerer over både AMAs og Offentlighedens. AMA forsøger at frame B.T. som ansvarlige for at finde på sagen i kontrast til B.T., som framer AMA som skyldig i sagens udvikling gentagne gange. Det skal nævnes, at der kun er kommentarer fra B.T. at se på i denne uge, da den ene AMA kommentar, vi loggede, blev postet flere uger efter opslaget. Dette kunne nemt betyde, at det netop er derfor, at Offentligheden adopterer B.T.s framing, fordi de synes B.T. er den mest troværdige kilde (Coombs, 2007). En anden grund til at Offentligheden adopterer B.T.s frames kunne også være kvantiteten af B.T.s opslag. B.T. lægger tre opslag op versus AMAs ene opslag, som ikke har fået nær så meget opmærksomhed, som hendes andre, givetvis fordi der ikke er specielt meget tekst. En sidste forklaring kan simpelt være, at AMA fejler med sin krisekommunikation, som involverer at frame B.T. i stedet for hende selv, fordi den frame ikke eksisterer hos Offentligheden, og fordi den frame som B.T. forsøger at indføre allerede i høj grad eksisterer i forvejen og er baseret på tidligere kommunikation med Offentligheden. Det er meget muligt at den kommunikation, som AMA lægger op i sin egen subarena, aldrig når hen til B.T.s læsere og vice versa, hvilket kan betyde at de forskellige sub-arenaer i høj grad er ekkokamre. Det kan dog heller ikke udelukkes at folk er migreret til AMAs forum som følge af medieopmærksomheden fra B.T., noget som kan forklare den stigende negative stemning derinde.

"Systemet" skyldig' framen er dukket op igen efter en uges fravær i kommentarerne. Det kan skyldes at framen allerede var etableret i Offentligheden før krisen (Radius, 2018), og at AMA har tydelige associationer til denne, hvilket får den til at dukke op. Det kunne f.eks. være at AMA har fået attributten 'korrupt politiker' tilknyttet, som henleder tankerne på alle de andre korrupte politikere.

4.3.5 Uge 5: Ingen aktivitet

Ligesom uge 3 laver hverken AMA eller B.T. noget i denne uge og der findes kun én kommentar, som framer AMA som skyldig. Denne ene fremkomst i ugen ser vi bort fra, på samme grundlag som var tilfældet i afsnit 4.2.3.

4.3.6 Uge 6: AMA frames som skyldig

I uge 6 framer både AMA og B.T. AMA som skyldig. Der ses ingen udviklingen i 'AMA skyldig' framen blandt kommentarerne fra uge 4 – 6 i og med, at der fortsat er en klar majoritet af kommentarerne, som framer AMA som skyldig. Til gengæld er 'Systemet' skyldig' framen blevet mindre og der er dukket 'Ingen sag', 'Offentligheden skyldig' og 'B.T. skyldig' framing op i kommentarerne. Dette kan muligvis forklares ved, at der er en større mængde af kommentarer, hvilket giver et mere repræsentativt billede af Offentlighedens mening. Det ses tydeligt, at der findes frames i kommentarerne, som ikke er givet af nyhedsmedierne i ugerne før, hvorfor man kan argumentere for Offentlighedens andel i framingen i sit eget domæne, som van der Meer (2014) også påpeger. Det kan heller ikke udelukkes, at der har været andre indflydelsesrige faktorer, f.eks. alle AMAs posts om almen politik, som kan have påvirket Offentligheden til at mene, at der kunne være andre frames.

4.3.7 Uge 7: AMA forsøger en sidste gang at introducere 'Ingen sag' framen

I uge 7 framer AMA skyldspåbyggelsen som 'AMA skyldig', 'Systemet' skyldig' og 'Ingen sag'. Man kan argumentere for, at framing kan have påvirket kommentarerne, dog primært i hendes eget ekkokammer, hvor andelen af 'Systemet' skyldig' og 'Ingen sag' frames er steget voldsomt. Dette kan igen understøtte teorien om at hendes følgere finder hende mere troværdig end andre kilder og derfor adopterer hendes frames. Dette kan også hænge sammen med hvad Etter et al. (2019) siger om, at en virksomhed (her AMA) sagtens kan have forskellige omdømmer, som eksisterer samtidig.

Der er sket en stigning i framingen af 'Ingen sag' hos Offentligheden på bekostning af AMA skyldig, som man kan argumentere for skyldes ovenstående ændring i AMAs egne kommentarer. Til gengæld er der også sket en forøget framing af Offentligheden, hvilket muligvis indirekte kan forklares ved at AMAs opslag i så høj grad har appelleret til Offentlighedens følelser, at de begynder at fatter medlidenhed og synes at 'hetzen' er blevet for meget. Der findes, som nævnt, en tendens til at opslag med stærke følelser kan være mere indflydelsesrige end de saglige (Etter et al., 2019), så måske er AMAs ikke ubetydelige indhold af følelser i opslaget kommet til udtryk ved medlidenhed hos Offentligheden.

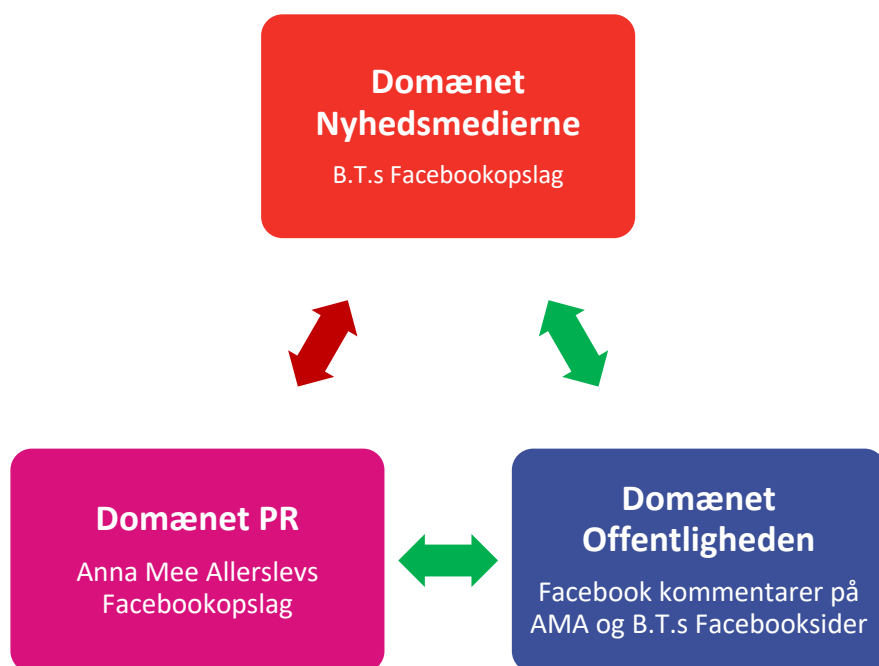
Framingen af 'Offentligheden skyldig' er som nævnt kun en framing, som findes i kommentarerne, hvilket understøtter teorien om, at Offentligheden i den grad godt kan introducere frames selv (van der Meer et al., 2014). Givet den manglende gatekeeper funktion på de sociale medier (Castelló et al., 2016), kan stort

set alle skrive, hvad de har lyst til – uanset om det skulle være faktisk rigtigt eller forkert. Derved kan Offentligheden være med til at etablere frames, i tråd med holdningen hos Etter & Vestergaard (2015) og van der Meer et al., (2014).

Framingen 'Systemet' skyldig' er forholdsvis konstant, på trods af at både AMA og B.T. framer det som skyldige for første gang i flere uger, så der kan fortsat være et element af at dette f.eks. indirekte hænger sammen med framingen af 'AMA skyldig', fordi hun også er en del af systemet, som nævnt ovenfor. Til trods for at de to frames 'Ingen sag' og 'Systemet' skyldig' bliver mere markante i denne uge, er 'AMA skyldig' dog fortsat den mest prominente frame.

4.3.8 Konkurrerende frames

Som nævnt ovenfor, er der i løbet af krisen ikke enighed blandt de tre aktører, AMA, B.T. og Offentligheden, om hvem, der er skyldig i krisens udfald. Flere konkurrerende frames opstår i løbet af krisen, hvor AMA fortrinsvist forsøger at skabe en framing om, at der ikke er en sag at komme efter, og såfremt der er, så er det B.T. som er skyld i denne. B.T. framer fortrinsvist AMA som skyldig i krisen, og Offentligheden framer ligeledes fortrinsvist AMA som skyldig, men framer også 'Systemet' som skyldig. Det lykkes altså ikke AMA at overbevise Offentligheden om, at der ikke er en sag og at hun er uskyldig. I stedet 'vinder' framet om at AMA er den skyldige i sagen både hos B.T. og hos Offentligheden, illustreret ved figur 4.7.



Figur 4.7 – Hvordan de tre domæner påvirker hinanden

4.3.9 Minimal frame alignment mellem alle tre aktører

Ifølge van der Meer et al. (2014) vil der i en krisesituation opstå en *frame alignment* mellem nyhedsmediernes, Offentligheden og virksomheden igennem en *sense-making* proces. Denne *frame alignment* sker tidligt i krisens forløb imellem B.T. og Offentligheden, da begge aktører hurtigt bliver enige om, at AMA er skyld i krisens udfald. Imod slutningen af krisen kan man argumentere for, at AMA ser sig nødsaget til at ændre sin egen framing af krisen og derfor imødekommer de to andre aktørers framing af krisen og vurdering af krisetypen (jf. afsnit 4.2.2.7 & 4.2.3.4). Det lader til, at AMA er modvillig til at ændre sin framing og derfor i lang tid holder fast i, at hun ikke har overtrådt nogen regler, men at hun til sidst må indrømme, at krisen ikke kun handler om regler og derfor *aligner* hendes framing af krisen sig til dels med nyhedsmediernes og Offentlighedens i at AMA er den primære skyldigstager. Denne *alignment* mellem frames er dog ikke komplet, da AMA ikke i samme grad som Offentligheden og nyhedsmediernes accepterer at krisen kunne være undgået, såfremt AMA havde overholdt de gældende regler. Den *de-alignment* som van der Meer et al. (2014) forudsiger vil ske efter en krise, kan derfor formodes at ville ske hurtigere end hvis der havde været tale om en komplet *frame alignment* imellem domænerne.

4.3.10 De tre aktørers identifikation af krisetypen

B.T.s og Offentlighedens bedømmelse af krisetypen, kan ses som værende den overvejende grund til, at AMA imod krisens slutning ser sig nødsaget til at ændre sin egen bedømmelse af krisetypen. AMA går dog ikke så langt som til at indrømme, at hun har forbrudt sig mod nogen regler. Hun indrømmer dog, at krisen ikke blot handler om regler, men også er et spørgsmål om moral og medgiver, at hun godt kan se, hvorfor folk synes, at det er forkert, at hun kunne låne Rådhushallen uden at skulle betale. Dette tyder altså på, at AMA har indset, at den frame som hun har forsøgt at etablere fra krisens start om at hun ikke er skyldig i denne sag, ikke er blevet etableret, men at der i stedet er etableret det modsatte frame. Hvorvidt dette skyldes, at AMA ikke er god nok til at kommunikere sin frame til Offentligheden og til mediernes, eller om det er fordi B.T. lægger så konstant et tryk med en konkurrerende frame er ikke til at sige. Det kan også skyldes at AMA først sent i krisen accepterer at både mediernes og Offentligheden har en anden opfattelse af krisetypen end hun selv har hvorfor hun bliver nødt til at ændre sin egen opfattelse af krisetypen.

4.3.11 Delkonklusion

Indledningsvis er det naturligvis svært endegyldigt at sige, hvor de enkelte frames i de respektive domæner kommer fra – om de er kommet internt hos aktørerne eller som følge af ekstern påvirkning. Det er også svært endegyldigt at sige, hvem således har påvirket hvem, men hvis vi tager udgangspunkt i vores dataindsamling og den ugentlige inddeling, er der flere konklusioner, som man forsigtigt kan drage, om hvordan de respektive domæner kan have påvirket hinanden.

Det ses, at når AMA forsøger at etablere en frame, så adopterer Offentligheden den indledningsvis på lige fod med B.T.s frames, således at der opstår en polarisering i de to sub-arenaer. Dog er det også tydeligt, at når B.T. fortsætter med at bringe artikler sideløbende med at AMA har trukket sig fra framing af skylden, så går stemningen i kommentarerne gradvist til at AMA er mere og mere skyldig – en framing som bekendt er B.T.s. Herved ses B.T.s framing som mere virkningsfuld end AMAs. En bagvedliggende mekanisme kan være, at der allerede har eksisteret frames hos Offentligheden i de respektive retoriske arenaer, hvorfor nogle af de frames, som hhv. B.T. og AMA præsenterer hurtigt adopteres. Et sådant godt eksempel er, at det kan være, at der hos Offentligheden har eksisteret en frame om, at politikere er korrupte, og at der derfor hurtigt og konstant ses en tilslutning til ’’Systemet’ skyldig’ framen. Det er derfor ikke utænkeligt, at B.T.s frames således bliver etableret som de dominerende over AMAs, og at der derfor er en større tilslutning afslutningsvis. Hvorfor B.T.s frames ender med at blive så etablerede hos Offentligheden kan skyldes, at de baserer deres frames på eksisterende holdninger hos læserne. Det skal ikke udelukkes at de har fulgt med i kommentarsporet på Facebook, og derefter baseret på det forfattet artikler med en framing, som stemmer overens med Offentlighedens holdninger og *schemata*, et såkaldt bi-direktionelt forhold imellem Nyhedsmediernes og Offentligheden. Det kan også skyldes den væsentligt højere kvantitet af opslag fra B.T.

Afslutningsvis, da AMA i sit femte post igen forsøger at introducere framingen, at der ingen sag er samt at ’Systemet’ er skyldig, har det minimal effekt, udover i hendes eget ekkokammer. Det ses tydeligt at hendes ekkokammer påvirkes, men også at dette ikke er nok til at B.T.s frames ændres. Dog introducerer Offentligheden, måske som reaktion på AMAs femte post, selv framet om Offentligheden og beviser hermed, at de ikke udelukkende adopterer Nyhedsmediernes og AMAs frames, men i den grad kan etablere egne.

Undervejs i løbet af krisen er der set minimal påvirkning imellem AMA og B.T. Afslutningsvis tilslutter AMA sig B.T.s frame med at hun om skyldig, givetvis fordi hun har opdaget at aktørerne ikke reagerer på hendes forsøg på at frame situationen anderledes. Det kan ikke udelukkes at B.T.s framing er baseret på Offentlighedens, så AMA indirekte også tilslutter sig Offentlighedens framing.

Diskussion

4.4 HVORDAN KUNNE AMA IGENNEM SIN FRAMING HAVE ÆNDRET UDFALDET AF KRISEN?

Afslutningsvis vil vi besvare den sidste problemstilling, *'Hvordan kunne AMA igennem sin framing have ændret krisens udfald?'*, i følgende diskussionsafsnit. Det er svært at vurdere, hvorvidt AMA kunne have ændret udfaldet af krisen. Dog er der flere områder hvor AMA, ifølge teorien, kunne have handlet anderledes for at opnå større succes med sin kommunikation i løbet af krisen og dermed muligvis kunne have ændret udfaldet af krisen. Disse områder inkluderer AMAs skyldsframing, hendes krisekommunikation, hendes valg om primært at kommunikere på sin egen Facebookside, den generelle mængde af kommunikation i løbet af krisen og hvorfor hun ikke anerkender sin andelen af skylden.

