

Diskursiv kommunikation af borgere i hjemløshed

SPECIALE I KOMMUNIKATION E2022

Ida Hammer Kjær

STUDIENR: 59953 | VEJLEDER: SANNE KNUDSEN

ANSLAG: 169.576

Indholdsfortegnelse

Abstract	3
1.0 Indledning	4
1.1 Problemformulering	6
2.0 Afgrænsning	7
2.1 Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm.....	7
2.1.1 Metode til for-interview med Jakob Lyduch.....	8
2.1.2 Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholms kommunikationssituation	10
2.2 Mediernes betydning for kommunikationen.....	11
2.3 Socialkonstruktivisme	13
3.0 Narrativt Review	15
3.1 At kommunikere som en hjælpeorganisation	16
3.2 Omdømme i en hjælpeorganisation.....	18
3.3 Hvorfor donere mennesker til hjælpeorganisationer?	20
3.4 Forudgående diskursforskning omhandlende borgere i hjemløshed.....	22
3.5 Stigmatisering	24
3.6 Problemets kerne.....	26
4.0 Metode	28
4.1 Undersøgellesdesign	30
4.2 Empirikonstruktion.....	33
5.0 Analyse	36
5.1 De landsdækkende nyhedsmedier	36
5.1.1 Ren eller uren	36
5.1.2 Trussel eller offer	39
5.1.3 Værdig eller uværdig	42
5.2 Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm.....	45

5.2.1 Ren eller uren	45
5.2.2 Offer eller trussel.....	47
5.2.3 Værdig eller uværdig	49
5.3 Delkonklusion	51
6.0 Diskussion	53
6.1 Idéen om værdighed.....	53
6.2 Stigmatiseringen i diskurserne.....	55
6.3 Medialiseringens begrænsning.....	57
6.4 Indlejrede diskurser i kommunikationen	58
7.0 Konklusion	60
7.1 De diskurser som dannes og deres kommunikative indflydelse	60
Litteraturliste	63
Artikler	65
Når fortalervirksomheden taler ind i en indlejret mediediskurs	69
Argumentation	71
Formål	71
Målgruppe.....	71
Virkemidler.....	72
Layout.....	72
Litteraturliste	73

Abstract

In today's world there are many different kinds of non-governmental organizations (NGOs). A lot of these may have similar purposes. Because of this, it is important that the NGOs are aware of how they communicate to their stakeholders. When we communicate, we should be aware of the discourses in our vocabulary and in our worldview, so that we as communicators do not adopt them as our own.

In this thesis I examine how a NGO called Kirkens Korshær Storkøbenhavn and Bornholm, communicate their work with people living in homelessness. I will examine which kind of discourses are created by them and the national media, about people living in homelessness. Furthermore, I will examine how the discourses are affecting the communication of Kirkens Korshær Storkøbenhavn and Bornholm. To do this, I will make a discourse analysis, inspired by Ernesto Laclau and Chantal Mouffe.

I will look at two nodal points: homeless and homelessness. To analyze the discourses I will also involve the terms, chains of equivalences and group formations. Both inspired by Laclau and Mouffe. I will also include the terms opposition and existential and logical presuppositions inspired by Lesley Jeffries.

In my analysis I have found three general discourses: a health discourse, a victim discourse and a discourse of worthiness. I will conclude that there are many different factors that can have an influence on an NGO's communication besides the power of the discourses. The NGO absorbs the discourse of the media and adapts it as their own. They communicate in a different way, than what they describes as their vision. It is important for an NGO to communicate in a way that have a positive effect on the purpose they are trying to help and possibly get donations for. Therefore, as a communicator for an NGO, you have to be aware and critical of the discourses that are embedded in our social world, so that you may in turn create another discourse.

1.0 Indledning

Hvert andet år foretager VIVE - Det Nationale Forsknings- og Analysecenter for Velfærd, en kortlægning af borgere i hjemløshed i Danmark. Undersøgelsen foretages i samarbejde med Danmarks statistik og Social- og Ældreministeriet (Benjaminsen, 2022: 3). I "Hjemløshed i Danmark 2022 - National kortlægning" af Lars Benjaminsen kan der i 2022 ses et fald af borgere i hjemløshed. Tallet er i uge 6, 2022 på 5.789 borgere i hjemløshed (Benjaminsen, 2022: 9). Derudover kan det ses i Figur 2 (Benjaminsen, 2022: 10), at ud af de 5.789 borgere i hjemløshed har 2.619 af dem hjemkommune i København og omegn (Benjaminsen, 2022: 10). Det er dermed en stor procentdel af borgerne i hjemløshed, som befinder sig i København og omegn. Da størstedelen af borgerne i hjemløshed befinder sig i København og omegn, tænker jeg, at det er relevant at undersøge, hvordan der blandt andet bliver kommunikeret om de mange borgere i hjemløshed i området. Udover kortlægningen, har Benjaminsen også beskrevet en definition, på borgere i hjemløshed. Definitionen er den, som er blevet benyttet i alle otte kortlægninger, som har været foretaget af VIVE (Benjaminsen, 2022: 106).

Som hjemløse regnes personer, som ikke disponerer over egen (ejet eller lejet) bolig eller værelse, men som er henvist til midlertidige boalternativer, eller som bor midlertidigt og uden kontrakt hos familie, venner eller bekendte. Som hjemløse regnes også personer uden et opholdssted den kommende nat. (Benjaminsen, 2022: 106)

Definitionen er en bred definition, der ikke udelukkende beror på det, som oftest defineres som gadesovere, et term som Benjaminsen selv bruger flere gange i rapporten (Benjaminsen, 2022: 9), selvom disse også indgår i definitionen (Benjaminsen, 2022: 107). Udover den faldende hjemløshed, som er en positiv udvikling, synes jeg også, det er spændende at se på, hvem der reelt arbejder med borgerne i hjemløshed. I indledningen til rapporten italesættes det, hvordan at både sociale tilbud og lokale myndigheder har været med til at deltage i kortlægningen (Benjaminsen, 2022: 13). Dette fører videre til en undren omkring de frivillige organisationer, som gør en indsats for borgere i hjemløshed i Danmark.

I 2006 har Socialforskningsinstituttet foretaget "(...)den danske Frivillighedsundersøgelse, der har til formål, at kortlægge og analysere den frivillige nonprofitsektors omfang og betydning i Danmark." (Boje & Ibsen, 2006: 7). Her er det beskrevet, hvordan der efter 1975 var en stor vækst i

den frivillige sektor, hvilket resulterede i, at der opstod mange nye frivillige organisationer i Danmark i den tid. I 2006 estimeres det, at der er omkring 101.000 frivillige organisationer i Danmark. Dette tal indebærer både lokale-, regionale-, selvejende-, landsdækkende organisationer m.fl. (Boje & Ibsen, 2006: 11). Disse mange frivillige organisationer må påvirke en eventuel konkurrence på forskellige områder, hvis der f.eks. er mange frivillige organisationer, der arbejder med det samme eller for samme sag.

Det store antal af frivillige organisationer kan, ifølge Stacy Landreth Grau, belyse, hvorfor der efterhånden er en del konkurrence involveret med frivillige organisationer. Grau argumenterer for, at konkurrencen bidrager til, at man som organisation skal begynde at overveje ens kommunikative strategi og gøre den mere markedsorienteret (Grau, 2021: 7). I Graus artikel tager hun udgangspunkt i Non-governmental Organisations. Jeg vil i specialet, dog benytte termen hjælpeorganisation, da det er den betegnelse, som Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm selv benytter på deres hjemmeside (Kirkens Korshær, Om os). Det mere markedsorienterede fokus er nødvendigt, mener Grau, da de fleste frivillige organisationer langt hen ad vejen er baseret på donationer og frivillighed. Det er derfor også essentielt for de frivillige organisationer, at de kan få den rette økonomiske støtte, så de kontinuerligt kan hjælpe som ønsket (Grau, 2021: 17). Derudover er de frivillige organisationer oftest påvirket af, at de ikke har et decideret produkt, de sælger videre til kunden, hvilket igen kan gøre det svært at ”promovere” dem (Grau, 2021: 7). Netop derfor er det vigtigt, at organisationerne er kreative og velovervejede i deres kommunikation, både så de kan ”sælge” det at støtte op og den givne sag.

Der er flere, der støtter op omkring idéen om, at de frivillige organisationer skal være mere kreative i deres kommunikationsform, grundet at dem der donerer ikke får noget synligt igen (Saeri et al, 2022). I artiklen ”What Works to Increase Charitable Donations? A Meta-Review with Meta-Meta-Analysis” af Saeri et al. kommer de med flere bud på, hvordan at hjælpeorganisationer kan arbejde med kommunikationen, så hjælpeorganisationerne får mere støtte. Denne idé omkring at hjælpeorganisationer skal være mere konkurrencedygtige på deres kommunikative område, fik mig til at tænke over, hvordan man kan udvikle sin kommunikation, og værne om sin kommunikation, men uden at negligere den sag man som hjælpeorganisation kæmper for. Jævnfør Saeri et al. og Grau, bevæger man sig som hjælpeorganisation i et konkurrencepræget felt, der gør, at man skal have en attraktiv kommunikativ profil, men hvordan gør en hjælpeorganisation dette, hvis sagen drukner i mængden? Oplever man dette benspænd som hjælpeorganisation, er det nødvendigt at

kommunikere sagen på en bestemt måde, men hvilken måde er det, der skal kommunikeres på og hvad er styrende for kommunikationen?

1.1 Problemformulering

For at kunne svare på ovenstående spørgsmål vil jeg, i nærværende speciale, undersøge diskurserne i hjælpeorganisationen Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm og i de landsdækkende nyhedsmedier. Undersøgelsen tager udgangspunkt i, hvordan en hjælpeorganisation som Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, arbejder med deres eksterne kommunikation, rettet mod deres stakeholderes, omhandlende borgere i hjemløshed. Dette har jeg valgt, fordi de er tætte på borgere i hjemløshed og arbejder med dem til daglig (Kirkens Korshær, Om os). Yderligere fordi både Grau og Saeri et al. beskriver, hvordan der er bestemte faktorer, der påvirker kommunikationen i en frivillig organisation og hvordan man skal være opmærksom på dette, når man kommunikerer. Jeg har en hypotese omkring, at Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm danner andre diskurser end f.eks. de landsdækkende nyhedsmedier, da de har en anden indgangsvinkel til borgere i hjemløshed end de fleste journalister. Grundet denne hypotese, er det også relevant at inddrage de landsdækkende nyhedsmedier, da jeg finder det væsentligt at se, hvilke diskurser de danner. På den måde kan jeg se, hvilke diskurser medierne danner og hvilke Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm danner og se om diskurserne blot regenereres, eller der skabes moddiskurser. Alt dette leder hen til min problemformulering, som er følgende:

Hvilke diskurser danner henholdsvis de landsdækkende nyhedsmedier og Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, i medierne, om borgere i hjemløshed? Og hvordan kan disse diskurser have en indflydelse på Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholms kommunikation?

For at svare på problemformuleringen vil jeg i specialet foretage en diskursanalyse, af artikler fra henholdsvis Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm og de landsdækkende nyhedsmedier. Efterfølgende vil jeg foretage en diskussion af resultaterne fra analysen og inddrage teorien, for at komme frem til anden del af problemformuleringen. I næste afsnit vil jeg tydeliggøre den ramme, som specialet er skrevet indenfor, først ved at lave en afgrænsning og derefter et narrativt litteratur review, hvor al teorien, som benyttes i specialet diskuteres.

2.0 Afgrænsning

I følgende afsnit vil jeg foretage en afgrænsning af feltet og dermed også af specialet. Dette vil jeg gøre med udgangspunkt i Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm og medialiseringen. I starten af afgrænsningen, vil jeg argumentere for mit valg af hjælpeorganisation, hvor jeg samtidig inddrager et for-interview, samt metoden til dette, som jeg foretog i starten af specialeprocessen. Efterfølgende vil jeg argumentere for, hvordan at medierne kan have en indvirkning på kommunikationen i en organisation. Til sidst vil jeg kort argumentere for det videnskabssteoretiske ståsted jeg har, som afspejles i specialet.

2.1 Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm

Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, dækker over, som navnet indikerer Storkøbenhavn og Bornholm. Det er en underafdeling af hovedorganisationen Kirkens Korshær, som har været en hjælpeorganisation siden 1912 (Kirkens Korshær, Om Os). Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm skal forstås som det eksemplariske i mit speciale og er med for at tydeliggøre, hvordan jeg kan arbejde med diskurser inden for en hjælpeorganisation og i de landsdækkende nyhedsmedier. Jeg har valgt at arbejde med Kirkens Korshær i København og Bornholm, fordi de har flere udfordringer både strukturelt, men også kommunikativt. Nogle af de problematikker som Jakob Lyduch, Kommunikations og Events ansvarlig i Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, benævner, er problemer, som Grau også beskriver i hendes artikel. Et af problemerne er til dels, at de ikke er særligt store og dermed ikke særlig berømte. Når der er mindre kendskab til dem, kan det være medvirkende til, at de ikke får samme støtte som en noget større hjælpeorganisation.

Jeg vil ikke mene vi støder på manglende støttevilje og sympati, men nok snarere mene, at mange andre organisationer inden for samme kategori (Røde Kors, Folkekirkens Nødhjælp, Red Barnet osv.), er så store og dygtige til at gøre opmærksomme på deres arbejde, at vi nogen gange blegner og forsvinder lidt i mængden (Bilag 1: 13).

De andre og større hjælpeorganisationer, gør desværre at Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm ikke skiller sig så meget ud – de drukner. Lyduch italesætter selv, i et for-interview jeg foretog, at kommunikationen har været nedprioriteret, men det er begyndt at vende inden for de seneste par år. Nedprioriteringen af kommunikationen har betydet få midler til at arbejde med

kommunikation og arbejde aktivt med at være den fortalervirksomhed, som de proklamerer at være (Bilag 1: 7-8).

Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm vil som nævnt gerne være en fortalervirksomhed, der til dels har interesse i at oplyse omkring socialt udsatte. På Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholms hjemmeside skriver de følgende om deres arbejde: ”Vores tilbud henvender sig i dag til hjemløse, migranter, udsatte børnefamilier, ensomme, psykisk syge og på anden vis socialt udsatte mennesker. De udvikler sig i takt med samfundet, og hvor der er behov for hjælp.” (Kirkens Korshær, Om Os). Dette specifikke fokus, samt størrelsen på hjælpeorganisation gør, at jeg finder det yderst relevant netop at undersøge Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm. De giver selv udtryk for, at de har haft lidt problemer på kommunikationsfronten, og de blegner lidt blandt alle de store og berømte hjælpeorganisationer, netop derfor tænker jeg, det er relevant at se på deres kommunikation. Lyduch beskriver også at Kirkens Korshær som hovedorganisation, måske generelt er mere kendt for deres genbrugsbutikker (Bilag 1: 6). Lyduch giver udtryk for at fokus omkring hvem Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm er, burde være et andet sted, at de er mere end blot genbrugsbutikker. De ønsker at ændre deres image, så det mere er rettet mod alt det sociale arbejde de yder. Dette indikerer en form for mislykket kommunikation. I specialet kommer jeg ikke til at fokusere på, om deres kommunikation og image kan ændres, men det spændende er, at de har oplevet, at deres kommunikation ikke er fyldestgørende. Hvilket er derfor, jeg ønsker at undersøge deres kommunikation, for at se, om der er noget ved kommunikationen, der kunne gøre den mindre fyldestgørende for deres stakeholderes.

2.1.1 Metode til for-interview med Jakob Lyduch

I forbindelse med mit arbejde med Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm har jeg valgt at foretage et for-interview med Lyduch. Interviewet er ikke en del af min empiri, som jeg inddrager i analysen, hvilket er derfor, at jeg har valgt at lave dette lille afklarende metodeafsnit i afgrænsningen. Interviewet skal i første omgang forstås som en form for gatekeeper til tankerne bag Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholms kommunikation, men også til deres vision omkring dem selv som hjælpeorganisation. Dette skal bidrage til en bedre helhedsforståelse, hvem de er som organisation, samt hvordan de ønsker at blive opfattet. I denne del vil jeg argumentere for de metodiske valg, der ligger til grund for interviewet. Selve interviewguiden kan forefindes i Bilag 2.

Jeg har valgt at arbejde med interview ud fra *Interview – det kvalitative forskningsinterview som håndværk* (2015) af Steinar Kvale og Svend Brinkmann. I interviewet har jeg det, som Kvale og Brinkmann betegner som en minearbejder-tilgang (Kvale & Brinkmann, 2015: 78) Dette skal forstås på den måde, at jeg ser selve interviewet som værende en direkte dataindsamling omkring, hvordan Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholms kommunikation fungerer, jeg ser altså informantens svar som valide, da det blandt andet er informanten, der sidder med alle de meninger, beslutninger og overvejelser, der er omkring kommunikationen. I forhold til de etiske overvejelser af interviewet, er min informant blevet informeret om at interviewet skulle optages, og at det ville blive transskriberet og efterfølgende brugt i specialet. Jeg har fået samtykke til alt ovenstående, samtidig med det lavede jeg en aftale med informanten om, at jeg ville sende den fulde transskribering til ham, for at undgå misforståelser og gøre det mere tydeligt, hvis han pludselig ikke var tryk, ved de ting han sagde, og de dermed kunne tilbagetrækkes (Kvale & Brinkmann, 2015: 114-117). Jeg har valgt dette, for at sikre mig at både min informant og jeg selv, var enige om de etiske grundregler i interviewet, og yderligere at vi begge følte os trygge i processen. Derudover var det også vigtigt for mig, at hans udsagn kunne blive tilbagetrukket, hvis nu nogle af de ting han sagde blev for karikerede, da det drejer sig om hans arbejde. Interviewet er et semistruktureret interview, hvor jeg lader min informant fylde meget. Dette skal forstås som, at han godt må komme ud på et sidespor og fortælle en masse, men at jeg har forberedt nogle overordnede spørgsmål, som jeg løbende stiller i en i forvejen bestemt rækkefølge, hvilket også fremgår af interviewguiden. Jeg kan i interview situationen stille opfølgende spørgsmål og eller afvige fra de forberedte spørgsmål (Kvale & Brinkmann, 2015: 177-178). Med interviewet ønsker jeg ikke at få adgang til Lyduchs livsverden, eller bestemte fænomener, jeg ønsker udelukkende at få et bredere billede af hans egen forståelse for, hvad Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm er for en organisation, hvad de bidrager med, samt hvordan de ser sig selv som hjælpeorganisation. De interviewspørgsmål jeg har forberedt inden interviewet er blandt andet udviklet ud fra en Public Relation orienteret tankegang, som er inspireret af Peter Jepsen forfatter af *Som ringe i vandet* (2018). Dette skyldes, at jeg blandt andet ønskede at vide mere om værdier og vision for Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, da disse faktorer er gode indikatorer for, hvordan deres kommunikation umiddelbart målrettes og bliver mere konkretiseret (Jepsen, 2018: 49-50). Dette tænker jeg er relevant i diskussionen omkring de diskurser, som Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm danner. Derudover er det vigtigt for mig, at finde ud af hvilken hjælpeorganisation, jeg reelt arbejder med og hvad de står for.

2.1.2 Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholms kommunikationssituation

I mit interview med Lyduch havde jeg til interesse at komme nærmere en forståelse af hvem Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm er, og hvordan at de mener, at de arbejder kommunikativt. I interviewet har Lyduch italesat at Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm arbejder ud fra et synspunkt, der i særdeleshed handler om at alle har ens værdi.

Vi har nogle grundlæggende værdier, som hedder at alle mennesker, har ens værdi, så alle bliver behandlet med værdighed, omsorg og respekt. Værdighed er særligt noget vi har arbejdet meget med, fordi det er ikke værdigt for noget menneske og ligge og sove på gaden, i et velfærdssamfund som vores (Bilag 1: 4).

Lyduch beskriver i citatet, hvordan det danske velfærdssamfund til dels svigter, og derfor er en hjælpeorganisation som Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm nødt til at være aktive. De skal gå forrest, for at vise at alle mennesker er lige og har en værdi, derfor skal de også behandles sådan. Lyduch giver senere i interviewet udtryk for at han har et ønske om, at befolkningen også skal opfatte Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, som værende en fortalervirksomhed der går forrest i kampen om at anerkende mennesker, at de er der, hvor ingen andre er.

