

JOURNALISTIK PÅ INSTAGRAM

En indholdsanalyse af den journalistiske nyhedshistorie
om drabet på Mia Skadhauge Stevn

*"Undersøgelsen fokuserer på nyhedsframing,
tværmedialitet og kollaborationen mellem
journalisten og brugerne på Instagram."*

Speciale af
SALLY EZZEDDINE

TITELBLAD

Uddannelse: *AAU CPH - Aalborg Universitet, København*

Uddannelsesstudie: Kommunikation (cand. mag i kommunikation)

Semester: 4. semester, KA KOM F22

Kandidatspeciale titel: En indholdsanalyse af den journalistiske nyhedshistorie om drabet på Mia Skadhauge Stevn

ECTS: 30

Antal anslag: 183.685

Antal normalsider: 76,5 sider

Antal bilag: 5

Samlet antal sider af hele kandidatspecialet: 101

Vejleder: Bolette Blaagaard

Afleveringsdato: 31/10-2022

Udarbejdet af: Sally Ezzeddine

Studienummer: 20201141

Forord

Dette speciale er skrevet af Sally Ezzeddine. Problemformuleringen er besvaret ud fra en kvalitativ indholdsanalyse om sagen på drabet om Mia Skadhauge Stevn fra februar 2022. Jeg har valgt at arbejde med et casestudie, der tager udgangspunkt i den journalistiske framing i nyhedshistorien hos DR Nyhederne og TV 2 Nyhederne tværmedialt. Jeg vil demonstrere, hvordan jeg har arbejdet med casestudiet ud fra min dataindsamling samt belyse en række analytiske pointer gennem opgaven. Tak til min vejleder Bolette Blaagaard for konstruktiv feedback, som har fået mig til at reflektere og komme på nye idéer gennem specialet.

Indhold

1.0 RESUME	5
2.0 LÆSEVEJLEDNING	6
3.0 INDLEDNING	8
4.0 LITTERATURSØGNING	11
4.1 Litteraturreview:.....	12
4.1.1 Netværks-offentligheden på sociale medier	12
4.1.2 Instagram affordances	14
4.1.3 Mediekonvergens, mediering og tværmedialitet	16
4.1.4 Den følelsesmæssige journalistiske praksis.....	19
4.1.5 Prosumers, gatekeeping og dagsordensteori.....	21
4.1.6 Journalistiske grænsedragninger	24
4.1.7 Undersøgelsens bidrag	26
5.0 METODE.....	28
5.1 Dataindsamling	28
5.1.1 Purposive sampling.....	28
5.1.2 Casestudiet som undersøgelsesmetode	29
5.2 Analysemetode.....	31
5.2.1 Kvalitativ indholdsanalyse	31
5.2.2 Framing.....	32
5.2.3 Fire framing-funktioner	33
5.2.4 Emne-specifikke frames og generiske frames.....	35
5.2.5 Visuel kommunikationsmodel på Instagram.....	37
5.3 Videnskabsteoretisk tilgang:	41
6.0 ANALYSE OG DISKUSSION.....	43
6.1. Del 1. En forbrydelse	45
6.2. Del 2. Et afgørende resultat.....	51
6.3 Del 3. Berørte og bekymrede borgere	56
6.4. Del 4. Utryghed.....	63
6.5. Del 5. En frygt og et oprør mod kvindedrab	78
7.0 KONKLUSION	90
8.0 LITTERATURLISTE	93

1.0 RESUME

This Master's thesis examines digital journalism from a cross-media perspective through a qualitative content analysis examining online articles, Instagram posts and comments related to the Instagram posts from DR News and TV 2 News regarding *the murder of Mia*.

The murder of Mia is a news story from February 2022 where a young woman, Mia Skadhauge Stevn, disappeared in the Danish municipality Aalborg. After the police search and inquiries through the public, the police found human parts of Mia in a forest. The crime got huge media coverage on the Instagram profiles of DR News and TV 2 News, which were continuously updating with news about the investigation.

Based on an analysis of the way journalistic news stories develop and what dynamics arise between the journalist and the users on Instagram, the purpose of this project is to examine how the journalistic news stories regarding the murder of Mia are framed in a cross-media and collaborative at DR News and TV 2 News.

Through this current case study, it is argued that journalists must both strategically adapt to social media logics and, at the same time, be conscious about how the public are acting on the internet and include these considerations in their gatekeeping decisions.

The frames in the journalistic news story have an impact on the comments and on the understanding of the network public of the story about Mia. In addition, specifically, the journalists are seen using a high degree of rhetorical adaptations as using emotional words in the text and this use of emotional language influences how users act online.

Based on the analysis, it seems appropriate to consider the users of Instagram as collaborating with journalists in the sense that their perspectives and interests in a social media comment are part of the journalist's gatekeeping decision when journalists produce the news.

Consequently, the users can no longer be considered as just receivers of the news but must also be considered as consumers and co-producers of the news on Instagram.

The public network therefore becomes an important starting point for user involvement where users participate actively. All at once, the journalist is still seen trying to preserve the norm of

objectivity using interviews and focusing on telling the story about Mia with attention to how the public experiences and feels about walking alone in the light of Mia's disappearance.

2.0 LÆSEVEJLEDNING

- Alle teoretiske begreber og Instagramfunktioner skrives med *kursiv* gennem hele opgaven.
- Citater vil fremhæves ved citationstegn (") og *kursiv*.
- Citater er ikke redigeret og Instagram-kommentarerne er anonyme.
- Når jeg benytter ordet "*bruger*" så er der tale om en modtager på Instagram.

INDLEDNING



3.0 INDLEDNING

De to store journalistiske nyhedsorganisationer DR Nyhederne og TV 2 Nyhederne har valgt at fortælle journalistiske nyhedshistorier *tværmedialt* på deres egen nyhedshjemmeside og på det sociale medie Instagram. Når journalistiske nyhedshistorier publiceres på Instagram, skabes nye situationer, hvor online-brugere modtager nyhederne i et nyt format, hvor journalisten tilpasser sig Instagrams medielogikker. Delingen af de journalistiske nyhedshistorier giver mulighed for, at brugerne kan deltage i debatter. Denne aktivitet på Instagram indebærer, at der i dag foregår en relation mellem afsenderen og modtageren af en journalistisk nyhedshistorie, som på Instagram handler om at fastholde relationen til de brugere på Instagram, der læser de journalistiske nyhedshistorier.

Casebeskrivelse

Søndag d. 6. februar 2022 klokken 06.09 satte 22-årige Mia Skadhauge Stevn sig ind i en bil på Vesterbro i Aalborg, hvorefter hun forsvandt. Mandag d. 7. februar begyndte eftersøgningen af Mia og på de sociale medier opfordrede politiet offentligheden til at dele billeder eller videoer, som kunne hjælpe politiet videre i efterforskningen. Sagen blev dækket af DR Nyhederne og TV 2 Nyhederne på Twitter, Facebook og Instagram.



(Twitter @Njylpoliti)

Flere brugere på sociale medier delte billeder af Mia i håbet om, at man på et tidspunkt ville finde frem til hende. Her blev der blandt andet delt overvågningsbilleder af en sort bil, da politiet eftersøgte bilen for at finde frem til gerningsmændene. Det lykkedes politiet at sigte to mænd i sagen, hvorefter politiet fandt frem til menneskedele af Mia i en skov. Sagen har fyldt meget på sociale medier, skabt forskellige debatter og desuden samlet mennesker landet

over til at deltage i et mindeoptog. Dette speciale vil tage udgangspunkt i de journalistiske nyhedshistorier i sagen om drabet på Mia Stevns Skadhauge, som DR Nyhederne og TV 2 Nyhederne skrev artikler om og delte som et opslag på Instagram, hvilket leder mig til følgende problemformulering:

Problemformulering:

Hvilke frames bruges i den journalistiske nyhedshistorie om drabet på Mia tværmedialt og kollaborativt på Instagram og i artiklerne online hos DR Nyhederne og TV 2 Nyhederne?

For at besvare problemstillingen vil jeg undersøge, hvordan den journalistiske nyhedshistorie udvikler sig, og hvilke dynamikker, der opstår mellem journalisten og brugerne på Instagram.

LITTERATUR SØGNING



4.0 LITTERATURSØGNING

Fremgangsmåde:

I undersøgelsen har jeg valgt at benytte mig af den *traditionelle tilgang* til litteratursøgningsprocessen ved at arbejde med specifikke søgeord og emner. Den *traditionelle tilgang* opsummerer litteraturen som jeg har søgt efter. Litteraturen består af undersøgelser og viden som jeg finder relevant for undersøgelsen (Cronin, Ryan & Coughlan, 2008, s. 4). Dette afsnit indeholder en beskrivelse af de udvalgte forskningsartikler, men også en beskrivelse af, hvordan jeg har fundet frem til litteraturen. Litteraturen bidrager med viden og en række teoretiske begreber, som anvendes gennem specialet: *Netværks-offentligheder, affordances, prosumers, konvergens, gatekeeping, tværmedialitet, framing og journalistiske grænsedragninger*.

Begreberne skal forsøge at afdække en række områder, der er relevante for besvarelsen af problemformuleringen og hjælpe med at afdække, hvor der kan være behov for yderligere forskning (Snyder, 2019, s. 333). Jeg har valgt litteraturen på baggrund af en række kriterier (bilag A1, A2, A3, s. 1). Derudover bidrager reviewet til refleksioner som jeg kan benytte mig af i diskussionen og i analysen, og som danner grundlag for min undersøgelse (Cronin et al., 2008, s. 4). Jeg har identificeret, hvilke databaser, der er relevante at anvende inden for kommunikationsområdet og sørget for, at artiklerne er *peer-reviewed* (Cronin et al., 2008, s. 9; Bryman, 2012, s. 99).

Jeg har gennem litteratursøgningen benyttet søgestrategier som: *Expert, Pearlgrowing* og *Building Block Strategy* (Booth, 2008, 314-115). *The Building Block strategy* ønsker at dele emnerne op og her indsætter jeg 'OR' eller 'AND' mellem søgeordene og blokkene i databaserne for en mere effektiv søgeproces (Schlosser, Wendt, Bhavnani, Nail-Chiwetalu, 2006, s. 570).

(Academic Search Premier)

Searching: **Academic Search Premier** | [Choose Databases](#)

10st

	"social media" or instagram or "new media" or "instagram fun	TX All Text ▾	Search
AND ▾	news or "online journalism" or journalism or mediation	TX All Text ▾	
AND ▾	analysis or framing or content or "visual analysis" or "i	TX All Text ▾	

[Clear](#) [?](#)

[Basic Search](#) [Advanced Search](#) [Search History](#) ▶

+ -

Jeg benytter den traditionelle "*Pearl Growing strategy*" (Schlosser, et al. 2006, s. 571).

Denne strategi handler om at finde en artikel, der er relevant for mit forskningsfelt. Herefter læser jeg referencerne, som er brugt i artiklen. Jeg gennemgår herefter de foreslåede artikler i databasen, hvorefter at jeg sørger for at sortere i litteraturen og benytte den litteratur, som jeg finder relevant at bruge i min undersøgelse (Schlosser, et. al. 2006, s. 571). I undersøgelsen har jeg desuden anvendt

litteratur i opgaven, der er fundet i forbindelse med undervisningsgangene, gennem Google Scholar og benyttet *keywords* fra artiklerne til at lade mig inspirere af flere søgeord. Jeg fandt en række artikler gennem databaserne, men undervejs i specialet fandt jeg relevant litteratur på biblioteket ved at søge efter litteraturen på Aalborg Universitetsbibliotek og på Københavns Bibliotek.

4.1 Litteraturreview:

4.1.1 Netværks-offentligheden på sociale medier

Hvad kendetegner et *socialt medie*? Det fremtrædende ved et socialt medie i dag er hastigheden, interaktionerne og det specifikke sociale medies karakter (Boyd & Ellison, 2007, s. 21; Jensen & Bechmann, 2021, s. 566; Bessarab, Mitchuk, Baranetska, Kodatska, Kvasnytsia, Mykytiv, 2021, s. 19, 20). Boyd og Ellison (2007) kalder de sociale medier for "*sociale netværkssider*", og beskriver de sociale medier som et sted, hvor man har mulighed for at oprette en bruger og derigennem skabe et netværk og interagere med andre brugere på mediet (Boyd & Ellison, 2007, s. 21). På de sociale medier eksisterer en *netværksforbundet offentlig-sfære*. Netværks-offentligheden indebærer mange af de samme funktioner som andre

typer af offentligheder. Som en del af *netværks-offentligheden* på sociale medier er der mulighed for at blive en del af sociale og kulturelle fællesskaber, hvor borgere bliver forbundet med andre borgere, som de ikke nødvendigvis kender (Boyd, 2010, s. 39; Hermida, 2012, s. 311, 312). Tidligere forskning har fokuseret på at undersøge personligheder på sociale medier, men forskningen har rykket sig de seneste år og fokuserer i højere grad i dag på indholdet. Et eksempel på en undersøgelse, som fokuserer på indholdet på de sociale medier, kan være, hvis man dykker ned i indholdet af et Instagramopslag. Det gør jeg i denne undersøgelse, når jeg undersøger *framingen* af den journalistiske nyhedshistorie om drabet på Mia gennem en række Instagramopslag (Jensen & Bechmann, 2021, s. 569). Journalistikken på sociale medier bidrager med blandet nyhedsindhold. På sociale medier er der en række kollaborative karakteristiske træk, hvor de journalistiske nyhedsmedier tilpasser sig og tager brugerne med ind i de journalisters nyhedsrutiner (Hermida, 2012, s. 310). *Ambient journalism* er et begreb, der dækker over journalistiske aktuelle nyhedshistorier, som øjeblikkeligt befinder sig på flere sociale platforme, hvor *netværks-offentligheden* tager del i den journalistiske praksis (Hermida, 2012, s. 311; Oeldorf-Hirsch & Sundar, 2015, s. 240).

Det blandede nyhedsindhold er produceret med tekst, fotos, links, videoer eller andre former for indhold (Hermida, 2012, s. 311). Journalisten må derfor overveje, hvilke nyheder, der bliver lagt op på sociale medier. Det har betydning for journalisten, at brugeren på sociale medier bliver en del af den journalistiske nyhedsrutine ved at engagere sig i de journalistiske nyhedshistorier online. Redaktørerne og journalisters opgave er at finde frem til brugernes interesser af nyhedsemner på tværs af de forskellige sociale medie-platforme (Walters, 2021, s. 15; Aldous, An, & Jansen, 2022, s. 1). Journalisten lægger nyhedshistorier op på sociale medier, der kan levere specifikke nyheder og som selektivt er udvalgt af journalisten (Humayun & Ferrucci, 2022, s. 6). Når brugerne på sociale medier modtager journalistiske nyheder, så vil man ud fra kommentarfeltet kunne få en forståelse af, hvordan brugerne tolker nyhedshistorien (Hermida, 2012, s. 311, 312; Humayun & Ferrucci, 2022, s. 4). Hermida (2012) arbejder med, hvordan man kan forsøge at forstå de journalistiske nyhedshistorier på sociale medier, da det er relevant at forstå, hvordan *netværks-offentligheden* har en indflydelse på nyhedsstrømmen, når *netværks-offentligheden* diskuterer og deler indhold på et socialt medie. *Netværks-offentligheden* har indflydelse på en relation, der opstår mellem brugerne og journalisten. Hermida (2012) konkluderer, at journalisten i dag er en del af

netværks-offentligheden, hvor journalistens rolle er gemt væk, og journalisten er en del af et “os” på de sociale medier (Hermida, 2012, s. 309, 311, 312, 324; Boyd, 2010, s. 41; Hermida, Fletcher, Korell & Logan, 2012, s. 822). Hermida & Mellado (2020) anerkender ud fra deres forskning af journalistikken på de sociale medier, at de sociale medier og den sociale tilstedeværelse på sociale medier ikke er ens, da medielogikker bestemmer, hvordan vi benytter os af de specifikke platforme ud fra den enkelte platforms regler (Hermida & Mellado, 2020 s. 866). I denne undersøgelse fokuserer jeg på det sociale medie Instagram, hvor de kommende afsnit vil forsøge at give et indblik i de *affordances* og medielogikker, der befinder sig på Instagram.

4.1.2 Instagram affordances

Instagram er et af de mest populære sociale medier over hele verden (McCrow-Young, 2021, s. 21). Selvom journalistiske reportager ikke er de mest dominerende på Instagram, så er der alligevel en stigning i brugen af, hvordan journalister organiserer sig på Instagram og benytter sig af de fordele som online community og engagement som det sociale medie tilbyder (Bossio, 2021, s. 2). For at forstå Instagrams medielogikker, er man nødt til også at forstå Instagrams *affordances*. En *affordance* er en funktion, som kan have indflydelse på, hvorvidt et menneske engagerer sig og benytter sig af en funktion på Instagram, eller ikke gør det. *Affordance* kommer af “*to afford*” og handler om, at en bruger har muligheden for at benytte en aktivitet (Eskjær, 2021, s. 164). Et eksempel på en *affordance* kan være kommentarfeltet på Instagram. For at benytte sig af kommentarfeltet, så kræver det, at brugeren har viden, evnen eller lysten til at handle på aktiviteten og skrive i kommentarfeltet (Hutchby, 2001, s. 444, 448). Hutchby (2001) kalder teknologien for et fænomen, der både er skabt og formet af menneskets brug og interaktion, som kendetegner en *affordance*, der giver mulighed for at bruge en funktion og skabe interaktion, samt muligheden for at en *netværks-offentlighed* samles i et rum (Hutchby, 2021, s. 444, 453; Hermida, 2012, s. 311; Hermida et al., 2012, s. 822). *Affordances* på Instagram giver mulighed for, at brugeren kan blive en samarbejdspartner med journalisten, hvis brugeren vælger at kommentere på en journalistisk nyhedshistorie og deler sine holdninger (Oeldorf-Hirsch & Sundar, 2015, s. 240; Vázquez-Herrero et al, 2019, s. 3). Instagrams *affordances* som blandt andet er kommentarfeltet tilbyder brugerne, at de kan udtrykke sine følelser og meninger på skrift. Det kan være følelser og meninger i et kommentarfelt, hvor en journalist dækker en nyhedshistorie i et

opslag som drabet på Mia, hvor kommentarfunktionen på Instagram er en måde, hvorpå brugerne kan forstærke sine meninger og følelser eller sprede information (Boyd, 2010, s. 43; Bossio, 2021, s. 4). I mange år har *affordances* handlet om de muligheder teknologien tilbød brugere på et medie, men da digitaliseringen har ændret sig indebærer teknologien i dag også usynlige *affordances* som *algoritmer* (Eskjær, 2021, s. 164). Algoritmerne har betydning for, hvad brugerne på Instagram ser, når de liker eller kommenterer på et Instagramopslag, så brugerne vil blive eksponeret for den type Instagramopslag som de interagerer mest med (Jensen & Bechmann, 2021, s. 570).

Instagram har styrket virksomheders måder at synliggøre sig selv på (Vázquez-Herrero et. al, 2019, s. 3). Store aviser og nyhedsmedier bygger deres strategier op omkring sociale medier som blandt andet Instagram. Der kommer hele tiden nye *affordances* til Instagram. Det er blandt andet *stories*, *meningsmålinger* og *højdepunkter*, hvor nyhedsmedierne har eksperimentet på forskellige måder, hvor journalisterne benytter sig af platformens *affordances* til at kunne udvikle deres måde at kommunikere med brugeren. Denne udvikling gør, at journalisten kan tilpasse sig Instagrams medielogikker på samme måde som andre brugere, der har en profil på Instagram (Vázquez-Herrero et. al, 2019, s. 3). I 2018 blev der tilføjet nye muligheder på Instagram, hvor en bruger kan stille et spørgsmål i en *story*, hvor andre brugere kan besvare spørgsmålene. *Storyen* befinder sig i toppen på selve profilbilledet. Efter 24 timer forsvinder *storyen*, men det bliver muligt at tilføje til det, der beskrives som *highlights* (*højdepunkter*), så *stories* kan befinde sig permanent på Instagramprofilen under profilbeskrivelsen (Thomas, Charvez, Browne & Minnis, 2020, s. 3; Hermida & Mellado, 2020, s. 878). Journalistikken skifter til en ny fase, hvor nye *affordances* blandt andet kommer til udtryk i funktionerne i en *story* på Instagram. De nye *affordances* i *stories* benyttes af journalister til at tilfredsstille brugernes oplevelse af at få journalistiske nyhedshistorier formidlet på nye måder (Vázquez-Herrero, & López-García, 2019, s. 3). Brugen af *hashtags* er også et retorisk redskab og en *affordance*, som kan oprettes og bruges til at understøtte og samles om en bestemt sag (Hermida & Mellado, 2020, s. 875; Wahl-Jorgensen, 2019, s. 2, 183, 184). *Hashtags* kan fremhæve en specifik stemning hos brugeren, og det er desuden en måde at benytte sig af digitale talehandlinger (Isin & Ruppert, 2015 s. 59). En kvinde i England, Sarah Everard, forsvandt i Storbritannien d. 3. marts 2021 (Albrechtsen, 2021). *Hashtagget* #TextMeWhenYouGetHome samlede en række mennesker,

der satte fokus på kvindedrab og *hashtagget* understøttede sagen på sociale medier. Efter drabet på Mia er *hashtagget* blevet genanvendt af TV 2 i formidlingen af drabet på Mia i et af deres opslag, hvilket vil blive uddybet i analysen.

McCrow-Young (2021) mener, at det er relevant at bruge Instagram til at lave en social undersøgelse af den netværksbaserede visuelle kommunikation (McCrow-Young, 2021, s. 21). På Instagram er billederne første prioritet, så det visuelle må medtænkes, når en journalistisk nyhed bliver fortalt. Brugere skaber mening ud fra opslagens tekst og billede, så når brugere engagerer sig på et opslag på Instagram, så interagerer de også med Instagram som medie, hvilket karakteriserer brugen af Instagram og Instagram som et socialt medie (McCrow-Young, 2021, s. 23). McCrow-Young (2021) beskriver forskningen af Instagram som meget sparsom, men som et interessant forskningsfelt, når det gælder emner som død og sorg, voldelige konflikter eller politisk kommunikation (McCrow-Young, 2021, s. 24). Selv har hun analyseret brugernes besvarelser på Instagram i sit studie omkring Manchester Arena-angrebet, der fandt sted i 2017. Formålet var at forstå brugernes billeder, der blev delt på Instagram, som en reaktion på voldelige handlinger. Formålet var også at bidrage videnskabeligt til at forstå Instagram som et koncept, hvor sorg og hyldest finder sted på platformen efter, at en krise har fundet sted (McCrow-Young, 2021, s. 24).

4.1.3 Mediekonvergens, mediering og tværmedialitet

Gitte Rose (2015) og Kjetil Sandvik (2021) beskriver *mediekonvergens* som en "*sammensmeltning*" af kommunikationsteknologier, informationsteknologier og medieteknologier (Rose, 2015, s. 29; Sandvik, 2021, s. 537). Et socialt medie som har sin egen *mediedivergens*, skal forstås som det specifikke medies kendetegn. Det sociale medie Instagrams kendetegn er blandt andet det kvadratiske format og mediets *affordances*. *Mediekonvergens* og *mediedivergens* er forbundet til *tværmedialitet* (Sandvik, 2021, s. 537). *Tværmedialitet* betyder, at de digitale medier forbindes på tværs, hvor flere medier samarbejder og er til stede samtidig (Sandvik, 2021, s. 521). DR Nyhederne og TV 2 Nyhederne benytter sig af denne *tværmedialitet*, da de har valgt at bringe deres journalistiske nyhedshistorie på flere af deres sociale medier og på deres egen hjemmeside samtidig. Selvom vi stadig ser nyhederne på vores fjernsyn, så skal medieringen af nyhedshistorien ikke opfattes som erstattet af Instagram eller andre sociale medier, men derimod er de

journalistiske nyhedshistorier blevet *tværmediale*. På Instagram befinder sig en deltagende kultur, hvor skellet mellem afsenderen og modtageren ikke længere er med lang afstand fra hinanden (Rose, 2015, s. 29). Journalistiske nyhedshistorier skal forstås som et kulturelt produkt, hvor *mediekonvergensen* tilbyder nye måder at fortælle de journalistiske nyhedshistorier (Meikle & Redden, 2011, s. 7). Når man som nyhedsproducent benytter sig af *tværmedial* kommunikation, så befinder man sig på flere medier. Når journalisten dækker nyhedshistorier på flere medier, så kræves det, at journalisten kender til det enkelte medies teknologier og har en idé som journalist omkring, hvordan den journalistiske nyhedshistorie kan kommunikeres på tværs af medierne (Sandvik, 2021, s. 523; Sandvik, 2018, s. 14). Et forsøg på at få brugerne til at læse de journalistiske nyheder flere steder, end på Instagram, kan være ved at journalisten forsøger at navigere brugeren gennem *navigational tværmedialitet*, som handler om, at journalisten i et Instagramopslag opfordrer brugeren til at læse mere ved at klikke på et link til nyhedsartiklen på nyhedernes hjemmeside (Sandvik, 2021, s. 528; Sandvik, 2018, s. 20, 56).

Chouliaraki (2013) oversætter *konvergens*-begrebet inden for journalistikken til, at borgere kan benytte deres stemme omkring en sag gennem *talehandlingerne* online (Chouliaraki, 2013, s. 268). Denne form for *konvergens journalistik* forstærker autoriteten og rettighederne for ytring hos borgerne, når borgerne i *netværks-offentlighed* får mulighed for at bruge deres stemme (Chouliaraki, 2013, s. 269). *Talehandlinger* er de kommunikationshandlinger, som har en bestemt betydning for et samfund, hvilket kan komme til udtryk på f.eks. Instagram, hvor *netværks-offentligheden* befinder sig. Det er her *medieringen* spiller en rolle. *Mediering* skal forstås som en kommunikation gennem et medie, hvor "*budskabet og relationen mellem afsender og modtager kan blive påvirket af mediets mellemkomst*" (Hjarvard, 2009, s. 14). Hvis man vil forstå, hvordan *talehandling* kommer til udtryk gennem Instagram, som er *digitale talehandlinger*, så kan man benytte Chouliarakis (2013) forståelse af flere grader af *mediering*. Graderne af *mediering* er: *re-inter-* og *trans-mediering* (Chouliaraki, 2013, s. 272). De tre grader af medieret formidling får en betydning for modtagelsen af indholdet gennem mediet. Hvis man vil forstå *mediering*, så kræver det, at man undersøger teknologien, sproget og billederne på Instagram. Det kan desuden være relevant at forstå mediets *multimodalitet* for at forsøge at skabe en forståelse af, hvordan et produkt kan bidrage til at repræsentere modtagerens virkelighed, og hvordan de journalistiske nyhedsopslag har en

påvirkning eller en effekt hos modtageren i kommentarfeltet (Chouliaraki, 2006, s. 154, 159, 160).

En journalistisk nyhedshistorie gennem et Instagramopslag er en *inter-medieret* journalistisk nyhedshistorie. *Re-mediering* ifølge Rose (2015) er når et medie tager en repræsentationsform, tilpasser elementer og låner det til sit eget medie (Rose, 2015, s. 29, 35). Chouliaraki (2013) ser *re-mediering* som et sted, hvor *talehandlinger* struktureres i nyhedsbilledet i forbindelse med hvem, der vælger at gengive begivenheden i nyhederne, hvilket minder meget om den beskrivelse Rose (2015) også har givet udtryk for (Rose, 2015, s. 35; Chouliaraki, 2013, s. 272). *Inter-mediering* er når gengivelsen af nyhedshistorien finder sted gennem internettet. Det kan være når en nyhed, som startede med at blive vist på tv'et *inter-medieres* til de journalistiske nyhedsartikler online, hvor journalisten udover dette også *inter-medierer* nyhedshistorien i et nyt format på Instagram. Dette er blandt andet kendetegnet ved *tværmedialitet*, når journalistiske nyhedshistorier samarbejder og finder sted samtidig på flere medier (Sandvik, 2021, s. 521; Chouliaraki, 2013, s. 272). Et opslag på Instagram kan udvikle sig til en *trans-mediering*, som er et bevis på handlinger, hvor borgernes talehandlinger online finder sted i fysisk form. Denne form for aktivisme beskriver Lisbeth Klastруп (2016) som *affektive alliancer*, hvilket beskrives som en social bevægelse, der bliver til ud fra en reaktion af en oprivende nyhedshistorie i massemedierne. *Affektive alliancer* kan komme til udtryk online gennem *hashtags* eller delinger af billeder over en kort og intens periode (Klastруп, 2016, s. 100, 101). *Trans-mediering* kommer netop til udtryk når *affektive alliancer* finder sted fysisk ud fra en reaktion online. Hvis et emne debatteres online og befolkningen vælger at handle på det ved at planlægge en protest online, som føres ud i virkeligheden, hvor netværks-offentligheden mødes fysisk, så er der tale om en *trans-mediering* (Chouliaraki, 2013, s. 272; Klastруп, 2016, s. 100, 101; Uldam & Hänska-Ahy, 2021, s. 592). De sociale medier som Instagram beskæftiger sig med borgere, der i nogle tilfælde føler, at de får et tilhørsforhold, når de får muligheden for at udtrykke sig aktivistisk gennem en *netværks-offentlighed*, hvilket giver brugerne mulighed for at fremstå synlige gennem brugernes *talehandlinger* online (Uldam & Hänska-Ahy, 2021, s. 592). *Talehandlinger* er ikke kun noget, som vi siger, men det er også noget vi gør performativt. Isin & Ruppert (2015) beskriver internettet som et nyt sted, hvor talehandlinger "*speech acts*" og "*digital acts*" finder sted. De *digitale talehandlinger* fremhæver, hvordan der er sket store

forandringer omkring “*how we do things with words*” (Isin & Ruppert, 2015 s. 53). Det er vigtigt, at vi ikke kun er opmærksomme på, hvordan vi kan gøre ting med ord, men også er opmærksomme på at forstå, hvordan de kropslige handlinger på Instagram kommer til udtryk ud fra disse *talehandlinger* (Isin & Ruppert, 2015 s. 59, 66).

