

Krisekommunikation i Roskilde Kommune og Køge Kommune under stormfloden 2016/2017



Abstract

Roskilde Municipality and Køge Municipality were both flooded following the storm Urd in 2016/2017. This thesis is founded on analytical findings based on a deductive approach to crisis communication in municipalities.

The thesis investigates how the municipalities verbalise their own situations of crisis that are a part of the construction of the crisis from a social constructivist perspective. The municipalities' own perceptions of the flood affect the way in which the municipalities choose to communicate the crisis to their citizens. This communication takes place via digital platforms. This is due to changes in the media landscape, in which it has to be easier for the citizens of the municipality to find the information that they need and when they need it.

This thesis sets out to answer the following problem statement:

How do Roskilde Municipality and Køge Municipality verbalise the crisis situation that they faced during the flood following the storm Urd, and how did it affect their choice of digital platforms, and how did the citizens respond to this?

The thesis draws on theoretical perspectives on crisis communication, where the crisis family of the flood and the municipalities' verbalisations of the flood as well as their use of information strategies are analysed. Furthermore, the thesis uses mixed methods where the empirical data is composed of documents and data from the municipalities' digital platforms.

The conclusion is that both municipalities use their verbalisations to construct the crisis situation. It is thus the municipalities' own conception of the level of threat posed by the crisis that forms their crisis communication. Therefore, the verbalisations may appear different as the municipalities have their own sense of reality. Moreover, both municipalities use information strategies that differ from David L. Sturges' directions for efficient crisis communication. Despite this being the case, the information strategies can still be used as a guiding principle for other municipalities where crisis communication via digital platforms is new.

Indhold

Abstract	2
Kapitel 1: Indledende	5
1.1 Motivation	5
1.2 Problemfelt	6
1.3 Problemformulering:	7
1.4 Definition af problemfelt	7
1.4.1 Kriser	7
1.4.2 Krisekommunikation	9
1.4.3 Sociale medier	10
1.4.4 Sociale medier i krisekommunikation	10
Kapitel 2: Teori	13
2.1 Den sociale konstruktion af risiko objekter	13
2.2 Den udvidede kriseporteføljemodel	17
2.3 David L. Sturges	22
Kapitel 3: Metode	25
3.1 Socialkonstruktivismen	25
3.2 Mixed Methods	28
3.2.1 Komparativt casestudie	29
3.2.2 Præsentation af cases	30
3.2.3 Den kvantitative dataindsamling	31
3.2.4 Den kvalitative dataindsamling	33
3.2.4.1 Semistruktureret interviews	33
3.2.4.4 Etik	36
3.2.4.5 Dokumentanalyse af kommunernes kommunikation	37
3.2.4.5 Analysestrategi	39
3.2.5 Kildekritik	40
Kapitel 4: Analyse	41
4.1 Hvilken krise var stormfloden, og hvordan bliver den italesat af kommunerne selv?	41
4.1.1 Roskilde Kommune	44
4.1.2 Køge Kommune	48
4.2 Hvilke informationsstrategier anvender kommunerne via de digitale platforme, og hvad er borgernes respons på disse?	52
4.2.1 Roskilde Kommune	52

4.2.2 Køge Kommune	62
4.3 Hvordan påvirker stormfloden borgernes brug af Roskilde Kommune og Køge Kommunes Facebooksider?	73
4.3.1 Roskilde Kommune	73
4.3.2 Køge Kommune	80
Kapitel 5: Diskussion	87
5.1 I hvor høj grad lykkes kommunernes krisekommunikation under stormfloden, og hvor operationel er teorien i praksis?	87
Kapitel 6: Konklusion	94
Litteraturliste	96
Videnskabelige artikler og rapporter:	96
Bøger:	96
Artikler:	98
Bilagsoversigt	99
Bilag 1: Kommunikationssituation og Formidlingsartikel.....	100

Kapitel 1: Indledende

1.1 Motivation

Min motivation for at skrive denne afhandling skyldes først og fremmest mit praktikforløb hos Køge Kommunes kommunikationsteam. Her fik jeg indblik i en statsstyret organisation, og hvilke opgaver dette gav til et kommunikationsteam. Gennem min praktik fik jeg et nærmere kendskab til nogle af Køge Kommunes historier, som eksempelvis stormfloden, der ramte Køge Kommune d. 4. januar 2017. Dette var en 100 årshændelse, og betyd derfor meget for kommunen. Det skabte en stor interesse for, hvordan en kommune kommunikerer under en krise. Det var især den eksterne kommunikation ud til borgerne, som fandt mig spændende, men ikke fra en hvilken som helst kanal. Køge Kommune gjorde meget brug af det sociale medie, Facebook. At bruge Facebook, som egentlig er et socialt netværk, synes jeg er en interessant måde at nå sine borgere på. Derfor er det især brugen af digitale platforme, og de ulemper og fordele, de kan medbringe i en kommunikationssituation, jeg finder interessant.

Denne motivation ledte til mit valg, som er at skrive om krisekommunikation i en kommune. For at specialet ikke skulle mangle dybde, har jeg valgt at arbejde med et komparativt casestudie. Valget faldt naturligt til Roskilde Kommune, da denne kommune først og fremmest blev ramt af de samme konsekvenser, der forekom i kølvandet på stormen Urd. Ydermere synes jeg, at det er interessevækkende at undersøge to kommuner i et komparativt casestudie, hvor Køge Kommune ikke har oplevet en lignende krise i over 100 år, hvorimod Roskilde Kommune allerede har stået over for flere stormflode siden stormen Bodil 2013. Derfor er det spændende at se på, hvorvidt kommunerne reagerer ens eller forskelligt, og om hvorvidt erfaring med lignende kriser, påvirker en kommune til at handle på en bestemt måde.

Det leder ydermere videre til næste afsnit, som er specialets problemfelt. Endvidere er det spændende at se på, hvordan brugen af medier har udviklet sig gennem tiden, fra traditionelle kanaler til de digitale platforme, og således hvordan det spiller en rolle når der krisekommunikeres.

1.2 Problemfelt

Risiko som en social konstruktion er der ikke forsket meget i, og derfor er dette speciale relevant. Netop italesættelsen af stormfloden som krise, som er en konstruktion af kommunerne selv, er hovedemnet i denne afhandling. Kommunernes egne italesættelser er med til at konstruerer en virkelighed for deres borgere. Måden hvorpå kommunerne kommunikerer under en krise har ændret sig i takt med udviklingen fra medialisering til digitalisering. De digitale platforme har ændret måden, hvorpå kommuner og andre organisationer udarbejder krisekommunikation, og ligeledes hvordan krisekommunikationen når ud til borgerne. Der er således sket en ændring ved at gå fra de traditionelle medier til online medier. Ændringen i medielandskabet har skabt nogle andre krav til, hvordan kommuner kommunikerer under en krise. Det er blevet nemmere for kommuner og andre organisationer at nå deres stakeholdere, når en krise raser. Det har resulteret i, at borgerne ønsker deres informationer mere tilgængelig og hurtigere. Det er især de sociale medier, som er begyndt at spille en større rolle under en krise. Men mediet stiller også nogle andre krav til kommunerne. Måden hvorpå kommunerne kommunikerer på de traditionelle medier adskiller sig fra de sociale medier, hvor det især er sproget, der spiller en rolle.

Ydermere bliver stormflode og andre naturfænomener mere almindelige i fremtiden. Derfor er det yderst vigtigt, at kommuner og andre organisationer forbereder sig på denne udvikling. Derfor er det nødvendigt, at kommuner forbereder sig kommunikativt, så når krisen rammer, ved kommunerne, hvordan de skal kommunikere informationer videre til deres borgere. Hvordan kommunerne kan øve sig på dette, kan ske ved at undersøge og tage ved lære er informationsstrategier, som kan være gavende i en situation, hvor kommunerne skal krisekommunikere ud til borgere. For hvilke informationer er vigtige på hvilke tidspunkter?

Problemstillingerne er udarbejdet ud fra de taksonomiske niveauer for at besvare problemformuleringen fyldestgørende. Det sker ved, at problemstillingerne både er redegørende, analyserende og vurderende. De første tre problemstillinger er redegørende og analyserende, hvor den fjerde og sidste problemstilling er vurderende og diskuterende. Dette afsnit vil blive uddybet mere fyldestgørende i afsnittet: Definition af problemfelt.

1.3 Problemformulering:

Hvordan italesætter henholdsvis Roskilde Kommune og Køge Kommune den krisesituation de stod i under stormfloden i kølvandet på stormen Urd, og hvordan påvirkede det deres valg af digitale platforme, og hvilken respons fik disse af borgerne?

- 1. Hvilken krise var stormfloden, og hvordan bliver den italesat af kommunerne selv?*
- 2. Hvilke informationsstrategier anvender kommunerne via de digitale platforme, og hvad er borgernes respons til disse?*
- 3. Hvordan påvirker stormfloden, borgernes brug af Roskilde Kommune og Køge Kommunes Facebooksider?*
- 4. I hvor høj grad lykkes kommunernes krisekommunikation under stormfloden, og hvor operationel er teorien i praksis?*

1.4 Definition af problemfelt

I dette afsnit forsøger jeg at operationalisere og definere de begreber, som ligger grobund for specialet. Gennemgangen af disse er relevant for specialet, da det giver læseren en mulighed for at anskue begreberne ud fra den vinkel som specialet tager. Det er begreberne som krise, krisekommunikation, sociale medier og sociale medier i krisekommunikation. Det bliver således en litterat gennemgang af begrebernes definitioner. Da der eksisterer flere forskellige tilgange til forståelsen af kriser.

1.4.1 Kriser

Den måde hvorpå vi skal forstå hvad en krise er, er der flere forskellige forståelser og definitioner. Johansen & Frandsen (2015) har samlet disse og kommet med nogle af de sammenlignelige punkter inden for definitionen af krise. En krise vil altid indbefatte i, at der kan forekomme en afbrydelse eller en diskontinuitet i en ellers normal situation, som kan få negative konsekvenser og dermed udgøre en trussel for organisationen (Johansen & Frandsen, 2015:77). Dog er der en uenighed om "[...] hvori denne diskontinuitet mere præcist består" (Johansen & Frandsen, 2015:69). Men forskerne har også forskellige definitioner på en krises

indhold, krisens udvikling, og hvornår en situation kan defineres som en krise mm. Det skyldes at forskningen inden for krisekommunikation og kriseledelse befinder sig tværvidevidenskabeligt, som leder til den store typologiske mangfoldighed og definitioner (Johansen & Frandsen, 2015:70).

Den amerikanske politolog Charles F. Hermann er en af de første, der benytter sig af krisebegrebet inden for feltet management. Hermann skrev i 1963 en videnskabelig artikel, *Crisis Which Limit the Viability of Organizations*. Her bliver Hermanns definition beskrevet som;

"En organisational krise (1) truer højt prioriterede værdier i organisationen, (2) giver et begrænset tidsrum, inden for hvilket der kan svares igen, og (3) er uventet eller ikke foregribet af organisationen" (Johansen & Frandsen, 2015:77).

Hermanns definition beskrives som en af de klassiske inden for forskningen. Det skyldes den brede opfattelse af, hvad en krise indeholder – en uventet begivenhed, høj trussel for organisationen og dens værdier og et begrænset tidsrum til at handle.

Det leder videre til den næste kriedefinition. I 1999 opstiller Timothy Coombs en kriedefinition i sin bog *Ongoing Crisis Communication*;

"En krise kan defineres som en begivenhed, der udgør en uforudsigelig større trussel, som kan have en negativ indvirkning på organisationen, branchen eller interessenter, hvis den håndteres på en forkert måde" (Johansen & Frandsen, 2015:78; Jin et al., 2014:75).

Coombs' definition er en af de nyeste inden for forskningen. I hans arbejde har han også trukket på tidligere forskningen og dens tidligere kriedefinitioner (Hermann, 1963; Pauchant & Mitroff, 1992). Coombs er enig med Hermann i forhold til, at en krise er uforudsigelig og er en trussel mod organisationen. Dog adskiller Coombs sig ved at anskue trussel mod ikke kun den givne organisation, men hele dens branche og dens stakeholdere. Samtidig anskuer Coombs kun en begivenhed som værende en krise, hvis begivenheden bliver håndteret dårligt. Her er der i stedet tale om kriseledelse (Johansen & Frandsen, 2015:78). Jeg afviger mig lidt fra Coombs definition. Det skyldes mit valg om at anskue stormfloden som en krise, uden jeg på nuværende tidspunkt ved, om Coombs ville definere stormfloden som en krise. Endvidere ved jeg endnu ikke om kommunerne klarerede sig godt eller dårligt gennem krisen på et

kommunikativt niveau. Det leder videre til definitionen af krisekommunikation, og hvordan dette er blevet anskues gennem tiden. På dette grundlag vælger jeg at afgrænse mig fra Coombs. Selvom der er forskellige kendetegn for, hvornår en teoretiker beskriver et fænomen som en krise og dens udformning, er der én definition, som går igen hos alle de ovennævnte teoretiske tilgange nemlig risikoen for et fænomens trussel mod den pågældende organisation. Dette vil blive uddybet i specialets teori-afsnit, hvor det tages fat i Stephen Hilgartners teori, Den sociale konstruktion af et risikoobjekt (jf. afsnit 2.1).

1.4.2 Krisekommunikation

Ud fra faglitteraturen om krisekommunikation kan der udledes to forskellige syn. Den første er kendetegnet for at være snæver i den forstand, at krisekommunikation er den respons, som først begynder under selve krisen. Den anden tilgang til krisekommunikation er at anskue krisekommunikation som en måde, hvorpå en organisation kan forsvare sit omdømme/image (Johansen & Frandsen, 2015:224).

Kathleen Fearn-Banks anskuer krisekommunikation således;

"Krisekommunikation er dialogen mellem organisationen og dens stakeholdere før, under og efter den negative hændelse. Der udarbejdes strategier og taktikker for at minimere skaden på organisationens image. Effektiv kriseledelse inkludere krisekommunikation, der ikke alene kan lette eller eliminere krisen, men undertiden også bibringe organisationen i et mere positivt omdømme end før krisen" (Fearn-Banks, 2002:2f I Johansen & Frandsen, 2015:224).

Denne definition er gældende for dette speciale. Det skal ses i forhold til, hvordan kommunerne kommunikerer til deres stakeholdere, netop de borgere, som er i risiko for at blive berørt af stormfloden.

1.4.3 Sociale medier

Den brede betegnelse for sociale medier referer til sociale netværk også kaldet Web 2.0. Det beskriver en mangfoldighed af platforme som er web-baseret inden for 'user-generated content' (Frandsen & Johansen, 2017:169) og 'user-manipulated content' (Jin et al., 2014:75).

Disse giver muligheden for dens brugere at kreere profiler og dele indhold med andre (Houston et al., 2014:3). Der findes mange forskellige eksempler på sociale medier. Der er både tale om de kendte sociale netværkssider såsom Facebook og LinkedIn samt blogs og micro-blogs, hvor der er tale om Twitter og WordPress mm. De platforme som er udbredt mest er Facebook og Twitter. Disse har spredt sig til et globalt niveau. Det der adskiller de sociale medier fra de tidligere almindelige websites er det dynamiske indhold, såsom billeder, videoer, spil og lyd. Disse er nemlig med til at give brugeren en mere fyldestgørende brugeroplevelse (Houston et al., 2014:4).

"Social media have common characteristics such interactivity, speed, global reach, convergence, lack of control (no gatekeeping), self-medium, mass self-communication, and cyberspace, and they constitute a new public sphere" (Frandsen & Johansen, 2017:169).

Men mange forskere har begået denne fejl at anskue de adskillelige sociale platforme som et fænomen, der er generisk og homogent (Eriksson & Olsson, 2016:201).

1.4.4 Sociale medier i krisekommunikation

"Social media have become vital crisis communication tools, creating new possibilities for both governmental organizations and citizens to produce their own content, monitor potential crisis issues and engage in decentralized speedy communication" (Eriksson & Olsson, 2016:198).

Selvom de sociale medier er blevet en stor del af håndteringen af kriser, så er organisationer stadig bange for de muligheder, der åbnes op for gennem brugen af sociale medier (Frandsen & Johansen, 2017:171). På den ene side kan de være skyld i, at organisationen kommer under en shitstorm, men de sociale medier giver også organisationer en mulighed for at nå sine

stakeholders under en krise, og dermed udsende vigtige informationer, som kan opfanges og spredes hurtigt, såsom instruktioner (Frandsen & Johansen, 2017:171).

Ifølge Jin et al. forøges brugen af sociale medier under kriser; *"[...] leading some experts to conclude that public participation is the new norm in crisis management"* (Jin et al., 2014:76). Ifølge Baron (2010) er offentligheden således blevet en stor del af organisationers krisekommunikation. Ydermere bliver den krisekommunikation, der foregår på de sociale medier anset for mere troværdig, end de traditionelle medier. Forskning viser, at under en krise, så bruger offentligheden de sociale medier, som en måde, hvorpå at opnå emotionel støtte (Jin et al., 2014:81). Det sker også efter en endt krise; *"For all publics, social media provide emotional support after crisis through enabling publics to virtually band together, share information, and demand resolution"* (Jin et al., 2014:76).

Facebook og Twitter kan begge bruges til krisekommunikation, men har forskellig anvendelighed under en krisesituation. C.M White (2012), som er forsker inden for krise informatik, definerer både Facebook og Twitter, og hvordan disse kan være relevante at anvende under en krise. Hans definition af Facebook lyder således;

"[...] Facebook supports symmetrical two-way communication for group support, enabling users to connect with friends and family by sharing status updates, personal photos and other items of interest in times of crisis" (Eriksson & Olsson, 2016:201).

Facebook har også en anden funktion, når information skal ud til de berørte personer. Dette kan både være på et borgerniveau og på et organisationsniveau. For en organisation kan Facebook være med til at nå ud til organisationens stakeholdere, som kan være nødvendig under en krise. På Facebook er det muligt at ændre sine privatindstillinger. Det giver mulighed for at ændre sine indstillinger således borgere og organisationer har den mulighed at vælge, hvem de vil dele deres kriseinformation med. Det skaber også muligheder for at gøre informationen åben eller lukket gennem Facebookgrupper.

Det leder videre til White's (2012) definition af Twitter;

"Twitter is characterized as an asymmetrical, one-way micro blog network that primarily enables users to follow friends, experts, celebrities and breaking crisis news in messages of up to 140 characters" (Eriksson & Olsson, 2016:201).

Det der især gør Twitter interessant at bruge under en krise er, at både borgere og organisationer kan dele et #hashtag. Ifølge Bruns & Burgess (2014) er #hashtags essentielle under en krise. Det giver nemlig muligheden for at kommunikere på et makroniveau; *"Including a topical hashtag 'means that the message has the potential to reach well beyond the user's existing number of followers'"* (Bruns & Moe, 2014:17 I Eriksson & Olsson, 2016:201).

Facebook og Twitter kan være yderst brugbare som redskab til krisekommunikation. Det giver organisationer mulighed for at nå hurtigt og bredt ud til sine stakeholdere, under en krise.

Kapitel 2: Teori

Dette speciale bygger på en deduktiv undersøgelse, da jeg afprøver mine teorier som "[...] modeller for virkeligheden [...]" (Boolsen, 2010, 208), på mit empiriske materiale. Det sker ved, at teorierne opstiller hypoteser, som skal af- eller bekræftes gennem mine metoder.

Det vil give mig mulighed for at analysere kommunernes udsendte krisekommunikation. Gennem tekstanalyse kan jeg ved hjælp af teoretikerne inddele den indsamlede empiri i, hvordan kommunerne kommunikerer til sine borgere - stakeholdere. Men først vil jeg beskrive Den sociale konstruktion af risikoobjekter af Stephen Hilgartner, da han forklarer, hvordan risiko er en social konstruktion, som viser hvordan kommunerne konstruerer en virkelighed af krisen gennem deres italesættelser af den. Herefter vil jeg anskue Den udvidede kriseporteføljemodel, som er Frandsen & Johansens videreudvikling af Paul Shrivastava og Mitroff' klassiske model. Ved hjælp fra denne typologi kan jeg få svar på stormflodens indhold, intensitet, dynamik, og hvordan den bliver fortolket af Kommunerne selv. Til sidst bliver David L. Sturges præsenteres, hvor det især er de tre informationsstrategier, der er interessant.

2.1 Den sociale konstruktion af risiko objekter

Stephen Hilgartner beskriver hvorledes risikoen for en krise er en social konstruktion, men hvor den eksisterende forskning inden for definitionen af risikoobjekter er mangelfuld i 1992;

"First, social scientists have made little effort to examine the conceptual structure of social definitions of risk. Few analysts have paid close attention to the conceptual objects that appear in these definitions, the linkages among these objects, or process through which these objects are constructed" (Hilgartner, 1992:40).

Inden for risiko har han således konstrueret et perspektiv inden for systemer og netværks. Der sker dermed en social konstruktion af risiko. For at der eksisterer en risiko for en organisation, eksempelvis en kommune, så skal der opfyldes tre elementer;

"[...] an object deemed to 'pose' the risk, a putative harm, and a linkage alleging some form of caution between the object and the harm [...] Risk objects are the things that

pose the hazards, the sources of danger, the entities to which harmful consequences are conceptually attached” (Hilgartner, 1992:40f).

I forhold til specialets genstandsfelt skal det anskues som, at stormfloden er risikoobjektet, som udstiller kommunerne over for en mulig trussel. Stormfloden skaber oversvømmelser, som kan resultere i adskillelige konsekvenser. Det kan både udmunde i økonomiske kriser i form af skader, men også store personlige tab, hvis kommunernes borgere mister værdigenstande eller får ødelagt sit hus under oversvømmelserne. Hvis ikke kommunerne reagerer på risikoen, kan det skade kommunernes omdømme.

”These linkages are always problematic because a risk can always be attributed to multiple objects. One can always construct many potential branches to the chains of causation that lead to the disaster” (Hilgartner, 1992:42).

Det skal dog siges, at Hilgartner anskuer risiko som social konstrueret, dermed konstruerer kommunerne selv den faretilstand de er i, i forhold til hvordan de anser stormfloden og italesætter krisen (Hilgartner, 1992:40). Ifølge Hilgartner bliver der ikke skabt en kæde af endeløs risiko. Men for at forstå mennesker og dermed også organisationer, såsom kommuner skal man forstå; *” [...] sensemaking about risk, is to understand the networks of risk objects and casual linkages that people do construct” (Hilgartner, 1992:42).* Det er således måden, hvorpå der konstrueres en virkelighed ved at forstå risiko objekternes netværk, og ligeledes hvordan de sammenkobles hos hvert et menneske eller organisation (Hilgartner, 1992:46).

For bedst at forstå definitionen af risiko objekter, skal det anskues således;

”In the simplest form, the process of constructing a risk object consist of defining an object and linking it to harm. This task is a rhetorical process, performed in texts that are displayed in specialized organizations or in public arenas, and it usually involves building networks of risk objects” (Hilgartner, 1992:46).

Det er dermed et retorisk spørgsmål, hvordan en krise anskues og italesættes af kommunerne selv. Her er det deres italesættelser af krisen over de digitale platforme, der bliver undersøgt. Et risikoobjekt kan være svært at konstruere, men det hænger sammen med at disse kan være svære at kontrollere. Men hvad gør kommunerne selv for at kontrollere stormflodens omfang?

Det bedste for kommunerne er at eliminere truslen fra stormfloden så meget som muligt;

"In such cases, heterogeneous engineers attempt to contain the risk object within a network of control capable of displacing the risk from the system, while leaving the object in the system" (Hilgartner, 1992:48).

Objektet i dette tilfælde skal anskues som de forhøjede vandstande, hvor risikoen stormfloden. Her ville det være bedst, hvis kommunerne kunne adskille disse to, således det ikke fører til oversvømmelser. Det skal dog nævnes, at jeg ikke anskuer kommunernes handlinger for at undgå en fysisk krise som stormfloden. Det kan nemlig være vanskeligt at bygge et kontrolnetværk omkring det omtalte risikoobjekt, da der både er menneskelige og ikke-menneskelige aktører, der spiller en rolle (Hilgartner, 1992:48).

Jeg vil derimod bruge Hilgartners viden til at undersøge, hvordan kommunerne italesætter deres krisesituation, da disse italesættelser er med til at konstruerer en virkelighed.

Hilgartner skriver, at når et risikoobjekt bliver konstrueret er det en tovejs proces;

"To emplace a risk object means to make the object, and its risk, into significant actors in a sociotechnical network. In other words, to emplace a risk object means to turn it into something to be reckoned with, something that is capable of influencing the future of the network. To displace a risk object means precisely the reverse: to strip the object, and its risks, of their significance; to neutralize them; to remove their capacity to influence the evolution of the network" (Hilgartner, 1992:48f).

Det vil sige, at for at konstruere et risikoobjekt skal disse gennemgås. *"[...] propelled by efforts to emplace risk objects within, and displace them from, sociotechnical networks."* (Hilgartner, 1992:48). Kommunerne skal overveje om de ønsker at *emplace* eller *displace* deres risikoobjekt. Men før de kan træffe det bedste valg, er der to forskellige retninger til hver af disse begreber, om hvorvidt et risikoobjekt skal konstrueres eller dekonstrueres (Hilgartner, 1992:49). Dog vil der kun blive taget udgangspunkt i den første retning inden for begge definitioner. De skyldes at jeg ikke undersøger, hvordan heterogene ingeniører arbejder under en krise, da jeg anskuer, hvordan kommunikationen bliver udviklet, men ikke hvilke fysiske foranstaltninger, som kommunerne gør for at forberede sig i en risiko for, at en stormflod rammer. Den første retning inden for *emplace* lyder således, at et risikoobjekt; *"[...] can be emplaced through construction;*

that is, entities get emplaced as risk objects if people (1) successfully define them as objects, and (2) successfully link them to harm" (Hilgartner, 1992:49). Risikoobjektet bliver dermed konstrueret. Det vil blive anskuet ud fra, hvordan kommunerne italesætter risikoobjektet, netop stormfloden. Det skyldes at gennem kommunernes egne italesættelser, er de med til at skabe krisens omfang, som sendes ud via deres krisekommunikation. Som nævnt ovenover eksisterer der også to retninger inden for *displace*. Dette beskrives endvidere som *emplacements* spejlbillede (Hilgartner, 1992:49). Det leder ydermere videre til, at her bliver et risikoobjekt dekonstrueret;

" [...] that is, a risk object can be displaced if people successfully challenge the existence of the object, or successfully sever the linkage between the object and harm" (Hilgartner, 1992:49).

Der forekommer en kamp mellem kontrollen og konstruktionen af risikoobjekter. Det sker i takt med, at sociotekniske netværker udvikler sig. Det kan skabe en uforudsigelig udvikling, da risikoobjektet driver frem og tilbage mellem et kontinuum af *displacement* og *emplacement*;

"New objects can be created, old objects can be defined as risky, and new data can sever the linkage between an object and a harm. New systems of control can transform a risk object into something deemed to be harmless, or an accident can suddenly raise doubts about the reliability of systems of control" (Hilgartner, 1992:49).

Dette citat fra Hilgartner viser, hvorfor det er relevant at inddrage ham som teori, da denne kan være med til at beskrive, hvordan et risikoobjekt bliver konstrueret, og hvilke konsekvenser det kan medbringe. Denne teori kan være med til at undersøge, hvordan kommunerne konstruerer stormfloden som et risikoobjekt gennem deres italesættelser. Disse konstruktioner kan nemlig have konsekvenser for, hvordan kommunerne senere hen bliver anskuet og dermed have konsekvenser for deres omdømme. Det sker ved, at det sociotekniske netværk, som kommunerne skaber gennem deres italesættelser af stormfloden som et risikoobjekt, er det netværk, som kommunernes borgere reagerer på (Hilgartner, 1992:50).

Det konstante skift et risikoobjekt er under mellem at være *emplace* og *displace* sker i specifikke sociale arenaer, og dermed ikke i lokationer, der kan beskrives som abstrakte, såsom 'samfundet'. Dette er således den sociale distribution af risikoobjekter (Hilgartner, 1992:50). Her skal det anskues, hvilke arenaer risikoobjektet har den største indvirkning på. I dette

tilfælde er det kommunerne selv, da disse kan få anbragt ansvaret for, hvordan krisen udfolder sig, og det er for dem, truslen er størst. Kommunerne kan distribuere et risikoobjekt, som sendes ud til borgerne gennem de digitale platforme. Selvom medier ikke bliver anset for værende en arena, kan jeg ud fra Hilgartner anse kommunerne som værende vigtige arenaer;

"[...] the most important arenas for constructing risks are those that devote sustained attention to constructing facts and machines, laws and regulations, organizations and management systems, research programs and data collection systems, risk objects and networks for controlling them" (Hilgartner, 1992:51).

Begge kommuner opfylder Hilgartners krav for at være vigtige sociale arenaer. Hilgartner nævner selv, at en af de store risikoobjekter, som kan få globale konsekvenser, er den globale opvarmning, som er knyttet sammen med de forhøjede vandstande og andre ændringer i vores økosystem (Hilgartner, 1992:51).

Dette leder videre til det næste teoretiske afsnit, som behandler, hvordan kommunerne anskuer deres egen situation i mødet med stormfloden, hvor krisens intensitet og type vil blive forklaret.