Jeg vil godt have at de [red. befolkningen] ser Kirkens Korshær København som en organisation, der hjælper dem som ingen andre vil hjælpe. Jeg vil gerne have, at de ser os som en organisation, at uanset hvad og hvem vi hjælper, behandler vi folk med værdighed. At vi ikke ser ned på mennesker, som er her af den ene eller den anden årsag, det er ikke så relevant for os. Vi ser først og fremmest at de er i en rigtig, rigtig svær situation, en ulykkelig situation, som de heller ikke selv ønsker at være i (Bilag 1: 10)

Som hjælpeorganisation er de ligeglade med årsagen, de ser, at der er brug for hjælp, og så hjælper de – selvfølgelig i den udstrækning, som der er ressourcer til. Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm er på gaden og arbejder med de mennesker, der opholder sig på gaden. De arbejder med hjemløshed til daglig og har til opgave at oplyse folk omkring blandt andet hjemløshed, Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm har hænderne i bolledejen, så at sige. Han udtaler også, at en af hjælpeorganisationens helt store styrker er, at de møder folk der, hvor de er, de presser ikke på og tvinger dem ud i en anden situation. Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm er først og

fremmest nu-og-her-orienteret. ”Vores absolut største styrke ligger i, at vi giver mennesker tid og er i stand til at møde dem, der hvor de er og arbejde med dem på deres egne præmisser.” (Bilag 1: 10). Deres fokus er ikke lige så bredt som flere andre og større hjælpeorganisationer, de arbejder mere lokalt og i det små, ikke at indsatsen de dermed yder er lille, men de er meget fokuseret i deres hjælp (Bilag 1: 4-6). En anden årsag til at jeg vælger at tage fat i Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, er fordi ifølge rapporten ”Hjemløshed i Danmark 2022 – National Kortlægning” af Benjaminsen, kan man se i tabel 3.1. at ud af de i alt 5.789 registrerede borgere i hjemløshed, befinder 2.619 sig i København og omegn (Benjaminsen, 2022: 25). I rapporten skriver Benjaminsen således.

Selvom der er sket et vist fald i hjemløsheden i hovedstadsområdet, er det fortsat næsten halvdelen (45 %) af alle borgere i hjemløshed på landsplan, der er hjemmehørende i hovedstadsområdet. (Benjaminsen, 2022: 24)

Det er altså netop i hovedstadsområdet, at der er den største andel af borgere i hjemløshed, og derfor er det også relevant at arbejde med en organisation, der fokuserer netop på dette område, og selv befinder sig i området. Dette er også en af grundene til at undersøgelsen fokuserer på kommunikationen omkring borgere i hjemløshed, da det er en stor del af det sociale arbejde, som Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm udfører.

I næste del, vil jeg komme nærmere ind på, hvorfor jeg vælger at arbejde med medierne i specialet, samt hvilken påvirkning medierne har på vores virkelighedsopfattelse.

2.2 Mediernes betydning for kommunikationen.

I specialet har jeg valgt at undersøge kommunikationen gennem medierne, dette har jeg valgt, da jeg kan se qua Grau og Saeri et al., at det er vigtigt at være skarp i sin kommunikation for at få sympati for den sag hjælpeorganisationen støtter. Hvilket er spændende at se, hvordan de evner dette i medierne. Grundet dette ønsker jeg her at diskutere den medialiseringsopfattelse, som jeg arbejder ud fra og hvordan jeg benytter det i specialet. Dette vil jeg gøre på baggrund af tre kapitler fra værket *Medialisering – Mediernes rolle i social og kulturel forandring* (2016) af Stig Hjarvard. To af kapitlerne er skrevet af Hjarvard selv, mens det sidste er skrevet af Mikkel Fugl Eskjær.

Hjarvard beskriver i starten af kapitlet "Medialisering: Teori og Historie", hvordan medierne er blevet en integreret del af vores samfund og vores kultur, og hvordan at der via medierne er en masse muligheder for brugeren, men at "(...) brugen af dem ikke er frit valg" (Hjarvard^A, 2016:18). Dette er en indikation på alle de muligheder, som medierne har været med til at bidrage med, men samtidig også at der er nogle regler eller normer, der begrænser brugerfladen. Normerne er altså med til at danne et regelsæt for, hvordan diverse instanser kan og bør kommunikere.

"Medialiseringen skal forstås som en overgribende proces i det højmoderne samfund på linje med andre tilsvarende modernitetsprocesser som urbanisering, globalisering og individualisering." (Hjarvard^A, 2016: 30). Medialiseringen er med til at udvide vores verden og på en og samme tid både gøre verden mindre for os, idet vi som kommunikatører gennem medierne kan nå længere ud end før. Dette betyder også, at vi grundet medialiseringen nu kan blandt andet kan sprede et budskab til markant flere end tidligere. Denne nye "store" verden gør også, at de landsdækkende nyhedsmedier og Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm skal overveje deres egen kommunikation. Der er altså både en vekselvirkning i form af udvidelsen af verden, men også i forhold til hvordan at medierne skabes og benyttes "(...) det er ikke kun omverdenen, der tilpasser sig medierne, men også medierne, der tilpasser sig omverdenen" (Hjarvard^B, 2016: 49). Derfor mener jeg også, det er yderst relevant at undersøge medierne, da de er en del af en virkelighedsopfattelse og er medskabende til en bestemt virkelighedsopfattelse. Så i og med der kommunikeres i medierne, bliver der også skabt en bestemt opfattelse gennem medierne.

I kapitlet "Medialisering af frivillige organisationer" (2016) af Mikkel Fugl Eskjær, beskriver Eskjær hvordan de frivillige organisationer, herunder hjælpeorganisationer som Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, er afhængige af medierne (Eskjær, 2016: 241). Dette skal også forstås på den måde, at hjælpeorganisationerne grundet den stigende medialisering er blevet markant mere synlig for sine stakeholderes (Eskjær, 2016: 244). Hvilket især er relevant for en hjælpeorganisation, som hviler på andres donationer og som samtidig vil ud med et bestemt budskab, som f.eks. Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm. Der er en klar vekselvirkning i medialiseringen, som har betydning for, hvordan f.eks. Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm benytter sig af medierne.

Medialisering er ikke blot en reaktiv proces, hvor sociale systemer underlægges mediernes operationsformer, men en proces, hvor organisationerne selv er med til at drive medialiseringen fremad ved løbende at indoptage og tilpasse sig mediernes præference (Eskjær, 2016: 245)

Ud fra ovenstående citat, kan der argumenteres for at medierne er med til at påvirke organisationerne. Samtidig med dette, er organisationerne også styrende for medierne, og hvad der skal bringes i medierne. Dette skal forstås, som at medierne har en form for magt over organisationen og hvad de bringer, men også at det som organisationerne vælger at bringe i medierne, påvirker medierne i en bestemt retning. Grundet denne magt der er til stede i medialiseringen, da man som hjælpeorganisation skal opfylde diverse regler, samtidig med hjælpeorganisationen er med til at skabe en form for dagsorden, kan det til tider virke, som om at hjælpeorganisationen oplever en form for kontroltab. Dette kontroltab skyldes, at der er nogle normer, som medierne har opstillet, der skal følges af organisationen, for at være aktuel i medierne (Eskjær, 2016: 245-246). Medialiseringen har altså nogle normer og regler, der gør at nogle hjælpeorganisationer, kan føle at de skal tilpasse sig disse. Dette kan både være i forhold til indhold, stilistisk, nyhedsværdi osv. Den overordnede magt der er ved medialiseringen, gør også at jeg mener det er relevant at undersøge både de landsdækkende nyhedsmedier, da de også følger normer og regler, men samtidig også Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, da jeg, grundet blandt andet Eskjærs beskrivelser, har en hypotese om, at de også er underlagt en form for magt, men samtidig at de ikke nødvendigvis kommunikerer på samme måde som de landsdækkende medier, da de er en anden instans.

Til sidst i afgrænsningen vil jeg kort præsentere min videnskabsteoretiske forståelse, da den danner grundlag for hvordan jeg har struktureret min undersøgelse, samt hvordan jeg arbejder teoretisk og metodisk i mit speciale.

2.3 Socialkonstruktivismen

I specialet arbejder jeg ud fra en socialkonstruktivistisk videnskabsteoretisk tankegang, hvilket også ville være tydeligt, både i min valgte teori, metode og i undersøgelsen. Jeg vil derfor løbende i specialet italesætte og begrunde diverse valg på baggrund af et socialkonstruktivistisk syn. I dette afsnit, vil jeg dog kort diskutere, hvordan det ontologiske og epistemologiske afsæt er i specialet. Dette vil jeg gøre ved hjælp af kapitlet ”Socialkonstruktivismen” (2012) af Kirsten Bransholm Pedersen fra bogen *Samfundsvidenskabernes videnskabsteori – en indføring* (2012) redigeret af Søren Juul & Kirsten Bransholm Pedersen.

Jeg arbejder socialkonstruktivistisk, blandt andet fordi jeg sætter spørgsmålstejn, ved den eksisterende viden der findes i samfundet (Pedersen, 2012: 187). Den viden vi som mennesker danner, sker i den sociale interaktion, hvilket også vil sige, at der ikke er en objektiv sandhed, men ”Sandheden er *perspektivistisk*.” (Pedersen, 2012: 188). Da jeg opfatter viden, som noget der bliver skabt i den sociale interaktion og ud fra forskellige perspektiver, er det derfor vigtigt at understrege, at jeg i specialet analyserer ud fra bestemte perspektiver, og at det er grundet den sociale vidensdannelse, at jeg finder det relevant at undersøge diskurserne om borgere i hjemløshed, da diskurserne skabes i det sociale. At sandheden er perspektivistisk betyder dog ikke, at der ikke er konstruerede sandheder, der er indlejret dybt i vores samfund gennem ageren, kultur og normer, det er netop disse konstruerede sandheder, der er en del af diskurserne i vores samfund, og også derfor vi tager dem for givet, da vi selv er en del af dem (Pedersen, 2012: 189).

I specialet har jeg derfor også en idé om, at der ontologisk set, ikke findes én sandhed, sandheder skal derimod ses, som noget der er konstruerede og kontekstafhængige (Pedersen, 2012: 190). I specialet forsøger jeg derfor heller ikke at finde frem til sandheden, men derimod nærmere se på den forforståelse og magt der er til stede i diskurserne, der bliver præsenteret af Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm og i de landsdækkende nyhedsmedier. Da viden er konstrueret, kan der heller ikke dannes objektiv viden (Pedersen, 2012: 190). Jeg er derfor også selv del af fortolkningsprocessen og bidrager også med mine egne forforståelser i undersøgelsen, da ”Al viden om den sociale verden er diskursiv eller fortolket viden, og forskeren vil altid have sin forforståelse med i forskningsprocessen.” (Pedersen, 2012: 206). Derfor forsøger jeg også gennem specialet at tydeliggøre mine egne forforståelser.

3.0 Narrativt Review

I dette narrative review, vil jeg inddrage og diskutere diverse videnskabelige artikler og værker, som danner den teoretiske baggrund for specialet.

Jeg har til mit review foretaget en søgning på følgende databaser: kb.dk, JSTOR, EBSCOhost og Google Scholar. Yderligere har jeg også søgt i tidsskriftet "VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations". Nedenfor kommer en mere detaljeret introduktion til min søgning, samt efterfølgende diskussion af diverse tekster, for at formidle et overblik over de generelle teoretiske fænomener og dens allerede eksisterende viden. I min søgning på diverse databaser har jeg søgt på følgende ord: **Reputation, Homelessness, Reputation Management in NGO, Public Relations in NGO, Homelessness discourse, Mediadiscourse Homelessness, NGO Communication**. Søgeordene er dannet på baggrund af min problemformulering, samt indledning. Ud fra de foretagne søgninger, har jeg samlet set, på de benyttede databaser, fundet langt over 500.000 artikler, jeg har derfor yderligere lavet en grovsortering på diverse databaser. Dette for at udelukke blandt andet artikler, som ikke havde et kommunikativt-, journalistisk- eller organisationsfokus, da det netop var disse kategoriseringer jeg har grovsorteret ud fra. I dette review præsenterer jeg de vigtigste og dermed dem der har relevans for specialet. Ud over artiklerne jeg inddrager, er der også forskellige værker, som også er meddannende for det teoretiske grundlag, og som derfor også inddrages i dette review.

Jeg har valgt at foretage et narrativt litteratur review, da jeg ønsker at diskutere, hvordan allerede eksisterende videnskab præsenterer feltet inden for hjælpeorganisationers arbejde med omdømme og hjemløshed, samt hvordan diskurserne i samfundet omkring hjemløshed er. I dette review vil jeg starte med at diskutere nogle videnskabelige artikler, der er forholdsvis brede omhandlende kommunikationen i en hjælpeorganisation, og hvorfor det er relevant at undersøge. Derefter vil fokuset indsnævres og blive mere konkret, rettet mod det videre arbejde i specialet, med diskurser og kommunikationen omkring borgere i hjemløshed. Feltet omkring hjemløshed og diskurser er bestemt ikke nyt, der er mange der har arbejdet med det og undersøgt det, på diverse måder før i tiden. Dette er medskabende til vigtigheden af, at jeg foretager dette narrative review. I og med at der også i forvejen er så mange tekster omkring det, gør også, at jeg mener, det er endnu mere vigtigt at undersøge, da det er tydeligt at se i artiklerne, at problematikken er reel og vedrørende og stadig uforløst. Jeg ser ikke specialet som værende en definitiv sandhed, blandt andet grundet mit socialkonstruktivistiske videnskabsteoretiske synspunkt, men som endnu et bidrag til

debatten omkring de diskurser, som blandt andet hjælpeorganisationer danner omkring borgere i hjemløshed.

3.1 At kommunikere som en hjælpeorganisation

I denne del af det narrative review, vil jeg skitsere og diskutere et forskningsfelt omhandlende kommunikationen i en hjælpeorganisation, der bliver præsenteret i de udvalgte videnskabelige artikler. Jeg vil her komme ind på nogle af de kompleksiteter, som en hjælpeorganisation kan møde i kommunikationen omkring borgere i hjemløshed.

Som hjælpeorganisation er det vigtigt, at borgerne i samfundet støtter op om ens sag, foruden borgere og deres donationer, findes hjælpeorganisationen ikke. Som hjælpeorganisation arbejder man i et spændingsfelt af kritikere, som har mange meninger om organisationen og de handlinger organisationen foretager, og der kan derfor opstå en vis skepsis over for hjælpeorganisationen (Miller, 2007; Johns, 2005). James Miller har skrevet en artikel, hvori han beskriver en ikke-vestlig skepsis overfor hjælpeorganisationer (Miller, 2007: 353). Dette kan blandt andet skyldes, at hjælpeorganisationer til dels er en vestlig opfindelse, men også at det som oftest er vestlige, der vil hjælpe ikke-vestlige (Miller, 2007: 353-354). Det kan derfor virke meget invaderende, når folk udefra, kommer ind og vil hjælpe et andet land. Mange store hjælpeorganisationer er omfattet dette paradoks, men da Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm hovedsageligt arbejder nationalt (Kirkens Korshær, Om os), er det ikke tilfældet for dem. Miller pointerer dog at fælles for alle hjælpeorganisationer er, at de har en sag, de skal forsøge at indsamle penge til, uanset om hjælpeorganisationen arbejder transnationalt eller nationalt (Miller, 2007: 353). Når man som organisation hjælper andre, kan det skabe en skepsis omkring hjælpeorganisationernes agenda og angiveligt givende stemme. Gary Johns beskriver hjælpeorganisationers iver til at give dem, der ikke har en stemme, en stemme (Johns, 2005). Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm forsøger også at give en stemme til socialt udsatte i København, så at andre mennesker kan se, hvad det er for en verden de socialt udsatte, og dermed borgere i hjemløshed, har. Johns pointerer dog at selvom mange hjælpeorganisationer, arbejder ud fra en god tro om at hjælpe, er alle sager og stemmer ikke lige hjælpsomme (Johns, 2005). Problematikken i at give andre en stemme, ved selv at føre ordet, er at man selv kommer til at repræsentere dem ud fra ens egen livsverden. Stemmen bliver ikke deres egen, men derimod blandt andet Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholms stemme. Barbara Schneider beskriver også problematikken, som hjælpeorganisationer og andre, der

forsøger at give blandt andet borgere i hjemløshed en stemme, står over for. Når der sker en opposition mellem 'borgere i hjemløshed' og 'os', sker der en tydelig ekskludering af borgerne i hjemløshed (Schneider, 2012: 80). Schneider fremhæver i hendes artikel, hvordan journalister skaber en positionering af borgere i hjemløshed, da de oftest ikke er så synlige i journalistens arbejde.

The use of only certain kinds of quotations from homeless people and the extensive use of expert sources contribute to the production of a problematic larger social narrative of homelessness in which homeless people are positioned as 'other', setting up an opposition between 'them' and 'us' that promotes the social exclusion of homeless people (Schneider, 2012: 80)

Selvom journalister angiveligt giver en stemme til borgere i hjemløshed, er deres egen stemme stadig ikke særlig repræsenteret i medierne, mener Schneider. Det i sig selv at fortælle andres fortælling, for at skabe sympati eller indsamle donationer, er også i sig selv med til at skabe en ekskludering af borgere i hjemløshed mener Schneider (Schneider, 2012: 81). Hvilket især gør det problematisk at være en hjælpeorganisation, der ønsker at arbejde med socialt udsatte og tale deres sag, ligesom Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm. Da man som organisation, så ikke kan tale deres sag, uden at ekskludere dem man ellers forsøger at inkludere og tildele en stemme, så de anerkendes.

Seow Ting Lee og Mallika Hemant Desai har skrevet artiklen "Dialogic communication and media relations in non-governmental organizations." (2014), hvori de beskriver, hvordan det er vigtigt at benytte sig af medierne når en hjælpeorganisation kommunikerer, da det kan være med til at maksimere eventuelle resultater, grundet at medierne er en informationsvej mellem borgere og hjælpeorganisationen (Lee & Desai, 2014: 80-81). Dog skal det nævnes, at artiklen har et dialogisk fokus i kommunikationen, hvilket der ikke er i nærværende speciale, så fokus er derfor lidt anderledes, men ydermere pointerer Lee og Desai, hvordan medierne bliver brugt som agenda skabere i offentligheden (Lee & Desai, 2014: 84). Derfor er det også relevant at se på, hvordan en hjælpeorganisation, som Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, kommunikerer i forhold til borgere i hjemløshed. Grundet at medierne har en klar position og påvirkning af hjælpeorganisationernes kommunikation. Det at en organisation benytter sig af medierne til deres kommunikation, er dog ikke ensbetydende med at organisationen påvirkes positivt og at der er et godt forhold mellem organisationen og medierne, men mere at medierne har en reel påvirkning på måden, man som organisation vælger at kommunikere på (Lee & Desai, 2014: 86).

Jævnfør Schneider er der, som hjælpeorganisation, derfor meget at tænke over i ens kommunikation, i og med man kommunikerer for andre. Først og fremmest fordi der typisk er nogle kritikere på området, derudover er der hele problematikken, som Schneider italesætter omkring det at hævde at give f.eks. borgere i hjemløshed en stemme, men uden egentlig reelt at tildele dem en stemme, men nærmere tale på borgere i hjemløsheds vegne. Dette italesætter Johns også, og det er vigtigt at være skeptisk over for dette, når der kommunikeres. Derudover er det, jævnfør Lee og Desai, også vigtigt at være klar over, hvordan man som kommunikatør kan bruge medierne i sin kommunikation. Som sidste led, er det vigtigt at være opmærksom på at der, ifølge Miller, kan være en skepsis omkring det at arbejde som en hjælpeorganisation i det hele taget, hvilket også er vigtigt at have med i sine kommunikative overvejelser.

3.2 Omdømme i en hjælpeorganisation

Ovenover har jeg beskrevet den komplekse kommunikation, der er i en hjælpeorganisation, nu vil jeg gå videre med at diskutere om den kommunikation i organisationerne, der er mere fokuseret omkring public relations og omdømmearbejdet, samt forståelsen af et organisatorisk omdømme. Dermed bliver denne del af reviewet trukket over i en public relations kommunikationsforståelse. Dette nedenstående afsnit skal derfor være med til at rammesætte specialet og dermed konkretisere, hvilket kommunikative felt jeg skriver mig ind på.

I min litteraturindsamling, fandt jeg flere artikler, der pointerer vigtigheden ved at en organisation er konsistente i deres kommunikation, for at skabe et omdømme, der ikke dannes tvivl ved. En af disse artikler, er skrevet af Diana C. Sisson og Shannon A. Bowen. De beskriver, hvordan organisationer skal være vedholdende i deres kommunikation, når det kommer til omdømme. Det er vigtigt både at have styr på det etiske, den organisatoriske filosofi og konsistens i kommunikationen, så den er ens hele vejen igennem organisationen (Sisson & Bowen, 2017: 297). Det er derfor vigtigt, man som organisation får skabt et bredt og solidt helhedsbillede af både organisationen, men også ens vision og mission, når andre skal modtage kommunikationen.

Den konsistens i kommunikationen beskriver Jepsen ligeledes. Inden for PR er det vigtigt at værne om sine stakeholderes, både de eksterne og de interne, men det er især også vigtigt, at beskytte og forbedre den måde som offentligheden ser ens virksomhed, og det er netop her at termen omdømme spiller en store rolle (Jepsen, 2018: 26-28). Det er vigtigt at forstå at PR rummer meget mere end, hvad den enkelte stakeholder mener om en given virksomhed, og at

omdømmepleje eller reputation management er overalt. Omdømmeplejen er både i virksomhedens ageren og i det kommunikative. Den ageren der vurderes på, er den der gennemsyrrer virksomhedens måde at håndtere deres medarbejder, krisesituationer og bare almindelig presseomtale (Jepsen, 2018: 30).