4.1.4 Den følelsesmæssige journalistiske praksis

Hermida & Mellado (2020) har undersøgt, hvordan der befinder sig en række journalistiske normer og praksisser på Instagram. Her tilpasser journalistikken sig normen for journalistisk praksis ved at levere øjeblikkelige og aktuelle nyheder (Hermida & Mellado, 2020, s. 873). Journalistikken på Instagram benytter også retoriske strategier ved at tilpasse sig brugerens forventninger af dækningen af nyhedsbegivenheder. Her må journalisten planlægge at inddrage flere følelsesladede ord som *patos* i teksten, når journalisten dækker en nyhed, der skal vække brugerens interesse. Denne retoriske tilpasning kan også foregå ved, at journalisten benytter sig af et *hashtag*, som tidligere er beskrevet (Hermida & Mellado, 2020, s. 875). Forskning tyder på, at journalistikken er blevet mere beskrivende, og at følelsesmæssige ord og beskrivelser spiller en stor rolle i de journalistiske nyhedshistorier i dag (Strömbäck & Karlsson, 2011, s. 646).

Overskriften på de journalistiske nyheder kan have indflydelse på modtagerens lyst til at læse mere, da følelsesmæssige ord kan fange modtagerens interesse (Kuiken et al., 2017, s. 1303). Journalisterne benytter følelser til at gøre historier levende (Wahl-Jorgensen, 2013, s. 142). På internettet er der stor konkurrence på de forskellige nyhedskanaler, fordi det handler om at få modtagerens opmærksomhed (Kuiken et al., 2017, s. 1303). Korte ord, sætninger uden spørgsmål, citater, inddragelse af signalord og pronominer samt sentimentale ord er dét, der kendetegner en effektiv overskrift (Kuiken et al., 2017, s. 1303).

Når journalisterne benytter sig af personlige historiefortællinger, så giver det mulighed for, at modtageren kan identificere disse følelser og sætte sig i andres situation (Wahl-Jorgensen, 2013, s. 132). Men hvordan spiller følelserne en rolle gennem de journalistiske nyheder? Dette kommer jeg ind på i analysen, da specifikke følelsesmæssige udtryk som “*utryghed*” og “*frygt*” er følelser, der går igen i de journalistiske nyhedshistorier om drabet på Mia. Der er her tale om *medierede* følelser, der opstår, når en bruger læser de journalistiske

fortællinger online (Wahl-Jorgensen, 2019, s. 177). Når den følelsesmæssige journalistiske praksis foregår på et socialt medie som Instagram, hvor brugeren kommenterer på den journalistiske nyhedshistorie, så vil brugerne ikke kun modtage følelserne, men også give dem tilbage i kommentarfeltet, hvilket kan være følelser af aggressiv karakter (Orgeret, 2020, s. 294). Det følelsesmæssige sprog bruges som en ressource til at skabe brugerengagement. *Instagrams affordances* bidrager desuden til, at journalistens følelsesmæssige sprog kommer til udtryk på flere måder, da det følelsesmæssige sprog også kan komme til udtryk fra brugerne i kommentarfelterne, ved brug af *hashtags* eller gennem *stories* på Instagram (Pantti & Wahl-Jorgensen, 2021, s. 1570). Forskningsstudier viser, at modtageren af journalistiske nyhedshistorier online er lettere påvirkelige til at engagere sig følelsesmæssigt på nyhedshistorier, hvis nyhedshistorierne er relationerbare blandt andet fordi, mennesker forstår verden følelsesmæssigt (Orgeret, 2020, s. 296; Wahl-Jorgensen, 2019, s. 175). Wahl-Jorgensen (2019) beskriver, hvordan Mervi Pantti (2010) var en af de første til at have et kritisk blik på de følelsesmæssige journalistiske nyheder. Hun interviewede i sin undersøgelse journalister, der anerkendte, at de følelsesmæssige udtryk kunne bruges til at lette publikums forståelse (Wahl-Jorgensen, 2019, s. 180).

Mennesker bruger følelser til at dømme og følelserne forbindes til et sæt af temaer, der påvirker måden folk engagerer sig på Instagram, når brugene modtager informationer, der rammer følelsesmæssigt. En analyse af brugerens følelser er blevet integreret til studier, der ønsker at se på effekten af følelsers indflydelse på brugerengagementet. Det kan undersøges ved at vurdere nyheden hos brugerne ud fra stemningen i kommentarfeltet (Aldous et al. 2022, s. 14). Følelser har en stor indflydelse på den måde nyheder i dag bliver produceret og har en central betydning for, hvordan nyheder bliver forstået ved brug af det følelsesmæssige sprog (Kotisova, 2019, s. 2). Karin Wahl-Jorgensen (2019) har gennem undersøgelser af blandt andet katastrofe rapportering, brugergeneret indhold og *hashtag* aktivisme fundet ud af, at personlige og følelsesmæssige historier bliver værdsat af nyhedslæseren. Det er netop på grund af, at de følelsesmæssige historier kan bidrage til, at publikum får et større verdenssyn og kan dyrke deres medfølelse gennem medierne (Wahl-Jorgensen, 2019, s. 2, 183, 184). Når følelserne aktiveres, så henviser det til, at den enkelte nyhedslæser behandler informationen konsekvent og det påvirker, hvad den enkelte er opmærksom på, hvilken information der fokuseres på og huskes, samt hvordan reaktionen er på nyheden (Wahl-

Jorgensen, 2019, s. 2). Wahl-Jorgensen (2019) beskriver selv, at den bedste journalistik trækker på følelsesmæssige ord. De gode journalistiske historier indebærer, at journalisten bruger dramatiske personlige historier, hvor journalisten beretter om historierne uden at tale om sin egne følelser, men benytter kildernes følelser eller beretninger om historien (Wahl-Jorgensen, 2019, s. 12; Hermida, et. al., 2012, s. 816). Det følelsesmæssige sprog kan komme til udtryk ud fra blandt andet interviews, skriftlige eller mundtlige fortællinger eller følelsesladede billeder (Kotisova, 2019, s. 8). Den følelsesmæssige appelform *patos* kan have betydning for den opmærksomhed modtageren tillægger den journalistiske nyhedshistorie. Desuden er følelser en central måde for de journalistiske nyhedsmedier at afdække nyheder, hvilket har en effektiv virkning på engagementet (Bachleda & Soroka, 2021, s. 125).

4.1.5 Prosumers, gatekeeping og dagsordensteori

Politisk journalistik er et begreb, der skal forstås som den kommunikation, som forbinder politikere, journalister og modtageren af de journalistiske nyheder (Blach-Ørsten, 2021, s. 204). *Dagsordensteori* handler om *dagsordensfastsættelse* og indebærer inddragelse af *nyhedsmediernes dagsorden*, som i denne undersøgelse er de journalistiske nyhedshistorier hos DR Nyhederne og TV 2 Nyhederne. De journalistiske nyhedsmedier sætter fokus på et bestemt emne, der handler om, hvilke nyheder, der skal på dagsordenen på blandt andet Instagram. Den *offentlige dagsorden* handler om emner som offentligheden interesserer sig for. I denne undersøgelse er det *netværks-offentligheden*, der særligt er i fokus. Her kommer *netværks-offentlighedens* interesse for emner til udtryk gennem meningsmålinger eller i kommentarfelterne på Instagram. Og så er der *politikernes dagsorden*, som er emner, der sættes på dagsordenen hos forskellige politiske partier, som debatteres i Folketinget. Ofte er nyhedsmedierne interesseret i, hvad der er relevant for *den offentlige dagsorden*. Den *politiske dagsorden* er afhængig af, hvilke problemstillinger som *medie-dagsordenen* har interesse i at formidle om. *Medie-dagsordenen (journalisterne)* fokuserer på, hvordan et emne falder i offentlighedens og *netværks-offentlighedens* interesse ved at opveje problemstillinger og fremhæve dem ud fra et aktuelt emne. Det handler om kampen om opmærksomhed. Der er ofte tale om et emne, der sætter fokus på et problem i samfundet, hvilket de journalistiske nyhedsmedier vælger at *dagsordenfastsætte*. Jo mere fremtrædende et emne er, jo mere fylder emnet i samfundet og bliver diskuteret blandt offentligheden (Blach-Ørsten, 2021, s. 208; Dearing & Rogers, 1996, s. 8). *Emner* kan i følge Dearing og

Rogers (1996) beskrives som et socialt problem i samfundet, der skaber opmærksomhed ud fra dets konflikt (Blach-Ørsten, 2021, s. 208). Nyhedsværdien er derfor væsentlig for nyhedsmedierne, hvor journalisten anvender strategier (*framing*), der skal bringe et bestemt fokus på nyheden, som modtageren måske ikke selv har overvejet. *Framing-begrebet* er tæt forbundet til dagsordensteorien. Når det valgte emne er sat på *medie-dagsorden*, så sætter journalisterne fokus på, hvordan emnet kan være fremtrædende (*frames*) på en bestemt måde. *Framingen* kommer til udtryk og har sin effekt, når journalisten formår at fortælle en journalistisk nyhedshistorie, som fremhæves og får modtageren til at fokusere på emnet eller problemet ud fra emnets fremtræden *salience* (Blach-Ørsten, 2021, s. 2010; Entman, 2015, s. 117). Jeg vil uddybe *framing-begrebet* i metodeafsnittet, da begrebet anvendes som en del af min analysemetode.

Begrebet *gatekeeping* skal forstås som et forløb, hvor begivenheder skal gennem flere processer i skabelsen af en nyhedshistorie (Kristensen, 2021, s. 226). *Gatekeeping* handler om selektion i produktionen af en journalistisk nyhedshistorie, hvor der skrives journalistiske nyhedshistorier ud fra selektion, planlægning, gentagende information, indsamling og sortering af en nyhedshistorie (Walters, 2021, s. 3). Digitaliseringen har ændret præmisserne for *gatekeeping*. Selvom journalisterne fortsat udvælger og selekterer nyheder, så ændrer det ikke på, at der er medielogikker på Instagram, hvor brugernes kommentarer får betydning for den journalistiske *gatekeeping proces*, og de beslutninger som journalisten foretager (Kristensen, 2021, s. 232). Hermida (2012) kalder den journalistiske *gatekeeping proces* for svækket, da borgerne i højere grad i dag har mere tillid til nyhedshistorier, som de får delt af deres omgangskreds gennem links, frem for når en journalist deler nyhedshistorierne (Hermida, 2012, s. 318). *Gatekeeping* er blevet en væsentlig del af nyhedsbilledet og har betydning for de kulturelle forhold i samfundet. *Gatekeeping* skal forstås som en social konstruktion da *gatekeeping* læner sig op ad *dagsordensfastsættelsen* (Kristensen, 2021, s. 230). I takt med journalisternes brug af de sociale medier, vil jeg benytte mig af begrebet *gatekeeping*, der defineres som en institution, der har indflydelse på, hvilken information publikum vil få ud fra tre kategorier: *Nyhedsinstitutionen, informationskilder og en tredje kanal af publikum* (Walters, 2021, s. 3). Den tredje kanal gør nyhedsinstitutionens praksis kompliceret, da den tredje kanal skal forstås som f.eks. Instagram, der har indflydelse på, hvordan journalister skaber og distribuerer nyhedsindhold (Walters, 2021, s. 3). Tandoc &

Vos (2015) peger på, at publikum er blevet en vigtig del for online journalistik, og at redaktørerne særligt lægger sine kræfter i at bemærke blandt andet kommentarfeltene og de populære emner på sociale medier. Den journalistiske *gatekeeping* bliver udfordret af nye og mere komplicerede nyhedsdistributionsprocesser. Det betyder også, at journalisterne i høj grad er mere bevidste om deres publikum og publikums interesser (Tandoc & Vos, 2015, s. 961). Tandoc & Vos (2015) mener, at fremtidige undersøgelser bør fokusere på de journalistiske forhandlinger mellem normer for journalistik f.eks. objektivitetsnormer og de journalistiske forhandlinger med teknologien. Det kan være undersøgelser, der viser, hvordan den stigende indflydelse som publikum har på Instagram påvirker de journalistiske nyhedshistorier (Tandoc & Vos, 2015, s. 963).

Begrebet *gatekeeping* skal forsøge at skabe en forståelse af, hvordan brugernes handlinger på Instagram anvendes som et supplement til journalisters *gatekeeping-beslutninger* (Walters, 2021, s. 4). *Gatekeeping* er blandt andet journalistens benyttelse af *affordances* som *hashtags* på Instagram. Det kan hjælpe brugeren med at søge efter noget bestemt på de sociale medier og finde nødvendige informationer relateret til *hashtagget* (Potnis & Tahamtan, 2021, s. 1235; Hermida, 2016, s. 85). *Hashtags* kan også skabes i samarbejde med andre brugere, hvor resultater viser sig på baggrund af brugernes fælles interesser. Når brugerne mødes online, så kan de skabe et online fællesskab og skabe viden sammen med andre mennesker, som de ikke kender, hvilket kan styrke brugernes fællesskab (Potnis & Tahamtan, 2021, s. 1238,1239). *Hashtagget* har fået en afgørende rolle inden for sociale og politiske bevægelser og for at skabe en offentlig opmærksomhed på et bestemt emne, det kan f.eks. være kvindedrab (Potnis & Tahamtan, 2021, s. 1239; Hermida, 2016, s. 5). Der har været et stort fokus på journalistens rolle og det producerede indhold, og et mindre fokus på publikums forventning til journalistens rolle. Banjac & Hanuschs (2022) videnskabelige undersøgelse tager udgangspunkt i, hvor grænsen går for journalistikken, når der produceres journalistisk indhold på sociale medier. Her svarer flere af deltagerne i undersøgelsen, at blot fordi der produceres journalistisk indhold på sociale medier, så betyder det ikke, at producenterne anses som journalister (Banjac & Hanusch, 2022, s. 707).

Prosumption er et begreb, der er udtryk for, at forbrugere af indhold på internettet ikke kun er forbrugere, men også producenter af det (O'Neill, Pérez, & Zeller, 2013, s. 161; Ritzer, Dean,

& Jurgenson, 2012, s. 379). I dag er der ikke længere tale om envejskommunikation på Instagram, da deltagelsen på Instagram giver mulighed for, at brugerne kan interagere med hinanden. José van Dijk (2013) mener, at brugerne gennem sociale medier er forbundet til en kultur, hvor brugerne lokkes med muligheder, der får brugerne til at interagere og lægge indhold ud på sociale medier. Indholdet benyttes af andre som f.eks. de journalistiske nyhedsmedier, der kan finde på at *inter-mediare brugergeneret indhold* (Jensen & Bechmann, 2021, s. 569, 570; Uldam & Hänska-Ahy, 2021, s. 589). *Brugergeneret indhold* benyttes aktivt hos de journalistiske nyhedsmedier. De sociale medieplatforme er blevet et vigtigt værktøj hos politiet til at indsamle informationer om en sag, hvilket var tilfældet, da politiet eftersøgte Mia. Her bad politiet borgerne om hjælp gennem journalisternes dækning af nyheden tværmedialt. Politiet stod frem i artiklerne og efterspurgte borgerne om spor i sagen. Her brugte politiet blandt andet Mias eget profilbillede fra hendes profil på de sociale medier i eftersøgningen, hvilket jeg anser som *brugergeneret* (Uldam & Hänska-Ahy, 2021, s. 589). En *prosumer* beskrives som en, der deler sin viden og sine erfaringer med journalisterne (Bartosik-Purgat & Bednarz, 2020, s. 455). Undersøgelser af deltagende journalistisk viser, hvordan *gatekeeping* og *dagsordensfastsættelse* kræver nye praktiske tilgange, da brugerne kan have indflydelse som *prosumere*, når de deltager i onlinediskussioner og deler deres meninger (O'Neill et al., 2013, s. 163, 164). Axel Bruns (2011) beskriver, hvordan brugerne er i direkte konkurrence med de 'professionelle' journalister, når nyheder produceres gennem medierne. *Netværks-offentligheden* har indtaget en ny rolle som *prosumer* og dermed medproducent (Bruns, 2011, s.132).

4.1.6 Journalistiske grænsedragninger

Perreault & Ferrucci (2020) har undersøgt, hvordan journalister selv konceptualiserer deres egen praksis og rolle i det digitale miljø. Her nævnes flere gange, at grænsen fra almindelig journalistik og digital journalistik særligt baserer sig på teknologi, hvor information formidles hurtigt ud til borgerne (Perreault & Ferrucci, 2020, s. 1300, 1305). Teknologien beskrives som iboende i den digitale journalistik og journalisterne føler sig nødsaget til at tilpasse sig Instagram som et sted, hvor storytelling har betydning for engagementet (Byrd & Denney, 2018, s. 47). Publikums indflydelse bliver en del af nyhedsproduktionen og dermed også et forhold mellem journalisten og publikum, der skabes ved, at journalisterne forsøger at holde læserne engageret i deres nyhedshistorier ved aktivt at få dem til at være en del af

nyhedsindholdet (Lewis, Holton & Coddington, 2014, s. 231). Ifølge Walters (2021) beskriver journalister i et interview, at de føler, at autoriteten er faldende, og at journalisterne oplever et skift i magtbalancen, fordi journalisterne føler sig fanget af de sociale medieplatforme (Walters, 2021, s. 13). Journalistiske udfordringer er ofte udfordringer, der handler om grænsedragninger inden for journalistikken (Carlson, 2015, s. 2).

Nyhedsdistributionen og forbruget er blevet betydningsfuldt for nyhedsspredningen og adgangen til nyheder. En del undersøgelser viser, at internettet har skabt nye måder at rapportere information videre ind i de journalistiske redaktionslokaler (Fenton & Witschge, 2011, s. 148). Men det er som nævnt ikke uden udfordringer, for det kan vække spørgsmål omkring, hvad der er passende journalistisk adfærd, og hvem der egentlig reelt er journalist (Carlson, 2015, s. 2). De sociale medier kan påvirke de professionelle normer som f.eks. gennemsigtigheden hos en journalist (Hedman & Djerf-Pierre, 2013, s. 370). Normer for objektivitet og borgerlige vidner til begivenheder er en del af det, der skal tages højde for (Carlson, 2015, s. 3). Walters (2021) interview med en række journalister tyder dog på ifølge journalisternes udtalelser, at journalisterne fortsat forsøger at tilpasse sig på sociale medier, men at bevare standarden for objektivitet (Walters, 2021, s. 14). Det kræver en overvejelse fra journalisterne omkring hvilke nyheder, der bringes på de sociale medier, for det betyder noget, hvordan man forbinder et netværk, og at journalisten har hurtig adgang til folk, når journalisten skal rapportere begivenheder (Hermida, 2012, s. 313, 325). En nyere tilgang inden for journalistisk praksis er den *konstruktive journalistiske praksis*, der handler om, hvordan journalisten forsøger at anvende borgernes mening og perspektiver i et forsøg på at gøre nyhederne mangfoldige (Hermans & Gyldensted, 2019, s. 536). Hermans & Gyldensted (2019) beskriver, hvordan den *konstruktive journalistik* bidrager til at styrke båndet mellem journalisten og borgeren. Det handler om at skabe sammenhold og dialog mellem borgeren og journalisten (Hermans & Gyldensted, 2019, s. 537). Formålet er at formidle nyhedshistorier som journalisten mener er væsentlige for borgeren. Journalisten får en opgave om at udvælge kilder, vinkler og problemstillinger, hvor de *konstruktive* elementer indgår, og hvor borgeren føler sig inddraget (Hermans & Gyldensted, 2019, s. 540). Borgerne anses for mere kritiske i dag overfor journalistiske nyhedshistorier, og derfor er det for journalisterne relevant at overveje publikums perspektiver i arbejdet med de journalistiske grænsedragninger. Det er blevet lettere at få adgang til nyheder, men også journalisterne og medievirksomhederne har fået lettere adgang til at undersøge, hvilke nyheder som folk finder

interessante. Feedback og information er blevet en større del af nyhedsproduktionen og journalisterne ser ind i en fremtid, hvor brugerne får større indflydelse på produktionen af nyheder (Strömbäck & Karlsson, 2011, s. 645). Ifølge Coen & Bull (2021) bør journalister anerkende deres subjektive rolle i nyhedsformidlingen, så det ikke bliver en rolle, der er helt i det skjulte (Coen & Bull, 2021, s. 310, s. 311).

4.1.7 Undersøgelsens bidrag

Som nogle af forskningsartiklerne fremhæver, så er det relevant at få en forståelse af modtagelsen af de journalistiske nyheder på Instagram, hvilket man kan forsøge at gøre ved en kvalitativ indholdsanalyse. Hermida & Mellado (2020) mener, at der er plads til videnskabelige kvalitative undersøgelser, der dykker ned i de dimensioner, som omhandler, hvordan journalistiske nyhedshistorier kommer til udtryk på specifikke sociale medier. Her kan man kan analysere områder inden for journalistikken som f.eks. *framingen* af nyhedshistorier og hvordan begivenheder og problemstillinger præsenteres (Hermida & Mellado, 2020, s. 881). Dette vil jeg besvare med udgangspunkt i min egen problemformulering.

METODE



5.0 METODE

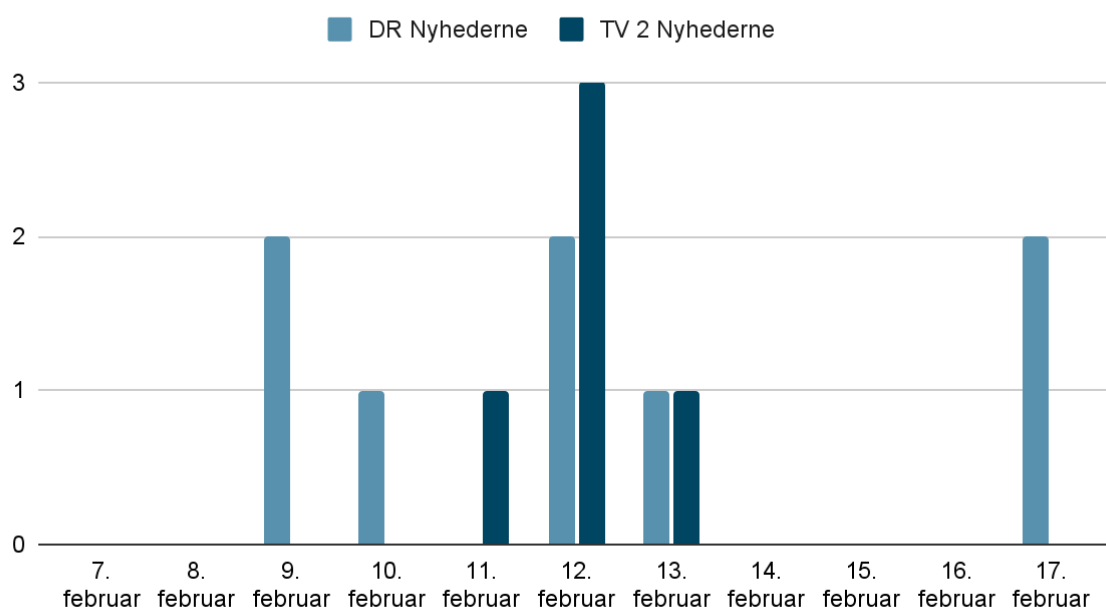
5.1 Dataindsamling

5.1.1 Purposive sampling

Jeg har valgt at fokusere på den journalistiske nyhedshistorie om drabet på Mia Skadhauge Stevn, fordi historien skabte debat og engagement på Instagram. Det er en nyhed, som nyhedsmedierne har anvendt i både opslag på Instagram og i *Instagramstories*, hvilket giver mig mulighed for at dykke yderligere ned i forholdet mellem brugerne på Instagram og journalisten af nyhedshistorien. Jeg har i dette speciale valgt den *formålsbestemte (Purposive sampling)* som udvælgelsesmetode (Bryman, 2012, s. 418). Den *formålsbestemte sampling* søger ikke at udvælge analyseenheder randomiseret, men søger at udvælge analyseenheder ud fra specifikke kriterier (Bryman, 2012, s. 418). Jeg *sampler* derfor ikke på et tilfældigt grundlag, men tager udgangspunkt i en specifik case og arbejder ud fra den (Bryman, 2012, s. 418).

De journalistiske nyhedshistorier på Instagram skiller sig ud fra de andre sociale medier som Facebook og Twitter. Her handler det ikke blot om funktionerne, men hvordan DR Nyhederne og TV 2 Nyhederne specifikt udvælger journalistiske nyhedshistorier, der skal på Instagram, hvor billedet er i fokus. For at besvare problemstillingen er jeg nødt til at indsamle alle Instagramopslag og *stories* hos DR Nyhederne og TV 2 Nyhederne, der handler om drabet på Mia. D. 12. februar og 13. februar blev der lagt flest opslag ud på Instagram hos både TV 2 Nyhederne og DR Nyhederne. De resterende dage har DR Nyhederne og TV2 Nyhederne ikke lagt noget ud de samme dage. TV2 Nyhederne lagde opslag ud om sagen d. 11., 12., og 13. februar og DR Nyhederne lagde opslag ud d. 9., 10., 12., 13, og 17. februar. d. 12. februar og 17. februar blev der lagt *stories* ud på Instagram. Jeg gennemgår alle Instagramopslag og *stories*, men jeg benytter udvalgte opslag og *stories* til at besvare problemformuleringen i analysen. Jeg vælger desuden at gennemgå alle kommentarer til opslagene og fremhæver dele af kommentarer i analysen. I Instagramopslagene linkes til artiklerne på DR Nyhederne og TV 2 Nyhedernes hjemmeside, som jeg også gennemgår. Jeg fremhæver de udvalgte artikler i analysen (Bryman, 2012, s. 419; Bryman, 2012, s. 70).

Antal opslag på Instagram



5.1.2 Casestudiet som undersøgelsesmetode

Jeg vil i dette afsnit argumentere for brugen af casestudiet i denne undersøgelse. Jeg valgt at benytte mig af det som Bent Flyvbjerg kalder for en *kritisk case* (Flyvbjerg, 2020, s. 636). *Den kritiske case* handler om at undersøge et fænomen eller besvare et spørgsmål, hvor jeg antager, at hvis undersøgelsen gælder for denne case, så gælder den også for andre lignende cases. Jeg ønsker dermed at generalisere den viden, som jeg når frem til ved at undersøge, hvilke *frames*, der kommer til udtryk i de journalistiske nyhedshistorier i sagen om drabet på Mia *tværmedialt*. Desuden vil jeg forsøge at forstå de dynamikker, der opstår *kollaborativt* mellem brugerne og journalisten på Instagram. *Den kritiske case* er interesseret i at undersøge et specifikt fænomen strategisk og detaljeret ud fra et forskningsspørgsmål (Flyvbjerg, 2020, s. 636). *Frames* i en nyhedshistorie er karakteristisk i journalistiske nyhedshistorier og er en analysemetode, der kan forsøge at skabe en forståelse af, hvordan udvalgte ord fremhæver dele af en bestemt mening i en tekst. Da jeg skulle udvælge den journalistiske nyhedshistorie om drabet på Mia, så var det fordi, at jeg kunne se en case, der var "*mest sandsynlig*", når jeg

skulle afdække, hvorvidt denne *kritiske* case kunne generaliseres til lignende cases (Flyvbjerg, 2020, s. 636).

Teorien står ikke alene i et *kritisk* casestudie, men inddrager menneskelige fænomener, der bør undersøges og anvendes. De menneskelige fænomener vil jeg forsøge at undersøge ud fra *rammen* i den journalistiske nyhedshistorie og undersøge hvilke *frames*, som kommer til udtryk ud fra den menneskelige forståelse af verden. Her dykker jeg ned i *netværks-offentlighedens* forestillingsunivers og forsøger at forstå blandt andet *frames i teksten* og *frames i kulturen* i kommentarfeltet på Instagram. Caseviden skal forstås som viden, der har værdi i undersøgelser, som omhandler samspillet mellem mennesker og samfundet (Flyvbjerg, 2020, s. 628). Spørgsmålet fra andre forskere som Bryman (2012) er blot, hvorvidt et enkelt casestudie er gyldigt? Bryman (2012) mener, at det kan være svært at skelne mellem et casestudie og et bestemt forskningsdesign, da nærmest enhver form for forskningsdesign kan konstrueres som et casestudie. Casestudiet skal ifølge Bryman (2012) ses som et bidrag, hvor forskeren er fokuseret og optaget af nogle bestemte træk, der på sin unikke måde kan komme til udtryk (Bryman, 2012, s. 69). Bryman (2012) mener ikke, at man ved et casestudie kan være repræsentativ, og at man ud fra en enkelt case kan generalisere og opfylde kravet om validitet (Bryman, 2012, s. 389, 390, 69, 419). Men dette mener Flyvbjerg (2020) er en misforståelse. Et casestudie bør ikke lade sig begrænse af denne forståelse, for det kommer an på, hvilken case, der er tale om, og hvordan casen er udvalgt. Derfor kan man godt generalisere på grundlaget af den enkelte case, hvis man supplerer med andre metoder (Flyvbjerg, 2020, s. 628, 629, 632,). Den viden som jeg kommer frem til ud fra det *kritiske* casestudie er viden, som kan bruges til at forstå de *frames*, der kommer til udtryk i den journalistiske nyhedshistorie *tværmedialt*. Den *kritiske case* kan give en værdifuld viden om, hvordan casen udvikler sig, samt hvilke dynamikker, som opstår mellem journalisten og brugerne på Instagram. Selvom Bryman (2012) mener, at en enkelt case ikke er repræsentativ, bør man stadig fokusere på at bruge den menneskelige erfaring og viden fra et casestudie til at forstå et fænomen (Flyvbjerg, 1991, s. 147).