4.4.1 Etablering af nye frames

Som nævnt ovenfor, formår B.T.s framing at ramme ned i allerede etablerede frames. AMA forsøger derimod, at etablere en ny frame, nemlig framen om, at hun er uskyldig, og at hun ikke har forbrudt sig mod nogen regler, hvilket er sværere at etablere end allerede eksisterende frames (Entman, 1993). At tilslutte sig B.T.s frame om, at hun selv er skyldig i sagen, lader ikke til at være en tiltalende løsning for AMA, hvorfor det ikke kan forventes, at hun tilslutter sig denne fra starten. AMA kunne i stedet have brugt mere tid på at få etableret framen om, at hun var uskyldig i sagen. AMA udtaler selv, at hun og hendes stab efter det første opslag mente, at havde håndteret sagen korrekt ved at fortælle deres side af sagen (Aagaard & Mahmoud, 2018). Det kan altså antages, at AMA på dette tidlige tidspunkt antager, at hendes frame er blevet etableret og forventer ikke at skulle fokusere mere på sagen. Dette viste sig dog at være forkert, og man kan derfor argumentere for, at AMA burde have været mere ihærdig med at få etableret sin frame for derved at kunne have vundet "kampen" om at etablere det mest dominerende frame. Man kan argumentere for at B.T.s framing har været mere end sædvanligt svær at 'vinde over', fordi den rammer ned i eksisterende frames i Offentligheden.

Dog i takt med at situationen udvikler sig, kan man argumentere for, at det bliver sværere og sværere for AMA da hendes troværdighed daler. Vi argumenterer for, at AMAs troværdighed daler over tid - ligesom hendes omdømme - i takt med at nye sager kommer frem, b.la. den manglende støtte fra hendes bagland og de direkte udmeldinger fra de Radikale, om at de trækker sig på grund af hende (jf. afsnit 1.4).

4.4.2 AMAs fokus på eget ekkokammer resulterer i misfortolkning af krisetypen

Grunden til at AMA mente, at det ikke var nødvendigt at kommunikere yderligere om sagen og få etableret framen tydeligere, kan som sagt skyldes, at AMA tolkede krisetypen anderledes end Offentligheden og B.T. gjorde. Vi mener baseret på vores analyse, at AMA igennem det meste af krisen ser sig selv som uskyldig, og ser krisen som først tilhørende et *victim cluster* og sidenhen et *accidental cluster*, hvilket ikke stemmer overens med B.T.s og Offentlighedens kategorisering af krisen som en *organizational misdeed management misconduct* krise.

En af grundene til, at AMA ikke opdager, at krisetypen hos B.T. og Offentligheden ikke stemmer overens med hendes egen fortolkning, kan skyldes, at AMA fokuserer for meget på sin egen kommunikation. AMA har selv udtalt, at hun primært læste, hvad der blev skrevet om hende på hendes egne sider (Aagaard & Mahmoud, 2018). Dette kan altså betyde, at AMA ikke har opdaget eller ikke har taget sig af, hvordan sagen blev portrætteret hos B.T. og blandt kommentarerne. Til trods for at AMA siger, at hun primært har fokuseret på hvad der er blevet skrevet om hende på hendes egne kanaler, kan noget tyde på, at hun ikke har været grundig nok til at opdage, at hendes identifikation af krisetypen ikke bliver ekkot blandt kommentarerne. Ifølge Coombs & Holladay (2014) er kommentarer til opslag på sociale medier ellers et godt sted for virksomheder at undersøge, hvordan deres krisekommunikation klarer sig. AMA burde derfor have fået et godt indtryk af hvordan hendes krisekommunikation klarede sig ved at læse, hvad brugerne skrev om hende.

Ulempen ved primært at kommunikere og fokusere på sin egen Facebook-side er, at dette forum formentlig er et ekkokammer (Sunstein, 2017).. Dette kan betyde, at AMA har fået det indtryk fra følgerne på sin Facebook-side, at hendes framing af krisen blev etableret og accepteret, og dermed at hendes identifikation af krisetypen var korrekt, hvilket kan have været medbestemmende til, at hun valgte igen at fokusere på sin valgkamp frem for at bruge mere tid på framingen af krisen og skyldsspørgsmålet. I podcasten 'Shitstorm' udtaler AMA, at reaktionerne på dette første opslag var positive og at hun fik 6.500 positive interaktioner og kun 500 negative (Aagaard & Mahmoud, 2018). Den samme positivitet kan ikke siges at være til stede i kommentarerne, hvor størstedelen af kommentarerne framer AMA som skyldig igennem hele krisen. Det kan dog antages, at AMA ikke har gennemlæst kommentarerne grundigt nok og kun har kigget på humørinteraktionerne, hvorfor hun er nået til den konklusion, at hendes framing af at der ingen sag er, er blevet etableret hos Offentligheden.

Grunden til at AMA ikke har set de mange kommentarer, som tilslutter sig en framing af hende som skyldig i krisen, kan også skyldes den måde som Facebook sorterer kommentarerne til et opslag på. Det kan antages at AMA ikke har kigget alle kommentarerne grundigt igennem, men muligvis kun har set de mest relevante kommentarer, hvorfor hun måske ikke har fået vist de mest kritiske kommentarer. Noget kan altså tyde på, at AMA i sit ekkokammer har befundet sig i hvad Pariser (2011) kalder for en filterboble. I denne filterboble har AMA kun fået præsenteret de emner, hun selv finder mest interessant og har derfor ikke set de emner, som taler imod hendes framing. Ifølge Garrett (2009) er man mest tilbøjelig til at lægge mærke til

nyheder, som bekræfter ens tidligere holdninger, hvilket kan forklare hvorfor AMA muligvis ikke har lagt mærke til de negative kommentarer, da disse ikke bekræfter hendes holdning om, at hun ikke har gjort noget galt. I podcasten 'Shitstorm' nævner AMA, som sagt, at hun primært har læst, hvad der er skrevet på hendes egen Facebookside i forbindelse med krisen. Dette kan have været med til at trække AMA længere ind i ekkokammeret og kan have udskudt tidspunktet, hvor det gik op for AMA, at hendes framing af krisen ikke var blevet etableret, og at der blandt Offentligheden herskede helt andre frames.

4.4.3 AMAs sporadiske kommunikation gør det svært at etablere en frame

I løbet af krisen er B.T.s framing af krisen konstant, hvorimod AMAs framing er mere sporadisk. Med enkelte undtagelser, frames AMA som skyldig i alle B.T.s opslag. Det kan derfor antages, at Offentligheden i langt højere grad er blevet påvirket af B.T.s framing end af AMAs, hvilket kan have været med til at forme den offentlige holdning af, hvem som er skyldig i sagen. Desuden må det antages, at B.T.s opgravning af flere sager omkring AMA også er med til at øge til det konstante pres på framen om, at AMA er skyldig. AMAs bidrag til framingen er mere sporadisk. AMA poster, som sagt, kun seks omslag, som har direkte relation til krisen, og i alle seks opslag er der fortrinsvist fokus på, at hun har fulgt alle regler. Der er dog flere uger, hvor AMA ikke laver en eneste post, som har direkte relation til krisen. I disse uger bliver framen om, at hun ikke har gjort noget galt, og at der ikke er en sag, derfor ikke sendt ud til Offentligheden. Man kan dog argumentere for, at AMAs 32 opslag, som ikke er direkte relateret til krisen, også kan ses som en måde hvorpå AMA forsøger at frame sig selv på. Ved ikke at omtale krisen kan det ses som om, at AMA forsøger at frame, at der ikke er en sag, som er værd at gå op i, hvorfor hun fortsætter sin planlagte valgkamp. Det lader dog til, at ved ikke direkte at påtale krisen og framen omkring, at hun har overholdt alle regler, så forsvinder denne frame fra Offentlighedens fokus og dukker først op i minimal grad til sidst i forløbet, lige omkring AMAs fratrædelse. Hvorvidt AMAs framing af sig selv var blevet bedre etableret i Offentlighedens bevidsthed, såfremt hun havde brugt mere tid på at kommunikere dette, er ikke muligt at afgøre.

Derudover forbliver AMAs fokus i sagen relativt ensidigt. Mens B.T. graver nye sager om AMA frem, fokuserer AMA fortrinsvist på, hvorvidt hun har overholdt reglerne i forbindelse med lån af Rådhus-hallen. Dette ses især i det sidste opslag, AMA lægger op, hvor fem ud af syv spørgsmål, som AMA selv svarer på omhandler bryllupsreceptionen. Et enkelt spørgsmål vedrører hendes relation til Øens Murefirma, og det sidste spørgsmål relaterer sig til de goder, man har som borgmester som f.eks. privatchauffør. Kigger man i B.T.s opslag er det tydeligt, at de har bevæget sig videre fra sagen omkring bryllupsreceptionen og nu fokuserer på andre sager, mens AMA kan siges at hænge fast i sagen om bryllupsreceptionen og ikke i lige så høj grad påtaler de nye sager, som er dukket op om hende.

4.4.4 AMAs manglende dialog med medierne og sine følgere gør det svært at etablere en frame

Som nævnt kan AMAs Facebook-side ses som et ekkokammer. Facebook-brugerne i dette ekkokammer kan antages til dels at se AMA som troværdig, hvilket også ses i den relativt store tilslutning, der er til hendes egen framing i starten af krisen. Ved kun at kommunikere i et ekkokammer, kommer AMA ikke nødvendigvis ud til andre brugere, som ikke deler hendes holdninger og ser hende som en troværdig kilde. AMA forsøger at påvirke andre dele af Offentligheden end dem i hendes ekkokammer ved at bede sine følgere om at dele opslaget. Det må siges, at dette lykkes, da opslaget deles intet mindre end 1.700 gange og når ud til 815.600 Facebook-brugere (Aagaard & Mahmoud, 2018). Sammenlignet hermed havde B.T. i andet halvår af 2017 et læsertal på hhv. 112.000 for den landsdækkende hverdagsavis og 107.000 for søndagsavisen (inklusive læsning af mediernes e-medie) (Gallup, 2017).

Vores vurdering er at AMA ikke lykkedes med at få etableret sin frame i krisen grundigt nok, til at denne vinder over den frame som B.T. og Offentligheden tilslutter sig. Dette kan, som nævnt, skyldes at AMA ikke kommunikerer sin frame tydeligt nok ud til Offentligheden. Ud fra B.T.s opslag og artikler, fremgår det, at AMA har stillet op til interviews i løbet af krisen, men mange af de udtalelser, som B.T. bringer, er taget fra AMAs Facebookopslag. AMA kunne have valgt at supplere sine Facebookopslag ved at stille op til flere interviews i løbet af krisen for at få sin frame bedre etableret blandt Offentligheden igennem dialog med medierne. Pfeffer et al. (2014) påpeger dog, at en virksomhed meget sjældent vil kunne komme til at fremstå troværdig i medierne under en shitstorm, som vi vurderer at AMA har været ude for. Hvis AMA havde stillet op til flere interviews i medierne, er det ikke sikkert, at hun havde fået lov til at fremlægge historien fra sin egen vinkel og med sin egen framing, dog påpeger Schultz et al. (2011) at nyhedsmedierne som oftest vil anses som mere troværdige i en krisesituation, hvorfor det måske havde været fordelagtigt at prøve at etablere framen her. Det kan dog formodes, at AMA ikke har ment, at medierne ville behandle og fremstille hendes sag på den måde, som hun ønskede det, og derfor til dels fravalgte at kommunikere meget med nyhedsmedierne og i stedet valgte at kommunikere via sin Facebook-side. Vi antager, at fordelene ved at bruge et socialt medie som Facebook som kommunikationskanal er, at man som afsender har komplet kontrol over, hvad der bliver kommunikeret ud, hvorimod der i et interview kan blive stille spørgsmål til emner, som man ikke ønsker at svare på. I denne situation ville medierne dermed kunne siges at have en større indflydelse på AMAs framing, end hun formentlig ønsker. På Facebook derimod er AMA selv herre over sin kommunikation, hvilket tydeligt ses i hendes opslag fra den 24. oktober, hvor AMA svarer på en række spørgsmål, som hun selv lister i opslaget. Som nævnt tydeligere, er disse spørgsmål formentlig valgt ud fra det kriterie, at de skal få AMA til at fremstå bedst muligt og skal støtte op omkring hendes framing.

Et socialt medie som Facebook lægger også i højere grad op til dialog, hvilket er en god måde, hvorpå virksomheder kan skabe stærke relationer til sine stakeholders (Kent et al., 2003; Peters et al., 2013) AMA gør i opslaget fra den 24. oktober for første gang brug af denne mulighed, da hun opfordrer brugerne til

at stille spørgsmål og viser sig dermed villig til at indgå i dialog. AMA udtaler selv, at hun brugte lang tid på at svare på alle de spørgsmål, som blev stillet i kommentarsporret (Aagaard & Mahmoud, 2018) og det kan antages, at dette er gjort, for at kunne påvirke brugernes opfattelse af krisen og for at få dem til at tilslutte sig AMAs frame. Det er dog ikke til at vide, om AMA svarede på alle spørgsmål, eller om hun har udvalgt de spørgsmål, som hun fandt det nemmest at give gode svar på i henhold til hendes ønskede framing. En af ulemperne ved at bruge et socialt medie, som opfordrer til dialog, er, at der på sociale medier ikke er nogen gatekeepers, der er altså ingen som sorterer i den kommunikation som brugere deler og lægger op (Castelló et al., 2016; Etter et al., 2019). Noget kan tyde på, at AMA selv forsøger at agere gatekeeper på sin Facebook-side. I løbet af krisen, blev hun nemlig kritiseret for at have slettet nogle af kommentarerne på sine opslag, hvilket kan tyde på, at AMA ikke ønskede at lade sig påvirke af alt for kritiske frames. Dette træk giver dog ikke indtryk af, at AMA ønsker at have en dialog med sine følgere. Det kan i højere grad siges at give et indtryk af, at AMA ønsker en envejskommunikation frem for en tovejskommunikation (Castelló et al., 2016), hvor hun kan styre budskabet på Facebooksiden (Peters et al., 2013). Sletningen af kommentarerne giver ikke indtryk af, at AMA er villig til at lade sig påvirke af Offentlighedens frames, men at hun i stedet foretrækker at være den som påvirker Offentlighedens frames. AMA udtalte selv, at der ikke er blevet slettet kommentarer ved det sidste opslag, og at det tidligere kun er blevet gjort ved f.eks. racistiske opslag (Aagaard & Mahmoud, 2018). Det er dog ikke muligt at verificere, hvor mange kommentarer, der er tale om, og derfor hvor stort et problem dette har været.