PR handler om *reputation management* og strategisk arbejde med relationer; ikke kun imagepleje, der kan blive opfattet som glittet facadebehandling, der ikke nødvendigvis afspejler en virksomheds reelle ageren (Jepsen, 2018: 30).

Når man arbejder med omdømme, hvilket man ifølge Jepsen burde gøre hele tiden, er det derfor vigtigt at forstå, hvor omfattende det er. Omdømme er ikke bare lige noget man kan ændre selv som virksomhed, hvis ikke der sker en grundlæggende ændring, da det er en langsigtet og løbende indsats, man skal udføre (Jepsen, 2018: 98). Én god handling, kan altså ikke rette op på en masse ugerninger i modsatte retning af organisationens vision og mission. I forhold til mit speciale, mener jeg det er nærliggende at kigge på omdømme, dog i en mildere grad, da jeg ikke foretager en analyse af omdømmet eller interviewer diverse stakeholderes. Jeg vil derimod kigge på hvilke diskurser omkring borgere i hjemløshed, der dannes af Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm. Jeg tænker det er relevant, at se på medialiseringen af borgere i hjemløshed og så, hvordan Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm kommunikerer i forhold til denne medialisering, netop da omdømme arbejdet er allesteds. Dette skal dog ikke ses som en konkluderende manifestation af Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholms omdømme, men skal derimod være en del af en reflekterende diskussion omkring omdømmet.

G.A. Marken, beskriver kort og godt, hvor vigtigt det er, at ens omdømmearbejde ligger i alt, man foretager sig som organisation. Både i forhold til hvor tilgængelig man er, hvordan man responderer og følger op på de ting, man sender ud, men også hvordan det er en lang og hele tiden igangværende proces at arbejde med ens omdømme som organisation (Marken, 2004: 35-36). Det er derfor vigtigt, at man som organisation ikke kun tænker på ens ageren og kommunikation, når man laver en kampagne, men det også er en overvejelse, når man udsender f.eks. pressemeddelelser, nyhedsbreve osv. Hvilket også gør det relevant at undersøge Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholms kommunikation, da der kan være forskel på, det de selv siger, de ønsker at bidrage med som hjælpeorganisation, og så deres reelle kommunikation i medierne.

Det er overordnet vigtigt, at man som organisation forstår helheden i omdømme arbejdet, da det påvirker donationerne. Det er ikke kun hjælpeorganisationens kommunikation, som er relevant,

men også hele den organisatoriske adfærd (Camara, 2011: 49-52). omdømmet er vigtigt for hjælpeorganisationer, da et positivt omdømme styrker den måde, som andre opfatter organisationen og påvirker dermed lysten til at støtte dem med diverse donationer. Ud fra disse teoretiske udlægninger, udleder jeg at omdømmet og hjælpeorganisationens kommunikation derfor hænger uløseligt sammen, hvilket også derfor gør det relevant at undersøge, hvordan Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm kommunikerer, men også hvordan deres kommunikation hænger sammen med deres vision og mission som hjælpeorganisation.

Dette fører os videre til spørgsmålet om, hvorfor folk i det hele taget donerer til diverse hjælpeorganisationer, samt hvad der kan påvirke eventuelle donationer, udover omdømmearbejdet. Dette er relevant i forhold til specialet, da en hjælpeorganisation som Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm har brug for donationerne, og derfor måske kan føle sig nødsaget til at kommunikere på bestemte måder, for at få disse donationer.

3.3 Hvorfor donere mennesker til hjælpeorganisationer?

Som nævnt i indledningen til specialet, er der mange frivillige organisationer, der alle konkurrerer om donationerne. Derfor vil jeg i dette afsnit kort diskutere, hvad der kan påvirke eventuelle donationer, men også hvordan at der kan være udfordringer ved at få donationer, i arbejdet som hjælpeorganisation.

Som nævnt i ovenstående afsnit påvirker hjælpeorganisationens omdømme de donationer som hjælpeorganisationen får, men der er også nogle andre faktorer, der kan påvirke donationerne, som også skal medregnes. Casandra M. Chapman, Barabara M. Masser og Winnifred R. Louis konkluderer, at ens lyst til at donere afhænger meget af, hvem der skal doneres til. Ens donation påvirkes blandt andet af ens sociale identitet, og hvor meget man kan genkende den velgørende sag. Med dette skal forstås, hvor meningsfuld sagen og dermed donationen er for en selv (Chapman et al., 2020: 1287-1289). Man må gå ud fra, at motivationen for at donere til velgørehed bunder i en altruistisk tankegang overfor andre (Chapman et al., 2020: 1278), og dermed ikke kun er baseret på, hvordan man tænker om hjælpeorganisationen og sagen de arbejder med, men også hvordan man som donorer selv kommer til at føle ved at støtte den givne sag. Jee Young Chung & Rachel Braun, beskriver relevansen ved at de forskellige hjælpeorganisationer benytter sig af reklamer, for at ramme hjælpeorganisationens egne stakeholderes, og dermed få støtte. Dette skal dog overvejes, da

det ikke er alle, der er lige tilbøjelige til at støtte ud fra reklamer på de sociale medier (Chung & Braun, 2022: 2-3). Der er også nogle sager som måske egner sig bedre til reklamer end andre, hvilket hjælpeorganisationen også skal overveje, når de kommunikerer.

Som præsenteret i indledningen skriver Saeri et al. en artikel, som omhandler, hvordan organisationerne kan strukturere deres kommunikation for evt. at få flere donationer. Dette gør de fordi alle hjælpeorganisationer beror på donationer fra folk. Men samtidig er der en udfordring i og med, at bidragsyderne ikke får noget til gengæld (Saeri et al, 2022). I artiklen skriver de, at der er mange kommunikative greb, der kan påvirke donationerne i den ene eller den anden rækkefølge, blandt andet kan det ses, at hvis man er i en gruppe, hvor andre kan se man donerer er man oftest mere tilbøjelig til at donere. I artiklen ser de en tendens, til at folk donerer, når det kan være med til at påvirke deres eget image, igen bliver det bekræftet, at donationerne oftest er styret af det mere selvcentrerede fokus, og at det er vigtigt, man som donor får det bedre med sig selv, når man donerer. Donationerne påvirkes også af måden budskabet kommunikerer på. Hvis man som indsamler presser på, bliver folk ofte bare irriteret, hvor at hvis man framer sagen med ord som akut, katastrofe osv. er folk mere tilbøjelige til at donere (Saeri et al, 2022). Dette kan være relevant, når vi tænker på hvordan at hjælpeorganisationer nogle gange kan italesætte diverse sager, som de søger donationerne til, på bestemte måder, for at opnå den ønskede støtte. Når Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm arbejder med borgere i hjemløshed, er det ikke en akut sag i sig selv, da hjemløshed ikke er en nyopstået del af samfundet. Der kan dog opstå akutte situationer, som derfor kan frames på diverse måder, hvilket måske kommer til udtryk i deres kommunikation.

Som hjælpeorganisation, har jeg nu fastslået at omdømmet kan påvirkes af kommunikationen som hjælpeorganisationen foretager, men samtidig også måden organisationen handler på. Derudover er det vigtigt for hjælpeorganisationen, at der er konsistens i kommunikationen, da det ellers kan skabe et dårligt omdømme, hvilket kan påvirke donationerne negativt. Yderligere kan kommunikationen og den måden en given sag frames på også påvirke donationerne. Men det er også vigtigt, at man som bidragsydere eller stakeholder skal få noget ud af det i forhold til ens selvbillede eller image, før man donerer. I følgende afsnit vil jeg komme nærmere ind på diskurserne, der er blevet undersøgt omkring borgere i hjemløshed, og nogle af problematikkerne, som disse artikler fremhæver, der er på området.

3.4 Forudgående diskursforskning omhandlende borgere i hjemløshed

I den forskning jeg har læst, bliver det hurtigt tydeligt, at der er flere problemer i forhold til den måde som journalister, men også academia omtaler og repræsenterer borgere i hjemløshed. Men derudover ser vi også nogle diskursive tendenser.

I en artikel skrevet af Rodney Fopp, bliver læserne gjort opmærksom på de mange forskellige metaforer, der benyttes til at italesætte borgere i hjemløshed, af forskningen der omhandler borgere i hjemløshed. Fopp undersøger specifikt tre metaforer, han oftest ser i sammenhæng med repræsentationen af borgere i hjemløshed. Problemet med brugen af metaforerne er at alle metaforer, har bestemte konnotationer alt efter hvilken sammenhæng de bruges i (Fopp, 2009: 274). Et eksempel på en af de metaforer er safety net-metaforen. Metaforen er meget udbredt i academia, men ikke særlig givende, da den giver et billede af at hjemløse går på en smal vej, hvor de hele tiden er i fare (Fopp, 2009: 279). At Fopp finder multiple metaforer, der opfattes forskelligt alt efter konteksten, er bestemmende for diskursen, der benyttes og omvendt er diskurserne også understøttende for metaforerne (Fopp, 2009: 271, 288-289). Dette er med til at skabe et bestemt billede af borgere i hjemløshed, hvilket måske er problematisk i og med, dette forekommer i den forskning, som netop undersøger det at være en borger i hjemløshed. De mange metaforer, benyttes på specifikke måder, og dermed bliver borgere i hjemløshed framet på en bestemt måde. Schneider har også skrevet en artikel, hvor hun benævner problematikken omkring at borgere i hjemløshed omtales på bestemte måder, dog er hendes fokus ud fra hvordan journalisterne arbejder. Schneider beskriver, hvordan at journalisterne arbejder ud fra nogle kriterier, hvor at en nyhed skal være nyhedsværdig. Derudover fandt Schneider også frem til, at der er forskel på, hvordan der i medierne henvises til borgere i hjemløshed, når de bruges som kilde, hvilket også kan påvirke deres fremtoning i medierne (Schneider, 2013: 53). Det kan sagtens være at journalisterne har alle de rigtige intentioner, men problemet er, at de stadig kommer til at repræsentere borgere i hjemløshed skævt og stigmatiserende (Schneider, 2013: 48). Denne undersøgelse gør det yderst nærliggende for mig at undersøge, hvordan diskurserne omkring borgere i hjemløshed er i de landsdækkende nyhedsmedier, netop fordi det tyder på, at der er en stigmatisering og nogle klare diskurser med en masse oppositioner til stede, når borgere i hjemløshed repræsenteres.

Dette kan også trækkes hen til en artikel af Eoin Devereux. Her beskriver Devereux, hvordan at medierne ikke er skyld i, at nogle borgere lever i hjemløshed, men at de bidrager til, hvordan mennesker opfatter borgere i hjemløshed, da medierne er med til at danne et billede af dem

(Devereux, 2015: 262). Jævnfør Devereux er det medierne, som er med til at sætte agendaen, dette gør de blandt andet ved at påvirke den offentlige mening, gennem de ting de sender ud offentligheden. Dette er med til at skabe en skæv fremstilling af borgere i offentligheden, da medierne oftest benytter sig af noget sprog, der kunne tyde på uvidenhed omkring borgere i hjemløshed, men oftest skyldes det også bare ubevidsthed (Devereux, 2015: 267). Derudover italesætter Devereux også, at der i medierne er utrolig mange stereotyper, der bruges, når der omtales borgere i hjemløshed og socialt udsatte. Men at denne stereotypificering oftest sker ubevidst, og at ubevidstheden også ses hos diverse hjælpeorganisationer, der netop burde være yderst bevidste omkring deres kommunikation (Devereux, 2015: 263-264, 270). Denne artikel gør det klart, at meget sker i det ubevidste, fordi det er så dybt indlejret i os mennesker, at når vi omtaler borgere i hjemløshed, gør vi det på en bestemt måde. Vi tænker ikke over, at der defineres ud fra fastgroede diskurser og en stigmatisering, som ikke er hensigtsmæssig eller værdig overfor de borgere, der defineres eller repræsenteres i en tekst. At meget kommunikation bunder i noget ubevidst og dybt indlejret, er også tydeligt i en artikel af Theresa Rogers og Elizabeth Marshall. Undersøgelsen de har foretaget, er en diskursanalyse af, hvordan tidligere unge borgere i hjemløshed, repræsenterer sig selv i medierne nu til dags, blandt andet gennem diverse værker (Rogers & Marshall, 2012: 730). De unge ønsker at bryde med den diskurs, der findes om dem selv i medierne, de forsøger altså at skabe en moddiskurs, hvilket desværre ikke er tilfældet (Rogers & Marshall, 2012: 730-733). Borgerne i hjemløshed kan altså godt være utilfredse med repræsentationen i medierne, men de kommer alligevel til selv at tale ind i nogle overordnede diskurser, hvilket igen skaber komplikationer. Dette er relevant i forhold til, når medierne forsøger at gøre det rigtige og dermed inddrager borgere i hjemløshed, til blandt andet at tale deres egen sag, men hvis borgere i hjemløshed bare optager den diskurs, som medierne selv benytter, ændrer de jo ikke på diskursen omkring dem. Som kommunikatør, journalist, formidler eller almen borger er det derfor vigtigt, at blive opmærksom på disse diskurser og stigmatiseringer, så der aktivt kan arbejdes med dem.

I en artikel har Nico Carpentier, Vaia Doudaki, Ali İhsan Akbas & Tianyi Wang undersøgt, hvordan der kan arbejdes med stigmatiseringen i omtalen af borgere i hjemløshed. Borgeren i hjemløshed bliver ofte beskrevet ud fra stigmatisering, og på den måde bliver borgeren i hjemløshed frataget sin medindflydelse (Carpentier et al, 2021: 180). Når man som borger pludselig ikke har en indflydelse i samfundet, kan det være svært at have en reel plads i samfundet, men også at genvinde sin plads, da man ikke har en stemme, som folk lytter til. Dette er især kritisk, da det at

stigmatisere og omtale borgere i hjemløshed ud fra diverse diskurser, derfor danner en ond spiral, da borgerne i hjemløshed så ikke kan få indflydelse og få tildelt deres stemme igen. I medierne bliver borgere i hjemløshed oftest repræsenteret ud fra skalaen mellem enten at være et offer eller en trussel, at være værdig eller uværdig til at modtage hjælp. (Carpentier et al, 2021: 181). Borgere i hjemløshed bliver ifølge Carpentier et al. oftest beskrevet ud fra oppositioner, og det er enten om man er den 'gode' eller den 'dårlige' borger i hjemløshed. Hvilket stadig er med til at fratage dem deres stemme.

Alt dette tyder på at den måde som borgere i hjemløshed bliver fremstillet på, både i medierne, af hjælpeorganisationer og af sig selv, er diskursorienteret og meget fastgroet eller indlejret. Derfor finder jeg det relevant at undersøge diskurserne i omtalen af hjemløshed hos henholdsvis de landsdækkende nyhedsmedier og Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm.

3.5 Stigmatisering

I dette teoretiske afsnit vil jeg, som overskriften benævner, komme ind på stigma ved hjælp af Erving Goffman og hans værk *Stigma* (2009). Dette har jeg valgt, da jeg ser Goffmans beskrivelser omkring stigmatisering, som relevante i forbindelse med at få besvaret min problemformulering. Som belyst i ovenstående del af mit review, kan jeg se, der er flere, der mener at borgere i hjemløshed oftest bliver beskrevet på baggrund af en fastgroet stigmatisering, men hvad er det for en stigmatisering, som borgere i hjemløshed oftest udsættes for, og hvorfor er der denne stigmatisering omkring borgere i hjemløshed? Disse spørgsmål vil jeg komme ind på i løbet af specialet, med en teoretisk begrundelse, støttet op af Goffmans udlægning af stigma.

I værket beskriver Goffman især, hvordan den stigmatiserede kan håndtere sig selv. Jævnfør Goffman kan et stigma være ødelæggende for identiteten, da man som stigmatiseret bliver degraderet til sit stigma. Denne degradering kan eksempelvis ske i den måde borgere i hjemløshed bliver opfattet, omtalt og ikke mindst behandlet på. Goffman laver en kategorisering mellem "de normale" og dem der bærer et stigma og dermed ikke udsættes for den fordomsfulde stigmatisering (Goffman, 2009: 20-22). Ifølge Goffman definerer vi mennesker, allerede når vi ser dem, derfor fremstiller han to former for social identitet: Den tilsyneladende og den faktiske. *Den tilsyneladende sociale identitet* er de egenskaber, som vi tillægger en person, inden vi reelt har mødt/kender personen – vi ser hvordan han eller hun ser ud eller opfører sig og sætter personen i en kasse. *Den faktiske sociale identitet* er de egenskaber, som personen vi møder besidder, men denne sociale

identitet får man først adgang til, når man har været i en interaktion med personen (Goffman, 2009: 44). Den sociale identitet, afspejler hvordan andre folk opfatter os som personer, men der er stor forskel på om det gøres på baggrund af et bestemt udseende og på afstand, eller om det gøres ud fra en interaktion. Personen, som tildeles et stigma, bliver diskrimineret ud fra det stigma de tildeles, og allerede før vi møder mennesker, begrænser vi derfor deres udfoldelsesmuligheder (Goffman, 2009: 46-47). Yderligere skelner Goffman mellem tre former for stigma: *De kropslige stigmata, de karaktermæssige stigmata og de slægtsbetingede stigmata* (Goffman, 2009: 46). De forskellige former for stigmatisering kan eventuelt komme til udtryk i den måde, som de landsdækkende nyhedsmedier og Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm omtaler borgere i hjemløshed i medierne. Jævnfør Goffman er der dog nogle, der kan se bort fra stigmatisering, Goffman skriver at den gruppe der kan støtte op om den stigmatiserede, er nogle:

[...] som er normale, men hvis specielle situation har medført, at de er blevet intimt fortrolige med den stigmatiseredes hemmelige liv og er sympatisk indstillede over for dette, og som derfor nyder en vis accept fra de stigmatiseredes side og i nogen grad optages i klanen som en slags æresmedlem (Goffman, 2009: 69).

Dette anser jeg blandt andet som værende tilfældet for Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, da de netop er fortalere for borgere i hjemløshed. Jeg har derfor en formodning om at hjælpeorganisationen er blevet accepteret af gruppen, og dermed har de fået hvad Goffman kalder et *ærestigma* (Goffman, 2009: 70-73). Dette gør de, fordi de blandt andet forsøger at se ud over stigmaet og erkende borgere i hjemløshed, for de mennesker de er, frem for at se deres stigmatiseringen. I mit for-interview med Lyduch, giver han i hvert fald udtryk for, at de er accepteret af den stigmatiserede gruppe (Bilag 1: 9-10). Ærestigmaet skaber dog stadig en ujævn dynamik, da det kan blive fjernet (Goffman, 2009: 70-73). Den stigmatiserede og den 'normale' er ikke faste kategoriseringer, men skal derimod opfattes som en social proces, der gennemsyrrer de sociale møder og interaktioner, vi mennesker har med hinanden. (Goffman, 2009: 178-179). Goffman beskriver hvordan at "de normale og de stigmatiserede er ikke personer, men snarere perspektiver." (Goffman, 2009: 178), derfor kan kategoriseringerne også ændres, da det er perspektivistisk. Denne perspektivistiske forståelse af de stigmatiserede kategoriseringer, stemmer også overens med den perspektivistiske forståelse, jeg har af sandhed i specialet (Pedersen, 2012: 188). Det sociale der er til grund for stigmatiseringen, ses blandt andet i de diskurser, der er omkring andre, da diskurserne uundgåeligt udgør en del af normen og dermed vores opfattelse af

verden og af andre. Netop derfor er det relevant at italesætte og inddrage stigma, når jeg efter diskursanalysen diskutere resultaterne, da jeg har en hypotese om at Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm vil forsøge ikke at tale ind i en stigmatiserende diskurs.

3.6 Problemets kerne

Ud fra det narrative review, er det tydeligt at problemet, jeg undersøger i specialet, har flere grene, da der er mange ting, der kan påvirke kommunikationen og dermed danne diskurserne. I dette afsnit vil jeg kort opsummere, hvad jeg har fundet frem til i mit review, og hvorfor det ud fra teorien er relevant at foretage denne undersøgelse.

Jeg har diskuteret, hvordan en hjælpeorganisation som Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm skal værne om sit omdømme, hvilket de gør gennem deres kommunikation til deres stakeholderes, som skal donere penge. Derudover er det også vigtigt, at der er overensstemmelse mellem hjælpeorganisationens vision, mission og ageren, da det påvirker omdømmet, hvis der ikke er overensstemmelse. Som hjælpeorganisation kan der ikke siges ét og gøres noget andet, da det vil påvirke omdømmet negativt, og dermed have indflydelse på hjælpeorganisationen og evt. donationerne. Jeg har også diskuteret, hvordan donationerne fra hjælpeorganisationens stakeholderes også bygger på nogle antagelser om stakeholderne selv. Derfor er det vigtigt, at en hjælpeorganisation som Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm er bevidste omkring, hvordan de kommunikerer de sager, som de forsøger at hjælpe, da folk skal kunne relatere til sagen, for at donere. Yderligere er det relevant at Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm er opmærksom på de eksisterende diskurser i medierne, for at arbejde med dem aktivt. Hvilket betyder at de skal være kritiske over for dem, for ikke at regenerere dem selv. Det relevante i undersøgelsen omkring diskurser er, at der er foretaget flere undersøgelser, der viser at journalister og lignende desværre ubevidst regenererer allerede eksisterende mediediskurser, f.eks. når de repræsenterer borgere i hjemløshed. Dette på trods af, at journalisterne måske reelt ønsker at støtte borgere i hjemløshed og eventuelt gøre op med den stigmatisering, der sker af dem, hvilket blandt andet også gør det relevant at inddrage stigmatisering. Stigmatisering kan være bidragende til diskussionen senere i specialet, da flere af de videnskabelige artikler, jeg har inddraget i det narrative review, selv italesætter en stigmatisering i medierne af borgere i hjemløshed.