Her har jeg valgt at arbejde med en kvalitativ indholdsanalyse og benytte mig af analysemetoder, der fokuserer på forståelsen af *nyhedsframingen*. Dette casestudie bidrager med menneskelig erfaring, når det handler om at forstå, hvordan brugerne på Instagram afkoder billeder og tekster i modtagelsen af nyhedshistorien i kommentarfeltet, hvor brugerne udveksler kommentarer og holdninger til den journalistiske nyhedshistorie (Flyvbjerg, 2020,

s. 625). Det betyder ikke, at regelbaseret teoretisk viden om mennesket skal ignoreres, men der er behov for, at man supplerer med det enkelte menneskes egne erfaringer (Flyvbjerg, 2020, s. 626). En anden forsker, der også arbejder med casestudiet er Robert Yin (2014), der mener, at casestudiet bør udføres som et eksperiment (Yin, 2014, s. 14). Yin (2014) opstiller casestudiet ved en interesse af data som bevismateriale, nærmere end den menneskelige erfaring, da data er relevant for casestudiet. Yin (2014) mener, at casestudiet kan sammentænkes som et eksperiment, som involverer data som beviser, og at det er godt for casestudiet at kunne forudsige resultater på forhånd (Yin, 2014, s. 17). Her mener, Flyvbjerg (2020) at valget af metode bør afhænge af det undersøgte problem (Flyvbjerg, 2020, s. 630). Man kan sagtens foretage et *kritisk casestudie* og stadig bruge det som et bevis ud fra denne gældende case. Jeg vil forsøge at give en detaljeret viden ud fra en intensiv og analytisk undersøgelse, hvor jeg konsekvent dykker ned i billederne og sproget. Derfor kan jeg godt være enig i Yins (2014) pointer, der handler om, at casestudiet kan bruges til at undersøge en case detaljeret for at forstå en kontekst af den virkelige verden, fordi man i et casestudie særligt er interesseret i spørgsmålene, *hvordan* og *hvorfor* (Yin, 2024, s. 9). Mit casestudie bidrager med identificering og generalisering og bliver "*det gode eksempel*" på en undersøgelse, der også vil gøre sig gældende for lignende undersøgelser (Flyvbjerg, 1991, s. 149; Flyvbjerg, 2020, s. 628, 629).

5.2 Analysemetode

5.2.1 Kvalitativ indholdsanalyse

Jeg har valgt at arbejde kvalitativt i specialet, da jeg interesserer mig for, hvordan noget opleves og fremtræder ud fra min problemformulering. Det fremtrædende vil jeg undersøge ved at beskrive og fortolke gennem de udvalgte analysemetoder og teorier (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 15). Dette afsnit vil redegøre for den metodiske tilgang i specialet i undersøgelsen af, hvilke frames, der kommer til udtryk i den journalistiske nyhedshistorie om drabet på Mia *tværmedialt*. Den *kvalitative indholdsanalyse* indebærer, at man undersøger temaer ud fra den udvalgte empiri (Bryman, 2012, s. 557). Her søger jeg at bruge en strategi, hvor jeg søger efter temaer, som jeg finder frem til undervejs gennem *framinganalysen*. Det gør jeg ved at afkode de frames, der skal beskrive de emner, der er fremtrædende og har betydning for besvarelsen af min problemformulering (Bryman, 2012, s. 559).

Indholdsanalysen bruges til at reducere data og systematisere den for at fokusere på de væsentligste pointer, som er relevante for besvarelsen (Schreier, 2014, s. 176). Den *kvalitative indholdsanalyse* anvendes som en fortolkende analysemetode, der skaber indsigt. *Det kritiske casestudie* giver mig mulighed for at bruge indholdsanalysen til at fortolke dybdegående på de journalistiske artikler, Instagramopslag, *stories* og kommentarfelterne til opslagene (Eskjær & Helles, 2015 s. 23).

5.2.2 Framing

Sociologen Erving Goffman (1974) arbejdede som en af de første med *framing*-konceptet, da han interesserede sig for de *frames*, som har indflydelse på, hvordan mennesker oplever og skaber forståelse i hverdagen. Han kaldte *frames* for *skemata af fortolkning*, fordi hans arbejde med *framing* gav mulighed for at fortolke på menneskers præsentation af selvet i hverdagslivet (Goffman, 2014, s. 24; Borah, 2011, s. 248; De Vreese & Lecheler, 2018, s. 7). Der findes flere definitioner af *framing*-begrebet, men et gennemgående træk ved *framing*, er, at man er interesseret i at forstå, hvordan noget præsenteres ud fra en bestemt kontekst. Dette kan være ved at se på fremhævelser af specifikke træk i en tekst og ved at se efter bestemte ord, som får betydning for modtagerens forestillingsunivers, hvilket sociolog Robert M. Entman (2015) beskriver som *skemata* (Hjarvard, 2015, s. 104; Entman, 2015, s. 115, 117). Jeg vil i analysen benytte en sociologisk tilgang til framing med udgangspunkt i sociolog Entmans (2015) definition af *framing som et paradigme* fra 1993. Entmans (2015) forståelse bidrager til, hvordan jeg kan arbejde med en framinganalyse inden for medie- og kommunikationsfeltet (Hjarvard, 2015, s. 104; Entman, 2015, s. 115; Jensen, 2021, s. 83). Jeg vil desuden supplere med de Vreeses (2005) videre arbejde med begreberne, der fokuserer på *frames* i journalistiske nyheder (de Vreese, 2005, s. 51).

Jeg vil bruge analysemetoden *framing* til at forstå, hvordan en journalistisk nyhedshistorie præsenteres og *frames* ved brug af specifikke ord og billeder, samt hvordan det har betydning for modtagerens forståelse af den journalistiske nyhedshistorie. Jeg undersøger de journalistiske *frames* gennem artikler, Instagramopslag, *stories* og kommentarfelter.

5.2.3 Fire framing-funktioner

For at analysere sig frem til *frames* i en kommunikativ tekst, kan man ifølge Entman (2015) forsøge at anspore *fire framing-funktioner*. Funktionerne er følgende: *En bestemt definition af problemet*, der handler om, hvorvidt der er et omkostningsfuldt problem, der diskuteres i offentligheden. *En fortolkning af årsager*, der identificerer årsagerne til, at problemet er opstået. *En moralsk evaluering*, der handler om evaluering og effekter af problemet, og en *anbefaling af, hvordan problemet skal behandles*, der bidrager med løsningsforslag (Hjarvard, 2015, s. 105; Entman, 2015, s. 117; Blach-Ørsten, 2021, s. 210). I analysen vil jeg komme med en række eksempler på *framing-funktionerne* gennem teksterne i artiklerne, Instagramopslagene, *stories* og kommentarfelterne.

I analysen vil jeg *identificere* specifikke sproglige sætninger eller ord og anspore dem til, hvordan de *fremhæver* og præsenterer en nyhed på en bestemt måde hos DR Nyhederne og TV 2 Nyhederne. *De fire funktioner* behøver ikke at være i teksten samtidig, men flere af funktionerne kan dog modsat godt være synlige samtidig i en tekst (Hjarvard, 2015, s. 105; Entman, 2015, s. 117; Blach-Ørsten, 2021, s. 210; Gorp, 2005, s. 486). *Framingen* er med til at fremhæve bestemte elementer, så der altid er taget et valg hos afsenderen omkring, hvordan modtageren skal forstå virkeligheden, hvilket fjerner opmærksomheden fra noget andet (Hjarvard, 2015, s. 105; Entman, 2015, s. 118, 119). Et eksempel på dette kan være når journalisten ikke længere fokuserer på de to sigtede mænd i sagen om Mia og i stedet vælger at fokusere på utryghed, drab på kvinder og sorg, der fjerner fokus på politiarbejdet og i højere grad handler om, hvordan man som kvinde kan beskytte sig selv i samfundet.

Frames hos afsenderen, i teksten, hos modtageren og i kulturen

Entman (2015) beskriver, at *frames* findes i alle dele af en kommunikationsproces og mindst *fire* steder i denne kommunikationsproces. De følgende *fire* steder som jeg vil forsøge at finde frem til i undersøgelsen er *frames: hos afsenderen, i teksten, hos modtageren og i kulturen* (Entman, 2015, s. 117; Hjarvard, 2015, s. 105).

Frames hos afsenderen handler om de journalistiske nyhedshistorier som TV 2 Nyhederne og DR Nyhederne publicerer. Journalisterne foretager bevidste eller ubevidste valg, når de formidler de journalistiske tekster på Instagram og i artiklerne online. Valgene af

formidlingen kan blandt andet afspejle sig ud fra modtagerens interesser. Men også ud fra *salience*, som betyder *fremtræden*, hvilket har indflydelse på den journalistiske nyhedshistories væsentlighed og aktualitet hos modtageren. Tekstens *salience* kan være meningsfuld og bidrage til *modtagerens skemata*, der gør, at modtageren er interesseret i at læse mere om nyhedshistorien og følge sagen om drabet på Mia.

Frames i teksten handler om brugen af bestemte nøgleord, faste vendinger, kilder, billeder eller sætninger, der også inddrager fakta. Claes de Vreese (2005) har arbejdet videre med Entmans begreb om *framing* inden for journalistiske nyhedshistorier og bygget videre på *framing* med tilføjelser som *frame-opbygningen* og *frame-fastlæggelsen* (de Vreese, 2005, s. 51). De Vreese (2005) nævner, at Entman selv bemærkede, at *frames* havde flere placeringer end blot hos: *afsenderen, modtageren, teksten* og *kulturen*. *Frames* på en nyhedsredaktion er placeret gennem flere stadier og indgår i en proces som, hvor *frame-opbygning* (*frame-building*) og *frame-fastlæggelse* (*frame-setting*) er inddraget (de Vreese, 2005, s. 51, 52; Hjarvard, 2015, s. 110). For at vende tilbage til Entmans (2015) beskrivelse af *frames hos afsenderen*, så definerer de Vreese (2005) *frames hos afsenderen* som *frame-opbygningen* i en forståelse af *frames*, der kommer til udtryk i en journalistisk tekst. *Frame-opbygningen* tager udgangspunkt i, hvordan en nyhedsredaktion bestemmer, hvordan specifikke emner skal komme til udtryk i en journalistisk nyhedshistorie. Her foregår et samspil mellem journalisterne, kollektive forhandlinger og resultatet af, hvordan nyhedshistorien kommer til udtryk i teksten (Hjarvard, 2015, s. 110; de Vreese, 2005, s. 51; de Vreese, & Lecheler, 2018, s. 19).

Frames hos modtageren beskriver de Vreese (2015) som *frame-fastlæggelsen* og handler om, hvordan de journalistiske nyhedshistorier *frames i en tekst* og påvirker læring, fortolkning og evaluering af en begivenhed. Det er receptionen af teksten hos modtageren, som afspejler sig ud fra de *frames*, der kommer til udtryk, og hvordan modtageren forstår den journalistiske nyhedshistorie (de Vreese, 2005, s. 52; Hjarvard, 2015, s. 110).

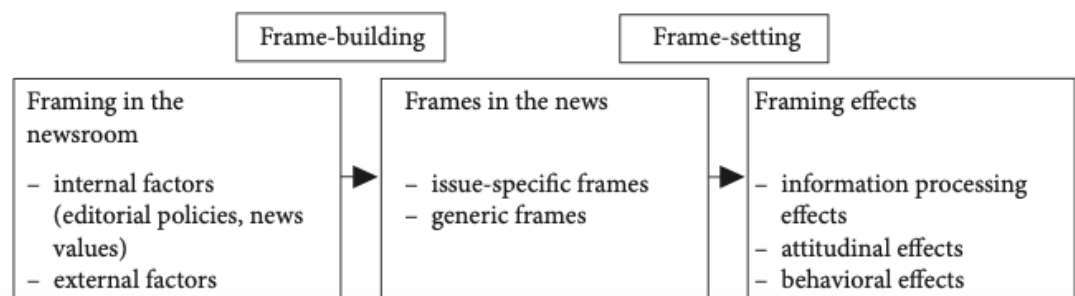
Frames i kulturen handler om frames, der er tydelige gennem tænkningen hos mennesker og særligt når det omhandler sociale grupperinger (Entman, 2015, s. 117). Det kan komme til udtryk, hvis kvinder gør oprør mod kvindedrab, da kvinderne kan have en forståelse ud fra

frames i kulturen, at det er et problem, at kvinder ikke kan gå alene i fred modsat mænd.

Dette uddyber jeg i analysen, hvor en række *frames i kulturen* kommer til udtryk.

De Vreese har dog undladt at have fokus på *frames i kulturen* i sin fremstilling af de supplerende begreber. Kulturen har en betydning i forståelsen af *frames* i den journalistiske nyhedshistorie om Mia. *Frames hos afsenderen og i teksten* kan netop påvirke *modtagerens skemata* ud fra en kulturel forståelse i samfundet. Et eksempel på dette findes i analysen, hvor en bruger i kommentarfeltet mener, at kvinder kan beskytte sig selv om natten med peberspray, men at mænd er stærke og kan slå fra sig, hvis de skulle blive overfaldet.

Van Gorp (2007) beskriver kulturen som indlejret ud fra vores forståelse af *frames* i en tekst (Van Gorp, 2007, s. 62). Erving Goffman (1981) ser *frames* i kulturen som *frames*, der kan findes flere steder i samfundet f.eks. ud fra værdier, stereotyper eller en fælles forståelse om noget, der fremhæver *frames* som indlejret i kulturen. Det handler altså ikke blot om elementerne i en tekst, men om der bliver præsenteret et kulturelt fænomen i formidlingen, der som helhed afspejler en social konstruktion (Van Gorp, 2005, s. 487).



(de Vreese, 2005, s. 52)

5.2.4 Emne-specifikke frames og generiske frames

I processen mellem de Vreeses (2015) begreber om *frame-opbygningen* og *frame-fastlæggelsen* tilføjer de Vreese yderligere, at man bør identificere "*framen i nyhederne*" og finde ud af, om der er tale om en journalistisk nyhedshistorie, der indebærer *emne-specifikke frames* (*issue-specific frames*) eller om der er tale om *generiske frames* (*generic frames*). De

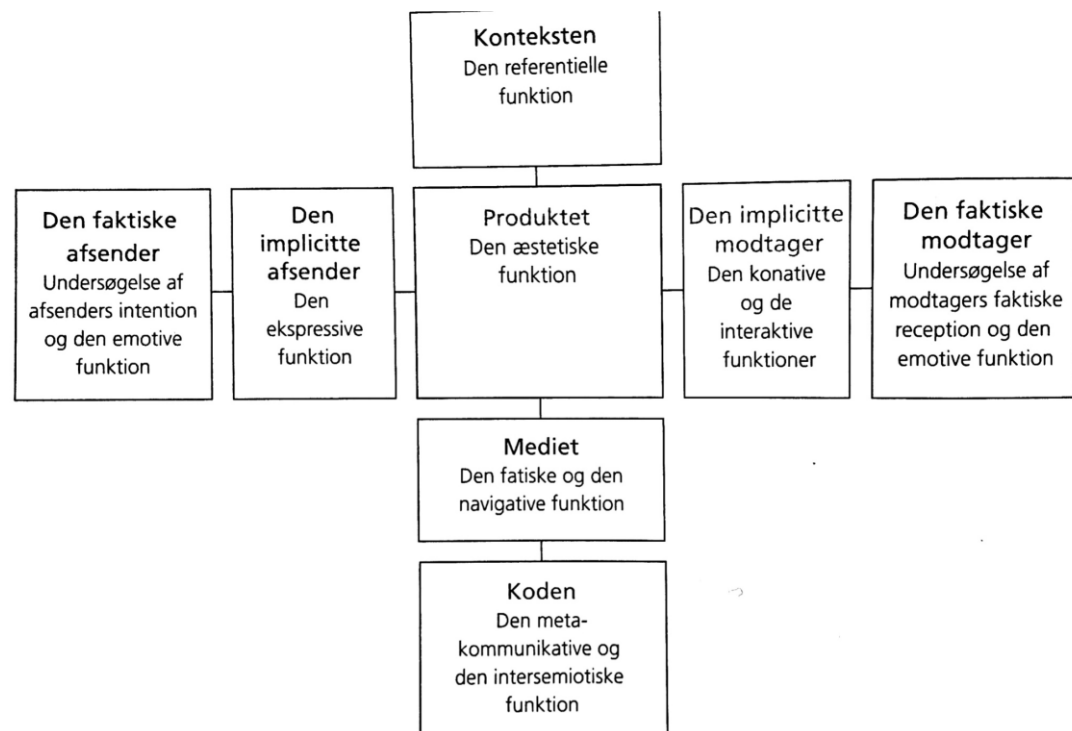
emne-specifikke frames handler om dækningen af en nyhedshistorie om et bestemt emne. Jeg fokuserer udelukkende på kriminalsagen om drabet på Mia, hvor jeg har udvalgt alle opslagene, som er *emne-specifikke* (de Vreese, 2005, s. 52, 54, 55).

De generiske frames handler om *frames*, som går på tværs af flere emner. Det kan være i en bredere kontekst, hvor man kan fokusere på *frames* og sammenligne dem med andre. Et eksempel kunne være, hvis jeg både analyserede *frames* i en journalistisk nyhedshistorie om Mia, men også tog udgangspunkt i andre journalistiske kriminalsager og sammenlignede de *frames*, der kom til udtryk gennem begge nyhedshistorier (Hjarvard, 2015, s. 111; De Vreese, 2005, s. 54, 55, 56; De Vreese, & Lecheler, 2018, s. 4). Jeg har valgt at fokusere på *emne-specifikke frames*, da jeg undersøger *frames* detaljeret ud fra en bestemt nyhedsbegivenhed. De Vreese (2005) mener, at hvis man fokuserer på *emne-specifikke frames*, så kan det være svært at bruge som et bevis på, at besvarelsen er gyldig for andre cases (De Vreese, 2005, s. 55). Jeg mener dog, at jeg med Flyvbjergs (2020) tilgang til det *kritiske* casestudie og med mit valgte forskningsspørgsmål, at denne undersøgelse er repræsentativ og kan bidrage med værdifuld viden til at forstå, hvilke *frames* der gør sig gældende gennem min undersøgelse. (Flyvbjerg, 2020, s. 628, Flyvbjerg, 1991, s. 147). Ved at se på de *emne-specifikke frames* fokuserer jeg særligt på symboler, metaforer og forestillinger i billederne og teksterne. Forskningen af *framing* har fokuseret på, hvad medierne fortæller, at modtageren skal tænke på ud fra blandt andet et bestemt emne (Jensen, 2021, s. 83). Jeg har tidligere i litteraturreviewet beskrevet, hvad *dagsordensteori* omhandler. Men man må skelne mellem *dagsordensteori* og *framing*. Jeg bruger udelukkende begreber fra *dagsordensteorien* til at forstå, hvordan emner eller problemer fremtræder, men jeg benytter *framinganalysen* til at forstå den fremtrædende præsentationen af emnet eller problemet (de Vreese, 2005, s. 53; Van Gorp, 2007, s. 70). Ved en *framinganalyse* kan det ikke undgås, at man fortolker subjektivt, men fordelene er, at det er en analysemetode, der kan bidrage med nye perspektiver og forståelser af, hvordan en bestemt journalistisk nyhedshistorie bliver *framet*. Formålet er i analysen at fremhæve, hvordan en sag om drabet på Mia bliver *framet tværmedialt* ud fra en række eksempler. Min tilgang til analysen er, at jeg gerne vil bidrage med 'det gode eksempel' på en case, hvor undersøgelsen også er gældende for lignende cases. Jeg er indforstået med, at undersøgelsen er præget af en subjektiv forståelse, men samtidig mener jeg ikke, at det har indflydelse på gyldigheden af min case ud fra min besvarelse af problemformuleringen. Jeg er netop interesseret i, hvordan jeg kan finde frem til *frames* i de

journalistiske nyhedshistorier *tværmedialt*, og forstå den kollaborative proces på Instagram mellem de journalistiske nyhedsmedier og brugerne (Flyvbjerg, 2020, s. 628, Entman, 2015, s. 117).

5.2.5 Visuel kommunikationsmodel på Instagram

Lisbeth Thorlacius visuelle kommunikationsmodel tager afsæt i Roman Jakobsons kommunikationsmodel fra 1960. Den visuelle kommunikationsmodel benyttes oprindeligt til at analysere visuelle kommunikationsfunktioner på websites, men Thorlacius har benyttet modellen til at vise, hvordan nogle af funktionerne også kan anvendes på sociale medier som Instagram. Derfor er det relevant at udvælge nogle af begreberne til at understøtte Instagrams funktioner i analysen. Jeg er interesseret i at forstå, hvilke medielogikker, der gør sig gældende på Instagram og undersøge, hvordan den journalistiske nyhedshistorie er en del af en kollaboration mellem journalisten og brugeren på Instagram. De udvalgte funktioner fra den visuelle kommunikationsmodel bidrager med begreber, der kan forsøge at understøtte det kollaborative mellem DR Nyhederne og TV 2 Nyhederne og brugerne på Instagram (Thorlacius, 2018, s. 14, 150; Brügger, 2021, s. 69). Modellen er relevant, fordi den undersøger, hvordan funktioner digitalt påvirker det *kollaborative* ved en beskrivelse af en række funktioner på Instagram.



(Thorlacius, 2018, s. 150)

Den implicitte og faktiske afsender

Den faktiske afsender er afsenderen, der gennem et medie kommunikerer et produkt ud til en modtager. *Den implicitte afsender* er det indtryk produktet efterlader hos modtageren (Thorlacius, 2018, s. 151). DR Nyhederne og TV 2 Nyhederne er de *faktiske afsendere* af de journalistiske nyhedshistorier. DR Nyhederne og TV 2 Nyhederne er desuden *implicitte afsendere* af de journalistiske nyheder, når de journalistiske nyhedshistorier produceres og *frames* og bliver til et journalistisk nyhedsprodukt. Det kan komme til udtryk, hvis den journalistiske nyhedshistorie om Mia bliver fortalt ved at bruge bestemte billeder, overskrifter og tekster i fortællingen. *Den implicitte afsender* kan analyseres ved brug af appelformerne som: *Pathos*, *ethos* og *logos*. Appelformerne har til formål at analysere brugen af følelser, troværdigheden eller logikken i en journalistisk nyhedshistorie (Thorlacius, 2018, s. 151).

Pathos, *ethos* og *logos*

De tre appelformer anvendes til at beskrive, hvordan afsenderen bruger specifikke virkemidler i sin kommunikation til at påvirke modtageren af teksten. De tre appelformer benyttes ikke nødvendigvis på én gang, men det er værd at undersøge, hvordan

appelformerne kommer til udtryk ud fra en kriminalsag som den journalistiske nyhedshistorie om Mia. Ved brugen af *logos* overvejer afsenderen, hvordan modtageren overbevises om, hvad der er sandheden gennem argumenter. Når der anvendes *pathos* er det med hensigt på at påvirke modtagerens følelser, så modtageren sidder med en følelse af medlidenhed, vrede, kærlighed, glæde, forargelse eller frygt. *Ethos* bruges til at øge troværdigheden af en tekst. Det kan gennem journalistiske nyhedshistorier være ved at bruge bestemte kilder, der citeres, som kan påvirke modtageren til at tro, at det som modtageren læser, er troværdigt, sandt og overbevisende (Thorlacius, 2018, s. 152, 153).

Den implicitte modtager og faktiske modtager

Begrebet *konativ* hører under den *implicitte modtager*. *Konativ* skal forstås som en trang, drift eller en vilje hos modtageren til at handle på noget (Thorlacius, 2018, s. 165, 166). Thorlacius (2018) beskriver, at tegn som brugerne møder på sociale medier har indflydelse på, hvordan brugerne skaber sammenhæng og forståelse ud fra *interface-ikoner*. *Interface-ikoner* er blandt andet hjertet, som på Instagram betyder *synes godt om* eller taleboblen, som betyder *kommenter* og forbindes med en mulighed for interaktion (Thorlacius, 2018, s. 166). Jeg har mulighed for at analysere *den implicitte og faktiske modtager*, da min empiri blandt andet inddrager brugernes kommentarer på Instagram. Modtagerens drift til at handle kan være, hvis modtageren reagerer i et kommentarfelt eller svarer på et spørgsmål i en *story*. Det kan også fungere som en instruks, hvis der på et Instagramopslag henvises til et link, hvor brugeren kan læse mere og vælger at klikke på linket (Thorlacius, 2018, s. 165). *Den konative funktion* beskriver Sandvik (2018) som *navigational tværmedialitet*, der handler om, hvordan man opfordrer brugerne til at læse mere ved at klikke på linket (Sandvik, 2021, s. 528; Sandvik, 2018, s. 20). *Affordances* kan på mange måder minde om den *konative funktion*, en *affordance* søger dog ikke at overtale til aktivitet, men gør aktivitet mulig ved at eksistere på et medie som Instagram (Thorlacius, 2018, s. 166; 187, 189, 193; Hutchby, 2001, s. 444, 448). *Den faktiske modtager* handler om, hvordan brugerne forstår den journalistiske nyhedshistorie ud fra brugernes reception af teksten, hvor de gennem *den konative funktion* vælger at kommentere i kommentarfeltet. Her kan *den faktiske modtager* analyseres ud fra brugerens sprog, hvor jeg benytter *framing* til at forstå *frames hos modtageren*, samt modtagerens *skemata* (Entman, 2015, s. 117; Thorlacius, 2018, s. 166).

Produktet og mediet

Produktet er en erstatning for Jakobsons brug af *meddelelsen*. Her er indholdet og udtrykket af et produkt relevant. *Den æstetiske funktion* handler om de oplevelser som brugeren kan få på Instagram. Det kan være oplevelsen af et Instagramopslag eller de funktioner, der er til stede i en *story*, hvor journalisten kan fortælle historien på en anderledes måde ved inddragelse af meningsmålinger og kommentarbokse (Thorlacius, 2018, s. 180, 193). *Mediet* er forbindelsen mellem afsender og modtager på Instagram. Herunder hører den *den fatiske funktion*, som forsøger at forbinde afsenderen og modtageren gennem sproget. Det handler om at fastholde kontakten mellem afsenderen og modtageren. Et eksempel på den *fatiske funktion* gennem mediet *Instagram* er, hvis journalisten i en *story* stiller et spørgsmål til modtageren om et bestemt udsagn. For at vise, at journalisten er til stede i en samtale med brugeren, tilbyder afsenderen, at modtageren kan svare på spørgsmålet. Det betyder, at der opretholdes en kontakt mellem afsender og modtager uden en videre samtale efter spørgsmålet er besvaret (Thorlacius, 2018, s. 20, 193, 194; Petersen, 2021, s. 560, 561).

Konteksten

Konteksten handler om, hvordan der skabes en kommunikationshandling mellem journalisten som afsender og brugeren på Instagram som modtager (Thorlacius, 2018, s. 187, 188). Her kan *frames* være afgørende for, hvordan *nyhedsproduktet* kommer til udtryk hos modtageren. Forskellen på *konteksten* og *produktet* er, at der ved *produktet* fokuseres på betydningen af ord og billeder gennem et produkt, hvor *konteksten* ser på udtryksformerne og forståelserne af billederne og teksternes betydning for produktet. For at forstå *konteksten*, kan man forsøge at forstå *framingen* i en journalistisk tekst, samt forstå hvordan *frame-fastlæggelsen* kommer til udtryk ud fra modtagerens forståelser (Thorlacius, 2018, s. 187, 188).

Koden

Koden kan være til stede i et Instagramopslag, hvilket kan også bidrage med en forbindelse mellem afsender og modtager. *Den intersemiotiske funktion* i koden handler om, hvordan vi forstår billedet og teksten i samspil med hinanden (Thorlacius, 2018, s. 208). Roland Barthes (1964) fokuserede på billedets retorik og var interesseret i, hvordan billeder og ord spiller sammen i hverdagen. Dette henviser til, hvordan man kan forsøge at kode et billedets

betydning ud fra billedets sprog og retorik. Billedets retorik fremkommer af det *denotative* og *konnotative* indhold (Thorlacius, 2018, s. 208). Barthes undersøgte billedets meddelelser ved at anvende elementer, hvor nogle var sproglige og andre blot billeder. Her skelnede han mellem den *denotative* betydning, som er den bogstavelige og den *konnotative* betydning, hvor noget *konnotativt* henviser til en betydning af et billede, hvor man f.eks. forbinder et symbol med noget bestemt (Rose, 2015, s. 14, 215). *Denotationen* henviser til en forudsætning af *konnotationen*, hvor den som læser billedet, formår at skabe en association og betydning ud fra billedets elementer (Rose, 2015, s. 216; Thorlacius, 2018, s. 208).

5.3 Videnskabsteoretisk tilgang:

Dette afsnit er en præsentation af specialets videnskabsteoretiske ståsted. Jeg benytter mig af en *socialkonstruktivistisk* tilgang til besvarelsen, da denne tilgang søger at blive klogere på et fænomen, der er socialt konstrueret. *Framingen* i de journalistiske nyhedshistorier er socialt konstrueret, da *sprogspil* er med til at forklare, hvordan det, som bliver sagt skaber en bestemt mening ud fra, hvordan sproget anvendes (Collin, 2021, s. 13; Holm, 2012, s. 123). Socialkonstruktivismen bør forstås som, at virkeligheden er socialt konstrueret. Fysiske genstande (objekterne) og tanker (subjekterne) er altid et resultat, som skabes i relationer og ikke af objekterne eller subjekterne i sig selv (Esmark & Laustsen & Andersen, 2005, s. 16, 17, 18). En konstruktion handler om en relation, hvor subjekter og objekter samarbejder om den fulde mening (Esmark & Laustsen & Andersen, 2005, s. 18). *Netværks-offentligheden* er ikke nødvendigvis bevidst om den sociale konstruktion, men *frames i kulturen* kan bidrage med at afsløre ubevidste sociale konstruktioner. Jeg vil derfor i dette speciale tydeliggøre med en analyse af *framingen* af den journalistiske nyhedshistorie om drabet på Mia, hvordan fænomener kan være konstrueret blandt andet gennem sproget (Collin, 2021, s. 14). Den socialkonstruktivistiske analyse beskæftiger sig særligt med den samfundsmæssige virkelighed blandt mennesker. Socialkonstruktivisme handler om *afsløring* og dokumentation (Collin, 2021, s. 17). Kernen i den socialkonstruktivistiske tilgang er, at virkeligheden er skabt i fællesskab gennem den interaktion som vi har med hinanden, og gennem de ord som vi udveksler (Collin, 2021, s. 17).