2.2 Den udvidede kriseporteføljemodel

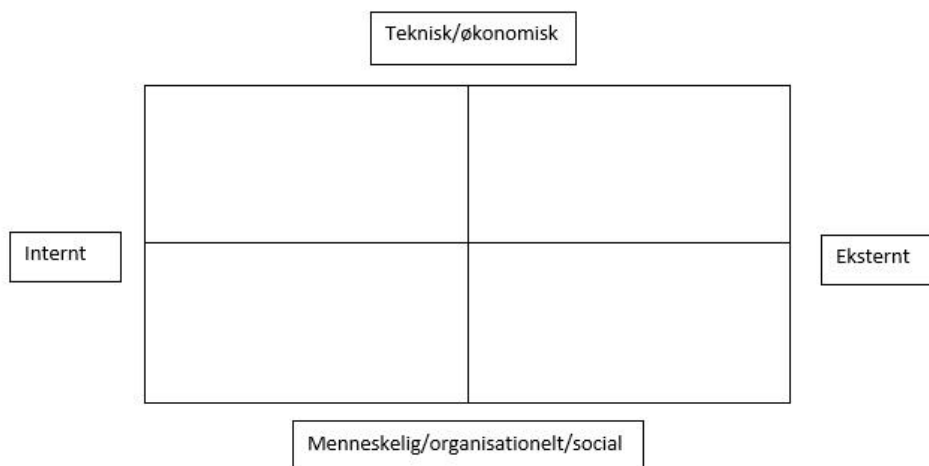
Frandsen & Johansen (2017) har gennem deres arbejde videreudviklet på Shrivastava & Mitroff' artstypologimodel fra 1987. Frandsen & Johansen kalder den for; Den udvidede kriseporteføljemodel. Den tager udgangspunkt i, at der skal besvares fire spørgsmål til en krise; 1) *Hvad er krisens natur eller indhold?* 2) *Hvor høj er krisens intensitet?* 3) *Hvor dynamisk er krisen?* 4) *Hvordan bliver krisen fortolket af stakeholdere?* (Frandsen & Johansen, 2017:46).

Paul Shrivastava & Ian Mitroff' model er den mest udbredte artstypologi, som for første gang blev beskrevet i deres videnskabelige artikel fra 1987 – *"Strategic management of Corporate Crisis"* (Johansen & Frandsen, 2015:83).

Denne typologi beskrives som den bedste til at inddele krisens indhold efter et indholdskriterium, og dermed besvare Frandsen & Johansens første spørgsmål; *Hvad er krisens*

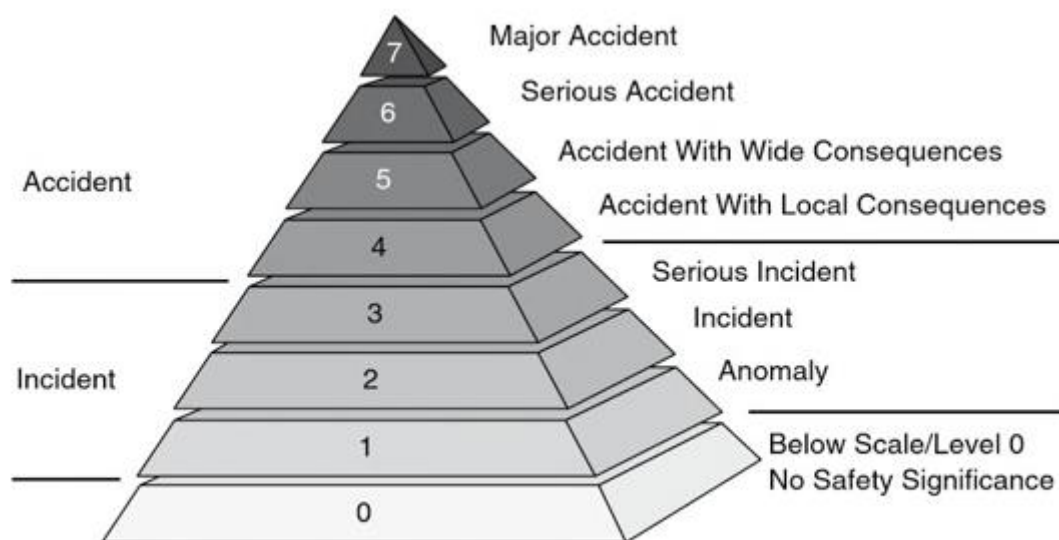
natur eller indhold? Denne model kan kortlægge krisers hele forløb. Teorien opererer med to forskellige kriterier;

"[...] et kriterium, der typologiserer en krise efter, hvor den opstår (internt eller eksternt), og et kriterium, der typologiserer en krise efter, hvilket system der er den primære årsag til krisen (et teknisk/økonomisk system eller et menneskeligt/organisationelt/socialt system)" (Johansen & Frandsen, 2015:83).



(Shrivastava & Mitroff, 1987 | Johansen & Frandsen, 2015:83ff)

I forhold til casen kan den hermed give et overblik over en krisens oprindelse, og hvad det betyder for kommunerne. For at besvare spørgsmålet om krisens intensitet, skal der først redegøres for, hvad der menes med dette; *"By intensity we mean the force with which a crisis affects the 'field' inside which it occurs and develops"* (Frandsen & Johansen, 2017:46). Kriser kan adskille sig fra hinanden på forskellige niveauer, som på eksempelvis størrelsen, risikoen og faren ved krisen.



(Frandsen & Johansen, 2017:47).

Modellen ovenover blev i 1990 introduceret af *International Atomic Energy Agency* (IAEA). Den opstiller en typologi med syv niveauer over intensitet, som strækker sig fra anomalier til store ulykker. Den går under navnet *International Nuclear Event Scale* (INES); "Each increasing level represents an accident approximately 10 times more severe than the previous level" (Frandsen & Johansen, 2017:47). Den er delt ind efter farvekodning – grøn, gul, orange og rød, i dette tilfælde flere forskellige toner af grå. Med denne kan en krise deles ind i, hvor stor intensitet den har. Her er det interessant at undersøge, hvordan kommunerne selv italesætter deres krise, og hvor de selv ville placere stormfloden. Dette spørgsmål bliver de endvidere stillet under interviewene (Bilag 3 & 4).

Forskningen bag spørgsmål tre, der anskuer krisens dynamik, er i årenes løb blevet forsømt i forskningen (Frandsen & Johansen, 2017:47). Kriser befinder sig ofte ikke inden for den kategori, som de oprindeligt er fra. Alpaslan & Mitroff (2011) påstår;

"[...] every crisis is a system of multiple crisis. [...] This happens because either the initial crisis consists of multiple crisis in two or more families to begin with, or because the initial crisis sets off a chain reaction of crises. Any particular type crisis or crises is (are) capable of serving as cause, the effect, or both of any crisis or crises" (Alpaslan & Mitroff, 2011: 49 I Frandsen & Johansen, 2017:48).

Med dette menes, at en krise kan skifte kategori over tid eller være med til at udvikle nye og mere presserende kriser.

For at besvare Frandsen & Johansens fjerde spørgsmål; *Hvordan bliver krisen fortolket af stakeholdere?* Skal jeg som forsker vælge en ud af de to meta-teoretiske tilgange, som skelner to forskellige tilgange til kriser – den socialkonstruktivistiske tilgang og den substantialistiske tilgang (Frandsen & Johansen, 2017:48; Johansen & Frandsen, 2015:104). Ved at vælge den ene frem for den anden, står valget mellem spørgsmålene: 1) Hvad opfattes som en krise? Eller 2) Hvad er en krise? Den første befinder sig inden for den socialkonstruktivistiske tilgang, hvor det ikke er muligt at definere en krise ud fra objektive træk; *”En krise foreligger ikke bare som objektiv, dvs. en ydre og af mennesker uafhængig, størrelse, som man så kan gå i gang med at håndtere”* (Johansen & Frandsen, 2015:105; Frandsen & Johansen, 2017:48). Men derimod bliver kriser anskuet som sociale fænomener, der er socialt konstrueret;

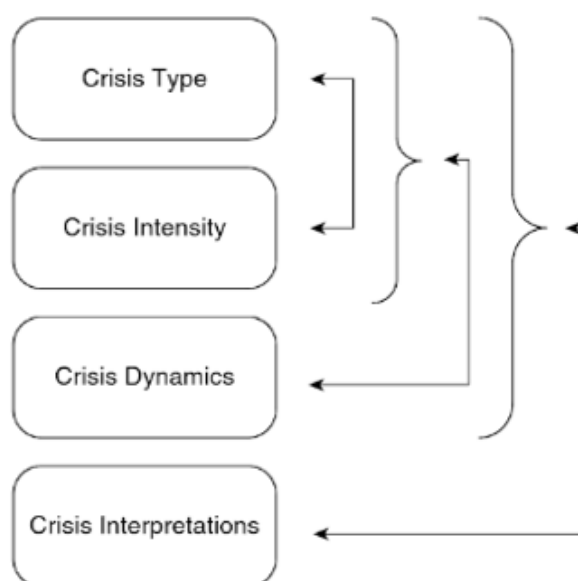
”Crises are considered social constructions, something that can be interpreted and negotiated by multiple stakeholders. This does not mean, however, that crises do not really exist. They do! But it is how they are interpreted by human beings that turns them into crises. And interpretations are real” (Frandsen & Johansen, 2017:48).

Den substantialistiske tilgang, adskiller sig fra den social konstruktivistiske tilgang ved at anskue fænomener, såsom kriser, som objektive. Det giver mulighed for at undersøge om en organisation har en krise ud fra nogle specifikke kriterier, da disse; *”[...] altid kan defineres og identificeres ved de samme træk eller kendetegn [...]”* (Johansen & Frandsen, 2015:104). Under denne tilgang ligger lister med gode råd, når en virksomhed har brug for rådgivning, da den samme strategi kan bruges til den samme type krise. Jeg afgrænser mig fra Frandsen & Johansens fjerde spørgsmål, da jeg ikke er ude og indsamle borgernes fortolkninger af stormfloden. Derimod undersøger jeg, hvordan borgerne reagerer på kommunernes kommunikation via Facebook. Det sker gennem en analyse af kommunernes Facebookopslag samt de tilhørernes kommentarer fra borgerne.

Som min første problemstilling hentyder, ønsker jeg at anskue, hvad der kan opfattes som en krise, ud fra et socialkonstruktivistisk standpunkt. Jeg ønsker at undersøge kommunernes egne fortolkninger af deres egen situation under stormfloden, og hvordan de ligeledes italesætter krisen gennem kommunikation med deres stakeholdere, kommunens borgere;

"[...] when a crisis breaks out and develops over time, it is important to closely follow how the crisis is interpreted by different external and internal stakeholders and how their interpretations develop – or do not develop – over time." (Frandsen & Johansen, 2017:49).

Som modellen nedenfor beskriver, så er de fire spørgsmål indbyrdes afhængige af hinanden. Det vil sige, at hvert spørgsmål må besvares hver for sig, men således, at svarene påvirker hinanden (Frandsen & Johansen, 2017:49f).



(Frandsen & Johansen, 2017:49).

Denne model vil give mig mulighed for at få en viden om krisens art og ligeledes, hvordan krisesituationen blev fortolket. Det skal dog siges, at jeg ikke undersøger kommunernes stakeholdere i form af borgernes fortolkninger, men derimod kun kommunernes egen forståelse af deres situation, og deres reaktioner samt udformning af kommunikation. For at dykke dybere ned i kommunernes kommunikation, går jeg videre til det næste teoretiske afsæt, Sturges' indholdsstrategier.

2.3 David L. Sturges

Hvis vi ønsker at få en artikuleret besvarelse til spørgsmålet; *"Hvad skal vi egentlig forstå ved krisekommunikation?"* (Johansen & Frandsen, 2015:224), skal vi have fat i David L. Sturges, som er en amerikansk managementforsker fra University of Texas-Pan American. Sturges har opstillet sin egen typologi for krisekommunikation. Det sker på baggrund af hans artikel, *Communicating Through Crisis: A Strategy for Organizational Survival* (1994);

"The purpose of this article is to suggest that maximizing communication's effectiveness in creating positive opinions among publics important to the organization requires customizing messages' content based on the stage of the crisis and the type of information needed and desired by the constituents at any specific stage of the crisis situation" (297f).

Artiklen byder på Sturges' mening i forhold til tidligere studier af krisekommunikation, som indebærer tre områder – 1) forberedelse for mødet med kriser, 2) organisationens og dens medlemmers opførsel under krisens forløb og 3) krisekommunikation til offentligheden og de stakeholders, der er vigtige for organisationen, under krisens forløb (Sturges, 1994:298). Endvidere mener Sturges, at det tredje område er blevet negligeret i forskningen i forhold til de to første.

Det leder videre til en anden af Sturges' kritikker, der slår ned på den tidligere forskning, at der således ikke bliver taget hensyn til to vinkler ved krisekommunikation – dens indhold og en krises livscyklus og faser (Johansen & Frandsen, 2015:224). Det er ifølge Sturges en kombination af kriseforløb og indholdsstrategi, der er yderst vigtigt; *"Kort sagt: på hvilket tidspunkt – før, under eller efter en krise – skal virksomheden eller organisationen sige hvad?"* (Johansen & Frandsen, 2015:225). Dette vil især blive brugt i kapitel 5, hvor jeg vil diskutere, i hvor høj grad kommunernes krisekommunikation lykkes eller ej.

Det er interessant at undersøge kommunernes kommunikation ud til offentligheden. Det kan gøres ved at benytte sig af Sturges' tre informationsstrategier, hvor han skelner mellem den instruerende informationsstrategi, den tilpassende informationsstrategi og den internaliserende informationsstrategi (Sturges, 1994:308; Johansen & Frandsen, 2015:225).

Den instruerende informationsstrategi er den information, som en kommune ville bruge til at fortælle, hvad deres borgere skal gøre, og hvordan de skal reagere fysisk på en krise som stormfloden. Det kunne eksempelvis være, når kommunen instruerer borgerne i et bestemt område, at de skal anskaffe sig sandsække, og at dette er muligt på en eksakt adresse inden for et bestemt tidspunkt.

Den tilpassende informationsstrategi bruges, hvis kommunerne skal forklare, hvordan deres borgere bedst muligt kommer gennem krisen psykisk. Det kan også være i tilfælde af, når kommunerne holder borgerne informerede med, hvor høje vandstande er i visse områder, og hvor høje prognoserne er, over de kommende timer. Det kan også være informationer om, hvor mange huser der er blevet ramt osv.

Den internaliserende informationsstrategi benyttes af en kommune, der ønsker at påvirke borgernes image af dem selv. Det vil sige den information, som borgerne vil inddrage, når de danner et billede af kommunen. Det kan eksempelvis ske ved, at kommunerne selv fremstiller deres egne og andre medarbejdere og frivillige i et godt lys, hvor de klapper dem selv på skulderen over deres gode arbejdsindsats.

Disse former for informationer kan også ses i forhold til, hvornår disse bliver brugt under en krises livscyklus: *"[...] crisis are suggested to progress through a series of stages, each with its own set of dynamics and dimensions"* (Sturges, 1994:299). Hertil har Sturges opstillet en model for indholdsstrategier og krisefaser. Denne model giver et indblik i tre sammenhængende komponenter;

"1) en komponent, der repræsenterer faserne i et kriseforløb [...] 2) en komponent, der viser, hvordan udviklingen i den (positive, negative eller neutrale) offentlige mening om organisationen finder sted i forbindelse med en krise, og 3) en komponent, der viser, hvilket forhold der bør være mellem de ovennævnte tre former for indhold" (Johansen & Frandsen, 2015:225f).

Ifølge Sturges er den internaliserende information mest hensigtsmæssig at benytte før og efter krisen, da denne hentyder til krisens omdømme, hvorimod det under krisen er mest givende at benytte sig af den instruerende- og den tilpassende informationsstrategi. Grundet dette blik på stormfloden som krise, vil dette kunne give mig et indblik i krisens livscyklus.

Der kan forekomme implikationer under forskning af krisekommunikation. Det skyldes kompleksiteten ved at undersøge kommunikation før, under og efter krisen, for derved at konkludere om, hvorvidt kommunikation var efficient og effektiv.

Ifølge Sturges opstår en krise ikke på et isoleret grundlag, men derimod grundet organisationelle kontekster, der sker gennem begivenheder, der kan forekomme i serier eller parallelt med hinanden (Sturges, 1994:300).

Kapitel 3: Metode

Gennem dette afsnit går jeg fra det generelle til de specifikke ved specialet. Her vil jeg introducere mit valg af videnskabsteori og valg af metoder. Dette giver et indblik i min empiri, og hvorledes jeg har opnået adgang til disse gennem både kvantitative- og kvalitative metode.

3.1 Socialkonstruktivismen

Dette speciale bliver anskuet ud fra den socialkonstruktivistiske videnskabsteori idet; *"Vejen til værdifuld ny viden går gennem at sætte spørgsmålstejn ved eksisterende viden, der tages for givet"* (Pedersen, 2012:187). Det er en af grundsætningerne inden for den socialkonstruktivistiske tilgang.

Denne videnskabsteori ligger både an til at have et kritisk syn på 'vedtagne sandheder', samt give mulighed for at udvikle og opstille nye teorier, nye forståelser, da disse kan være en åbning for nye og alternative handlemuligheder (Pedersen, 2012:188).

Virkelighedsopfattelsen inden for socialkonstruktivismen er, at virkeligheden gennem interaktion bliver konstrueret til viden, som opfattes som objektiv og sand. Der sker på baggrund af den socialkonstruktivistiske epistemologi, som afviser tesen om at der kan opnås objektiv viden inden for det, der undersøges. Tilsvarende er viden ikke noget, der er opdaget, men derimod skabt. Endvidere er sandheden perspektivistisk, da der ikke findes én sandhed. Det er således denne videnskabsteoris ontologi ved;

"[...] at der ikke findes én sandhed [...] men en række konstruerede "sandheder", som det giver mening ud fra bestemte perspektiver, værdigrundlag og sociale og historiske kontekster" (Pedersen, 2012: 190).

Når der arbejdes inden for den socialkonstruktivistiske tilgang, er det vigtigt at identificere forforståelser, både hos mig selv, og min rolle som forsker, men også de aktører, som er involveret i genstandsfeltet. Ydermere også aktørernes interesser og magt, da disse spiller ind;

"Sandheden er altså noget, der kæmpes om, hvorfor forholdet mellem magt og viden står centralt i en socialkonstruktivistisk analysetilgang. Hvem har definitionsmagten,

dvs. magten til at definere, hvorledes vi skal se på og kategorisere de sociale og fysiske fænomener, der omgiver os?” (Pedersen, 2012:191).

Det er især definitionsmagten, som jeg gennem mit speciale vil undersøge – For hvordan definerer og italesætter kommunerne, den krise de stod under ved stormfloden? Det sker gennem analyser, der tager udgangspunkt i de udvalgte teorier. Disse teorier bliver anskuet af denne videnskabsteori, som forforståelser jeg besidder, når jeg undersøger og analyserer på genstandsfeltet; *”Virkeligheden eksisterer ikke uafhængigt af teorier, men skabes igennem disse og igennem vore øvrige forforståelser”* (Pedersen, 2012:220). Dermed er mine teorier bestemmende for, hvilke sandheder jeg kommer frem til, som bliver til min perspektiviske viden af virkeligheden. Teorierne er dermed også bestemmende for mine valg af metoder, da dette er en deduktiv afhandling.

I denne optik har Roskilde Kommune og Køge Kommune en definitionsmagt, da disse er institutioner, som har fået tildelt en rolle, som ydermere giver dem nogle magtrekskaber, som kan bruges i deres kommunikation med borgerne, og ligeledes under en krisesituation. Det sker ved at disse institutioner bliver internaliseret af mennesker, således at; *”De bliver en del af vores bevidsthed, personlige anskuelser og meninger og påvirker, hvad vi opfatter som legitimt”* (Pedersen, 2012:197). Kommunerne kan hermed gennem deres kommunikation være med til at påvirke deres borgeres bevidsthed og deres anskuelser af krisens omfang, som senere kan påvirke deres legitimitet og omdømme. Det skyldes især sprogets betydning i forhold til;

”Hvilke egenskaber og hvilke betydninger der tillægges bestemte tegn, er kontekstspecifikt. Dvs. vi må undersøge, hvilken sammenhæng et tegn indgår i, for at kunne analysere, hvilken betydning det tillægges” (Pedersen, 2012:203).

Det trækker tråde fra Sturges i forhold til hans tre informationsstrategier (jf. afsnit 2.3). I stedet for, hvordan borgerne modtager og opfatter kommunernes kommunikations under stormfloden, undersøger jeg, hvordan kommunen vælger at kommunikere på, og hvilken form for information de udsender. Kommunernes eksterne kommunikation viser nemlig, hvordan de anskuer stormflodssituationen (jf. afsnit 2.3). Ifølge de fleste socialkonstruktivister er sproget med til at skabe den virkelighed, vi eksisterer i, som skyldes den betydning vi, som mennesker giver ting, grundet verdens sociale konventioner (Pedersen, 2012:203). Det er interessant, da vi alle kan give forskellige betydninger til det samme fænomen, men dog er der visse regler, der

anskues som objektive, som sandheden. Definitionen af en stormflod er allerede givet på forhånd, da vandet skal nå visse vandstande, før det kan få betydningen af at være en stormflod. Det er en betydning, der allerede er tilrettelagt på forhånd. *"Vores kategorisering af fænomener eller mennesker får altså vidtrækkende konsekvenser for vores beslutninger og vores handlinger"* (Pedersen, 2012:204). Så når kommunerne har fået kategoriseret de forhøjede vandstande til at være en stormflod, som potentielt kan blive en trussel for kommunerne, så påvirker det deres handlinger, således også deres italesættelser af deres krisesituation.

"Socialkonstruktivister, der befinder sig inden for denne position, ser det som en vigtig opgave at producere viden, der bidrager til at belyse, hvordan se sociale strukturer er kommet til at se ud, som de gør, og hvilken indflydelse dette har på den samfundsmæssige udviklingsproces og på magtrelationerne mellem mennesker" (Pedersen, 2012:209).

Jeg anskuer derfor kommunernes italesættelser ud fra et socialkonstruktivistisk synspunkt, i forhold til, hvordan de opfatter krisen, hvor jeg bruger mine teoretiske termer ud fra det videnskabsteoretiske synspunkt. Jeg vurderer dermed kommunernes italesættelser som et socialt fænomen, der bliver konstrueret, og ser derfor kommunernes kommunikation ud fra den ontologiske konstruktivisme, hvor sociale fænomener er socialt konstruerede. Krisen bliver derfor konstrueret af kommunerne selv, i forhold til, hvor stor en trussel de vurderer stormfloden (Pedersen, 2012:208f).

Det er igen centralt at nævne magtrelationerne, når der tales om, hvilken betydning vi giver fænomener;

"[...] for at give et bud på konsekvenserne af, at et begreb konstrueres på en bestemt måde. Konstruktionen legitimerer vores syn på andre menneskers adfærd eller udseende og på, hvorledes vi individuelt og samfundsmæssigt reagere eller sanktionerer i forhold til det vi møder" (Pedersen, 2012:205).

Den måde hvorpå kommunerne vælger at kommunikere på, under deres krise, skyldes deres opfattelse af krisesituationen. Gennem deres handlinger og egne forståelser af deres situation samt deres valg af information konstruerer de en virkelighed (jf. kapitel 2).

For at få kendskab til kommunernes måde at italesætte stormfloden som en krise, har jeg brug for at anvende forskellige metoder. Disse vil blive beskrevet nedenfor.

3.2 Mixed Methods

For at besvare denne afhandlings genstandsfelt, har jeg valgt at benytte mig af Mixed Methods. Forskerne bag Mixed Methods definerer det således;

"[...] as a design for collecting, analyzing, and mixing both quantitative and qualitative data in a study in order to understand a research problem" (Denzin, 2012:81 I Jæger, 2016:301).

Det er således ikke en form for metode, men derimod en forskning, der har sit eget forskningsdesign, som indeholder både de kvalitative- og kvantitative metoder. Udviklingen af denne forskning er sket på baggrund af den såkaldte *'paradigm war'* eller *'science war'*. Det er striden mellem den positivistiske ontologi og den konstruktivistiske ontologi. Positiverne benytter sig af den kvantitative, hvorimod konstruktiverne anvender de kvalitative metoder. Adskillelsen af den videnskabelige ontologi og metodologien samt et paradigmeskift til en pragmatisk ontologi skabte forskningen, Mixed Methods (Jæger, 2016:302f). Ydermere er det muligt at sammenkoble det subjektive med det objektive, således der tages et intersubjektivt ståsted, *"Enighed eller forståelse mellem to eller flere personer om en iagttagelse eller et argument"* (Kvale & Brinkmann, 2009:250 I Jæger, 2016:304).

Triangulering er også et vigtigt begreb inden for Mixed Methods, da dette giver mulighed for at anskue det undersøgte genstandsfelt fra flere forskellige vinkler. Denne giver således en forsker muligheden for; *"[...] at indfange kompleksiteten, righoldigheden og dybden i det undersøgte fænomen"* (Jæger, 2016:305). Det er dog vigtigt at understrege, at triangulering inden for Mixed Methods bygger på tanken om at kombinere de kvalitative- og kvantitative metoder. En af forskningens karaktertræk kaldes for metodisk ekletisme, som betyder at metodevalget ikke er styret af et ontologisk synspunkt, men derimod vælges på baggrund af en egnethedsvurdering i forhold til det undersøgte. For at dette bliver gjort fyldestgørende er det derfor vigtigt, at forskeren begrundes sine valg af metoder, ud fra metodisk ekletisme (Jæger, 2016:308).

Det leder mig videre til forskningsdesignets udformning. Da der er mange måder, hvorpå metoder kan sammensættes på; *"Metoderne kan anvendes i et sideløbende forløb, i et sekventielt forløb, eller det kan indlejres i hinanden"* (Jæger, 2016:309). Specialet bliver sammensat gennem det sekventielle forløb;

"Overordnet kan sekventielle forløb tilrettelægges som to forskellige forskningsdesigns: et forklarende design og et udforskende design [...] Et forklarende design består af en kvantitativ undersøgelse, der typisk afdækker forekomsten og udbredelsen af et problem. Herefter bruges denne viden som baggrund for en kvalitativ undersøgelse, der forklarer det pågældende problem nærmere, hvorefter der laves en samlet analyse og en konklusion, der evt. præsenterer nogle bud på løsningen af problemet" (Jæger, 2016:309).

Min afhandling vil både anvende kvantitativ- og kvalitativ empiri. Den kvantitative empiri vil bestå af internatdata, som er indsamlet fra kommunernes Facebooksider. Disse bruges til at forklare mine problemstillinger ud fra fremkomsten af ændringer på Facebook. Jeg bruger således min kvantitative empiri til at beskrive og forklare min case. Det er i form af data, der eksempelvis beskriver udviklingen af følgere på kommunernes Facebooksider. Det kan give et indblik i kommunernes og borgernes færden på de digitale platforme.

Den kvalitative empiri vil bestå af interviews med i alt fire medarbejdere fra henholdsvis Roskilde Kommune og Køge Kommune samt en tekstanalyse af kommunernes krisekommunikation på de digitale platforme. Tekstanalysen sker på baggrund af det teoretiske afsæt, som specialet bygger på (jf. kapitel 2).

3.2.1 Komparativt casestudie

"I effects-of-causes udvælger man cases efter, at årsagen er til stede, og søger derefter efter deres effekter på et givet område" (Jensen & Kvist, 2016:48). Jeg har udvalgt mine cases på baggrund af, at begge kommuner blev ramt af stormfloden. Jeg ønsker at undersøge, hvordan kommunerne reagerede på krisen, og hvordan de italesætter den, således analysere på deres krisekommunikation. Heri undersøger jeg ikke årsagen for stormfloden, men derimod, hvad resultatet blev, i forhold til kommunernes krisekommunikation og håndtering.

Hermed er stormfloden den uafhængige variable, hvor krisekommunikationen og håndteringen er den afhængige variable.

Mine cases hører under betegnelsen, mest ens cases, forskelligt outcome. Det skyldes min interesse i at undersøge krisens betydning for de strategiske overvejelser, kommunerne har haft i forhold til deres krisekommunikation, som forklarende faktor. Det vil sige, at en krisens omfang kan variere fra kommune til kommune, og som kan være udslagsgivende for den valgte krisekommunikation, og hvordan de selv opfatter krisens omfang (Jensen & Kvist, 2016:49). Køge Kommune og Roskilde Kommune er derfor sammenlignelige, da de begge var ude for den samme uafhængige variable (krisen, stormfloden), dog på forskellige tidspunkter, som har ledt til forskellige outcome i eksempelvis kommunernes forskellige valg af digitale platforme.

3.2.2 Præsentation af cases

Mine valg af cases hænger sammen med min praktik i Køge Kommunes kommunikationsafdeling. Her fik jeg et indblik i, hvordan en statsstyret organisation udarbejder strategisk kommunikation. Under mit praktikforløb fandt jeg ud af, hvor meget stormfloden havde gjort indtryk på kommunen og dens medarbejdere. Køge Kommunes borgere gik sammen og hjalp hinanden, så skaden ville blive så lille som muligt.

Gennem praktikken fik jeg et ønske om at gå længere ned i krisekommunikation, og de sociale mediers muligheder under en krise. Derfor valgte jeg også en anden kommune, der var ude for den samme krise, og som har en krisehistorik, grundet kommunens geografiske beliggenhed. Det blev således Roskilde Kommune, da den har visse ligheder med Køge Kommune.

Roskilde Kommune har siden kommunalreformen anno 2007 bestået af byerne Roskilde, Jyllinge, Viby, Svogerslev, Gundsømagle, Gadstrup, Vindinge, Ågerup og Veddelev. Kommunen rækker over 212 kvadratkilometer.

Siden 2007 har Køge Kommune været sammensat af byerne Køge, Køge Nord også kaldet for Ølby og Ølseagle, Borup, Bjæverskov, Ejby, Gørslev, Vemmedrup, Lille Skensved, Algestrup, Lellinge, Hastrup og Herfølge. Kommunen dækker således over 255 kvadratkilometer.

Nedenfor kan en statistik fra Statistikbanken anskues. Den fortæller hvor mange indbyggere, der er bosat i henholdsvis Køge Kommune og Roskilde Kommune.

Folketal 1. januar efter kommune og tid

	2016	2017
Køge	59 868	60 109
Roskilde	86 207	87 015

Byer kan være delt over en kommunegrænse. Dermed kan antallet af personer i en bystørrelseskategori være mindre end bystørrelsen tilskrives.