4.4.5 Hvorfor anerkender hun ikke den offentlige domstol?

AMA indrømmer på intet tidspunkt, at hun har gjort noget, som er i uoverensstemmelse med reglerne, på trods af at både B.T. og Offentligheden godt er klar over, at hendes handlinger har været i strid med loven og amoralsk, hvilket også blev etableret i afsnit 1.2.4. Hun holder derimod fast i sin framing om, at hun ikke har brudt nogen regler og at hele hændelsen udelukkende er et moralsk spørgsmål og desuden også et uheld, da hun 'ikke vidste bedre'. AMA afslutter hele sagen med at holde fast i at sige: *"Og viser det sig, at jeg har begået fejl, er jeg også klar til at tage ved lære af dem."* (jf. bilag 2.E)

Det er således et spørgsmål om, hvorvidt AMA vitterligt ikke var bekendt med reglerne eller ikke godtog at B.T. og Offentlighedens fremlagde beviser på, at reglerne blev brudt. AMA udtaler selv, at reglerne var blevet kodificeret i 2012 og at der for øvrigt har været en mangeårig praksis og dermed præcedens for at låne lokaler på Rådhuset (Aagaard & Mahmoud, 2018, 00:03:34). Dog har hverken B.T. (Kronberg & Ishøj, 2017a) eller vi kunnet finde nogen skriftlig kodificering af denne administrative praksis. Vores formodning er således at AMA har holdt fast i sin overbevisning om reglernes gyldighed på trods af, at B.T. fremlægger beviser på, at det muligvis ikke kan være tilfældet.

I løbet af krisen var AMA meget fokuseret på reglerne, og det virker som om, at hun afventer en ekstern undersøgelse af sagen om, hvorvidt det var i orden at hun havde lånt lokalerne. Vi mener dog at

denne tilgang til sagen er uhensigtsmæssig da ”folkedomstolen” i høj grad lader til at have dømt AMA som skyldig (jf. afsnit 4.2.3) og ikke venter på en ekstern undersøgelse. Vi mener derfor, at AMA i stedet burde have tilpasset sin krisekommunikation til en mere imødekommende repsonsstrategi. Hun kunne have gjort dette ved tidligere i forløbet at have givet en utvetydig undskyldning (*Apology*) og betalt beløbet lejen af Rådhushallen tilbage (*Compensation*), i stedet for at forsøge at nedspille krisens omfang (*Denial, Justification*). Derved, mener vi, at hun muligvis kunne have undgået at Offentligheden blev så ophidsede og at hendes omdømme blev påvirket i sådan en grad, at hun måtte gå af.

4.4.6 Delkonklusion

Generelt set virker det tydeligt, at der tidligt i processen sker en *frame alignment* mellem B.T. og Offentligheden. Begge domæner opnår nemlig hurtigt enighed om, at den dominerende skyldshaver er AMA. AMA er derimod længere tid om at nå til den konklusion, at hun ses som værende den skyldige i sagen. AMA lykkes heller ikke med at få etableret sin frame om, at hun er uskyldig i sagen. Dette kan skyldes, at AMA forsøger at etablere en ny frame, hvorimod B.T. og Offentligheden tilslutter sig eksisterende frames om at politikere er upålidelige.

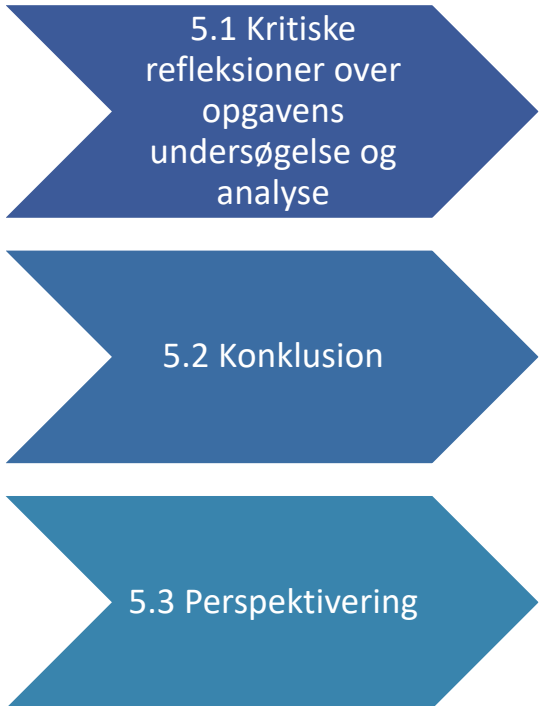
Grunden til at AMA mislykkes med at etablere sin frame kan anslås til dels også at skyldes det faktum, at AMA ikke rent kommunikativt er tilstede igennem hele processen og derved mister en masse chancer for at få indflydelse på framingen af sagen. Det ses at når hun kommunikerer, så får det som minimum udsving i hendes eget ekkokammer. Det er ikke til at sige, hvordan det endelige udfald var blevet, hvis hun havde været mere involveret i sagen. Ej heller vides det, hvorvidt hun havde kunnet mønstre nok offentlig sympati til at vende stemningen og B.T.s framing af historien.

AMAs skyldsframing i hendes eget ekkokammer kan også ses som værende medvirkende til at AMA misfortolker hvilken krisetype der er tale om. Kommentarerne i ekkokamret har i højere grad framet AMA som uskyldig, hvilket kan have givet AMA et indtryk af, at dette var gældende for hele Offentligheden.

Afslutningsvis mener vi, at det kunne have været fordelagtigt for situationens udfald, havde hun tilpasset sin krisekommunikation til Offentlighedens opfattelse af situationen. Hun kunne muligvis med fordel for udfaldet af krisen have tilsluttet sig en mere imødekommende strategi, hvori hun kunne have givet en utvetydig undskyldning og samtidig have betalt pengene for lånet af Rådhuset.

Kapitel 5

Kritiske refleksioner, konklusion og perspektivering



5.1 Kritiske
refleksioner over
opgavens
undersøgelse og
analyse

5.2 Konklusion

5.3 Perspektivering

5.1 KRITISKE REFLEKSIONER OVER OPGAVERNS UNDERSØGELSE OG ANALYSE

5.1.1 Refleksioner over problemfeltets afgrænsning

5.1.1.1 Casen #Rådhusgate

Ved kun at fokusere på en enkelt case var det muligt for os at dykke dybere ned i nuancerne af denne case. Dette har dog også betydet, at vi har afgrænset os fra lignende cases omkring skyldsframing på sociale medier. Det er derfor ikke muligt for os at vurdere, hvorvidt casen kan ses som et udtryk for en generel tendens, og hvorvidt vores resultater dermed kan bruges til at generalisere ud fra. Dette er dog ikke formålet med et casestudie (jf. afsnit 3.3), ej heller er det formålet med det socialkonstruktivistisk udgangspunkt som denne opgave har. Dermed har formålet være at kaste lys over den enkelte case og dens relation til den valgte teori. Denne relation er skabt i håbet om, at casen kan være med til at konkretisere teorien og dermed være med til at skabe analytisk generaliserbarhed.

5.1.1.1 Sub-arenaer på Facebook

Som nævnt har vi valgt kun at kigge på to sub-arenaer, nemlig AMAs Facebookside og B.T.s Facebookside. Dette kan have betydet, at vi har befundet os i to ekkokamre, hvor brugerne har ekkoet hinandens meninger og holdninger, hvilket kan have givet os som forskere et indtryk af at visse holdninger var mere markante, end hvad der har været tilfældet blandt Offentligheden generelt. Dette forklarer Lim (2017) ved den såkaldte *inflated minority opinion*, altså at en lille gruppe med en bestemt mening taler meget højt og dermed giver det indtryk, at de udtrykker den generelle offentlige holdning.

Hvis vi havde inddraget andre nyhedsmedier, havde vi formentlig fået en mere nuanceret framing end ved blot at kigge på på B.T.s framing af krisen. Havde vi f.eks. inddraget andre avisers opslag på Facebook, ville framingen af krisen muligvis have været anderledes. Det samme kan tænkes, at have været tilfældet såfremt, at vi havde kigget på de kommentarer, som Facebook-brugere havde lavet til disse opslag. Det er ikke sikkert, at det er de samme brugere, som kommenterer på et opslag af f.eks. Information, som dem der kommenterer et opslag af B.T. Det ville dog kræve at vi inddrogede alle danske medier og deres dækning af krisen på Facebook, for at kunne sige noget om, hvorvidt framingen af krisen i opslagene var forskellig på tværs af disse medier, og hvorvidt den offentlige holdning til krisen var betydeligt forskellig blandt kommentarerne hos de forskellige medier.

Derudover har vi kun kigget på AMAs framing af krisen i hendes egne Facebookopslag og har ikke inddraget eventuelle udtalelser, hun har lavet i diverse medier. Det er derfor ikke sikkert, at vi har fået det fulde billede af AMAs framing af krisen ved at afgrænse os til at kigge på disse opslag. Dog kan man argumentere for, at disse opslag er den mest direkte kilde til AMAs framing af krisen, da eventuelle udtalelser i

medierne kan forventes også at være blevet framet af mediet selv og derfor ikke kan ses som værende lige så direkte et udtryk for AMAs egen framing af krisen.

Det er vigtigt at holde før øje, at vi kun har kunnet måle på den offentlige mening, som den er kommet til udtryk i kommentarer på Facebook. Det er umuligt at vide præcis, hvad folk tænkte i 2017 omkring sagen, og det er en kendsgerning at kommentarerne på Facebook kun er en brøkdel af de folk som har set noget, så det er ikke til at sige hvordan de resterende *observers* forholder sig til sagen. Noget kunne tyde på at de ikke har været så negative endda, siden AMA endte med at blive valgt ind til kommunalvalget.

5.1.1.2 Perioden

Vores afgrænsning til kun at kigge på skyldsframingen i opslag lavet i perioden fra 11. september til 25. oktober 2017, kan have betydet, at vi ikke har fået efterrationaliseringer på krisen med. I senere opslag kunne AMA have påtaget sig al skylden, B.T. kunne have indrømmet, at AMA ikke var skyldig alligevel, eller kommentarerne kunne have vendt sig mod en anden skyldsframing. Da formålet med opgaven var at undersøge, hvordan skyldsframingen førte til AMAs fratrædelse, var det dog ikke relevant at udvide vores tidshorisont.

5.1.2 Videnskabsteoretisk udgangspunkt

Vores socialkonstruktivistiske udgangspunkt har betydet, at vi i vores opgave ikke kan tale om en endegyldig sandhed. I stedet kan vi kigget på, hvordan den sociale virkelighed bliver konstrueret i en forhandling imellem individet og omverdenen. Den forhandling, der sker mellem os som forskere og omverdenen er i høj grad påvirket af vores individuelle epistemer, da vi er blevet intersubjektivt enige om hvordan f.eks. de forskellige frames skulle forstås. Dette gør, at undersøgelsen og dens resultater er svære at gentage med de samme resultater af en anden forsker.

5.1.3 Refleksioner over de metodiske afgrænsninger

5.1.3.1 Kodning af kommentarer

Vi valgte, som nævnt, at kode hver 25. kommentar ud af de 12.646 kommentarer, der alt i alt var på tværs af AMAs og B.T.s opslag. Hvis vi havde valgt at kode samtlige kommentarer, kunne vi have fået et mere retvisende billede af hvordan krisen blev framet i Offentligheden. Den systematiske udvælgelsesproces antages dog at have givet en samling af kommentarer, som er et retvisende billede på den offentlige skyldsframing.

Vi foretog selv al kodningen af skyldsframingen for at sikre, at der var enighed mellem os omkring, hvorvidt de enkelte frames var til stede eller ej. I henhold til vores socialkonstruktivistiske udgangspunkt har vi tolket de forskellige frames i en forhandling imellem os som forskere. Det kan dog ikke afvises, at vores

kendskab til casen samt vores teoretiske viden kan have påvirket vores vurdering af de forskellige frames. Vores forudsætninger, eller epistemer, er svære at lægge helt fra os, og det ville derfor være meget vanskeligt helt at undgå denne i vores kodning af kommentarerne. Dette kan have betydet, at vi har enten over- eller underfortolket betydningen af forskellige aspekter i sagen givet vores teoretiske viden eller vores kendskab til casens forløb og konsekvenser.

Vi forsøgte så vidt muligt at se kommentarerne fra flere sider for at sikre, at alle frames var dækket, og at vi ikke kom til at give for meget eller for lidt betydning til enkelte frames. Vi kunne have minimeret denne fejlkilde ved at få en person uden kendskab til casen og den teoretiske baggrundsviden til at kode kommentarerne for os. Dog ville denne person komme med sine egne epistemer, som kunne påvirke resultaterne. Det er mere uklart, hvordan denne persons epistemer ville påvirke resultaterne. Det vurderes derfor, at det har været mere fordelagtigt for opgavens resultater, at vi selv har udført kodningen, da vi kan antages bedre at være i stand til kritisk at vurdere, hvornår vores egne epistemer påvirker undersøgelsen og den efterfølgende analyse for meget, end det ville være tilfældet med en udenforstående persons epistemer.

Under selve kodningen af kommentarerne har vi ved kommentarer indeholdende flere frames tildelt hvert frame lige stor betydning. Vi har altså ikke skelnet mellem en primær og en sekundær frame, begge har været set som ligeligt til stede i kommentaren. Dette kan have betydet, at frames, som i mindre grad var repræsenteret i kommentarerne, fik tildelt en højere grad af relevans, end det var tilfældet. Der var dog få kommentarer, som indeholdt mere end én frame, og fejlkilden vurderes derfor ikke at have haft stor betydning for resultaterne.

Vi har kategoriseret vores seks frames ret bredt, hvilket har betydet, at der i nogle tilfælde er relativt stor forskel på graden af skyldsframing i kommentarer, som er inddelt under samme frame. Dette ses f.eks. i den frame, hvor AMA frames som skyldig. Nogle kommentarer ser ikke problemet som specielt stort og mener blot at AMA bør betale pengene tilbage og så er sagen afsluttet, hvor andre mener at AMA bør fængsles for korruption. Begge typer af kommentar er kodet som tilhørende samme frame uden hensyntagen til nuanceforskellen i denne. Dette betyder ligeledes, at vi i vores analyse ikke har taget højde for disse nuanceforskelle. Det er derfor ikke muligt at vurdere, hvorvidt Offentligheden i løbet af krisen bevæger sig fra "Betal pengene og så er sagen lukket" i starten af krisen og over imod "AMA skal fængsles for korruption" senere i krisen eller omvendt. Da vores problemformulering ikke omhandler graden af skyldsframing, men i højere grad hvorvidt skyldsframingen er til stede eller ej, blev dette vurderet til ikke at have en signifikant betydning for opgavens resultater. Derimod blev det vurderet, at det var mere fordelagtigt for skyldsframingen, hvis de forskellige frames var defineret bredt, således at flere kommentarer kunne inddeles under de forskellige frames, og man derved bedre kunne analysere på udviklingen af disse.

Vi kodede ikke kommentarer til andre kommentarer, da det blev vurderet, at det var svært at forstå skyldsframingen af en kommentar til en kommentar, hvis den ikke var set i sammenhæng med den oprindelige post. Herved kan vi dog have overset en eventuel skyldsframing i disse kommentarer. At inddrage disse

kommentarer kunne derfor have givet et mere retvisende billede på, hvor meget debat der var af skyldsframingen i det offentlige domæne.