ANALYSE & DISKUSSION



6.0 ANALYSE OG DISKUSSION

I analysen vil jeg fremover kalde DR Nyhederne og TV 2 Nyhederne for ‘DR’ og ‘TV 2’.

De to *faktiske afsendere* DR og TV 2 synliggør sig som nyhedsformidlere på Instagram, når de som virksomhed gør sig genkendelige som et journalistisk medie på deres profil. På profilbilledet benytter DR og TV 2 deres eget logo. Nyhedsmediernes logo på Instagram kan beskrives som personligheden af deres journalistiske produkt. DR og TV 2 har mulighed for på deres profil at give en præsentationsbeskrivelse øverst på profilen med en begrænsning på 150 tegn (Instagram, 2022; bilag B 1, B 2, s. 1). I beskrivelsesboksen har TV 2 valgt at gøre introduktionen kort (bilag B 1, s. 1). TV 2 beskriver sig selv som et nyhedsmedie, hvor man kan forvente at læse om journalistiske nyheder, og hvor TV 2 benytter en metafor: “*Alt det vi deler*” (bilag B 1, s. 1), som skal beskrive TV 2’s profil. Her fremhæves “vi” som et ønske fra TV 2, at de som et journalistisk nyhedsmedie ønsker et fællesskab med brugerne gennem delingen af nyheder på Instagram. TV 2 linker i beskrivelsesfeltet til deres website *tv2nyhederne.dk*, så brugerne nemt kan tilgå de artikler, der lægges op som billedopslag på Instagram. Det er her den *konative funktion* og den *navigationalle tværmedialitet* kommer til udtryk, som handler om, hvordan links kan føre til en drift og lyst hos brugeren til at klikke videre på linket gennem journalistens påvirkning (Thorlacius, 2018, s. 165; Sandvik, 2021, s. 528; Sandvik, 2018, s. 20).

DR har en længere beskrivelse på deres Instagramprofil: “*Her finder du dagens konstruktive, væsentlige og opløftende nyheder.*” (bilag B 2, s. 1). DR beskriver, at de har afgrænset mængden af nyheder på Instagram og udkommer med nyheder, der er konstruktive, væsentlige og opløftende. De *konstruktive* nyheder er jævnfør Hermans & Gyldensted (2019) en nyere journalistisk tilgang, der søger at få flere perspektiver og meninger ved at inddrage borgerne i den journalistiske nyhedsproces (Hermans & Gyldensted, 2019, s. 536). Det kan diskuteres, hvorvidt det er denne *konstruktive* praksis som DR omtaler. Til sidst skriver DR i deres introduktion: “*Tal pænt til hinanden.*” (bilag B 2, s. 1). Dette er for at sikre, at brugerne gerne må dele deres meninger, men at der er regler for, hvordan man skal begå sig på DR’s profil. På Instagram er der *interface-ikoner* til stede, der gør det muligt for brugerne at kode betydningen af en funktion på Instagram, hvilket Thorlacius (2018) kalder for *den konative funktion* (Thorlacius, 2018, s. 165). *Interface-ikoner* på Instagram er blandt andet taleboblen,

der betyder “*kommenter*” og hjertet, der betyder “*like*” (bilag B 1, bilag B 2; Thorlacius, 2018, s. 58, 165, 221). Denne funktion er synlig på Instagram, da det er en del af logikken på mediet, som giver brugerne mulighed for at være en del af en debat online, hvilket kan bidrage til et øget brugerengagement (Hermida & Mellado, 2020, 878; Boyd, 2010, s. 43). Det er *ikoner*, der henviser til Instagrams *affordances*, da kommentarfeltet muliggør en aktivitet (Hutchby, 2001, s. 444, 448; Thorlacius, 2018, s. 188).

Det kan være relevant for nyhedsmedierne at benytte sig af *tværmediale* måder at formidle nyheder og fange en bredere læserskare af deres artikler, hvis de gennem Instagram får fat i en målgruppe, der klikker videre ind og læser med på deres hjemmeside. Derfor er det relevant for journalisten at overveje, hvilke historier, der netop er relevante for de brugere, der læser de journalistiske nyhedshistorier på Instagram (Thorlacius, 2018, s. 232; Sandvik, 2021 s. 521; Walters, 2021, s. 13). Dette leder mig videre til de følgende afsnit i analysen, der vil eksemplificere, analysere og diskutere et udvalg af DR og TV 2’s journalistiske nyhedshistorie som *implicitte afsendere* gennem opslag, artikler og kommentarfelter. Her fokuseres på *rammen hos afsenderen og i teksten (frame-opbygningen)* og *hos modtageren (frame-fastlæggelsen)* og *frames i kulturen* (Entman, 2015, s. 117; de Vreese, 2005, s. 52). Desuden vil der være et fokus på de fire framing-funktioner: *En bestemt definition af et problem, en fortolkning af årsager, en moralsk evaluering og en anbefaling af, hvordan problemet skal behandles* (Entman, 2015, s. 117). Jeg vil identificere brugen af sætninger, ord og gentagelser, der præsenterer den journalistiske nyhedshistorie. Opslagene og artiklerne er analyseret og diskuteret i en rækkefølge ud fra, hvornår opslagene er lagt op på Instagram. Analysen er desuden tematiseret ud fra *frame-opbygningen*, hvor hver analysedel afsluttes med en diskuterende opsummering. Følgende *frames* i den journalistiske nyhedshistorie om Mia er:

1. **En forbrydelse**
2. **Et afgørende resultat i sagen**
3. **Sårbare borgere**
4. **Utryghed**
5. **Frygt og oprør på kvindedrab**

6.1. Del 1. En forbrydelse

Da Mia forsvandt d. 7. februar 2022 gik eftersøgningen i gang. Men d. 7. februar har nyhedsmedierne ikke lagt et opslag ud på Instagram. Først d. 9. februar 2022 var DR først til at dele et opslag om eftersøgningen af Mia. Instagramopslaget på DR's profil anvender et billede af Mia (Instagram, 2022; bilag C 1, s. 2). Det er ikke taget af en pressefotograf, men det er et profilbillede som politiet benytter til at efterlyse Mia, hvor hun fremstår som en glad og ung kvinde. På billedet kan man læse følgende overskrift: *"Politiet anholder to og sigter for drab i sag om 22-årige Mia"*. Når journalisten af nyhedshistorien bruger Mias eget billede på Instagram samtidig med, at der benyttes et ord som *"drab"* i overskriften, så får billedet en anden betydning. Journalisten har valgt at benytte sig af den klassiske måde at opbygge en nyhed ved at benytte sig af nyhedstrekanten. Nyhedstrekanten handler om, at konklusionen står øverst i rubrikken, i underrubrikken står en uddybning og i brødteksten beskrives nyhedshistoriens øvrige detaljer. Dette er videreført i deres opslag på Instagram, hvilket tydeliggør nye måder fra de journalistiske nyhedsmedier at eksperimentere på Instagram (Vázquez-Herrero et. al, 2019 s. 2). DR vælger bevidst, at der skal være en overskrift på billedet med en overrubrik. Nedenunder er der en tekst med en underrubrik, som fremhæves ved at placere to emojis mellem teksten. Derefter kommer brødteksten, som beskriver nyhedshistorien. Med overskriften *"drab"* bliver historien tragisk, sørgelig og personlig, hvilket kan have indflydelse på modtagerens følelser, der kan være præget af vrede og sorg ud fra *frame-fastlæggelsen*. Van Dijck (2008) kalder fotografier for komplekse, teknologiske, sociale og kulturelle transformationer (Van Dijck, 2008, s. 71). Når personlige fotografier anvendes i en ny sammenhæng og bliver bragt ud i offentligheden, så kan det skabe nye forståelser. Det kan være hvis personens fotografi bliver brugt til at mindes personens egen død eller som en del af en efterforskning, hvilket er tilfældet med dette fotografi af Mia i første opslag (Van Dijck, 2008, s. 71). Mias profilbillede får dermed en anden betydning, når det *re- og inter-medieres* online, da journalisten kan vælge at formidle nyhedshistorien på en bestemt måde (Chouliaraki, 2013, s. 272).



(Bilag C 1, s. 2)

Opslagets *frame-opbygning* handler om en forbrydelse og dette kommer til udtryk ved brug af ord som “*sigtet*”, “*drab*”, “*drabssigtelsen*” og “*anholdt*”. Teksten er præget af *ethos*, når journalisten oplyser, at informationen kommer fra Nordsjællands Politi i en pressemeddelelse. Men der er også *ethos* til stede, når politiet benyttes som kilder i teksten til at afgive informationer om gerningsmændene, der er blevet anholdt samt tidspunktet for anholdelsen (bilag C 1, s. 2). Politiet oplyser, at Mia endnu ikke er fundet, hvilket henviser til en *bestemt definition af et problem*. Desuden er politiets *fortolkning af årsager* til Mias forsvinden, at hun er forsvundet, og at Mia har været offer for en forbrydelse. DR afslutter teksten med en henvisning til, at man kan læse mere via deres link i bio (profilbeskrivelsen). Desuden anvender DR et *hashtag* “#drnyheder”, som samler DR’s nyheder et sted, hvilket henviser til en *navigational tværmedialitet*, hvor brugerne kan klikke ind på linket eller “*hashtagget*” og følge med i sagen (Sandvik, 2021, s. 528). Et “*hashtag*” er et retorisk redskab og en *affordance*, som kan oprettes og bruges til at understøtte en bestemt sag, som brugerne kan samles omkring (Hermida & Mellado, 2020, s. 875). DR benytter *hashtagget* #drnyheder til at skabe et nyhedsarkiv, så man altid kan følge med og læse nyhederne hos DR ved at søge efter *hashtagget* på Instagram.

Linket i opslaget henviser til den tilhørende artikel til opslaget med overskriften: “*To mænd anholdt og sigtet for drab i sagen om 22-årige Mia Skadhauge Stevn*” (bilag D 1, s. 1). Overskriften indeholder den samme overskrift, som også blev brugt i Instagramopslaget (bilag C 1, s. 2). Artiklen omhandler efterforskningen af drabet på Mia. Selvom de to mænd er anholdt, så benyttes politiet som kilde i artiklen og fremhæver en *bestemt definition af et*

problem, der handler om, at den “*savnede 22-årige*” fortsat ikke er fundet (bilag D 1, s. 1). Billedet i artiklen er ikke det samme, som anvendes i opslaget på Instagram. Artiklen inddrager billeder af en politibil og politiets afspærringstape, der konnoterer, at det er politiets område, der er forbudt at betræde (Rose, 2015, s. 215, 216; bilag D 1, s. 1). “*Vi har et stort efterforskningsarbejde foran os med tekniske undersøgelser, afhøringer, forhøringer og meget mere*” (bilag D 1, s. 1). Dette beskriver, at der er en stor eftersøgning i gang og artiklens *frame-opbygning* handler om en efterforskning af sagen. Beskrivelser som: “*afhøringer*”, “*tekniske undersøgelser*” og “*forhøringer*” er en *anbefaling af en løsning på problemet*, så politiet kan finde frem til Mia. Borgernes hjælp er vigtig for politiet. I en rubrik i artiklen benyttes følgende sætning: “*Sendte stor appel ud*” (Bilag D 1, s. 1). Her omhandler det borgernes inddragelse og indflydelse på sagen, fordi politiet har brug for, at borgerne kommer med så mange oplysninger som muligt, der kan lede politiet på sporet af gerningsmændene (bilag D 1, s. 1). Artiklen indeholder en del *ethos*, da teksten inddrager fakta og udtalelser om den nuværende situation og det er udelukkende ekspertkilder, der udtaler sig i artiklen. Selvom den journalistiske nyhedshistorie er den samme, så har journalisten valgt at variere det billedlige indhold på henholdsvis Instagram og i artiklen. Det kan være fordi nyhedsorganisationerne selektivt vælger at benytte sig af *tværmediale* strategier, hvor den samme nyhedshistorie formidles på flere medier (Walters, 2021, s. 13; Sandvik, 2018, s. 56). I artiklen har en pressefotograf været ude for at tage billeder af afspærringsområdet. I artiklen oplyser politibetjenten mændenes alder, og at politiet befinder sig på to adresser, hvilket DR har lagt et billede af ind i artiklen. Her er der et kort over Aalborg for at give læseren et overblik over, hvor i landet politiet foretager eftersøgningen (bilag D 1.2, s. 1). Desuden bliver der sidst i artiklen vist et billede af den “*mørke personbil*” (bilag D 1.3, s. 1), der var den bil, der var eftersøgt, da Mia sidst blev set stige ind i denne bil. Her benytter journalisten sig desuden af overskriften: “*Leder efter vidner*”, der pointerer efterforskningsarbejdet med hjælp fra befolkningen. “*Efterforskningsarbejde*”, “*afhøringer*”, “*forhøringer*”, “*overvågningsmateriale*”, “*sigtelsen*”, “*grundlovsforhør*” og “*forbrydelse*” (bilag D 1, s. 1) er ord, der særligt præger *frame-opbygningen* og *rammen i teksten*, som handler om en efterforskning. Hvis vi sammenligner denne artikel med Instagramopslaget (bilag C 1, s. 2) er der væsentligt flere informationer og ord, der tillægger artiklen dens *frame* om en efterforskning. Instagramopslaget handler mere om en forbrydelse, der er foregået og er mere konkluderende ud fra, hvad politiet har fundet ud af, frem for hvad politiet søger

efter. Instagramopslaget er i højere grad præget af *patos*, når journalisten anvender Mia på billedet, hvilket kan have indflydelse på, hvordan brugeren reagerer følelsesmæssigt, når brugeren læser opslaget (bilag C 1, s. 2).

Opslaget af Mia konnoterer, hvordan en emoji skaber mening og forståelse ud fra dets udtryk på de sociale medier i kommentarfeltet til opslaget (bilag E 1, s. 1). Det er tydeligt ud fra reaktionerne i kommentarfeltet, at brugerne bliver berørt af situationen. Dette kommer til udtryk, når der anvendes emojis, hvor der fældes en tåre, knuste hjerter og rasende emojis. De opslag som journalisten forsøger at dele på Instagram omkring efterforskningen og forbrydelsen bliver en del af et rum, hvor dem, der modtager nyheden, får et bestemt forhold til nyheden, når de blandt andet har en holdning til, hvad der er godt politiarbejde. Dette kommer til udtryk, når politiet roses for deres arbejde "*Fantastisk Politi arbejde*" (bilag E 1.1, s. 1). Her er modtagerens *skemata* påvirket af politiindsatsen, så fokus hos nogle brugere er rettet mod en positiv oplevelse af politiindsatsen, mens andre brugeres *skemata* påvirkes i en anden retning, hvor kommentarerne ændrer karakter. Sagen vækker følelsesmæssig vrede, hvor det ikke blot handler om en sorg over Mias død, men en vrede over forbrydelsen (bilag E 1.1, s. 1). På Instagram er det værd at få øje på, hvilke sproglige og visuelle udtryk, der kommer frem i kommentarfeltet (Thorlacius, 2018, s. 231). *Frame-fastlæggelsen* kommer til udtryk, når der bruges emojis, der skal forsøge at beskrive, hvad brugerne forsøger at fortælle med en emoji, frem for at beskrive det med ord. De *frames*, som finder sted *hos modtageren* kan belyse, hvordan *frames* også finder sted *i kulturen*. Dette kommer til udtryk i følgende diskussion mellem brugerne: "*Trist at der findes så syge individer at unge Kvinder ikke kan gå i fred.*" (bilag E. 1.1, s. 1). Brugeren nævner, at det udelukkende er kvinder, der ikke kan gå i fred. Brugers *skemata* er påvirket af forbrydelsen i opslaget, og at det handler om, at kvinder er særligt udsatte for forbrydelser, når de går alene. Denne kommentar har fået 119 *synes godt om*, hvilket kan være fordi, at flere brugere er enige i denne påstand. En anden bruger beskriver noget lignende i dette kommentarfelt: "*Hvor er det sindsygt at man ikke kan gå hjem fra byen alene, især som kvinde og føle sig sikker.*" (bilag E 1.2, s. 2). Brugeren mener desuden, at dette skal have store konsekvenser for mændene, der står bag drabet. Denne kommentar har fået 174 *synes godt om*, men om brugerne *synes godt om* påstanden om en hård straf eller påstanden, om at kvinder ikke kan gå alene hjem, har jeg ikke mulighed for

at vurdere. Dog er en bruger uenig i påstanden og vælger at kommentere på denne kommentar, hvilket skaber dialog mellem brugerne indbyrdes i kommentarfeltet.



(bilag E 1.2, s. 2)

I denne diskussion kalder jeg de to brugere for *bruger1* og *bruger2* for at give et indblik i deres forståelser (bilag E 1.2, s. 2). *Bruger2* svarer på kommentaren fra *bruger1*: “*Det er ikke sikkert for begge køn, men især som mænd som er udsat for overfald*”. *Bruger1*: “*Jeg er sikker på at det er nemmere at overfalde en kvinde end en mand som typisk er lidt stærkere og kan slå fra sig*” (bilag E 1.2, s. 2). Brugernes *skemata* er i denne diskussion påvirket af, hvordan kvinder og mænd opfattes, når de skal beskytte sig selv. Det er en *frame hos modtageren* og *i kulturen*, der handler om, at mænd er stærkere end kvinder.

Bruger1 mener, at mænd er stærke og kan slå fra sig, og kvinder forbindes som mindre stærke, der er nødt til at beskytte sig selv med “*peberspray*” i fremtiden. En *bestemt definition af problemet* kommer til udtryk i artiklen, som er anderledes end *den bestemte definition af problemet* som brugerne nævner. Brugernes *definition af problemet* handler i højere grad om, at man ikke kan føle sig sikker i byen og *anbefalingen af, hvordan problemet løses*, kommer til udtryk på nye måder, hvor der i diskussionen mellem brugerne foregår en dialog og evaluering af, hvordan man kan føle sig mere sikker, når man færdes i byen.

Bruger1: “*Har du en god ide hvordan vi skal stoppe det, eller skal vi sidde her og kommentere det til uendeligheder hvem der er mest udsat?*”. *Bruger2* kommer med en *moralsk vurdering* og et bud på en *løsning af problemet*: “*Måske peberspray*”, hvor *bruger1* bekræfter: “*Ja peberspray ville være en god ting!*” Kommentarerne indeholder ord som:

“usikkert”, “udsat”, “skrækkeligt” og “overfald”. Diskussionen mellem brugerne henviser til en *frame hos modtageren*, der handler om en utryghed (bilag E 1.2, s. 2).

Opsummering

Analysen fremhæver, hvordan en journalistisk nyhedshistorie kommer til udtryk *tværmedialt*, når artiklen og opslaget dækker den samme historie. Journalisten benytter andre billeder og fortællinger på Instagram, der kan være et bevidst selektivt valg fra journalisten, der handler om, at når den samme historie skal dækkes *tværmedialt*, så skal indholdet tilpasses det enkelte medies logikker (Walters, 2021, s. 13; Byrd & Denney, 2018, s. 47). Denne form for *inter-mediering* af en journalistisk nyhedshistorie på Instagram har betydning for *netværks-offentligheden* og deres dialog indbyrdes i kommentarfeltet (Chouliaraki, 2013, s. 272; Boyd, 2010, s. 39; Hermida, 2012, s. 311, 312). Thorlacius (2018) taler om *den implicitte modtager* og *den konative funktion*, som kommer til udtryk i kommentarfelterne, da den konative funktion kan kobles på den trang og drift som en bruger kan have, der skaber lysten til at kommentere på opslaget (Thorlacius, 2018, s. 165). Som Gitte Rose (2015) og Meikle & Redden (2011) beskriver, så er der en *mediekonvergens* i dag i journalistikken, der giver de journalistiske nyhedshistorier mulighed for at være til stede i en sammensmeltning på flere medier. Skellet mellem journalisten og i dette tilfælde brugeren på Instagram ikke er lige så langt fra hinanden som tidligere, fordi journalisten kan læse sig til brugernes tanker og idéer gennem kommentarfeltet. Gennem netværket på Instagram får brugerne mulighed for at diskutere i et samlet rum med andre brugere, som de nødvendigvis ikke kender, men som også interesserer sig for Mias forsvinden (Boyd, 2010, s. 39; Hermida, 2012, s. 311, 312). Som Hermida (2012) beskriver, så får nyhedsorganisationerne i høj grad øjnene op for de nye måder at forbedre rapportering af begivenheder, hvor journalisten nemt har adgang til offentlighedens opmærksomhed (Hermida, 2012, s. 311, 312). Bessarab (2021) beskriver, hvordan information, der lægger op til debat, bliver en måde, hvor brugerne på Instagram får rig mulighed for at føle sig fri i en kommunikationsproces. Brugeren bliver ikke blot en modtager af de journalistiske nyhedsopslag som nyhedsmedierne dækker, men bliver også en aktiv kommunikator og “*prosumer*” (Bruns, 2011, s.132). Brugeren som *prosumer* kommer til udtryk, da brugerne kommer med forslag til emner, som journalisten fremover kan inddrage i de journalistiske nyhedshistorier om sagen f.eks. når brugeren kommer med en

anbefaling, der handler om, at kvinder kan benytte sig af peberspray. *Frames i kulturen* bliver synlige ud fra brugerens *skemata*, når der er forskel på, hvordan mænd og kvinder beskytter sig selv, når de går alene i byen. *Frame-fastlæggelsen* gør sig gældende i fortolkningen hos modtageren, når den journalistiske nyhedshistorie om Mia publiceres og *frame-fastlæggelsen* kan få en indflydelse på udviklingen af nyhedshistorien fremtidigt, da journalisten kan bruge *modtagerens frames* til at bygge videre på den journalistiske nyhedshistorie om Mia (Fenton & Witschge, 2011, s. 154). Et eksempel fra analysen på dette er, når brugerne i kommentarfeltet kommer med en *anbefaling af, hvordan problemet kan løses* med peberspray. Dette kan bidrage med fremtidige idéer og *gatekeeping-beslutninger* hos journalisten, som handler om, hvordan man beskytter sig selv, når man som kvinde går alene i byen. I *frame-fastlæggelsen* i dette opslag er der et større fokus hos brugerne omkring en *frame*, der handler om, at det er usikkert for kvinder at færdes alene hjem. Så *ramen i teksten* kommer anderledes til udtryk i *ramen hos modtageren*, der fokuserer på *utryghed* og *beskyttelse*. Modtagerens *skemata* er dermed påvirket af, at når et drab på en kvinde har fundet sted, så evalueres der på en måde, hvor modtagerne har en idé om, at man bør beskytte sig selv.

6.2. Del 2. Et afgørende resultat

Et andet opslag hos DR har også har fokus på efterforskningen, men bygger videre på historien om en forbrydelse, hvor der nu er et afgørende resultat i efterforskningen. Politibetjenten er anvendt som kilde i et opslag på DRs Instagramprofil d. 10. februar 2022 med overskriften: "*Gennembrud*". Der bruges endnu engang ikoner mellem overrubrikken "*gennembrud*" for at skabe blikfang (bilag C 2, s. 2).



(bilag C 2, s. 2)

“Gennembrud” nævnes flere gange i teksten: “Politiet kalder anholdelsen og fundet for et gennembrud i sagen om forsvundne Mia Skadhauge Stevn.” og “Læs mere om politiets gennembrud via link” (bilag C 2, s. 2). Ord som “gennembrud”, “fundet” og “formodning” henviser til *framen-opbygningen* om noget afgørende og betydningsfuldt for efterforskningen (bilag C 2, s. 2). I teksten beskrives det, at der er fundet et menneskelig i Dronninglund Storskov og i beskrivelsen af, at der er fundet ‘*dele af et menneskelig*’, der kommer det kropslige og døden til udtryk. Dette kan vække modtagerens *patos*, da død for brugerne kan være et følsomt emne, men også fordi der er tale om en kriminalsag, hvor Mia uskyldigt er blevet udsat for et umotiveret drab. Når journalisterne benytter sig af retoriske situationer, hvor *patos* anvendes, kan det skabe en forestilling hos modtageren, som kan få brugerne til at reagere på en bestemt måde, men også bidrage til at forbinde brugerne på Instagram (Hermida & Mellado, 2020, s. 875). Benyttelsen af de bestemte ord, der henviser til, at Mia har været udsat for en forbrydelse kan have indflydelse på brugerens *skemata* og brugerens modtagelse af en nyhed. Overskriften “Gennembrud” kan give brugeren lyst til at læse mere og særligt ved inddragelse af beskrivelserne som “*menneskedele*” (Bilag C 2, s. 2). Disse ord kan påvirke brugeren på Instagram til at engagere sig, hvis nyhedshistorien er relaterbar, hvilket kan være tilfældet, hvis man selv er en kvinde eller selv har unge voksne, der tager i byen om aftenen (Wahl-Jorgensen, 2019, s. 175; 177). Når politibetjenten anvendes på billedet i opslaget, så fremhæver det, hvordan journalisten forsøger at gøre nyheden troværdig og skabe en vis form for spænding hos modtageren, der fortsat skal have lysten til at følge

med i sagen om Mia. En ekspertkilde som politibetjenten kan være et forsøg fra journalistens side at bevare sin egen journalistiske objektivitet ved at bruge udtalelser fra politiet, der konkret kan sætte ord på, hvad politiet ved om sagen, særligt da borgerne kan have en særlig tillid til politiet (Carlson, 2015, s. 3; Walters, 2021, s. 14).

I tilhørende artikel til ovenstående opslag (bilag D 2, s. 2) er overskriften: *“Dele af menneske fundet i en skov”*, hvorefter at det beskrives, at man forventer, at der er tale om Mia.

Politibetjenten som også var på billedet i opslaget (bilag C 2, s. 2) er også fremtrædende i denne artikel. Som det også fremgår i Instagramopslaget, så nævnes i artiklen også overskriften *“dele af menneske”*. Artiklen inddrager billeder fra overvågningskameraer, hvor Mia blev set stige ind i en mørk bil. Det kan derfor tolkes, at artiklen kortlægger og opsummerer, hvad der tidligere er blevet beskrevet og fremhæver derefter nye oplysninger, nemlig at der er *“fundet dele af et menneske”*. Politibetjenten er med i en kort video i artiklen med følgende beskrivelse: *“Vi er af den opfattelse, at Mia er blevet offer for en forbrydelse”* (bilag D 2, s. 2). Desuden fremlægger politiet, at de nu eftersøger vidner til personer, der har været i områderne, hvor der er fundet spor i Dronninglund Storskov. *“Politiet vil gerne i kontakt med personer, der mellem søndag klokken 06.30 og 07.30 har været i området”* (bilag D 2, s. 2). *“De vil også gerne i kontakt med folk, der har været i Dronninglund Storskov mellem mandag klokken 21.45 og tirsdag morgen klokken 05.15.”* (bilag D 2, s. 2). Artiklens tekst indeholder ord som *“sigtede mænd”*, *“vidner”*, *“dele af et menneske”*, *“anholdt”*, *“eftersøgningsarbejde”*, *“spor”* og *“dræbt”*, der henviser til *framenbygningen*, som også var tilfældet i opslaget om et afgørende resultat i sagen, hvilket journalisten kalder for et *“gennembrud”* på Instagram. Ordet *“gennembrud”* er ikke brugt i artiklen, men ovenstående ord i artiklen henviser til *frames* om et afgørende resultat i sagen (bilag D 2, s. 2).

I opslagets kommentarfelt er der en del forskellige kommentarer. En bruger skriver: *“Ikke flere detaljer tak. Tænk på de pårørende der får det smasket i ansigtet af alle dages aviser”* (bilag E 2, s. 3). Brugeren mener, at DR Nyhederne fortæller for mange detaljer uden at tænke på de pårørende til Mia. Noget tyder på, at brugeren bliver påvirket af opslagets detaljer, der henviser til *“dele af kroppen”*. Brugere i kommentarfelterne er ikke blot modtagere af følelser, der kommer til udtryk gennem en nyhed. De kan også give følelserne

tilbage i form af aggressioner, uforståenhed eller vrede i et kommentarfelt (Orgeret, 2020, s. 294). Et andet opråb, der også er bemærkelsesværdigt, er følgende kommentar: *“Femicide! Det er hvad det her er endnu et eksempel på! Mænds vold mod kvinderne er et kæmpe problem! For kvinderne mest men for ALLE i samfundet! Vi skal virkelig oppe vores indsats, kultur og opdragelse!”* (bilag E 2.1, s. 3). Brugerens *skemata* er påvirket til at føle vrede overfor kvinder, der oplever vold, men at man samtidig også bør tænke på *“ALLE”* køn og finde en løsning på opdragelsen, indsatsen og kulturen. Brugeren skriver *“Vi”* og forsøger at beskrive, at vi alle har et ansvar for at gøre noget (bilag E 2.1, s. 3).