3.2.3 Den kvantitative dataindsamling

Den kvantitative empiri er indsamlet fra internetdata. Den består af data fra det sociale medie, Facebook. Internetkilder er også nyttige til at få overblik over de dynamiske mekanismer og kausale sammenhænge, der kan forekomme (Ejrnæs, 2016:216).

Mine internetdata består af Facebookopslag, tweets, information fra kommunernes egne hjemmesider samt sms-service. Selvom disse er internetdata, bruger jeg kun det kvantitative data fra Facebook, hvorimod de andre kun bliver analyseret ud de kvalitative traditioner.

Jeg har selv tilegnet mig det meste af de anvendte empiri. Den empiri jeg har fået fra Roskilde Kommunes Facebookside, har jeg fået tilsendt af kommunens egne medarbejdere, da jeg ikke selv har adgang til disse. Hvorimod jeg har fuld adgang til Køge Kommunes Facebook data, da jeg efter min praktik, har fået lov til at fortsætte som medadministrator af kommunens Facebookside. Gennem empirien får jeg indblik i kommunernes kommunikation, og hvordan det har spredt sig. Hermed får jeg også et vidensgrundlag i de sociale mediers muligheder og fald grupper under en krise;

"Twitter og Facebook giver mulighed for at analysere, over tid, hvilke begivenheder der genererer aktivitet på de sociale medier, og hvordan information spredes på internettet. Internetdata kan bestå af observationer af likes på Facebook, eller hvor mange retweet et givet tweet skaber" (Ejrnæs, 2016:216).

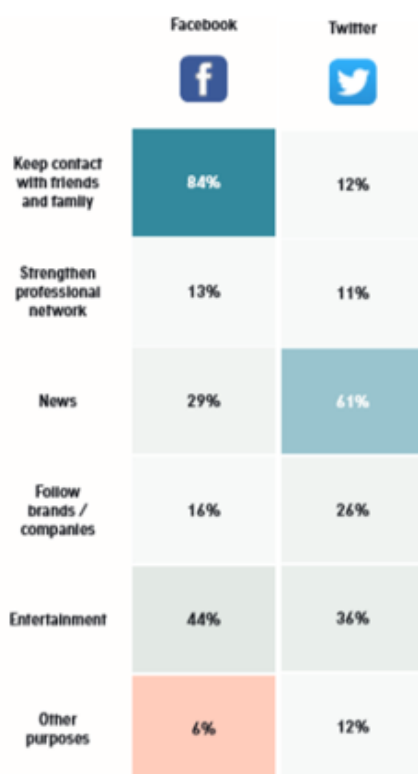
Den indsamlede empiri anvendes som en forklarende faktor for mine cases, da dette vil give et indblik i kommunernes krisekommunikation. Den kvantitative indsamling består af grafer, der viser antallet af besøgende, "synes godt om" og opslagernes rækkevidde mm.

Disse er også yderst anvendelige til komparative studier (Ejrnæs, 2016:205f), da disse vil give et indblik i ligheder og forskelligheder mellem de to kommuner. Den kvantitative empiri er således grobund for specialets opbygning, som leder videre til den kvalitative empiri. Nedenfor redegør jeg for, hvor mange procent af kommunernes borgere, der følger kommunernes egne Facebooksider. Disse er fremkommet af mine egne beregninger, på baggrund af den indsamlede empiri. Endvidere har jeg også anskaffet viden om, hvor mange danskere, som benytter Facebook, og Twitter, samt hvad de bliver brugt til.

I det andet kvartal 2017 er 80 procent af alle danskere på Facebook, hvor det kun er 17 procent, der befinder sig på Twitter (AudienceProject, 2017:52). Det fjerde kvartal fra 2016 fortæller at den lå på 79 procent, så det er en procentvis stigning hos Facebook. Siden det fjerde kvartal 2016 har mængden af Twitterprofiler steget med 2 procent, så den er gået fra 15 til 17 procent (AudienceProject, 2017:53).

52 procent ud af de 80 procent besøger Facebook flere gange om dagen. På Twitter er det 14 procent ud af de 17 procent, der bruger mediet flere gange dagligt (AudienceProject, 2017:57).

Her er en model over, hvad disse to sociale medier bliver brugt til. Her er det tydeligt afbilledet, at Facebook bruges mest til at holde kontakten til familie og venner, med 84 procent. Twitter derimod benyttes mere af dem, der opsøger nyheder, som ligger på 41 procent af alle brugere af mediet.



(Udklip af figuren, AudienceProject, 2017:58).

Hvis vi ser på, hvor mange, der følger Roskilde Kommune og Køge Kommune, kan vi finde den procentvise fordeling, af hvor mange procent, som følger kommunerne i forhold til, hvor mange indbyggere, der er bosiddende i henholdsvis Roskilde Kommune og Køge Kommune (jf. afsnit 4.3).

3.2.4 Den kvalitative dataindsamling

Jeg vil anvende de kvalitative metoder i samspil med den kvantitative empiri, som er indsamlet fra internetdata. Det skyldes, at kvantitativ empiri kan vise et generelt billede af det undersøgte fænomen, hvorimod den kvalitative metode kan gå i dybden;

"Den kvalitative strategi frembringer dyb viden om processer og helheder og har ofte fokus på kompleksitet" (Jensen & Kvist, 2016:45).

Herunder kommer der en gennemgang af de valgte metoder inden for den kvalitative tradition.

3.2.4.1 Semistruktureret interviews

"Interviewet giver indsigt i det fænomen eller begivenhed, man ønsker at undersøge, og som alene kan fremskaffes gennem interviews med relevante interviewpersoner. Det er således tale om en viden, man ikke har adgang til på anden vis via andre typer kilder" (Poulsen, 2016:75).

For at få svar på min afhandlings genstandsfelt ønsker jeg at forstå fænomenet fra de personer, som oplevede den tæt på, og som derved blev en del af krisekommunikationen. Jeg vælger det semistrukturerede interview til mine to interviews. For at opnå det mest fyldestgørende interview, da det giver mulighed til lidt spillerum, hvis jeg har brug for at stille opfølgende spørgsmål, der ellers ikke er inddraget i interviewguiden. Interviewene foregår således ved, at de to fra den pågældende kommune bliver interviewet sammen. Det er med til at skabe en dynamik, og hjælper informanterne til at huske en begivenhed, der skete over et år siden. Informanterne gjorde meget brug af hinanden, og kom frem til flere vigtige pointer i samspil med hinanden. De pointer jeg fik gennem interviewene er jeg ikke sikker på, at jeg havde

opnået, hvis ikke jeg interviewede dem sammen to og to. Det skabte selvfølgelig også nogle forhindringer, da emnet engang imellem godt kunne stikke lidt af. Men først og fremmest var det yderst givende, at interviewene blev så dynamiske.

3.2.4.2 Præsentation af informanter

Fra Roskilde Kommune er det kommunikations- og pressechef Michael Dahl Nielsen og kommunikationskonsulent Lars Elmsted. Disse var begge en stor del af kommunens krisekommunikation.

Som kommunikations- og pressechef stod Michael Dahl Nielsen for al pressekontakt under stormfloden. Så Michaels arbejdsopgave under stormfloden var at levere informationer til pressen, hvor især mediet Twitter blev brugt (Bilag 3).

Lars Elmsted arbejder som kommunikationsmedarbejder i By, Kultur og Miljø. Grundet hans kendskab til klimaændringer, og dermed også stormflode, stod Lars derfor for al kommunikation til borgerne (Bilag 3). Lars har skabt en ekstra profil på Facebook, ud over sin private. Det er en Facebookprofil for Roskilde Kommune, som giver mulighed for at kommunikere i Facebookgrupper, såsom gruppen *'Oversvømmelse I Jyllinge - Vi Hjælper Hinanden'*. Det har ifølge kommunen selv været et vigtigt kommunikationsværktøj under forhøjet vandstande (Bilag 3).

Fra Køge Kommune interviewer jeg kommunikationsrådgiverne Louise Simoni Larsen og Mathias Kure. Af det eksisterende personale, er de, de eneste to, der var på arbejde under stormfloden.

Louise Simoni Larsen er kommunikationsrådgiver, hvor hendes hovedopgave er at varetage kommunens sociale medier, såsom Facebook og LinkedIn. Under stormfloden var hun generelt den ansvarlige for informationen, der blev sendt ud til borgerne gennem Facebook og Køge Kommunes egen hjemmeside (Bilag 4).

Mathias Kure er også ansat som kommunikationsmedarbejder, hvor han særligt sidder med den interne kommunikation i kommunen. Derudover arbejder han også med anlægskommunikationen, som giver ham et tæt samarbejde med anlægsafdelingen. Det blev

nyttigt brugt under stormfloden, da denne afdeling sidder med vigtige informationer under sådan en hændelse (Bilag 4).

De fire informanter kan give mig et indblik i deres position og oplevelse af stormen og dermed et førstehåndsindtryk af krisen. Interviewene kan give mig en idé om kommunikationsmedarbejdernes tanker om krisens alvorlighed, og således trække tråde til deres skriftlige krisekommunikation, der blev sendt ud til deres borgere. Disse informationer, ville jeg ikke selv være i stand til at anskaffe uden interviews, dog er de vigtige, da disse kan give et billede af krisesituationen;

”Der kan være interviewpersonens verdensopfattelse og bevæggrunde og/eller vedkommendes viden om deltagelse i konkrete begivenheder. Interviewpersonen besidder således en ofte skjult viden gennem praksis, hvor formålet med interviewet er at få adgang til den viden” (Poulsen, 2016:76).

Det er især viden om kommunikationsteamenes arbejdsprocesser under en krise, samt deres egen forståelse af den krisesituation de stod i, som jeg ikke selv ville havde været i stand til at anskaffe andre steder.

3.2.4.3 Transskription

Interviewet med Michael Dahl Nielsen og Lars Elmsted fra Roskilde Kommune varer 01.10.12, og interviewet med Køge Kommunes medarbejdere Louise Simoni Larsen og Mathias Kure varer 00.44.20. Den fulde længde af begge interviews transskriberes. Nogle lydeffekter bliver transskriberet, da de er nødvendige for at forstå sætningerne. Et eksempel er, at under interviewet med medarbejderne fra Roskilde Kommune, fortæller Michael Dahl Nielsen noget, hvor han klapper i hænderne, for at indikere, at deres job er gjort, men han siger det ikke med ord (Bilag 3). Så for at få fat i hele sammenhængen er dette inddraget i transskriberingen ved at stå i [...]. Jeg inddrager også grin, for at indikere stemningen under interviewet, men også fordi der gøres sjov med flere aspekter, der skete under stormfloden, for at sætte det ind i en kontekst.

Nogle steder har jeg ikke haft mulighed for at transskribere, da informanterne har talt i munden på hinanden, som gør det umuligt at adskille og forstå, men der er også få steder, hvor mine optagsheder ikke har kunne opfange sætningen. Dette har dog kun været tilfældet få gange.

I interviewene bliver der også nævnt navne på lokalpolitikere i forbindelse med noget, som ikke er gunstige for kommunen eller de enkelte personer, så derfor har jeg valgt at anonymisere disse. Det skyldes, at jeg ikke ønsker at sætte mine informanter i en dårlig situation eller de enkelte lokalpolitikere. Det vil sige, at når et navn nævnes i sammenhæng med en kritisk situation, så vælger jeg at skrive [...] (Bilag 3 & 3). Netop dette leder videre til det næste punkt, som er etik inden for de kvalitative metoder. Jeg vælger kun at anonymisere de personer, hvor de nævnes i en uheldig sammenhæng. Hvis ikke dette er tilfældet, nævnes navnene på de omtalte personer.

3.2.4.4 Etik

Inden for den kvalitative metode er det vigtigt at tage sig nogle etiske overvejelser, da det *"[...] ofte handler om menneskers personlige liv og erfaringer og placerer private ytringer i en offentlig arena"* (Brinkmann, 2010:429). Det er grunden til at jeg vælger at tage hensyn og dermed anonymisere visse personer, der nævnes i interviewene (Brinkmann, 2010:432). Ydermere er det mit ansvar, som forsker at identificere visse personificerede oplysninger, hvis det kan skade mine informanter, hvis disse oplysninger kom frem. Når jeg interviewer mennesker fra en offentlig institution er det vigtigt for mig, at informanterne er indforståede med, at denne afhandling er mit speciale, og at jeg ønsker at offentliggøre det, således det er tilgængeligt for andre kommuner og organisationer. Ydermere jeg har aftalt, at Køge Kommune og Roskilde Kommune får tilsendt et eksemplar af dette speciale.

Grundet min tilknytning til kommunikationsteamet i Køge Kommune, har jeg skulle være opmærksom på min egen forskerrolle. Det var under mit praktikforløb, at jeg fik kendskab til stormfloden, og hvordan den har påvirket kommunen. Det er derfor vigtigt for mit speciale, at jeg forsøger, så vidt muligt at opretholde en objektiv forskerrolle, selvom jeg har kendskab til informanterne fra Køge Kommune. Det kan til tider godt være svært i samarbejdet med Køge

Kommune, da jeg skal være opmærksom på ikke at falde tilbage i min rolle som praktikant fremfor en forsker, der undersøger et givent emne;

"I kvalitativ forskning er forskeren selv det primære forskningsredskab. Man bruger sin erfaring og sensitivitet til at gøre iagttagelser, stille spørgsmål og lytte efter svar. Man har ansvar for at kende til sine egne værdimæssige holdninger og fordomme [...]"
(Brinkmann, 2010:444).

Det har været yderst spændende at samarbejde med både Roskilde Kommune og Køge Kommune. Min tid i Køge Kommune har hjulpet i den forstand, at jeg har fået et indblik i, hvordan en offentlig myndighed arbejder med deres kommunikation. Ydermere fik jeg kendskab til, hvor hurtigt kommunikation skal udarbejdes, når kommunen er i risiko for en krisesituation. Det er dermed egne erfaringer som dette speciale udspringer fra.

3.2.4.5 Dokumentanalyse af kommunernes kommunikation

Min kvalitative empirisamling består også af flere forskellige typer af tekst fra forskellige digitale platforme – Facebook, Twitter, SMS og kommunernes egne hjemmesider. Jeg har også selv genereret empiri i form af interviews. Dokumenterne fra de digitale platforme består alle sammen af tekst og dækker en bestemt tidsperiode, således at alle dokumenter fra Roskilde Kommune er indsamlet mellem d. 19. december 2016 til d. 6. januar 2017. Dokumenterne fra Køge Kommune er alle sendt ud på de digitale platforme mellem d. 27. december 2016 til d. 10. januar 2017. De digitale dokumenter er udvalgt på baggrund af, at de alle indeholder information om stormfloden, der skyldes stormen Urd. Jeg har dermed fravalgt at inddrage dokumenter udsendt af kommunerne, hvis ikke de indeholdt information om stormfloden, også selvom de er skrevet inden for den begrænsede tidsperiode, da de ikke er relevante for mig, da jeg undersøger kommunernes krisekommunikation, og hvordan de informerer deres borgere under en krisesituation.

For at besvare specialets anden problemstilling; *Hvilke informationsstrategier anvender kommunerne via de digitale platforme, og hvad er borgernes respons på disse?* Vælger jeg at benytte den kvalitative indholdsanalyse, hvor jeg ved hjælp af koder, vil systematisere min

empiri fra de digitale platforme og mine interviews med kommunikationsmedarbejderne hos kommunerne. Det skyldes at; *"I generelle termer kan et dokument siges at være sprog, som er fikseret i tekst og tid"* (Lynggaard, 2010:138).

Selvom om dokumenterne er fikseret i tid, så betyder det ikke, at de ikke kan ændre og udvikle sig. Det gælder også for dokumenter, som er internetbaseret, da disse kan opdateres.

Mine dokumenter adskiller sig lidt fra hinanden, både i forhold til, at de er fra forskellige digitale platforme, så er visse dokumenter primære, hvor nogle er sekundære (Lynggaard, 2010:138f). Det skyldes først og fremmest, at alle mine dokumenter er skrevet under krisen, som disse referer til. I dette aspekt er alle dokumenterne fra de digitale platforme primære, da de er skrevet under krisen. Dog er det ikke alle dokumenter, da nogle kun har cirkuleret blandt få aktører, herunder kommunikationsmedarbejderne. De digitale dokumenter jeg har fået tilsendt af kommunerne selv er eksempelvis Roskilde Kommunes udsendte sms'er. Disse har jeg ikke selv været i stand til at anskaffe uden samarbejdet med kommunen. Derfor kan disse anskues som primære dokumenter, også selvom sms-servicen er sendt ud til alle de berørte borgere, da jeg ikke uden hjælp, ville have haft adgang til dem. Facebookopslagene og Roskilde Kommunes tweets har jeg selv haft mulighed for at opspore, da disse er offentligt tilgængelige. Det eneste det kræver er at have eller oprette en Facebookprofil og Twitterprofil. Dog skal det nævnes, at jeg først havde mulighed for at finde Roskilde Kommunes Facebookopslag i gruppen *"Oversvømmelser i Jyllinge – Hjælper Vi Hinanden"* ved at søge om medlemskab, hvilket jeg gjorde. Disse Facebookopslag og tweets beskrives derfor som sekundære dokumenter, da de er offentlig tilgængelige for alle, og de er skrevet under stormfloden (Lynggaard, 2010:139).

For at præsentere mine digitale dokumenter mere fyldestgørende har jeg inddelt dem efter henholdsvis Roskilde Kommune og Køge Kommune. Dermed bliver der skabt et overblik over, hvor stor aktivitet kommunerne hver især har haft på de digitale platforme:

	Hjemmeside	Facebookside	Facebookgruppe	Twitter	SMS
Roskilde Kommune	1	9	6	10	6
Køge Kommune	2	7	0	0	0

Mine interviews vil også blive anset som værende dokumenter, hvorpå jeg vil systematisere dem efter mine teoretiske begreber.

3.2.4.5 Analysestrategi

Først og fremmest er mine teorier den primære del af denne opgave, som dermed påvirker brugen af de valgte metoder, og valget af cases. Gennem brugen af teorierne i analysen, vil jeg skabe et komparativt casestudie, hvor forskelligheder og ligheder hos kommunernes vil blive vendt, drejet og holdt op mod hinanden. Dette vil skabe et indblik i, hvorledes kommunerne reagerer i mødet med krisen, og hvordan det udmønter sig på de digitale platforme. Det bliver også interessant at undersøge, hvorvidt en krisehistorik påvirker en kommunes krisekommunikation og handlinger, da dette er en af kriterierne, hvor kommunerne adskiller sig fra hinanden.

Den indsamlede kvantitative empiri, som består af grafer, vil jeg systematisere de kriterier, som kan være med til at give informationer om casene. Disse vil give et indblik i krisens udvikling, og ligeledes krisens omfang på de digitale platforme. Dette vil blive analyseret i den tredje analyse; *Hvordan påvirkede stormfloden, borgernes brug af Roskilde Kommune og Køge Kommunes Facebooksider?*

Den indsamlede empiri er kun dem jeg finder relevant for specialets genstandsfelt. Det ville ikke være relevant at se på om det eksempelvis er mænd eller kvinder, som "synes godt om", men derimod et helhedsbillede af aktiviteten på kommunernes Facebookside og opslag.

Det vil jeg ligeledes anvende til at kode på mine digitale dokumenter. Denne metode er nyttig "[...] da man ved systematisk at kode og kategorisere data får sat ord på både indholdet og dokumenteret det ved hjælp af kodelister og displays" (Glavind: 2016:41). Det vil ske ud fra teoretiske begreber og emner, da dette speciale, som nævnt tidligere, har en deduktiv tilgang til genstandsfeltet.

De kvalitative metoder bestående af interviews vil blive brugt i analyse ét, hvor jeg undersøger stormfloden som krise og kommunernes egne italesættelser af stormfloden. Det sker på baggrund Hilgartners teori om risikoobjekt som en social konstruktion.

Interviewene vil endvidere blive brugt i samarbejde med kommunernes kommunikation via de digitale platforme i analyse 2; *Hvilke informationsstrategier anvender kommunerne via de digitale platforme, og hvad er borgernes respons på disse?* Interviewene bliver således systematiseret ud fra Sturges' tre informationsstrategier. Ydermere bliver borgernes respons analyseret ud fra deres reaktioner og kommentarer på det sociale medie Facebook.

Til slut bliver disse analytiske fund diskuteret, hvor kommunernes krisekommunikation undersøges ud, hvilken grad kommunerne lykkes med deres krisekommunikation. Endvidere bliver Sturges' teori diskuteret om, hvorvidt den kan bruges operationelt i praksis.

3.2.5 Kildekritik

Køge Kommune har ikke deres egen sms-service, så de gjorde brug af Forsyningens system. Det har gjort, at det ikke er muligt at fremskaffe disse sms'er, som kommunen udsendte til deres borgere under stormfloden. Ved at der er visse dokumenter, som ikke er tilgængelige, kan dette godt give anledning til, at det er svært at sammenligne de to kommuner, da jeg ikke får et indblik i al deres kommunikation. Derfor kan dette anses som en kritik.

Den indsamlede kvantitative empiri fra Køge Kommunes Facebookside har jeg selv indsamlet, grundet mine rettigheder som medadministrator af deres Facebookside. Hvorimod jeg får tilsendt disse data af Roskilde Kommune. Det resulterer i, at visse data adskiller sig lidt på udseendet som gør, at det indsamlede data ikke er komplet ens. Der er også visse kvantitative data, jeg har indsamlet fra Køge Kommune, som ikke var mulig at fremskaffe hos Roskilde Kommune, da medarbejderen, som har sendt mig materiale, har haft problemer med at finde lignende data til Køge Kommunes. I disse tilfælde har jeg valgt ikke at gøre brug af det kvantitative data, da jeg ønsker at bruge den samme empiri fra begge kommuner. Derved kan jeg holde det indsamlede data op mod hinanden.

Som nævnt tidligere har jeg per automatik en større tilknytning til Køge Kommune end Roskilde Kommune (jf. 3.2.4.4 Etik). Det kan bevirke til at jeg mere positivt syn på Køge Kommune og deres kommunikation. Det er jeg yderst opmærksom på, og vil dermed gøre mit bedste for at være så professionel og objektiv om muligt. Dog er dette ikke altid muligt, da jeg anskuer mine problemstillinger socialkonstruktivistisk.

Kapitel 4: Analyse

Analysen tager først og fremmest udgangspunkt i min problemformulering;

Hvordan italesætter henholdsvis Roskilde Kommune og Køge Kommune den krisesituation de stod i under stormfloden i kølvandet på stormen Urd, og hvordan påvirkede det deres valg af digitale platforme, og hvilken respons fik disse af borgerne?

Men før at dette er muligt skal jeg først have besvaret mine problemstillinger. Analysen sker på et deduktivt grundlag, og derfor tager analysen et teoretisk udgangspunkt. Det er gennem mit teoretiske afsæt, at jeg analyserer på kommunernes egne fortolkninger og konstruktion af deres krisesituation i form af trussel, krisens intensitet, og hvordan det påvirker deres informationsstrategier. Ydermere vil jeg gennem brugen af den kvantitative empiri analysere på kommunernes indsats, samt hvordan borgerne overordnet tog imod den udsendte krisekommunikation. Den første analysedel kommer til at belyse stormfloden som en krisesituation.

4.1 Hvilken krise var stormfloden, og hvordan bliver den italesat af kommunerne selv?

I dette afsnit vil kommunerne ikke blive delt op i hver deres analyse fra start af, for at besvare problemstillingen, selvom det er et komparativt casestudie. Det skyldes at der er mange overlap, da krisen for begge kommuner har den samme årsag, nemlig stormfloden, der kom i kølvandet af stormen Urd. For at besvare spørgsmålet – *Hvilken krise var stormfloden?* Har jeg valgt at benytte teorien Den udvidede kriseporteføljemodel. Den kan give svar som krisens art ud fra Shrivastava & Mitroff's artstypologi, hvor INES modellen vil bruges til at vurdere krisens intensitet og dynamikker. For at besvare problemstillingens anden del – *og hvordan bliver den italesat af kommunerne selv?* vil der også blive analyseret på kommunernes egne fortolkninger og italesættelser af krisens omfang. Her vil jeg ydermere gøre brug af teorien om Den sociale konstruktion af et risikoobjekt, da denne bevirker til, hvordan kommunerne anskuer deres egen situation under krisen, i forhold til, hvor stor en trussel stormfloden udgør for kommunerne. Krisens intensitet, dynamikker og fortolkninger vil blive besvaret i forlængelse af hinanden, da svarene fra den ene komponent påvirker en anden. Det skyldes at alle komponenter er gensidigt afhængige af hinanden (Johansen & Frandsen, 2015:158; Frandsen

& Johansen, 2017:49f). Her vil analysen blive delt op komparativt i kommunerne. Jeg vil gøre brug af min kvalitative empiri, som består af interviewene med kommunernes kommunikationsmedarbejdere, da det kan argumenteres, at disse fortolkninger kan fremstille et billede af, hvilken situation, kommunen selv så den i, og ligeledes hvordan det har påvirket dens eksterne kommunikation. Ydermere vil jeg analysere på kommunernes digitale kommunikation. Det er netop deres digitale kommunikation, der giver et billede af, hvordan kommunerne konstruerer et risikoobjekt, og om hvorvidt kommunerne benytter sig af emplace eller displace til at beskrive deres risikoobjekt, nemlig stormfloden.

Men først et indblik i, hvordan stormen Urd skabte stormfloden, og hvordan den kunne være årsag til at ramme både Roskilde Kommune og Køge Kommune, selvom den ramte med lidt over en uges mellemrum.

Danmark oplever gennemsnitlig en storm om året. Dog er der langt mellem stormvejr, der har styrken til at give højvande i de mængder, som vi så under stormen Urd. I perioden op til stormen Urds frembrud, havde en kraftig vestenvind blæst vand fra Nordsøen ind i de danske farvande. Potentialet for forhøjet vandstand stiger i takt med den kraftige vinds varighed (Pelt, 2017, TV 2 Vejret). Stormen Urd ramte anden juledag 2016 fra nordvest med en kraftig vindstyrke. Det resulterede i, at en stor mængde vand blev presset ned mod den sjællandske nordkyst. Vandet hobede sig således op i Øresund og i det sydlige Kattegat. Det endte ud i en regulær stormflod, da det store vindpres stuede ned i Fjordene på den sjællandske nordkyst – Isefjorden, Holbæk Fjord og Roskilde Fjord (Brandt, 2016, TV 2). I Roskilde Fjord blev vandstanden målt til 1,52 meter over normal vandstand, som resulterede i oversvømmelser, især i Jyllinge Nordmark området. Det er den anden højeste måling i Roskilde, dog skal det pointeres, at der kun er målt vandstande siden 1992 (Pelt, 2017, TV 2 Vejret). Rekorden for forhøjet vandstand i Roskilde ligger på 2,06 meter, som skete i kølvandet på stormen Bodil i 2013.

Østersøen er blevet fyldt med vand, da den vedholdende vestenvind har sørget for, at der blev ved med at strømme vand ind i de danske farvande. Natten til den 4. januar 2017 fik Østersøen endnu en 'saltvandsindsprøjtning', som forhøjede vandstanden. Men i løbet af den 4. januar vendte vinden; *"Netop den fyldning af vand i Østersøen er yderst vigtigt når der skal komme højvande 'den anden vej', når vinden vender og vandet 'skvulper' tilbage som i et badekar"* (Høgsholt & Pelt, 2017, TV 2Vejret). Vinden skifter retning til at blæse fra nord/nordøst,

samtidig med at vinden tiltager til en stormende kuling. Egentlig kunne man tro at vandet nu kunne blive skubbet ud af Østersøen, men det er ikke tilfældet, da der; *”Samtidig er vand fra Kattegat presset ned i den nordlige del af Bælterne, hvilket virker som en ‘prob’ for vandet der strømmer ind fra Østersøen”* (Høgsholt & Pelt, 2017, TV 2Vejret).

Når vandet skvulper tilbage resulterede det i forhøjede vandstande i det sydlige Lillebælt, som Lolland-Falster, Fakse Bugt og Køge Bugt (Høgsholt & Pelt, 2017, TV 2Vejret). I Køge kom vandstanden op på 1,57 meter over det normale, som er den højeste mål siden 1904, hvor den var på 2,20 meter (Høgsholt, 2017, TV 2).

Shrivastava & Mitroff ville beskrive stormfloden, der både ramte Roskilde Kommune og Køge Kommune, som en ekstern krise, i og med den opstår udefra. Stormfloden er ikke menneskeskabt, men derimod skabt af naturen selv. Stormflodens primære årsag skyldes stormen, Urd. Men grunden til at Urd påvirkede de danske farvande i sådan en grad, at det skabte stormfloden, skyldes den helt rigtige vindretning og kraft. Dermed bliver krisen ud fra artstypologien inddelt i den tekniske/økonomiske krisefamilie. Krisen er nemlig ikke et produkt af menneskelige fejl inden for kommunernes egne fire vægge. Selvom stormfloden ramte kommunerne på forskellige tidspunkter, var Urd årsagen for dem begge. Ud fra disse oplysninger ville Shrivastava & Mitroff, placere stormfloden inden for den krisefamilie, der hedder en ekstern teknisk/økonomisk krise, som fremvist i modellen for artstypologi:



(Shrivastava & Mitroff, 1987 | Johansen & Frandsen, 2015:83ff)

Krisens intensitet, dynamikker og fortolkninger bliver alle analyseret ud fra interviewene med kommunernes kommunikationsmedarbejdere. Det skyldes også mit videnskabsteoretiske afsæt, da forforståelser og fortolkninger er med til at skabe en virkelighed. Den virkelighed kommunerne opsætter, gennem deres italesættelser er med til at påvirke, den måde de udarbejder deres eksterne kommunikation, og dermed hvilke oplysninger, der udsendes. Dermed vil jeg både gøre brug af mine interviews samt kommunernes udsendte kommunikation på de digitale platforme. Resten af denne analyse vil være delt op efter kommunerne, således analyserne holdes adskilt.