Jeg finder det relevant at undersøge, hvilke diskurser der dannes i henholdsvis de landsdækkende nyhedsmedier og i Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, for at se på,

hvordan de hver især italesætter borgere hjemløshed. Derudover er det relevant at undersøge hvordan Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholms diskurser omkring borgere i hjemløshed, kan have en indflydelse på deres kommunikation, da teorien benævner, at det er vigtigt, at have overensstemmelse i ens kommunikation og at det er vigtigt, når man arbejder med borgere i hjemløshed, at give dem deres egen stemme igen og dermed lade dem tale i artiklerne. I min analyse vil jeg undersøge, hvilke diskurser der bliver dannet. Og i diskussionen vil jeg sammenholde mine fund med teorien og se på, hvordan diskurserne eventuelt kan have en indflydelse på kommunikationen hos Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm.

4.0 Metode

For at undersøge diskurserne om borgere i hjemløshed, som de er hos de landsdækkende nyhedsmedier og Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, er det relevant at foretage en diskursanalyse.

Diskursanalysen og ikke mindst diskurs forståelsen, som jeg benytter i specialet, er inspireret af Ernesto Laclau og Chantal Mouffe, beskrevet af Marianne Winther Jørgensen og Louise Phillips i *Diskursanalyse som teori og metode* (1999/2010). Dette har jeg valgt, da Laclau og Mouffe oftest bliver kritiseret for ikke at have en reel metode, og til tider kan være vage i deres formuleringer (Jørgensen & Phillips, 1999/2010: 62-63), derfor mener jeg det er relevant at bruge Jørgensen og Phillips' fortolkning af Laclau og Mouffe. I bogen beskriver Jørgensen og Phillips også, hvordan de bidrager til en mere konkret metodisk fremgang. Udover det inddrager jeg også *Critical Stylistics – The Power of English* (2010) af Lesley Jeffries, her inddrager jeg enkelte greb, som kan hjælpe med at styrke min analyse af artiklerne. De begreber jeg inddrager præsenteres nede i undersøgelsesdesignet. Jeg har valgt at inddrage Jeffries, blandt andet for at gøre analysen mere tekstnær. Jeg ønsker, ved hjælp af Jeffries, at se hvordan de forskellige formuleringer er med til at repræsentere en bestemt verden eller nærmere en bestemt verdensopfattelse (Jeffries, 2010: 6). Dette har jeg blandt andet valgt, da Laclau og Mouffe, benytter et mere abstrakt niveau, at omtale diskurser på, og dermed ikke nødvendigvis arbejder med de specifikke formuleringer, men derimod på de overordnede strukturer i en diskursdannelse (Jørgensen & Phillips, 1999/2010: 30). I værket henviser Jeffries til Critical Discourse Analysis, af Norman Fairclough, men jeg har i specialet, valgt at ekskludere denne, og kun fokusere på Laclau og Mouffe og deres diskursforståelse, da jeg ved at kombinere dem med Jeffries, mener jeg får en bredere helhedsforståelse af både, det der reelt skrives, samt det udenom, der også er diskursivt.

Da der er flere forståelser af, hvad en diskurs er, og dermed definitioner, vurderer jeg, at det er passende at starte med den diskursive definition, der er i specialet. Andre forståelser af diskurs er blandt andet formuleret af Fairclough, der forstår diskurs som en del af de sociale praksisser, men at der også er andre sociale aspekter af samfundet, der ikke nødvendigvis er diskursive (Jørgensen & Phillips, 1999/2010. 15). I Jørgensen og Phillips udlægning af Laclau og Mouffe, kan diskurser defineres på følgende måde:

Forskellige diskurser - som hver for sig repræsenterer en bestemt måde at tale om og forstå den sociale verden på - kæmper hele tiden mod hinanden for at opnå hegemoni, altså for at fastlåse sprogets betydninger på netop deres måde (Jørgensen & Phillips, 1999/2010: 15).

I Jørgensen og Phillips' udlægning af Laclau og Mouffe mener de, at alle handlinger er diskursive, ligesom de mener at ingen sociale fænomener er totale og uafsluttede (Jørgensen & Phillips, 1999/2010: 29, 34). "En diskurs forstås som en fastlæggelse af betydning inden for et bestemt domæne" (Jørgensen & Phillips, 1999/2010: 36), og det er domænet om borgere i hjemløshed, jeg vil analysere. Når vi omtaler f.eks. borgere i hjemløshed på bestemte måder, bliver borgere i hjemløshed rammesat, og der bliver skabt en forståelsesramme omkring, hvad en borger i hjemløshed er. Denne forståelsesramme er med til at konstruere vores virkelighedsopfattelse, og derfor regenereres diskurser om borgere i hjemløshed også.

Da jeg, som nævnt tidligere, arbejder ud fra et socialkonstruktivistisk videnskabsteoretisk synspunkt og derfor ikke anser noget som værende objektivt (Pedersen, 2012: 188), finder jeg det relevant at arbejde med Laclau og Mouffes diskursteori. Jeg vil argumentere for, at Laclau og Mouffe heller ikke mener, at der findes en objektiv virkelighed, da de arbejder ud fra hele samfundet og det sociale er et resultat af diskursive processer og at det diskursive dermed ikke alene er det skrevne og talte, men derimod allestedsværende i den sociale sfære (Jørgensen & Phillips, 1999/2010: 41, 44-46). Alt er omsluttet af diskurser og de er på den måde både med til at danne vores sociale verden, men samtidig bliver de også dannet i den sociale verden og dermed også i medierne (Jørgensen & Phillips, 1999/2010: 46-47). Jeffries argumenterer også for, hvordan det antages, at de fleste tekster er med til at danne en specifik verdensopfattelse (Jeffries, 2010: 106). Det er den verdensopfattelse, som er til grund for kommunikationen, der er relevant at undersøge i analysen omkring diskurserne om borgere i hjemløshed, både hos de landsdækkende nyhedsmedier og hos Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm.

I ovenstående afsnit er det tydeligt, at der er magt forbundet med diskurser og diskursdannelsen og den sociale verden. "Magt forstås ikke som noget, nogen er i besiddelse af, og som de kan udøve over andre, men som det der overordnet producerer det sociale." (Jørgensen & Phillips, 1999/2010: 49). Diskurserne dannes i det sociale og er med til at skabe vores verdensopfattelse, det er gennem diskurserne, at vi forstår og oplever. Derved påvirker diskurserne os, og derfor er der en overordnet diskursiv magt til stede. Det er dermed en magtfuld social proces, når diskurser ændres og dannes. Oftest er du selv en del af den diskursive forståelse, som du ønsker at undersøge, hvilket er vigtigt

at have in mente i en diskursanalytisk undersøgelse (Jørgensen & Phillips, 1999/2010: 60-62). Jeg er derfor klar over i min analyse, at jeg selv kommer med en ideologisk forståelse, der præger analysen og min opfattelse af det skrevne, ligesom jeg er klar over, at jeg som analytiker har forskellige forforståelser, der også præger selve undersøgelsen (Pedersen, 2012: 206)

I diskursanalysen arbejder jeg blandt andet for at dekonstruere de diskurser, som jeg selv er omgivet af, dette gør jeg blandt andet ved at undersøge diskursdannelsen og konstrueringen af diskurserne. Gennem diskursanalysen, og med implementeringen af Jeffries mere tekstnære analysegreb, kan jeg dekonstruere diskurserne ved blandt andet at belyse det usagte, der er i diskurserne. I diskurserne sker der nemlig en udelukkelse af bestemte opfattelser, da det grundlæggende er omverdenen, der fremstilles gennem diskurserne, og her er der noget der vises, mens andet forglemmes (Jørgensen & Phillips, 1999/2010: 150-155). I diskurserne sker der dermed en konstant dekonstruktion.

Diskursanalysen går derfor hele tiden ud på at dekonstruere de strukturer, der udgør vores 'naturlige' omverden; man forsøger netop hele tiden at vise, at den givne indretning af verden er et resultat af politiske processer med sociale konsekvenser (Jørgensen & Phillips, 1999/2010: 61).

Hver gang der kommunikeres, vælger man bevidst at fremhæve noget og udelukke andet. Der er en diskursivmagt og dermed også en definitionsmagt, til at definere ens opfattelse af verden. Dette ses især i forhold til, hvordan der defineres i forhold til bestemte *nodalpunkter*. I specialet vil jeg arbejde med nodalpunkter, defineret på følgende måde: "Et nodalpunkt er et privilegeret tegn, som de andre tegn ordnes omkring og får deres betydning i forhold til." (Jørgensen & Phillips, 1999/2010: 37). Ud fra nodalpunktet vil jeg undersøge de *ækvivalenskæder*, der dannes og dermed skaber diskurser. Selve struktureringen og undersøgelsens udformning, vil jeg uddybe i det følgende afsnit.

4.1 Undersøgelsesdesign

I følgende afsnit vil jeg beskrive, hvordan jeg rent metodisk har valgt at udforme min analyse, og hvilke analytiske greb jeg reelt benytter i analysen. Derudover argumenterer jeg også for, hvorfor hvert greb er relevant at benytte, samt hvad disse indikerer.

I specialet ønsker jeg at undersøge, hvilke diskurser de landsdækkende medier og Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm danner via medierne, derfor vil mit undersøgelsesdesign også afspejle dette fokus. I analysen ønsker jeg ikke at undersøge en enkelt diskurs, men derimod undersøge, hvilke diskurser der dannes, med nodalpunkterne **hjemløs** og **hjemløshed**, da det er dette domæne, som er fokuset i undersøgelsen. Som nævnt i starten af metodeafsnittet, arbejder jeg ud fra en diskursteoretisk forståelse, inspireret af Laclau og Mouffe, men da de ikke selv direkte laver nogle analyser, ud fra empirisk materiale, har jeg udvalgt nogle af deres begreber, som jeg analyserer ud fra (Jørgensen & Phillips, 1999/2010: 62, 67). Fokuset for analysen er, hvordan borgere i hjemløshed diskursivt repræsenteres og dermed om de forskellige diskurser definerer borgere i hjemløshed forskelligt (Jørgensen & Phillips, 1999/2010: 40). Tilgangen til undersøgelsen er gennemgående for al empirien.

Ud fra nodalpunkterne vil jeg kigge på ækvivalenskæder og *gruppedannelse*. Jeg vil undersøge gruppedannelse, da der i en gruppedannelse er en udelukkelse af andre og en 'dem' og 'os' opdeling (Jørgensen & Phillips, 1999/2010: 56-58, 63-64), hvilket jeg vil inddrage i analysen.

I diskursive gruppedannelser lukker man således dels 'den anden', den som man identificerer sig i modsætning til, ude, og dels ignorerer man de forskelle, der er i gruppen indadtil - og dermed alle de andre måder man også kunne have dannet grupper på (Jørgensen & Phillips, 1999/2010: 57).

En gruppe bliver først en gruppe, når den repræsenteres og kategoriseres. Gruppedannelsen, sker på baggrund af, hvad man ikke selv er, den skabes derfor binært. Når der foretages en gruppedannelse, skal det også ses som at gruppens handlingsmuligheder reduceres, der foretages nemlig en undertrykkelse eller en fremhævelse af bestemte identitetsmuligheder, hvilket skaber redueringen af handlingsmulighederne. Gruppedannelsen og dens undertrykkelse eller fremhævelse sker i ækvivalenskæder (Jørgensen & Phillips, 1999/2010: 56-58). Dette gør det relevant at undersøge de forskellige ækvivalenskæder, der er med til at foretage en gruppedannelse, da det er herigennem, jeg kan få et billede af hvilke. Jeg vil samtidig se på ækvivalenskæder ud fra nodalpunkterne, for at danne et større relationelt billede af, hvad en borger i hjemløshed egentlig er. Gennem ækvivalenskæder kan man se på den diskursive konstruktion af en betegnelse (Jørgensen & Phillips, 1999/2010: 56-57).

Ud over ækvivalenskæder og gruppedannelse inddrager jeg også begreber af Jeffries. Alle Jeffries begreber jeg inddrager, vil jeg oversætte, så jeg benytter dem på dansk i selve analysen. Al

inddragelse af Jeffries og hendes begreber, skal være med til at udføre en mere tekstnær analyse, der supplerer diskursanalysen til blandt andet at kigge på en mere implicit ideologi i de skrevne tekster (Jeffries, 2010: 8) fra henholdsvis de landsdækkende nyhedsmedierne og fra Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm. Det tekstnære er relevant, da det at arbejde med diskurser er at dekonstruere noget allerede antaget. I analysen ønsker jeg, som nævnt, at undersøge, hvilke diskurser der er i det landsdækkende medier og Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, og i den forbindelse tænker jeg, det er relevant, at jeg er med til at dekonstruere og stille spørgsmålstejn ved de diskurser, som jeg analyserer.

I tekster er der mange ting der er implicite, og det der er implicit er utrolig magtfuldt, fordi det kan være, man som læser ikke er kritisk, overfor det der siges, da det oftest går ubemærket hen.

What speakers/writers assume or imply is powerful, then, because these ideologies are not structured into the main proposition of the utterance/sentence, and therefore less susceptible to scrutiny or questioning (Jeffries, 2010: 93).

De fleste kan alligevel godt opdage formodninger i teksten, problemet er dog oftest, at de ikke opdager de underliggende ideologier og verdensopfattelser, der danner baggrund for formodningerne (Jeffries, 2010: 94). Jeg arbejder med to typer af forudsætninger i teksten, som jeg vil analysere, det er de logiske og de eksistentielle. *De eksistentielle forudsætninger* er dem, der gør, at vi grundlæggende kan kommunikere, det er altså allerede opfattede idéer, der er indlejret i vores sprogsystem. Da der er en masse ting i vores samfund, hvor vi har en fælles forståelse af tingene, kan man udelade enkelte ting, når man italesætter noget, da det grundlæggende giver mening for os, som læser. *De logiske forudsætninger* har nogle triggere. Det er måden vi formulerer os på, som gør, at der er noget implicit som ikke nævnes, men hvor det sagte eller skrevne stadig giver mening (Jeffries, 2010: 94-96).

Yderligere inddrager jeg også *oppositioner* i min analyse. Dette gør jeg ved at kigge på en gruppedannelse, hvor der bliver dannet en gruppering af nogle ud fra, hvad andre er, her skabes der oppositioner. Men med inspiration fra Jeffries vil jeg undersøge, hvordan de forskellige oppositioner dannes, og ud fra hvilken forståelse der kan ligge til grund for oppositionsdannelsen (Jeffries, 51-53). Dette gør jeg, da der altid er noget bagvedliggende en oppositionsdannelse. Dette gør det relevant i undersøgelsen af hvilke diskurser, som dannes, da dette kan bidrage til en forståelse af det implicite og en tydeligere dekonstruktion af diskurserne.

I næste afsnit vil jeg komme nærmere ind på empirien, jeg benytter i analysen og hvordan empirien er blevet udvalgt.

4.2 Empirikonstruktion

I de foregående afsnit har jeg beskrevet metoden, som jeg benytter i analysen, men også hvordan selve analysen er struktureret. I dette afsnit vil jeg tydeliggøre undersøgelsens grundlag og argumentere for empirivalget. Dette vil jeg gøre, blandt andet for at skabe gennemsigtighed i specialet og tydeliggøre, hvordan empirien er blevet udvalgt.

I mit speciale har jeg udvalgt i alt 23 artikler fra henholdsvis landsdækkende nyhedsmedier, i form af Politikken, Information, Kristeligt Dagblad, Berlingske og Jyllands-Posten, og Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm. Jeg har lavet en afgrænset søgning på InfoMedia for at finde frem til de forskellige artikler. Jeg har søgt ud fra et aktualitetskriterie, hvilket skal forstås som, at alle artiklerne er fra mellem år 2019 og 2022. Dette har jeg valgt, da jeg på den måde sikrer at artiklerne er nye og dermed afspejler den diskurs, der på nuværende tidspunkt er omkring borgere i hjemløshed, da diskurser som nævnt ikke er totalitære.

Jeg har valgt at undersøgelsen tager udgangspunkt i den skrevne tekst, men om det er en fysisk avis eller webbaseret har jeg ikke været kritisk overfor. Jeg ser ikke noget problem for dette, da udviklingen gør at flere og flere aviser, også har en online platform, hvor de skriver tekster (Jepsen, 2018: 179). I min søgning har jeg foretaget en yderligere afgrænsning, ved kun at benytte større landsdækkende nyhedsmedier, hvilket også er fokus i problemformuleringen. Fokuset på de landsdækkende nyhedsmedier, kan være med til at skabe et mere fyldestgørende billede for, hvilke mediediskurser, der er omhandlende borgere i hjemløshed. Jævnfør Hjarvard har mediering en betydning for, hvordan der kommunikeres i medierne (Hjarvard^A, 2016: 19-20). Ved at undersøge de landsdækkende nyhedsmedier, og ikke en lille lokalavis, mener jeg også, at det kan give et bedre billede af, hvordan medierne er med til at sætte en dagsorden, hvilket ifølge Hjarvard er tilfældet ved nyhedsmedierne (Hjarvard^B, 2016: 45-46). Som beskrevet tidligere har jeg søgt på ordene **Hjemløs** og **Hjemløshed**. Dette har jeg valgt, da jeg ønsker at undersøge diskurserne omkring borgere i hjemløshed og hvordan der derfor kommunikeres omkring det at være hjemløs og hjemløshed, derudover er disse nodalpunkter det hele analysen er bygget op omkring.

Empiriindsamlingen sluttede i starten af november, hvorfor jeg heller ikke inddrager artikler der er ældre end d. 3. november 2022.

Min empiriindsamling for Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, har jeg foretaget på deres hjemmeside. Dette har jeg valgt, da det er her de offentliggør alle deres artikler og nyheder. Yderligere har jeg også, ved hjælp af min kontaktperson til Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, fået artikler og pressemeddelelser skrevet af Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm. Empirien fra Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm munder ud i otte tekster. Disse tekster dækker over pressemeddelelser, artikler fra deres website og forskningsartikler foretaget af dem selv. Det skal dog nævnes, at nogle af disse artikler kommer fra hovedorganisationen Kirkens Korshær, men omhandler blandt andet aftaler eller lignende, der er i relation til Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm. Fra de landsdækkende nyhedsmedier har jeg samlet én artikel fra Jyllands-Posten, to artikler fra Berlingske, tre artikler fra Politiken, fire artikler fra Kristeligt Dagblad og fem artikler fra Information. Alle disse 15 artikler, fra de landsdækkende nyhedsmedier, definerer jeg som at være en del af de overordnede mediediskurser. Grundet hjælpeorganisationens fokus er mere snævert end det andet, har jeg også flere tekster fra de landsdækkende nyhedsmedier, da det dækker over flere afsendere, hvorimod teksterne fra hjælpeorganisationen kun dækker over en afsender. Dette skal ikke forstås som, at der kun er en forfatter til teksterne fra Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, men at al kommunikationen fra dem burde være nogenlunde ens, da det er en samlet organisation. Det større antal af tekster fra de landsdækkende nyhedsmedier, har jeg valgt da jeg mener det giver et bedre billede af mediediskursen, hvis jeg inddrager flere forskellige nyhedsmedier, og dermed har flere afsendere i spil. Det skal være med til at danne et billede af, hvilke tekster nyhedsmedierne vælger at publicere, og dermed hvilke diskurser, som dannes. Derfor har jeg også både debatter, kronikker, reportager, pressemeddelelser, anmeldelser og nyhedsartikler med i undersøgelsen. Hver genre har nogle grundregler, der blandt andet er medbestemmende for, hvordan at budskabet bliver præsenteret. Det skal dog pointeres at mange journalister blander forskellige elementer, for at gøre artiklerne mere fængende (Dybris, Grundtvig & Petersen, 2004: 43).