En anden bruger efterspørger en *anbefaling af en løsning på problemet*: *“Hvad kan løsningen på det være? Altså man kan ikke gå og frygte sit eget og sine nærmestes liv”* (bilag E 2.2, s. 4). Brugeren inddrager ord som *“frygt”*, der henviser til, at brugerens *skemata* er påvirket til at tro, at der grund til at føle frygt for sit eget eller sine nærmestes liv ud fra dækningen af sagen om Mia. Desuden skriver en bruger: *“#shewasjustwalkinghome”* (bilag E 2.3, s. 4) for at tydeliggøre en uskyldig kvinde, der *“bare”* skulle hjem fra byen med følgende kommentar: *“Endnu et komplet tragisk drab på en kvinde, der bare var på vej hjem.”* (bilag E 2.3, s. 4), hvor endnu et *hashtag* afslutter sætningen: *“#endviolenceagainstwomen”* (bilag E 2.3, s. 4). Der er tale om en bruger, der forsøger at skabe opmærksomhed på et problem gennem et opråb, hvor vold mod kvinder skal stoppes. Her benyttes *hashtags* til at vise sympati og demonstrere, hvordan disse *hashtags* handler om kvinder, der udsættes for overgreb. Ord som *“she”* og *“woman”* i *hashtagget* henviser til en bruger, der mener, at særligt kvinder er udsatte. *Hashtagget* er med til at sætte fokus på *frame-fastlæggelsen* i den journalistiske nyhedshistorie og en *bestemt definition af et problem*, hvor brugerne gennem et *hashtag* kan dele deres forståelser med hinanden (Wahl-Jorgensen, 2019, s. 2, 183, 184). Desuden kan *hashtags* have effekt på at skabe en offentlig opmærksomhed på et problem i samfundet (Potnis & Tahamtan, 2021, s. 1239; Hermida, 2016, s. 5). Den næste kommentar er et politisk opråb fra en bruger (bilag E 2.4). Brugeren beskriver følgende: *“Uretfærdigt og grusomt at en ung kvinde ikke kan komme hjem fra byen i fred og i live”*. og *“(…)det berører mig så dybt”* (bilag E 2.4, s. 4).

Brugeren *tagger* ligestillingsministeren Trine Bramsen på Instagram *“@Trinebramsen please hjælp”*. Denne kommentar henviser til brugerens *skemata*, da brugerens forestillingsunivers

er præget af en overbevisning om, at det er utrygt for kvinder, når de skal gå alene hjem fra byen.

 #shewasjustwalkinghome
Endnu et komplet tragisk drab på en kvinde, der bare var på vej hjem
#endviolenceagainstwomen
14u 2 Synes godt om Svar

 43 Frygteligt..... 😞
14u Svar

 😞😞😞
14u Svar

(bilag E 2.3, s. 4)

 Hvor er det forfærdeligt. Jeg er så ked af det på familiens vegne. Ord slår slet ikke til. De stakkels, stakkels mennesker. ❤️
Hvor er det uretfærdigt og grusomt at en ung kvinde ikke kan komme hjem fra byen i fred og i live. Det berører mig så dybt. Nu MÅ der blive forebygget bedre i forhold til kvindedrab. @trine.bramsen please hjælp 🙏🙏
Åh jeg glæder mig ikke til at fortælle dette til min datter, som har fulgt meget med. ❤️
Det gør mig så ondt at vi skal blive ved med at lære vores børn at fremmede mennesker potentielt er farlige med ondt i sinde.
Grusomt!!
Håber at de der findes skyldige rådner op i et langt, smertefuldt, ensomt, indelukket og meningsløst, rædselsfuldt liv. ❤️
28u 8 Synes godt om Svar

(bilag E 2.4, s. 4)

Denne måde at *tagge* politikere på kan have haft betydning for den journalistiske-dagsorden, der er interesseret i, hvad er relevant og interessant hos den *offentlige-dagsorden*, hvor den *politiske-dagsorden* nu bliver relevant for modtageren. Men brugeren nævner også, at sagen “berører” brugeren (bilag E 2.4, s. 4). Her kan journalisten tænke *dagsordensfastsættelsen* med ind i sine *gatekeeping-beslutninger*. For de kommende analyseafsnit indeholder *frames*, der handler om berørte borgere og en politisk handleplan for drab på kvinder. Hvor det kunne tænkes, at brugernes kommentarer kan have haft indflydelse på disse *frames*.

Opsummering

Det startede som en eftersøgning af en forbrydelse og nu er der kommet et gennembrud i sagen, hvor *frame-opbygningen* handler om et vigtigt resultat i sagen om drabet på Mia. Det er tydeligt, hvordan *frame-fastlæggelsen* har indflydelse på brugerens *skemata* og vækker følelser af vrede og utryghed. Brugernes *skemata* er påvirket af, at særligt kvinder er udsatte i samfundet. Beskrivelsen af, at der er fundet “*dele af et menneskelig*” kan være skræmmende for brugeren og kommentarfeltet er præget af en frygt, hvilket bliver tydeligt, når en bruger også vælger at benytte sig af *hashtags* for at gøre opmærksom på et problem i samfundet

(bilag E 2.3, 2.4, s. 4). Isin & Ruppert (2015) nævner, at *talehandlinger* også foregår online som *digitale handlinger*, og her forsøger flere brugere at råbe højt i et kommentarfelt (Isin & Ruppert, 2015 s. 59, 66). Disse dialoger i kommentarfeltet, hvor brugerne interagerer med hinanden, bidrager til socialiseringen på Instagram (Bessarab et al, 2021, s. 20, 21).

Samtalerne går ikke ubemærket hen hos journalisterne. Først og fremmest er det tydeligt i kommentarfeltet, hvordan brugerne opfatter nyheden, og hvordan nyhedens *definition af et bestemt problem og anbefaling af, hvordan problemet det løses*, henviser til en *frame hos modtageren*, der i højere grad handler om en utryghed hos modtageren, som også var synligt i analysens del 1 i kommentarfeltet (bilag E 1, s. 2). Instagram bliver et værktøj hos politiet til at indsamle information fra borgerne, som politiet har brug for i efterforskningen af sagen (Uldam & Hänska-Ahy, 2021, s. 589). Der foregår en fortælling, der giver brugerne mulighed for at kommentere på emnet, hvilket giver journalisten en mulighed for strategisk at have en idé om, hvad brugerne interesserer sig for, der kan bringe journalisten til en videre udvikling af historien (Blach-Ørsten, 2021, s. 208; Tandoc & Vos, 2015, s. 961). Den feedback som DR og TV 2 modtager i kommentarfeltet kan journalisten benytte sig af i nyhedsproduktionen, men det udfordrer også den journalistiske praksis, da *netværks-offentligheden* stiller sig kritiske, blandt andet når brugerne kommenterer, at de synes, at der er for mange detaljer omkring sagen (Tandoc & Vos, 2015, s. 963). I de kommende afsnit vil jeg netop fremhæve, hvordan der muligvis foregår en journalistisk *dagsordensfastsættelse*, som *frames* på baggrund af *netværks-offentlighedens frames* i kommentarfeltet. De kommende *frames* handler blandt andet om berørte borgere, utryghed og en trang til at beskytte sig selv, når man som kvinde går alene hjem fra byen (Dearing & Rogers, 1996, s. 2, 8; Entman, 2015, s. 117).

6.3 Del 3. Berørte og bekymrede borgere

D. 11. februar laver TV 2 et opslag, der viser, hvordan borgere mindes Mia og Oliver, der begge forsvandt samme aften. Dette med overskriften: "*Til minde om Mia og Oliver*". (bilag C 3, s. 3). Oliver var en ung mand, der gik bort samme aften i Aalborg, men man fandt ud af, at sagen om Mia og sagen om Oliver ikke havde noget med hinanden at gøre (bilag C 3, s. 3).

Mia blev sidst set på overvågningskameraet foran Netto i Jomfru Ane Gade i Aalborg. Det var ude foran Netto, at Mia forsvandt og derfor bliver Netto anset som gerningsstedet. Der anvendes et billede af en mand, der står med en Nettopose og lægger blomster ude foran

gerningsstedet. Den Netto i Aalborg, hvor Mia stod ude foran og ventede på en taxa, forbindes nu med Mias forsvinden. I teksten til opslaget står følgende: "*Mange berørte borgere mindes hende*" (bilag C 3, s. 3). Her bruger journalisten af nyhedshistorien beskrivende ord som: "*berørt*", "*lys og blomster*", "*mindes*" og "*døden*". Disse beskrivelser fremhæver opslagets *frame*, som henviser til en sorg hos borgerne (bilag C 3, s. 3). Journalisten af nyhedshistorien i opslaget bruger *patos* i teksten ved at benytte sig af bestemte ord og dybe beskrivelser som: "*lys og blomster pryder muren*" (bilag C 3, s. 3). Når journalisten benytter sig af billeder med lys og blomster, så *konnoterer* det, at der er foregået et drab på stedet. I dette tilfælde var det gerningsstedet for Mias forsvinden, da der blev fundet dele af et lig i en skov. *Multimodaliteten* i dette Instagramopslag kan give en forståelse af, hvordan noget repræsenteres hos modtageren, og hvordan modtageren vil reagere på dette (Chouliaraki, 2006, s.154).



tv2nyhederne TIL MINDE OM MIA OG OLIVER 🕯️

Lys og blomster pryder muren foran en Netto-butik i Aalborg. Det var her, 22-årige Mia Skadhauge Stevn natten til søndag satte sig ind i en bil efter at have været i byen i Jomfru Ane Gade. Det var sidste gang, hun blev set i live.

Mange berørte borgere mindes hende og 21-årige Oliver Ibæk Lund, der også forsvandt efter en bytur natten mellem torsdag og fredag i sidste uge.

Politiet betragter nu begge unge mennesker som afgået ved døden.

"Mia og Oliver – Vi tænker på jer! ❤️" står der på et stort skilt over blomsterne.

Billeder: Bo Amstrup/Ritzau Scanpix

Vis alle 308 kommentarer



(Bilag C 3, s. 3)

McCrow-Young (2021) beskriver, hvordan emner som død og sorg i højere grad bliver *medieret* på Instagram, da sorg og hyldest er et udviklende fænomen, der finder sted på mediet (McCrow-Young, 2021, s. 24). Instagrams visuelle funktioner tillader, at opslag som disse kan skabe opmærksomhed og her forsøger journalister samtidig at tilpasse sig disse

eksisterende brugskulturer, når det omhandler mindehøjtideligheder og borgeres reaktioner på handlinger som drab på kvinder (McCrow-Young, 2021, s. 24; Bossio, 2021, s. 4). Dette opslag belyser, hvordan gerningsstedet bliver et sted, hvor blomster og lys får lov til at symbolisere, at de to afdøde ikke er glemt, hvilket kommer til udtryk på et skilt over blomsterne, hvor der står: *“Mia og Oliver - Vi tænker på jer! <3”* (bilag C 3, s. 3). Opslaget er et album, hvor der er flere billeder af gaden. Hvor ét af billederne fremhæver, hvordan en kvinde går forbi og kigger ned på blomsterne, hvilket også henviser til *ramen* om de berørte borgere, hvor det sørgelige kommer tæt på. *Frame-opbygningen* er til at få øje på i opslagene på Instagram, for det er her, at journalisterne forsøger at få nyheden til at skabe en fortælling med flere billeder. Instagram er et sted, hvor storytelling har betydning for nyhedslæsningen og engagementet på Instagram, hvilket flere billeder i et opslag kan bidrage med (Byrd & Denney, 2018, s. 47).

TV 2's artikel har overskriften: *“Berørte borgere strømmer til forsvindingssted i Aalborg: - Jeg føler virkelig med dem”* (bilag D 3, s. 2). Artiklen inddrager følelsesmæssige sætninger og *patos* i overskriften som: *“Berørte borgere”* og *“føler virkelig med dem”* (bilag D 3, s. 2). I overskriften benytter journalisten et citat fra en kilde for at forstærke *patos* (bilag D. 3.1, s. 3). En journalist står ude foran den Netto-forretning, hvor Mia sidst blev set og rapporterer. Artiklen og Instagramopslaget bruger gerningsstedet, hvor Mia sidst blev set til at fremhæve det sørgelige, når journalisten først vælger at bruge billeder og beskrivelser fra stedet efter, at der er blevet lagt blomster og lys ude foran. Journalisten der rapporterer fra stedet fremhæver, at borgerne i Aalborg er bekymrede og stiller følgende spørgsmål: *“Kan man som ung kvinde gå alene hjem fra byen i sikkerhed?”* (bilag D 3.1, s. 3). Sætninger og ord som *“ung kvinde”*, *“alene hjem fra byen”* og *“sikkerhed”* fremhæver en *frame-opbygning* samt en *bestemt definition af et problem*, der henviser til, at borgerne er bekymrede for at gå alene og er berørte af drabet på Mia. Journalisten er alvorlig i sin stemme. Journalisten taler højt og forsøger at benytte *ethos* for at overbevise læseren om, at politiet er på sagen. Journalisten fortæller, at hun har talt med politiet, og at man stadig mangler henvendelser i sagen, der kan føre politiet på sporet. Journalisten benytter derudover faktabaseret viden omkring Mias forsvinden og tidsangivelser for hendes forsvinden, hvilket fremhæver *ethos*. Journalisten interviewer to andre kvinder, som står ude foran Nettoen (bilag D 3.2, 3.3, s. 3). Kvinderne citeres i artiklen, hvor der er et tilhørende billede af dem. I teksten beskriver journalisten, at

den ene kvinde er: *“Utryk ved at gå alene hjem fra byen”* (bilag D 3.2, s. 3). Ord som *“utryk”* er noget, der *framer* artiklen hen mod bekymrede borgere, der er påvirket af sagen om Mia. Kvinderne frygter at gå alene hjem fra byen og samtidig er kvinderne berørte over Mias død, hvilket også her henviser til berørte og bekymrede borgere, som også var *framen* i Instagramopslaget (bilag C 3, s. 3).

Kvinden som bruges som kilde i artiklen (bilag D. 3.3, s. 3) citeres: *“Jeg kan bare ikke komme videre nu. Jeg bliver siddende og kigger på de lys. Det er simpelthen så forførdeligt, og jeg føler så meget med de pårørende”* (bilag D 3.3, s. 3). Her beskriver journalisten af artiklen detaljeret, hvilke blomster kvinden har lagt foran Nettoen. *“Hun har lagt tre buketter af lyserøde og lilla roser og hyacinter”* (bilag D 3, s. 2). Denne beskrivelse henviser til, at journalisten forsøger at bruge beskrivelser til at dramatisere historien og benytte sig af dybdegående beskrivelser. Journalisten bruger også følelser i artiklen, når journalisten benytter citater, hvor borgere taler om deres følelser, som journalisten *re-medierer* i artiklen for at gøre historien levende (Wahl-Jorgensen, 2019, s. 12; Hermida et al. 2012, s. 816; Wahl-Jorgensen, 2013, s. 142). Kvinden benytter en del følelsesmæssige ord som: *“Jeg har slet ikke kigget nogle i øjnene, fordi så knækker jeg helt.”* (bilag D 3.3, s. 3). Det er en beretning, hvor *frame-opbygningen* af artiklen henviser til berørte borgere, hvor *patos* endnu engang står prioriteret højt for at påvirke læseren af artiklen til at forstå, hvordan denne sag fylder meget hos andre kvinder. Journalisten benytter de to kvinders citater til at fortælle modtageren af nyhedshistorien om de berørte og bekymrede borgere på gaden i Aalborg (bilag D 3.2, 3.3, s. 3). Artiklens tekst er præget af billedsprog som: *“Blomster og lys præger det sted foran Netto på Vesterbro i Aalborg, hvor 22-årige Mia Skadhauge Stevn natten til søndag satte sig ind i en bil”* (bilag D 3, s. 2). Hvilket gentages flere gange et par linjer under. *“Fredag morgen er stedet præget af et hav af blomster, lys og hilsner til ære for Mia”* (bilag D 3, s. 2). *“Netto-butikken ved siden af er tømt for blomster, som i stedet er placeret uden for butikken”* (bilag D 3, s. 2). Teksten benytter en metafor, hvor dét at fortælle, at Netto er tømt for blomster og et hav af blomster præger stedet, henviser til *frame-opbygningen* om, at mange borgere er berørte af situationen. Herefter kommer interviewet, hvor kvinden, der benyttes som kilde i historien citeres: *“Svært at gå forbi uden næsten at fælde en tåre.”* (bilag D 3.2, s. 3), *“Det er meget rørende og meget tragisk”* (bilag D 3.2, s. 3) og *“Jeg er ikke sikker ved at skulle gå hjem”* (bilag D 3.2, s. 3). Beskrivelser som *“tåre”*,

“rørende”, “tragisk” og “jeg er ikke sikker” henviser til *frame-opbygningen* om berørte og bekymrede borgere. Opslaget på Instagram (C 3, s. 3), der henviser til denne artikel, benytter sig også af *frame-opbygningen* om berørte borgere, men opslaget har i højere grad fokus på at beskrive gerningsstedet foran Netto. Artiklen inddrager mere *patos* i teksten, da kildernes udtalelser forstærker *patos* og *rammen* om sorgen og bekymringen for at gå alene. *Bekymrings-rammen* er ikke tydelig i opslaget, men den kommer til tydeligt til udtryk i den kommende analyse del 4, som jeg vil uddybe længere nede.

Brugernes kommentarer til opslaget (bilag C 3, s. 3) er præget af emojis, der henviser til sorg (bilag E 3, s. 5). Gennem kommentarfeltet kondolerer brugerne og beskriver hele situationen som “tragisk”, “trist”, “sørgeligt”, “forfærdeligt”, “skrækkeligt”, “græder”, “meningsløst” og “ked af det” (bilag E 3, s. 5). *Frame-fastlæggelsen* hos brugeren handler om sorg, hvilket er gennemgående i kommentarfeltet. Brugernes *skemata* er påvirket af teksten i opslagets *patos*. En bruger skriver: “Mit hjerte græder” (bilag E 3, s. 5), som henviser til, at brugeren er berørt af situationen. I kommentarfeltet benyttes også en del emojis som lys og roser, hvilket henviser til, hvordan lys og blomster *konnoterer*, at en person er død, hvor brugerne mindes personen eller kondolerer med disse emojis (bilag E 3, s. 5). En bruger beskriver i kommentarfeltet, at brugeren selv har to børn, og at brugerens tanker flyver, hvilket henviser til, at brugeren sætter situationen i perspektiv til sit eget liv: “Det knuser mit hjerte, da jeg selv har to unge børn i Ålborg, bor der ikke selv, så tankerne flyver. Pas på jer selv unge mennesker” (bilag E 3, s. 5). Brugeren henviser til, at de unge mennesker nu bør passe på. Det tyder på, at *frame-fastlæggelsen* om berørte borgere og en bekymring kommer til udtryk hos brugeren, da brugerens *skemata* er påvirket til at tro, at man bør bekymre sig og passe på, når man som ung færdes i byen.

Opsummering:

Når journalisten fremhæver det følelsesmæssige sprog, så anvendes det i høj grad til at få publikums opmærksomhed og skabe engagement på Instagram ud fra *frame-opbygningen* (Pantti & Wahl-Jorgensen, 2021, s. 1570; de Vresse, 2005, s. 51). Der foregår en følelsesmæssig forbindelse mellem brugeren og Instagramopslaget, hvor brugerne kan udtrykke deres egne følelser i kommentarfeltet ud fra *frame-fastlæggelsen* (Aldous et al. 2022, s. 1; de Vresse, 2005, s. 51). Flere brugere benytter sig af følelsesmæssige ord og

emojis til at beskrive, hvordan de har det. Når brugernes følelser aktiveres i en nyhedshistorie, så har det også indflydelse på, hvordan brugeren husker og behandler den information, som brugeren får. Den journalistiske nyhedshistorie bliver relaterbar ved et følelsesmæssigt sprog, som kommer til udtryk gennem kildernes udtalelser i artiklen. Her kan det følelsesmæssige sprog have betydning for den opmærksomhed som nyhedshistorien får hos modtageren (Kotisova, 2019, s. 8). Det kan være et forsøg fra journalisten om at forsøge at bevare sin objektive rolle ved at inddrage et følelsesmæssigt sprog, men også for at dække en nyhed, som har effekt på engagementet på Instagram (Bachleda & Soroka, 2021, s. 125). Coen & Bull (2021) mener dog, at der ikke er tale om reel objektiv journalistik, da journalisten specifikt og bevidst dækker en begivenhed, hvor kilder, citater, ord og billeder er nøje udvalgt gennem den journalistiske *gatekeeping-proces* (Coen & Bull, 2021, s. 310, s. 311). Den journalistiske nyhedshistorie er ikke tilfældigt lagt på Instagram, da sociale medielogikker har indflydelse på, hvilke nyheder, som bliver slået op på Instagram. Den journalistiske nyhed er tilpasset ud fra idéen om, hvad *netværks-offentligheden* interesserer sig for på Instagram (Walters, 2021, s. 13). Brugere får gennem deres *digitale talehandling* i kommentarfeltet muligheden for at bruge ord, der kan indeholde *frames hos modtageren* og påvirke andre brugeres *skemata* (Entman, 2015, s. 117). Kommentarfunktionen bidrager til, at brugere netop kan forstærke, registrere eller sprede deres forståelser og følelser med den resterende *netværks-offentlighed* (Boyd, 2010, s. 43). Artiklen og opslaget beskriver, hvordan en række journalistiske normer og praksisser kommer til udtryk på Instagram, og de retoriske journalistiske strategier som at inddrage det følelsesmæssige sprog bidrager til en øget opmærksomhed i kommentarfeltet. Hermida & Mellado (2020) har undersøgt, hvordan der befinder sig en række journalistiske normer og praksisser på Instagram. Her tilpasser journalistikken sig normen for journalistik ved at levere øjeblikkelige og aktuelle nyheder (Hermida & Mellado, 2020, s. 873). Forskning tyder på, at journalistikken er blevet mere beskrivende, og at følelsesmæssige ord og beskrivelser spiller en stor rolle i de journalistiske nyhedshistorier i dag (Strömbäck & Karlsson, 2011, s. 646). Dette er tydeligt gennem denne del af analysen, men kommer også til udtryk i analysens del 4 og 5. Journalisten benytter sig særligt af ord, der *framer teksten* til at handle om berørte borgere og bekymringer. En bruger sætter sagen i perspektiv til sit eget liv, da hun selv har to børn, hvilket henviser til, hvordan *ramen i teksten* bliver den samme *frame-fastlæggelse*, der går igen hos modtagerens fortolkning og evaluering af den journalistiske nyhedshistorie. Når

denne bruger skriver “*pas på*” (bilag E 3.1, s. 3) kommer *framen hos modtageren* om en utryghed og følelse af at skulle beskytte andre eller sig selv til udtryk. Brugeren bidrager med online evalueringer, som journalisten kan benytte i de journalistiske *gatekeeping-beslutninger*. Næste opslag handler om, hvad borgerne gør for at beskytte sig selv. Måske brugeren i dette opslag kan kalde sig selv for *prosumer*? Sagen udvikler sig til at inddrage flere vinkler og dagsordener, som tidligere har været emner i de tidligere Instagramopslags kommentarfelter (Jensen & Bechmann, 2021, s. 569, 570; Kristensen, 2021, s. 232; Bruns, 2011, s.132).

6.4. Del 4. Utryghed

TV 2 Nyhederne lægger et nyt opslag ud d. 12. februar: “*Utryghed*” (bilag C 4, s. 4, 5). Opslaget fokuserer på kvinder, der føler sig utrygge. Her eksperimenterede journalisten af nyhedshistorien med Instagrams funktioner, hvor journalisten havde mulighed for at lave et album med flere billeder i stedet for blot et billedeopslag. Et album kan fungere som en måde, hvor det er nemmere at fortælle en historie, fordi der kan inddrages flere billeder og tekster på billederne, som også var tilfældet i analysens del 3. Her har journalisten forsøgt at benytte citater og *storytelling* (Byrd & Denney, 2018, s. 47).

 Synes godt om fra miatheresewagner og 5.996 andre

tv2nyhederne Utryghed ⚠️

Mange kvinder tager forholdsregler, når de færdes ude om natten.

På sociale medier deler folk deres medfølelse og frygt for at færdes alene om natten, ligesom hashtagget [#textmewhenyougethome](#) er begyndt at trende.

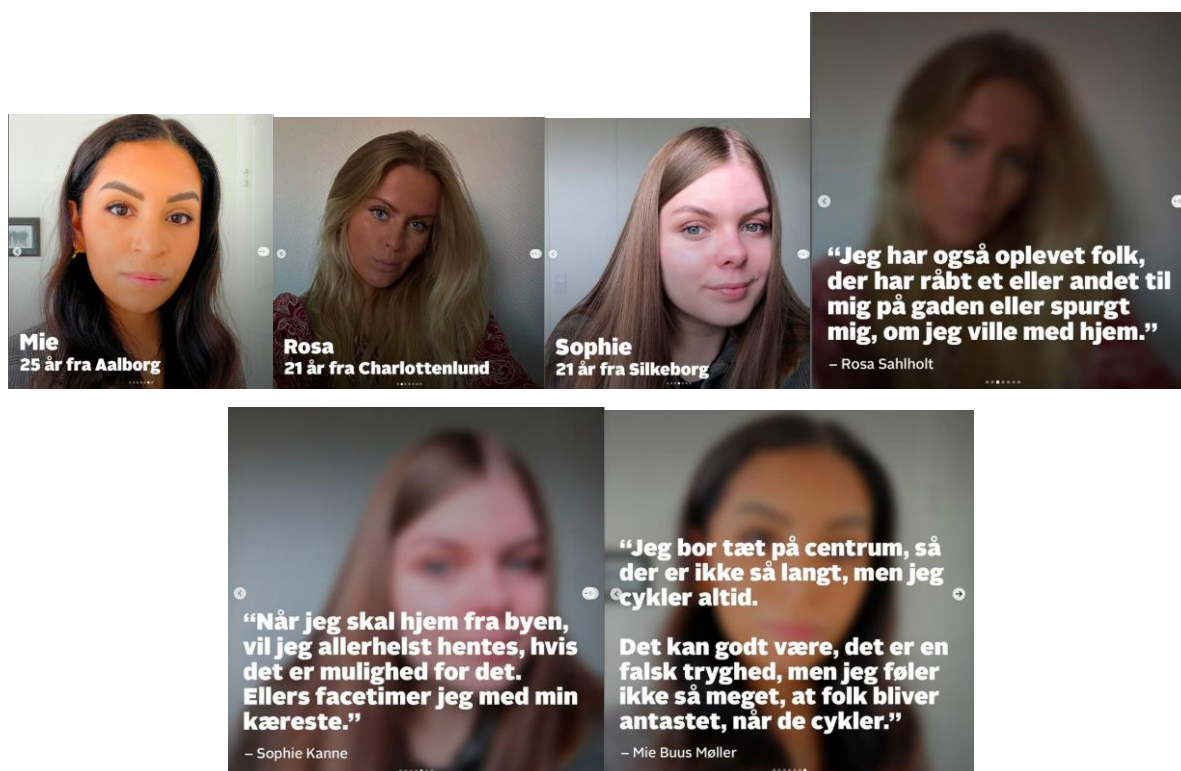
For selvom man ifølge statistikkerne ikke skal frygte at blive dræbt på vej hjem fra byen, er den slags sager med til at plante en frygt. Det bekræfter en række kvinder, TV 2 har talt med.

Swipe og læs nogle af deres bekymringer. Du kan se hele artiklen via link i bio. 📱 Ólafur Steinar Rye Gestsson/Ritzau Scanpix

Vis alle 228 kommentarer

12. februar





(Bilag C 4, s. 4, 5)

I opslaget har journalisten fået fire unge kvinder til at stå frem og fortælle om deres oplevelse om at gå alene hjem som kvinde. Her starter overrubrikken på Instagramopslaget ud med en beskrivelse af *frame-opbygningen*, der handler om utrygheden hos kvinder, der er opstået i kølvandet af drabet på Mia. Overskriften lyder: “Kvinder er utrygge, når de skal hjem fra byen” og et citat på billedet “- De råber efter mig, eller spørger om jeg vil med hjem” (bilag C 4, s. 4, 5). “Råber efter mig” bidrager til en *fortolkning af årsager*, hvor det tolkes, at en af årsagerne til, at kvinderne føler sig utrygge, er når de bliver råbt ad på gaden. Opslagets *multimodalitet* og *frame-opbygning* forsøger at skabe en fortælling mellem kvinder, der står frem med deres ansigter på billederne med tilhørende citater, der repræsenterer kvinder som “*utrygge*” gennem deres *digitale talehandling* i citaterne (de Vreese, 2005, s. 51; Chouliaraki, 2006, s.154). Overskriften i opslagets tekst “*utryghed*” med tilhørende ‘fare-emoji’ fortæller brugeren, der læser opslaget, at der er fare på færde og *konnoterer* en advarsel. *Frame-opbygningen* kommer til udtryk gennem hele opslaget. At færdes i byen om aftenen og natten fremhæves som et “*utrygt*” sted at være, hvilket kommer til udtryk ud fra kvindernes beretninger og deres beskrivelse om at tage forholdsregler, når de færdes alene

om aftenen. Disse *frames* kan få betydning for modtageren *skemata*, da kvinder kan forestille sig at være nødsaget til at beskytte sig selv. I analysens del 3. lød ordene fra en bruger i kommentarfeltet "*pas på*", som særligt kommer til udtryk i dette opslag, da der kommer en række *anbefalinger omkring, hvordan problemet skal behandles* ved benyttelse af de citater, der anvendes i opslaget som f.eks.: "*Jeg cykler altid*" (bilag C 4, s. 4, 5).