Det skyldes at den måde, hvorpå kommunerne anskuer stormflodens trusselsniveau, påvirker deres italesættelse af krisesituationen.

4.1.1 Roskilde Kommune

Roskilde Kommune får besked om, at en stormflod vil ramme Roskilde Fjord, hvor den vil nå sit højeste om morgenen d. 27. december 2016. Dermed forbereder Roskilde Kommune sine borgere ved at udsende kommunikation i form af informationer til borgerne. Det sker allerede dagen efter juleaften, nemlig d. 25. december 2016, hvor Roskilde Kommune starter deres Facebookopslag med; *"Roskilde forbereder sig på stormflod"* (Bilag 5:1). Hermed beskriver kommunen allerede hændelsen som en stormflod, som er med til at konstruerer en virkelighed for borgerne, hvor risikoobjektet er de forhøjede vandstande. Nu ved borgerne nemlig, at de skal forberede sig på en stormflod, hvor prognoserne lyder på 1,7 meter over normal vandstand. Ved at kommunen vælger at italesætte de forhøjede vandstande som en stormflod, er kommunen med til at emplace risikoobjektet fra at være forhøjede vandstande til en stormflod;

"[...] to emplace a risk object means to turn it into something to be reckoned with, something that is capable of influencing the future of the network." (Hilgartner, 1992:48f).

Kommunen fortæller hermed sine borgere, at denne begivenhed, og dermed risikoobjekte, er noget, der skal tages alvorligt. Risikoobjektet får heri en større mening for de borgere, som bor i de geografiske udsatte boligområder, såsom Jyllinge Nordmark. Ved at kommunen emplacer vejrfænomenet, påvirker det både deres egen arbejdsindsats ved at være med til at afhjælpe

situationen i samarbejde med beredskabet, politi og hjemmeværnet, men det giver også nogle krav til kommunikationen. Det skyldes at dette vejrphænomen bliver defineret som et objekt, som kan knyttes til skade, som anses for værende truslen som stormfloden udgør. I sit første opslag om stormfloden, skriver Roskilde Kommune;

"Senest prognose varsler + 1,70 meter vandstand om ca. 1½ døgn, den 27. om morgenen. Beredskab, politi og Kommunen er derfor i fuld gang med at forberede sig, hvis det bliver så slemt, som prognoserne siger" (Bilag 5:1).

Kommunen forbereder sig, da prognoserne for denne stormflod bliver taget alvorligt. Det udleder jeg, da kommunen selv beskriver en vandstigning på 1,7 meter, som en høj prognose. Samme dag som det første opslag, nemlig d. 25. december 2016, skriver kommunen ydermere; *"I Nordmarken er der 12 plejekrævende borgere, der for hjemmehjælp dagligt. Hjemmehjælperne vil i morgen tale med dem omkring stormfloden"* (Bilag 5:3). Stormfloden udgør derfor en sådan trussel, at kommunen bliver nødt til at lave foranstaltninger, for at sikre de svageste borgere i de områder, der rammes hårdest af stormfloden. Det ses også i opslag 3, da kommunen opfordrer deres svage borgere til at forlade Jyllinge Nordmark (Bilag 5:7). Hermed foretager kommunen sig nogle foranstaltninger, som de ikke ville gøre, hvis ikke de anså stormfloden som en alvorlig hændelse, der kunne få fremtidige konsekvenser for både borgere og dem selv.

Men måden hvorpå kommunen vælger at kommunikere til deres borgere, skyldes deres egne fortolkninger af krisen, og hvilken trussel de mener den udgør for dem selv og deres borgere. Derfor valgte jeg under interviewet med de to medarbejdere fra Roskilde Kommunes kommunikationsteam at inddrage INES modellen (jf. afsnit 2.2). Den kan give et indblik i kommunikationsteamets egne fortolkninger af krisens omfang. INES modellen er inddelt efter farve efter, hvor stor intensitet en hændelse har. Gennem interviewet diskuterer Michael Dahl Nielsen og Lars Elmsted, hvor høj intensitet stormfloden havde. Den skiftede undervejs, for til at starte med, så anser Michael Dahl Nielsen intensiteten for at være på tre, som er en seriøs utilsigtet hændelse. Hvorimod Lars Elmsted først anskuer det ud fra, hvad der egentlig skete i forhold til, hvor mange borgere de mistede, som var nul. Han mener stormfloden mere ligger på et, to eller tre, som er en anomali, en utilsigtet hændelse eller en seriøs utilsigtet hændelse (Bilag 3, 00.17.33-00.20.00). Dog påpeger Michael Dahl Nielsen, at hvis vi ser bort fra mennesketab og derimod ser på de samfundsøkonomisk, så stiger intensiteten. Hvis noget var gået galt kunne det have fået store økonomiske konsekvenser;

"Men det er sådan lige at vurdere, hvor vi er henne i denne her verden. Og jeg mener ikke vi har haft menneskeliv i fare på noget tidspunkt. Så det gør jo, at vi flytter den ned. Men i forhold til hvis vi kigger samfundsøkonomisk på det, så løfter den sig jo op. For når man lige smadre 2-300 huse. Det koster altså nogle milliarder, hver gang vi gør det. Og det synes jeg også har en betydning (Bilag 3, 00.19.10).

Ud fra dette kommer det meget an på, hvorledes en krisesituation bliver fortolket, og hvor stor en trussel, krisen bliver pålagt. På baggrund af disse overvejelser mener Lars Elmsted derfor at stormfloden ender på 2, som er en utilsigtet hændelse; *"Altså det vi kom ud, endte nok i en 2'er. Der var vist nok et haveskur, der fik lidt vand ind"* (Bilag 3, 00.19.47).

Ifølge Frandsen og Johansen (2017) beskriver INES modellen også, at intensiteten afgøres på baggrund af det felt, hvor hændelsen sker. Her er feltet kommunen selv, og dermed kan stormflodens intensitet godt virke stor, når den rammer, og har potentialet til at gøre mere skade end den ender ud med at gøre. Det leder videre til stormflodens dynamikker, for hvornår anskues stormfloden som en trussel, og hvor høj intensiteten kan være på forskellige tidspunkter af krisen, afhænger både af krisens type, og hvordan den udvikler sig undervejs. Det påvirkes ydermere af fortolkningen af krisen, som også kan ændre sig, da disse er gensidig afhængige af hinanden (Frandsen & Johansen, 2017:49f). Ved at krisens intensitet ændrer sig, kan også påvirke fortolkningen af risikoobjektet, da dette kan skifte fra at være emplace til displace; *"[...] to strip the object, and its risks, of their significance; to neutralize them; to remove their capacity to influence the evolution of the network"* (Hilgartner, 1992:48f). Det er ikke hver gang kommunen bruger ordet stormflod, men derimod beskrevet som "vandet" (Bilag 5:14). Det kan ses i forhold til, at kommunen vælger at displace betydningen af hændelsen, men ud fra den indsamlede empiri, benytter kommunen sig mest af emplace. De vælger at italesætte de forhøjede vandstande som en stormflod, som får betydning for, hvordan deres borgere agerer på disse stigninger. Facebook som socialt medie gør det nemt for deres borgere at anskaffe sig informationer på hurtigt vis. For at gøre borgerne opmærksomme på disse informationer omhandlende stormfloden, starter flere af opslagene ved at referer til statusopdateringer; *"Status kl 21 om stormfloden: [...]"* (Bilag 5:3), *"Status om stormfloden mandag kl. 12 efter beredskabsmøde"* (Bilag 5:7) og *"Status fra beredskabsmøde kl. 18: [...]"* (Bilag 5:14). Hvis kommunens Facebookfølgere ønsker information om stormfloden er dette nemt, da følgerne blot skal læse overskriften. Det betyder ydermere, at de følgere, som ikke opsøger

information hurtigt kan glide hen over opslagene, da disse henviser til, hvilken vinkel opslaget tager, som netop er at ramme de borgere, der både har brug for og som ønsker information. I forhold til at bruge displace, skal dette ses i forhold til, hvordan Roskilde Kommune beskriver hændelsen på Twitter. Her står presse- og kommunikationschef Michael Dahl Nielsen for den udsendte kommunikation. Som han selv forklarer, bruges Twitter til at kommunikere ud til pressen;

"Det er jo fordi vi anskuer den ikke som en borgerkanal, men som journalisternes intranet. Det er der, hvor der er meningsdannere og al muliganden, som vil "pick up" på historien." (Bilag 3, 00.49.49).

Kommunens første tweet lyder således; *"Pressehenvendelser vedr evt oversvømmelser i Roskilde Kommune henvises til pressechefen, 51523651"* (Bilag 5:29).

Twitter, som er et medie, hvorpå der på daværende tidspunkt var 140 tegn til at skrive et tweet. Derfor skal den udsendte kommunikation være skarp, kort og kontant. De fleste udsendte tweets indeholder kommunikations- og pressechefens telefonnummer, således at pressen kan få direkte kontakt til Roskilde Kommune. Hermed kan pressen få informationer om stormfloden, direkte fra kommunen selv. Det giver kommunen mulighed for at bestemme over, hvordan stormfloden skal anskues og fortolkes videre i medielandskabet. Gennem Twitter får pressen dermed et indblik i en kommune, der er ude, hvor stormfloden vil ramme. Det skal ses i forhold til, at kommunen endda er med ude til borgermødet i Jyllinge Nordmark (Bilag 5:32). Endvidere ligger Roskilde Kommune et tweet op, som afbilleder, at der bliver lagt watertubes ud i Roskilde Havn med teksten; *"Det kæmpes med udlægning af Watertubes i Roskilde Havn. Pressehenv til 51523651"* (Bilag 5:33).

Kommunen benytter sig ydermere af et sms-system, hvor det er muligt for dem at sende informationer direkte ud til de borgere, som befinder sig i det område, hvor stormfloden rammer. Her er det geografisk bestemt, hvem der modtager disse informationer;

"Det kan man købe som offentlig myndighed, hvor man går ind og siger; 'Bum, det er det her område jeg gerne vil sende en SMS til.' Alle mennesker, der har registreret en mobiltelefon der, gamle og unge." (Bilag 3, 00.29.25).

Gennem dette system var det dermed muligt for kommunen at udsende kommunikation direkte ud til de berørte borgere.

De to første sms'er bliver udsendt d. 25. december 2016, hvor kommunen vælger at italesætte hændelsen som 'forhøjet vandstand'. Den første sms er tilegnet til de borgere, som er bosat i Nordmarken, hvor den anden behandler information om de forhøjede vandstande på havnen (Bilag 5:35). Kommunen vælger først at kalde hændelsen for stormflod d. 26. december 2016; *"Næste informationsmøde om stormfloden er kl. 13.30 på havnen ved Cafe Knarr. Inden da vil der også komme yderligere information på Facebook og Kommunens hjemmeside."* (Bilag 5:35). Ud fra dette vælger kommunen først at benytte sig af displacing, når hændelsen bliver omtalt. Hvorimod kommunen anvender beskrivelsen 'stormflod' om de forhøjede vandstande. Dette er med til at skabe en konstruktion af, at risikoobjektet kan blive alvorligt.

4.1.2 Køge Kommune

Hvor Roskilde Kommune har en krisehistorik med lignende kriser, ser det noget anderledes ud for Køge Kommune. De forhøjede vandstande blev hurtigt målt til at være en 100 års hændelse. Ifølge Louise Simoni Larsen påvirker denne italesættelse af hændelsen;

"[...] hvordan det blev italesat som en 100-årshændelse, så man tænker jo OK Vi er oppe i noget som er rimelig vildt, vi er i noget der kun sker hvert 100 år, eller det gør jo også sådan at man ... At ens opfattelse er, at det er noget der virkelig sådan er en krise"
(Bilag 4, 00.11.16).

Ved at hændelsen netop bliver italesat som en 100 års hændelse, har det således en effekt på, hvordan risikoobjektet bliver anskuet. Gennem denne italesættelse bliver risikoobjektet, de forhøjede vandstande, konstrueret til at være noget, der er mere pressende, end 'bare' forhøjede vandstande. Dermed bliver risikoobjektet, gennem emplace, til en 100 års hændelse. Dette sker ved; *"[...] if people (1) successfully define them as objects, and (2) successfully link them to harm"* (Hilgartner, 1992:49). Ved at beskrive stormfloden som en 100 års hændelse, bliver risikoobjektet defineret som et objekt, der kan forbindes til noget, som kan gøre skade. På Facebook skriver Køge Kommune sit første opslag, som behandler information om prognoserne

for de forhøjede vandstande, d. 3. januar 2017. Her bliver fænomenet ikke beskrevet som en stormflod, men derimod som oversvømmelser og som forhøjet vandstand, hvor lavtliggende områder kan være i risiko for oversvømmelser (Bilag 6:1). I de syv opslag, som kommunen skriver under oversvømmelserne, bliver hændelsen ikke én eneste gang beskrevet som en stormflod. I stedet for vælger Køge Kommune at gøre brug af *displace*, i sin håndtering af risikoobjektet. Én af grundene til dette, skyldes simpelthen udbetaling af forsikringer, hvis risikoobjektet beskrives som en stormflod, da dette beretter borgerne til at søge og modtage erstatninger. En anden grund var, at Køge Kommune ville sikre sig, at de rigtige fagord blev brugt under krisen. Det ønskede ikke at skabe unødvendig frygt hos borgerne for, at deres huse skulle blive oversvømmet (Bilag 4, 00.24.51). Derfor vælger Køge Kommune at anvende *displace* mere, frem for *emplace*. De ønsker dermed at fjerne risikoen så meget som muligt fra objektet. Det sker ved at følge Hilgartners teori; “[...] *to strip the object, and its risks, of their significance; to neutralize them; to remove their capacity to influence the evolution of the network*” (Hilgartner, 1992:48f). Herved prøver kommunen at tale fænomenet lidt ned, således der ikke skabes panik hvor Mathias Kura udtaler i interviewet;

“[...] der tror jeg at i kommunikationsafdelingen var vi meget opmærksomme på og prøve at give det korrekte billede på det, altså af den viden vi havde på det tidspunkt, så vi ikke skabte unødigt frygt. Men samtidig prøvede at give al den viden vi kunne til borgerne.” (Bilag 4, 00.14.51).

Dette er også en måde, hvorpå et risikoobjekt bliver konstrueret. Den måde kommunen vælger at italesætte krisen på, kan være med til at påvirke borgernes opfattelse af hændelsen. Jeg var selv hurtig til at kalde de forhøjede vandstigninger, for en 100 års hændelse, men rent faktisk bruger Køge Kommune først denne italesættelse i opslag 4, som blev offentliggjort d. 4. januar 2017; *“Ifølge DMI har vandstigningen i Køge nu passeret en 100 års hændelse”* (Bilag 6:27).

Det at vandstigningen bliver italesat som værende en 100 års hændelse bevidner også om, at de forhøjede vandstande har en vis intensitet, da de bliver mål til 1,57 meter over den normale vandstand (Høgsholt, 2017, TV 2). Heri kan det analyseres, at denne hændelses intensitet er høj. Det skyldes, at dette ikke er sket i over 100 år, så dermed har kommunen ikke stået over for en lignende hændelse. Dog hvis vi anskuer stormfloden ud fra INES modellen kan det, ligesom med Roskilde Kommune, skifte intensitet ud fra, hvilke aspekter, som kommunen er

opmærksom på. Mathias Kure fra Køge Kommune beskriver selv, hvorledes de forhøjede vandstande blev anslået til at være inden stormfloden ramte;

"[...] der vil det mere være et spørgsmål om at på det der tidspunkt kan vi ikke placeres ind på modellen. Der ville vi ligge fra ingenting til, at det kan blive en kæmpe stor ting det her. Og det her som på en eller anden måde er med til at måle krisestørrelse, det er jo hvordan rammer det her borgerne og Kommunen." (Bilag 4, 00.09.04).

Uvisheden om hvor stor en indvirkning stormfloden vil have på kommunen og dens borgere er med til at påvirke, hvordan Køge Kommune vil beskrive deres situation. Netop at denne hændelse kan blive til noget stort, og dermed påvirke mange borgere og senere hen kommunen, hvis ikke deres arbejde blive vurderet til at være fyldestgørende nok i borgernes øjne.

Men som kommunen får flere informationer om stormflodens prognoser, kan de dermed også bedre anskue den forekommende krise. Ud fra en INES modellen mener Mathias Kure, at stormfloden, som krise blev anslået til at ligge på 4 – 'Accident With Local Consequences' (jf. afsnit 2.2), og blev behandlet herefter (Bilag 4, 00.09.04). Dog hentyder Mathias Kure og til bagklogskabens lys, hvis krisen skal vurderes efter, hvor mange huse og borgere, som blev berørt af stormfloden. I Køge Kommune skete der nemlig ikke nogen skade, hvor huse blev påvirket af oversvømmelserne. Så på baggrund af konsekvenserne, som stormfloden forårsagede, så bedømmer Køge Kommune, hændelsen til at ligge på 3, som er en seriøs hændelse. Louise Simoni Larsen er enig i den grad, at hændelse ligger mellem 4 og 5 på INES modellen. Så inden for et kommunikationsteam, kan der også forekomme forskellige fortolkninger af den samme krise (Bilag 4, 00.11.04).

Et andet element, som er med til at beskrive, hvor Køge Kommune ikke selv mener, at stormflodens intensitet når det højeste på INES modellen, skyldes også, hvem der ledte indsatsen. Det var Køge Kommunes planchef og miljøchef, der påtog sig ansvaret for at træffe de vigtige beslutninger. Hvis de forhøjede vandstande havde nået større højder, hvor den heri ville blive anskuet som værende 1 og 2 på INES modellen – 'Major Accident' og 'Serious Accident' havde de set anderledes ud. Det ville have været kommunaldirektøren, der havde ledt indsatsen mod stormfloden;

"Så man kan sige det er jo også, det fortæller også lidt om hvor på skalaen vi ligger, så man kan sige i hvert fald fra starten af er det jo klart at de har selvfølgelig været i

dialog med dem og de har også været med. Men sådan den helt konkrete minut til minut ledelse den foregik jo hos fagcheferne som jo også havde et OK... Det er jo ikke fordi de ikke havde været kvalificeret til det, men det er bare for at sige, altså hvis man havde betragtet det som kæmpe ting, så var det også kørt op på et højere niveau.”
(Bilag 4, 00.11.46).

Der er dermed flere aspekter, der viser, hvor stor en intensitet som stormfloden havde. Det leder netop videre til de dynamikker, som stormfloden har som værende en krise. Ud fra interviewet med Køge Kommunes kommunikationsmedarbejdere og deres udsendte kommunikation under stormfloden kan det ses, at krisens dynamikker skifter. Det er med henblik på, hvorledes den eksempelvis skifter i intensitet, som derved har en indvirkning på, hvordan kommunen vælger at italesætte hændelsen på. De er alle indbyrdes afhængige af hinanden (Frandsen & Johansen, 2017:49f).

Kommunikationen og dens indhold fra både Roskilde Kommune og Køge Kommune vil endvidere blive analyseret ud fra teorien fra Sturges og hans tre informationsstrategi, der berører kommunernes kommunikation.

4.2 Hvilke informationsstrategier anvender kommunerne via de digitale platforme, og hvad er borgernes respons på disse?

Denne del af analysen vil give et indblik i, hvordan henholdsvis Roskilde Kommune og Køge Kommune kommunikerer via de digitale platforme. Fra Roskilde Kommune består de digitale platforme af deres egen hjemmeside og sms, og de sociale medier, Facebook og Twitter. Køge Kommune gjorde også brug af deres hjemmeside og Facebook. Dermed er der allerede to forskelle, ved at Roskilde Kommune bruger Twitter, et medie, som Køge Kommune slet ikke bruger i deres strategiske kommunikation til hverdag. De har således ikke en Twitterprofil. Ydermere var det, som beskrevet i metoden, ikke muligt at frembringe de sms'er Køge Kommune udsendte under stormfloden (jf. afsnit 3.2.5).

Analysen tager udgangspunkt i Sturges' tre informationsstrategier – den instruerende-, den tilpassende- og den internaliserende informationsstrategi. Her vil kommunernes kommunikation forekomme i før, under og efter stormfloden, da disse inddelinger kan være med til at frembringe et billede af krisens forløb, samt om kommunikationen ændrer sig over tid. Men først et indblik i, hvordan de bruger deres digitale platforme under en krise, samt deres arbejdsfordelinger. Derfor bliver interviewene med kommunernes kommunikationsmedarbejdere også brugt i denne del af analysen, da det giver en indsigt i deres måde at bruge de digitale platforme på, og ligeledes også hvad deres tanker er om de digitale platformes anvendelighed.

4.2.1 Roskilde Kommune

Kommunen bruger både sms-service, Twitter og Facebook til at ramme så mange befolkningsgrupper som muligt i Roskilde Kommune. Kommunikations- og pressechef Michael Dahl Nielsen forklarer i interviewet, at Twitter bruges til at informere pressen, hvor Facebook anvendes til at ramme borgerne, der hvor de er. Ydermere udsender kommunen også information gennem sms-service, som bruges i de geografiske områder, som er mest udsat under en stormflod. Her bliver kommunikationen delt op i en arbejdsfordeling mellem Michael Dahl Nielsen og Lars Elmsted;

"Jeg har det overordnede overblik, men Lars [Elmsted] har hele den faglige viden, og apropos hele kontakten til medarbejderne. Så vi hele tiden har de der to niveauer med

... og det afspejler også hvordan vi kommunikerer senere, når vi snakker om SoMe, hvor Lars i høj grad er ham, som hele tiden overvåger borgerkommunikationen og ligger nye ting op i forhold til borgerkommunikation, hvor jeg tager alt det der hedder presse. Og der har vi jo delt vores kanaler op, så alt der hedder Twitter, det er henvendt til presse og meningsdannere og andre, de ringer til mig. Og virkelige og rigtige mennesker, dem har Lars. Og det kan godt være det lyder finere med pressen, men det er faktisk modsat. Fordi at det handler om at Lars i høj grad skal have ro på til at passe lidt på virkeligheden, for hvis han både skal snakke med borgmesteren og om der er nogle hensyn til noget andet, så forstyrrer det jo. Så vi har fået lavet sådan en driftsorganisation, men vi er med på begge møder.” (Bilag 3, 00.11.55).

Hermed har Roskilde Kommune en arbejdsfordeling, der virker for dem, ved at dele ansvarsområderne op. Lars Elmsted har ansvaret for den kommunikation, der udsendes til kommunens borgere under en krisesituation som stormfloden udgjorde. Grunden til at det netop er Lars, der har ansvaret for borgerkommunikation i denne sag, skyldes hans ekspertise inden for Teknik og Miljø, hvor hans samarbejde med den omtalte forvaltning, giver ham et indblik i, hvordan der arbejdes under en stormflod (jf. afsnit 3.2.4.1). Lars er dermed det oplagte valg til at stå for borgerkommunikation, da han ved hvilke informationer, der er vigtige at få sendt ud samt han har viden inden for området, der er med til at kvalitetssikre den udsendte krisekommunikation. Michael Dahl Nielsen fortæller endvidere, at den vigtigste kommunikation er den ud til borgerne, og det er grunden til uddelegeringen af arbejdsopgaver. Borgerkommunikation tager tid og er krævende, da der er mange informationer, der skal valideres. Det er også den kommunikation, hvorpå kommunen bliver bedømt på under en krisesituation. Derfor er den rette kommunikation vigtig.

Hvordan kommunen har arbejdsfordelt kommunikationen, og ligeledes hvordan de bruger kanalerne, leder videre til hvordan kommunen kommunikerer under stormfloden. Her vil jeg gennem teorien fra Sturges analysere, hvilke informationsstrategier Roskilde Kommune anvender under stormfloden på deres digitale platforme.

4.2.1.1 Før krisen

Allerede d. 24. december 2016 udsender Lars Elmsted et opslag på Facebookgruppen Oversvømmelse I Jyllinge – Vi Hjælper Hinanden. Lars skriver således direkte til de borgere,

som er mest udsat under en stormflod, netop de borgere, der er bosat i Jyllinge Nordmark. Her ønsker Lars, gruppemedlemmerne en god jul og informerer om, at kommunen selvfølgelig holder øje med prognoserne, men at det på dette tidspunkt er for tidligt at vide, om stormfloden overhovedet ramme kommunen; *"Det er stadig for tidligt at sige noget præcist, så vi krydser alle fingre for, at de bevæger sig den rigtige vej – nedad"* (Bilag 5:23). Hermed bruger kommunen Sturges' tilpassende informationsstrategi. Det skyldes, at den udsendte kommunikation informerer borgerne, som er medlem af gruppen, om prognoserne for stormfloden, samt de forsikrer dem om, at de selvfølgelig er opmærksomme på mulige oversvømmelser.

Før stormfloden rammer Roskilde, udsender kommunen et opslag på deres egen Facebookside d. 25. december 2016. Opslaget starter med overskriften; *"Roskilde forbereder sig på stormflod"* (Bilag 5:1). Her starter opslaget med at fortælle borgerne, hvordan prognoserne lyder; *"Vandet i Roskilde Fjord vil ifølge prognoserne stige til 1,7 m over normalt niveau natten mellem mandag og tirsdag"* (Bilag 5:1). Denne information skal gøre borgerne mere trygge under stormfloden, hvor kommunen henvender sig til de borgere, som kan blive ramt af stormfloden. Opslaget informerer endvidere også borgerne om et borgermøde, som afholdes i Jyllinge Nordmark og Roskilde Havn, som netop er de to steder, der geografisk udsat i Roskilde Kommune. Dermed starter kommunen med at benytte sig af Sturges' tilpassende informationsstrategi. Den er med til at holde kommunes borgere opdateret under stormfloden, ved at fortælle prognoserne for de forhøjede vandstande. Denne informationsstrategi er ydermere med til at hjælpe borgerne psykisk gennem en krise, da disse informationer er vigtige, således at borgerne ved, hvad der venter dem (jf. afsnit 2.3). Nogle af kommunens Facebookfølgere er selv med til at informere andre om prognosernes udvikling; *"DMI Prognose er nu opjusteret til 1,83m. [...] et nyt Bodil højvande på 2,0 m kan derfor ikke udelukkes"* (Bilag 5:2). Der er også en anden Facebookfølger, som er bekymret og skriver således; *"Håber på det bedste for borgerne [hjerte-emoji]"* (Bilag 5:2). Opslaget har fået 51 reaktioner, som består af "synes godt om", græde-emojis og vred-emojis, hvor det er blevet delt 20 gange. Videoen som er tilknyttet opslaget får 7.200 visninger. Jeg kan ikke vide, hvad der ligger til grund for følgernes reaktioner, og om det er kommunens kommunikation, som borgerne er vrede eller kede af over, eller om det er risikoen for oversvømmelser. Dette opslag byder også på en anden informationsstrategi – den internaliserende information. Denne form for information bliver også brugt hyppigt af Roskilde Kommune;

"Siden stormen Bodil har beboerne og Kommunen arbejdet intenst på at få etableret stormflodssikringer og er nået næsten i mål med konstruktionstegningerne, digelag og de mange godkendelser i forhold til forskellige lovgivninger" (Bilag 5:1).

Kommunen anvender denne type for information til at skabe et billede af dem selv hos kommunens Facebookfølgere. I citatet ovenover ønsker kommunen at fortælle, at de har arbejdet for at udbedre deres indsats mod potentielle stormflode og oversvømmelser.

Denne dag udsender Roskilde Kommune også to sms'er, hvor den ene er rettet til borgere, som er bosat i Nordmarken og den anden til de borgere, der bor tæt på Roskilde Havn (Bilag 5:35). Begge sms'er indeholder information om prognoserne på 1,70 meter over normal vandstand. Ydermere inviterer kommunen borgerne i de udsatte boligområder til informationsmøder i henholdsvis Nordmarken og Roklubben på Roskilde Havn. I disse sms'er benytter kommunen sig af den tilpassende informationsstrategi ved netop at informere borgerne om stormflodens prognoser. Dog bliver den internaliserende informationsstrategi også brugt til en vis grad; *"Beredskab, politi og Kommunen er derfor i fuld gang med at forberede sig, hvis det bliver så slemt, som prognoserne siger."* (Bilag 5:35).

Det kan ses i form af, at kommunen bruger kommunikationen i sms'erne til at vise et billede af en kommune, som gør alt, hvad de kan i samarbejde med politi og beredskab.

Lars Elmsted skriver også et opslag på Facebookgruppen d. 25. december 2016. Lars starter opslaget med at sige godmorgen og ønsker heri også borgerne en god jul (Bilag 5:25). Herefter skriver Lars; *"Jeg har netop været i kontakt med beredskabschefen, og han oplyser, at de snart går i gang med at rigge til med sandsække og watertubes"* (Bilag 5:24). Måden hvorpå Lars Elmsted kommunikerer ud til borgerne er gennem den tilpassende informationsstrategi. Lars instruerer ikke borgerne i, hvad de skal gøre, men derimod forbereder borgerne på den kommende storm og de oversvømmelser, der følger med. Til sidst i opslaget pointerer Lars, at informationen også er tilegnet de borgere, som er i risikozonen for oversvømmelser nær Roskilde Havn. Det gode ved disse grupper er, at de giver kommunen muligheden for at ramme borgerne, der hvor de er. Som det ses benytter Roskilde Kommune sig af grupper, hvorfor jeg finder det relevant at spørge ind til disse. Til det udtaler Lars Elmsted sig således i interviewet;

"For jeg tænker jo hele tiden målgrupper – hvordan når jeg dem? Hvis der sker et eller andet ude i Viby eller i Jyllinge eller i Gundsømagle. Så tænker jeg jo hele tiden – hvordan fanden får jeg fat på de der mennesker?" (Bilag 3, 00.37.03).

Dette har også fået positive tilkendegivelser fra borgerne selv, som er medlem er Facebookgruppen. Opslaget modtager nemlig 67 "synes godt om".