I analysen kommenterer jeg ikke på, hvilke artikler der er hvad, så jeg kommer heller ikke ind på om der sker et overlap i de forskellige artikelgenrer, men de forskellige genrer kan noget hver især, som jeg derfor kort vil opridse her, da jeg er klar over, at der er forskel på genrerne. Nyheden som

genre, har til fokus at starte med nyheden, det aktuelle, det vigtigste, og derfra give mere information, den er mere fakta orienteret end f.eks. reportagen ((Dybris, Grundtvig & Petersen, 2004: 43-49). Reportagen er en genre, der mere er fortællende og tager læseren med på ”en rejse”, dette skal forstås, som at blandt andet journalistens omgivelser bliver beskrevet, så læseren kan fornemme, at de er til stede. Inden for anmeldelsen er det en mere personlig udmelding af f.eks. en bog, det er oplysende for læseren, omkring hvad læseren kan forvente, hvis de selv oplever, det der anmeldes. Debatter, omtales oftest som kommentaren, er en meget personlig artikel, det er typisk en analyse eller en fortolkning af et bestemt emne, som f.eks. fagfolk, journalister el.lign. udvælger og skriver om. Kronikken benytter ikke nødvendigvis journalistiske metoder. Det er en bred genre, der både kan virke kommenterende eller debatterende (Dybris, Grundtvig & Petersen, 2004: 43-49). Pressemeddelelsen er den genre, som skiller sig mest ud fra de andre genrer. I en pressemeddelelse er man oftest meget konkret, derudover er den struktureret ligesom en nyhedsartikel, hvor den er vinklet ud fra nyhedstrekanten. Derudover er den meget detaljeret og fylder oftest kun én side (Jepsen, 2018: 184-185).

Alle de forskellige genrer er med til at skabe mediediskursen, og derfor finder jeg det netop også relevant at inddrage de forskellige genrer og ikke være kritisk omkring, om det er den ene eller den anden genre. Inddragelsen er med til at skabe et større helhedsbillede. Dette er også tilfældet hos Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, da jeg også forsøger at danne et helhedsbillede og ikke udelukkende diskursen inden for en bestemt genre, men derimod den samlede kommunikation. Da det er et diskursivt helhedsbillede, jeg forsøger at finde frem til og ikke er kritisk overfor brugen af de forskellige genrer, kan jeg måske selv blive blind for dele af kommunikationen, da genren, som nævnt, påvirker måden at frame sit budskab på.

5.0 Analyse

Selve analysen er overordnet struktureret ud fra de landsdækkende nyhedsmedier og Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm. Under hver kategori, vil jeg på baggrund af undersøgelsesdesignet analysere de forskellige artikler og dermed undersøge, hvordan de hver især danner diskurser omkring borgere i hjemløshed. I analysen af dannelsen af diskurserne, vil jeg inddrage begreberne, introduceret i undersøgelsesdesignet. Derudover inddeler jeg yderligere analysen, ud fra de forskellige diskurser der dannes hos henholdsvis de landsdækkende nyhedsmedier og Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm. Dette har jeg valgt, da jeg mener, det er medskabende til et større overblik og også bliver tydeligere for læseren, hvilke diskurser, der dannes.

5.1 De landsdækkende nyhedsmedier

I denne del af analysen analyserer jeg de landsdækkende nyhedsmedier, som jeg har valgt at inddrage, for at få en forståelse af, hvilke diskurser medierne danner omkring borgere i hjemløshed. Disse diskurser der dannes, anser jeg, som at være en del af mediediskursen, som de landsdækkende nyhedsmedier benytter sig af.

5.1.1 Ren eller uren

I analysen af de landsdækkende medier, bliver det hurtigt klart, at der hersker en diskurs omhandlende borgere i hjemløshed som uhygiejniske. Dette ser jeg i de artikler, der blev skrevet omkring corona omhandlende borgere i hjemløshed. ”De har ikke samme mulighed for at isolere sig, de har ikke samme adgang til værnemidler, og de har begrænset adgang til at vaske hænder.” (Paulsen, 2021). Dette citat tydeliggøre en formodning om, at en borger i hjemløshed ikke lever op til bestemte hygiejniske krav og dermed er mere uren. Der skabes også en opposition, i udtalelsen ”(...)de har ikke samme adgang til værnemidler” (Paulsen, 2021). Det er en negligeret opposition, hvor der samtidig er en logisk forudsætning, om at andre end borgere i hjemløshed har adgang til værnemidler (Jeffries, 2010: 55, 94-98). I oppositionen skabes der også en gruppedannelse, som er med til at lave en opdeling mellem ’os’ og ’dem’, hvilket påvirker billedet af borgerne i hjemløshed, som noget ’vi’ ikke selv er (Jørgensen & Phillips, 1999/2010: 56-58). Den tidligere Korshærspæst Bjarne Lenau Henriksen beskriver også borgere i hjemløshed som blandt andet beskidte. ”Sprittere var nogle mennesker, hvis snavsede ansigtsudtryk og forhutlede fremtoning ikke bare viste, at de

var spøjse, men at de havde det rigtig, rigtig skidt.” (Hovalt, 2021). Her bliver både ord som spøjs, snavset og forhutlet sat i forbindelse med nodalpunktet hjemløshed, og det sender igen flere associationer til en uhygiejnisk person, der taler ind i det urene. Yderligere refereres der til sprittere, som indikerer et alkoholmisbrug, som endnu engang bekræfter en udlægning af borgere i hjemløshed, som flere andre artikler også italesætter. Astrid Krag kommer i en artikel med følgende udsagn ”(...) som har levet i hjemløshed og stofmisbrug og måske kriminalitet og prostitution i nogle år.” (Wang, 2019). Her bliver nodalpunktet hjemløshed sammenkoblet med misbrug, kriminalitet og prostitution. Dette synes jeg, også bidrager til en diskurs omkring urenhed.

Derudover nævnes det også flere steder i artiklerne fra de landsdækkende nyhedsmedier, at mange borgere i hjemløshed lider af diverse sygdomme. Sygdommen bliver præsenteret forskelligt. I en af artiklerne beskrives det, hvordan mange borgere i hjemløshed lider af sygdomme, men som ikke diagnosticeres, da de ikke går til lægen (Paulsen, 2021). Denne skildring bekræftes af Benjaminsen (Paulsen, 2021). I skildringen sker der en gruppedannelse af, at borgere i hjemløshed oftest lider af diverse sygdomme, hvilket igen tegner et specifikt billede af borgere i hjemløshed, som værende urene eller måske svage. Ydermere nævnes det også, at nogle borgere i hjemløshed kan være en form for økonomisk byrde, da de både har dårligt helbred, dårlig hygiejne og også kan være misbrugere (Paulsen, 2021). ”De er i høj risiko for at blive smittet, og nogle har mange helbredsproblemer og misbrug, så derfor vil smittede, blandt de hjemløse formentlig også lægge stort beslag på intensivpladser med mere. Derfor antager jeg, at det er samfundsøkonomisk giver mening, hvis hjemløse og socialt udsatte kom frem i køen.” (Paulsen, 2021). Her bliver borgere i hjemløshed skåret over en kam, og dette er med til at ekskludere dem, fra samfundet.

Socialborgmester i Københavns Kommune Mia Nyegaard, udpensler at borgere i hjemløshed nok ender med at fylde meget på de danske hospitaler, hvilket ikke er positivt for samfundsøkonomien, og grundet dette vil hun foreslå, at de kommer foran i køen til coronavaccinationer. Det bliver altså et spørgsmål om økonomi, frem for det enkeltes menneske liv og helbred, som fremlægges i denne udtalelse (Paulsen, 2021). Dette sender igen et billede til læseren om, at det enkelte menneske ikke nødvendigvis er det, der er i første række, men samtidig også at borgere i hjemløshed er svagere end andre. Denne fremstilling er med til at skabe en gruppedannelse af ’de svage hjemløse’ og ’de stærke ikke-hjemløse’.

Et andet eksempel på at sygdoms- eller nærmere sundhedsperspektivet skildres i de landsdækkende nyhedsmedier er ækvivalenskæden, som foretages af Mouritsen. ”Vi klemmer altså de hjemløse fast i svingdøren mellem psykiatrien og hjemløshed.” (Mouritsen, 2021). Her dannes der først og fremmest en ækvivalens mellem psykiatri og hjemløshed, hvilket er med til at rammesætte borgeren i hjemløshed, og danne en bestemt opfattelse af borgeren i hjemløshed (Jørgensen & Phillips, 1999/2010: 63). Denne artikel er en kritik af psykiatrien og hvordan at de ikke tager sig af borgere, der lever i hjemløshed, det er også derfor, der er dette fokus, men det kan virke regenererende, da andre artikler i de landsdækkende nyhedsmedier også italesætter borgere i hjemløshed og psykisk sygdom. I artiklen skrevet af Larsen, bygger han videre på idéen om, at borgere i hjemløshed er lig med psykisk sårbarhed, da han nævner, at det kan være svært ”(...) at få sit liv i en kasse – eller i spændetrøje, som det opleves af en del.” (Larsen, 2019). Spændetrøjen har for de fleste den eksistentielle forudsætning, at den findes på en lukket psykiatrisk afdeling, da dette oftest vises i film. Det er muligt for læseren at foretage en logisk forudsætning og sammenkobling mellem spændetrøje, hjemløs og psykisk sårbarhed, der danner et meget klart billede til læseren af, hvordan man skal opfatte en borger i hjemløshed. Også selvom det ikke er intentionen her, da Larsen egentlig rejser en kritik mod, hvordan borger i hjemløshed altid skal kategoriseres og bliver fastholdt i denne kategorisering, desværre er den logiske forudsætning så stærk, så den måske overskygger det reelle budskab. Derudover opstiller Larsen også en definition på en borger i hjemløshed, der umiddelbart er hans egen definerende. Den følger i hvert fald ikke Benjaminsens definition på hjemløshed (Benjaminsen, 2022: 106), som også beskrives i indledningen. I denne definition, skabes der en ækvivalensskæde til nodalpunktet hjemløs, ud fra nogle af de samme ideologier, vi har set tidligere. ”Definitionen af hjemløse er, at man er hjemløs, hvis man udover manglende bolig har komplekse sociale, psykiske og fysiske vanskeligheder.” (Larsen, 2019). Det er det psykiske, fysiske og sociale problemer, der bliver definerende for den enkelte borger i hjemløshed, hvilket igen tegner et meget specifikt billede af det at være borger i hjemløshed. Larsen definerer, dermed flere gange borgere i hjemløshed, ud fra et sygdomsperspektiv, og det virker derfor meget styrende for, hvordan skildringen og hans verdensforståelse af en borger i hjemløshed er.

I den overordnede analyse, ser jeg en tydelig sundhedsdiskurs, når borgerne i hjemløshed omtales. Denne sundhedsdiskurs indeholder en skildring af, at borgere i hjemløshed er uhygiejniske og oftest har mange forskellige sygdomme, hvilket falder ind under det sundhedsperspektiv, som nogle

artikler har. Derfor ser jeg også sundhedsdiskursen som værende meget repræsenteret i empirien for de landsdækkende nyhedsmedier.

5.1.2 Trussel eller offer

Udover en tydelig sundhedsdiskurs, ser jeg også, at der er flere af artiklerne, som trækker på en idé om, at borgerne i hjemløshed enten er en trussel eller et offer. Det er dette, jeg vil se nærmere på i denne del af analysen.

I en artikel ser jeg, hvordan nodalpunktet hjemløshed sættes i sammenhæng med en offerdiskurs, i og med at borgere i hjemløshed ikke kan opnå deres drømme, grundet deres traumatiske opvækst, hvilket er synd for dem. Derudover bliver der i samme omgang trukket på en sundhedsdiskurs, da der i nedenstående udtalelse bliver fremhævet blandt andet misbrug og følgesygdomme heraf. Sundhedsdiskursen virker i denne sammenhæng til at være medbekræftende i offerdiskursen og bruges nærmere til at understøtte, hvor meget offer en borger i hjemløshed er, end til at eksplicitere, hvor syg en borger i hjemløshed er.

Mennesker i hjemløshed er ofte ramt af flere svære sociale og sundhedsmæssige problemer, som hæmmer dem i at udleve de ønsker, håb, drømme, som de har. Mange har en traumatisk opvækst bag sig fra en dysfunktionel familie og har været anbragt uden for hjemmet, kun få har en reel tilknytning til arbejdsmarkedet eller uddannelsessystemet. Hovedparten af den ældre gruppe i hjemløshed har været i alkohol- og/eller stofmisbrug gennem mange år med følgesygdomme og kognitiv reducere til følge (Trans, 2022).

I denne ækvivalenskæde, kommer der flere ord på, end i mange af de andre artikler, men den ækvivalens der dannes, er fortsat med til at iscenesætte et bestemt billede af, hvem en borger i hjemløshed er, som igen sidestilles med, en der har en eller flere problemer, afhængigheder eller diagnoser. Dette kan måske være for at læseren skal få medfølelse for borgerne i hjemløshed, og for at italesætte at, det ikke er en dans på roser. Denne offerdiskurs er der flere artikler, der også taler ind i, også artiklen af Jens Rebensdorff, der har fået en borger i hjemløshed ved navn André Christensen til ordet. I den artikel bliver det tydeligt at nogle borgere i hjemløshed, måske også selv optager de herskende diskurser, som er i medierne. I artiklen fremgår det, at mange borgere i hjemløshed ikke melder diverse overfald, krænkelser og andre voldsepisoder, da mange "(...) frygter, at de ikke vil blive taget seriøst." (Rebensdorff, 2019). Dette taler ind i en offerdiskurs,

omkring at borgere i hjemløshed kan være bange for at blive underkendt, hvilket gør, at de oftest helst ikke opsøger politiet. Grunden til dette er en formodning om, at fordi man er en borger i hjemløshed, er man ikke troværdig. Samtidig siger André også følgende: ”Vi bliver lagt for had” (Rebensdorff, 2019) og ”Jeg ved sgu ikke, hvorfor de ikke kan lide os.” (Rebensdorff, 2019). Begge disse citater er med til at tydeliggøre offerdiskursen. André laver også en gruppeidentitet, da der er en ’dem’ og ’os’ opdeling. Der er borgeren i hjemløshed og den der ikke er borger i hjemløshed. På den måde får André, som selv er en borger i hjemløshed, skabt en diskurs omkring sig selv, som at være et offer, som andre skal have synd af, men samtidig skaber han også selv en gruppedannelse, hvor han tilhører ’borgerne i hjemløshed’. Det er ikke kun journalister, borgere i hjemløshed og fagfolk der optager og regenerer de samme diskurser, politikerne taler også ind i de herskende diskurser. Astrid Krag citeres i Wangs artikel, hvor Astrid Krag benævner, at en indsats i forhold til borgere i hjemløshed blandt andet skal fokusere på: ”(...) at der er billige og skæve boliger nok.” (Wang, 2019). Det hun italesætter boligerne som skæve, giver et billede af, at boligerne skal være anderledes, og at en standard lejlighed ikke er i orden for en borger i hjemløshed. Det virker til, at tidligere socialminister Astrid Krag, selv har en logisk forudsætning om, at borgere i hjemløshed oftest er nogle ”skæve typer”, hvad end det så skal betyde. Derudover ser jeg Astrid Krag’s udmelding, som en der taler ind i en offerdiskurs, da ’vi’ skal tage os af borgerne i hjemløshed, og indrette bestemte boligtyper til dem, som borgerne i hjemløshed kan være i.

Selv når man som kommunikatør forsøger at kritisere måden, som borgere i hjemløshed fremstilles på, så kan det alligevel være svært ikke at regenerere de samme diskurser og tankemønstre. Et eksempel på dette er Nyegaard, som beskriver og kritiserer, hvordan de seneste års stramninger på love, der rammer borgere i hjemløshed, er med til at danne et billede af at borgerne i hjemløshed, som er utryghedsskabende. Alligevel taler hun selv ind i denne diskurs i artiklen, da hun nævner de mange udfordringer, som kommunerne skal tænke over, når der skal oprettes boliger til blandt andet borgere i hjemløshed. ”(...) at kommende naboer kan føle sig trygge i deres hjem.” (Nyegaard, 2021), så på den måde er hun selv med til at videreføre denne diskurs omkring borgere i hjemløshed. Hendes skildring er dog nærmere at borgerne i hjemløshed er en trussel for de borgere, som skal bo omkring borgerne i hjemløshed.

I hele offerdiskursen af borgeren i hjemløshed, tegnes der også et lille billede af borgeren i hjemløshed, som en form for trussel, en vi måske skal være bange for. Dette sker, blandt andet i en

overskrift skrevet i Jyllands-Posten, som lyder på følgende måde: ”Udsatte grønlandere kæmper med vold, misbrug og hjemløshed” (Jyllands-Posten, 2019). Allerede i overskriften bliver alkoholmisbrug og vold sat sammen med nodalpunktet hjemløshed. Derfor får man som læser først idéen af, at det er de udsatte grønlandere, der selv er misbrugere og voldelige, når det faktisk længere nede i artiklen bliver tydeligt, at grønlandere udsættes for vold (Jyllands-Posten, 2019). Dette er et aktivt valg forfatteren har taget i overskriften, hvor der implicit bliver beskrevet at en grønlander, som er udsat, ofte har voldelige tendenser. Her skabes der først en idé om, at borgere i hjemløshed udgør en trussel, men hvis læseren ikke kun læser overskriften, er det tydeligt, at der igen bliver talt ind i offerdiskursen, da det er synd for grønlanderne, som bor på gaden, at de udsættes for vold. På den måde ændrer diskursen sig i denne artikel.

Ole Thyssen vælger derimod en lidt anden måde at beskrive borgere i hjemløshed på. Han har ikke umiddelbart en offerdiskurs for øje, men mere en idé om at borgere i hjemløshed er en trussel, hvilket kommer til udtryk i følgende citat: ”(...) at de opfører sig dumt, ødelægger alting for sig selv, bryder alle aftaler og konsekvent træffer gale valg.” (Thyssen, 2021). I Thyssens udlægning virker det som om, der er konsekvenser ved at have borgere i hjemløshed i samfundet. Både for samfundet, men også for borgeren i hjemløshed selv. Denne skildring får skabt et billede af, at man burde være lettere bange for borgere i hjemløshed. Derudover bliver der i ækvivalenskæden også dannet en gruppedannelse ved at Thyssen blandt andet benytter ’de’, hvilket skaber en klar opposition til ’os’. Denne repræsentation, danner dermed et farligt billede af borgeren i hjemløshed. (Jørgensen & Phillips, 1999/2010: 56-59).

Preben Brandt, henviser til Thyssens artikel, og sender kritik mod artiklen og det ”(...) forenkede billede” (Brandt, 2021), som Brandt mener Thyssen udviser, om borgere i hjemløshed. Brandt italesætter derimod, den diversitet der er i det at være en borger i hjemløshed (Brandt, 2021). Brandt forsøger dermed at nuancere det billede, der ellers tidligere er blevet skitseret omkring borgere i hjemløshed. I artiklen skriver Brandt ”De kan ikke skæres over én kam som tabte sjæle.” (Brandt, 2021), her italesætter han igen den forskellighed, der er blandt borgere i hjemløshed, men samtidig regenererer han en idé om borgere i hjemløshed som værende tabte sjæle, i og med han benævner det. På den måde bekræfter han jo netop offerdiskursen. Det virker dermed, som om at Brandt forsøger at skabe en moddiskurs, men da han selv benytter ordene tabte sjæle, går dette desværre til grunde og projektet mislykkes. Som modspil til den lettere negative måde at formulere hjemløshed på i medierne, er der flere artikler, der bringes i Politiken, der er noget mildere. Et eksempel på

dette er i en anden artikel, her bliver nodalpunktet hjemløshed formuleret anderledes end i størstedelen af de andre artikler, der udgør empirien. ”Der er brug for et skifte i politisk fokus fra at håndtere hjemløshed med bl.a. midlertidige herbergspladser til at stoppe hjemløshed ved at sikre tilstrækkeligt med betalelige boliger.” (Klarup, 2020). Her er det ord som ”håndtere”, der bruges omkring borgerne i hjemløshed, som er anderledes end jeg f.eks. præsenterer senere i analysen. Her forsøges der fortsat at skabe en moddiskurs, men alligevel er den påvirket og styret af en overordnet offerdiskurs, da det virker som om at borgerne i hjemløshed er stakler, der skal have hjælp. Politiken laver også en gruppedannelse, da de skriver: ”Hjemløse er en gruppe uden midler, uden gennemslagskraft og uden solid politisk repræsentation.” (Politiken, 2021). Hvilket indikerer at borgere i hjemløshed, er en gruppe mennesker, der endnu engang bekræfter en klar gruppedannelse, hvor at borgerne i hjemløshed anses som specifikke former for mennesker. Derudover er der også en offerdiskurs, da det virker som om, læseren igen skal have ondt af borgeren i hjemløshed.

Denne offerdiskurs er meget repræsenteret i medierne, og det virker som om, at journalisterne benytter denne tilgang, da det virker mere sobert, men uden at de gennemtænker, om det eventuelt kan påvirke kommunikationen, de sender ud. I forlængelse af offerdiskursen vil jeg i næste analyseafsnit, undersøge en anden diskurs jeg ser repræsenteret i de landsdækkende nyhedsmedier, nemlig diskursen om en værdig eller uværdig borger i hjemløshed.