I brødteksten til opslaget (bilag C 4, s. 4) "*Mange kvinder tager forholdsregler, når de færdes ude om natten*", benyttes "*mange kvinder*" til at fremhæve, at der er tale om et større problem. Ordet "*kvinder*" henviser til, at det udelukkende er kvinder som det handler om i artiklen, og det er kvinder journalisten vælger at citere i både artiklen og opslaget. Den *konative funktion* og en *navigational tværmedialitet* kommer til udtryk, når journalisten instruerer, at brugeren kan "*swipe*" og læse mere (Thorlacius, 2018, s. 165; Sandvik, 2021, s. 528). "*Swipe og læs om nogle af deres bekymringer*" (bilag C 4, s. 4). "*Bekymringer*" henviser til tidligere *frame* i kommentarfeltet i analyse del 3., men også til den *frame-opbygning* i dette opslag, der handler om utryghed. I citaterne beskriver kvinderne, at de føler sig utrygge, når går om aftenen på gaden. Denne type drab på kvinder, som var tilfældet med Mia, er noget, der skaber frygt for, at det sker for andre unge kvinder, hvilket kvinderne selv beskriver i citaterne (bilag C 4, s. 5). Endnu engang henvises til den *konstruktive* journalistiske praksis, hvor journalisten kan have overvejet at få flere af offentlighedens perspektiver ind i journalistikken for at kunne dække nyheder, der rummer flere meninger og forståelser af problemet som *frames*, der handler om utryghed (Hermans & Gyldensted, 2019, s. 536). Den ene kvinde kommer med en anbefaling til *en løsning på problemet* ved at fortælle, at hun cykler om natten i stedet for at gå (bilag C 4, s. 5). En anden kvinde fremhæver, at hun facetimer med sin kæreste (bilag C 4, s. 5). Kvinderne fremhæver, at de selv går med frygten og forsøger at blive hentet, cykler hurtigt eller facetimer, hvis de er alene om natten. Disse udtalelser fra kvinderne kan påvirke modtagerens *skemata*, så modtageren forestiller sig at være nødsaget til at være bevidst om de muligheder, der er for at beskytte sig selv, da brugerens *skemata* kan være påvirket af at frygte for at gå alene. Kvinderne i Instagramopslaget påvirker opslaget *patos*. *Frame-opbygningen* ud fra citaterne kan påvirke *frame-fastlæggelsen*, hvis brugerne evaluerer og får en følelse af denne utryghed, som kvinderne i opslaget beskriver. Citaterne fra kvinderne i opslaget er også præget af *ethos*, da det påvirker modtageren til at blive overbevist om, at man bør beskytte sig selv ved at

cykle hjem i stedet for at gå. Selvom kvinderne benyttes som kilder, så deler de deres erfaringer og står frem med deres egne oplevelser gennem en *digital talehandling*, hvor der sættes fokus på *en definition af et bestemt problem* (Isin & Ruppert, 2015 s. 53). I journalistens brødtekst til opslaget perspektiveres desuden til en sag fra 2021, hvor en kvinde i Storbritannien blev dræbt, og hvor *hashtagget* #TextMeWhenYouGetHome gik viralt verden over (Albrechtsen, 2021). Sagen om drabet på Mia genfortæller via dette *hashtag*, en historie om kvindedrab, hvilket sætter fokus på *en bestemt definition af et problem*, der ikke kun eksisterer i Danmark, men er *en bestemt definition af et problem*, der foregår i andre dele af verden. Her bidrager TV 2 ved at gøre opmærksom på *hashtagget*. *Hashtags* benyttes ofte til at skabe offentlig opmærksomhed på et problem, hvilket hurtigt kan hjælpe brugeren til at forstå, hvad sagen drejer sig om (Potnis & Tahamtan, 2021, s. 1235; Hermida, 2016, s. 5). Når TV 2 bruger dette *hashtag*, så kan der desuden perspektiveres til deres profilttekst i præsentationsfeltet på TV 2's Instagramprofil: "*Alt det, vi deler.*", da det kan være et forsøg fra TV2's side at vise brugerne, at de som journalistisk nyhedsmedie gerne vil dele de journalistiske oplevelser og sætte fokus på et bestemt problem i *kollaboration* med brugerne på Instagram. *Hashtagget* viser, hvordan *digitale talehandlinger* også her kan være opråb på Instagram, når en krise har fundet sted (Isin & Ruppert, 2015 s. 53; McCrow-Young, 2021, s. 24). TV 2 tager et emne op, der kalder på handling og på *en løsning af et bestemt problem*. TV 2 sætter fokus på et problem som offentligheden ser som nyhedsværdigt ud fra tekstens *salience*, dette er tydeligt, at utryghed gentagende gange i kommentarfelterne til tidligere opslag, at de unge skulle passe på, eller at kvinderne burde gå med peberspray (bilag E 3.1, E 1.2). Derfor har journalisten af nyhedshistorien opvejet, hvordan nyheden formidles, så den samtidig lever op til *netværks-offentlighedens salience* (Blach-Ørsten, 2021, s. 208; Dearing & Rogers, 1996, s. 8).

I den tilhørende artikel (bilag D 4, s. 4) er *frame-opbygningen* også unge kvinders utryghed i nattelivet. Det første opslags kommentarfelt i analysens del 1 (bilag C 1, E 1.2) handlede allerede her om anbefalinger til *en bestemt løsning på problemet*. Her anbefalede en bruger, at kvinder kunne gå med peberspray, når kvinderne gik alene om aftenen. Nu har journalisterne selv valgt at sætte fokus på kvinders utryghed og artiklens overskrift lyder: "*Kvinder er utrygge, når de skal hjem fra byen – klar til at ringe 112 og bruge nøgler i selvforsvar*" (bilag D 4, s. 4). Det er en måde at fremhæve *en løsning på et problem*. Ord som

“112”, “*selvforsvar*” og “*nøgler*” henviser til at beskytte sig selv. Det bliver *en anbefaling af, hvordan problemet om “utryghed” hos kvinder kan løses*. TV 2 anvender ord som “*utryghed*” og “*selvforsvar*”. *Utryghed* er en følelse og *selvforsvar* er en handling eller *en anbefaling til at løse problemet*. Øverst i artiklen er der billeder af de fire unge kvinder, som også var på Instagram, hvor billederne forestiller deres egne profilbilleder på de sociale medier. De anvendes blandt andet på TV 2’s Instagramprofil i opslaget (bilag C 4), men den ene kvinde i artiklen er ikke med i Instagramopslaget (bilag D 4.1, s. 4). Artiklen uddyber Instagramopslagene yderligere og informerer om en *moralsk evaluering*, der handler om, at sagen om Mia giver anledning til et fokus på utryghed i nattelivet. En af rubrikkerne lyder således: “*Mange kvinder tager forholdsregler, når de færdes ude om natten*” (bilag D 4, s. 4). Her er det konstateret, at der bliver taget forholdsregler. Jo mere modtagerens *skemata* påvirkes af denne *frame-opbygning*, jo mere berørt og påvirket kan modtageren være af den journalistiske nyhedshistorie. Journalisten beskriver, at det tyder på, at Mia “*bare var på det forkerte sted på det forkerte tidspunkt*” (bilag D 4, s. 4), hvilket henviser til, at det kunne være sket for enhver kvinde, og nu er journalisten interesseret i at høre, hvad andre kvinder gør, når de skal hjem fra byen om natten og bruge deres erfaringer som citater i artiklen. Midt i artiklen er der en afstemning fra TV 2, der lyder: “*Har du følt dig utryg, når du er gået alene hjem om aftenen?*” Ordet *utryghed* bliver et ord, der igen anvendes i denne sammenhæng (bilag D 4.1, s. 4). Her svarer 44 procent “*ofte*” i afstemningen.

I både artiklen (bilag D 4, s. 4) og i opslaget (Bilag C 4, s. 4) nævnes det, at der på de sociale medier er folk, der deler deres medfølelse og frygt for at gå alene om natten ved at bruge hashtagget *#textmewhenyougethome*, hvilket journalisten i artiklen beskriver som en “*trend*”. Ord som “*tryghed*”, “*utryghed*” og “*frygt*” er ofte nævnt i artiklen, og det kommer også til udtryk i citaterne fra kilderne (bilag D 4, s. 4). De spørgsmål som journalisten stiller i et interview, er ikke synligt i en artikel, men man kan overveje, om ordene gentager sig hos interviewpersonerne, og om de ord som journalisten bruger i spørgsmålene til interviewet med kvinderne, der står frem, har påvirket deres forestillinger og evaluering og haft indflydelse på de ord kvinderne selv vælger at bruge, når de udtaler sig til journalisten. Kvindernes udtalelser også er inddraget i opslaget på Instagram (bilag C 4, s. 4), og her er det interessant at undersøge, hvorvidt de samme ord endnu engang vil komme til udtryk i

kommentarfeltet som et resultat af at have effekt på *frame-fastlæggelsen* og modtagerens *skemata* ud fra de anvendte *frames* (Entman, 2015, s. 117).

I artiklen er der *patos* til stede i citaterne fra kilderne og særligt i en af udtalelser fra en kvinde, der beskriver følgende: “*Hvad nu hvis jeg var den ene?*”. Det er en sætning, der er præget af frygt hos en kvinde på 21 og sætter drabet på Mia i perspektiv til sit eget liv (bilag D 4, s. 4). Kvinden der citeres beskriver, at hun kun var 16 år, da utrygheden ramte hende i kølvandet på en lignende sag, hvor en anden kvinde forsvandt og blev fundet død. Kvinden i artiklen nævner, at hun helst vil hentes fra byen eller facetimer med sin kæreste, når hun er alene (bilag D 4, s. 4). Her er en *fortolkning af årsager af problemet*, da hendes utryghed er opstået efter, at hun har hørt om lignende sager før, hvor kvinder er forsvundet. TV 2 bruger en overskrift i artiklen “*Mobiler, nøgler og cykler*”, som er en henvisning til *en løsning på problemet*, og en metode som mange af kvinderne benytter sig af for at passe på sig selv. Artiklens *frame-opbygning* henviser ikke kun til utryghed, men også til selvforsvar, da det er de *løsninger på problemet* som mange af kvinderne udtaler sig om og kommer med eksempler på (bilag D 4, C 4). Desuden beskrives det i artiklen, at Mias forsvinden “*påvirker byen*” (bilag D 4), hvilket henviser til *ramen* i analysens del 3. om berørte og bekymrede borgere.

En anden underrubrik i artiklen lyder: “*Byen er blevet farligere*” (bilag D 4, s. 4), hvilket også henviser til *ramen* utryghed. I artiklen bruger journalisten igen et billedligt sprog, hvor kvinder beskriver de metoder som de bruger, for at føle sig trygge. En af disse metoder, der nævnes er “*nøglerne knyttet i hånden*” (bilag D 4, s. 4). Nøglen *konnoterer* beskyttelse hos kvinderne og er *en anbefaling af, hvordan problemet skal behandles*. De personlige og følelsesmæssige historier som kvinderne selv fortæller kan være med til, at modtageren i høj grad har lyst til at læse historien, da det handler om andre kvinders beretninger, hvilket kan være relaterbart og ikke blot journalistens egne erfaringer (Wahl-Jorgensen, 2019, s. 2; Wahl-Jorgensen, 2019, s. 183, 184).

Længere nede i artiklen efter kvindernes udtalelser, så har journalisten inddraget en ekspertkilde i artiklen, der er konsulent i voldsforebyggelse og har udtalt sig til Politiken. Konsulenten betegner situationen som et “*problem*” i samfundet. “*problemet bør tages*

alvorligt” (bilag D 4, s. 4). Journalisten benytter sig desuden af en ekspertkilde, der er forkvinde for Dansk Kvindesamfund, som har udtalt sig til DR som TV 2 vælger at tage med i artiklen. Forkvinden kommer med en *løsning på problemet* og hun har et særligt fokus på kvindens sikkerhed. *“Vi skal snakke med kvinder om, hvordan føler vi os sikre, og mænd skal forstå, at de har et ansvar i forhold til at ændre den her adfærd.”* (bilag D 4, s. 4). Artiklen med disse udtalelser indeholder en *fortolkning af årsager til problemet*, der handler om, at mænds adfærd er skyld i, at kvinder ikke føler sig sikre. Samtidig nævnes en *løsning på problemet*, der handler om, at adfærden skal ændres, og at kvinder skal tale sammen om, hvordan kvinderne kan føle sig sikre, når de går alene. Der sker her differentiering i kønnet, hvor det handler om en forskel på kønnet og deres individuelle roller. Dette fremhæver nogle *frames i kulturen*, der afspejler sig i teksten ud fra, hvordan mænd og kvinder anses som forskellige, når det kommer til utryghed i nattelivet. Artiklen inddrager til sidst et citat fra ligestillingsministeren Trine Bramsen, der siger følgende: *“Det er bedrøveligt, at der i 2022 er kvinder, der bliver dræbt, ‘fordi de er kvinder’”* (bilag D 4, s. 4). Ministeren nævner en handleplan, som en *anbefaling af, hvordan problemet kan løses*, hvilket skal gøre op med umotiverede mod på kvinder og partnerdrab. Disse udtalelser kommer ikke med i opslaget på Instagram hos TV 2, men DR laver et opslag om dette, hvilket jeg uddyber i analyse del 5 (bilag D 4, s. 4).

Kommentarfeltet til Instagramopslaget er præget af forskellige holdninger til emnet, men *frame-fastlæggelsen* omkring, at byen er *“utryg”*, er til stede i kommentarfeltet, hvor modtagerens *skemata* henviser til dette. *“Desværre kan jeg kun genkende utrygheden, når turen går hjemad, jeg går altid med min nøgle i hånden”* (bilag E 4.1, s. 6). Her *konnoterer* nøglen beskyttelse og brugerens *skemata* er påvirket til at have fornemmelsen af, at hun bør gå med nøglen i hånden, når hun går alene. En anden bruger benytter en advarsel til andre brugere, når denne bruger skriver: *“Pas på jer selv”* (bilag E 4, s. 6). En *frame hos modtageren*, der handler om beskyttelse og frygt. En anden bruger af det mandlige køn skriver: *“Jeg forstår udmærket utrygheden og problemet”* (bilag E 4.1, s. 6). Denne bruger er ærgerlig over at se frygten som kvinder oplever, når de går alene og går forbi ham, da de benytter sig af det modsatte fortov eller taler i telefon, *“fordi hun er bange for mig, baseret på mit køn”* (bilag E 4.1, s. 6).

Jeg forstår udemærket utrygheden og problemet, jeg synes bare det er værd at nævne at jeg selv bliver lidt ked af det, hvis jeg for eksempel går på gaden om aftenen, og der kommer en kvinde imod mig på fortovet, og hun så skifter fortov, ringer til nogen eller går den anden vej, fordi hun er bange for mig, baseret på mit køn.

28u 4 Synes godt om Svar

Det er meget trist at en kvinde kan være bange hvis hun er ud alene...

28u Svar

#textmewhenyougethome

28u 6 Synes godt om Svar

(bilag E 4.1, s. 6)

Jeg har gået på druktur jævnligt igennem de sidste 20 år, og desværre kan jeg kun genkende utrygheden, når turen går hjemad, jeg går altid med min nøgle i hånden... på vej hjem hvis jeg er alene... 😞

28u Svar

Sorgelige at det skal være sådan 😞, at kvinder ikke tør at gå og være alene i byen og tage hjem udanset tilstand, som skal være hygge og god tryk oplevelse for dem, mange burde lære, at holde øje med andre end kun deres nærmeste kreds, det kaldes nysgerrighed og interesse for andres velværd uden at skulle kende dem, for hvor mange kendte Mia og den unge fyr, der skulle have været druknede, men ikke fundet endnu 😞 😞

28u Svar

Pas på jer selv ❤️ ❤️ ❤️ ❤️ ❤️

28u Svar

(bilag E 4, s. 6)

Der også andre brugere, der beskriver denne utryghed og usikkerhed som kvinder går med.

“Tror alle kvinder i dag er utrygge ved at gå alene hjem fra en bytur” (bilag E 4.1, s. 7).

”Det må og skal ikke være et vilkår at kvinder føler frygt når de går alene om natten!!!!!!”

(bilag E 4.2, s. 7). “Tænk der skal endnu et mord til, før folk forstår seriositeten om utryghed på gaden” (bilag E 4.3, s. 7). Desuden benytter en bruger sig af hashtagget

“#textmewhenyougethome” (bilag E 4.1, s. 6) som et opråb i kommentarfeltet og en måde at

definere et bestemt problem i kommentarfeltet. Hashtagget har tidligere har været anvendt i

opslagens brødtekst, der netop gentages hos brugerne for at sætte fokus på emnet (bilag D 4,

s. 4). En bruger mener, at det ikke kun er kvinder, der bliver antastet: “Mænd bliver også

antastet, det er IKKE kun kvinder!”. (bilag E 4.4, s. 7). Brugeren nævner desuden, at han

som mand oplever at være forfulgt af, at mænd er dårligt opdraget, og at man både som mand

og kvinde kan føle sig “utryg”. Der er altså tale om brugere, der aktivt deltager i

kommentarfeltet og deler deres holdninger, hvor der også er brugere, der er påvirket af, at de

føler sig uskyldigt anklaget ud fra de frames, der er til stede i nyhedshistorien.

Opsummering:

I teksten til opslaget bruger TV 2 gentagne gange ord som “frygt” og “kvinder” til at

fremhæve utrygheden, men også en del kilder i artiklen beskriver disse ord. Det kan være et

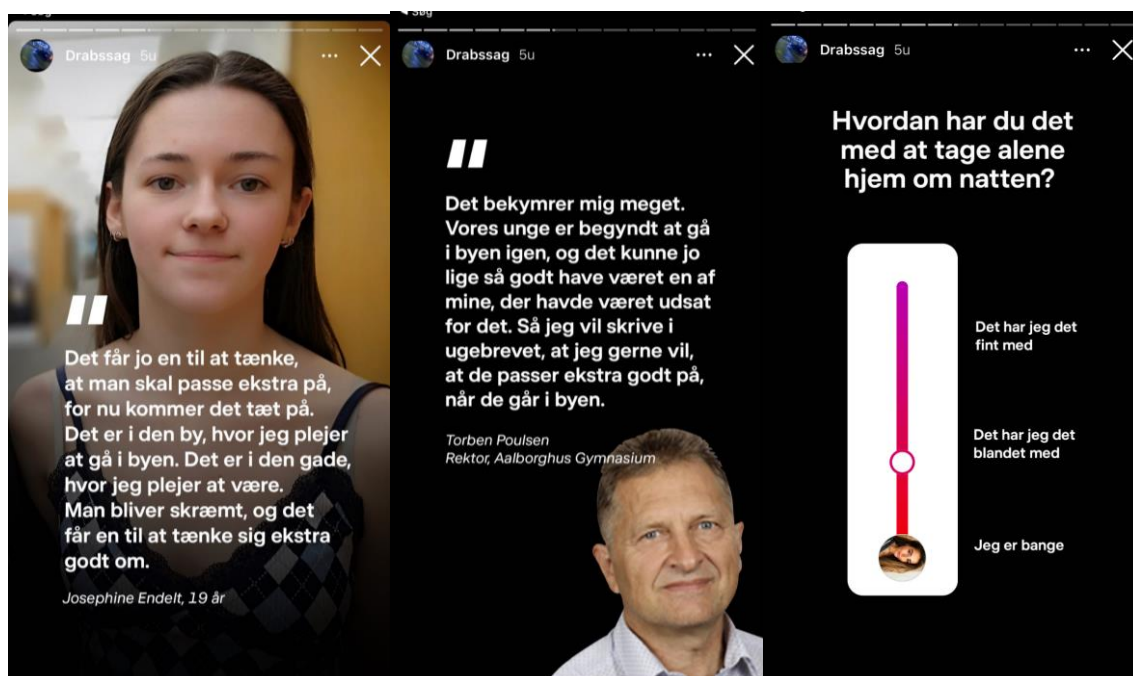
forsøg fra journalisten om at bevare normen for objektivitet ved blandt andet at benytte sig af citater fra kvinder, der understøtter opslagets og artiklens *frame-opbygning*. *Framen i teksten* er præget af *utryghed* fra kvinder. Denne forestilling om, at kvinder er utrygge og bør beskytte sig selv, kom allerede til udtryk i kommentarfeltet i analysens del 1., hvor to brugere indgår i en dialog og udnytter Instagrams *affordances* til aktivt at udtrykke sine meninger i kommentarfeltet med den resterende *netværks-offentlighed*. Her fandt brugerne frem til at man kan *løse problemet*, hvis kvinderne fik lov til at gå med peberspray. Det kan tænkes, at brugernes kommentarer og forhandlinger indbyrdes har haft en indflydelse på nyhedsstrømmen (Boyd, 2010, s. 41; Hermida, 2012, s. 310, 311, 312; Hermida, 2012, s. 822). Brugere har tidligere nævnt pebersprayeren som en *anbefaling af, hvordan man løser problemet* om utryghed. I artiklen er løsningen fra politisk side en politisk handleplan af drab mod kvinder, samt at mænd bør ændre deres adfærd. Kilderne i artiklen kommer med en *anbefaling af en løsning på problemet*, der handler om at gå med sine nøgler og telefon på sig eller at cykle hjem fra byen. Journalisten nævner desuden i overrubrikken i artiklen også *anbefalinger til løsninger* som at ringe 112 og benytte sig af selvforsvar. De forskellige *definitioner af løsninger på problemet* handler dog alle om, hvordan man kan beskytte sig selv som kvinde, når man går alene i byen, fordi kvinder føler sig utrygge. Brugere er ikke blot *modtagere af frames* på Instagram, men brugerens *skemata* er præget af utryghed ud fra *frame-fastlæggelsen*. Tandoc & Vos (2015) beskriver publikum som en vigtig del for journalisterne i dag, hvor der er fokus på kommentarfelterne og de populære emner som brugere inddrager, hvilket kan bidrage til den journalistiske *gatekeeping-proces*, som jeg tidligere har været inde på i analysedel 3. Journalisterne har fortsat rollen som *gatekeeper* og beslutter sig for, hvilke journalistiske nyhedshistorier, som skal fremhæves på deres Instagramprofil. TV 2 bruger *hashtagget* “#TextMeWhenYouGetHome” i opslaget (bilag C 5). Journalisten tilpasser sig dermed idéen om *hashtags* på Instagram, som er endnu et eksempel på en yderligere *inter-mediering*, hvor nyheden kan komme endnu længere ud i netværkssamfundet (Hermida & Mellado, 2020, s. 875; Chouliaraki, 2013, s. 272). Desuden er der en tilpasning fra journalistens side, der handler om at bevare *netværks-offentlighedens* opmærksomhed, ved blandt andet at benytte sig af et følelsesmæssigt og beskrivende sprog, der er med til at *frame* den journalistiske nyhedshistorie som utryg (Boyd, 2010, s. 39; Hermida, 2012, s. 311, 312, Hermida & Mellado, 2020, s. 875). Dette kommer til udtryk når Instagramopslaget er præget af kvindernes fortællinger og kvindernes brug af

følelsesmæssige ord, hvilket også kan påvirke modtagerens *skemata* og forståelse, hvor brugeren særligt har fokus på følelsen "*utryghed*". Dog tyder meget på, at *netværks-offentligheden* på Instagram har delte meninger. Nogle brugere vælger at gøre oprør og skrive, at det ikke kun er kvinder, der antastes og andre brugere finder løsninger på kvinders utryghed således, at *frame-opbygningen* passer med *frame-fastlæggelsen* hos modtageren.

Instagramstories

Nyhedsmedierne er koblet fast på nogle funktioner, hvor Instagram har valgt designet og de teknologiske brugermuligheder *affordances*. Derfor må de strategisk tilpasse sig og vurdere, hvordan de kan få brugerne til at læse deres nyheder (Hermida & Mellado, 2020, 878; Boyd, 2010, s. 43). *Stories* på Instagram åbner op for *gatekeeping-metoder*, der nu tages i brug for at formidle nyhedshistorierne i flere formater, hvilket herfra aktiverer brugerne til at dele deres holdninger til sagen, når både DR og TV 2 opretter *stories* på Instagram ved hjælp af den *fatiske funktion*, hvor brugerne inviteres til en dialog med journalisten uden, at der udveksles en samtale. Det sker når journalisten stiller spørgsmål i en *story*, hvor brugeren svarer og journalisten *re-medierer* brugerens svar ud gennem *stories* (Thorlacius, 2018; bilag C 7, C 8). Der foregår her *gatekeeping-beslutninger*, når de journalistiske nyhedsmedier udvælger og kontrollerer nyhedsvinklen og historien om drabet på Mia ud fra *dagsordensfastsættelsen* og ved at høre brugernes erfaringer og meninger gennem *stories* på Instagram, der får betydning for, hvilke ord der bruges, og hvordan historien fortælles ud fra *frame-opbygningen* (Blach-Ørsten, 2021, s. 208; Dearing & Rogers, 1996, s. 8).

På DR's *story* (bilag C 5, s. 6) sættes i femte *story* fokus på gymnasieelevers frygt for at gå alene om aftenen og rektorens bekymringer (bilag C 5, s. 6). Frygt er en *frame*, der kommer til udtryk i deres udtalelser, da teksten allerede i præsentationen nævner ord som "*bekymrede*" (bilag C 5, s. 6). "*Aalborgensere og gymnasirektor er bekymrede*". Derefter ser man en ung kvindelig gymnasieelev citeret.



(Bilag C 5, s. 5, 6)

Hun står frem med ansigt og citatet bærer præg af ord, hvor frygten bliver tydelig gennem disse *stories frame-opbygning*. Den unge kvinde benytter sætninger som "*passer ekstra på*", "*skræmt*," og "*tænke sig ekstra godt om*". Ordet "*ekstra*" bliver benyttet hos den unge kvinde, som får det til at lyde som om, at hun gør noget ekstra for, at det ikke bliver hende, der er det næste offer (bilag C 5, s. 6). Der er benyttet en ung kvinde til at fortælle om sin frygt, hvilket afspejler sig i tidligere frames, der handler om utrygheden blandt kvinder. Det er tydeligt, at citatet bærer præg af frygt og utryghed, da gaden beskrives som genkendelig, fordi den unge kvinde, som citeres, ofte er på lige netop "*den gade*", hvor Mia forsvandt. Ordet "*skræmt*" beskriver hendes utryghed og det er tydeligt, hun har et budskab om, at der skal gøres noget ved den utryghed, som man kan føle efter drabet på Mia fandt sted. Dette involverer en *definition af årsager* til hendes frygt, der handler om, at hun genkender stedet, da hun selv går i byen, hvor Mia forsvandt og derfor frygter, at handlingen sker igen. Det fører til anbefalinger om, *hvordan problemet bør behandles*. Et eksempel fra den unge kvinde er, at man bør "*tænke sig ekstra godt om*", når man færdes alene (bilag C 5, s. 6; Entman, 2015, s. 117).

Næste *story* er af gymnasirektoren, der også benytter sig af ord, der hentyder til en utryghed og bekymring ud fra det udvalgte citat, der fremhæver rektorens bekymringer: "*Det bekymrer*

mig meget” (bilag C 5, s. 6) og “(...) *Det kunne ligeså godt være en af mine, der havde været udsat*” (bilag C 5, s. 6). Det er citater, der er præget af perspektivering og en frygt for, at den forbrydelse som Mia var udsat for skulle ske igen. *En anbefaling af, hvordan problemet skal behandles*, kommer til udtryk i denne sætning: “*Jeg vil skrive i ugebrevet, at jeg gerne vil have, at de passer ekstra godt på, når de går i byen*” (bilag C 5, s. 6). De tre sætninger tydeliggør framen *utryghed* og *bekymring*. Rektoren bruger ordet “*ekstra*” til at udtrykke og forstærke sætningen, for det har stor betydning for rektoren, at de unge kommer sikkert hjem. Efter dette indslag kommer endnu en *story*, hvor brugerne inddrages via en meningsmåling. Her spørger journalisten om følgende spørgsmål: “*Hvordan har du det med at tage alene hjem om natten?*” (bilag C 5, s. 7). Brugerens profilbillede anvendes som en ‘mus’ til at swipe op eller ned ud fra, hvor bange man er. Det er her den *fatiske funktion* kommer til udtryk, så journalisten kan bevare relationen til brugerne gennem spørgsmål. Ude i siden kan brugerne vælge mellem mulighederne: “*Det har jeg det fint med*”, “*det har jeg det blandet med*” eller “*jeg er bange*”. Journalisten har valgt ordet “*bange*” fremfor at skrive: “*det har jeg det ikke godt med*”. Ordet bange er i sig selv et udtryk for utryghed og frygt, hvor *framen af teksten* tydeligt bruges som noget, der er gennemgående i denne *story* (bilag C5, s. 7).

Dette kommer også til udtryk i de næste *stories*, hvor der stilles dette spørgsmål: “*Gør du noget andet, end du plejer, når du skal hjem i aften?*”, hvilket henviser til de to tidligere citater, der anvender ordet ‘*ekstra*’ til at beskrive denne sætning om at gøre noget mere eller andet, end man plejer, hvis man er utryg. “*Fortæl os om det her*” bliver en anledning til at invitere brugeren til anonymt at fortælle, hvad brugerne gør. Svarene fra brugerne gennem *stori*s kan forsøge at besvare, hvordan der er en bestemt *definition af en løsning på problemet* (bilag C5, s. 7). Svarene kan være præget af en *frame-fastlæggelse* og kan have en indflydelse på modtageren *skemata*, da brugerne kan læse svarene på *stories*, når svarene *re-medieres*, hvilket kan skabe en følelse hos brugeren af at skulle sidde og overveje, hvad brugeren forbinder med at være utryg (Entman, 2015, s. 117).

Svarene som journalisten deler i de næste *stories*, bliver et udtryk for brugernes påvirkning til at være en del af nyhedsindholdet. Brugerne er ikke længere blot forbrugere af at læse nyhederne på Instagram, men bidrager til produktionen af disse journalistiske nyhedshistorier som *prosumers* (O’Neill et al. 2013, s. 161; Ritzer et al. 2012, s. 379). De spørgsmål

journalisten stiller til brugerne, er en anden måde, hvor journalisten kan komme i kontakt med brugerne (Hermida, 2016, s. 90). Selvom der er *affordances* til stede, så afgør det ikke brugernes handlinger. Det er nærmere den *fatiske* kommunikation, hvor spørgsmålet som journalisten stiller i *stories* leder til at vedligeholde af relationen mellem journalisten og brugeren, når journalisten stiller et spørgsmål ud fra et udsagn om beskyttelse og utryghed, hvor brugeren svarer på det, uden at journalisten svarer tilbage (Petersen, 2021, s. 651; Thorlacius, 2018, s. 193, 194).