Kommunen bruger igen den tilpassende informationsstrategi i Facebookopslag 2, som også er skrevet d. 25. december 2016. Allerede overskriften *"Status kl 21 om stormfloden: [...]"* (Bilag 5:3), bevidner om, at dette opslag vil byde på informationer gældende stormfloden. Gennem opslaget bliver borgerne opdateret om prognoserne for stormfloden. På dette tidspunkt advarer kommunen borgerne om, at disse prognoser indikerer, at vandet vil stige til omkring 1,80 meter over normal vandstand. Borgerne får også informationer gældende mødet mellem Borgmesteren, beredskabschefen og kommunens direktører. De henviser også til, at der senere vil være yderligere opdateringer om stormfloden (Bilag 5:3). Dette opslag bliver delt 30 gange og får 126 reaktioner i form af "synes godt om", græde-emojis og wow-emojis. Flere af Facebookfølgerne 'tagger' deres venners navne i kommentarfeltet, således de får en notifikation om opslaget. Det er med til at øge rækkevidden for opslaget. De fleste kommentarer tilkendegiver en støtte til kommunen og de borgere, som bor udsat; *"Tak for jeres gode arbejde, og held og lykke til de borger der kan blive ramt..."* (Bilag 5:5). I en af kommentarerne bliver kommunens kommunikationsteam og deres arbejdsindsats rost; *"Flot at I har styr på det hele trods helligdagen. Tak til de medarbejdere der træder til selvom de har ferie!"* (Bilag 5:4). De fleste kommentarer, der påpeger kommunens arbejde er positive tilkendegivelser, der roser kommunens arbejde. Dette opslag får hermed en positiv respons.

I samme opslag anvender kommunen ydermere sig af den instruerende informationsstrategi. Det skal ses i forhold til, at kommunen råder sine borgere til at vise hensyn, når lastbiler skal frem for at afhjælpe krisen. Endvidere instruerer kommunen også sine borgere således; *"Og vær sød at kontakte din nabo, hvis du tror de kan bruge hjælp"* (Bilag 5:3). Lars Elmsted vælger at dele dette opslag på Facebookgruppen Oversvømmelser I Jyllinge – Vi Hjælper Hinanden (Bilag 5:25). Opslaget bliver delt to gange og modtager 25 "synes godt om".

Den 26. december 2016 udsender Roskilde Kommune intet mindre end fire opslag. Facebookopslagene 3 og 6 er begge statusopdateringer fra beredskabsmøder henholdsvis kl.

12 og kl. 18. Heri vil kommunen gerne påvirke borgernes image af dem selv som værende proaktive og hårdtarbejdende i mødet med stormfloden; *"Alle kræfter er sat ind, men vi er også taknemmelige for hjælp. Vi strækker nemlig personale og materiellet til det yderste lige nu"* (Bilag 5:7). Det sker gennem brugen af den internaliserende informationsstrategi, da kommunen er meget opmærksom på at beskrive deres egen arbejdsindsats under forløbet, hvor især Facebookopslag 6 er et eksempel på dette. Her er en kort beskrivelse af alle kommunens indsats under stormfloden. Derfor vælger Lars Elmsted at dele netop dette opslag på Facebookgruppen Oversvømmelser I Jyllinge – Vi Hjælper Hinanden (Bilag 5:26). Billedet de maler, beskriver en kommune i kontrol, som ved, hvad borgerne ønsker og kræver af kommunen, selvom kommunen ikke er forpligtet af lovgivningen til at hjælpe på det niveau, de gør (Bilag 3, 00.06.03). Facebookopslag 3 bliver delt 28 gange og får 58 "synes godt om". Her er der en Facebookfølger, der tilbyder deres hjælp til at transportere sandsække, hvor flere udtrykker deres glæde over kommunens arbejde med at udlægge watertubes. Det er især kommunens information, som bliver modtaget positivt af borgerne; *"Tak for den gode information. Et imponerende arbejde. Hvor ser det bare godt ud. Vi må tro på, at det holder vandet ude"* (Bilag 5:9).

Kommunen har valgt at gøre det til en forpligtelse at underrette kommunens borgere så meget som muligt under stormfloden. De ønsker, at borgerne skal have en mulighed for at følge med i stormflodens udvikling, da denne kan være med til at skabe en større tryghed hos kommunens borgere;

"Nordmarken: Watertubes er lagt ud hele vejen og der skal fyldes vand i de sidste 300 m. Det nås inden midnat. [...] Alle svage borgere i Nordmarken har været i kontakt med Kommunen. Én har bedt om overnatning på plejehjem" (Bilag 5:14).

Opslaget giver et indtryk af, at kommunen virkelig gør alt, hvad der står i deres magt, således at deres borgere kommer bedst gennem stormfloden. Det sker også ved brugen af den instruerende informationsstrategi, som fortæller, hvorledes borgerne skal agere under en krisesituation. Det er også et indtryk som har indlejret sig hos borgerne. En af kommentarerne lyder således;

"Jeg/vi er i den grad taknemmelige og ydmyge over den indsats der bliver gjort for at afhjælpe og hjælpe. Lige fra alle de frivillige, mad og drikke til alle, de forskellige værn, kommunen, etc.etc..... Af hjertet tak [fire hjerte-emojis]" (Bilag 5:15).

Det er en yderst positiv udmelding fra en af borgerne i Roskilde Kommune, og ud fra de 14 "synes godt om", som kommentaren har modtaget bevidner det om en enighed hos borgerne.

Kommunen råder endvidere de svage borgere, som er bosat i de geografiske ramte områder om at forlade området, mens det stadig er lyst udenfor. Dog opfordrer de ikke til, at andre forlader området. Ydermere beskriver de parkeringsforholdene ved de udsatte områder, og giver ydermere en besked til de borgerne, der ikke er ramt af stormfloden;

"Og til alle, der ikke bor i områderne: Bliv helst væk, så beredskab, politi, hjemmeværn osv. kan komme til at arbejde. I det hele taget advarer politiet omkring kørsel, når vi senere får stormvejr" (Bilag 5:7).

Dette har Lars Elmsted også valgt at dele på Facebookgruppen Oversvømmelser I Jyllinge – Vi Hjælper Hinanden (Bilag 5:26). Under flere lignende krisesituationer, har kommunen fået sig et publikum. De har oplevet, at der er nogle borgere, som er meget nysgerrige. De dukker op i de udsatte områder, og kan være med til at skabe forvirring og kan risikere at komme i vejen for det arbejdende folk.

Facebookopslag 4 er en anden form for kommunikation, da kommunen ikke prøver på at iscenesætte sig selv, som en proaktiv kommune, men derimod skabe samhørighed og spørger derfor om nabohjælp. De beder borgerne om hjælp;

"Hej alle. Frederiksborg vej i Roskilde får brug for hjælp med at slæbe sandsække til beskyttelse mod den kommende storms forhøjede vandstand. Er der nogle friske mænd og kvinder klar til at hjælpe? Tømmergrunden kl. 15" (Bilag 5:11).

Ud fra Sturges' teori kan denne kommunikation ikke placeres, da de hverken informerer om stormflodens forløb eller instruerer dem til at hjælpe. Derimod anmoder de om hjælp. På Dette opslag oplever Roskilde Kommune deres borgeres behjælpssomhed. Opslaget få 45 reaktioner af borgerne og 29 delinger. Der er flere, som skriver og spørger, om de stadig mangler folk, og om der stadig er brug for hjælp (Bilag 5:11). Det vidner om, at borgerne gerne vil hjælpe hinanden, når de står overfor en krise som stormfloden.

Kommunen udsender to sms'er d. 26. december 2016, som minder om de to sms'er kommunen sendte dagen før. Disse er igen delt op, således at den ene er til borgere ved Roskilde havn og den anden til borgerne i Nordmarken. Det er igen en invitation til informationsmøder, dog adskiller de sig lidt. Sms'en til borgerne ved Roskilde havn får information om, hvor og hvornår det næste informationsmøde afholdes, samt hvor de kan finde yderligere information på kommunens hjemmeside og Facebookside (Bilag 5:35). Det er ifølge Sturges en ren brug af den tilpassende informationsstrategi. Den anden sms, der er tilegnet borgerne i Nordmarken. Her bliver borgerne givet tilbuddet, at de kan hente gratis 'vandtape' samme sted som dagen før (Bilag 5:35).

4.2.1.2 Under krisen

Stormfloden og dermed krisen rammer natten til d. 27. december 2016. Inden for dette døgn udsender kommunen tre opdateringer på Facebook i form af opslag. Opslag 7, som er det første, der lægges op på Roskilde Kommunes Facebookside på denne dato, er en deling af Lars Elmsteds opslag. Det har Lars skrevet og lagt op på gruppen Oversvømmelse I Jyllinge – Vi Hjælper Hinanden, hvor han skriver;

"Fra beredskabsstationen: Vi har sendt SMS ud til beboere i området med denne ordlyd: 'Der kommer vand ind ved Lærkevej. Vi prøver at lukke hullet, men vær opmærksomme på, at der kan komme vand ind i området fra omkring Tværdalen helt til Mågevej. Mere information følger så snart vi har ny status'" (Bilag 5:18).

Dette opslag informerer borgerne gennem Sturges' den tilpassende informationsstrategi. Det skyldes at bliver borgerne informeret om sms'en, og herefter hvor der er oversvømmelser. Her arbejder kommunens kommunikationsteam i døgndrift for at informere borgerne undervejs. Dette opslag modtager kun to "synes godt om" fra deres Facebookfølgere.

Kl. 05.07 d. 27. december, hvor oversvømmelserne er på sit højeste, sender kommunen en sms som lyder på;

"Der kommer vand ind ved Lærkevej. Vi prøver at lukke hullet, men vær opmærksomme på, at der kan komme vand i området fra omkring Tværdalen helt til Mågevej. Mere information følger så snart vi har ny status" (Bilag 5:35).

Denne form for skrevet kommunikation er den tilpassende informationsstrategi. Kommunen informerer borgerne undervejs i krisens forløb, således de kan være berede på, hvad der sker. Borgerne bliver informeret om, hvor vandet strømmer ind, og dermed også hvad de skal være opmærksomme på. Denne informationsstrategi kan også ses i en sms, der er skrevet kl. 08.32, hvor de fortæller borgerne, at de værste nu er overstået, og at de er halvvejs gennem krisen. Vandet vil netop være faldende inden for de næste par timer (Bilag 5:36). Ydermere informerer de også borgerne om, hvordan situation omkring Lærkevej står til, som de tidligere havde sent en sms ud om (Bilag 5:35). Oversvømmelserne omkring Lærkevej forværres ikke, og der vil samtidig være mandskab til stede, indtil krisen er overstået.

Lidt senere på dagen udsender kommunen en ny opdatering på Facebook fra beredskabsmødet, der blev afholdt kl. 09.00. Her bliver borgerne informeret om, at stormfloden nåede sit højeste på ca. 1,50 meter (Bilag 5:19). Borgerne bliver også informeret om, at der endnu ikke er meldt om oversvømmelser i nogle boliger i Nordmarken, selvom én af de udlagte watertubes ikke holdt natten over. Endvidere bliver borgerne også informeret om, at vandet er begyndt at trække sig tilbage, hvor vandet vil være under 1 meter omkring kl. 17.00 (Bilag 5:19). Sturges mener det er den tilpassende informationsstrategi.

Der er også flere af kommunens Facebookfølgere, der tilkendegiver deres holdninger til kommunens indsats under stormfloden. *"Godt arbejde af borgmesteren, frivillige og beredskabsmandskabet. Respekt"* (Bilag 5:19) er en af kommentarerne til opslaget, hvor det fik 8 "synes godt om" fra andre følgere. Ydermere har dette opslag fået 77 "synes godt om" fra kommunens borgere og Facebookfølgere. Opslaget modtager ikke nogen negative reaktioner, dog en enkelt kommentar;

"Håber at der ikke bliver en næste gang, men HVIS der går så håber jeg at man tager ved lære af at tubes'ne er sprunget samme sted under to forskellige storme!!!" (Bilag 5:19).

Dette opslag fik to "synes godt om" fra andre borgere. Så samlet set er reaktionerne generelt positive over for kommunens indsats i samarbejde med beredskabet;

"Tak for information og TAK til alle sammen, der har bevist, at ved fælles hjælp når man langt. Tanker til ejere på Fasanvænget, der desværre blev vandramt pga lækage i tube [trist-emoji]" (Bilag 5:20).

Så borgerne både roser kommunens arbejde samt de tilkendegiver deres medfølelse over de borgerne, som blev ramt af oversvømmelserne. Dette opslag modtog nemlig 77 "synes godt om" og blev delt 7 gange.

4.2.1.3 Efter krisen

Kommunens andet opslag d. 27. december 2016 er et fotoalbum, der afbilder oversvømmelserne fra om formiddagen (Bilag 5:21). Fotoalbummet består af 11 billeder, som er taget på et tidspunkt, hvor vandet er højest eller ved at falde ned til normal vandstand. Det værste er dermed overstået. Opslaget er delt syv gange, og der er ydermere 33 reaktioner, som både består af "synes godt om", wow-emojis og græde-emojis. Kommunen vælger at skrive en kommentar til dette opslag, hvor de fortæller, at stormfloden er begyndt at trække sig. Informationerne i denne kommentar bygger på den tilpassende informationsstrategi. Borgerne får opdateringer om, at der ikke er sket betydelige skader i Roskilde Inderhavn, men at der er rapporteret om vand i nogle boliger i Nordmarken (Bilag 5:22). Til dette skriver en borger; *"Hvor har I været gode til at håndtere det [glad-emoji]"* (Bilag 5:22).

Dette opslag har Lars Elmsted også valgt at dele på Facebookgruppe Oversvømmelser I Jyllinge – Vi Hjælper Hinanden (Bilag 5:28).

Ydermere har Lars Elmsted skrevet et indlæg på Roskilde Kommunes egen hjemmeside med overskriften; *"Stormfloden trækker sig"* (Bilag 5:37). Dette er sidst opdateret d 27. december 2016. Ved brugen af Sturges' tilpassende informationsstrategi, kan borgerne få et indblik i stormflodens forløb.

"Vandet er ved at trække sig tilbage og nåede ca. 1,50 m på sit højeste. Der er sket materiel skade på huse - især i Jyllinge Nordmark. I Roskilde Inderhavn har alle barrierer indtil videre holdt stand, og der er ikke sket betydelige skader." (Bilag 5:37).

Borgerne får også informationer om situationen i Jyllinge Nordmark, som er et af de mest geografiske udsatte områder, når der er tale om oversvømmelser. En af de udlagte watertubes i Jyllinge Nordmark holdt ikke natten over, som resulterede i, at nogle af boligerne i Nordmarken fik vand ind. Endvidere skriver kommunen, at vandet vil være inden for de

normale udsving efter kl. 17.00 (Bilag 5:37). Dette er med til at berolige borgerne og befinder sig derfor inden for den tilpassende informationsstrategi.

4.2.2 Køge Kommune

Den måde hvorpå kommunen prøver at ramme sine borgere på under stormfloden, er gennem brugen af det sociale medie Facebook. I interviewet fortæller Louise Simoni Larsen, hvordan arbejdsfordelingen var under stormfloden. Louise stod for Køge Kommunes Facebookside samt kommunens hjemmeside (Bilag 4, 00.00.09). Mathias Kure sørgede for den interne kommunikation mellem kommunikationsteamet og anlægsafdelingen (Bilag 4, 00.00.28). Det skyldes hans daglige samarbejde med netop denne afdeling. Dette giver ham et hurtigt overblik over, hvem han skal tale med for at skaffe de rigtige informationer. Det giver også Mathias Kure et indblik i den rette jargon inden for anlægsafdelingen, og hvordan det således at formidles videre til resten af kommunikationsteamet. Dog var han også inde over de digitale platforme. Ydermere lavede Mathias også videoer til Facebook. Louise Simoni Larsen forklarer arbejdsfordelingen i interviewet således;

"Jeg kørte i hvert fald hjemmesidedelen, hvor vi hele tiden opdateret kan jeg huske, og du [Mathias Kure] var også med til at spille ind til det, men sådan, så skrev vi alle sammen opslag til Facebook lidt på skrift tror jeg efter hvem der lige havde frie hænder. Og Christian kørte meget presse." (Bilag 4, 00.27.31).

Det var den tidligere medarbejder Christian Lietzen, der havde ansvaret for håndteringen af pressen. Det skyldes, at deres kommunikationschef var på ferie. Det var ikke Christian Lietzen, der udtalte sig, men det var ham, der tog imod opkaldende, og som koordinerede kommunikationen til pressen (Bilag 4, 00.27.46).

Som Mathias Kure fortæller, havde de ikke nogen beslutningskompetence, hvor en af grundene var, at deres daværende kommunikationschef var ude at rejse.

"[...] så det betød ligesom at vi kunne godt havde nogle faglig input, men vi var ligesom nødt til at få nogle ledere eller dem som sad med ledelsesansvaret til at gå med til det for at det så kunne slippe igennem. Så der opstod ligesom sådan en naturlig udfordring dér og faglig udfordring i at ligesom at få lagt nogle argumenter ind for vores

beslutninger eller vores anbefalinger. Fordi det var ikke os der stod med den endelige beslutning på det, det er selvfølgelig også helt naturligt, men det var bare sådan en, det har også en vigtig brik i forhold til det med roller, at vi kunne ikke designe det præcist som vi gerne ville, fordi vi var nødt til at for nogle til at sige ja, det er sådan vi gør det. Og så havde vi heldigvis en planchef som tidligere har siddet som kommunikationschef, og som havde rigtig meget forstand på det, så der var vi sådan set meget godt i vej.” (Bilag 4, 00.28.11).

Det gav således nogle problemer, at kommunikationsteamet ikke selv havde beslutningskompetencerne. Det var med til at gøre arbejdsgangen mere kompleks under en krise som stormfloden. Dog er disse rollefordelinger vigtige, da ansvaret skal kunne placeres, hvis der er noget der går galt. Det kan ske hvis kommunen skriver noget, der ikke er rigtigt. Det kan nemlig lede til en parakrise (jf. Coombs). En kommunikationskrise kan forekomme og dermed skade en kommunes omdømme mere end den foregående. Derfor er rollefordelingen af ansvar vigtigt. Ved at flere fagfolk er inde over borgerkommunikationen, er dette med til at kvalitetssikre den udsendte krisekommunikation. Men denne måde adskiller sig meget fra den normale arbejdsgang i Køge Kommunes kommunikationsteam. Pressemeddelelser bliver tjekket igennem af andre fagfolk til dagligt, men Facebook er et medie, hvor kommunikationen hurtigt skal ud. Ifølge Louise Simoni Larsen har disse fagfolk fra andre forvaltninger heller ikke forståelse for, hvordan et godt opslag til Facebook skal skrives (Bilag 4, 00.29.32). Det er nemlig en anden type for kommunikation end den der bruges ved eksempelvis et nyhedsbrev, eller ved intern kommunikation mellem forvaltninger;

”Der kan man sige der er det vel også meget et spørgsmål om, at det vi skriver på vores Facebook opslag ofte er baseret på fakta fra de ting, som er godkendt af fagforvaltningen, så det er en naturlighed. Men det er rigtig, at det er en anden procedure, og at mediet bare stiller nogle andre krav. At det måske også kan være sværere at forstå for dem oppe i fagforvaltningen, fordi det er så relativt nyt.” (Bilag 4, 00.30.06).

Mediet som bruges til at kommunikere til borgerne ændrer sig på baggrund af det valgte medie. Derfor er det nogle andre kriterier, som spiller ind, ved brugen af Facebook.

4.2.2.1 Før krisen

Køge Kommune udsender deres første opslag om stormfloden d. 3. januar 2017. Her informerer kommunen sine borgere på prognoserne for de forhøjede vandstande. I opslaget bliver borgerne fortalt, at prognoserne lyder på 1,57 meter over normal vandstand i Køge Bugt. Kommunikation byder også på information om, hvornår oversvømmelserne ca. vil ramme; *"Vandet forventes at toppe onsdag den 4. januar ved 19:40 tiden. Sammen med beredskabet følger vi udviklingen tæt og forsøger at opdatere løbende her på siden"* (Bilag 6:1). Kommunikationen indeholder information om, hvor og hvornår stormfloden rammer. På baggrund af netop disse kriterier vil kommunikationen ud fra Sturges' synspunkt være af den tilpassende informationsstrategi. Det skyldes at informationen er med til at forberede borgerne psykisk på den forekommende stormflod (jf. Sturges). Kommunen tilføjer også en link til deres egen hjemmeside, hvis borgerne gerne vil vide mere om prognoserne, men også, hvis de ønsker information om, hvordan de bedst muligt kan forberede sig på stormfloden (Bilag 6:1). Det leder videre til, at kommunen også benytter sig af Sturges' instruerende informationsstrategi, da de ønsker, at deres borgere begynder at forberede sig på stormfloden. Opslaget er blevet delt 99 gange og modtager 81 reaktioner, som består af "synes godt om", wow-emojis og græde-emojis. Køge Kommune vælger selv at kommentere på deres eget opslag, hvor de informerer borgerne, at de har lavet en vejledning til deres oversigtskort (Bilag 6:2). Der er også en borger, som spørger kommunen om, hvordan de informerer de borgere som vil blive berørt af stormfloden. Her svarer Louise Simoni Larsen, at de personligt har været i kontakt med de berørte borgere, hvor de henviser til kortet over risikozoner (Bilag 6:2). Borgeren takker herefter kommunen for svar. Flere af borgerne spørger ind til kortet over risikozonerne, hvor nogle er negative over kortets størrelse og kvalitet. Dog skriver en af borgerne selv;

"Kommunen har skrevet hvilke områder der er berørt, der virker til at være godt styr på det selvom ingen jo kan ændre ved at vandet stiger" (Bilag 6:4). En anden borger skriver ligeledes; *"De er godt i gang natten her ved Ølsemagle ved åen med kæmpe rør – dejligt at de er så hurtige [glad-emoji] tak"* (Bilag 5:6).

Så selvom borgerne er kede over truslen fra stormfloden, så er de fleste kommentarer positive, hvor kommunen bliver rost og takket for deres arbejde.

Senere samme dag udsender kommunen endnu et opslag. Her bliver borgerne informeret om, at prognoserne er faldet til 1,48 meter. Ydermere giver kommunen sine borgerne den mulighed for at gå ind på deres hjemmeside og så på et kort over risikozoner;

”Vi har lavet kort over risikozoner i Kommunen, så du kan se, om du bor i et område, hvor der kan være risiko for, at der kommer vand” (Bilag 6:10; Bilag 6:44).

Det giver borgerne den mulighed for selv at undersøge om de bor i et geografisk udsat område, hvor der er risiko for oversvømmelser. Inde på kortet har borgerne mulighed for at indtaste prognosen på 1,57 eller 1,48 meter over normal vandstand. Herefter bliver oversvømmelserne afbilledet af den blå farve (Bilag 6:44). Dermed kan de borgerne som ikke vil blive berørt af oversvømmelserne ånde lettet op, hvor de borgere, som bor i de udsatte områder, har en ideel chance for at forberede sig bedst muligt inden oversvømmelserne rammer deres huse. Igen benytter kommunen sig af den tilpassende informationsstrategi. Facebookopslag 2 bliver delt 138 gange og får 63 reaktioner, som er ”synes godt om”, wow-emoji og græde-emoji. Flere borgere takker for informationen samt stiller spørgsmål til brugen af kortet over risikozoner (Bilag 6:44ff). Borgerne ønsker især, at kortene kunne være større, så det gav borgerne mulighed for at læse vejnavne, for mere præcist, at kunne placere oversvømmelserne. Det ville dermed være nemmere for borgerne at afgøre, om de bor i en af risikozonerne (Bilag 6:12f). Der er også tvivl om, hvorledes kommunerne skærer, især i Strøby Egede, som ligger ud til kysten, som skyldes, at det ikke er muligt at se dette områder på kortet over risikozonerne (Bilag 6:15). Kommunen får også negative tilkendegivelser; *”Når man ser mindsten ved Ølseagle, er der nok steder man ikke skulle have bygget.”* (Bilag 6:15). Her kan det vurderes om hvorvidt kommunen bliver tillagt ansvar for at bygge visse steder, i forhold til, hvor der er risiko for oversvømmelser.

Det sidste opslag som kommunen skriver før stormfloden rammer, bliver sendt ud d. 4. januar 2017 kl. 12.00 (Bilag 6:17). Her oplyses borgerne, at ifølge prognoserne fra DMI, forventes der en forhøjet vandstand på 1,46 meter, som topper kl. 18.30. Det er et langt opslag som byder på mange informationer. Ydermere har kommunen lavet en videovejledning, som skal hjælpe borgerne til at bruge oversigtskortet over risikozonerne for oversvømmelserne, som der endvidere er et link til. Det hjælper således borgerne til selv at skaffe de nødvendige oplysninger inden stormfloden rammer. Sturges’ tre informationsstrategier bliver alle brugt i dette opslag. Den tilpassende informationsstrategi bruges til at fortælle borgerne om

prognoserne, hvor der yderligere er lavet en videovejledning, hvor borgerne også får at vide, hvordan kommunen arbejder for at mindske følgerne af stormfloden;

”Vi bruger Københavnsvej som dige og har i løbet af natten og morgenen lukket åer og underføringer for at sikre de bagvedliggende boliger bedst muligt mod vandet samt opsat pumper til at afhjælpe vandet” (Bilag 6:17).

Det kan også ses lidt i forhold til den internaliserende informationsstrategi. Det skyldes at kommunen maler et billede af deres egen arbejdsindsats under stormfloden. Et bedre eksempel på den internaliserende informationsstrategi er dette; *”Vi har medarbejdere fra ETK og PC Køge Bugt samt seje elever fra Produktionsskolen Klemmenstrupgård stående på Blegdammen [...]” (Bilag 6:17).* Det fortæller således, hvordan de arbejder sammen med andre medarbejdere fra kommunen. Det giver et billede af en samhørighed i kommunen, da alle er villige til at give en hjælpende hånd med forberedelserne til stormfloden.

Den instruerende informationsstrategi bliver brugt ved at fortælle borgerne, hvad de kan gøre for at afhjælpe de stigende vandstande;

”Du kan også hjælpe: Spar på vandet (undgå unødige bade, opvask, tøjvask og andre vandkrævende aktiviteter). Den forhøjede vandstand går nemlig udover Kommunens rensningsanlæg, som risikerer at blive overbelastede. Undlad også, at bortlede vand ved at løfte kloakdæksler og oversvømme kloakkerne yderligere.” (Bilag 6:17).

Kommunen instruerer sine borgere til, hvad der er det bedste at gøre under en stormflod. Dog kan kommunen ikke sikre sig, at alle borgere får denne information kun ved brugen af Facebook. Dog sendte de sms'er ud til borgerne, men som nævnt tidligere, har jeg ikke haft mulighed for at anskaffe disse, da de ikke længere er i kommunens database (jf. afsnit 3.2.5). Kommunen har yderligere lavet en liste over, hvor det er vigtigt at sætte sandsække op. De råder deres borgere til at tjekke om disse steder er, hvor de selv bor, så de selv kan sørge for at sætte de nødvendige sandsække op (Bilag 6:17). De slutter opslaget med at fortælle borgerne, at de holder tæt øje med stormfloden udvikling. De opfordrer også borgerne til at dele deres viden med andre på kommunens Facebookside, som en hjælp til både kommunen og til de andre borgere. Dette opslag bliver delt 124 gange og modtager 143 reaktioner, som afbilder ”synes godt om”, wow-emojis og græde-emojis. Den første kommentar til opslaget er fra kommunen selv, der informerer borgerne, gennem den tilpassende informationsstrategi, at

Blegdammen har valgt at lukke for afhentning af sandsække, hvor det stadig er muligt på Beredskabspladsen (Bilag 6:19). I en af kommentarerne til dette opslag, spørger en borger, som ikke bor i et udsat område, om der er nogle der har brug for hjælp. Borgeren opfordrer yderligere, at dem som har brug for hjælp kan spørge om det inde på Køge Kommunes Facebookside. Hertil svare Mathias Kure; *"Tak for din opfordring, vi kan desværre ikke koordinere en fælles frivillig indsats. Men I er selvfølgelig meget velkommen til at hjælpe hinanden."* (Bilag 6:20). Her fravælger Køge Kommune ansvaret for en fælles frivillig indsats. I kommentarerne til opslaget er der også én fra Klemmenstrupgård Produktionshøjskole, som skriver om sin egen indsats. Det får meget positiv respons fra andre borgere, som roser skolens elever og takker dem for deres hjælp. Kommentaren modtager endvidere 20 "synes godt om" fra andre borgere.

Mange af de spørgsmål, der bliver stillet til kommunen, bliver besvaret af andre borgere, som følger med i kommentarerne til opslaget. De hjælper også med at videresende informationer til kommunen.

4.2.2.2 Under krisen

Kommunen skriver et opslag med overskriften; *"4.1.2017 KL. 18.45: STATUS PÅ FORHØJET VANDSTAND"* (Bilag 6:27). I dette opslag får kommunens borgere at vide, at de forhøjede vandstande er vurderet som en 100 års hændelse (Bilag 6:27). Det er af den tilpassende informationsstrategi, ifølge Sturges. Endvidere skriver kommunen;

"Selvom mørket er faldet på, knokles der stadig i hele Kommunen, og Beredskabet har udlagt watertubes på Havstokken og i Torvebyen." (Bilag 6:27).

Det kan både anskues som den tilpassende- og den internaliserende informationsstrategi. Det skyldes at borgerne bliver informeret om kommunens handlinger, som både kan hjælpe borgerne psykisk, men også fremstille kommunen på en vis måde. Citatet giver nemlig et indtryk af en kommune, som arbejder i døgn drift for at afhjælpe krisen. Der er også blevet tilføjet billeder til dette opslag. Det portrætterer kommunens medarbejdere og borgerne selv, som henter sandsække.