Det er desuden vigtigt at holde for øje, at en stor gruppe *observers* typisk ikke vil poste noget, men vil kigge kommentarerne igennem for at danne sig en mening om virksomheden, baseret på hvad andre brugere skriver, og på hvordan virksomheden håndterer klagen (Lee & Song, 2010). Vores undersøgelse viser ikke, hvad disse *observers* mener om sagen. At lave en undersøgelse af deres holdning til krisen nu over et år efter at krisen er afsluttet, ville ikke give mening, da deres svar ville være påvirket af deres eftertænkninger.

5.1.3.1.1 Vurdering af brugernes holdninger

I forhold til selve indholdet af kommentarerne, så antager vi, at dette kan ses som et udtryk for brugernes holdninger. Det er dog ikke til at vide, om brugerne rent faktisk mener det de skriver, eller om de bliver 'grebet af stemningen' og lader sig ophidse af de andre kommentarer og har udtrykt sig mere negativt eller positivt, end hvad deres egentlige holdning er, hvilket er hvad Lim (2017) kalder for *bandwagon*-effekten. Hvis dette er tilfældet, er det ikke sikkert at de forskellige frames har været lige så udtalte iblandt Offentligheden, som vores undersøgelse bærer præg af. Vi må dog antage, at kommentarerne er et udtryk for brugerens holdning til skyldsspørgsmålet i øjeblikket, hvor kommentaren blev skrevet, hvorfor disse stadig kan bruges til at analysere på Offentlighedens framing af skyldsspørgsmålet.

Derudover kan vi ikke vide, om brugerne har ændret holdning til krisen i løbet af dennes forløb. Da vi ikke har registreret brugernes navne samt kodet på samtlige kommentarer, kan vi desuden ikke se om nogle af kommentarerne er lavet af de samme brugere, som eventuelt udtrykker, at deres holdning har ændret sig siden deres sidste kommentar. Vores undersøgelse viser derfor i højere grad et øjebliksbillede af hvordan skyldsframingen var på det pågældende tidspunkt, og kan ikke bruges til at sige noget om, hvorvidt enkelte personers frame af skyldsspørgsmålet i opgaven har ændret sig i løbet af krisen. Resultatet af vores analyse kan derfor heller ikke sige noget om dette, og om hvorvidt AMA og B.T.s framing af krisen flytter den enkeltes opfattelse af krisen. Analysen kan i stedet sige noget om, hvordan den generelle framing af skyldsspørgsmålet ændrede sig i kommentarerne.

5.2 KONKLUSION

Afslutningsvis vil vi opsummere analysen struktureret ved underspørgsmålene og derefter endeligt konkludere på vores problemformulering.

1. Hvordan og hvorfor frames skyldsspørgsmålet på tværs af de respektive domæner?

I sin krisekommunikation framer AMA indledende sig selv som værende mindre skyldig i situationen for at mindske skaden på hendes omdømme. I de tre første opslag gør hun brug af strategier, som benægter, at der skulle være tale om en krise til at starte med, da hun mener, at hun ikke har gjort noget forkert rent juridisk. Hun forsøger at frame B.T. som ansvarlige ved at angribe B.T.s historie og forsøger desuden at frame KK som skyldige ved at lægge skylden over på KK og Borgerrepræsentationens Sekretariat. Vi mener, at det fra hendes side er blevet vurderet, at krisen er af typen *victim cluster*. Fra det fjerde post begynder hun at tage imod en større grad af ansvar og således frame sig selv som ansvarlig, men holder fast i, at der fortsat ikke er blevet brudt nogen juridiske regler, om end at der kan være blevet brudt nogle etiske regler. Hun tager her imod en større del af ansvaret for at undgå yderligere skade på sit omdømme. Hun betaler bl.a. pengene tilbage for lånet af Rådhushallen, og benytter således en *compensation* strategi, hvilket kunne tyde på, at det er blevet vurderet af AMA og hendes stab, at krisen er mere alvorlig end som så, og at den hører til i *the accidental cluster*. Udfordringen ved at AMA primært kommunikerer på sin egen Facebookside er, at den er et ekkokammer, hvilket betyder at budskabet vil ekkoe imellem medlemmer af gruppen, hvilket kan give et misvisende billede af den faktiske stemning hos Offentligheden.

B.T. framer sagen således, at den indeholder et maksimalt antal af Nyhedskriterierne, sandsynligvis baseret på et grundlæggende ønske om, at et maksimalt antal læsere skal interessere sig for historien. B.T. framer primært 'AMA skyldig' samt, i mere eller mindre grad, 'KK skyldig' og 'Systemet' skyldig'. Rent logisk giver dette mening, da B.T. ikke kan frame sig selv som værende ansvarlige for at finde på en historie, ej heller kan framen i artiklerne være, at der ikke findes nogen sag, da det var B.T., som indledningsvis introducerede sagen. En grund til at AMA forbliver den primære skyldsperson kan være, at det ønskes at skabe noget genkendelighed, i stil med nyhedskriteriet *Consonance*. Det kan også tænkes, at framet om en stereotypisk politiker hurtigt accepteres af læserne, da det muligvis allerede har eksisteret i deres schemata. Det er ikke utænkeligt, at B.T. i ganske høj grad tilpasser historierne til læsernes holdninger og frames, hvorved der kan argumenteres for, at der opstår et ekkokammer på B.T.s Facebookside, hvor der ikke introduceres nogen information, som læserne er uenige i. Dog kan man også argumentere for, at formålet med at dele artikler på Facebook, kan formodes at være at udbrede artiklerne til et større publikum, og derved bryde ud af ekkokammeret B.T., samt at skabe dialog med henblik på at styrke B.T.s omdømme.

Offentligheden framer samlet set primært AMA som den skyldige i sagen, noget vi kan formode skyldes en utilfredshed, muligvis over et moralsk spørgsmål. Der foregår en udvikling fra, at skylden er

spredt på tværs af flere forskellige aktører i de forskellige uger, til at i højere grad være fokuseret på 'AMA skyldig' og delvist også ''Systemet' skyldig'. Der er tydeligvis forskellige frames på tværs af de respektive retoriske sub-arenaer, hvilket understøtter vores pointe om, at de potentielt kunne være ekkokamre, dog kan man delvist argumentere for, at især framen 'AMA skyldig' er en fællesnævner. Man kan ikke udelukke, at eksempelvis *band-wagon effekten*, og det faktum at vi kun har kigget på *complainers* i kommentarsporet, kan have sløret den kollektive Offentlige mening.

2. *Hvordan påvirker de respektive domæner hinanden i framingen i løbet af krisen?*

Det kan være svært at etablere præcist hvem, som påvirker hvem i denne triade af aktører. Vi formoder, at B.T. og AMA i høj grad påvirker Offentlighedens holdninger, da de i Offentlighedens øjne må ses som de mest troværdige kilder, men det kan ikke udelukkes, at Offentligheden formår at etablere egne frames, som AMA og B.T. påvirkes eller inspireres af. I uge 7 ses f.eks. at Offentligheden selv etablerer en frame, som handler om, at Offentligheden er skyldig, hvorfor man ikke kan negligere deres evne til at medframe krisen. Det skal dog nævnes, at de to andre aktører ikke adopterer denne framing, hvorfor man kan stille spørgsmålstegn ved evnen til at etablere frames hos andre aktører end dem selv.

Overordnet set i forløbet ses at AMA og B.T. indledningsvis formår at påvirke Offentlighedens frames, dog ændrer dette sig over tid, og Offentligheden tilslutter sig i stigende grad B.T.s frames. Grunden til at Offentligheden tilslutter sig B.T.s frames fremfor AMAs, kan være fordi B.T. rammer ned i allerede eksisterende frames hos Offentligheden, som medvirker at disse allerede eksisterende frames adopteres hurtigere. Et eksempel herpå er framen om ''Systemet' skyldig', som handler om, at politikere er korrupte, en frame som 'AMA skyldig' også passer med. Det skal dog ikke kunne udelukkes at B.T. bevidst har tilpasset sine historier til Offentlighedens frame og/eller er blevet inspireret af Offentlighedens frames, som nævnt ovenfor. En anden årsag til at Offentligheden tilslutter sig B.T.s frames kan ret simpelt skyldes den større kvantitet af B.T. opslag vs. AMA opslag.

AMA tilslutter sig afslutningsvis B.T. og Offentlighedens framing af, at hun er skyldig, men forsøger sideløbende i det femte opslag at etablere en framing om, at der ikke er nogen sag, og at 'Systemet' er skyldigt. Dette framingsforsøg fejler delvist, da B.T. ikke anerkender nogen af hendes frames. B.T. adopterer generelt ikke nogen af AMAs frames, noget som ikke er specielt underligt, givet at B.T.s historie afhænger af, at der er en sag.

Vi argumenterer for, at der tidligt i forløbet sker en frame alignment imellem B.T. og Offentligheden, sandsynligvis grundet ensartede internaliserede frames. Dette tvinger AMA til at adoptere den samme frame for at krisen ikke eskalerer yderligere og for at få den afsluttet ved at skabe en frame alignment imellem alle aktører. AMA indrømmer således, modvilligt, at det kan være tilfældet, at krisen kunne være

undgået ved at inddrage spørgsmålet om moral, og således skabes en minimal frame alignment. Dog kan man argumentere, for at denne frame alignment ikke holdt længe, da B.T. fortsat denne dag i dag bringer sager op om AMA.

Vi vil desuden argumentere for, at AMA fejltolker krisetypen i en så alvorlig grad, at Offentligheden og B.T. ikke accepterer hendes håndtering af sagen. Under hele krisen holder hun fast i, at der er tale om maksimalt en krise af typen *accidental-cluster*, hvor vi argumenterer for, at de to andre aktører anser krisen som nærmere af typen *organizational misdeed management misconduct*. Baggrunden for denne misforståelse kan skyldes, at AMA kontinuerligt omtaler sagerne som moralske spørgsmål og ikke spørgsmål om at bryde loven. Denne fejl betyder at hendes krisekommunikation ikke passer til krisens opfattede størrelse, og derfor ikke er tilstrækkelig og gør at hun lider tab på sit omdømme.

3. *Hvordan kunne AMA igennem sin framing have ændret udfaldet?*

Basalt set vurderer vi, at AMA må gå af som borgmester, dels fordi hun misforstår omfanget af krisen, fordi hun primært følger med i aktiviteten i sit eget ekkokammer og derfor får en forkert opfattelse af den offentlige holdning, og dels fordi hun ikke kommunikerer nok uden for eget ekkokammer til at kunne etablere nye frames.

AMA fik ikke i tilstrækkelig grad etableret framen om, at hun er uskyldig i løbet af krisen. Hun forsøger indledningsvis, med succes, at etablere framen, men får den ikke styrket tilstrækkeligt efterfølgende i takt med at B.T. intensiverer deres framing hvilket kommer til udtryk i en stor mængde artikler. Man kan argumentere for, at grunden til, at AMA ikke formår at etablere framen, skyldes hendes sporadiske kommunikation, og det kan ikke udelukkes, at hvis hun havde informeret om fakta i sagerne i stedet for hendes valgkamp, så kunne framen være blevet etableret.

Foruden hendes sporadiske kommunikation, kan man også argumentere for, at framen ikke etableres i Offentligheden, fordi hendes kommunikation ikke spredes tilstrækkeligt udenfor ekkokammeret og dermed til andre end dem, som findes på AMA Facebooksiden. Hun kunne have valgt at kommunikere i andre fora og dermed få spredt sin frame bredere i Offentligheden. Selv i hendes eget ekkokammer er hun ikke god til at få interageret med kommentarer, noget som ellers i teorien kunne have styrket hendes position og omdømme.

Desuden argumenterer vi for, at AMA muligvis kunne have opnået et bedre udfald med en mere imødekomende kriseresponsstrategi og dermed en anden framing af skyld i situationen. Hun kunne fra starten have tilsluttet sig ”Folkedomstolens” framing, da det blev tydeligt, at Offentligheden ikke accepterede historien om, at alle reglerne var blevet fulgt, og at der dermed ingen sag var. Ved at givet en uforbeholden undskyldning samtidig med at hun betalte pengene tilbage, ville AMA frame sig selv som skyldig,

hvilket muligvis ville få afsluttet sagen uden den store skade på hendes omdømme, og uden at AMA måtte gå af som borgmester.

I henhold til ovenstående svar på vores tre problemstillinger, kan vi nu konkludere følgende i henhold problemformulering:

Hvilken indflydelse har framingen af skyldsspørgsmålet i #Rådhusgate casen på tværs af Anna Mee Allerslevs og B.T.s Facebooksider på Anna Mee Allerslevs ultimative fratrædelse som Beskæftigelses- og Integrationsborgmester i Københavns Kommune, og kunne denne fratrædelse have været undgået?

Især B.T. og Offentlighedens framing i situationen af at 'AMA skyldig' allignes allerede fra starten, og bliver over tid styrket som den primære frame hos de to domæner. AMAs framing af situationen bliver ikke i samme grad etableret, hvilket vi mener skyldes en blanding af, at hun forsøger at etablere et nyt frame i et ekkokammer og samtidig benytter en sammensætning af kriseresponsstrategier, som ikke kan anses for optimal. Vi mener ikke, at fratrædelsen direkte skyldes AMAs manglende etablering af frame 'Ingen sag', men i højere grad skyldes hendes manglende evne til korrekt at identificere krisetypen. Vi mener derfor, at fratrædelsen, i teorien, kunne være undgået ved at AMA havde tilpasset sin kriseresponsstrategi til Offentlighedens opfattelse af skyldsspørgsmålet.

5.3 PERSPEKTIVERING

5.3.1 Projektets relevans

Grundet opgavens valg af kun at fokusere på en enkelt case samt det socialkonstruktivistiske udgangspunkt, er det svært at overføre opgavens resultater direkte til andre lignende cases. Dog kan opgavens metoder og fremgangsmåde bruges til at lave lignende undersøgelser, som muligvis ville give lignende resultater.

Selvom det ikke er muligt at lave statistiske generaliseringer ud fra opgavens resultater, vil det være muligt at overføre nogle af de erfaringer vi har gjort os i forbindelse med undersøgelsen til lignende cases gennem en analytisk generalisering. Dette skal dog gøres med det forbehold, at vi i vores undersøgelse ikke har fundet en endegyldig sandhed, men i stedet har fundet frem til en intersubjektiv sandhed imellem os selv og forskere indenfor feltet. Denne intersubjektivitet opstår i og med, at vi stiller os ovenpå andre forskeres teorier indenfor feltet og herved konkretiserer teorierne igennem vores undersøgelse. Vores resultater kan dermed siges at bidrage til feltet inden for framing af en krisesituation på sociale medier gennem vores konkretisering af teorierne. Det er vores håb, at andre forskere kan bruge disse resultater til yderligere at bygge videre på teorien igennem fremtidig forskning.

5.3.2 Fremtidig forskning

Ift. fremtidig forskning kunne det have været interessant at have undersøgt, hvordan sagen frames på tværs af forskellige danske nyhedsmedier, hvordan AMAs omdømme blev påvirket af sagen, samt hvordan kommunikation i et ekkokammer generelt påvirker en virksomheds opfattelse af egne præstationer.