Her benytter brugerne *en anbefaling af, hvordan problemet kan behandles* ud fra deres svar: *“passe bedre på mine venner”, “Sørge for, de kommer hjem i sikkerhed”, “deler altid min lokation på messenger med min kæreste”, “jeg bliver oppe, så hun hentes og kommer sikkert hjem”, “jeg drikker mindre”, “jeg bliver hjemme” “jeg taler i telefon”, “altid taxa eller følges med nogen”* (bilag, C 5, s. 7, 8). Og så lige en enkelt kommentar, der netop ikke præges af frygten skriver: *“Det kan ikke være rigtigt at man skal leve i frygt og ændre adfærd som pige i byen”* (bilag, C 5, s. 7). Hvilket bidrager til en forståelse af, at flere gør noget ekstra for at passe på og *frame-fastlæggelsen* i denne *story* kommer tydeligt til udtryk i svarene fra brugerne. Ord som *“passe på”, “sikkerhed” og “frygt”* er nogle ord, der fremgår hos modtageren og som også benyttes i *stories* og i citaterne, som henviser til *rammen* om frygt. *Stories* afsluttes med et link, hvor der er fakta omkring, at sagen fortsat efterforskes og et link til artiklen på DR's hjemmeside, hvor brugeren kan læse mere samt en pil, der henviser til linket. Linket bidrager til at gøre det nemt for brugeren at *navigere tværmedialt* (Thorlacius, 2018, s. 20; Sandvik, 2021, s. 528; Sanvik, 2018, s. 20).

I *stories* hos TV 2 (bilag C 6, s. 9) bliver der også her lagt op til, at brugerne skal svare på spørgsmål som: *“Kan du føle dig utryk, når du skal hjem fra byen?”* (bilag C 6, s. 9) Endnu engang er *frame-opbygningen* utryghed, en *frame*, som kan påvirke modtagerens *skemata*, så brugeren frygter at gå alene (Entman, 2015, s. 117). Det er et spørgsmål, der leder til, at brugeren nemt kan blive fastlagt på et svar, som enten er *“ja”* eller *“nej”*, da spørgsmålet er en *meningsmåling*. Her har 77 procent svaret ja, og 23 procent svaret nej (bilag C 6, s. 9).



(Bilag C 6, s. 9, 10)

Næste story byder på endnu et spørgsmål, hvor det er muligt for brugeren af uddybe svaret. Her er spørgsmålet: *“Hvad gør du for at komme sikkert hjem fra byen?”* (bilag C 6, s. 9). Spørgsmålet er stillet således, at det forventes, at brugeren svarer på, hvordan brugeren kommer *“sikkert hjem”*, så journalisten i spørgsmålet fastholder *frame-opbygningen* af utryghed. Brugeren inviteres til at komme med et bud på, hvad man kan gøre og dermed *en anbefaling af, hvordan problemet skal behandles* (Hjarvard, 2015, s. 105; Entman, 2015, s. 117). Brugerne skriver bud som: *“Snakker i telefon med min kæreste på vej hjem”*, *“deler min lokation med mine veninder på messenger”*, *“vi lover altid hinanden i venneflokket at skrive til hinanden, når vi er hjemme igen”*, *“Tager taxa og deler taxanummer via sms til min kæreste eller forældre”*, *“har mine nøgler mellem knoer og går, hvor der er lyst på store veje”* og *“Jeg ringer til min kæreste og beder ham FaceTime med mig hele vejen hjem”* (bilag, C 6, s. 9, 10). Brugers refleksioner minder om de refleksioner, som brugerne delte på DR’s story. *Frame-fastlæggelsen* handler om, at brugerne evaluerer og føler en utryghed, når de går alene (bilag, C 6, s. 9). Både DR og TV 2’s stories er lagt ud samme dag som nyhedshistorien fra TV 2, hvor kvinderne står frem og fortæller, hvad kvinderne gør, når de går alene om aftenen.

Opsummering

Det er tydeligt, hvordan DR er interesseret i at høre, hvad brugerne på Instagram, mener, erfarer eller oplever ud fra funktionerne '*meningsmåling*' og '*spørgsmål*', som finder sted i de *stories*, der er lagt ud. Både DR og TV 2 *re-medierer* brugernes svar i deres journalistiske *nyhedsstories* og benytter brugerne som kilder, hvilket kan være et forsøg på at lade brugerne fortælle, hvad de gør for at føle sig mere trygge. Dette er et kendetegn ved en *konstruktiv* journalistisk praksis, hvor journalisten får borgeren til at føle sig inddraget og komme med på at løse en *bestemt definition af et problem* (Hermans & Gyldensted, 2019, s. 540). *Frame-opbygningen* i DR's *story* er præget af utryghed hos både rektoren og den unge kvindelige gymnasieelev, som beskriver en *bestemt definition af et problem*, der handler om, at man vil gøre en indsats på gymnasiet, for at de unge er ekstra opmærksomme, når de går alene. Denne analysedel, der handler om utryghed, som en del af *frame-opbygningen* bliver også en del af *frame-fastlæggelsen*. Dette kommer til udtryk ud fra en *kulturel frame*, der handler om, hvordan man kan beskytte sig selv. Generelt afspejler analysen en særlig forståelse, der hos borgerne i samfundet handler om, at kvinder føler sig særligt udsatte efter Mias forsvinden og det kommer til udtryk i de kilder, som journalisterne bruger til at fortælle om deres oplevelser i *stories*. Brugen af *stories* hos begge journalistiske nyhedsmedier tydeliggør, hvordan journalistiske kilder og indholdet får plads gennem *affordances*, som benyttes af journalisten til at oprette en *story*. De forskellige sociale medier har deres egne *medielogikker*, men det der kendetegner *mediedivergensen* på Instagram, er blandt andet *story-funktioner*, hvor kommentarboksen kan indsættes og man kan fastholde relationen til andre brugere derigennem (Hermida & Mellado, 2020 s. 866; Vázquez-Herrero & López-García, 2019, s. 3; Sandvik, 2021, s. 537). Det er her journalisten vælger at tilpasse sig *medielogikkerne* på Instagram og benytte sig af den specifikke platforms muligheder for at fortælle mere om, hvordan man kan beskytte sig selv som kvinde, efter flere borgere er bekymrede for at gå alene efter Mias forsvinden. Ifølge Walters (2021) handler journalistisk *gatekeeping* i dag om at bruge Instagram til at engagerer sig i brugerne som en del af journalisternes nyhedsrutine, men også en forventning hos journalisten om at indgå i dialog med brugeren, der bidrager med *kollaboration* som en del af denne journalistiske nyhedsrutine (Walters, 2021, s. 12, 13, 15).

6.5. Del 5. En frygt og et oprør mod kvindedrab

I næste opslag fra DR d. 12. februar (bilag C 7, s. 11) er der postet et lignende opslag, der sætter fokus på kvindedrab. Overskriften lyder: *“Regeringen vil lave handleplan for at stoppe drab på kvinder” fra d. 12. februar 2022* (bilag C 7, s. 11).



(Bilag C 7, s. 11)

DR Nyhederne vælger at sætte fokus på den politiske håndtering i sagen om drabet på Mia. I opslaget nævnes en *anbefaling af, hvordan problemet kan behandles*, når journalisten fremhæver den *politiske-dagsorden*, der fokuserer på en handleplan i håndteringen af utrygheden blandt kvinder, som blev fremhævet i analysedel 4. Den politiske handleplan kan være relevant for den journalistiske *medie-dagsorden* at fremhæve, hvis emnet er relevant for *offentlighedens-dagsorden* ud fra tekstens *salience* (Dearing & Rogers, 1996, s. 2; Blach-Ørsten, 2021, s. 208; Entman, 2015, s. 117). *Dagordensfastsættelsen* handler om en politisk håndtering af *“kvindedrab”*, da sagen om Mia har skabt opmærksomhed nok hos politikerne til, at de italesætter deres forslag på *en løsning af problemet* gennem medierne. Journalisten *framer* dette opslag med en specifik *frame-opbygning*, der handler om en frygt og et oprør mod drab på kvinder (Blach-Ørsten, 2021, s. 208; Dearing & Rogers, 1996, s. 5).

Opslaget er lagt ud samme dag som opslaget i analysens del 4, der handlede om utryghed. Ordet *“kvinde”* og *“kvindedrab”* (bilag C 7, s. 11) fylder en del i de journalistiske nyhedshistorier, der er lagt op d. 12. og 13. februar. I dette opslag blev *“kvinde”* anvendt fire

gange (bilag C 7, s. 11). Handleplanen beskrives som en *bestemt definition af en løsning på et problem*, der handler om: “*partnerdrab*” og “*umotiverede mord på kvinder*”. *Ethos* er tydelig i den måde journalisten gennem teksten benytter sig af politiske kilder samt ved at inddrage en statistik i teksten, der handler om, hvor mange kvinder, der i 2022 er blevet dræbt (bilag C 7, s. 11). Disse statistikker definerer en *fortolkning af årsager* til utrygheden blandt kvinder, da det beskrives, at partnerdrab og mord på kvinder er et stigende problem i samfundet. “*Hvis Mia, som politiet forventer, har været offer for en forbrydelse, er hun den fjerde kvinde, der bliver dræbt i 2022.*” (bilag C 7, s. 11). Denne sætning kan påvirke modtagerens *skemata* til at tro, at drab på kvinder er et stigende problem i samfundet (Thorlacius, 2018, s. 152, 153). Ord og sætninger som: “*offer*”, “*kvinde*”, “*dræbt*”, “*umotiverede mord*”, “*partnerdrab*” og “*handleplan*” henviser til *frame-opbygningen* i teksten, der omhandler, at disse kvindedrab skal stoppes. Billedet på Instagram er *re-medieret* fra et tidligere opslag, som blev anvendt i analysens del 3 (bilag C 3, s. 3). Opslaget kan særligt påvirke læserens *skemata* ud fra den måde kvinden bliver italesat. Det er relevant at overveje, hvorledes dette opslag fremhæver en *frame i kulturen* og en *frame-fastlæggelse* hos modtageren, hvor kvinder ikke kan føle sig trygge på baggrund af sit køn, og hvor kvinder i kulturen kan opfattes som ekstra sårbare og som kvinder, der skal passes ekstra godt på (Hjarvard, 2015, s. 105; Entman, 2015, s. 117).

Både DR og TV 2 har inddraget en *løsning på problemet* fra politisk side i deres artikler. TV 2 nævnte allerede i artiklen i analysens del 4 (bilag D 4, s. 4) en udtalelse fra ligestillingsministeren, der foreslår en handleplan på drab mod kvinder. TV 2 har dog undladt at lave et opslag på Instagram, som omhandler handleplanen. DR derimod har brugt nyheden i opslaget på Instagram, måske for at få nogle kommentarer fra borgerne, omkring hvorvidt at det er en god idé med en handleplan. DR's artikel til opslaget er med følgende overskrift: “*Regeringen vil lave handleplan for at stoppe drab på kvinder*” (bilag D 7, s. 5).

På Instagram har DR undladt nogle informationer, som fremgår i artiklen. Det er informationer, hvor Trine Bramsen citerer følgende i artiklen: (bilag D 7, s. 5): “*Vi bliver nødt til at tale om det her som noget, der sker for kvinder, fordi de er kvinder. Ikke på grund af alt muligt andet*” (bilag D 7, s. 5). Igen handler *frame-opbygningen* om kvinder, der udsættes for drab. Det er tydeligt både i artiklen og på Instagram, at kvinder bliver *framet* i

teksten som ofre for drab. Igen nævnes utrygheden, som var *frame-opbygningen* i analysedel 4, hvor nattelivet beskrives som utrygt og usikkert for kvinder (bilag C 4, D 4). Trine Bramsen benytter sig af ordet: “*Vi*”, når hun kommenterer på sagen i artiklen for at tydeliggøre, hvordan hun selv som kvinde mener, at der er et problem i samfundet (bilag D 7, s. 5). Handleplanen henviser til, at der skal ske handling og forandring, fordi umotiverede drab på kvinder skal stoppes. *Ethos* i artiklen er fremhævet, når det igen beskrives, at Mia er “*den fjerde kvinde, der bliver dræbt i 2022*” (bilag D 7, s. 5). Denne information gjorde sig også gældende i opslaget på Instagram. Det er en kort artikel, men artiklen fremhæver en del af de elementer, der fokuserer på en utryghed hos kvinder og kvindedrab, der bliver en del af *frame-opbygningen*.

Opslaget (bilag C 7, s. 5) der omhandler en handleplan for kvindedrab indebærer kommentarer, hvor *frame-fastlæggelsen* og brugerens *skemata* fremgår tydelig (bilag E 7). *Frame-opbygningen* bliver et resultat af, hvordan kønsdebatten tages op i kommentarfeltet, da en handleplan mod kvinder burde gælde for alle køn, mener en række brugere: “*Drab er drab - lige forfærdeligt - uanset køn*” (bilag E 7.1, s. 8). “*Det er en skam, at give den eventuelle plan “et køn”*” (bilag E 7.1, s. 8). “*Hvorfor ikke bare drab generelt?*” (bilag E 7.2, s. 8). “*Jeg forstår simpelthen ikke hvordan et mord kan blive en ligstillingssag. En forbrydelse der ender i mord er da en tragedie uanset om offeret er mand eller kvinde.*” (bilag E. 7.3, s. 9).

Opslaget vækker bekymring, vrede og spørgsmål hos brugeren, der ikke forstår, at man benytter ordet “*kvinde*”, når mænd også bliver dræbt. En kommentar hentyder til, at regeringen bør tillade flere midler mod selvforsvar og henviser til en tidligere sag, hvor en kvinde forsvandt og blev fundet dræbt. Dengang blev det tilladt at forsvare sig selv med peberspray, hvilket ikke længere er gældende. Brugeren hentyder til, at peberspray er en god idé som en *anbefaling til at løse problemet* (bilag E 7.4, s. 9). Det samme gør sig gældende i (bilag E 7.4, s. 9), hvor flere kommentarer hentyder til, at peberspray kan være en løsning “*at have i dametasken*” (bilag E 7.5, s. 9). Her refererer ordet “*dametaske*” til, at det er kvinder, der bør bruge peberspray. Kommentarer henviser til modtagerens *skemata*, der fremhæver *frames* i vores kultur, hvor ord, der betegner køn henviser til, at det udelukkende er kvinder, der er udsat for drab eller, at det er kvinder, som skal beskytte sig selv med peberspray, som

også blev nævnt i analysens del 1. i kommentarfeltet (bilag E 1.2). Der er også en kvinde, der benytter sig selv som et eksempel i kommentarfeltet og beskriver, at hun er utryg. Hun mener, at hun har et behov for at kunne beskytte sig selv med peberspray. Hun hentyder til, at det kan være en måde, hvorpå kvinder kan forsvare sig selv og er derfor også enig i, at peberspray kan være en *løsning på problemet*. Her er denne brugers *skemata* præget af en frygt og usikkerhed som kvinde for at begå sig alene. Desuden er det også et opråb, der handler om, at hun vil have lov til at kunne forsvare sig selv. Her kommer en *fortolkning af årsager* til udtryk, der handler om, at man som kvinde ville føle sig mere tryk ved at gå alene i byen, hvis peberspray var tilladt, da pebersprayen har fået en særlig betydning og bliver en *konnotation* gennem kommentarfeltene som modtageren forbinder med et beskyttelsesmiddel (bilag E 7.4, s. 9). Desuden er der en *fortolkning af årsager* i opslaget, når drabet på Mia skaber opmærksomhed på et problem i samfundet, der handler om, at man er interesseret i som politiker at undersøge, hvad der skal til for, at kvinder kan føle sig bedre beskyttet. Kommentarfeltet er et eksempel på, hvordan man gennem kulturen i dag diskuterer køn og diversitet i en så høj grad, at det kan provokere, hvis det ene køn udelukkes i en handleplan. Ligestillingsministeren bør fra brugernes side sørge for, at der er ligestilling. Brugerne har dog ikke den forståelse af, at køn behandles lige i samfundet, når de politiske handleplaner tager udgangspunkt i drab på kvinder. Overensstemmelsen mellem *frame-opbygningen* og *frame-fastlæggelsen* er skæv i dette tilfælde, da en del brugere føler sig nødsaget til at argumentere og evaluere, at drab ikke kun sker for kvinder, og at der bør være en handleplan for begge køn (bilag E 7.6, s. 10).

D. 13. februar lægges også et opslag ud hos både DR og TV 2's Instagramprofiler, der handler om et oprør, hvor flere borgere står sammen om, at kvindedrab skal stoppes. Sagen udvikler sig til et fysisk oprør. Oeldorf-Hirsch & Sundar (2015) beskriver de sociale medier som en måde, hvorpå der skabes anledning til at kunne involvere sig i aktuelle begivenheder online (Oeldorf-Hirsch & Sundar, 2015, s. 240). I dette opslag bliver Mias død en måde, hvorpå *trans-mediering* finder sted, da brugerne nu har oprettet en Facebookside og vil mødes fysisk til en mindeceremoni til ære for Mia (Chouliaraki, 2013, s. 269, 272). TV 2 Nyhederne har lavet en reportage, der dækker begivenheden og lagt den på Instagram (bilag C 8, s. 12).



(Bilag C 8, s. 12).

Teksten i første del af videoen anvender sætningen *“ofre for kvindedrab”*, da fakkelloptoget er til for at mindes den afdøde Mia og andre kvinder, der har mistet *“livet på brutal vis”* (bilag C 8, s. 12, 13). I videoen er der en kvinde, der er tovholder og som råber følgende: *“Tak fordi I støtter op, og fordi I insisterer på, at mindes, markere og ikke mindst sige fra.”* (bilag C 8, s. 12, 13). Ord som *“mindes”*, *“markere”* og *“sige fra”* henviser til *frame-opbygningen*, der omhandler, at kvindedrab skal stoppes. Videoen viser kvinder, der bærer skilte med sætninger som: *“Stop kvindedrab”*, *“ikke igen”* og *“hun var jo bare på vej hjem”*, der også henviser til *frame-opbygningen* (bilag C 8, s. 12, 13).



(Bilag C 8, s. 12)

I artiklen er der mange kvinder, der står tæt sammen og TV 2 sætter fokus på optoget og linker til deres artikel gennem Instagramopslaget. Overskriften i artiklen lyder:

“Københavnerne mindedes Mia Skadhauge: - Det kunne have været en selv.” (bilag D 8, s.

5). I artiklen anvendes et billede, der ikke er blevet anvendt i opslaget på Instagram, hvor flere står samlet tæt, både mænd og kvinder står med skilte. På to af skiltene står følgende:

“MEN ARE AFRAID THAT WOMEN WILL LAUGH AT THEM” og *“WOMEN ARE AFRAID THAT MEN WILL KILL THEM”* (bilag D 8.1, s. 5). Disse skilte refererer til et

metaforisk udtryk, hvor kvinder bliver anset som bange for at sige fra overfor mænd, hvor mænd vil være bange for at blive gjort til grin, hvis de får et nej fra en kvinde. Journalisten beskriver i artiklen stemningen til selve optoget *“Menneskemængden blev helt stille, og mange stod med bøjede nakker. Efter nogle minutter begyndte flere i optoget at nynne.”*

(bilag D 8, s. 5). Også afstanden mellem faklerne forsøger at skabe et billede af, hvordan der så ud under optoget, hvilket også inkluderer et metaforisk udtryk: *“Der var rimelig langt mellem faklerne. Men ikke mellem menneskerne.”* (bilag D 8, s. 5). Metaforen skal forstås

som, at menneskerne står sammen i oprøret med samme holdning og syn på sagen. *“Unge og ældre kvinder og granvoksne og unge mænd var søndag mødt op på Christiansborgs Slotsplads.”* (bilag D 8, s. 5). Dette giver en følelse hos modtageren af at være med undervejs

og danne sig et indtryk, hvor journalisten vidner til stemningen blandt deltagerne til optoget, men også en inddragelse af det mandlige køn, der beskrives at dukke op til dette oprør mod kvindedrab (bilag D 8, s. 5). Der benyttes et citat fra en af de deltagende, der er også

anvendes øverst i artiklens overrubrik. *“Det kunne have været en selv. Jeg er aldrig forberedt på at møde nogen, der vil mig det værste”* (bilag D 8, s. 5). Sætningen indebærer ord som *“en selv”* og *“aldrig forberedt”* og henviser til situationer, hvor man ikke selv er herre over, hvad

der kan ske, når man går alene på gaden. Derudover benyttes et citat skrevet med fed midt i artiklen med følgende udsagn: *“Jeg er træt af, at jeg ikke kan gå en tur om aftenen”* (bilag D

8.2, s. 5). Hvor *frame-opbygningen* i artiklen netop bærer præg af en række emner, hvor kvinder føler sig forhindret i at turde gå alene om aftenen. Optoget handler ikke blot om at

mindes afdøde dræbte kvinder, men et oprør om, at kvinder er trætte af, at de ikke kan gå alene om aftenen i frygt for, at der sker dem noget. En mor citeres: *“Det ikke er blevet sikrere at være kvinde”*.

Moren udtrykker, at det er usikkert for kvinder at gå alene, hvilket henviser til *frame-opbygningen* om frygt og oprør på kvindedrab. Derudover fortæller hun, at hun har

opdraget sin datter til at vide, at hun skulle passe på, men at hun ikke har sagt det samme til sin søn.”, hvilket fortæller om en *frame i kulturen*, hvor der er befinder sig en kønsforskel, når det handler om at passe på sig selv alene i byen, hvilket også nævnes i tidligere opslag med henvisning til, at kvinder bør gå med peberspray, og at det særligt er kvinder, der er udsatte. I en anden overskrift benytter journalisten sig af tre ord, der kommer fra initiativtageren til optoget. *“Vred, rasende og afmægtig, siger initiativtager”*. Her beskrives det, at optoget på Facebook havde så stor interesse, at næsten 4000 mennesker havde intention om at deltage (bilag C 8, s. 5). Initiativtageren af begivenheden er en kvinde og beskriver selv, at hun havde et *”behov for at skabe et rum for dem, der føler det samme”* (bilag C 8, s. 5). *Trans-mediering* er et eksempel på et fællesskab online, hvor brugerne føler sig nødsaget til at mødes fysisk og have et rum sammen, hvor de i fællesskab kan italesætte følelserne som frustrationerne, vreden og utrygheden. Der er flere gange i artiklen, hvor kilderne taler om, at det kunne have været dem selv, der kunne have været udsat for det samme som Mia (bilag C 8, s. 5). Journalisten får også fat i borgere, der udtaler sig om, hvilken *“taktik”* de bruger til at bevæge sig rundt om aftenen (bilag 8, s. 5). *“Nøglerne i lommen, telefonen lige ved hånden, et øje på andre mennesker på gaden. Og ikke mindst en sms til kæresten, veninderne eller forældrene, når de er hjemme.”* (bilag D 8, s. 5). Hvilket er et *forslag på en løsning på problemet* som borgerne benytter sig af, der tidligere også kom til udtryk i (bilag C 5, D 5).

Artiklen beskriver også situationer, der udløste klapsalver, når der blev råbt følgende i megafonen: *”Stop volden mod kvinder, lad være med at slå os ihjel”*, hvilket hentyder til en opbakning fra borgerne. Derudover beskrives det, at tilskuerne løftede et *“hav”* af hænder, da tilskuerne blev bedt om at rejse deres hænder *“hvis tilhørerne havde tænkt over, hvad de ville gøre, hvis de blev overfaldet.”* (bilag 8, s. 5). Trine Bramsen selv var en af dem, der havde hævet en hånd og udtaler følgende: *“Det er desværre almindeligt som kvinde at være bange. Nu skal jeg gøre noget ved det som landets ligestillingsminister, men jeg er også kvinde”* (bilag D 8.3, s. 5). Her er ordet og følelsen *“bange”* en *frame*, der også fremhæves hos hende som en frygt.



Transport- og ligestillingsminister Trine Bramsen (S) var også mødt op. Foto: Emma Klinker Stephensen / TV 2

(bilag D 8.3, s. 5)

I kommentarfeltet er flere brugere ikke begejstret for optoget og *frame-fastlæggelsen* er dermed ikke helt den samme som *frame-opbygningen*. “Så gik der lige kvinde kamp i den, i stedet for ro til at sørge” (bilag E 8, s. 10), “Hvor er sorgen over den unge mand.... VI mistede altså 2 unge mennesker på 1 weekend.”. (bilag E 8.1, s. 10). Men en bruger er påvirket af *framen* i teksten, der handler om frygt: “Vi kan ikke alene håbe på, at vores unge mennesker - nu fremover, vil gå i det nærliggende hotel mm. for at spørge efter hjælp, men at de unge skal være extra opmærksomme på hinanden/beskytte/hjælpe...” (bilag E 8.2, s. 11). “Beskytte” henviser til, at brugeren mener, at de unge skal beskyttes, da det ikke er sikkert for dem at gå alene i byen om aftenen.

DR valgte at lave et billedopslag med samme begivenhed med fokus på et oprør mod kvindedrab (bilag C 9, s. 14) Det er med følgende overskrift: “Markeringer landet over sætter fokus på tryghed og kvindedrab”. Ord som “tryghed” og “kvindedrab” er også

anvendt i tidligere opslag. Opslaget sætter fokus på minde-og fakkelloptog nær Jomfru Ane Gade, og “*de fremmødte satte fokus på unges tryghed i Aalborgs natteliv.*” ord som “*tryghed*” “*markeringer*” “*kvindedrab*” “*mindeoptog*” henviser til *framen* om frygt og et oprør mod kvindedrab, hvilket gjorde sig på samme måde gældende i TV 2’s opslag (bilag C 8, s. 12, 13).



(Bilag C 9, s. 14)

Disse minde- og fakkelloptog fremhæver *affektive alliancer*, der gør, at borgerne gennem Instagram og *trans-mediationen* får mulighed for at udtrykke sig aktivistisk, og hvor borgere får mulighed for at reagere på en sag, der handler om et oprør mod kvindedrab (Uldam & Hänska-Ahy, 2021, s. 592; Klastруп, 2016, s. 100, 101). Desuden giver det mulighed for, at borgerne i dette tilfælde bliver formidlere og en del af det journalistiske indhold, som får en plads hos nyhedsmedierne (Uldam & Hänska-Ahy, 2021, s. 594-595). I teksten beskrives det, at der sættes: “*særligt fokus på kvindedrab*”, og at de “*fremmødte satte fokus på unges tryghed*”, hvilket henviser til et opråb omkring, at kvindedrab skal stoppes, og at trygheden skal øges (bilag C 9, s. 14).

I artiklen (bilag D 9, s. 6) linkes til opslaget om mindeoptog for Mia, og her er der nogle tydelige *sætninger* i artiklens tekst, der forsøger at beskrive situationen. Overskriften: “*Drabet på Mia Skadhauge Stevn fik 100 mennesker til at stimle sammen klokken 4 i nat*”, fortæller læseren ved benyttelsen af beskrivelser som: “*stimle sammen*”, at der er mange deltagere til dette optog (bilag D 9, s. 6). Her benyttes kilder til at fortælle, hvorfor de vælger

at deltage i optøget, hvor citaterne bærer præg af følelsesmæssige ord som: “berørt” “mærket”, “skræmt” og “medfølelse”. Disse ord får stemningen i artiklen draget hen mod berørte borgere, der tidligere har været fremhævet som en *frame* i analyse del 3. Tekstens *frame-opbygning* handler om en utryghed og et oprør mod kvindedrab, hvor en borger kalder situationen for et “terrorangreb” (bilag D 9, s. 6). Det er en metafor, der tydeliggør en enorm påvirkning af hos borgerne. “Det har virkelig ramt og skræmt mange mennesker, og det er vigtigt at tage seriøst” (bilag D 9, s. 6). Ved at bruge sentimentale citater i teksten kan det fange modtagerens interesse, og påvirke modtagerens *skemata* ud fra brugen af patos (Kuiken et al., 2017, s. 1303). I et citat beskrives hankønnet som et køn, der har et ansvar, og at man som kvinde kan føle sig utryg, hvilket beskrives ud fra en udtalelse, der kommer fra en mand, der henviser til *framen* om et oprør og en utryghed.

“Vi har et ansvar – alle os der betegner os som hankøn – for at tænke over, hvordan vi kan gøre nattelivet mere trygt for kvinder, for det (utryghed, red) er noget, som, jeg tror, kvinder har i baghovedet hver gang de færdes ude, hvor det er mørkt.” (bilag D 9, s. 6).