Opslaget byder også på den instruerende informationsstrategi. Det skyldes at kommunen igen råder borgerne til at bruge så lidt vand som muligt under krisen. Endvidere skriver kommunen;

"Du kan stadig hjælpe ved, at; [...] Følge Politiets opfordring om at undgå unødige færdsel i de kystområder, der risikerer at bliver oversvømmet" (Bilag 6:27). Til dette har de opsat et link, som borgerne kan trykke på, så de kan gå ind og læse mere om det på Køge Kommunes egen hjemmeside. De instruerer dermed borgerne til ikke at nærme sig de geografiske udsatte områder. Opslaget opnår 198 reaktioner, der består af "synes godt om", wow-emojis og hjerte-emojis. Yderligere får dette opslag 23 delinger (Bilag 6:28). Her er det endnu en borger, der vælger at rose kommunens arbejde; *"Ros til Køge kommune for information via forskellige kanaler dagen igennem"* (Bilag 6:29). Kommentaren modtager tre "synes godt om". Ud fra flere positive tilkendegivelser af kommunens arbejde, både i forhold til det, som kommunens medarbejder gør ude i kommunen for at afhjælpe krisen med sandsække og watertubes og på deres kommunikation.

Ydermere ønsker kommunen, at borgerne skal passe på dem selv og andre, og opfordrer dem ligeledes til at dele opslaget, så det kommer ud til flest mennesker muligt (Bilag 6:27). Dette opslag nåede ud til 20.653 mennesker. Det skyldes både ved, at kommunens Facebookfølgere har valgt at dele opslaget, men kommunen har endvidere valgt at booste opslaget. Kommunen har dermed også betalt for rækkevidden, der hedder Køge og omegn (45 km) (Bilag 6:28). Kommunen har derved valgt at promovere opslaget ved at booste det, således at flest mulige Facebookfølgere fra Køge og omegn så dette opslag.

Kl. 22.25 udsender Køge Kommune et nyt opslag med teksten; *"VANDET TRÆKKER SIG. DET GØR ETK IKKE"* (Bilag 6:30). Opslaget portrætterer en video, som viser Køge Kommunes medarbejder, som sammen arbejder i natten, for at afhjælpe situationen. Her er det især den internaliserende informationsstrategi, der slår igennem;

"De seje medarbejder fra ETK, Beredskabet og KLAR forsyning fortsætter arbejdet i løbet af natten og står klar til at åbne digerne, når vandet er faldet tilstrækkeligt."
(Bilag 6:30).

Dette opslag havde en rækkevidde 37.893 Facebookbruger, som er bosat i Køge og omegn. Det sørgede Køge Kommune nemlig selv for gennem deres boosting af opslaget. Oven i det, har videoen modtaget 18.000 visninger og over 800 reaktioner, som består af "synes godt om", hjerte-emojis og wow-emojis (Bilag 6:30). Det kan skyldes kommunens egen opfordring. De instruerer nemlig deres Facebookfølgere til at "synes godt om opslaget; *"Lad os give de seje*

medarbejdere et like at holde sig kørende på resten af natten. Det fortjener de [stærk arm-emoji]" (Bilag 6:30). Yderligere bliver opslaget delt 22 gange. I en kommentar skriver kommunen; "Kære alle sammen. Tusind tak for alle jeres beskeder. De er givet videre til medarbejderne i ETK. Og vi skal hilse og sige, at de varmer gevaldigt [glad-emoji]" (Bilag 6:31). Det kan anskues som den internaliserende informationsstrategi, da kommunen går ud og roser borgerne og krediterer dem. Borgerne skriver 35 kommentarer, som alle roser det gode arbejde kommunen og især ETK har udført krisen. Der er kun positive tilkendegivelser over for det stykke arbejde, som kommunen har udført i mødet med 100 års hændelsen, stormfloden.

4.2.2.3 Efter Krisen

D. 5. januar 2017 udsender kommunen et opslag med overskriften; "TAK FOR VAND-VITTIG GOD HJÆLP..." (Bilag 6:35). I dette opslag takker kommunen sine borgerne for den gode samarbejdsvilje;

"... til alle der sparede på vandet ... til alle som fyldte og satte sandsække op ... til alle de beboere på Havstokken, der hjalp Beredskabet ... til alle der fulgte med her på siden og delte info og gode råd ... og til alle andre, der hjalp i kampen mod stormfloden. I gjorde en fremragende indsats! [stærk arm-emoji]" (Bilag 6:35).

Her benytter kommunen sig især af den internaliserende informationsstrategi. Kommunen vælger nemlig at rose alle, både borgere og medarbejder, som var med til at hjælpe, således kommunen bedst muligt kom igennem krisen. Til opslaget følger et fotoalbum bestående af syv billeder, som viser stormflodens omfang samt den gode arbejdsindsats.

Kommunen har også valgt at anvende den tilpassende- og den instruerende informationsstrategi ved at tilbyde borgerne, at ETK kan komme og hente deres sandsække. Her instruerer de borgerne til, hvordan de selv kontakter ETK, hvis de vil benytte sig af denne service (Bilag 6:35). Opslaget bliver delt hele 47 gange og modtager 584 reaktioner bestående af "synes godt om", hjerte-emojis og wow-emojis. Her har kommunen igen valgt at benytte sig af boost-funktionen til at ramme så mange af deres egne borgerne som muligt. Igen vælger kommunen selv at kommenterer på deres opslag, hvor de takker borgerne for deres positive tilkendegivelser, hvor de især roser ETKs arbejde;

"Tak til Køge kommune, for at gøre alt hva man kunne gøre på forhånd. Det skal vi blive ved med. Kanon indsats. Tak til alle, for at rede os fra dårlige situationer. Og tak til alle frivillige [perfekt-emoji]" (Bilag 6:37).

Der er også flere borgere, som kommer med gode ideer til, hvad kommunen kan gøre, hvis der nogensinde skulle komme endnu en stormflod, der resulterer i oversvømmelser af samme kaliber;

"Måske kunne man nå at sætte sluseporte op ved den blå bor til havnen næste gang [glad-emoji] og spare alt beredskabet i Køge by... sikkert osse billigere [tre klap i hænderne-emoji]" (Bilag 6:37).

Ydermere vælger flere borgere at ligge billeder op af oversvømmelserne fra stormfloden i kommentarerne, som bevis for, hvor højt vandet egentlig stod.

Det sidste opslag kommunen skriver omhandlende stormfloden, bliver udsendt d. 6. januar 2017. Her informeres Køge Kommunes borgere om de faldende vandstande til 0,45 meter over normal vandstand (Bilag 6:41). Dermed er det værste overstået, som giver borgerne mulighed for at ånde lettet op. Ydermere bliver det fortalt, at;

"Pumpen over Københavnsvej ved Snogebækken har nu også gjort sin pligt og slukkes inden for de næste har timer – rørbroen fjernes dog først på mandag" (Bilag 6:41).

Hermed benytter kommunen sig af den tilpassende informationsstrategi, da borgerne netop bliver informeret om, hvad der kommer til at ske i de næste par timer, og hvor det kommer til at ske. Kommunen anvender også den instruerende informationsstrategi til en vis grad, da de giver borgerne mulighed for at følge linket, hvis de ønsker flere informationer.

Opslaget adskiller sig fra de andre, ved at opslaget kun har nået lidt over 8.000 på Facebook. Kommunen har heller ikke valgt at booste opslaget. Opslaget bliver delt 8 gange og modtager 42 reaktioner, som består af wow-emojis og "synes godt om" (Bilag 6:41).

Efter stormfloden har Køge Kommune på deres egen hjemmeside skrevet et indlæg, der handler om, hvordan borgerne skal forholde sig efter stormfloden. Det er sidst opdateret d. 5. januar kl. 13.17. I rubrikken skriver de således;

"Vandstigningen passerede i går en 100 års hændelse med forhøjede vandstande helt op til 157 cm over normalt vand niveau. Læs mere her, hvor du får seneste nyt og information om, hvad du kan gøre med dine sandsække og eventuelle skader" (Bilag 6:42).

Denne information går ind under Sturges' tilpassende informationsstrategi. Det skyldes, at borgerne får information om, hvordan stormfloden udviklede sig, og at den netop blev vurderet som en 100 års hændelse. Denne side er blevet opdateret flere gange. Før den sidste opdatering, der kom d. 5. januar 2017, blev indlægget opdateret d. 4. januar 2017, hvor borgerne fik de seneste nyheder angående stormfloden. Her råder kommunen til, hvad borgerne selv kan gøre ved at afhjælpe oversvømmelserne gennem den instruerende informationsstrategi. Her får borgerne også information om, hvordan de skal forholde sig, hvis de har fået vand i kælderen eller andre skader tilknyttet stormfloden. Her har kommunen valgt at tilknytte et link til sundhedsstyrelsens guide til, hvordan borgerne skal håndtere deres oversvømmede kældre. Ydermere har de også tilføjet en vejledning fra Brancheorganisationen Forsikring & Pension, hvis der er forekommet skader grundet stormfloden.

Her er det også muligt at få informationer om hvor og hvornår afhentning af sandsække sker. Efter dette kommer overskriften; *"Sådan forløb natten"* (Bilag 6:42f). Her bruger kommunen igen den tilpassende informationsstrategi, hvor kommunen fortæller, at stormfloden toppede med 1,57 meter ca. kl. 18.00. Vandet begyndte herefter at falde omkring kl. 22.00. Her er det muligt at følge et link, hvis der ønsker flere informationer om kommunens håndtering af stormfloden samt stormflodens forløb. Herefter er det muligt at se, hvad kommunen selv gjorde for at afhjælpe oversvømmelser, under afsnittet; *"Det gjorde vi"* (Bilag 6:43). Dette giver et indblik i kommunens arbejde under stormfloden, hvor deres brug af både den tilpassende- og den internaliserende informationsstrategi bliver vist;

"Beredskabet udlagde watertubes omkring beboerne på Havstokken og i Torvebyen. Københavnsvej blev brugt som dige og har i løbet af natten til onsdag og først på dagen lukket åer og underføringer for at sikre de bagvedliggende boliger bedst muligt mod vandet. Vi udleverede sandsække på Blegdammen, Beredskabspladsen i Lellinge og STARK på Tangmosevej 104 frem til kl. 21.00. Vi lukkede underføringer og åer" (Bilag 6:43).

Yderligere har kommunen sørge for, at borgerne selv kan finde information, om hvorvidt deres boliger ligger udsat i forhold til en stormflod. Det kan borgerne ved at indtaste målingerne for vandstigningen (Bilag 6:44ff).

Den næste analyse vil behandle og undersøge den kvantitative data, som er hentet fra kommunernes Facebooksider.

4.3 Hvordan påvirker stormfloden borgernes brug af Roskilde Kommune og Køge Kommunes Facebooksider?

Den kvantitative empiri, som er indsamlet fra kommunernes egne Facebookprofiler bliver analyseret, således hvordan kommunernes opslag har klaret det, i forhold til rækkevidde og reaktioner. Derudover vil der blive analyseret på borgernes respons, og hvordan de vælger at benytte sig af det sociale medie Facebook, da det er på denne er muligt for Facebookbrugere at give sin mening til kende. Det bliver gennem tilkendegivelser i form af kommentarer, men også reaktioner i form af brugen af "synes godt om" og emojis.

4.3.1 Roskilde Kommune

D. 19. december 2016 havde Roskilde Kommune 6.414 følgere. Som skrevet tidligere i afsnit 3.2.2 har kommunen 87.015 indbyggere. Hvis vi regner med, at 80 procent af alle Roskilde Kommunes indbyggere er medlem af Facebook, så svarer det til 69.612 personer. Det vil sige, at det kun er 7,37 procent, ud af kommunens indbyggere, der er følgere af Roskilde kommunes Facebookside d. 19. december 2016.

Fra perioden d. 19. december 2016 til d. 6. januar gik Roskilde Kommune fra at have 6.414 følgere til at have 6.631 antal. Det er en procentstigning på 3,38 procent.

Reaktioner, kommentarer, delinger med mere:

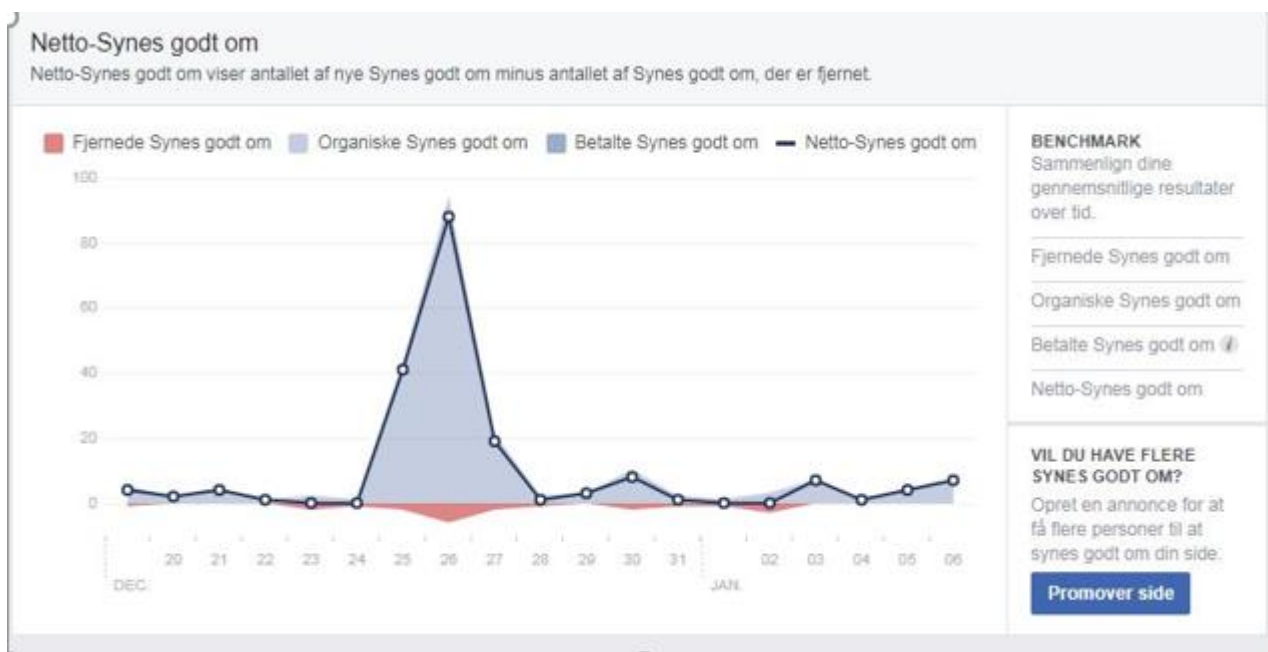


Grafen ovenover kan fortælle, hvor mange reaktioner, kommentarer og delinger, som Roskilde Kommune har fået på deres Facebookopslag. Det første, der springer i øjnene er, hvor mange reaktioner opslagene har fået. Reaktionen består af "synes godt om" og andre former for tilkendegivelser i form af hjerte-emojis, vred-emojis, wow-emojis og emojis, der griner. Her topper kurven med reaktioner d. 26. december, med næsten 1.000 (mørklilla kurve). Det kan derfor udledes, at det er især på denne måde, hvorpå kommunens Facebookfølgere vælger at tilkendegive deres følelser og holdninger til de informationer, som Roskilde Kommune kommunikerer ud gennem deres Facebookopslag. Hvorimod der er mange reaktioner på kommunens Facebookopslag, så er der faktisk kun ca. 100 kommentarer til disse opslag (lyserød kurve). Hermed kan det siges, at kommunens Facebookfølgere primært ikke skriver kommentarer, men vil hellere give deres tilkendegivelser ved at klikke på et ikon, i form af emojis. Derimod er der flere følgere, som vælger at dele kommunens opslag (rosa kurve). Ved at dele kommunens Facebookopslag kommer det automatisk ind på følgerens egen nyhedsfeed, hvor følgerens venner kan se opslaget. Det hjælper kommunen med at sprede de udsendte informationer, således at det kommer ud til flere. Før, under og efter stormfloden sker der en ændring hos kommunens Facebookfølgere. De interagerer mere på kommunens Facebookopslag i dagene op til stormfloden, hvor kurven stiger i takt med, at stormfloden rammer. Der kan derfor udledes, at der eksisterer en sammenhæng mellem følgernes vaner i deres interaktion med kommunen på Facebook, når kommunen og dens borgere står overfor en potentiel krise.

Netto-Synes godt om:

Det leder videre til grafen nedenfor, som viser et billede af kommunens "Netto-Synes godt om". Den giver et overblik over, hvor mange der "synes godt om" kommunens side, og hvor mange, som valgte at fjerne det. Når en person vælger at "synes godt om" et opslag fra Roskilde Kommune, vil borgeren automatisk få notifikationer hver gang, der er en anden, der eksempelvis kommenterer på opslaget, med mindre de går ind og trykker "fjern notifikationer" fra opslaget. Derfor kan det være grunden til, at nogle borgere rent faktisk fjerner deres "synes godt om", da de er trætte af alle notifikationerne, hver gang kommunen vælger at skrive et nyt opslag. Men igen kan der ikke siges noget om de "synes godt om", som er fjernet, da det ville

være nødvendigt at opsøge de borgere og spørge dem, hvorfor de har fjernet det. Men Facebook tilbyder ikke en liste af specifikke borgere, så dette er slet ikke muligt.

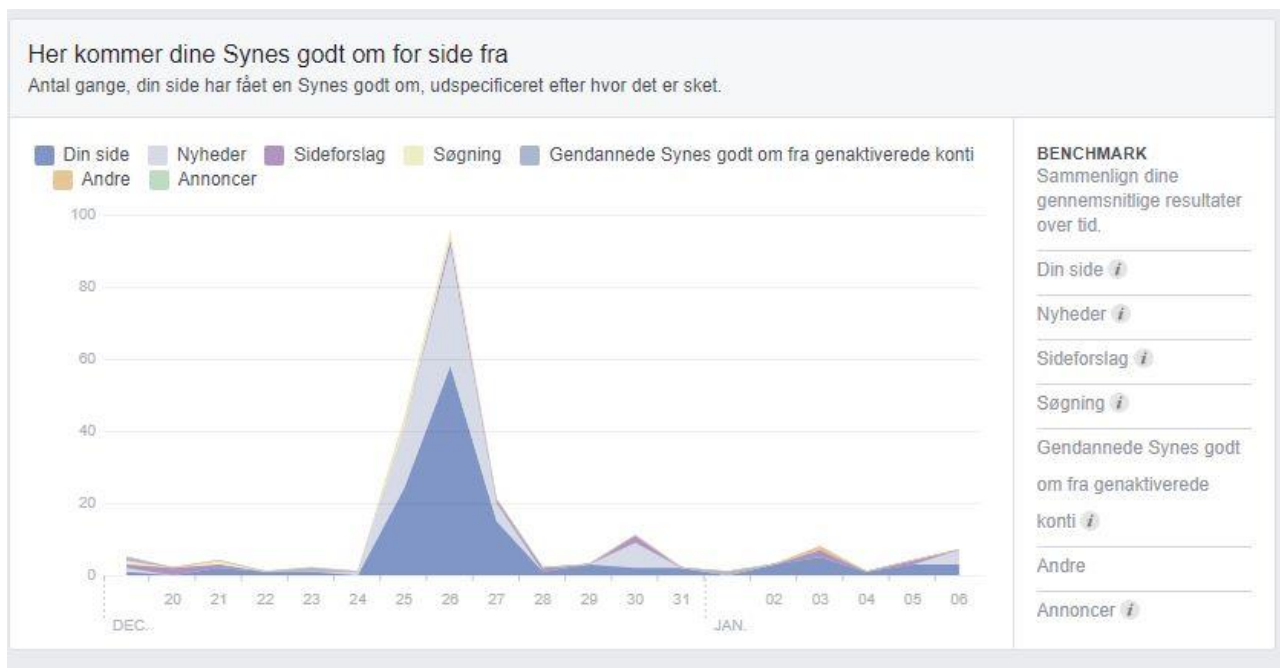


Som det kan aflæses af grafen, så sker der en ændring i antallet af "synes godt om". Det starter omkring d. 24. december 2016, og slutter omkring d. 28. december 2016. Det var netop her, at stormfloden rammer Roskilde Fjord, hvor det er værst i Jylling Nordmark. Det kan derfor godt vurderes om der eksisterer en sammenhæng mellem stormfloden og den markante stigning i "synes godt om" på Roskilde Kommunes Facebookside.

Efter at have anskuet Roskilde Kommunes "Netto-Synes godt om", er det relevant at undersøge, hvor disse "synes godt om" kommer fra.

Her kommer dine Synes godt om for side fra:

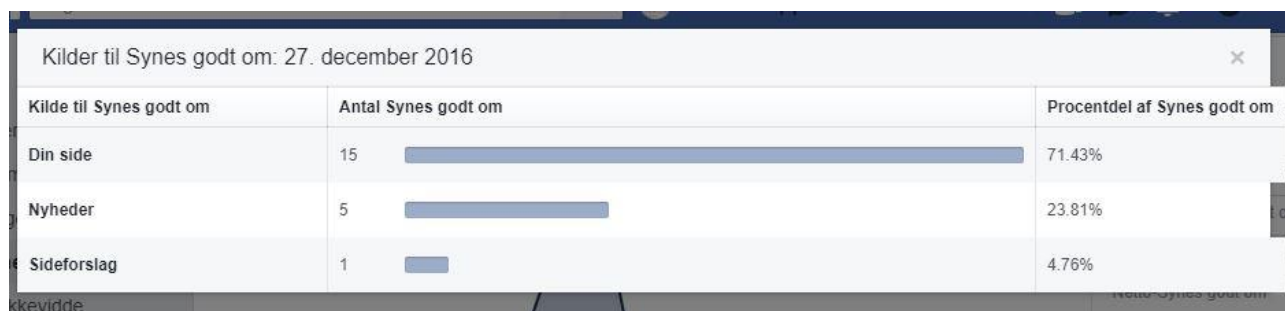
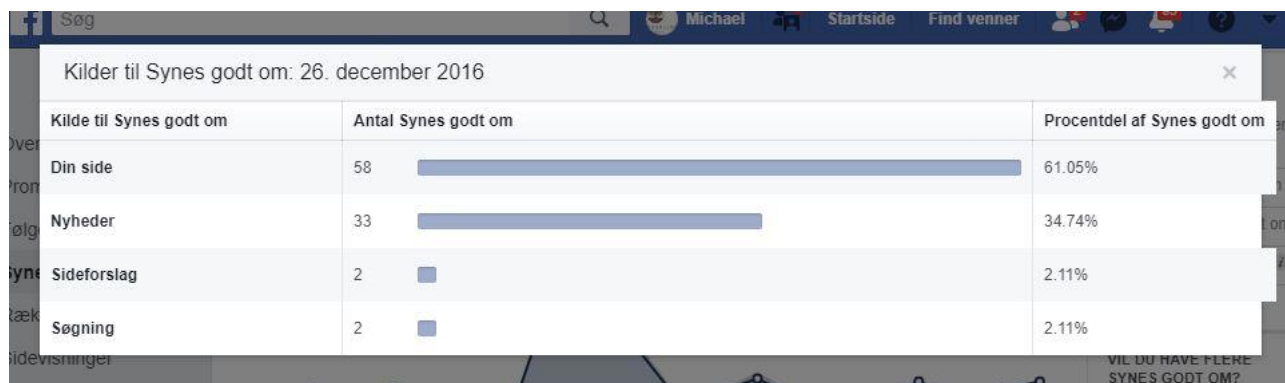
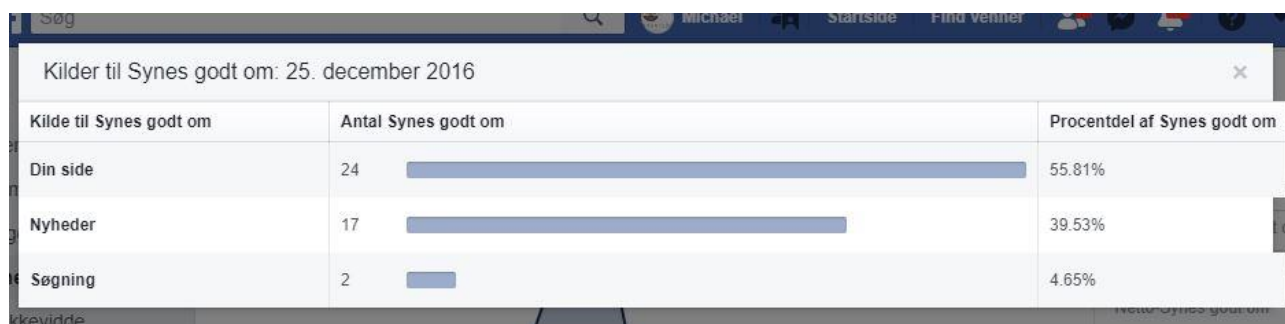
Her er det muligt at undersøge de; "Antal gange, din [kommunens] side har fået en Synes godt om, udspecificeret efter hvor det er sket".



Det mørkeblå felt antyder at kommunens "synes godt om" kommer fra deres egen Facebookside. Det vil sige at personer selv er inde og opsøge Roskilde kommunes Facebookside, og vælger dermed at give siden et "synes godt om" med på vejen. Den er ligeledes steget under stormfloden. Derudover viser det grå felt, at kommunen har fået "synes godt om" gennem nyheder. Det betyder, at opslagene er dukket op på enten deres følgers nyhedsfeed eller også er det ved at disse følgere har valgt at dele kommunens Facebookopslag. Som nævnt tidligere, når en person deler et opslag, så kommer det op på deres venners nyhedsfeed. Der er en lille, lilla streg rundt om den grå, som ikke er let at se. Den viser at visse "synes godt om" er sket på baggrund af et sideforslag. Det kan eksempelvis forekomme, hvis ens venner har "synes godt om" Facebooksiden, så kan Facebook gennem en algoritme sende dig et forslag om at "synes godt om" den samme side, da denne vises i ens nyhedsfeed.

De næste tre modeller viser hvor "synes godt om" kommer fra i procent. Det er henholdsvis delt op efter dato: d. 25., 26. og 27. december 2016. Hvis vi ser overordnet på det og samler procentfordelingen, så modtager Roskilde Kommune 61 procent af sine "synes godt om" fra sin egen side. Gennemsnitligt bekommer 34,59 procent "synes godt om" fra Nyhederne. Det er ydermere interessant at anskue, hvordan procentdelen for "synes godt om" på kommunens egen side stiger dag for dag. Dog skal det pointeres, at kommunens Facebookside modtog flest "synes godt om" d. 26. december med 95 "synes godt om". Det er dagen før stormfloden rammer, hvor kommunens opslag kun modtager 21, d. 27. december 2016, som er dagen, hvor

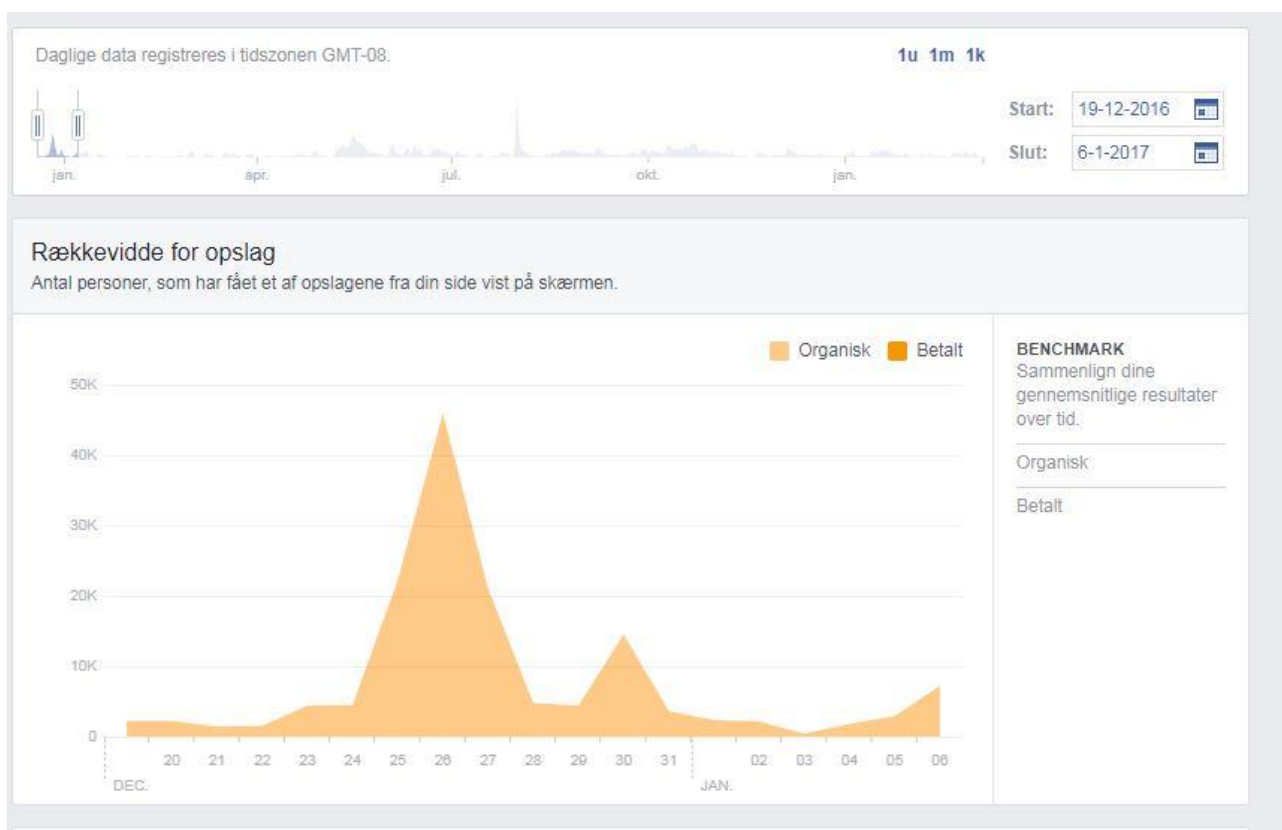
oversvømmelserne når sit højeste. Det kan derfor vurderes, at de fleste af Roskilde Kommunes "synes godt om" kommer fra deres egen Facebookside. Det betyder, at borgerne selv går ind på kommunens Facebookside, for at læse de nyeste opslag, som kommunen udsender. De træffer et aktivt valg om at gå ind på Facebooksiden i søgen efter flere informationer. Dermed får kommunens opslag de fleste af sine "synes godt om" fra deres egen Facebookside.