Som nævnt i vores kritiske refleksioner ville det have givet et mere nuanceret billede af skyldsframingen, hvis vi havde kigget på flere forskellige nyhedsmediers framing. Et forslag til fremtidig forskning ville derfor være at kigge på, hvordan forskellige danske nyhedsmedier framer krisen, heriblandt hvordan de forskellige nyhedsmediers følgere på sociale medier framer krisen.

Ifølge Coombs (2006) er skabelsen af omdømme i høj grad baseret på tre kilder: stakeholders interaktioner med organisationen; information formidlet af nyhedsmedierne; og WOM. Denne inddeling stemmer i høj grad overens med vores inddeling af de forskellige aktører i de tre domæner: AMA, BT og Offentligheden. Det ville derfor have været interessant også at undersøge, hvordan AMAs omdømme udviklede sig under krisen i disse tre domæner, og i hvor høj grad hendes omdømme tog skade af krisen.

For at kunne opnå en højere grad af statistisk generaliserbarhed ville det derudover være interessant at undersøge, hvordan virksomheders kommunikation i et ekkokammer generelt påvirker virksomhedens opfattelse af egne præstationer. Vores undersøgelse peger på, at AMAs fokus på hvad der skete i hendes eget ekkokammer, resulterede i at hun fejltolkede krisetypen. Det ville være interessant at se om denne tendens også gør sig gældende blandt andre virksomheder også udenfor en krisetid.

Litteraturliste

- Aagaard, M., & Mahmoud, A. A. (2018). Shitstorm: Tabte Allerslev borgmesterposten på Facebook? København: P1, Danmarks Radio. Retrieved from <https://www.dr.dk/radio/p1/shitstorm/shitstorm-21#!00:00:00>
- Abildgaard, A. (2017). Nye oplysninger: Radikal kampagnechef trak sig i sidste måned - nu fyrer han anklage af mod Anna Mee. *B.T.* Retrieved from <https://www.bt.dk/politik/nye-oplysninger-radikal-kampagnechef-trak-sig-i-sidste-maaned-nu-fyrer-han-anklage>
- Allerslev, A. M. (2017). Anna Mee Allerslevs offentlige Facebook profil. Retrieved April 5, 2019, from https://www.facebook.com/AnnaMeeAllerslev/?epa=SEARCH_BOX
- Allerslev, A. M. (2018). B.T. bliver nu stævnet for injurier. Retrieved April 26, 2019, from <https://www.facebook.com/AnnaMeeAllerslev/posts/bt-bliver-nu-stævnet-for-injurier-påstandene-mod-min-person-bliver-grovere-og-gr/1870256173057244/>
- Aruguete, N., & Calvo, E. (2018). Time to #protest: Selective exposure, cascading activation, and framing in social media. *Journal of Communication*, 68(3), 480–502. <https://doi.org/10.1093/joc/jqy007>
- B.T. (2017a). Anna Mee Allerslev er ikke en kvinde af få ord ?? Retrieved April 9, 2017, from <https://www.facebook.com/watch/?v=10155802216274836>
- B.T. (2017b). Anna Mee Allerslevs 84 spørgsmål. Retrieved April 9, 2019, from <https://www.facebook.com/watch/?v=10214144695429827>
- B.T. (2017c). Den radikale beskæftigelses- og integrationsborgmester trækker sig. BT sender live fra Anna Mee Allerslevs pressemøde. Retrieved April 9, 2019, from <https://www.facebook.com/ditbt/videos/2057814154245792/>
- B.T. (2017d). Eksperternes dom er knusende.
- B.T. (2017e). Embedsmænd i Københavns Kommune kom på overarbejde, fordi Anna Mee Allerslev insisterede på at slippe så billigt som muligt for privat bryllupsreception. Retrieved April 9, 2019, from <https://www.facebook.com/watch/?v=10212474848537945>
- B.T. (2017f). Live stream fra Anna Mee Allerslevs pressemøde, 25. oktober 2017. Retrieved May 14, 2019, from <https://www.facebook.com/ditbt/videos/2057814154245792/>
- B.T. (2019a). B.T. - Startside. Retrieved April 23, 2019, from <https://www.facebook.com/ditbt/>
- B.T. (2019b). B.T. Målgruppe.
- Bednarek, M. (2016). Investigating evaluation and news values in news items that are shared through social

- media. *Corpora*, 11(2), 227–257. <https://doi.org/10.3366/cor.2016.0093>
- Benford, R. D., & Snow, D. A. (2000). FRAMING PROCESSES AND SOCIAL MOVEMENTS : An Overview and Assessment, (1974).
- Berger, s. L., & Luckmann, T. (1992). *Den Samfundsskabte Virkelighed* (2. udgave). Viborg: Nørhaven A/S.
- Bjørnager, J. A., & Dreyer, s. (2017). Anna Mee får hug for ny kampagnevideo: “Mine tæer krummede så meget, at de vist nok er brækket.” *B.T.* Retrieved from <https://www.bt.dk/politik/anna-mee-faar-hug-for-ny-kampagnevideo-mine-taer-krummede-saa-meget-at-de-vist>
- Boas, S. (2017). R-formand trækker sig: Anklager Anna Mee for at være intrigant løgner. *B.T.*
- Brandsen, M. (2017a, September 12). Politiker efter Anna Mee Allerslevs bryllups-fidus: Det er ikke i orden. *B.T.* Retrieved from <https://www.bt.dk/politik/politiker-efter-anna-mee-allerslevs-bryllups-fidus-det-er-ikke-i-orden>
- Brandsen, M. (2017b, September 20). Efter omstridt bryllups-fidus: Allerslev skifter pressechef. *B.T.* Retrieved from <https://www.bt.dk/politik/efter-omstridt-bryllups-fidus-allerslev-skifter-pressechef>
- Carroll, C. E., & McCombs, M. (2003). Agenda-setting Effects of Business News on the Public’s Images and Opinions about Major Corporations. *Corporate Reputation Review*, 6(1), 36–46. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540188>
- Castelló, I., Etter, M., & Årup Nielsen, F. (2016). Strategies of Legitimacy Through Social Media: The Networked Strategy. *Journal of Management Studies*, 53(3), 402–432.
- Cho, J., & Trent, A. (2014). Evaluatin Qualitative Research. In P. Leavy (Ed.), *The Oxford Handbook of Qualitative Research* (ss. 677–696). Oxford: Oxford University Press.
- Collin, F. (2013). *Konstruktivisme* (4. udgave). Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Coombs, T. W. (1995). CHOOSING THE RIGHT WORDS The Development of Guidelines for the Selection of t ... *Management Communication Quarterly*.
- Coombs, T. W. (2006). The Protective Powers of Crisis Response Strategies: Managing Reputational Assets During a Crisis. *Journal of Promotion Management*, 12(June 2015), 241–260. <https://doi.org/10.1300/J057v12n03>
- Coombs, T. W. (2007). Protecting Organization Reputations During a Crisis: The Development and Application of Situational Crisis Communication Theory. *Corporate Reputation Review*, 10(3), 163–176. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1550049>
- Coombs, T. W., & Holladay, J. S. (2014). How publics react to crisis communication efforts. *Journal of Communication Management*, 18(1), 40–57. <https://doi.org/10.1108/jcom-03-2013-0015>
- Den Danske Ordbog. (n.d.). fidus. Retrieved April 23, 2019, from <https://ordnet.dk/ddo/ordbog?query=fidus>
- DR Medieforskning. (2018). *Medieudviklingen 2018*. København.
- Dreyer, s. (2017, November 15). Det ved vi om Københavns fem bryllupper. *Berlingske*. Retrieved from <https://www.berlingske.dk/samfund/det-ved-vi-om-koebenhavns-fem-bryllupper>

- Eisingerich, A. B., Chun, H. E. H., Liu, Y., Jia, H. M., & Bell, S. J. (2015). Why recommend a brand face-to-face but not on Facebook? How word-of-mouth on online social sites differs from traditional word-of-mouth. *Journal of Consumer Psychology*, 25(1), 120–128. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2014.05.004>
- Entman, R. M. (1989). How the Media Affect What People Think: An Information Processing Approach. *Journal of Politics*, 51(2), 347. Retrieved from <http://10.0.9.3/2131346>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43:4 (1993:Autumn), 4, 51–58.
- Erkan, I. (2015). Electronic Word of Mouth on Instagram: Customers' Engagements with Brands i...: Find articles, e-books in one search. *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 2(12), 1435–1444.
- Etter, M., Ravasi, D., & Colleoni, E. (2019). Social Media and the Formation of Organizational Reputation. *Academy of Management Review*, 44(1), 28–52.
- Etter, M., & Vestergaard, A. (2015). Facebook and the public framing of a corporate crisis. *Corporate Communications*, 20(2), 163–177. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-10-2013-0082>
- Flyvbjerg, B. (2006). Five Misunderstandings About Case-Study Research. *Qualitative Inquiry*, 12(2), 219–245. <https://doi.org/10.1177/1077800405284363>
- Friberg, J., & Ishøy, S. K. (2017). Anna Mee i ny sag: Bad embedsværk om at hjælpe god ven med millionprojekt. *B.T.* Retrieved from <https://www.bt.dk/politik/anna-mee-i-ny-sag-bad-embedsvaerk-om-at-hjaelpe-god-ven-med-millionprojekt>
- Gallup. (2017). *Laesertal fra Index Danmark/Gallup 2. halvår 2017*.
- Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crisis in Four Norwegian Newspapers. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64–90.
- Garrett, R. K. (2009). Echo chambers online?: Politically motivated selective exposure among Internet news users. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(2), 265–285. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01440.x>
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Cambridge, MA, US: Harvard University Press.
- Goi, L., & McCombs, M. (2016). *The power of information networks: new directions for setting* (1st ed.). New York, NY: Routledge.
- Gravengaard, G., & Rimestad, L. (2015). *Journalist i praktik* (1st ed.). Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Hallahan, K. (1999). Seven Models of Framing: Implications for Public Relations. *Journal of Public Relations Research*, 11(3), 205–242. https://doi.org/10.1207/s1532754xjpr1103_02
- Hansen, C. (2017). Radikal profil efter ny BT-afsløring: 'Anna Mee bør trække sig - vi kan ikke mere.' *B.T.* Retrieved from <https://www.bt.dk/politik/radikal-profil-efter-ny-bt-afsloering-anna-mee-boer-traekke-sig-vi-kan-ikke-mere>

- Ishøy, S. K. (2017a). Anna Mee Allerslev ramt af ny sag: Glemte at betale skat. *B.T.* Retrieved from <https://www.bt.dk/politik/anna-mee-allerslev-ramt-af-ny-sag-glemte-at-betale-skat>
- Ishøy, S. K. (2017b). Borgmester i ny belastende sag: Fik gratis festlokale af kommunens håndværkerfirma. *B.T.* Retrieved from <https://www.bt.dk/politik/borgmester-i-ny-belastende-sag-fik-gratis-festlokale-af-kommunens>
- Ishøy, S. K., & Friberg, J. (2017). Efter BT-afsløringer: Anna Mee Allerslev betaler leje af rådhusal til bryllupsreception. *B.T.* Retrieved from <https://www.bt.dk/politik/efter-bt-afsloringer-anna-mee-allerslev-betaler-leje-af-raadhushal-til>
- Ishøy, S. K., & Friberg, J. (2018). Styrelse slår fast: Bryllupsfidus var ulovlig | BT Danmark - www.bt.dk. Retrieved April 23, 2019, from <https://www.bt.dk/danmark/styrelse-slaar-fast-bryllupsfidus-var-ulovlig>
- Ishøy, S. K., Friberg, J., & Krog, T. N. (2017). Nye detaljer om bryllupsreception afsløret: Ville lukke rådhuset for almindelige mennesker. *B.T.* Retrieved from <https://www.bt.dk/bt-tv/nye-detaljer-om-bryllupsreception-afslor-et-ville-lukke-raadhuset-for-almindelige>
- Ishøy, S. K., & Kronberg, K. (2017, September 13). Ny afsløring om borgmesterens bryllups-fidus: Bookede festsal et år i forvejen - så andre ikke kunne komme til. *B.T.* Retrieved from <https://www.bt.dk/politik/ny-afsloring-om-borgmesterens-bryllups-fidus-bookede-festsal-et-aar-i-forvejen>
- Johnen, M., Jungblut, M., & Ziegele, M. (2018). The digital outcry: What incites participation behavior in an online firestorm? *New Media and Society*, 20(9), 3140–3160. <https://doi.org/10.1177/1461444817741883>
- Kent, M. L. (2010). Directions in Social Media for Professionals and Scholars. In R. Heath (Ed.), *Handbook of Public Relations* (s. 643–656). New York.
- Kent, M. L., Taylor, M., & White, W. J. (2003). The relationship between Web site design and organizational responsiveness to stakeholders. *Public Relations Review*, 29(1), 63–77. [https://doi.org/10.1016/S0363-8111\(02\)00194-7](https://doi.org/10.1016/S0363-8111(02)00194-7)
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis - An Introduction to Its Methodology* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Kronberg, K., & Ishøy, S. K. (2017a, September 12). Borgmester lånte Rådhuset til bryllup og sparede 65.000 kroner. *B.T.* Retrieved from <https://www.bt.dk/politik/borgmester-laante-raadhuset-til-bryllup-og-sparede-65.000-kroner>
- Kronberg, K., & Ishøy, S. K. (2017b, September 12). Lukkede Rådhuset for offentligheden: Se Anna Mee Allerslevs store bryllupsplan. *B.T.* Retrieved from <https://www.bt.dk/politik/lukkede-raadhuset-for-offentligheden-se-anna-mee-allerslevs-store-bryllupsplan>
- Kronberg, K., & Ishøy, S. K. (2017c, September 13). Efter borgmesters bryllupsfidus: Nu strammer Københavns Kommune op. *B.T.* Retrieved from <https://www.bt.dk/politik/efter-borgmesters->

bryllupsfidus-nu-strammer-koebenhavns-kommune-op

- Kronberg, K., Ishøy, S. K., & Brandsen, M. (2017a). Allerslev: Jeg betaler 17.316 kroner tilbage for fødselsdagsreception. *B.T.* Retrieved from https://www.bt.dk/politik/allerslev-jeg-betaler-17.316-kroner-tilbage-for-foedselsdagsreception?fbclid=IwAR0qeANfCZ8wei0iz-i8QrC_U0fuLt4gFACkaFcOLTcl6sm3Clqw1zWL0Tc
- Kronberg, K., Ishøy, S. K., & Brandsen, M. (2017b, September 13). Ekspert om politikeres fidus på Rådhuset: “Det svarer til definitionen af korruption.” *B.T.* Retrieved from <https://www.bt.dk/politik/ekspert-om-politikeres-fidus-paa-raadhuset-det-svarer-til-definitionen-af>
- Lappeman, J., Patel, M., & Appalraju, R. (2018). Firestorm Response: Managing Brand Reputation during an nWOM Firestorm by Responding to Online Complaints Individually or as a Cluster. *Communicatio*, 44(2), 67–87. <https://doi.org/10.1080/02500167.2018.1478866>
- Larsen, J. V. (2017, September 22). Efter omstridt bryllups-fidus: Anna Mee’s partifælle dropper Rådhus-reception. *B.T.* Retrieved from <https://www.bt.dk/krimi/efter-omstridt-bryllups-fidus-anna-mees-partifaelle-dropper-raadhus-reception>
- Larsen, S. H. (2013). 6. Socialkonstruktivisme som forskningsmetode. In C. Nygaard (Ed.), *Samfundsvidenskabelige Analysemetoder* (2. edition, ss. 121–145). Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Lee, Y. L., & Song, S. (2010). An empirical investigation of electronic word-of-mouth: Informational motive and corporate response strategy. *Computers in Human Behavior*, 26(5), 1073–1080. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.03.009>
- Lim, J. S. (2017). How a paracrisis situation is instigated by an online firestorm and visual mockery: Testing a paracrisis development model. *Computers in Human Behavior*, 67, 252–263. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.10.032>
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research: An Applied Approach* (6th ed.). United Kingdom: Pearson Education M.U.A.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/2747787>
- Nygaard, C. (2012). *Samfundsvidenskabelige analysemetoder* (2. udg.). Frederiksberg.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. The Penguin Press.
- Peters, K., Chen, Y., Kaplan, A. M., Ognibeni, B., & Pauwels, K. (2013). ScienceDirect Social Media Metrics — A Framework and Guidelines for Managing Social Media. *Journal of Interactive Marketing*, 27(4), 281–298. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2013.09.007>
- Pfeffer, J., Zorbach, T., & Carley, K. M. (2014). Understanding online firestorms Negative word of mouth dynamics in social media networks.pdf. *Journal of Marketing Communications*, 20(1–2), 117–128.
- Radius. (2018). *Troværdighedsanalysen 2018*. Retrieved from <https://radiuscph.dk/wp-content/uploads/2018/08/Troværdighedsanalyse-2018-af-Radius.pdf>