Citatet henviser til en *frame* i kulturen, der handler om, at der skal tages hensyn til kvinderne i samfundet, og citatet hentyder til, at det mændene, der skal tænke sig om som en *definition af en løsning på problemet*. Gennem hele artiklen i (bilag D 9, s. 6) benyttes ordet “tryghed” flere gange og optøget kaldes også for en “tryghedskæde for unge i Aalborgs natteliv” (bilag D 9, s. 6). Det er tydeligt i artiklerne, at *frame-opbygningen* fremhæver specifikke emner, hvor kvindernes frygt er i fokus, og hvor både sociale bevægelser og journalisternes formidling kommer til udtryk som et resultat af, hvordan følelser særligt benyttes til at påvirke modtageren (Hjarvard, 2015, s. 110). *Frame-opbygningen* i artiklen handler om, hvordan Aalborg kan sørge for et “sikkert natteliv”, hvilket kan have indflydelse på *frame-fastlæggelsen*, hvis modtageren påvirkes til at opfatte nattelivet som usikkert. Minde og fakkeloptøget (bilag C 8) og (bilag C 9) vækker delte bemærkninger i kommentarfeltet, da brugerne synes, at debatten også bør omhandle mænd og ikke kun kvinder. En del brugere benytter dog emojis som hjerter, bedetegn og smileys, der fælder en tåre i kommentarfeltet, hvilket fremhæver en følelse af sorg og støtte til oprøret (bilag E 9, s. 12). På DR’s opslag (bilag C 9) er der flere brugere, der har forståelsen af, at det udelukkende er kvinderne som handler om i debatten, hvilket også var tilfældet i kommentarsporet. “Hvorfor lige

kvindedrab?” (bilag E 9, s. 12). “*Hvad har det her med kønskamp at gøre?*” (bilag E 9.1, s. 12) og “*I skriver at det til minde for Mia og Oliver. Men alligevel har i brug for at der er mest fokus på kvinde drab*” (bilag E 9.1, s. 12). En anden bruger mener, at der bliver “*pisket en stemning op*” (bilag E 9.2, s. 12) Generelt er der en uforståenhed i kommentarfeltet på DR’s opslag omkring optoget og en *frame-fastlæggelse*, der i højere grad handler om en uforståenhed. Kommentarfeltet er generelt præget af en kritik og diskussioner blandt brugerne, hvor kønnet i høj grad debatteres. Her skriver en bruger: “*92% af alle drabsmænd er mænd. Mænd myrder altså mest mænd, mens de også hyppigt myrder kvinder*”. Her svarer en anden bruger på denne kommentar: “*Kvinder er mere voldelige overfor mænd i forhold mænd kan bare slå hårdere* (bilag E 9.3, s. 13). Dette henviser til en forståelse af en *frame i kulturen*, der handler om, at kvinder ikke er stærke og kan beskytte sig selv på samme måde som mænd kan. Dette er en anden bruger enig i og blander sig også i debatten, hvor brugeren også skriver “*mænd slår hårdere end kvinder*” (bilag E 9.3, s. 13).

Opsummering

Den journalistiske nyhedshistorie om drabet på Mia har udviklet sig til at inddrage et fokus på den politiske håndtering af kvinders utryghed, hvor den *politiske-dagsorden* fremhæves. Kvindedrab anses som et samfundsproblem, og kvinder *frames i teksten* som utrygge ved at gå alene om aftenen. Det kan tænkes, at journalisten har overvejet at fokusere på kvindedrab, fordi det tidligere har været en tydelig *bekymrings-frame*, som brugerne har lagt vægt på i kommentarfeltene (Dearing & Rogers, 1996, s. 8; Blach-Ørsten, 2021, s. 208). Brugernes deltagelse gennem de *affordances* som Instagram tilbyder giver brugeren mulighed for at inddrage flere perspektiver og vinkler, som nyhederne kan benytte sig af til at skabe nye debatter i nye opslag. Det er brugernes interesse for sagen om Mia som nyhedsmedierne er særligt interesserede i. Som Strömbäck & Karlsson (2011) beskriver, så er information fra borgeren blevet en større integreret del af nyhedsproduktionen, hvor brugerne har indflydelse på produktionen af nyheder (Strömbäck & Karlsson, 2011, s. 645). Journalisten har valgt at inddrage en politisk vinkel, der handler om en handleplan, da det bringer en bestemt *definition af, hvordan problemet kan løses*. Brugere i analysedel 4 havde selv bud på løsninger gennem kommentarfeltet og gennem svarmulighederne i de journalistiske *nyhedsstories* på Instagram. Nyhedsopslaget der handler om en politisk handleplan på kvindedrab udvikler sig i nyhedsmedierne til et oprør mod kvindedrab. *Hele frame-*

opbygningen omkring, at kvinder er ofre og frygter at gå alene gør sig gældende i alle tre opslag (bilag C7, C8, C9). Nyhedsmediernes dækker oprøret ved at *re-mediare* en *trans-mediering*, der bærer præg af et bevis på handlinger, hvor borgere udviser *talehandlinger* i form af fysiske protester. *Talehandlingerne* begyndte som en *digital handling*, hvor brugerne evaluerede sagen om drabet på Mia, hvilket har påvirket modtageren til at fokusere på sagen (Chouliaraki, 2013, s. 272; Isin & Ruppert, 2015, s. 53). Som Isin & Ruppert (2015) beskriver, så befinder *netværks-offentligheden* sig et sted, hvor *talehandlinger* gøres performativt ved blandt andet at råbe højt online, hvilket fører videre til fysiske protester og som tydeliggør, hvordan Instagram bidrager med forandringer i forhold til, hvordan der sættes fokus på et bestemt problem (Isin & Ruppert, 2015 s. 53). Det bestemte problem som borgernes mødes omkring, det kan være et resultat af den *frame-opbygning* og *frame-fastlæggelse*, der er kommet ud den journalistiske nyhedshistorie om drabet på Mia.

Kilderne i artiklerne, der udtaler sig kan have indflydelse på modtagerens *skemata*, når kilderne citeres, da de benytter sig af følelsesmæssige ord, hvilket kan have en effekt på *frame-fastlæggelsen* (Aldous et al. 2022, s. 14). Hvis modtageren af nyhederne selv får sine egne følelser aktiveret, så kan det bidrage til, at modtageren behandler informationen ved at huske den og engagerer sig i informationen, så modtageren selv føler en frygt (Lee & Chen, 2021, s. 509; Chouliaraki, 2013, s. 27). Desuden kan disse følelsesmæssige påvirkninger endnu engang have indflydelse på, hvordan den enkelte husker sin reaktion på nyheden, som nu i forhold til tidligere handler om en frygt og et oprør mod kvindedrab (Wahl-Jorgensen, 2019, s. 2). *Trans-medieringen* bliver tydelig når de *affektive alliancer* opstår online og føres ud i virkeligheden (Chouliaraki, 2013, s. 272; Klastrop, 2016, s. 100, 101; Uldam & Hänska-Ahy, 2021, s. 592). Dette tydeliggør, hvordan der gennem Instagram aftales, at *netværks-offentligheden* kan mødes i virkeligheden (Klastrop, 2016, s. 100, 101). Det interessante gennem analysen er, hvordan *frame-fastlæggelsen* hos brugeren tidligt i den journalistiske nyhedshistorie kom til at handle om utryghed, bekymringer og beskyttelse.

Kan den journalistiske *frame-opbygning* have haft indflydelse på *frame-fastlæggelsen* ved hjælp af det følelsesmæssige sprog? Journalisternes brug af følelser i teksterne er med til at forme borgernes følelser (Pantti & Wahl-Jorgensen, 2021, s. 1569). Analysen fremhæver, at følelserne hos borgerne forstærker *frame-opbygningen* i den journalistiske nyhedshistorie. Borgerne er dermed ikke blot modtagere af følelser, men udtrykker følelser gennem kommentarfelter og via *trans-mediering*, hvor borgerne samles omkring dem.

KONKLUSION



7.0 KONKLUSION

Den journalistiske nyhedshistorie om drabet på Mia udvikler sig fra at være en online begivenhed til et fysisk oprør blandt borgere i virkeligheden. Journalisten forsøger at fastholde den samme *frame-opbygning* i både artiklerne og i opslagene på Instagram. Følgende *frames* som jeg har fundet frem til i den journalistiske nyhedshistorie om drabet på Mia er: *En forbrydelse, et afgørende resultat for efterforskningen, sårbare borgere, en utryghed blandt kvinder og en frygt og et oprør på kvindedrab. Framen hos afsenderen og i teksten (frame-opbygningen)* er ikke nødvendigvis altid den samme som *ramen hos modtageren (frame-fastlæggelsen)*. Men jo flere følelsesmæssige ord journalisten inddrager løbende i *frame-opbygningen*, jo mere afspejler det også *frame-fastlæggelsen hos modtageren* i kommentarfeltet. Det er følelsesmæssige *frames* i teksten som: *“utryghed”, “skræmt”, “bekymret”, “berørte borgere” og “frygt”*. Det fremhæves i analysen, hvordan de *affordances*, der eksisterer på Instagram kan have indflydelse på modtagelsen af nyheder. Journalistens opgave er ikke længere blot at være formidlere af journalistiske nyhedshistorier, men at udvælge journalistiske nyhedshistorier, der skal på Instagram, og som kan få borgerne til at deltage. Når journalisten benytter ord som *“frygt”* og *“kvinder”* gentagende gange i et opslag, så er det tydeligt, at den *journalistiske dagsorden* er prioriteret ud fra *netværks-offentlighedens dagsorden*, hvor emnerne som *netværks-offentligheden* belyser i kommentarfeltet i opslaget på Instagram, bliver en del af *nyhedsframingen* i den journalistiske nyhedshistorie om drabet på Mia.

Den journalistiske nyhedshistorie om Mia bliver fortalt på en måde, hvor brugerne bliver inddraget, men også hvor brugerne tager aktiv del i nyhedshistorien om Mia. De *kollaborative* træk på Instagram er synlige gennem historiens udvikling. Her kan det følelsesmæssige sprog have haft en påvirkning hos modtageren, da journalisten kan imødegå brugernes interesser og frustrationer i sagen, når brugerne giver følelserne tilbage i kommentarfeltet. I kommentarfelterne fokuseres en del på løsninger, hvor *netværks-offentligheden* indgår en dialog om en række anbefalinger til, hvordan man kan løse problemet om kvinders utryghed. Brugernes *skemata* er præget af en kulturel forståelse af, hvordan kvinder og mænd bliver opfattet i situationer, der kræver beskyttelse, men også en nødvendighed af at skulle beskytte sig selv som kvinde. Brugeren bliver samarbejdspartner

med journalisten ud fra brugerens perspektiver i sagen. *Mediekonvergensen* i dag bidrager med, at skellet mellem brugeren og journalisten ikke længere langt fra hinanden.

Det er tydeligt, at Instagram bidrager med et “os” i *kollaboration* med brugerne på Instagram. Når journalisten fokuserer på *frames i teksten*, der handler om kvindedrab, hvor mændene bliver ekskluderet, så provokerer det *netværks-offentligheden*, men skaber fortsat et engagement. Brugere deler uenighederne i kommentarfeltet, og selvom mange brugere udtrykker, at der også er mænd, der er udsat for drab, så fokuserer journalisten på kvindedrab i formidlingen af den journalistiske nyhedshistorie. Journalisten vælger, hvilke nyheder, der skal være plads til på Instagram, og journalisten bevarer derfor sin *gatekeeper-rolle*, da det er bestemte *dagsordener*, der fastsættes på Instagram, hvor *framingen* afgør, hvordan nyheden skal forstås hos modtageren. I dag fokuserer traditionel journalistik på teknologien og forsøger at forstå brugerne på Instagram. Dette foregår i dag *tværmedialt* og *kollaborativt* med brugerne på Instagram, da brugerne anses som *prosumers* og indgår i produktionen af de journalistiske nyhedshistorier. Dette casestudie har bidraget med eksempler på, hvilke *frames*, der kommer til udtryk i den journalistiske nyhedshistorie om drabet på Mia Skadhauge Stevn. Desuden har casestudiet kommet med en række eksempler, der kan belyse, hvordan en journalistisk nyhedshistorie kan udvikle sig til at skabe *affektive alliancer* ud fra de dynamikker, der opstår online. Både mellem brugerne indbyrdes, men også i *kollaboration* med journalisten, der dækker disse *affektive alliancer* som en del af deres nyhedsprodukt.

8.0 LITTERATURLISTE

- Aldous, K. K., An, J., & Jansen, B. J. (2022). What really matters?: characterising and predicting user engagement of news postings using multiple platforms, sentiments and topics. *Behaviour & Information Technology*, 1–24.
- Albrechtsen, F. A. (2021). Nyt hashtag udløser en bølge af kommentarer fra vrede kvinder. *Politiken*. <https://politiken.dk/udland/art8135869/Nyt-hashtag-udløser-en-bølge-af-kommentarer-fra-vrede-kvinder>
- Bachleda, S., & Soroka, S. (2021) *Emotion*. In: Coen, C., & Bull, P. (Red). *The psychology of journalism*. Oxford Academic, 111-127.
- Banjac, S., & Hanusch, F. (2022). A question of perspective: Exploring audiences' views of journalistic boundaries. *New Media & Society*, 24(3), 705–723.
- Bartosik-Purgat, M., & Bednarz, J. (2021). The usage of new media tools in prosumer activities - a corporate perspective. *Technology Analysis & Strategic Management*, 33(4), 453–464.
- Bessarab, A., Mitchuk, O., Baranetska, A., Kodatska, N., Kvasnytsia, O., & Mykytiv, G. (2021). Social networks as a phenomenon of the information society. *Journal of Optimization in Industrial Engineering*, 14(1), 17-24.
- Blach-Ørsten, M. (2021). Politisk kommunikation og journalistik. I: Eskjær, M. F., & Mortensen, M. (Red.), *Klassisk og moderne medieteor*. (1 udg.). Hans Reitzels forlag, 203-225.
- Borah, P. (2011). Conceptual Issues in Framing Theory: A Systematic Examination of a Decade's Literature. *Journal of Communication*, 61(2), 246–263.
- Booth, A. (2008). Unpacking your literature search toolbox: on search styles and tactics. *Health Information and Libraries Journal*, 25(4), 313–317.
- Bossio, D. (2021). Journalists on Instagram: Presenting Professional Identity and Role on Image-focused Social Media. *Journalism Practice*, 1–17.
- Boyd, M. D., & Ellison, B. N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. 13(1). *Journal of Computer-Mediated Communication*, 210-230.
- Boyd, D. (2010) Social Network Sites as Networked Publics Affordances, Dynamics, and Implications. In: Papacharissi, Z. (Red.). *A Networked Self*:

Identity, Community, and Culture on Social Network Sites (1st. ed.). Routledge, 39-59.

- Brinkmann, S., & Tanggaard, L. (2020). Kvalitative metoder, tilgange og perspektiver: en introduktion. I: Brinkmann, S., & Tanggaard, L. (Red.). *Kvalitative metoder: En grundbog* (3. udg.). Hans Reitzels Forlag, 15-23.
- Bruns, A. (2011). News produsage in a pro-am mediasphere: why citizen journalism matters. In: Meikle G. & Redden G. (Red.). *News Online transformations and continuities*. Palgrave Macmillan, 132-147.
- Brügger, N. (2021). Kommunikationsmodeller. I: Eskjær, M. F. & Mortensen, M. (Red.). *Klassisk og moderne medieteor* (1. udg.). Hans Reitzels forlag, 49-69.
- Bryman, A. (2012). Research designs. In: Bryman, A. (Red.). *Social research methods*. (4. udg.). Oxford University Press, 44-77.
- Bryman, A. (2012). Getting Started: reviewing the literature. In: Bryman, A. (Red.). *Social research methods*. (4. udg.) Oxford University Press, 98-128.
- Bryman, A. (2012). The nature of qualitative research. In: Bryman, A. (Red.). *Social research methods*. (4. udg.). Oxford University Press. 379-413.
- Bryman, A. (2012). Sampling in qualitative research In: Bryman, A. (Red.). *Social research methods*. (4. udg.). Oxford University Press, 415-429.
- Bryman, A. (2012). Documents as sources of data. In: Bryman, A. (Red.). *Social research methods*. (4. udg.). Oxford University Press, 542-562.
- Bryman, A. (2012). Qualitative data analysis. In: Bryman, A. (Red.). *Social research methods*. (4. udg.), Oxford University Press, 564-588.
- Byrd, & Denney, P. (2018). “Using Their Own Voice”: Learning to Tell Stories with Instagram. *Teaching Journalism & Mass Communication*, 8(2), 47–55.
- Carlson, M. (2015). Introduction: The many boundaries of journalism. In: Carlson, M. (Red.). *Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation*. (1st. ed). Routledge, 1–18.
- Chouliaraki, L. (2006). Towards an analytics of mediation. *Critical Discourse Studies*, 3(2), 153-178.
- Chouliaraki, L. (2013). RE-MEDIATION, INTER-MEDIATION, TRANS-MEDIATION: The cosmopolitan trajectories of convergent journalism. *Journalism Studies*. 14(2), 267–283.

- Collin, F. (2021). Indledning: Socialkonstruktivismens genealogi. I: Collin, F. (Red). *Socialkonstruktivisme en introduktion*. (1. udg.). *Samfundslitteratur*, 13-26.
- Cronin, P., Ryan, F., & Coughlan, M. (2008). Undertaking a literature review: a step-by-step approach. *British Journal of Nursing*. 17(1), 1-25.
- Dearing, J. W., & Rogers, E. M. (1996). Agenda-Setting, *California: Sage*, 1-23.
- De Vreese, C. H. (2005). *News framing: Theory and typology*. *John Benjamins Publishing Company*, 51-62.
- Entman, R. M. (2015). Framing: Til afklaring af et spredt paradigme. *MedieKultur*, 31(58), 115–123.
- Eskjær, M. F. (2021). Mediumteori. I: Eskjær, M. F. & Mortensen, M. (Red.), *Klassisk og moderne medieteorier*. (1. udg.). *Hans Reitzels forlags*, 157-179.
- Eskjær, M. F., & Helles, R. (2015) 2: Hvorfor kvantitativ indholdsanalyse? Videnskabsteoretiske implikationer. I: Eskjær, M. F., & Helles, R. *Kvantitativ indholdsanalyse*. *Samfundslitteratur*, 20-27.
- Esmark, A., Laustsen, B. C., & Andersen, Å.N. (2015) *Socialkonstruktivistiske analysestrategier*. (1. udg.). *Roskilde Universitetsforlag*, 7-31.
- Fenton N., & Tamara W. (2011) ‘Comment is free, facts are sacred’: journalistic ethics in a changing mediascape: In: Meikle G. & Redden G. (Red.). *News Online transformations and continuities*. *Palgrave Macmillan*, 148-163.
- Flyvbjerg, B. (2020). Fem misforståelser om casestudiet. I: Brinkmann, S., & Tanggaard, L. (Red.), *Kvalitative metoder: En grundbog* (3. udg.). *Hans Reitzels Forlag*, 621-651.
- Flyvbjerg, B. (1991). *Rationalitet og magt. Det konkrete videnskab*. (1. udg.). *København: Akademisk Forlag*, 137-158.
- Van Gorp, B. (2005). Where is the Frame?: Victims and Intruders in the Belgian Press Coverage of the Asylum Issue. *European Journal of Communication*. 20(4), 484–507.
- Hedman, U., & Djerf-Pierre, M. (2013). THE SOCIAL JOURNALIST, *Digital Journalism*, 1(3), 368-385.
- Hermans, L., & Gyldensted, C. (2019). Elements of constructive journalism: Characteristics, practical application and audience valuation. *Journalism*, 20(4), 535–551.

- Hermida, A. (2016). Social media and the news. In: Witschge, T., Anderson, C., & Domingo, D. *The SAGE Handbook of digital Journalism*, 81-94.
- Hermida, A., Fletcher, F., Korell, D., & Logan, D. (2012). Share, like, recommend. *Journalism Studies*, 13(5-6), 815–824.
- Hermida, A., & Mellado, C. (2020). Dimensions of Social Media Logics: Mapping Forms of Journalistic Norms and Practices on Twitter and Instagram. *Digital Journalism*, 8(7), 864–884
- Hermida, A. (2012). Social Journalism: Exploring how Social Media is Shaping Journalism. In: Siapera, E & Veils, A. (Red). *The handbook of Global Online journalism*. John Wiley & Sons, 309–328.
- Hjarvard, S. (2015). Framing: Introduktion til et begreb og en klassisk tekst. *MedieKultur*, 31(58), 104–114.
- Hjarvard, S. (2009). Samfundets medialisering. En teori om mediernes forandring af samfund og kultur. *Nordicom-Information*, 31(1-2), 5-35.
- Holm, A. B. (2012). SAMFUNDSTEORETISKE VIDENSKABSTEORIER. I: Holm, A. B. *Videnskab i virkeligheden - en grundbog i videnskabsteori*. (1. udg.). *Samfundslitteratur*, 121-142.
- Humayun, M. F., & Ferrucci, P. (2022). Understanding Social Media in Journalism Practice: A Typology. *Digital Journalism*, 1–24.
- Hutchby, I. (2001). Technologies, Texts and Affordances. *Sociology Oxford*, 35(2), 441–456.
- Instagram (2022) TV 2 Nyhederne (09/02 - 17/02).
<https://www.instagram.com/tv2nyhederne/>
- Instagram (2022) DR Nyhederne (09/02 - 17/02).
<https://www.instagram.com/drnyheder/>
- Isin, E., & Ruppert, E. (2015). Being Digital Citizens, NY og London: Rowman & Littlefield, 51-72.
- Jensen, L. J & Bechmann A. (2021). Sociale medier og Big Data. I: Eskjær, M. F. & Mortensen, M. (Red.). *Klassisk og moderne medieteorier*. (1. udg.). Hans Reitzels forlag, 565-583.

- Jensen, B. C. (2021). Tidlig medieteorier og effektforskning I: Eskjær, M. F. & Mortensen, M. (Red.), *Klassisk og moderne medieteorier*. (1. udg.). Hans Reitzels forlag, 73-91
- Sandvik, K. (2021). Tværmedialitet. I: Eskjær, M. F. & Mortensen, M. (Red.), *Klassisk og moderne medieteorier*. (1. udg.). Hans Reitzels forlag, 521-545.
- Sandvik, K. (2018). Indledning. I: Sandvik, K. (Red). *Tværmedial kommunikation - producent -, bruger- og hverdagsperspektiver*. (1. udg.). Samfundslitteratur. 13-35.
- Sandvik, K. (2018). Tværmedial kommunikation i et producentperspektiv. I: Sandvik, K. (Red). *Tværmedial kommunikation - producent -, bruger- og hverdagsperspektiver*. (1. udg.). Samfundslitteratur. 37-83.
- Sandvik, K. (2018) Tværmedial kommunikation i et brugerperspektiv. I: Sandvik, K. (Red). *Tværmedial kommunikation - producent -, bruger- og hverdagsperspektiver*. (1. udg.). Samfundslitteratur, 85-115.
- Sandvik, K. (2018). Tværmedial kommunikation i et hverdagsperspektiv. I: Sandvik, K. (Red). *Tværmedial kommunikation - producent -, bruger- og hverdagsperspektiver*. (1. udg.). Samfundslitteratur. 117-145.
- Klasturp, L. (2016). Fællesskaber og sociale formationer. I: Klasturp, L. (Red). *Sociale netværksmedier*. (1. udg.). Samfundslitteratur, 84-109.
- Kotisova, J. (2019). The elephant in the newsroom: Current research on journalism and emotion. *Sociology Compass*, 13(5), 1-11.
- Kristensen, N. N. (2021). Nyhedsteori. I: Eskjær, M. F. & Mortensen, M. (Red.). *Klassisk og moderne medieteorier*. (1. udg.). Hans Reitzels forlag, 225-247.
- Kuiken, J., Schuth, A., Spitters, M., & Marx, M. (2017). Effective Headlines of Newspaper Articles in a Digital Environment. *Digital Journalism*, 5(10), 1300–1314. (15 sider)
- Lecheler, S., & de Vreese, C.H. (2018). News framing effects theory: an integrative view. In: Lecheler, S., & de Vreese (Red.). *News Framing Effects*. (1st ed.). Routledge, 1-17.
- Lecheler, S., & de Vreese, C.H. (2018). News framing effects... from where? In: Lecheler, S., & de Vreese. (Red.). *News Framing Effects*. (1st ed.). Routledge, 18-31.

- Lewis, S. C., Holton, A. E., & Coddington, M. (2014). Reciprocal Journalism: A concept of mutual exchange between journalists and audiences. *Journalism Practice*, 8(2), 229–241.
- McCrow-Young, A. (2021). Approaching Instagram data: reflections on accessing, archiving and anonymising visual social media. *Communication Research and Practice*, 7(1), 21–34.
- Meikle, G., & Redden, G. (2011). Introduction: transformation and continuity. In: Meikle, G. & Redden, G. (Eds.). *News Online transformations and continuities*. Palgrave Macmillan, 1-19.
- Oeldorf-Hirsch, A., & Sundar, S. S. (2015). Posting, commenting, and tagging: Effects of sharing news stories on Facebook. (44). *Computers in Human Behavior*, 240–249.
- O'Neill, B., Gallego Pérez, J. I., & Zeller, F. (2013). New perspectives on audience activity: “Prosumption” and media activism as audience practices. In: Carpentier, N., Schröder, K. C., & Hallett, L. (Eds.). *Audience Transformations: Shifting Audience Positions in Late Modernity*. (1st. ed). Routledge, 157–171.
- Orgeret, K. S. (2020). Discussing Emotions in Digital Journalism. *Digital Journalism*, 8(2), 292–297.
- Pantti, M., & Wahl-Jorgensen, K. (2021). Journalism and Emotional Work. *Journalism Studies*. 22(12), 1567–1573.
- Perreault, G. P., & Ferrucci, P. (2020). What Is Digital Journalism? Defining the Practice and Role of the Digital Journalist. *Digital Journalism*. 8(10), 1298–1316.
- Petersen, N. L. (2021) Celebrity- og fanstudier. I: Eskjær, M. F. & Mortensen, M. (Eds.), *Klassisk og moderne medieteorier*. (1. udg.). Hans Reitzels forlag, 547-564.
- Potnis, D., & Tahamtan, I. (2021). Hashtags for gatekeeping of information on social media. *Journal of the Association for Information Science and Technology*. 72(10), 1234–1246.
- Ritzer, G., Dean, P., & Jurgenson, N. (2012). The Coming of Age of the Prosumer. *American Behavioral Scientist*. 56(4), 379–398.
- Rose, G. (2015). Værkanalyse. I: Rose, G., & Christiansen, H. C. (Eds.). *Analyse af billedmedier - det digitale perspektiv*. Samfundslitteratur, 27-111.

- Rose, G. (2015). Billedanalyse. I: Rose, G., & Christiansen, H. C. (Red.) *Analyse af billedmedier - det digitale perspektiv. Samfundslitteratur*, 161-234.
- Schlosser, R. W., Wendt, O., Bhavnani, S., & Nail-Chiwetalu, B. (2006). Use of information-seeking strategies for developing systematic reviews and engaging in evidence-based practice: the application of traditional and comprehensive Pearl Growing. A review. *International Journal of Language & Communication Disorders*, 41(5), 567–582.
- Schreier, M. (2014). Qualitative Content Analysis. In: Flick, U. (Red.). *The SAGE handbook of qualitative data analysis. Sage Publications*, 170–183.
- Sharon, C., & Bull, P. (2021). Conclusion. In: Charon, C., & Bull, P. (Red.) *The Psychology of Journalism. Oxford Academic*, 304-31.
- *Studieordning for kandidatuddannelsen i Kommunikation, 2022, København.* (u.å.). Hentet 31. oktober 2022, fra <https://studieordninger.aau.dk/2022/35/3414>.
- Strömbäck, J., & Karlsson, M. (2011). WHO’S GOT THE POWER?: Journalists’ perceptions of changing influences over the news. *Journalism Practice*, 5(6), 643–656.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research* (104), 333–339.
- Tandoc jr. E. C., & Vos, P. T. (2016). THE JOURNALIST IS MARKETING THE NEWS: Social media in the gatekeeping process. *Journalism Practice*, 10(8). 950–966.
- Thomas, V. L., Chavez, M., Browne, E. N., & Minnis, A. M. (2020). Instagram as a tool for study engagement and community building among adolescents: A social media pilot study. *Digital Health* (6), 1-13.
- Thorlacius, L. (2018) Indledning. I: Thorlacius, L. (Red.). *Visuel kommunikation på digitale medier.* (1 udg.). *Samfundslitteratur*, 9-15.
- Thorlacius, L. (2018) Visuelle virkemidler. I: Thorlacius, L. (Red.). *Visuel kommunikation på digitale medier.* (1 udg.). *Samfundslitteratur*, 17-94.
- Thorlacius, L. (2018) Genrer og stilarter i webdesign. I: Thorlacius, L. (Red.). *Visuel kommunikation på digitale medier.* (1 udg.). *Samfundslitteratur*, 95-143.

- Thorlacius, L. (2018) Model til analyse af visuel kommunikation på digitale medier. I: Thorlacius, L. (Red.). *Visuel kommunikation på digitale medier*. (1 udg.). *Samfundslitteratur*, 145-212.
- Thorlacius, L. (2018) Analyse af visuel kommunikation på Facebook og Instagram. . I: Thorlacius, L. (Red.). *Visuel kommunikation på digitale medier*. (1 udg.). *Samfundslitteratur*, 215-253.
- Twitter (2022) Nordsjællands Politi
<https://twitter.com/njylpoliti/status/1490625658531295236>
- Uldam, J., & Hänska-Ahy, M. (2021) Online aktivisme og borgerjournalistik. I: Eskjær, M. F., & Mortensen, M. (Red.). *Klassisk og moderne medieteor*. (1. udg.). *Hans Reitzels forlag*, 585-607.
- Van Dijck, J. (2008). Digital photography: communication, identity, memory. *Visual Communication*, 7(1), 57–76.
- Van Gorp, B. (2007). The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back In. *Journal of Communication*, 57(1), 60–78.
- Vázquez-Herrero, J., Direito-Rebollal, S., & López-García, X. (2019). Ephemeral Journalism: News Distribution Through Instagram Stories. *Social Media + Society*, 5(4), 1-13.
- Wahl-Jorgensen, K. (2019). Questioning the Ideal of the Public Sphere: The Emotional Turn. *Social Media + Society*, 1-3.
- Wahl-Jorgensen, K. (2019). An Emotional Turn in Journalism Studies? *Digital Journalism*, 8(2), 175–194.
- Wahl-Jorgensen, K. (2013). The strategic ritual of emotionality: A case study of Pulitzer Prize-winning articles. *Journalism*, 14(1), 129–145.
- Walters, P. (2021). Reclaiming Control: How Journalists Embrace Social Media Logics While Defending Journalistic Values. *Digital Journalism*, 1–20.
- Yin, R, K. (2014). Getting Started: How to Know Whether and When to Use the Case Study as a Research Method. In: Yin, R, K. (Red). *Case Study Research. Design and Methods*. (5th Edt.) *Sage Publications*, 3-26.

I ALT 2.021 sider i alt