Rækkevidde for opslag:

Den næste graf viser kommunens opslags rækkevidde. Her kan det ses, at Roskilde Kommune har valgt ikke at gøre brug af betalt rækkevidde, men derimod kun gjort brug af den organiske. Det vil sige, at de skrevne opslag selv har skulle sprede sig rundt på baggrund af Roskilde Kommunes Facebookfølgere, som har set opslagene. Det er dermed Facebooks egen algoritme,

der er skyld i den store rækkevidde under stormfloden. Det kan også ske ved, at kommunens følgere vælger at "synes godt om" deres opslag. Dermed kan deres venner på Facebook se, hvad de har "synes godt om". På den måde kan det sprede sig organisk. Allerede den 22. december 2016 er der en lille stigning i rækkevidden for kommunens Facebookopslag, hvor der også sker en markant stigning d. 24. december 2016. Det hænger sammen med de andre grafer, hvor der sker den samme stigning inden for den samme tidsramme. Det er også en af grundene til at rækkevidden øges, da kommunen samtidig får flere følgere og "synes godt om". Som grafen selv antyder, så beskriver rækkevidden nemlig; "Antal personer, som har fået et af opslagene fra din [kommunens] side vist på sin skærm" (Graf nedenfor).



Det er interessant at se, at grafen falder ligeså drastisk, som den steg, hvor der herefter er en lille stigning igen mellem den 29. og 31. december 2016. Ud fra min indsamlede empiri, kan jeg ikke uddele nogen specifik grund for dette. Det skyldes, at det sidste opslag som Roskilde Kommune udsender i forbindelse med stormfloden er d. 27. december 2016.

De ni opslag:

Det leder videre til, hvordan Roskilde Kommunens Facebookopslag egentlig har klaret det med hensyn til reaktioner. Ud fra tabellen nedenfor er dette muligt. Den viser alle de opslag som Roskilde Kommune har skrevet under perioden d. 23. december 2016 til d. 6. januar 2017. Ud af de 14 opslag er der ni, som omhandler stormfloden. Ydermere viser den, hvilken type opslag det her, i forhold til om det er opslag, der består af ren tekst eller om der er tilføjet et billede eller en video til opslaget. Opslagenes målretning samt rækkevidde og interaktion bliver også anvist. Af de ni opslag, der berører stormfloden er to af opslagene billedalbums, som giver et billede af, hvordan kommunen og dens borgere er påvirket af stormfloden. De demonstrerer, hvor høje vandstandene er flere forskellige steder rundt omkring i kommunen. Et af opslagene består af en video, der fremviser hvordan kommunen forbereder sig til stormfloden. Dermed er de resterende seks opslag bestående af tekst, som indeholder vigtig information til kommunens borgere, som er i risiko for at opleve stormfloden på tæt hånd. Det ene af de skrevne opslag er et af kommunens egne opslag, men det er skrevet af Lars Elmsted, som er kommunikationsmedarbejder hos Roskilde Kommune. Han er ydermere også en af mine informanter, og som nævnt skrevet tidligere i afsnit 3.2.4.1, så har han etableret en Facebookprofil, der hedder Lars Elmsted, som er etableret på vegne af Roskilde Kommune. Gennem denne profil kan han interagere inde i grupper såsom Oversvømmelse I Jyllinge – Vi Hjælper Hinanden. Et af Lars Elmsteds egne opslag, vælger Roskilde Kommunes Facebookside at dele på deres egen væg (Bilag 5:23). Ved netop at det er Lars Elmsteds egen Facebookprofil, indgår borgernes reaktioner på de opslag, som han har lagt ud gennem sin egen Facebookprofil, ikke en del af den indsamlede data. Derfor kan jeg ikke analysere kvantitativt på de opslag, som Lars har skrevet på Facebookgruppe Oversvømmelse I Jyllinge – Vi Hjælper Hinanden.

Rækkevidden for hver enkel opslag er også beskrevet, og til sammen har de ni opslag, der behandler information om stormfloden opnået en rækkevidde 123.000 personer på Facebook. Ud fra tallene, som beskriver rækkevidden betyder de orange felter, at kommunen har valgt at betale for ekstra rækkevidde. Dette er ikke tilfældet hos Roskilde Kommune, da de har valgt ikke at betale for ekstra rækkevidde. Derfor fremviser det gule felt den organiske rækkevidde. Dermed kommer opslagene ud til flere, end det originalt ville have gjort på almindelig vis. Efter denne kolonne kan opslagenes interaktion ses. Den beskriver, hvor mange personer, som har reageret på opslagene. Samlet set har Roskilde Kommune opnået 21.168 "synes godt om" og

1.782 delinger på de ni opslag. Dermed har disse opslag fået utrolig meget opmærksomhed på det sociale medie Facebook. Det er yderst interessant, hvordan et socialt medie som Facebook kan være med til at sprede et budskab så bredt.

06-01-2017 06:00		Nyt p-hus: Roskilde får hængende haver Forslag			4K	660 50	Boost opslag
05-01-2017 06:00		Få nye sunde vaner ligesom Elsebeth			6,4K	954 119	Boost opslag
30-12-2016 06:00		ER DU HELT 'SKUDT AF'? Elever fra 6a, b og c			18,4K	2K 362	Boost opslag
27-12-2016 12:49		Unavngivet album			8,1K	2,8K 6	Boost opslag
27-12-2016 08:53		Status fra beredskabsmødet kl.			10,3K	1,7K 160	Boost opslag
27-12-2016 05:36		Roskilde Kommune har delt et opslag.			3K	768 2	Boost opslag
26-12-2016 18:39		Status fra beredskabsmøde kl. 18:			34,6K	4,3K 757	Boost opslag
26-12-2016 14:52		Unavngivet album			5,8K	2,3K 15	Boost opslag
26-12-2016 14:19		Hej alle, Frederiksborgvej i Roskilde får brug for			9,1K	2K 115	Boost opslag
26-12-2016 12:22		Status om stormfloden mandag kl. 12 efter			11K	1,6K 176	Boost opslag
25-12-2016 21:07		Status kl 21 om stormfloden:			19,5K	3,4K 258	Boost opslag
25-12-2016 18:06		Roskilde forbereder sig på stormflod Vandet i			21,6K	2,3K 292	Boost opslag
24-12-2016 06:00		Julekort fra Sct. Jørgensbjerg plejecenter.			6K	439 181	Boost opslag
23-12-2016 06:00		Jens er klar, hvis julen bliver hvid! I forbindelse			4,7K	167 62	Boost opslag

4.3.2 Køge Kommune

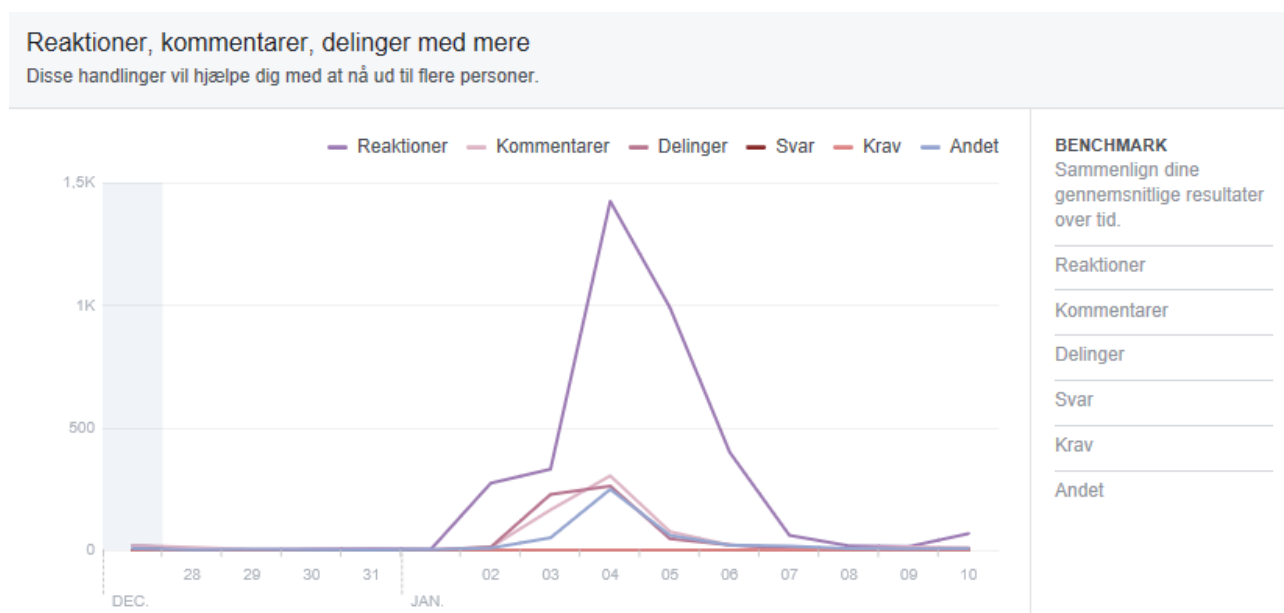
Der er 60.109 indbyggere i Køge Kommune, og hvis det skal passe med, at 80 procent af Køge kommunes indbyggere er medlem af Facebook, så er det 48.087 personer borgere. Dog er det

kun 10,6 procent alle kommunes indbyggere, der følger Køge Kommunes Facebookside d. 27. december 2016.

Køge Kommune havde 6.404 følgere d. 27. december 2016 og havde efterfølgende 6.761 følgere d. 10. januar. Det er en procentstigning på 5,57 procent.

Reaktioner, kommentarer, delinger med mere:

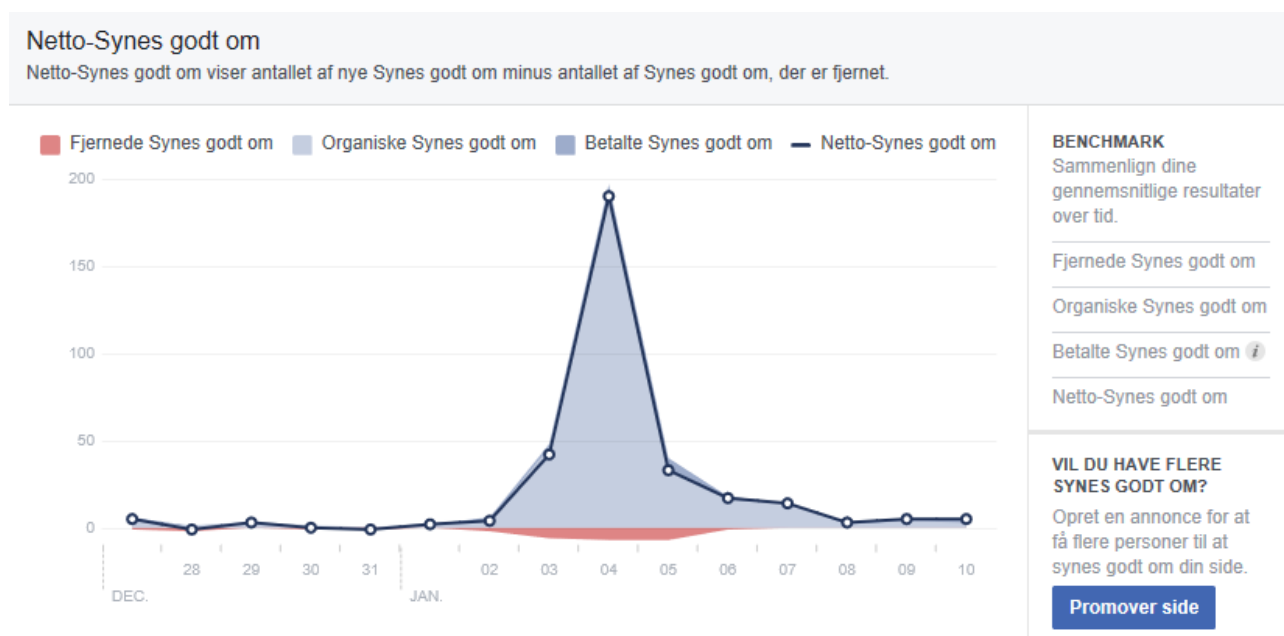
Billedet nedenfor er en graf for Køge Kommunes reaktioner, kommentarer og delinger med mere. Den giver et indblik i udviklingen og dermed stigningen af tilkendegivelser på kommunens Facebookopslag fra d. 27. december 2016 til d. 10. januar 2017. Antallet af reaktioner (lilla kurve) når sit højeste d. 4. januar, hvor den næsten er oppe på 1.500 reaktioner. Det er også dagen, hvor stormfloden når op på sit højeste i Køge Kommune (jf. afsnit 4.1.2). Som fremvist af grafen, så følger antallet af kommentarer (lyserød kurve) og delinger (rosa kurve) hinanden med små udsving. Ud fra grafen og stigningen inden for både reaktioner, kommentarer og delinger, kan det fortolkes, at der er en kausal sammenhæng mellem stormfloden og Køge Kommunes borgeres Facebookvaner. Der er således en højere aktivitet på Køge Kommunens Facebookopslag under stormfloden, end der er til hverdag.



På Køge Kommunes Facebookside er det også muligt at få et større indblik i, hvor mange "synes godt om", som kommunen har modtaget inden for samme periode, som grafen ovenover fremviser, nemlig fra d. 27. december 2016 til d. 10. januar 2017.

Netto-Synes godt om:

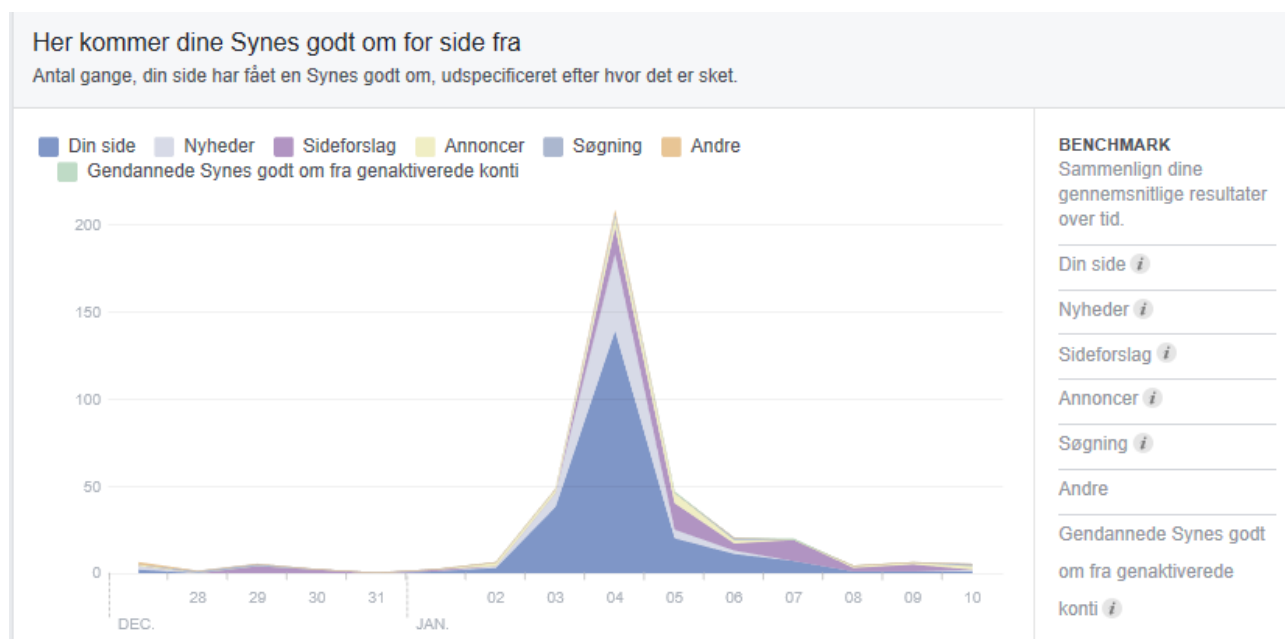
Grafen nedenfor viser et billede af den nettosum af "synes godt om", som Køge Kommunes Facebookside har fået. Her er det også tydeligt, at der er et stort udsving, som stiger kraftigt fra d. 2. januar til d. 6. januar. Igen giver det et billede af, at der er en sammenhæng mellem stormfloden som krise, og hvor mange "synes godt om", kommunen får på deres Facebookside.



Der kan kun gisnes om, hvorfor nogle har fjernet deres "synes godt om". Men ud fra grafen kan det anskues, at stigningen på "synes godt om" følges med dem, som vælger at fjerne det igen. Der menes ikke at stigningen når de samme højder, men at den lille stigning på de fjernede "synes godt om" stiger i takt med stigningen af antallet af "synes godt om".


Her kommer dine Synes godt om for side fra:

Men hvor kommer kommunens "synes godt om" fra? Det viser grafen nedenfor, da denne specificerer om kommunens "synes godt om" kommer fra kommunens egen Facebookside, nyheder eller sideforslag mm. Her kan det aflæses at størstedelen af "synes godt om" kommer fra kommunens egen Facebookside (mørkeblå). Dermed vælger Facebookbrugerne, ligesom på Roskilde Kommunes Facebookside, selv at gå ind og opsøge Køge Kommunes Facebookside. De tager hermed et aktivt valg om lede efter informationer angående stormfloden. Efter brugerne har "synes godt om" Køge Kommunes Facebookside, vil de opleve at kunne følge med i deres opslag gennem deres eget nyhedsfeed. Det fremvises på grafen som det grå felt, og som nævnt tidligere i afsnit 4.3, så er det med til at sprede oplagene ud til andre. Hvis mine venner har "synes godt om" Køge- eller Roskilde Kommune, så kan jeg se det gennem mit nyhedsfeed. Nedenfor her vises en tabel, der har de eksakte tal på Kommunes "synes godt om", og hvor de kommer fra.



4. januar 2017 til 6. januar 2017 ×

Kilder til Synes godt om Kilder til fjernede Synes godt om

Kilde til Synes godt om	Antal Synes godt om	Procentdel af Synes godt om
Din side	170 	61.82%
Nyheder	51 	18.55%
Sideforslag	34 	12.36%
Annoncer	14 	5.09%
Søgning	3 	1.09%
Andre	2 	0.73%
Gendannede Synes godt om fra genaktiverede konti	1 	0.36%

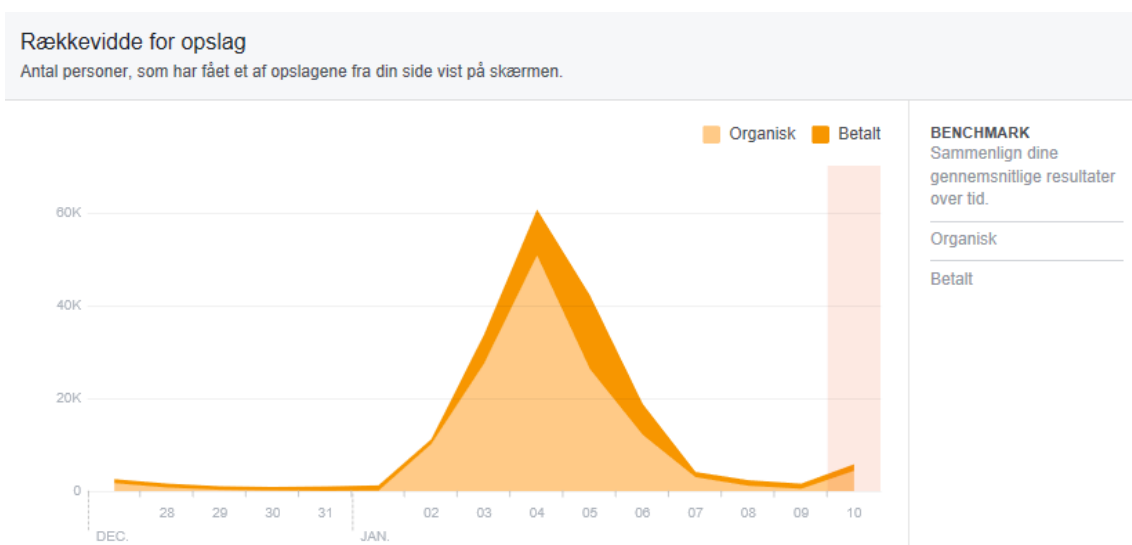
Tabellen ovenover gør det nemt at vurdere, hvor kommunens Facebookopslag har fået ”synes godt om” fra i procent. Tabellen viser perioden d. 4. januar 2017 til d. 6. januar, hvor kommunen fik 275 ”synes godt om”, hvorimod grafen ovenover fremviser perioden mellem d. 27. december 2016 til d. 10. januar. Her adskiller denne tabel sig fra den tabel, som jeg fik tilsendt af kommunen. Grunden til, at der kan forekomme forskelligheder i den indsamlede empiri, kan være forårsaget af, at jeg selv har haft adgang til at hente empirien på Køge Kommunes Facebookside, hvorimod Roskilde Kommune selv har indsamlet empirien fra deres Facebookside, og så videresendt det til mig.

Af det samlede antal ”synes godt om” mellem d. 4-6. januar, er 61,82 procent af dem på kommunens egen Facebookside, hvor 18,55 procent stammer fra borgernes egen nyhedsfeed, som er det første borgerne møder, når de logger ind på deres Facebookprofil. Dermed viser det, at kommunens egen Facebookside har haft en større aktivitet end den plejer. Borgere har selv gået ind for at opsøge information om stormfloden på kommunes Facebookside, og valgt at ”synes godt om” deres opslag. Dog fortæller tabellen ikke noget om, hvor mange der har besøgt Facebooksiden, men kun hvor mange ”synes godt om” den har fået i perioden under stormfloden.

Rækkevidde for opslag:

Den næste graf giver et billede af, hvor stor en rækkevidde Køge Kommune samlet set har haft med deres Facebookopslag. Her vises både den organiske (lys orange) og den betalte (mørk orange) rækkevidde for oplag i perioden fra d. 27. december 2016 til d. 10. januar 2017. Rækkevidden beskriver således, hvor mange Facebookbrugere, der ser de forskellige opslag. Igen er det nemt at vurdere, at stigningen starter allerede så småt d. 1. januar, og er på sit højeste d. 4. januar, og falder til det normale igen omkring d. 9. januar 2017. Det kan være en god idé at betale for ekstra rækkevidde, da det giver kommunen, den mulighed at geografisk segmentere deres rækkevidde, ud fra specifikke kriterier. Det giver dermed kommunen mulighed for at ramme en større del af kommunens indbyggere, også selvom de ikke er følgere af kommunens egen Facebookside. Det har Køge Kommune valgt at gøre, ved at præcisere deres opslag til Køge og omegn på de fleste af deres Facebookopslag (Bilag 6:28). I Køge Kommunes andet opslag, har kommunen valgt at betale for en rækkevidde, hvor målgruppen hedder "Danmark: Borup: Roskilde, Danmark Zealand" (Bilag 6:10).

Ud fra grafen har opslagene haft en organisk rækkevidde på omkring de 50.000 personer d. 4. januar 2017, hvor Køge Kommune valgte at betale for 10.000 ekstra borgere i sin rækkevidde. Køge Kommune har dermed taget valget om at benytte sig af den betalte rækkevidde. Jeg vælger ikke at tage udgangspunkt i, hvor mange penge Køge Kommune eller Roskilde Kommune har brugt for at sprede sin kommunikation ud til så mange som muligt. I denne analyse finder jeg det mere interessant at undersøge, hvorledes Facebookbrugere reagerer på den skrevne krisekommunikation, som kommunen udsender i forbindelse med stormfloden.



De syv opslag:

Ud fra oversigten af opslag, som er offentliggjort mellem d. 3-6. januar 2017 kan der skabes et overblik over, hvordan Køge Kommunes Facebookopslag har klaret sig. Perioden er valgt på baggrund af, at det kun er inde for denne, at kommunen har udarbejdet opslag, der behandler informationer om stormfloden.

Opslag, der er offentliggjort fra 3. januar 2017 til 6. januar 2017 x

Visninger: organiske/betalte Klik på opslag Reaktioner, kommentarer og delinger

Offentliggjort	Opslag	Type	Målretning	Rækkevidde ⁱ	Interaktion	Promover
06-01-2017 13:18	 SÅ ER PROPPERNE TRUKKET Den forhøjede vandstand i Køge Bugt er faldet til 0,45 m og			8,1K 	483 172 	Boost opslag
05-01-2017 16:48	 TAK FOR VAND-VITTIG GOD HJÆLP... ..til alle der sparede på vandet ...til alle som fyldte og			28,1K 	7,8K 804 	Vis promovring
04-01-2017 22:24	 4.1.17 KL. 22.25: VANDET TRÆKKER SIG. DET GØR ETK IKKE Målinger viser, at vandet er			37,9K 	2,6K 1,1K 	Vis promovring
04-01-2017 18:54	 4.1.2017 KL. 18.45: STATUS PÅ FORHØJET VANDSTAND Ifølge DMI har vandstigningen i			20,7K 	5,8K 278 	Vis promovring
04-01-2017 11:57	 4. JANUAR KL. 12: STATUS PÅ FORHØJET VANDSTAND DMI's seneste prognose viser, at			29K 	7,8K 540 	Boost opslag
03-01-2017 22:19	 STATUS PÅ FORHØJET VANDSTAND I DMI's seneste prognose er varslet om forhøjet vand			26,5K 	6,4K 399 	Vis promovring
03-01-2017 17:58	 PROGNOSE OM FORHØJET VANDSTAND DMI's prognoser viser, at vandstanden i Køge B			25,3K 	6K 497 	Boost opslag

Ud fra denne kan der ydermere skabes et overblik over aktiviteterne ved hvert enkelt opslag. Først og fremmest kan det ses, hvornår de forskellige opslag er offentliggjort. Køge Kommune udsendte syv opslag, som omhandlede information om stormfloden. Det leder videre til, at tabellen dernæst kan belyse om opslagene bestod af ren tekst, eller om der også er tilføjet billeder eller video. Det kan ses under fanen "Type", hvor fem af opslagene inkluderer billeder, hvor kun ét af opslagene har en video tilføjet. Rækkevidden er også mulig at bemærke, således hvilke opslag, der har klaret sig bedst, og hvilke opslag kommunen har valgt at promovere. Samlet set nåede disse fem opslag ud til 175.600 personer. Som nævnt i grafen ovenover, så beskriver det lysegule felt den organiske rækkevidde, hvor det mørkeorange felt er den betalte rækkevidde. Det leder videre til opslagernes aktivitet, såsom borgernes "synes godt om" og delinger. I alt har Køge Kommunes Facebookopslag opnået 36.883 "synes godt om" og 3.790 delinger på deres opslag.

Kapitel 5: Diskussion

5.1 I hvor høj grad lykkes kommunernes krisekommunikation under stormfloden, og hvor operationel er teorien i praksis?

I dette afsnit ønsker jeg at diskutere om kommunernes krisekommunikation kan anses for værende succesfuld ud fra det teoretiske perspektiv, som dette speciale bygger på. Her vil kommunernes ligheder og forskelligheder blive diskuteret for at vurdere hvilke faktorer, der spiller en rolle for, hvad der kan beskrives som værende god krisekommunikation.

Det vil lede videre til en diskussion, om hvorvidt Sturges' informationsstrategier er operationelle i arbejdet med en krise fra virkeligheden. For kan teori sættes direkte på virkeligheden? Det synes jeg er interessant, da jeg netop skriver dette speciale ud fra den deduktive tilgang. Diskussionen vil ske på baggrund af viden fra mine analyser samt den indsamlede empiri i form af interviews med kommunikationsmedarbejderne.

Som beskrevet tidligere er stormfloden, der rammer Roskilde Kommune anden juledag 2016 ikke den første af sin slags. Det giver således Roskilde Kommune en krisehistorik med adskillelige stormflode siden 2013, da Bodil ramte. Kommunikations- og pressechef Michael Dahl Nielsen beskriver selv episoden, og hvordan deres krisehistorik påvirker deres kommunikation under stormfloden;

"Man kan sige, der hvor Urd har været Køges "ground zero", så lå vores "ground zero", den lå med Bodil. Så det vil sige, at da Urd, kom havde vi en masse systemer klar, og havde allerede evalueret på, hvordan det gik første gang. Så det var rigtig træls at skulle bruge vores nætter og vores jul, og alt muligt andet på det her. Men sådan usikkerhedsmomentet i, hvordan vi kommunikerer, var ikke særlig stor. Fordi vi rent faktisk havde nogle erfaringer af, hvorhenne borgerne var, pressen var, politikerne var. Det er jo også en del af det her, så vi vidste hvad for nogle redskaber vi skulle rive i."
(Bilag 3, 00.02.13).

Ud fra citatets ræsonnement omhandlende krisehistorik, så kan det diskuteres hvorvidt Roskilde Kommune havde et forspring til at formidle god krisekommunikation i mødet med

stormfloden, grundet deres krisehistorik. Som Michael Dahl Nielsen selv nævner, så skete deres 'ground zero' allerede i 2013. Roskilde Kommune har været hele møllen igennem op til flere gange, før stormen Urd rammer og forårsager stormfloden i julen 2016. Som ordsproget henviser, så gør øvelse mester. Roskilde Kommune har nemlig haft mulighed for at øve sig i at krisekommunikere via digitale platforme adskillige gange før.