- Ravasi, D., Etter, M., & Colleoni, E. (2019). Why Would the Rise of Social Media Increase the Influence of Traditional Media on Collective Judgments? A Response to Blevins and Ragozzino. *Academy of Management Review*, 44(1), 222–226. <https://doi.org/10.5465/amr.2018.0065>
- Ritzau. (2017a). Morten Østergaard: Allerslev handlede forkert i bryllupssag. *B.T.* Retrieved from <https://www.bt.dk/politik/morten-oestergaard-allerslev-handlede-forkert-i-bryllupssag-0>
- Ritzau. (2017b). R-formand trækker sig: Kan ikke stå inde for Allerslevs “talløse løgne” - her er hendes reaktion. *B.T.*
- Rost, K., Stahel, L., & Frey, B. S. (2016). Digital Social Norm Enforcement: Online Firestorms in Social Media. *PLoS ONE*, 11(6), 1–27. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0155923>
- Schultz, F., Kleinnijenhuis, J., Oegema, D., Utz, S., & van Atteveldt, W. (2012). Strategic framing in the BP crisis: A semantic network analysis of associative frames. *Public Relations Review*, 38(1), 97–107. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2011.08.003>
- Schultz, F., Utz, S., & Göritz, A. (2011). Is the medium the message? Perceptions of and reactions to crisis communication via twitter, blogs and traditional media. *Public Relations Review*, 37(1), 20–27. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2010.12.001>
- Seltzer, T., & Mitrook, M. A. (2007). The dialogic potential of weblogs in relationship building. *Public Relations Review*, 33(2), 227–229. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2007.02.011>
- Simons, H. (2014). Case Study Research: In Depth Understanding in Context. In P. Leavy (Ed.), *The Oxford Handbook of Qualitative Research* (s. 455–470). Oxford: Oxford University Press.
- Skrydstrup, I. (2017). Nu begynder støtten til R-borgmester at smuldre: R-kandidat vil ikke længere støtte Anna Mee. *B.T.* Retrieved from https://www.bt.dk/politik/nu-begynder-stoetten-til-r-borgmester-at-smuldre-r-kandidat-vil-ikke-laengere?fbclid=IwAR14hwhBB7Dz9PxyZvr63qUqtXtj5c4KwcR_NfLuC3MU2_ir0PfXaeRY2MA
- Slots- og Kulturstyrelsen. (2017). *Mediernes Udvikling i Danmark: Avis/Print*. Retrieved from https://mediernesudvikling.slks.dk/fileadmin/user_upload/dokumenter/medier/Mediernes_udvikling/2017/Avis_print/AVIS-PRINT_2017.pdf
- Stake, R. E. (2011). The Case Study Method in Social Inquiry. In R. Gomm, M. Hammersley, s. Foster, & R. E. Stake (Eds.), *Case Study Method* (ss. 18–26). <https://doi.org/10.4135/9780857024367.d5>
- Sunstein, C. R. (2002). *republic.com*. New Jersey: Princeton University Press.
- Sunstein, C. R. (2008). Enclave extremism and journalism’s brave new world. *Nieman Reports*, 62(2), 34–35.
- Sunstein, C. R. (2017). *#Republic : divided democracy in the age of sociale media* (1st ed.). New Jersey: Princeton University Press.
- Tabloid Danmark. (2019). Tabloid DK - Vores avispartnere. Retrieved April 26, 2019, from http://www.tabloid-danmark.dk/page.php?content=Vara-tidningspartners_665

- Transparency International Danmark. (2019). Korruption i Danmark. Retrieved May 14, 2019, from <https://transparency.dk/korruption/korruption-i-danmark/>
- van der Meer, T. G. L. A., Verhoeven, s., Beentjes, H., & Vliegenthart, R. (2014). When frames align: The interplay between PR, news media, and the public in times of crisis. *Public Relations Review*, 40(5), 751–761. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2014.07.008>
- Wu, F., & Choy, C. H. Y. (2018). Frames and framing effects in Chinese online and offline crisis communication: the case study of a celebrity scandal. *Chinese Journal of Communication*, 11(3), 324–343. <https://doi.org/10.1080/17544750.2018.1473265>
- Yin, R. K. (2014). *Case Study Research: Design and Methods* (5th ed.). California: SAGE Publications, Inc.
- Zuckerman, E. (2008). Serendipity, Echo Chambers, and the Front Page. *Nieman Reports*, (Winter), 16–17. <https://doi.org/->

Bilag

<i>Bilag 1: Retningslinjer for udlån af lokaler på Københavns Rådhus – uddrag</i>	<i>114</i>
<i>Bilag 2: Anna Mee Allerslevs Facebookopslag.....</i>	<i>115</i>
Bilag 2.A: Første opslag.....	115
Bilag 2.B: Andet opslag	116
Bilag 2.C: Tredje opslag.....	117
Bilag 2.D: Fjerde opslag.....	117
Bilag 2.E: Femte opslag	118
Bilag 2.F: Sjette opslag.....	121
<i>Bilag 3: Morten Østergaards kommentar til Anna Mee Allerslevs første opslag.....</i>	<i>121</i>
<i>Bilag 4: Prislister for lån af lokaler på Københavns Rådhus.....</i>	<i>122</i>
<i>Bilag 5: Humørikon og GIF.....</i>	<i>123</i>
<i>Bilag 6: Figurer over dataindsamling</i>	<i>124</i>
<i>Bilag 7: Tilpasning af 'Komponenter i en contentanalyse'</i>	<i>126</i>
<i>Bilag 8: Kommentarer med anklage om slettede kommentarer.....</i>	<i>127</i>
<i>Bilag 9: B.T.s guidelines ift. sletning af kommentarer.....</i>	<i>128</i>
<i>Bilag 10: B.T.s første opslag</i>	<i>129</i>

BILAG 1: RETNINGSLINJER FOR UDLÅN AF LOKALER PÅ KØBENHAVNS RÅDHUS – UDDRAG

Side 7 af 12 – <https://www.kk.dk/sites/default/files/edoc/14be4595-d8d2-410a-af47-345e9298b276/a1d90648-1b4f-40f0-a716-adee1164f19d/Attachments/19434092-25646168-1.PDF>

Egen markering

Brug af lokaler i forbindelse med Borgerrepræsentationens medlemmers møder, der er direkte relateret til det kommunale hverv

Retlig ramme

Københavns Kommune kan efter kommunestyrelseslovens § 16, stk. 11 (anden støtte) afholde udgifter for Borgerrepræsentationens medlemmers brug af lokaler i det omfang udgiften er direkte relateret til varetagelsen af det kommunale hverv.

Retningslinjer

Borgerrepræsentationens medlemmer kan således vederlagsfrit bruge lokaler på Rådhuset i forbindelse med afholdelsen af gruppemøder, politiske forhandlinger og andre mødeaktiviteter, som er direkte relateret til det kommunale hverv. Som eksempel på andre mødeaktiviteter kan nævnes rundvisninger samt møder med borgere, erhvervsliv og interesseorganisationer om den kommunale opgavevaretagelse. Det er ikke et krav, at mødet relaterer sig til en sag, der aktuelt er under behandling i kommunen.

Medlemmerne kan bestille almindelig mødeforplejning og teknisk bistand til møderne.

Afholdelse af udgifterne til mødeforplejning og teknisk bistand må ikke gå videre, end hvad den kommunale interesse tilsiger, herunder at der er et rimeligt forhold imellem udgiften og formålet. Ved vurderingen heraf skal der lægges vægt på omfanget og karakteren af det arrangement el. lign., som udgifterne til mødeforplejning og teknisk bistand vedrører.

Udlån af lokaler til politiske partier, foreninger og andre holdningsprægede foreninger til møder om kommunale emner og opgaver, der varetages af og har relevans for Københavns Kommune.

Retlig ramme

En kommune kan i medfør af reglerne i Folkeoplysningslovens § 21 og kommunalfuldmagtsreglerne udlåne lokaler til foreninger, som hviler på et holdningspræget grundlag, når det sker med henblik på at fremme foreningslivet og nærdemokratiet. Der henvises i den forbindelse til Økonomi- og Indenrigsministeriets 'Udtalelse om kommuners udlån af lokaler til politiske partiers interne møder' af 25. februar 2015. Heri konkluderer ministeriet, at

BILAG 2: ANNA MEE ALLERSLEVS FACEBOOKOPSLAG

Bilag 2.A: Første opslag



Anna Mee Allerslev er sammen med **Martin Vermehren**.

11. september 2017 · 🌐

I morgen bringer BT en historie om, at jeg har holdt vores bryllupsreception på Rådhuset.

Det er helt korrekt. Vi valgte at holde vores bryllupsreception på Rådhuset, fordi København og Københavns Rådhus betyder meget for mig.

Jeg elsker København, og jeg elsker mit arbejde. Derfor besluttede vi at holde vores bryllupsreception på Rådhuset.

Vi har selvfølgelig fulgt alle de regler, der er vedtaget af gruppeformandskredsen i Borgerrepræsentationen. Inden beslutningen dobbelttjekkede jeg med Borgerrepræsentationens sekretariat, og de bekræftede, at vi måtte holde vores reception på Rådhuset, når vi dækkede alle omkostninger selv. Vi har selvfølgelig betalt for alle afholdte timer til bordopsætning, opdækning, servering, rengøring og opvask i alt 23028,75 kr. og har desuden selv bestilt og betalt forplejningen udefra.

Jeg synes, det er en useriøs historie, BT vælger at bringe, men jeg er stadig glad for, at vores lykkeligste dag blev afholdt i den by, som jeg elsker, og i det hus, som betyder så meget for mig.

I må gerne hjælpe mig ved at dele dette opslag.



👍👎❤️ 7,4 tusind

3,2 tusind kommentarer 1,7 tusind delinger

Bilag 2.B: Andet opslag



Anna Mee Allerslev

13. september 2017 · 🌐

...

Kære alle

Tak for jeres store opbakning og omsorg.

Selvom jeg har fulgt alle regler og dobbelttjekket med Borgerrepræsentations sekretariat, skygger sagen for den politik, jeg helst vil bruge min tid på.

Hvis jeg mod den tidligere information fra Borgerrepræsentations sekretariat er skattepligtig af lån af lokalet, forventer jeg selvfølgelig, at Borgerrepræsentationens sekretariat indberetter det til skat, som de skal. Desuden vil jeg bede Borgerrepræsentationens sekretariat om at få ordentlig styr på skattereglerne via ekstern rådgivning, så der ikke sker nogen fejl her.

Desuden vil jeg bede Økonomiforvaltningen om at få en ekstern undersøgelse af Borgerrepræsentations regler og om Borgerrepræsentations sekretariat berettiget kan fastholde, at reglerne er korrekte, herunder om processerne har været fulgt korrekt. Hvis det viser sig, at grundlaget for Borgerrepræsentationens regler ikke har været korrekt, forventer jeg at modtage en indstilling på, hvordan vi hurtigst muligt retter op på det, som jeg selvfølgelig vil følge.

Det samme gælder Rådhusets regler for runde fødselsdage og jubilæer, som flere af mine kollegaer har omtalt i forbindelse med deres egne receptioner i forlængelse af denne sag.

I relation til min officielle runde fødselsdagsreception, der var åben, annonceret og offentlig tilgængelig, har udgifterne været tilgængelige for alle på Københavns Kommunes hjemmeside siden afholdelsen i 2014.

Sekretariatet fulgte reglerne for officielle, offentlige runde fødselsdagsreceptioner. Derfor sendte de ikke regning videre dengang. Men jeg har i dag betalt for forplejningen kr. 17.316, 25 til receptionen, da jeg ikke vil have, at dette kommer til at skygge for mit politiske virke. Det er min beslutning, men jeg forventer ikke, at mine kollegaer, der har fulgt reglerne lige som mig, betaler for deres officielle arrangementer.

Mvh

Anna Mee



og 782 andre

1,1 tusind kommentarer 31 delinger

Bilag 2.C: Tredje opslag

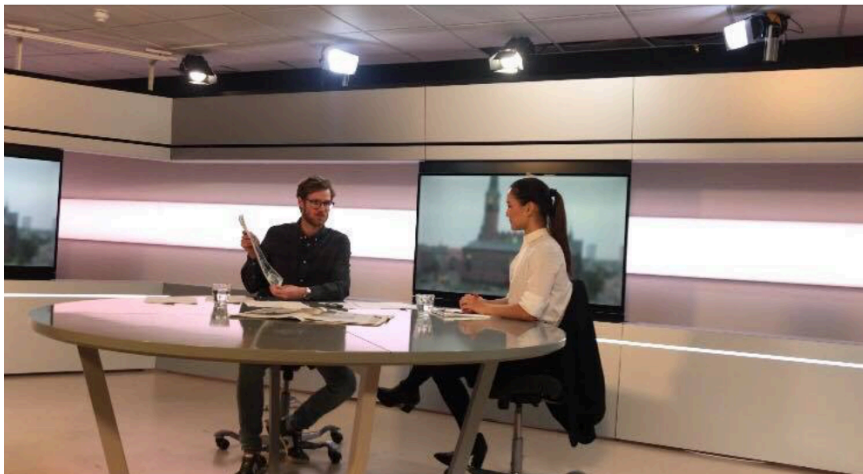


Anna Mee Allerslev

6. oktober 2017 · 🌐



I morges printede jeg alle dokumenter og mails ud, som BT har spurgt til i forbindelse med deres dækning af min person de sidste uger. De fleste dokumenter har været offentlige tilgængelige på Københavns Kommunes hjemmeside hele tiden, men BT havde en række spørgsmål. BT fik alt den tid, de efterspurgte, og jeg svarede på alle spørgsmål. Lige om lidt taler jeg med Ekstra Bladet.



og 100 andre

90 kommentarer 5 delinger

Bilag 2.D: Fjerde opslag



Anna Mee Allerslev

18. oktober 2017 · 🌐



Jeg har lyttet til kritikken og er blevet klogere. Der er forskel på, hvad der er regler, og hvad der er rimeligt. Jeg har fokuseret på reglerne i sagen om mit lån af rådhusets lokale til min bryllupsreception.