5.1.3 Værdig eller uværdig

Vi ser i flere af artiklerne, at der er fokus på, hvorfor man er en borger i hjemløshed, samt hvilke faktorer, der kan spille ind for hjemløsheden. Som belyst i de to foregående afsnit, bliver disse ting i empirien for de landsdækkende nyhedsmedier, oftest beskrevet ud fra en offerdiskurs eller sundhedsdiskurs. Yderligere ser jeg en skildring af, om man som borger i hjemløshed er kompetent eller ej og i den forlængelse, også om man er værdig til hjælpen, man får tilbudt som borger i hjemløshed. På baggrund af dette, er det sidste, jeg vil tydeliggøre i denne del af analysen spørgsmålet om værdighed, som jeg også finder repræsentativt i empirien fra de landsdækkende nyhedsmedier.

En udlægning af at borgere i hjemløshed måske kan blive iscenesat som værdige eller uværdige, foretages af Thyssen (2021). Thyssen laver flere beskrivelser, blandt andet ”(...) uden forventning om, at han bliver en aktiv og ansvarlig borger.” (Thyssen, 2021), og ”De skal have hjælp udefra, så

ansvaret for deres liv kommer i kompetente hænder.” (Thyssen, 2021). I disse to citater er der flere logiske forudsætninger, blandt andet at borgeren i hjemløshed ikke er en aktiv og ansvarlig eller kompetent borger og derfor skal have hjælp udefra. Der dannes en klar gruppedannelse mellem 'dem' og 'os' (Jørgensen & Phillips, 1999/2010: 56-58), hvor 'os' er hjælperne og de kompetente. Denne skildring af en borger i hjemløshed, danner nærmest et billede af, at de ikke er værdige borgere, da de ikke kan handle selv og agere som 'os' i samfundet.

Tankegangen omkring at en borger i hjemløshed kan være værdig eller uværdig, bygger på en gammel idé omhandlende fattige, som Hovalt benævner. Han taler om værdigt trængende, hvilket stammer fra 16. århundrede. ”Således var fattige og hjemløse enten værdigt eller uværdigt trængende engang” (Hovalt, 2021). Denne opdeling mellem værdigt og uværdigt sætter både uværdigt i sammenhæng med nodalpunktet hjemløs, men derudover skaber det også en klar opdeling i 'dem' og 'os' og dermed en gruppedannelse (Jørgensen & Phillips, 1999/2010: 55). I artiklen benævner Sarah Smed også, hvordan den idé om at være værdigt trængende, til stadighed påvirker debatten om borgere i hjemløshed i dag, hvilket Henriksen også var inde på i starten af artiklen. Den underliggende idé om at borgere i hjemløshed er uværdigt trængende, dukker blandt andet op ifølge Smed, i den offentlige debat, når hjemløshed bliver omtalt som selvforskyldt (Hovalt, 2021). Der er altså to elementer, der kædes til nodalpunktet hjemløshed, nemlig selvforskyldt og uværdigt trængende, dette på trods af at Smed, faktisk mener, der er et meget ekskluderende syn på borgere i hjemløshed, i den offentlige debat. I hele artiklen, bliver Henriksen og de andre, som inddrages, ved med at skildre borgere i hjemløshed ud fra en 'dem' og 'os' tankegang, der er ekskluderende for borgerne i hjemløshed. ”Vi normale har altid været bange for 'de andre'” (Hovalt, 2021) er en klar udtalelse af Henriksen, som bevidner en opdeling og en gruppedannelse af 'de normale' og 'de unormale'. Her trækkes der også på en skildring af, at en borger i hjemløshed måske er farlig, eller i hvert fald at 'os' frygter 'de andre'. Der er blevet foretaget en undersøgelse i 2017, som der refereres til, hvor det bevidner at nodalpunktet hjemløshed oftest sættes i forlængelse af dovenskab (Hovalt, 2021). Tidligere borger i hjemløshed og nu forfatter, Mikhail Josephsen beskriver hvordan ”Hjemløse bliver ikke betragtet som værdige.” (Hovalt, 2021). Det menneskesyn der startede i det 16. århundrede hænger ved eller er blusset op igen, og dermed er det kulturelle syn på borgere i hjemløshed stadig, at de ikke er værdigt trængende.

Et andet tema der udspiller sig i flere af artiklerne, er idéen om, at hjemløshed skal bekæmpes. I overskriften ”Vi har brug for væresteder for at bekæmpe hjemløshed” (Trans, 2022). Bliver der opstillet et billede af, at borgerne i hjemløshed skal bekæmpes som skadedyr. En neutralisering kunne evt. være, der skulle tages hånd om hjemløshed, men det specifikke ordvalg ’bekæmpe’ gør noget ved det billede, der opstilles. I artiklen bliver borgerne i hjemløshed omtalt som mennesker i hjemløshed, hvilket er med til at understrege en form for værdighed, over for dem der lever i hjemløshed. Yderligere kan det virke, som om at det skal skrives eksplicit, at der er mennesker i hjemløshed, hvilket for de fleste ellers ville være en eksistentiel forudsætning, da ved italesættelsen af hjemløshed, er det implicit mennesker der omtales. Trans er ikke den eneste, der benytter sig af en form for skadedyrsanalogi eller, som skaber en ækvivalenskæde mellem hjemløshed og bekæmpelse. Skadedyrsanalogien er også at finde i artiklen ”Ny rapport: Erfaringer fra coronakrisen kan bruges til at bekæmpe hjemløshed” (2020) skrevet af Frederikke Engberg Larsen. Her er det også i selve overskriften, at ordet bekæmpe benyttes (Larsen, 2020). Det er altså et billede, der gentages flere steder i de landsdækkende nyhedsmedier, og derfor også må være dannende for mediediskursen, hvilket jeg vil argumentere for fordrer tankegangen om uværdighed, som Smed benævner (Hovalt, 2021).

Problematikken omkring at hjemløshed er noget, der skal bekæmpes, viser sig også i en artikel, hvor der henvises til Jann Sjørnsen, i følgende udtalelse: ”(...) at skiftende regeringer har afsat store midler til bekæmpelse af hjemløshed.” (Søndergaard, 2019). Vi ser også i en artikel fra Politiken, hvordan det at være borger i hjemløshed skal bekæmpes. Her er udlægningen nærmere, at det er regeringen, som forsøger at ”bekæmpe” hjemløshed, men skildringen bliver alligevel regneret og genfortalt, hvilket også sker i en anden artikel. ”Det kan lyde kynisk, men måske er det, fordi der ikke er stemmer i at bekæmpe hjemløshed.” (Nyegaard, 2021). Senere i samme artikel bliver der igen benyttet ordet bekæmpelse, denne gang i forbindelse med tiggeriloven, som, ifølge Nyegaard, blev vedtaget for ”(...) at bekæmpe hjemløse end hjemløshed.” (Nyegaard, 2021). Her beskriver Nyegaard også, at regeringen og lovene virker som om målet er at bekæmpe, dog mener Nyegaard, at det specifikt er borgerne i hjemløshed, der skal bekæmpes. Uanset hvem der skal bekæmpes, eller hvordan der skal bekæmpes, mener jeg, det stadig danner en diskurs om værdighed, her en manglende værdighed, når man som kommunikatør, kan tale om andre menneskers liv, som noget der skal bekæmpes. Selvom der ikke umiddelbart bliver brugt ordene værdighed eller uværdighed.

Ud fra dette får jeg fornemmelsen af, at debatten omkring borgere i hjemløshed i de landsdækkende nyhedsmedier stadig har tendens til, at tale ind i en diskurs om værdighed. Ligesom Hovalt beskriver, hvordan denne tankegang også påvirkede i det 16. århundrede (Hovalt, 2021). Det er et billede som mange forskellige både journalister, borgmestre og tidligere borgere i hjemløshed selv taler ind i, og diskursen om værdighed bliver derfor regenereret gang på gang.

5.2 Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm

I ovenstående sektion, har jeg analyseret de landsdækkende nyhedsmedier og hvilke diskurser der dannes af dem. I dette afsnit vil jeg analysere de artikler og pressemeddelelser, som jeg har indsamlet fra Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm. Inden jeg starter denne del af analysen, har jeg en hypotese om, at på baggrund af hjælpeorganisationens værdisæt og vision, vil jeg måske kunne se andre diskursdannelser, end dem der dannes i de landsdækkende nyhedsmedier.

Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm har skrevet et par pressemeddelelser, hvori de blandt andet oplyser om forskellige events, der skal finde sted. Disse pressemeddelelser kan også ses som en form for invitation til offentligheden. Disse pressemeddelelser er, som genren fordrer, meget korte og konkrete. Derudover er der ikke meget omtale af borgere i hjemløshed i dem. En af pressemeddelelserne, som jeg har fået adgang til, omhandler at der uddeles gratis briller og synstjek til blandt andet borgere i hjemløshed (Kirkens Korshær, 2021). I denne pressemeddelelse, er det meget faktuel og borgerne i hjemløshed nævnes kun kort. I pressemeddelelsen ser jeg ikke de samme diskurser, som jeg ser i de landsdækkende medier, hvilket umiddelbart er positivt. Da Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, derfor ikke umiddelbart regenerer og taler ind i disse. Idéen om at Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm ikke optager de samme diskurser, som de landsdækkende medier, slutter til gengæld også herefter. Ved en anden pressemeddelelse, som jeg præsenterer senere, er der nemlig en anden form for benævnelse af borgere i hjemløshed.

5.2.1 Ren eller uren

Ligesom jeg har set i analysen af de landsdækkende nyhedsmedier, er der også en opposition mellem det rene og det urene i nogle af artiklerne, som jeg har fra Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm.

Et meget eksplicit eksempel på dette er i en artikel, hvor Martin Lundager Pedersen beskriver hænderne hos en borger i hjemløshed. Beskrivelsen er detaljeret og i beskrivelsen er der en tydelig opposition, mellem to sæt hænder. ”Det ene par hænder (den hjemløses) er ofte ru, prægede af et hårdt liv og måske med lidt skidt under neglene. Det andet par (den frivilliges) er ofte mere ’delikate’, spinkle og rene.” (Pedersen^A, 2021). Oppositionen er tydelig mellem det rene og det urene, den hjemløse og den ikke-hjemløse, delikat og udelikat. Det er en eksplicit opposition, der dannes (Jeffries, 2010: 55). Det viser tydeligt en bestemt tankegang, der er forholdsvis ren og positiv over for den frivillige og mere beskidt og negativ over for borgeren, der lever i hjemløshed. I citatet bliver der dannet et mere firkantede og kategoriserende syn på en borger i hjemløshed, hvor der også bliver videreført den diskursive tankegang, som er til stede hos mange af de landsdækkende nyhedsmedier. Det er en sundhedsdiskurs, som dannes både hos de landsdækkende nyhedsmedier, men også hos Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm. Dette er ikke sygdomsorienteret, men det handler om hygiejne. I denne opposition, foregår der også en gruppedannelse, da der skabes et ’os’, som er de rene hænder og et ’dem’, de beskidte hænder (Jørgensen & Phillips, 1999/2010: 56-57). Hænderne hos borgeren i hjemløshed er beskidt i forhold til de rene hænder, som tilhører den frivilliges, hvilket dermed tydeliggør, at den frivillige ikke er en borger i hjemløshed. I samme artikel danner Pedersen en ækvivalenskæde ud fra nodalpunktet hjemløs, der er med til at skabe et helt bestemt billede af en borger i hjemløshed, men samtidig som en samlet gruppe. ”Den ensomme, den hjemløse, migranten, den psykisk lidende eller stofbrugeren, der modtager den frivilliges omsorg.” (Pedersen^A, 2021). Det er altså tydeligt at se, det er svært ikke at tale ind den samme sundhedsdiskurs som medierne benytter. Der bliver skabt mange af de samme ækvivalenskæder, der dannes blandt andet ud fra andre ”grupperinger” eller sygdomme, der også kan defineres i et sundhedsaspekt.

Udover de andre klassiske ord, som borgere i hjemløshed beskrives med i blandt andet de landsdækkende nyhedsmedier, frembringer Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm et alternativ. ”De er jo vildt hårdføre og tilpasningsdygtige!” (Pedersen^A: 2020). De henviser direkte til borgere i hjemløshed, som er nogle, der kan klare en del, og er gode til at tilpasse sig samfundet, samt de livsvilkår de har. Det er dermed nogle mindre brugte ord, som står i ækvivalent til nodalpunktet hjemløs, da de ord jeg før har fremhævet har været psykisk syg, misbruger osv. Ved at bruge ord som ’hårdføre’, virker det som om, at der forsøges at give borgeren i hjemløshed en form for agens. Eller borgeren i hjemløshed forsøges i hvert fald at blive beskrevet på i en mere positiv

rammesætning. Tine der bliver citeret i artiklen, er en frivillig på morgencaféen YouPeople og hendes udtalen, skal forstås som en cadeau til borgerne i hjemløs, da hun ikke ville kunne leve som de gør (Pedersen^A: 2020). Problemet ved dette er, at mens borgerne i hjemløshed nærmest hyldes, bliver der skabt en gruppedannelse, hvor borgeren i hjemløshed, bliver beskrevet ud fra Tines egen manglende kunnen. Igen dannes der en gruppedannelse ud fra 'dem' og 'os' (Jørgensen & Phillips, 1999/2010: 56-57). Gruppedannelsen som der foretages, reducerer borgerne i hjemløsheds handlemuligheder, og tydeliggøre endnu en gang, at Tine den frivillige ikke er som borgeren i hjemløshed, da hun aldrig selv ville kunne leve på gaden og stå over for de svære daglige udfordringer, som borgeren i hjemløshed gør. Selvom Tines tankegang er god og oprigtig, sker der alligevel denne skævvridning i magtbalancen, da der dannes et 'dem' og 'os' og magten virker dermed udøvende overfor borgerne i hjemløshed (Jørgensen & Phillips, 1999/2010: 49-50).

Sundhedsdiskurser og sundhedsfokusset er tydelig i en af de artikler, jeg har med fra Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm. "Man får angst eller udvikler et misbrug for at dulme frygten og glemme nederlaget." (Madsen^B, 2019). Det bliver meget konstaterende, som om der kun er den ene udvej for en borger i hjemløshed. "(...) livet på gaden er hårdt for både psyke og krop." (Madsen^B, 2019). Her bliver borgere i hjemløshed betegnet, som nogle der er hårdt ramt psykisk og fysisk, hvilket er med til at tegne et bestemt billede af borgerne i hjemløshed. Dette billede og de ord, som benyttes til at beskrive nodalpunktet hjemløs, regenererer en sundhedsdiskurs, men hvor borgerne i hjemløshed ikke er sunde, men syge.

Sundhedsdiskursen er ikke særlig repræsenteret i teksterne fra Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, men den er alligevel til stede i artiklerne. Det er den diskurs, der fylder mindst, hvor diskursen om offer er mere tydelig, hvilket jeg vil analysere i nedenstående afsnit.

5.2.2 Offer eller trussel

Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm taler også ind i en offerdiskurs, hvor at borgeren i hjemløshed bliver beskrevet som et offer. Dette sker både i forhold til de vilkår borgerne i hjemløshed har, men også ud fra, hvordan de behandles af staten, samt hvordan deres liv er.

Ved at beskrive borgere i hjemløshed som ofre, bliver der skabt et bestemt verdensbillede af, hvad en borger i hjemløshed reelt er, men ud fra et perspektiv af, at det er synd. Når der bliver benyttet ord som armod, indikerer dette en massiv fattigdom, dette virker noget voldsommere end at skrive

fattigdom. Der sker en ækvivalens mellem det at leve i armod og være en borger i hjemløshed "(...) den armod, mange hjemløse lever i." (Pedersen^A: 2020), hvilket jeg vil argumentere for taler ind i en offerdiskurs. Selvom der i artiklen forsøges at sammenkædes andre ord til hjemløs, sniger der sig også nogle af de "klassiske" ord, vi ser i de landsdækkende nyhedsmedier, der indikerer et samlet verdensbillede af, hvem en borger i hjemløshed er.

Offerdiskursen regenereres også i blandt andet i følgende overskrift: "Lejr- og tiggeri-lov kriminaliserer fortsat hjemløshed" (Pedersen^B, 2020), er der en logisk forudsætning, i ordet fortsat (Jeffries, 2010: 97). Der er en formodning om, det at være en borger i hjemløshed er det samme som at være kriminel, alene på baggrund af at du er hjemløs. Der er også en forudsætning i og med, det er utrygt, at være en borger i hjemløshed, der bor på gaden, hvilket gør at loven rammer ekstra hårdt for dem (Pedersen^B, 2020). Pedersen skriver, "Muligheden for at kunne sove flere sammen er sikkerhedsmæssigt essentiel for de hjemløse" (Pedersen^B, 2020), hvilket logisk forudsætter, det ellers er usikkert, at være en borger i hjemløshed, især hvis man er en gadesover, det er blevet italesat i indledningen af specialet. Alt dette taler ligeledes ind i en regenerering af en offerdiskurs af borgeren i hjemløshed. De er ofre for en kriminalisering af deres væren i verden. I artiklen ser vi ligeledes, at der bliver beskrevet, hvordan den nye lejr- og tiggerilov gør "(...) livet sværere for udendørssovende hjemløse i Danmark" (Pedersen^B, 2020). Her er der en eksistentiel forudsætning, fra forfatterens side, af at han tror, læseren er indforstået med den brede definering af en borger i hjemløshed, som værende andet end en der sover på gaden. Dette er med til at nuancere billedet på, hvad en borger i hjemløshed er, men samtidig viser dette også, at de ofte er ofre i samfundet.

I en anden artikel af Pedersen fra 2021 ser vi et andet billede af en borger i hjemløshed. Borgeren i hjemløshed bliver både beskrevet som et offer, men samtidig også som en trussel for det danske samfund. "Det er ikke alle, der kan bo i en 'almindelig' lejlighed. Hvis det var tilfældet, ville der slet ikke være så store problemer med hjemløshed i Danmark." (Pedersen^B, 2021). Ved at bruge ordvalget "så store", skabes der en logisk forudsætning, da det implicit siger, der allerede er meget store problemer med borgere, som lever i hjemløshed i Danmark. Denne sammensætning lyder som, at der skabes en trussel for det danske samfund, da det her bliver italesat som et stort dansk problem. Samtidig dannes der også en offerdiskurs, da det nærmest bliver rammesat som, at det er synd for borgerne i hjemløshed, at de ikke kan bo i en "almindelig bolig". Ved at skrive almindelig, får Pedersen også dannet en grupperdannelse, da borgerne i hjemløshed ikke anses som almindelig og derfor må være ualmindelige, hvilket er en opposition. Denne problematisering af

borgere i hjemløshed, italesættes også i en af de pressemeddelelser, jeg har analyseret. I pressemeddelelsen er det Winnie Berndtson, der er Regionschef for Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, der udtaler sig. ”Ved at tænde lys i mørket, håber vi at gøre det tydeligt, at hjemløshed fortsat er et kæmpe problem i hovedstadsområdet, som der er absolut brug for at gøre noget ved.” (Kirkens Korshær, 2019). Dette italesætter bare fakta omkring, at der fortsat befinder sig mange borgere i hjemløshed, i København, men samtidig kan det måske for nogle læsere virke som en trussel for samfundet, i og med at de mange borgere i samfundet, kan rammesættes til at de kan overtage samfundet, da de fylder meget i det københavnske bybillede. Men måske kan det også virke som en trussel, at antallet af borgere i hjemløshed er stort. Resten af pressemeddelelsen er ellers bare faktuel og informativ, ligesom jeg præsenterede i starten af analysedelen for Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm.

Offerdiskursen dannes på baggrund af blandt andet gruppedannelser og ækvivalenskæder, som tydeliggør en verdensforståelse af at borgere i hjemløshed er ofre i det danske samfund. Samtidig nævnes borgere som hjemløshed også som et stort problem, hvilket kan virke som en form for samfundstrussel.

5.2.3 Værdig eller uværdig

Hos Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm bliver borgerne i hjemløshed defineret og forklaret ud fra, hvad ’vi’ ikke er. Der bliver skabt en gruppedannelse i flere artikler, hvilket også allerede har været italesat tidligere i analysen. Denne gruppedannelse sker blandt andet ved brugen af en kontrastering, mellem ’dem der har brug for hjælp’ og ’dem der hjælper’, hvilket er med til at skabe en klar opdeling. En anden måde der skabes en gruppering, er blandt andet i brugen af en eksplicit italesættelse af borgere i hjemløshed som mennesker, hvilket er tilfældet i flere af artiklerne, fra Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm. ”Mennesker som du og jeg” (Pedersen^A, 2021). I citatet er der en eksplicit sammenligning mellem borgere i hjemløshed og ’os’. Pedersen kan føle, at menneskeheden eksplicit skal fremhæves, for at tydeliggøre overfor læseren at borgere i hjemløshed er mennesker. Hvilket indikerer en logisk forudsætning (Jeffries, 2010: 95-98), der bunder i at samfundet måske ikke anerkender en borger i hjemløshed som et menneske.

Udover dette er der også flere af artiklerne, der har valgt at fremhæve, at en borger i hjemløshed er et menneske. Et eksempel på dette er Madsen, som skriver følgende: ”Fordi de er mennesker.”