For Køge Kommune blev stormfloden, der ramte d. 4. januar til en 100 års hændelse. Her er der en klar forskel på henholdsvis Roskilde- og Køge Kommune. Roskilde Kommune har gennem tidligere kriser erfaret, at visse boligområder er geografiske udsatte, når det kommer til stigende vandstande. Det giver Roskilde Kommune et forspring, da de allerede ved, hvad de skal være opmærksomme på, når det kommer til det lunefulde vejr. Roskilde Kommune kende alle advarselssignalerne for oversvømmelser. Det giver Roskilde kommune et kommunikativt forspring, da de allerede kende til de udsatte områder. Derfor kan kommunen hurtigt reagere ved at informere de borgere, der bor udsat i kommunen. Rent geografisk ligger Køge Kommune ikke i et udsat område for potentielle stormflode, som kunne medvirke til, hvorfor Køge Kommune aldrig har oplevet en lignende stormflod, hvor krisekommunikation ud til borgerne er en vigtig del af krisehåndteringen. Køge Kommune har ikke det samme kendskab til geografiske udsatte områder i kommunen, som Roskilde Kommune har i deres. Køge Kommune har dermed ikke haft den samme mulighed for at kommunikere direkte ud til de borgere, som blev ramt hårdest af stormfloden.

Det leder videre til spørgsmålet om, hvilken kommune der udførte den bedste krisekommunikation ud fra et teoretisk perspektiv. Som nævnt tidligere har Sturges tre informationsstrategi, hvor han inddeler dem efter, hvor det er mest hensigtsmæssigt at anvende dem – før, under og efter krisen. Det skyldes, at det kan få fatale konsekvenser, hvis kommunerne gør brug af disse på de forkerte tidspunkter. Dog kan det være svært at påvise, hvorvidt krisekommunikationen er effektiv og efficient. Dog mener jeg, at det er interessant at diskutere, hvilken kommune, ud fra borgernes respons, der gør det bedst.

Som nævnt i teoriafsnittet så er det mest hensigtsmæssigt at benytte sig af den internaliserende informationsstrategi før og efter stormfloden. Derimod er den tilpassende- og instruerende informationsstrategi bedst at anvende under krisen (jf. afsnit 2.3). For at få skabt et overblik af kommunernes valg af informationsstrategier, vil disse blive vist nedenfor i en tabel, som er inddelt efter før, under og efter krisen:

Roskilde Kommune:

	Den tilpassende	Den instruerende	Den internaliserende
Før	5	2	3
Under	4		
Efter	3		

Køge Kommune:

	Den tilpassende	Den instruerende	Den internaliserende
Før	4	2	1
Under	2	1	3
Efter	4	4	2

Ud fra tabellerne kan det anskues, at Roskilde Kommune hverken gør brug af den instruerende informationsstrategi eller den internaliserende informationsstrategi under og efter stormfloden. Som nævnt tidligere anbefaler Sturges brugen af den internaliserende informationsstrategi før og efter. Roskilde Kommune vælger hverken at rose dem selv eller deres medarbejdere efter krisen er overstået, da vandet begyndte at falde, og det værste var overstået. Derimod benytter Roskilde Kommune sig af den internaliserende informationsstrategi før stormfloden ramte. Ydermere vælger Roskilde Kommune ikke at instruere sine borgere under stormfloden. Det kan diskuteres, hvilke overvejelser kommunen gjorde sig, siden de vælger ikke at instruere borgerne til, hvad de skal gøre, hvis de oplever oversvømmelser i deres hjem. Det kan skyldes den tidligere krisehistorik, som har forberedt Roskilde Kommunes borgere på netop en krise som stormfloden. I interviewet fortæller Michael Dahl og Lars Elmsted, at deres gode krisehåndtering og krisekommunikation under tidligere stormflode har skabt en forventning hos borgerne. Lars Elmsted udtaler sig således i interviewet;

"Dagen efter Bodil, stod borgmesteren op og sagde, at; Vi vil gøre alt hvad vi kan. Og vi er kede af at vi ikke kan hjælpe mere, og vi er kede af, at der er en lovgivning, der siger vi ikke må gå ind og hjælpe jer med at betale halvdelen. Vi vil gøre alt". Og det er jo

ligesom, både fordelene og ulemperne i hele forløbet siden, at det er der vi har stået, og det har skabt nogle forventninger.” (Bilag 3, 00.33.57).

Det kan både have skabt fordele og ulemper, som kan påvirke, hvordan borgerne responderer på kommunens krisekommunikation i fremtiden. Hvis kommunen ikke længere lever op til borgernes forventninger, kan det få negative konsekvenser for deres omdømme.

Kan det diskuteres om Roskilde Kommune lykkes med deres krisekommunikation, når nu de ikke følger Sturges' anvisninger, for en effektiv krisekommunikation? Resultateret det i, at Roskilde Kommunes krisekommunikation bliver anset for værende mangelfuld? I analysen, hvor jeg undersøger hvilke informationsstrategier kommunerne benytter sig af, og ligeledes hvordan borgerne responderer på disse, anvender Roskilde Kommune sig mest af den tilpassede informationsstrategi. Denne er med til at holde borgerne informerede gennem stormflodens forløb. Ud fra analysen vurderes det, at borgerne generelt har positive tilkendegivelser over for Roskilde Kommunes krisekommunikation.

Køge Kommunes krisekommunikation gør de brug af alle tre informationsstrategier i alle tre stadier af krisen – før, under og efter stormfloden. Kommunen anvender eksempelvis den internaliserende informationsstrategi hele tre gange, mens stormfloden er på sit højeste. Det går imod Sturges' anvisninger. Selvom dette er tilfældet, især med den internaliserende informationsstrategi, så modtager kommunen stor ros for deres arbejdsindsats. Når kommunen roser dem selv og deres samarbejdspartnere, bliver disse takket for deres store arbejdsindsats. Det kan dermed diskuteres, hvor gode Sturges' anvisninger er i mødet med en krise, da Køge Kommune ikke møder modstand fra borgerne, selvom de vælger at gøre brug af alle tre informationsstrategier gennem hele krisens forløb.

Begge kommuner modtager flere forskellige former for reaktioner på deres Facebookopslag. Borgerne vil hellere klikke på et ikon for at vise deres mening og tilstedeværelse end at skrive en kommentar til opslagene, for således at kunne fortælle deres reelle holdning og mening om kommunernes handlinger og kommunikation. Ud fra den kvantitative data har Roskilde Kommune modtaget 21.168 "synes godt om" og 1.782 delinger på deres 9 Facebookopslag. Køge Kommune modtog derimod 36.883 "synes godt om" og 3.790 delinger på deres Facebookopslag. Selvom Roskilde Kommune har et kommunikativt forspring grundet tidligere erfaring med stormflode, så modtager Køge Kommune flere positive tilkendegivelser. Der er

dermed flere borgere i Køge Kommune, som gerne vil give deres reaktioner, end borgerne i Roskilde Kommunes.

Kan borgernes reaktioner anskues gyldige som holdninger til kommunernes krisekommunikation? Jeg kan ikke vide, hvilke bagvedliggende grunde, der får borgerne til at give reaktioner gennem emojis og "synes godt om". Mange af kommunernes opslag modtager også emojis, som er vrede eller emojis, der græder. For hvad er det egentlig borgerne giver reaktioner på? Disse reaktioner kan også være på baggrund af, at borgerne er påvirket af selve stormfloden som krise, og ikke nødvendigvis hvordan kommunerne kommunikerer. Hvis det er krisekommunikationen, der bliver bedømt ud fra reaktionerne, så er der mange borgerne, der "synes godt om" kommunernes kommunikative evner. Men så bliver borgerne også kede af at sidde og læse deres kommunikation, hvor nogen borgere simpelthen bliver vrede. Det kan også være opslagernes indhold, nemlig informationerne om stormfloden og håndteringen af krisen, som får borgerne til at reagere på Facebookopslagene. Borgerne kan også reagere med vred-emojis og græde-emojis, fordi de er vrede og kede af at stå over for en stormflod. Selvom der kan være adskillelige grunde til, hvorfor borgerne reagere som de gør, så er resultatet det samme. Borgerne er positive over begge kommunes krisekommunikation og håndtering via de digitale platforme. Men er det ikke to sider af samme mønt? Måden hvorpå kommunerne vælger at kommunikere på, og det de vælger at kommunikere om er begge en del af krisekommunikationen, som bliver modtaget positivt af borgerne. Det er ikke sikkert at kommunerne havde fået de samme positive tilkendegivelser, hvis kommunerne brugte et nedladende sprog over for borgerne, eller hvis borgerne førte sig vildledt af kommunernes informationer.

Kan det ydermere diskuteres om, hvorvidt krisehistorik har betydning for, hvilken kommune der gjorde det bedst? Grundet sin krisehistorik har Roskilde Kommune den fordel, at de vidste, hvad de skulle gøre, så snart de fik advarselssignalerne for stormfloden. De kender arbejdsgangen, når en krisestab bliver etableret. Det giver Roskilde Kommune erfaring, som Køge Kommune ikke havde på daværende tidspunkt. Som Louise Simoni Larsen og Mathias Kure kommer ind på i interviewet, så var der en del usikkerhed om, hvordan kommunikationsteamet skulle håndtere krisen og hvilke kanaler, der skulle sættes i brug. Her udtaler Louise Simoni Larsen sig i interviewet;

"Altså det der med at man går i sådan et "mode" med at hvordan informere vi bedst? Og hvor meget skal vi informere? Jeg kan også huske at der var noget med nogle kort og sådan noget, kan du huske det var noget med om de skulle lægges ud eller ikke skulle. Men så senere kom så spørgsmålet om hvor meget skulle vi sige og hvor skulle vi kommunikere?" (Bilag 3, 00.05.18).

Grundet Køge Kommunes mangel på erfaring inden for krisekommunikation under en stormflod, er der mange spørgsmål, som kommunen på daværende tidspunkt ikke havde viden inden for. Derfor var det også vigtigt for kommunikationsteamet at vise borgerne, at kommunen er handlekraftig, selvom de ikke altid vidste, hvad det skulle gøre. Det kommer Mathias Kure ind på i interviewet;

"For en ting er jo hvad der bliver snakket om inde i det her kriserum eller hvad man skal kalde det. Om forskellige mulige scenarier som vi godt kunne tænke os at sætte i værk, men som vi på daværende tidspunkt ikke ved kommer til at ske. Får vi en pumpe? Vil det være muligt at hente sandsække, osv.? Og det jeg tror vi var opmærksomme på i vores altså fra kommunikations side af det var vigtigheden af at vise at kommunen handler, så ligesom at fremstå handlekraftig, og det kræver jo at man gør ting. Og vi havde jo en naturlig interesse i at fortælle om de ting vi gjorde og samtidig var vi selvfølgelig ikke interesseret i at komme til at sige noget der så viste sig at være forkert, så jeg tror jeg blev opmærksom på tidspunktet, at den der balance mellem at det kan godt være at lige nu virker det attraktivt at sige det her, men det kan komme til at give et bagslag, så må vi lige holde lidt tilbage i forhold til pressehåndteringen." (Bilag 3, 00.05.48).

Mathias Kure forklarer dermed, at grunden til at de vælger at fortælle om deres gode arbejde og dermed bruge den internaliserende informationsstrategi, skyldes ønsket om at fremstå som en dygtig og proaktiv kommune, som gør alt, hvad de kan for borgerne. Dog er det ikke muligt at konkludere endegyldigt om, hvorvidt kommunerne lykkes med deres krisekommunikation, grundet mit videnskabsteoretiske perspektiv, socialkonstruktivisme.

Det leder således videre til spørgsmålet; afspejler Sturges' informationsstrategier sig på virkeligheden? Til en vis grænse bør den gøre det, da denne teori er skabt af en pragmatiker. Men da teorien kom frem, var krisekommunikation også anderledes. Det beskriver Lars

Elmsted også i interviewet, hvor han påpeger, at krisekommunikation engang bestod af at fortælle borgerne at de skulle tjekke om deres transistorradio havde batterier (Bilag 3, 00.05.41). Da Sturges udgav sit værk *Communicating Through Crisis: A Strategy for Organizational Survival* i 1994 var tiden en anden. Det kan også skyldes udviklingen inden for brugen af de sociale medier inden for krisekommunikation. Mediet kræver en anden type kommunikation end den som forventes af en pressemeddelelse. Virkeligheden er en anden på web 2.0. Borgerne ønsker informationerne løbende og hurtigere end før. Det skal også være nemmere for borgerne at skaffe de nødvendige informationer, de ønsker her og nu. Det vidner borgernes Facebookvaner også på, da de aktivt går ind og vælger at "synes godt om" kommunernes Facebooksider. Det giver dem nemlig en nem adgang til de nyeste opdateringer under en stormflod. Flere af borgerne stillede kommunerne spørgsmål, de selv kunne have fundet på anden vis. Men i stedet for at lede efter det selv eller læse andre borgers kommentarer, som kunne have stillet det samme spørgsmål, så vælger de at stille kommunen et spørgsmål, hvor de hurtigst muligt ønsker svar. Det var især tilfældet på Køge Kommunes Facebookside, hvor kommunen måtte besvare det samme spørgsmål flere gange. Det var spørgsmålet omhandlende kortet over risikozoner. Selvom Sturges' teori ikke afspejler den virkelighed, som kommunerne står over for i mødet med en krise i dagens medielandskab, så kan Sturges stadig anses for værende relevant. Derfor kan det diskuteres om, hvorvidt Sturges' teori stadig er anvendelig i mødet med en krise. Det mener jeg stadig han er, da hans teori kan være en rettesnor for andre kommuner og andre organisationer, som står over for en lignende krise. Teorien er med til at fremhæve, hvilke aspekter, der er vigtige inden for krisekommunikation. Det skal anskues ud fra, hvilke informationer, der er vigtige at opdatere borgerne med.

Kapitel 6: Konklusion

Det ændrede medielandskab har skabt nogle andre forventninger til, hvordan en kommune skal kommunikere under en krise. Det har medvirket til at kommunerne skal leve op til de nye krav som bliver stillet til dem. Det er krav som, at borgerne ønsker deres informationer nem tilgængelig og hurtigt.

Som specialets analytiske fund viser, tilhører stormfloden den tekniske/økonomiske krisefamilie. Det er især italesættelserne, der er med til at konstruere opfattelsen af stormfloden. Dette sker på baggrund af kommunernes egne opfattelser af krisens trusselniveau, som er med til at forme kommunernes krisekommunikation.

De digitale platforme har fået en større betydning i udarbejdelsen af krisekommunikation, hvor det især er det sociale medie, Facebook, som har fået en stor rolle.

Det er blevet nemt for borgere at følge med i kommunernes arbejdet under stormfloden. De digitale platforme giver mange muligheder for at kommunikere direkte ud til borgerne. Det giver kommunerne mulighed for at ramme borgerne med krisekommunikation, der hvor borgerne befinder sig. Roskilde Kommune valgte at anvende tre forskellige medier, som giver kommunen mulighed for at ramme så mange borgere som muligt, nemlig Twitter, Facebook og sms-service. Køge Kommune har derimod valgt kun at formidle krisekommunikation ud til deres borgere gennem deres egen Facebookside og hjemmeside.

Ud fra analyserne kan det konkluderes, at kommunernes italesættelser af krisen, er med til at konstruere krisesituationen. Både Roskilde Kommune og Køge Kommune gør brug af både Hilgartners definition af emplace og displace. Her er ligheden, at begge kommuner anvender displace mere end emplace. Så fjerner kommunerne hermed risikoen fra objektet, stormfloden.

Det kan konkluderes, at kommunerne gør brug af Sturges' informationsstrategier, dog er der forskelle i deres brug af disse. Roskilde kommune anvender alle tre informationsstrategier, men det er den tilpassende informationsstrategi, som er den mest anvendte. Køge Kommune derimod gør brug af alle tre informationsstrategier, både før under og efter stormfloden. Hermed følger kommuner ikke Sturges' anvisninger for en efficient krisekommunikation. Selvom Sturges' teori er fra en anden tid, hvor forventninger til krisekommunikation var en anden, kan han stadig anvendes i praksis til en vis grad. Ud fra analysen kan det ydermere

konkluderes, at begge kommuner lykkes med deres krisekommunikation via de digitale platforme. Ud fra tidligere erfaringer burde Roskilde Kommune have et forspring i brugen af de digitale platforme. Dog er Køge Kommunes anvendelse af de digitale medier, blevet modtaget flere positive tilkendegivelser fra borgerne end Roskilde Kommunes krisekommunikation.

Litteraturliste

Videnskabelige artikler og rapporter:

AudienceProject (2017): Insights 2017: Apps & Social Media Usage in the US, UK & Nordics.

Eriksson, Mats & Eva-Karin Olsson (2016): Facebook and Twitter in Crisis Communication: A Comparative Study of Crisis Communication Professionals and Citizens, Vol. 24 Nr. 4, John Wiley & Sons Ltd.

Houston, J. Brian, Joshua Hawthorne, Mildred F. Perreault, Eun Hae Park, Marlo Goldstein Hode, Michael R. Halliwell, Sarah E. Turner McGowen, Rachel Davis, Shivani Vaid, Jonathan A. McElderry & Stanford A. Griffith (2014): Social media and disasters: a functional framework for social media use in disaster planning, response, and research, I The Author(s). Disasters, Overseas Development Institute 1-22 DOI:10.1111/disa.12092.

Jin, Yan, Brooke Fisher Lui & Lucinda L. Austin (2014): Examining the Role of Social Media in Effective Crisis Management: The Effects of Crisis Origin, Information Form, and Source on Publics' Crisis Responses, I Communication Research 2014, Vol. 41 (1) 74-94 DOI: 10.1177/0093650211423918. SAGE.

Sturges, David L. (1994): Communicating through Crisis: A Strategy for Organizational Survival, I Management Communication Quarterly 1994 7:297 DOI: 10.1177/0893318994007003004. SAGE.

Bøger:

Brinkmann, Svend (2010): Etik i en kvalitativ verden. Kapitel 20 I Brinkmann, Svend & Lene Tanggaard (2010): Kvalitative metoder – En grundbog. Hans Reitzels Forlag, 1. udgave, 5. oplag.

Ejrnæs, Anders (2016): Sekundære data i komparative og tidsserieundersøgelser. Kapitel 13 I Kristensen, Catharina Juul & Hussain, M. Azher (2016): Metoder i samfundsvidenskaberne. Samfundslitteratur, 1. udgave.

Frandsen, Finn & Winni Johansen (2017): What is a crisis? Definitions and typologies. Kapitel 2 I Organizational Crisis Communication: A Multivocal Approach, London, SAGE.

Frandsen, Finn & Winni Johansen (2017): Consumers and Citizens: Emotions and Social Media. Kapitel 9 I Organizational Crisis Communication: A Multivocal Approach. London, SAGE.

Glavind, Johanne Grøndahl (2016): Kvalitativ indholdsanalyse. Kapitel 4 I Gode spørgsmål, rigtige svar – Grundbog i samfundsfaglig metode. Gyldendal, 1. udgave, 1. oplag.

Hilgartner, Stephen (1992): The Social Construction of Risk Objects: Or, How to Pry Open Networks of Risk. Kapitel 3 I Short, James F. og Lee Clarke (1992): Organizations, Uncertainties, and Risk. Westview.

Jensen, Mads Dagnis & Jon Kvist (2016): Hvordan laver man en stærk analysestrategi? Kapitel 3 I Kristensen, Catharina Juul & Hussain, M. Azher (2016): Metoder i samfundsvidenskaberne. Samfundslitteratur, 1. udgave.

Johansen, Winni & Finn Frandsen (2015): Krisekommunikation – Når virksomhedens image og omdømme er truet. Samfundslitteratur, 1. udgave, 6. oplag.

Jæger, Birgit (2016): Mixed Methods. Kapitel 19 I Kristensen, Catharina Juul & Hussain, M. Azher (2016): Metoder i samfundsvidenskaberne. Samfundslitteratur, 1. udgave.

Lynggaard, Kennet (2019): Dokumentanalyse. Kapitel 6 I Brinkmann, Svend & Lene Tanggaard (2010): Kvalitative metoder – En grundbog. Hans Reitzels Forlag, 1. udgave, 5. oplag.

Pedersen, Kirsten Bransholm (2012): Socialkonstruktivisme. Kapitel 6 I Juul, Søren & Kirsten Bransholm Pedersen (2012): Samfundsvidenskabernes videnskabsteori – En indføring. Hans Reitzels Forlag, 1. udgave, 2. oplag.

Poulsen, Birgitte (2016): Semistrukturerede interviews. Kapitel 5 I Kristensen, Catharina Juul & Hussain, M. Azher (2016): Metoder i samfundsvidenskaberne. Samfundslitteratur, 1. udgave.

Artikler:

Brandt, Anders (2016): Forhøjet vandstand: Her kan stormen 'Urd' give oversvømmelser. TV 2 d. 26. december 2016, kl. 09.45. Set d. 14. februar 2018.

<http://vejrtv2.dk/2016-12-26-forhoejet-vandstand-her-kan-stormen-urd-give-oversvoemmelse>

Høgsholt, Danny (2017): Vandstanden slår flere rekorder: Stormfloden er alvorlig. TV 2 d. 4. januar 2017, kl. 17.30. Opdateret d. 4. januar 2017, kl. 19.04.

<http://vejrtv2.dk/2017-01-04-vandstanden-slaar-flere-rekorder-stormfloden-er-alvorlig>

Høgsholt, Danny & Sebastian Pelt (2017): 100 års stormflod på vej: Derfor stiger vandet til usædvanlige højder. TV 2 Vejret d. 4. januar 2017, kl. 12.47. Set d. 14. februar.

<http://vejrtv2.dk/2017-01-04-100-aars-stormflod-paa-vej-derfor-stiger-vandet-til-usaedvanlige-hoejder>

Pelt, Sebastian (2016): Bag om 'Urd': Så usædvanlig var stormfloden. TV 2 Vejret d. 29. december 2016, kl. 17.14. Set d. 14. februar 2018.

<http://vejrtv2.dk/2016-12-29-bag-om-urd-saa-usaedvanlig-var-stormfloden>

Bilagsoversigt

Bilag 1: Kommunikationssituation og Formidlingsartikel

Bilag 2: Interviewguide

Bilag 3: Roskilde Kommune Interview

Bilag 4: Køge Kommune Interview

Bilag 5: Roskilde Kommune – empiri fra digitale platforme

Bilag 6: Køge Kommune – empiri fra digitale platforme

Bilag 1: Kommunikationssituation og Formidlingsartikel.

Formidlingsartiklens anslag: 5.196

Kommunikationssituation:

Redegørelsen af kommunikationssituation omkring formidlingsartiklen er opbygget efter Ciceros pentagram, da denne kan beskrives som værende en af de mest betydningsfulde bidrag til massekommunikation. Denne model giver mig mulighed for at afdække vigtige aspekter af formidlingsartiklen – afsender, emne, modtager, medie og sprog (Gulbrandsen & Just, 2016:96).

Afsender:

Jeg er afsenderen på formidlingsartiklen. Dette har jeg valgt, da indholdet vil være baseret på specialets analyse af Roskilde Kommune og Køge Kommunes krisekommunikation ved stormfloden. Jeg kunne have valgt at inddrage de to kommuner som afsendere, men da samarbejdet har været begrænset, har jeg fravalgt dette.

Emne:

I formidlingsartiklen er emnet krisekommunikation via digitale platforme. Budskabet er, at ændringen i medielandskabet har skabt nye krav og forventninger til kommuners udarbejdelse af krisekommunikation. Det skyldes at de digitale platforme og sociale medier stiller nogle nye krav til den udsendte krisekommunikation. Borgerne ønsker og forventer at få informationer hurtigt og løbende, hvori borgerne aldrig er offline.

Medie:

Det udvalgte medie er hjemmesiden DenOffentlige.dk. Dette er et uafhængigt og samskabt nyhedsmedie, som har fokus på emner som Politik, Ledelse, Velfærd, Social, infrastruktur og Bæredygtighed. Gennem dette medie er det muligt at opnå ny viden indenfor innovation og udvikling i den offentlige sektor.

Modtager:

Da mit valgte medie er DenOffentlige.dk vil modtagerne være den offentligsektor. Der kan argumenteres for, at formidlingsartiklen vil være mest relevant for de danske kommuner, da den kan give indblik i, hvordan de skal forberede sig kommunikativt på fremtidige

naturfænomener, som kan udvikle sig til kriser. Men der kan samtidig også argumenteres for, at artiklens budskab kan være relevant for andre offentlige organisationer.

Sprog:

Da mediet bruges til vidensformidling, kan jeg tillade mig at bruge nogle af de fagudtryk, jeg anvender i specialet. For at skabe et læsevenligt udtryk, deler jeg artiklen op efter overskrifter.

Nyt medielandskab har en indvirkning på, hvordan kommuner skal krisekommunikere i fremtiden

Digitaliseringen har skabt nye krav til, hvordan kommuner skal kommunikere ud til borgerne under en krisesituation. Det viser resultaterne af en ny undersøgelse, som har undersøgt Roskilde Kommune og Køge Kommunes møde med stormfloden 2016/2017.

Af Charlotte Amalie Kühle Nielsen, studerende ved Roskilde Universitet.

Krisekommunikation i praksis

Når en kommune er ude for et naturfænomen, som udgør en trussel for deres borgere, er det vigtigt at krisekommunikere korrekt. Før i tiden bestod krisekommunikationen i at instruere deres borgere til at have batterier i deres transistorradio. Men der er sket en ændring i medielandskabet, hvor denne type for krisekommunikation ikke længere er tilstrækkelig. Med digitaliseringen ønsker borgerne at have nem og hurtig adgang til informationer om den pågældende krise.

Det er vigtigt at en kommune informerer dens borgere før, under og efter krisen. Kommunikationsindholdet skal byde på løbende opdateringer i krisens forløb, hvor det også er nyttigt at instruere borgerne i, hvordan de bedst kommer igennem krisen. Borgerne giver endvidere positive tilkendegivelser når en kommune fortæller om deres egen arbejdsindsats.

Roskilde Kommune og Køge Kommune

Undersøgelsen bygger på et komparativt casestudie af Roskilde Kommune og Køge Kommune, som oplevede en stormflod i kølvandet af/på stormen Urd. Gennem samarbejdet var det muligt at få indblik i deres arbejdsgang og tanker omhandlende stormfloden. For Køge Kommune havde stormfloden stor betydning, da det for dem blev til en 100 års hændelse. Derimod er Roskilde Kommune, det man vil kalde sagkyndig inden for krisekommunikation over de digitale platforme. Det er nemlig ikke første gang, Roskilde Kommune har skulle jonglere flere forskellige platforme for at informere deres borgere bedst muligt igennem en krisesituation lignende til stormfloden. Køge Kommunes "ground zero" blev ved stormfloden, der ramte d. 4. januar 2017. Herimod faldt Roskilde Kommunes "ground zero" sted i 2013 ved stormfloden efter stormen Bodil. Men taler erfaringen altid for sig selv? Begge kommuners krisekommunikation blev i undersøgelsen sat under lup. Måden hvorpå kommunerne valgte at kommunikere ud til deres borgere under denne krise via de digitale platforme har givet et indblik i, hvordan krisekommunikation kan udformes og formidles videre til borgerne. Det er et nyt medielandskab, som en kommune skal tage ved lære af inden, de risikerer at stå ansigt til ansigt med en krise.

” De sociale medier er mere troværdige end de traditionelle under en krise

Undersøgelsens resultater

Resultaterne af undersøgelsen fremviser således, at det er vigtigt at krisekommunikere der, hvor borgerne befinder sig. Den kvantitative data viser, at borgernes Facebookvaner ændrer sig i takt med at trusselsniveauet stiger. Roskilde Kommunes Facebookside havde en procentstigning på 3,38 flere følgere i takt med stormflodens udvikling, hvor Køge Kommune opnåede en procentstigning på 5,57. Det vidner om, hvor vigtigt det er for en kommune at benytte sig af Facebook under en krisesituation. Det giver kommunikationsteamet nye krav til, hvordan de udformer krisekommunikationen, da der kan argumenteres for, at de sociale medier giver borgerne forventninger om, at kommunen er mere tilgængelig. Selv hvis kommunen går hjem, så står borgerne stadig tilbage, påvirket af krisen.

De sociale medier

Mediet, Facebook, giver også kommunen muligheden for at ramme på et makroniveau, således flest mulige borgere bliver informeret undervejs i krisens forløb. Ved brugen af Facebook er det nemlig muligt at specificere sin målgruppe ved hjælp af boosting af opslag. Derfor er det vigtigt at overveje ens kommunikation via de sociale medier. Endvidere bliver disse medier anset for værende mere troværdige end de traditionelle medier. En kommune som står over for en krise kan ydermere benytte sig af de sociale medier for at opnå emotionel støtte hos deres borgere. Hvis kommunen kommunikerer effektivt, så skal en kommune informere borgerne om kommunes arbejde. Undersøgelsen viser nemlig positive tilkendegivelser, fra borgerne side. Det kan skabe et billede af en kommune i kontrol, som står til rådighed for deres borgere. Brugen af mediet, Facebook, har også en bagside. Hvis borgerne ikke opnår en følelse af, at kommunens krisekommunikation er fyldestgørende nok, kan det lede til en ny krise. Hvis ikke kommunens kommunikationsteam er opmærksom på dette, kan det skade kommunens omdømme og lede til mistillid blandt borgerne. Dette kan lede til en reel shitstorm.

Overvejelser til fremtiden

Hvis en kommunes krisekommunikation skal lykkes er det vigtigt, at kommunen først og fremmest overvejer deres egne ressourcer. Det skyldes, at de forskellige digitale platforme har hver deres anvendelighed og kræver hermed hver deres kommunikative indhold. Det sociale medie, Facebook er relevant at anvende, hvis krisekommunikationen skal ud til kommunens borgere, hvorimod Twitter har en anden målgruppe. Twitter kan bruges til at informere journalister, nyhedsmedier og meningsdannere. Det er ikke den almindelige borger, som

befinder sig her. Det giver automatisk andre krav til de kommunikative indhold. Så spørgsmålet er, er din kommune rustet nok til at håndtere en krise via de digitale platforme?