Men jeg erkender nu, at sagen handler om mere end kun regler. Kritikkerne har ret i, at politikere ikke skal have særlige muligheder.

Jeg har derfor valgt at betale for lokalet. For jeg er enig med dem i, at det ikke var rimeligt, at jeg fik en fordel.

Skulle jeg have indset det noget før? Ja. Men sandheden er, at jeg var optaget af, at reglerne var overholdt i stedet for at overveje om, jeg selv synes, det var rimeligt, at jeg havde den mulighed.

Jeg kan ikke skrive historien om, men jeg kan indrømme, at jeg er blevet klogere og handle derefter.



1,1 tusind

1,2 tusind kommentarer 40 delinger

Bilag 2.E: Femte opslag



Anna Mee Allerslev

24. oktober 2017 · 🌐

Kære alle facebookvenner.

Beklager, at det bliver rigtig langt, det her. Jeg håber I læser med alligevel.

I de sidste seks uger har det været meget svært for mig at komme til at tale om det, jeg brænder for – nemlig politik og udvikling af København. Jeg var sikkert både dum og naiv, da jeg troede, at det var ok, at jeg lånte et lokale på Rådhuset til mit bryllup den 26. august i år.

Jeg har altid været omhyggelig med mine ting. Emsig, vil nogen endda nok sige, derfor spurgte jeg også om en hel masse, da jeg skulle giftes. Jeg spurgte både den øverste embedsmand flere gange, om reglerne nu også var overholdt, og – som I ved – en masse om, hvordan brylluppet konkret skulle afholdes.

Jeg er rigtig, rigtig ked af den her historie. Og jeg er rigtig ked af, at den her historie har fået nogen til at synes, at jeg ikke er værdig til at have den tillidspost, jeg har. Jeg har ligget søvnløs ved tanken om, at vælgere, partimedlemmer og måske endda venner synes, at jeg ikke er den Anna Mee, de kender eller har stemt på, men i stedet er beregnende og forkælet og ligeglad med alt andet end mig selv.

Grunden til, at vi valgte at holde receptionen på rådhuset var, at det er et af de steder, der betyder mest for mig. Rådhuset er der, jeg tilbringer næsten alle mine vågne timer, og det har jeg gjort, siden jeg var 26 år. Og det er, efter min mening, et af de smukkeste huse i landet. Både jeg og min mand var rigtig glade for at kunne holde vores reception der – og vise vores venner og familie det smukke sted, som jeg altid taler om.

Jeg vidste, at det var en mulighed at holde reception på rådhuset, fordi der var flere af mine kolleger, der havde gjort det. Derfor spurgte jeg om lov. Jeg spurgte også, om det – ekstraordinært – kunne blive besluttet i gruppeformandskredsen, så der var helt rene linjer. At det var gratis for mig og mine kolleger, vidste jeg godt. Jeg regnede med, at når jeg selv betalte alle omkostninger i forbindelse med receptionen (inklusive mine mange spørgsmål om cava og kagefade, som I sikkert har set), var det ok.

Ville jeg ønske, at vi havde holdt vores bryllupsreception et andet sted? Nej. Jeg elsker min arbejdsplads, og det var en vidunderlig ramme om vores reception.

Ville jeg ønske, at jeg havde været ligeglad med reglerne om, at jeg måtte låne lokalet gratis og i stedet havde insisteret på at betale – uanset, hvad ... andre før mig har gjort? Ja.

Måske tror I, at det her kun er fordi, jeg nu er i en kæmpe shitstorm. Men for at være ærlig, synes jeg, at man skal handle, når man er blevet klogere, og jeg har nu set historien udefra og lyttet til kritikken på en måde, der gør, at jeg har besluttet at betale for lånet af lokalet, uanset hvad reglerne ellers siger. Pengene er allerede betalt til rådhuset.

Udover det ville jeg lyve, hvis jeg ikke sagde, at jeg faktisk har været så påvirket af hele situationen, at jeg i perioder helt har ønsket, at vi slet ikke var blevet gift, selvom jeg selvfølgelig elsker min mand. Den følelse vil jeg virkelig gerne have været foruden. Og hvis jeg bare havde lejet lokalet for penge – uanset om det var efter reglerne eller ej – havde jeg haft en dejlig dag at tænke tilbage på, ligesom alle andre.

Nu er jeg blevet symbolet på alt det, som nogen synes er galt med politikere i dagens Danmark. Jeg forstår godt, at man kan synes, det ser rigtig mærkeligt ud, at en helt almindelig Anna fra Greve som mig skal have et liv, hvor jeg har borgmesterchauffør og 1.800 ansatte, der gør alt for at efterkomme mine politiske ønsker. Men fra den første dag i borgmesterkontoret for syv år siden har jeg gjort mig umage for at holde mig selv fast på, at jeg stadig er den samme. Det var virkelig uvant, at der f.eks. pludselig var dygtige og søde mennesker, der bekymrede sig om, hvad for noget kaffe, jeg drikker – og endda lavede den til mig – og at der er et menneske, der er ansat til at køre mig rundt på mit arbejde. Men sådan er jobbet, og alle de privilegier er også et middel til, at vi kan være mest muligt effektive.

Men derfor er det da stadig privilegier, som ikke alle har. Det ved jeg godt. Og det ser overhovedet ikke rimeligt ud, når det står på forsiden af BT og Ekstra Bladet.

Jeg brænder stadig for at lave politik og ønsker at være med til at skabe fremtidens København. Men jeg ved bare ikke, hvad jeg nu skal gøre for, at jeg også kan komme til at tale om politik igen.

Jeg har prøvet at svare på alle de spørgsmål, jeg kunne forestille mig. Her er en liste over spørgsmål, som har været og måske kunne være interessante, hvis I har andre, så spørg mig endelig:

1) Hvorfor har du ikke betalt for alle dage, du lånte rådhuset (jeg har betalt 65.000 kr.)?

Jeg har lånt Københavns Rådhus lørdag den 26. august fra kl. 12-15. Københavns Ejendomme bestemmer selv, hvornår det er mest praktisk for dem at sætte borde og stole op og ned. Jeg, eller andre, der låner eller lejer lokalet har ingen indflydelse på, hvornår det sker. I mit tilfælde valgte Københavns Ejendomme at stille op fredag eftermiddag og tage ned mandag morgen. Det bad jeg ikke om, og vi var kun i lokalet fra kl. 12-15. Selve bryllupsfesten om aftenen holdt vi et andet sted.

2) Hvorfor har du ikke betalt skat af lånet? Jeg vidste ikke, at det var skattepligtigt. Men skatteåret er ikke færdigt, og jeg kan stadig indberette lånet under almindelige vilkår. Men nu, hvor jeg har betalt, er skattespørgsmålet ikke aktuelt mere.

3) Hvorfor stillede du 84 spørgsmål til embedsmændene, og hvem har betalt for det?

Jeg er en Spørge-Jørgen. Det kan jeg ikke løbe fra.

Og jeg er meget – måske for meget – detaljeorienteret. Men det er vigtigt for mig at slå fast, at de 23.028,75 kr. jeg i første omgang betalte for leje af service og borde, vagter og betjening osv, også indeholder koordinering og mulighed for at spørge og få svar. Hvis en anden borger eller en virksomhed vil leje service, borde, vagter og lignende, får de samme service og samme mulighed for at stille (mange dumme) spørgsmål som mig. Det ligger i prisen og er ikke noget, jeg har fået ekstra.

4) Er reglerne blevet overholdt?

Ja. De regler der gælder nu, og som vi kender til og kendte til på det tidspunkt, hvor vi planlagde vores bryllup, er alle sammen blevet overholdt. Lige nu ser Tilsynet på, hvordan reglerne for at låne lokaler gratis på rådhuset er blevet til, og måske ender det med, at Økonomiforvaltningen får kritik af reglernes tilblivelse. Måske betyder det, at reglerne bliver ændret, men for mig gør det ingen forskel, for jeg har nu betalt for at låne lokalet.

5) Lukkede du Rådhuset på grund af dit bryllup?

Nej. Rådhuset var åbent hele tiden. Rådhuset lukker normalt kl. 13 om lørdagen, så fra kl. 12-13 fik vi lov at være i Rådhusalen, men der var både turister, omvisninger og andre bryllupper, mens vi var der. Oprindeligt skulle vi have været i et andet lokale til samme pris, men vi blev flyttet pga.

brandmyndighederne kort tid før brylluppet. I den forbindelse blev vi bedt om at vente med vores reception til klokken 13. Men da vi havde inviteret alle gæsterne til kl. 12, spurgte jeg, om vi – mod betaling – kunne få lov holde fast i kl. 12, og om det ville kræve at lukke rådhuset, hvis vi måtte det. Heldigvis fik vi det svar, at vi sagtens kunne være i Rådhusalen fra kl. 12, hvis vi bare accepterede, at der var turister og andre den første time af vores reception. Det havde vi slet ingen problemer med, og Rådhuset blev derfor ikke lukket for nogen.

6) Hvordan kunne du finde på at låne et lokale til din fødselsdag gratis af en samarbejdspartner til kommunen?

Jan fra Øens Murerfirma og jeg har lært hinanden af kende gennem et årelangt og godt samarbejde om at få ledige i uddannelse og arbejde. Øens Murerfirma er en virksomhed, der lever op til alle de værdier, vi gerne vil fremme i kommunen; de tager lærlinge, ansætter medarbejdere, der tilhører udsatte grupper – og er som arbejdsplads med til at løse en vigtig integrationsopgave ved at ansætte mange unge med anden etnisk baggrund. Derudover hjælper Øens Murerfirma også byens kulturinstitutioner og små kreative virksomheder ude på Amager. Det støtter vi i Radikale også varmt, da det er vores mærkesag at få mere kultur og kreativ vækst til København. Det samme gør jeg med alle andre virksomheder og fagforeninger fx 3F, da skulle have nyt hovedkontor, som deler vores visioner for byen. Øens Murerfirma har ikke vundet nogle mureropgaver for min forvaltning i den tid, jeg har været borgmester og har ikke fået nogen form for særbehandling i øvrigt. Men jeg synes, de er dygtige, jeg har kæmpe respekt for firmaet og for deres ekspertise, jeg taler pænt om dem, når jeg kan komme til det, og derfor har jeg også valgt at bruge dem derhjemme til murværket på badeværelserne, da vi skulle bygge om – selv om de er noget dyrere end de andre tilbud, jeg fik. Gennem årene er Jan, der ejer firmaet, og jeg, blevet venner, og da jeg fyldte 30, spurgte jeg ham, om han kendte nogen, der havde et festlokale, jeg kunne leje mod betaling. Jeg var alt for sent ude, og Jan tilbød derfor, at jeg kunne låne firmaets kantine. Jeg bad om at få lov til at betale for det, men fik besked om, at det var for besværligt rent praktisk for dem, og at kanten jævnlige blev lånt ud til medarbejdere, familie og venner, og at jeg gerne måtte gøre det samme. Jeg kom selv med alt forplejning, borde, barer, lydanlæg osv. Det er blevet kritiseret, og vi har derfor bedt om en ekstern vurdering af, hvad lokalet er værd fra EDC og Horesta. De har begge meldt tilbage, at prisen, hvis man selv betaler for rengøring (det gjorde jeg), er 500 til 1.000 pr. døgn, så jeg har bedt Jan om en regning på 1.000 kroner.

7) Er det rimeligt, at du skal have chauffør og andre goder – og ved du godt, at alle andre ikke har det?

Det tænker jeg løbende på. Hvis man regner på det, er det helt klart det mest effektive, at vi eks. har en borgmesterbil, som fungerer som et rullende kontor, og hvor jeg får en hel masse fra hånden, når jeg sidder på bagsædet. Om det er rimeligt, vil jeg meget gerne tale om. Jeg er ikke stillet op til et politisk hverv, fordi jeg gerne ville have en borgmesterbil eller et flot kontor. Hvis I synes det er urimeligt, at forholdene er som de er, vil jeg meget gerne diskutere dem.

Når folk spørger mig, om der er flere dårlige historier på vej, er jeg nødt til at svare, at det aner jeg ikke. For jeg har aldrig haft den opfattelse, at jeg havde skeletter i skabet, og har aldrig forsøgt at dække over nogen af mine handlinger. Det vil jeg heller ikke begynde at gøre nu. Og viser det sig, at jeg har begået fejl, er jeg også klar til at tage ved lære af dem.

Jeg ved ikke, hvad jeg kan gøre for at ændre det billede, der hersker lige nu, andet end at sige, at jeg er forfærdelig ked af det. Hvis I har nogen spørgsmål, må I spørge mig om alt, så vil jeg svare i tråden herunder.

Mange hilsner
Anna Mee

   1,5 tusind

1,9 tusind kommentarer 110 delinger

Bilag 2.F: Sjette opslag



Anna Mee Allerslev

25. oktober 2017 · 🌐



Pressemøde på Københavns Rådhus kl. 13.30 i dag den 25. oktober 2017

Beskæftigelses- og integrationsborgmester Anna Mee Allerslev trækker sig og inviterer til pressemøde på Københavns Rådhus i dag onsdag den 25. oktober 2017 kl. 13.30 i Beskæftigelses- og integrationsudvalgets mødesal 1. sal indgang via værelse 57.

Alle medier er velkomne.

For yderligere informationer kontakt pressechef Christian Sagen på 28593637



Peter Knudsen og 741 andre

1 tusind kommentarer 126 delinger

BILAG 3: MORTEN ØSTERGAARDS KOMMENTAR TIL ANNA MEE ALLERSLEVS FØRSTE OPSLAG



Morten Østergaard Som altid har du styr på det hele Anna. BT kan rende og hoppe, kan de 😎

Synes godt om · Svar · 1 år



779

BILAG 4: PRISLISTE FOR LÅN AF LOKALER PÅ KØBENHAVNS RÅDHUS

<https://www.kk.dk/indhold/okonomiudvalgets-modemateriale/07062011/edoc-agenda/e2e433ce-64a9-4606-bebe-69ca6891ef5d/54fbeb3f-b614-451d-9c00-eb06a617849b>

BILAG 2b

Københavns Ejendomme
03-01-2011

Priskatalog ved udlejning af lokaler på Rådhuset til kommercielle formål

Priskataloget er vejledende og der er ikke indregnet udgifter til assistance fra Rådhusets personale (betjente, håndværkere mv.).