(Madsen^A, 2019). Her tydeliggøres det at borgere i hjemløshed, og specifikt dem der kommer på Natcaféen, er mennesker, hvilket igen danner en logisk forudsætning om, at mange ikke anser borgere i hjemløshed som værende mennesker, siden dette netop skal tydeliggøres og italesættes. Det eksplicitte kan være et forsøg på at tildele borgerne i hjemløshed værdighed, men desværre virker det mere modsat. Det burde være den største selvfølgelighed, i og med, det er mennesker vi snakker om. Der er alligevel en form for manglende eksistentiel forudsætning (Jeffries, 2010: 94-96), som forfatteren mener, læseren kunne have og derfor skal det tydeliggøres, at borgere i hjemløshed er mennesker. I en anden artikel beskriver Pedersen også, hvordan at hans mange fordomme om en borger i hjemløshed, samt en varmetue, manes til jorden, da han besøger YouPeople, han undrer sig blandt andet over den rare og hyggelige stemning ”Under besøget i YouPeople bed jeg mærke i, hvor meget der blev grinet.” (Pedersen^a: 2020). Artiklen slutter af med at skrive følgende: ”Et sted, hvor vi alle ’bare’ er mennesker.” (Pedersen^a: 2020), hvilket kan kobles sammen med den logiske forudsætning (Jeffries, 2010: 95-97), som mangler. Der er en implicit formodning om, man ikke ”bare” er et menneske, når man lever som borger i hjemløshed.

I en anden artikel, bliver borgeren i hjemløshed beskrevet ud fra en ækvivalenskæde, der minder meget om, hvad jeg har analyseret i de landsdækkende nyhedsmedier.

Samfundets udstødte og afviste. Dem, ingen andre vil lege med. De paranoidskizofrene, de depressive, alkoholikerne og narkomanerne, nattevandrerne og de dødssyge hjemløse, der blot venter (Madsen^A, 2019).

Igen bliver borgere i hjemløshed beskrevet, på en specifik måde, der danner et bestemt billede af dem. En borger i hjemløshed er kompleks, og kan beskrives med ovenstående betegnelser, men der er også mange andre ord, der kunne danne en ækvivalenskæde i forhold til nodalpunktet hjemløs. Denne sammenhæng skal det dog nævnes, selve artiklen omhandler specifikt dem der besøger Natcaféen i Stengade, der er en Natcafé for de allerhårdst ramte borgere i hjemløshed (Madsen^A, 2019), hvilket måske kan begrunde ækvivalenskædens karakter. Når denne type ækvivalenskæde dannes, kan det skabe et billede af at borgere i hjemløshed er uværdige, da de opholder sig i en form for venteposition.

Kommunikationen i Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, virker til at være splittet mellem, at ønske at ændre et syn på borgere i hjemløshed som værende værdige. Men i forsøget får

de tydeliggjort en gruppedannelse, uheldige ækvivalenskæder og der dannes dermed en diskurs om, at borgere i hjemløshed ikke er værdige. Dette er med til at skabe et syn på borgeren i hjemløshed, som en der måske ikke har agens til at handle, eller til at sige fra, da de ikke er værdige til at modtage den hjælp, som de har brug for. Det er denne hjælp, som borgerne i hjemløshed ønsker, og som Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm bidrager med, men som desværre skaber rammesætningen omkring værdighed og uværdighed.

5.3 Delkonklusion

I analysen er der både en sundhedsdiskurs, offerdiskurs og diskurs om værdighed. Disse diskurser vil jeg placere inden under en herskende mediediskurs. De andre diskurser er styrende for den mediediskurs, der er til stede omhandlende borgere i hjemløshed, men mediediskursen er den overordnede, der samler alle de forskellige diskurser, som i empirien benyttes til at beskrive borgere i hjemløshed. I analysen af både de landsdækkende nyhedsmedier og af Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, danner der sig et billede af, at Kirkens Korshær Storkøbenhavn optager og regenererer de diskurser, der er i de landsdækkende nyhedsmedier.

Hos begge parter bliver der også skabt en tydelig gruppedannelse, der foretages ud fra oppositioner til, hvad kommunikatørerne selv mener, de ikke er. Dette er med til at skabe en skævvridning i magtbalancen (Jørgensen & Phillips, 1999/2000: 49-50, 56-57) mellem borgerne i hjemløshed og kommunikatørerne. Der er derfor, både en klar magt til stede i de diskurser der dannes, men også i gruppedannelsen. Magten der er til stede i diskurserne og regenereringen, kan blandt andet begrundes, jævnfør Hjarvard. "Kommunikation gennem medier rummer ikke blot udsagn om verden, men udgør også sproglige handlinger, der i sig selv kan gøre en forskel." (Hjarvard^B, 2016: 64-65). Den kommunikation, der sendes ud via medierne, påvirker samfundet og den måde virkelighedsopfattelsen dannes. Da andre instanser f.eks. en hjælpeorganisation som Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm optager diskurserne i deres egen kommunikation, hvilket også kommer til udtryk i analysen.

Gennem analysen kan vi se at, der er en tydelig mediediskurs. Denne mediediskurs er fremtrædende i både den diskurs som artiklerne fra de landsdækkende nyhedsmedier fremskriver, men vi ser det også i artiklerne fra Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm. Der er nogle tydelige gengivelser, blandt andet er der fra begge sider en del oppositioner og forudsætninger, som er med til at danne de forskellige diskurser.

I diskussionen vil jeg, ud fra de resultater jeg har fundet frem til i analysen, diskutere om de diskurser, der regenereres af Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, kan have en indflydelse på deres kommunikation, ved at sammenholde resultaterne med teorien, fra det narrative review.

6.0 Diskussion

I denne diskussion vil jeg som nævnt bringe teorien i spil, ud fra de resultater jeg har fundet frem til i analysen. Jeg vil derfor fokusere på problemformuleringens anden del, hvor at analysen mere omhandlede første del. I denne del af specialet ønsker jeg at diskutere, hvordan den diskursdannelse som Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm foretager, kan have en indflydelse på deres kommunikation. Da jeg i dette afsnit både arbejder med analysens resultater og teorien, præsenteret i det narrative review, vil denne også diskussion være lettere analyserende, da fundene sammenholdes.

6.1 Idéen om værdighed

I analysen fandt jeg utallige sidestillinger til stofbrugere, psykisk sårbare, kriminelle, folk der har haft en hård opvækst og lignende, hvilket ikke er forkert i sig selv, da flere undersøgelser som f.eks. VIVEs hjemmeløseoptælling "Hjemløshed i Danmark 2022 – National kortlægning" (Benjaminsen, 2022), viser at mange borgere i hjemløshed netop kæmper med flere ting, end alene det at være en borger i hjemløshed (Benjaminsen, 2022: 64-72). Derfor er det ikke en forkert og misvisende skildring, som foretages i artiklerne, jeg har inddraget i analysen. Det er nærmere regenereringen, der sker i medierne, så at borgerne i hjemløshed fastholdes i den skildring, som jeg mener er uhensigtsmæssig. Fopp beskriver også, hvordan han kan se i akademiske tekster, at borgere i hjemløshed bliver beskrevet og skildret ud fra de samme metaforer, men at metaforerne medfører forskellige konnotationer alt efter konteksten (Fopp, 2009: 274). Jævnfør Schneider kan blandt andet journalister repræsentere borgere i hjemløshed skævt, selvom de har alle de rigtige intentioner, dette påvirker den fremtoning som borgerne i hjemløshed får i medierne (Schneider, 2013: 48, 53). Dette er også det billede der tegner sig i analysen, da selv de artikler der retter en kritik mod skildringen eller behandlingen af borgere i hjemløshed, alligevel regenererer fastgroede diskurser omkring sundhed, værdighed og det at være i en offerposition.

Jævnfør Carpentier et al. bliver borgere i hjemløshed ofte repræsenteret, i medierne, ud fra skalaen mellem enten at være et offer eller en trussel, og enten at være værdig eller uværdig til at modtage hjælp (Carpentier et al, 2021: 181). Carpentier et al. tydeliggør at borgere i hjemløshed ofte bliver repræsenteret ud fra oppositioner og en gruppedannelse.

In the latter case, homeless people are articulated as an indirect threat to our health or civilisation (not civilised enough, not clean enough, etc.), and – less frequently – as a threat to our individual safety (as agents of violent behaviour and criminality). Even in more supportive approaches to homelessness, when the need for action is acknowledged, the homeless as victims representations tend to frame them as “helpless, dependent for their salvation on society’s benevolence, while the rest of society is assumed to be healthy and powerful” (Doudaki & Carpentier, 2019a, p. 10). This articulation removes the homeless people’s agency and positions them as an outgroup (Carpentier et al, 2021: 181).

I citatet tydeliggør Carpentier et al. den problematik, der er ved at omtale borgere i hjemløshed og definere dem, som en samlet gruppe, ud fra hvad man ikke selv er. Både Johns og Schneider bekræfter problematikken omkring, at en hjælpeorganisation bruger deres egen stemme, til at tale for blandt andet borgere i hjemløshed (Johns, 2005; Schneider, 2012). Jævnfør Johns er det relevant, at man som kommunikatør er opmærksom på, at det ikke er ens egen livsverden, der vinder frem i repræsentationen (Johns, 2005). Ud fra analysen kan jeg konstatere, at der er en livsverden, som er dannet på baggrund af nogle dybt indlejrede diskurser, der er til stede i artiklerne. Både de artikler hvor Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm er afsendere, men også dem fra de landsdækkende nyhedsmedier. Derudover har jeg i analysen også fundet frem til, at borgere i hjemløshed også selv optager den livsverden, som den herskende mediediskurs fordrer.

Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm ønsker dog at få borgeren i hjemløshed mere til orde og give dem stemmen tilbage. Dette blandt andet for at stakeholderne kan forstå, at hjemløshed er noget, der kan ske for alle, og dermed bryde lidt med det stigmatiserende billede af borgeren i hjemløshed.

Det er også derfor vi leger med formatet. Det er vildt svært på skrift at beskrive en kompleks problemstilling, men hvis vi prøver at lade en person fortælle sin historie, på en podcast, som den er, så håber vi at, den i nogens øjne kan få dem til at forstå at, det er derfor at man møder mennesker, der er havnet i en eller anden situation. Vi vil jo egentlig gerne have folk til at forstå, at det rigtigt tit er almindelige mennesker. Det kunne være dig selv, din mor eller din far, der havde taget på den her tur. Nogle gange skal der bare lige en skilsmisse til eller et mistet job, til at få det hele til at køre skævt. Det kan ramme alle (Bilag 1: 10).

I citatet af Lydych, fra det for-interview jeg har foretaget, er det tydeligt, at han er opmærksom på problematikken med at tale for borgeren i hjemløshed og ønsker at de selv skal til orde. Problemet

er, som nævnt tidligere, at borgerne i hjemløshed selv optager diskurserne og stigmatiseringerne. Derfor er det ikke sikkert at en podcast med borgere i hjemløshed, vil ændre diskursen, da de ikke nødvendigvis skaber en moddiskurs, men det kunne dog bidrage til, at de selv kom til orde. Denne problematik har Rogers og Marshall også set i en undersøgelse, som de har foretaget. Her optager de tidligere unge borgere i hjemløshed, den diskurs der er om dem, til at beskrive sig selv (Rogers & Marshall, 2012: 730-733).

Hele idéen om at være en værdig eller en uværdig borger i hjemløshed, er ikke ny, hvilket måske derfor kan være grunden til, at den er dybt indlejret i både de landsdækkende medier, hos Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm og hos borgerne i hjemløshed selv. Nørgård beskriver, hvordan at hele tankegangen omkring det at være værdig eller uværdig trængende allerede startede før velfærdsstaten opstod, dengang handlede det dog om fattige (Nørgård, 2017: 11).

Debatten drejer sig blandt andet om, hvem der er mest berettiget og dermed værdig til at modtage velfærdsstatens sociale ydelser. Dertil er der fokus på, at velfærdsstatens sociale ydelser bliver leveret på en måde, så for eksempel de ældre medborgere sikres en værdig behandling (Nørgård, 2017: 11).

Dengang blev borgere kategoriseret ud fra, hvor værdige de var til at modtage hjælp, hvilket måske også stadig er gældende i dag, i hvert fald når vi ser på, hvordan diskursen omkring værdighed dannes, både i de landsdækkende medier og hos Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm.

6.2 Stigmatiseringen i diskurserne

I forlængelse af diskussionen omkring værdighed i forbindelse med debatten omkring hjemløse, mener jeg også, det er relevant, at diskutere stigmatiseringen der er til stede i de diskurser, der dannes hos Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm og hos de landsdækkende nyhedsmedier.

I analysen fandt jeg ud af, at der er en tydelig gruppedannelse og en opdeling mellem 'dem' og 'os'. Dette fandt jeg i samtlige artikler, hvilket også fremgår af analysen. Ud over gruppedannelsen sker i en opposition til andre, så skabes der også en konstruering af den gruppe, der repræsenteres. Her bliver nogle identitetstræk fremhævet, mens andre udelukkes (Jørgensen & Phillips, 1999/2010: 56-57). Den fremhævelse af nogle karaktertræk af borgerne i hjemløshed, er også dem der blandt andet

ligger til grund for den stigmatisering, der er til stede i artiklerne, jeg har analyseret. I analysen bliver borgere i hjemløshed beskrevet som en helhed og de bliver oftest kun tildelt egenskaber ud fra den tilsyneladende sociale identitet, da de fleste i samfundet ikke nødvendigvis har adgang til den faktiske sociale identitet. At have adgang til den faktiske sociale identitet kræver, at man har en reel interaktion med personen (Goffman, 2009: 44). I mødet eller ved synet af en borger i hjemløshed tillægger vi derfor borgeren i hjemløshed et stigma, der er baseret karaktermæssige stigma (Goffman, 2009: 46). I artiklerne ser vi disse stigmata meget repræsenteret i den måde borgerne i hjemløshed skildres. Det karaktermæssige stigma er blandt andet til stede i alle de ækvivalenser, der dannes mellem en borger i hjemløshed og psykisk sygdom, misbrug, forhutlet, beskidt, kriminel osv. På den måde er både de landsdækkende nyhedsmedier og Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm med til at begrænse borgerne i hjemløshed, ved at stigmatisere dem i artiklerne.

Problemet ved dette er, at ligesom i tankegangen omkring om man kan være en værdig eller uværdig borger i hjemløshed, så bliver mennesket, som får tildelt et stigma også begrænset i sin identitet. Goffman beskriver, hvordan at vi ikke ser folk, der har fået tildelt et stigma, som værende rigtige mennesker, vi diskriminerer dem og på den måde begrænser vi deres udfoldelsesmuligheder (Goffman, 2009: 46-47). Ved at de landsdækkende nyhedsmedier og Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm benytter sig af en stigmatiserende beskrivelse af borgere i hjemløshed, er de med til at fastholde borgere i hjemløshed i bestemte kategoriseringer.

Inden analysen havde jeg en hypotese om at Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm måske ville have det omtalte ærestigma, da de, som nævnt, er en fortalervirksomhed for borgere i hjemløshed. Dette er jeg ikke kommet nærmere ind på i min analyse, da det ikke er det, jeg har undersøgt, men jeg vil dog så tvivl ved, om de er berettiget dette. Ud fra analysen, kan jeg se at Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm ikke formår at løsrive sig stigmatiseringen og bekræfter den derimod gentagende gange. Jævnfør Devereux, kan det være, at den stigmatisering eller stereotypificering der er til stede i artiklerne er ubevidst (Devereux, 2015: 263-264, 270). Hvilket Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholms kommunikation måske også afspejler, og derfor er de måske ikke opmærksomme på dette.

6.3 Medialiseringens begrænsning

Meget af den teori jeg diskuterer i det narrative review beskriver, hvordan medierne har en indvirkning på kommunikationen. Når noget kommunikeres ud, er det også med til at forme en idé. Devereux italesætter, det er medierne, som er med til at sætte agendaen, grundet det de kommunikerer og den måde de gør det på. Dette er med til at skabe en skæv fremstilling af borgere i offentlighed, da medierne oftest benytter sig af noget sprog, der kunne tyde på uvidenhed omkring borgere i hjemløshed, men oftest skyldes det også bare ubevidsthed (Devereux, 2015: 267). Lee og Desai beskriver også, hvordan medierne er agenda skabene og hvordan hjælpeorganisationen kan bruge medierne til en informationsvej mellem borgere og organisationen (Lee & Desai, 2014: 80-84). Derudover beskriver Lee og Desai også, hvordan at brugen af medierne har en indvirkning på den kommunikation, som hjælpeorganisationen sender ud, hvilket derfor gør det relevant at overveje, hvordan man som organisation benytter sig af medierne (Lee & Desai, 2014: 86).

En anden der også taler ind i, at der er bestemte regler for kommunikationen, i medierne er Eskjær, som jeg præsenterer i afgrænsningen. I bestemte institutioner, er der bestemte normative regler for den sociale interaktion, der blandt andet regulerer organisationens adfærd i medierne (Eskjær, 2016: 247).

Forskningen peger således på, at offentlige og private organisationer tilpasser deres egen logik, dvs. deres værdier, normer og arbejdsrytme, til mediernes nyhedscyklus og arbejdspress, samt tilskærer deres eksterne kommunikation, så den passer til diverse nyhedsformater og genrer (Eskjær, 2016: 247).

I citatet tydeliggøres det, at man som organisation kan optage de normer og regler, som medierne har. Dette er både ud fra, hvordan man kommunikerer, men også stilistisk. I analysen ser jeg et billede af, at Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm optager den måde at kommunikere på som de landsdækkende nyhedsmedier, hvilket stemmer overens med det Eskjær beskriver. Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm arbejder måske i bedste tro, da de både har en ret klar og kraftfuld mission og vision, men alligevel fanges de i det normative regelsæt, der blandt andet indebærer en mediediskurs, hvor borgere i hjemløshed, oftest defineres og beskrives uhensigtsmæssigt og med mange stigmatiseringer. Skildringen er højst sandsynlig ubevidst, og Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm taler måske ind i de diskurser, som de selv ser i

medierne. Men grundet de er en hjælpeorganisation og ikke mindst fortalere for borgere i hjemløshed, burde de måske gå imod dette og skabe moddiskurser.

6.4 Indlejlrede diskurser i kommunikationen

Nogle vil måske undre sig over, at en hjælpeorganisation som Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm benytter sig af den samme sundhedsdiskurs, som de landsdækkende nyhedsmedier, men også at de også har en offerdiskurs, når de beskriver borgeren i hjemløshed. Dette kan virke som om de netop går imod deres organisations vision. Ifølge Sisson og Bowen kan den tvetydige kommunikation påvirke hjælpeorganisationen meget, da de på den måde mister troværdighed, og måske også stakeholdere (Sisson & Bowen, 2017: 297). Både offerdiskursen, sundhedsdiskursen og diskursen om værdighed clasher med den vision som Lyduch præsenterer i for-interviewet. Qua Jepsen og Marken er det vigtigt, at man som organisation agerer og kommunikerer overens med hinanden, for ikke at skade sit omdømme som organisation. Det er derfor vigtigt, at man som organisation tænker over dette i alle henseender af sin kommunikation (Jepsen, 2018: 26-30; Marken, 2004: 35-36). Som nævnt tidligere undersøger jeg ikke omdømmet i specialet, men jeg kan forestille mig, at Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholms omdømme måske ikke nødvendigvis gavner af, at deres kommunikation regenerer den herskende mediediskurs og samtidig stigmatiserer borgerne i hjemløshed. Hvis det påvirker deres omdømme og deres stakeholderes bliver opmærksom på dette, kan det jævnfør Camara (Camara, 2011: 49-52), måske have en indvirkning på de donationer, som Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm modtager.

En vigtig pointe i arbejdet med en hjælpeorganisation er at de netop har brug for donationer, for at kunne udføre deres arbejde. Deres formål er, at de har en sag, som de ønsker at få støtte til (Miller, 2005: 353). Ud over at Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm derfor gør klogt i at overveje deres omdømmearbejde i forhold til deres kommunikation, og generelt skal være mere opmærksom på deres kommunikation og hvad de regenererer. Er det også vigtigt at Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm er opmærksom på, hvad der eventuelt kan påvirke donationerne, gennem deres kommunikation. Qua Chapman et al. afhænger donationerne af den givne sag og hvor meget stakeholderen selv kan se sig i sagen (Chapman et al, 2020: 1287-1289). Dette er selvfølgelig svært, da man som hjælpeorganisation ikke kan ændre ens sag, så det passer til alle. Pointen i alt dette er, at man som hjælpeorganisation skal være opmærksom på, hvordan man vælger at kommunikere og især, hvordan man framer ens sag, som man ønsker støtte til (Saeri et al, 2022). På

baggrund af analysen kan jeg se at Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm kommunikerer deres sag uhensigtsmæssigt i forhold til deres vision, som den er beskrevet på hjemmesiden.

Vores tilbud henvender sig i dag til hjemløse, migranter, udsatte børnefamilier, ensomme, psykisk syge og på anden vis socialt udsatte mennesker. De udvikler sig i takt med samfundet, og hvor der er behov for hjælp (Kirkens Korshær, Om os).