Behovet for assistance og forventet udgift aftales inden arrangementets afholdelse og afregnes særskilt efter pris

Festsalen (250 - 600 personer)	Dagsarrangement	kr	65.000,00
	Aftenarrangement	kr	65.000,00
	Kombineret (dag og aften)	kr	100.000,00
Hallen (900 - 1.000 personer)	Dagsarrangement	kr	65.000,00
	Aftenarrangement	kr	65.000,00
	Kombineret (dag og aften)	kr	100.000,00
Hovedkassen (80 - 100 personer)	Dagsarrangement	kr	6.500,00
	Aftenarrangement	kr	6.500,00
	Kombineret (dag og aften)	kr	10.000,00
Kantinelokalet (100 - 150 personer)	Dagsarrangement	kr	10.000,00
	Aftenarrangement	kr	10.000,00
	Kombineret (dag og aften)	kr	15.000,00
Presselogen og galleriet (10 - 20 personer)	Dagsarrangement	kr	3.500,00
	Aftenarrangement	kr	3.500,00
	Kombineret (dag og aften)	kr	5.000,00
Udvalgs- og mødelokaler (10 - 50 personer)	Dagsarrangement	kr	5.000,00
	Aftenarrangement	kr	5.000,00
	Kombineret (dag og aften)	kr	7.500,00
Rådhushaven	Dagarrangementer	kr	6.500,00
	Aftenarrangementer	kr	6.500,00
	Kombineret (dag og aften)	kr	10.000,00
Øvrige lokaler	Efter aftale		

Som udgangspunkt er et dagsarrangement fra kl. 08.00-16.00 og et aftenarrangement fra kl. 17.00-24.00

BILAG 5: HUMØRIKON OG GIF



...



TENOR

Synes godt om · Svar · 1 år

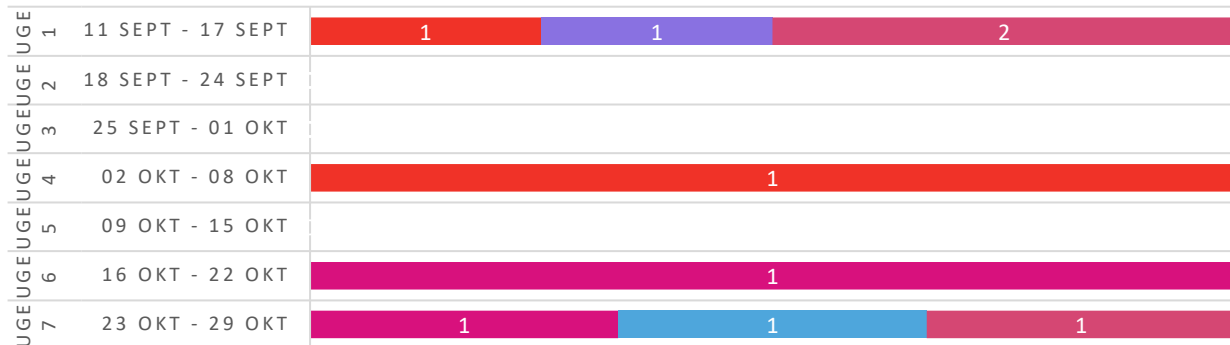


1

BILAG 6: FIGURER OVER DATAINDSAMLING

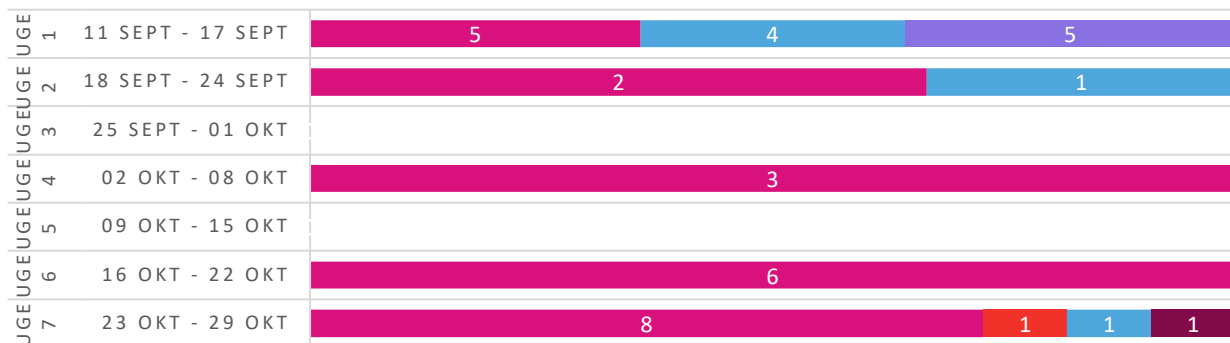
AMA OPSLAG FRAMING AF SKYLD

AMA B.T. 'Systemet' Offentligheden KK Ingen sag Ingen framing



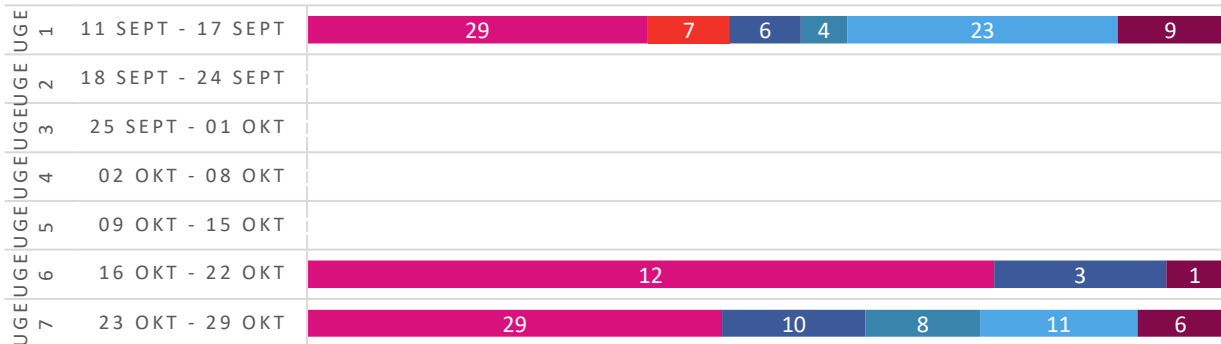
B.T. OPSLAG FRAMING AF SKYLD

AMA B.T. 'Systemet' Offentligheden KK Ingen sag Ingen framing



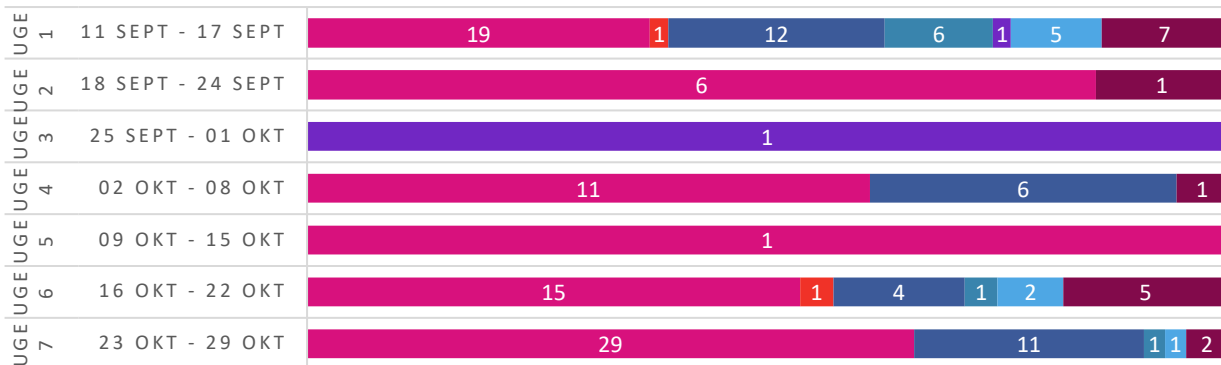
AMA KOMMENTARER FRAMING AF SKYLD

■ AMA ■ B.T. ■ 'Systemet' ■ Offentligheden ■ KK ■ Ingen sag ■ Ingen framing



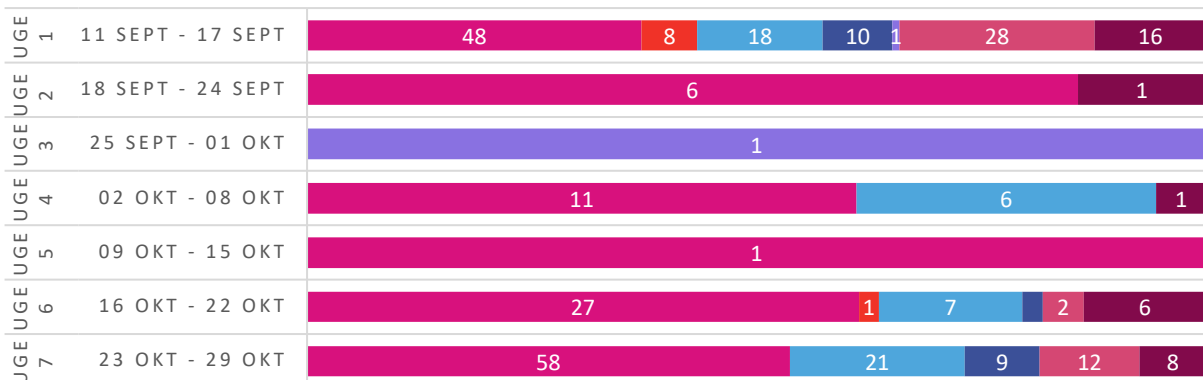
B.T. KOMMENTARER FRAMING AF SKYLD

■ AMA ■ B.T. ■ 'Systemet' ■ Offentligheden ■ KK ■ Ingen sag ■ Ingen framing

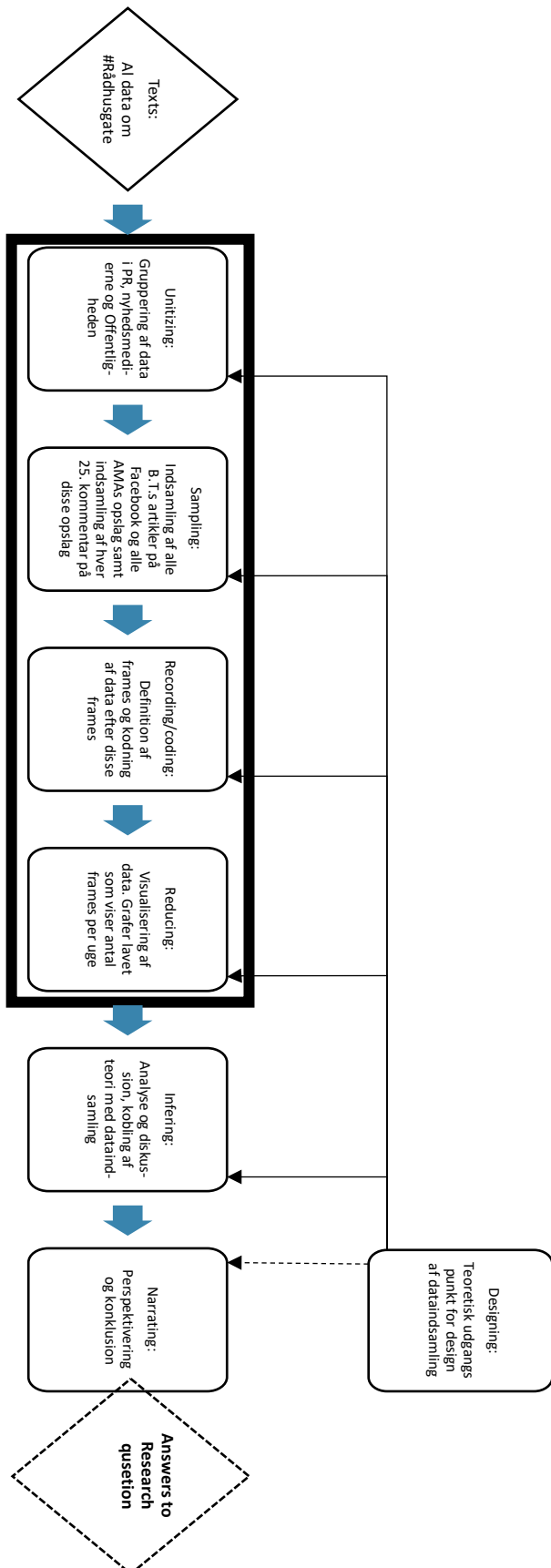


B.T. + AMA KOMMENTARER FRAMING AF SKYLD

■ AMA ■ B.T. ■ 'Systemet' ■ Offentligheden ■ KK ■ Ingen sag ■ Ingen framing



BILAG 7: TILPASNING AF 'KOMPONENTER I EN CONTENTANALYSE'



BILAG 8: KOMMENTARER MED ANKLAGE OM SLETTEDE KOMMENTARER



[REDACTED] HVORFOR SLETTER DU OPSLAG DER ER
UENIG MED
Du ER og blir en pamper der misbruger Rådhuset og borgernes tillid

Synes godt om · Svar · 1 år



[REDACTED] Hov tror du kom til at slette mit spørgsmål i stedet for
at svare på det.

Er det rigtigt at du valgte ikke at betale for maden til dit eget bryllup?

Synes godt om · Svar · 1 år



BILAG 9: B.T.S GUIDELINES IFT. SLETNING AF KOMMENTARER

Hentet fra B.T.s Facebookside: https://www.facebook.com/pg/ditbt/about/?ref=page_internal



B.T. ✓
@ditbt

Startside

Opslag

Om

Videoer

Billeder

YouTube

Begivenheder

Fællesskab

Oplysninger og annoncer

 Synes godt om

 Følg

 Del



For at gøre oplevelsen god for alle, opfordrer vi til, at du viser respekt for os og for andre, når du deltager i debatten.

Vi ser gerne, at I som debattører modererer jer selv, dvs. taler hinanden til rette på en ordentlig måde, hvis nogen går over stregen. Vi forbeholder os samtidig retten til at skride ind og moderere i debatterne og skjule kommentarer, indlæg, posts og spørgsmål, der:

- er diskriminerende, aggressive, truende, nedsættende eller vulgære
- angriber/tilsviner os eller andre brugere personligt
- linker eller reklamerer for irrelevant indhold
- er skrevet fra en anonym profil uden rigtigt navn og/eller billede
- potentielt overtræder den danske straffelovs racismeparagraf, injurieparagraf eller trusselsparagraf.
- ansporer/opfordrer til ulovligheder
- overtræder Facebooks retningslinjer

Herudover forbeholder vi os retten til at udelukke brugere, der overtræder ovenstående retningslinjer for debatten, samt brugere der spammer og/eller troller på vores side.

Vi følger så vidt muligt med herinde, men oplever du noget, hvor du mener, vi bør gribe ind, eller har du spørgsmål til os, så kontakt os gerne via en privatbesked her på siden - eller på 1929@bt.dk.

BILAG 10: B.T.S FØRSTE OPSLAG



B.T.

12. september 2017 · 🌐



Ekspertter mener, at det er i strid med reglerne, men kommunen mener selv, at reglerne er overholdt.

Synes du, det er i orden?



= Nej, slet ikke.



= Ja, det er da okay.



BT.DK

Borgmester lånte Rådhuset til bryllup og sparede 65.000 kroner



2,5 tusind

678 kommentarer 75 delinger