Hvilket jeg derfor vil argumentere for, at de måske skal være kritiske overfor og derfor være mere opmærksomme på det de ubevidst regenerer i deres kommunikation.

7.0 Konklusion

I analysen finder jeg frem til at, der overordnet er tre diskurser, henholdsvis hos de landsdækkende nyhedsmedier, samt hos Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm. I diskussionen arbejder jeg videre med diskurserne og ser på, hvordan disse diskurser kan have en indflydelse på Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholms kommunikation. I indeværende speciale arbejder jeg ud fra problemformuleringen, som lyder på følgende måde:

Hvilke diskurser danner henholdsvis de landsdækkende nyhedsmedier og Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, i medierne, om borgere i hjemløshed? Og hvordan kan disse diskurser have en indflydelse på Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholms kommunikation?

Med dette fokus in mente, har jeg derfor foretaget en diskursanalyse, der blandt andet er designet ud fra nodalpunkt, ækvivalenskæder og gruppedannelse ud fra Jørgensen og Phillips udlægning af Laclau og Mouffes diskursteori. Yderligere inddrager jeg Jeffries begreber opposition og forudsætning i analysen. Efterfølgende har jeg foretaget en diskussion, hvor jeg blandt andet har inddraget al den teori, som jeg præsenterede i det narrative litteratur review. I diskussionen fokuserer jeg, som nævnt, på at kunne besvare anden del af problemformuleringen, hvor at selve analysen mere er fokuseret på at besvare første del af problemformuleringen.

7.1 De diskurser som dannes og deres kommunikative indflydelse

Overordnet set er det mediediskursen, jeg undersøger, da det er i medierne empirien bunder i. Alle de artikler, jeg inddrager i analysen, er en del af mediebilledet og der dannes diskurser gennem artiklerne og derfor også i medierne. Selv kommunikationen fra Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm er medialiseret, hvilket derfor alt sammen bidrager til en mediediskurs. Inde i mediediskursen, har jeg analyseret flere andre diskurser, som er til stede.

I analysen finder jeg ud af at begge instanser, både de landsdækkende nyhedsmedier og Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, trækker på de samme forståelser af borgere i hjemløshed. Det er i hvert fald dette billede, der skabes i analysen. Diskurserne der er til stede i de forskellige artikler, som udgør empirien i specialet, viser en tydelig offerdiskurs, hvor at borgerne i hjemløshed bliver beskrevet som ofre. Denne offerdiskurs skal både forstås som at borgerne i hjemløshed er ofre, for deres egen handlen og livsvalg, men også at de er ofre for samfundets strukturering. Der

bliver skabt en idé om, at det er synd for borgerne i hjemløshed. Hvilket jævnfør Schneider og Johns er med til at fratage borgerne i hjemløshed agens (Schneider, 2012: 80-81; Johns, 2005). Dette leder videre til næste diskurs, som jeg belyser, diskursen om værdighed.

I analysen ser jeg, hvordan borgere i hjemløshed bliver beskrevet ud fra en forståelse om, at de er værdige og andre gange uværdige, hvilket er styrende for rammesætningen af borgere i hjemløshed. Dette giver et billede af, at det er journalisterne, som har magten til at bestemme om en borger i hjemløshed er værdig, hvilket giver dem en tydelig magt, da de danner diskurserne. Diskursen om værdighed taler også ind i et gammelt og dybt indlejret fokus, der allerede fandtes før velfærdsstatens opståen (Nørgård, 2017: 11). Det er altså en gammel tankegang, som vi stadig ser den dag i dag i medierne.

Den sidste diskurs jeg har analyseret af en sundhedsdiskurs. I denne diskurs indgår der mange ækvivalenskæder, som journalisterne og kommunikatørerne benytter sig af, til at beskrive en borger i hjemløshed. Det er især ord som misbruger, psykisk syg, kriminel, uhygiejnisk osv., der benyttes. Der bliver også skabt tydelige gruppedannelser og repræsentationer inden for denne diskurs, som er med til at tydeliggøre, hvordan diskurserne af borgerne i hjemløshed defineres, ud fra det man ikke selv er. Det er dog ikke uvæsentligt, at mange benytter blandt andet misbrug, i forbindelse med beskrivelsen af borgere i hjemløshed, da VIVEs Hjemløsetælling selv beskriver, hvordan at der desværre er mange borgere i hjemløshed, som også har andre udfordringer (Benjaminsen, 2022: 64-72).

Der er mange forskellige faktorer, som har indflydelse på diskurserne og dermed også på kommunikationen hos Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm. Hvilket jeg også diskuterer i diskussionen, og jeg tydeliggør i det narrative review. Først og fremmest kan jeg konkludere, at medierne har en stor betydning for diskursdannelsen, da de er med til at skabe agendaen for, hvordan borgere i hjemløshed skal skildres. Yderligere er medierne med til at sætte nogle rammer omkring, hvordan der kan kommunikeres.

Derudover kan det være svært for en hjælpeorganisation som Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm at kommunikere deres sag uden at optage de indlejrede diskurser, da det ofte er ubevidst at disse regenereres. Dernæst skal Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm også være opmærksom på, at de har en sag, som skal rammesættes på en bestemt måde, så de modtager donationer til sagen. Diskurserne der dannes, i henholdsvis de landsdækkende nyhedsmedier og hos Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, er tilsyneladende så

fastgroede og indlejret i medierne, at selv borgerne i hjemløshed har optaget dem i skildringen af dem selv. Så selv hvis man som organisation vil forsøge at give borgerne i hjemløshed mere agens, kan det være svært, da hvis de kommer til orde, kan det være de taler ind i de samme diskurser og stigmatiseringer, som medierne foretager. Jeg kan yderligere konkludere, at det er relevant, at en organisation, som Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, er opmærksom på, hvordan de kommunikerer. Både for at opretholde og værne om organisationens omdømme og dermed en troværdighed, som fordre støtte. Men samtidig også for at skabe en moddiskurs og ikke bare regenererer sundhedsdiskursen, offerdiskursen, diskursen om værdighed og stigmatiseringen omkring borgere i hjemløshed, som alt sammen er til stede i medierne og dermed er en del af den overordnede mediediskurs.

Litteraturliste

Benjaminsen, Lars (2022), "Hjemløshed i Danmark 2022 - National kortlægning". VIVE.

Boje, Thomas P. & Ibsen, Bjarne (2006), "Del 1: De frivillige organisationer: Foreninger, selvejende institutioner og almennyttige fonde" i "Frivillighed og nonprofit i Danmark - Omfang, organisation, økonomi og beskæftigelse". Socialforskningsinstituttet.

Camara, Nuno Zarco da (2011), "Identity, Image and Reputation", i *Reputation Management, Management for Professionals*. Springer.

Carpentier, Nico, Doudaki, Vaia, Akbaş, Ali İhsan, Wang, Tianyi, Pérez-Escolar, Marta, Noguera-Vivo, José Manuel (2021), "Countering the Stigma of Homeless People: The Swedish Street Paper Situation Sthlm as a Counter-Hegemonic Voice for the Rehumanisation of Homeless People." i *Hate Speech and Polarization in Participatory Society*. 1. udgave, Routledge, 2022.

Chapman, Casandra M., Masser, Barbara M., & Louis, Winniefred R. (2020) "Identity motives in charitable giving: Explanations for charity preferences from a global donor survey", *Psychology and Marketing*, 37(9).

Chung, Jee Young & Braun, Rachel (2022) "Save the Amazon Rainforest: Message Strategies of charity advertising in social media", *Southwestern Mass Communication Journal*.

Devereux, Eoin (2015), "Thinking Outside the Charity Box: Media Coverage of Homelessness", *European Journal of Homelessness*, Vol. 9, No. 2.

Dybris, Anja, Grundtvig, Linda & Petersen, Stig (2004). "Journalistiske genrer" i *Journalistik i dansk : breaking news* 1. udgave. Systime.

Eskjær, Mikkel Fugl (2016) "Medialisering af frivillige organisationer", i *Medialisering – Mediernes rolle i social og kulturel forandring*, Hjarvard, Stig. 1. udgave, 1. oplag. Hans Reitzels Forlag.

Fopp, Rodney (2009), "Metaphors in Homelessness Discourse and Research: Exploring "Pathways", "Careers" and "Safety Net"", *Housing, Theory and Society*, Vol. 26, No. 4. Routledge.

Goffman, Erving (2009), *Stigma : om afvigerens sociale identitet*. 2. udgave. Samfundslitteratur.

Grau, Stacy Landreth (2021). "Nonprofit marketing", i *Marketing for Nonprofit Organizations*, Oxford University Press.

Hjarvard^A, Stig (2016), "Medialisering: Teori og historie", i *Medialisering – Mediernes rolle i social og kulturel forandring*, Hjarvard, Stig. 1. udgave, 1. oplag. Hans Reitzels Forlag.

Hjarvard^B, Stig (2016), "Medialisering: Institutioner, logikker og dynamikker", i *Medialisering – Mediernes rolle i social og kulturel forandring*, Hjarvard, Stig. 1. udgave, 1. oplag. Hans Reitzels Forlag.

Jeffries, Lesley (2010) *Critical Stylistics – The Power of English*, PALGRAVE MACMILLAN.

Jepsen, Peter (2018), *Som ringe i vandet - Strategisk PR og omdømme i en forandret medievirkelighed*. 1. udgave, Samfundslitteratur.

Johns, Gary (2005), "The NGO Project: Why We Care", Institute of Public Affairs Review: A Quarterly Review of Politics and Public Affairs.

Jørgensen, Marianne Winther & Phillips, Louise (1999/2010) *Diskursanalyse som teori og metode*, 1. Udgave, 7. oplag. Roskilde Universitetsforlag.

Kirkens Korshær, Om Os. (s.d.). <https://kirkenskorshaer.dk/koebenhavn/om-os>

- Lokaliseret d. 2.september 2022

Kvale, Steinar. & Brinkmann, Svend. (2015) *Interview: det kvalitative forskningsinterview som håndværk*. 3. udgave. 1. oplag. Hans Reitzel.

Lee, Seow Ting & Desai, Mallika Hemant (2014), "Dialogic communication and media relations in non-governmental organizations", Journal of Communication Management, Vol. 18, No. 1.

Marken, Andy G. (2004)"Reputation Management Starts at Home ... One Day at a Time", Public Relations Quarterly.

Miller, James (2007), "Neither state nor market: NGOs and the international third sector", Global Media and Communication 3 (3).

Nørgård, Inger Lyngdrup (2017), "Indledning" i *Beskyt de værdige fattige! : opfattelser og behandling af fattige i velgørenhed, filantropi og fattigvæsen i København 1770-1874*. Syddansk Universitetsforlag.

Pedersen, Kirsten Bransholm (2012), "Socialkonstruktivism", i *Samfundsvidenskabernes videnskabsteori – en indføring* (2012) red. Juul, Søren & Pedersen, Kirsten Bransholm.

Rogers, Theresa & Marshall, Elizabeth (2012), "On the Road: Examining Self-Representation and Discourses of Homelessness in Young Adult Texts", Journal of Adolescent & Adult Literacy 55 (8).

Saeri, A. K. Slattery, P., Lee, J., Houlden, T., Farr, N., Gelber, R. L., Stone, J., Huuskes, L., Timmons, S., Windle, K., Spajic, L., Freeman, L., Moss, D., Behar, J., Schubert, S., Grundy, E. A. C., Zorker, M. (2022). "What Works to Increase Charitable Donations? A Meta-Review with Meta-Analysis", *Voluntas*.

Schneider, Barbara. (2012) "Sourcing homelessness: How journalists use sources to frame homelessness". *Journalism*, 13(1).

Schneider, Barbara (2013), "Reporting Homelessness - Practice, product, profession", *Journalism Practice*, Vol.7, No. 1.

Sisson, D. C., & Bowen, S. A. (2017). "Reputation management and authenticity: A case study of Starbucks' UK tax crisis and "#SpreadTheCheer" campaign." *Journal of Communication Management*, 21(3), 287–302.

Artikler

Brandt, Preben (2021), "Hjemløshed og mirakler", Information.

- Publiceret d. 12. marts 2021
- Lokaliseret d. 25. oktober 2022

Hovalt, Daniel (2021), "Engang blev fattige og hjemløse set som enten værdigt eller uværdigt trængende. Er vi på vej derhen igen?", Information.

- Publiceret d. 3. august 2021
- Lokaliseret d. 25. oktober 2022

Jyllands-Posten (2019), "Udsatte grønlandere kæmper med vold, misbrug og hjemløshed", Jyllands-Posten.

- Publiceret d. 9. oktober 2019
- Lokaliseret d. 24. oktober 2022

Kirkens Korshær (2019), "2846 lys på Rådhuspladsen – et for hver hjemløs i hovedstadsområdet."

- Publiceret s.d. 2019
- Lokaliseret d. 1. november 2022

Kirkens Korshær (2021), "Gratis briller til socialt udsatte og hjemløse i København".

- Publiceret d. 16. november 2021
- Lokaliseret d. 28. oktober 2022

Klarup, Vibe (2020), "Debat: Hjemløse: Du kan afskaffe hjemløsheden, Mette F.". Politiken.

- Publiceret d. 25. december 2020
- Lokaliseret d. 29. oktober 2022

Larsen, Torben (2019), "Debat: Boliger løser ikke bare hjemløshed", Kristeligt Dagblad.

- Publiceret d. 12. juni 2019
- Lokaliseret d. 24. oktober 2022

Larsen, Frederikke Engberg (2020), "Ny rapport: Erfaringer fra coronakrisen kan bruges til at bekæmpe hjemløshed", Kristeligt Dagblad

- Publiceret d. 24. juli 2020
- Lokaliseret d. 28. oktober 2022

Madsen[^], Martha (2019) ”Når varmestuen er nærmeste pårørende”, Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm. Web.

- Publiceret d. 15. maj 2019
- Lokaliseret d. 1. november 2022

Madsen[^], Martha (2019), ”Kompasset viser vej for hjemløse udlændinge”, Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm. Web.

- Publiceret d. 14. maj 2019
- Lokaliseret d. 29. oktober 2022

Mouritsen, Miriam Kræpping (2021), ”Debat: Ingen skal udskrives til hjemløshed”, Information.

- Publiceret d. 19. oktober 2021
- Lokaliseret d. 28. oktober 2022

Nyegaard, Mia (2021), ”Kronik: Lad os afskaffe ufrivillig hjemløshed”, Politiken.

- Publiceret d. 16. august 2021
- Lokaliseret d. 2. november 2022

Paulsen, Joachim Talbro (2021), ”Efterlysning af hurtig vaccination for at få stoppet coronasmitte blandt hjemløse”, Berlingske.

- Publiceret d. 18. januar 2021
- Lokaliseret d. 2. november 2022

Pedersen[^], Martin Lundager (2020), ”Morgencafeen YouPeople serverer grin og kærlighed”, Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm. Web.

- Publiceret d. 3. november 2020
- Lokaliseret d. 28. oktober 2022

Pedersen[^], Martin Lundager (2020), ”Lejr- og tiggeri-lov kriminaliserer fortsat hjemløshed”, Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm. Web.

- Publiceret d. 10. juli 2020
- Lokaliseret d. 28. oktober 2022

Pedersen[^], Martin Lundager (2021), ”Ode til kaffen!”, Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm. Web.

- Publiceret d. 1. marts 2021
- Lokaliseret d. 28. oktober 2022

Pedersen[^], Martin Lundager (2021), ”Beboere i Fredens Havn taber retssag”, Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm. Web.

- Publiceret d. 20. maj 2021

- Lokaliseret d. 28. oktober 2022

Politiken (2021), ”Ledende artikel:Aldrig uden hjem”, Politiken.

- Publiceret d. 26. juli 2021
- Lokaliseret d. 2. november 2022

Rebensdorff, Jens (2019), ”Vold mod hjemløse tager til: Jeg ved squ ikke, hvorfor de ikke kan lide os”, Berlingske.

- Publiceret d. 9. februar 2019
- Lokaliseret d. 28. oktober 2022

Søndergaard, Britta (2019), ”Rådet for Socialt Udsatte: Paradoks, at vores rige samfund har så svært ved at hjælpe de svageste”, Kristeligt Dagblad.

- Publiceret d. 19. august 2019
- Lokaliseret d. 25. oktober 2022

Thyssen, Ole (2021), ”Kronik: Velfærdsstatens sprog beskriver den hjemløse som helt uden ansvar for sin egen tilværelse”, Information.

- Publiceret d. 3. marts 2021
- Lokaliseret d. 24. oktober 2022

Trans, Kirsten Metha-Marie (2022). ”Vi har brug for værestedet for at bekæmpe hjemløshed”, Kristeligt Dagblad.

- Publiceret d. 15. juni 2022
- Lokaliseret d. 24. oktober 2022

Wang, Laura Friis (2019), ”Socialminister: For nogle mennesker er det ikke et succeskriterie at ende i job”, Information.

- Publiceret d. 18. juli 2019
- Lokaliseret d. 28. oktober 2022

Formidlingsartikel

Når fortalervirksomheden taler ind i en indlejret mediediskurs

Skrevet af Ida Hammer Kjær, Anslag: 5.101

19/12-2022

Det kan virke uhensigtsmæssigt, når en fortalervirksomhed bryster sig af at støtte op om borgere i hjemløshed og samtidig selv taler ind i en idé om, at man kan være en værdig borger i hjemløshed. Det kan måske endda virke endnu mere forundrende, når hjælpeorganisationen ovenikøbet har en grundlæggende værdi, som bygger på, at alle mennesker skal mødes på lige fod (Kirkens Korshær, Om os). Dette er dog tilfældet, i den undersøgelse, jeg har foretaget i mit speciale i kommunikation på Roskilde Universitet, hvor jeg blandt andet undersøger, hvilke diskurser Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm danner i deres medietekster.

Magten overvinder intentionen

I undersøgelsen virker det til, at Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm har alle de rigtige intentioner og den korrekte vision for deres arbejde og dermed også for deres kommunikation. De har som organisation arbejdet med socialt udsatte siden 1912 (Kirkens Korshær, Om os), og derfor har de naturligvis også en del erfaring på området, men alligevel opstår der noget uhensigtsmæssigt i deres kommunikation. Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm kommer desværre til at optage og benytte diskursive mønstre, der ellers repræsenteres af de landsdækkende nyhedsmedier. De landsdækkende medier dækker over de store aviser som Berlingske, Kristeligt Dagblad, Information, Politiken og Jyllands-Posten. Diskurserne der optages og gendannes om og om igen, som en karrusel der er gået i selvsving, er bl.a. en offerdiskurs, hvor borgeren i hjemløshed præsenteres som et offer, ud fra det liv de lever. Hvordan kan det være at kommunikatører, der er velmenende, kan ramme så forkert i deres kommunikation? Ifølge min undersøgelse er der mange forskellige faktorer, som er medspillere til kommunikationen. Først og fremmest er der en diskursiv magt, der er med til at danne vores virkelighedsforståelse og derfor kommer vi til at benytte uhensigtsmæssige diskurser, da det umiddelbart er det begrebssystem, vi har. Det kan sammenlignes med, at vi alle er enige om en rapsmark er gul, fordi det er blevet gentaget mange gange, af mange forskellige. Derfor kan vi næsten ikke beskrive en rapsmark anderledes, fordi den gule rapsmark er indlejret dybt i vores verdensbillede. Hvilket derfor kan gøre det svært for os, ikke at se en gul mark foran os, når en rapsmark bliver italesat af andre.

Et andet problem jeg kan konkludere er, at det sjældent er borgerne i hjemløshed, der tildeles agens, men derimod andre der taler på deres vegne, hvilket også skaber en skævvridning i et magtforhold. Det kræver derfor et særligt fokus på kommunikationen for Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, hvor opgaven ikke er at formidle borgeren i hjemløsheds stemme, men derimod selv give dem agens til at tale. Der er også et klart magtperspektiv i medierne, som derfor også kan påvirke Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholms kommunikation. I og med de forsøger at tilpasse sig medierne og deres diskurs og agenda, da de netop også ønsker at være aktuelle, hvilket derfor kan påvirke kommunikationen i en retning, modsat Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholms egentlige intention og vision. Som hjælpeorganisation, er man også bundet op af nødvendigheden ved at modtage donationer og dette kan derfor også påvirke ens kommunikation i en retning, som behager modtagerne.

Nøglen er at være kritisk

Målet for en fortalervirksomhed, hjælpeorganisation, kampagneplanlægger, journalist eller andet må derfor være virkelig at genoverveje deres kommunikation omhandlende borgere i hjemløshed, og måske derimod give mikrofonen til borgeren selv. På den måde kan der blive skabt et springbræt ud i et ocean af glemte og forsømte stemmer, hvis disse stemmer selv får mikrofonen. Kommunikationen skal humaniseres og skal gå fra at være andres stemmer, som repræsenterer, til at borgere i hjemløshed må repræsentere sig selv.

Hvis du spørger mig, tror jeg ikke kun det er Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm, der ikke er effektive i deres kommunikation, i hvert fald når det kommer til deres egen vision og mission. Jeg ønsker derfor ikke at pege fingre og sige, det er forkert, det der foregår, jeg tænker blot, at der skal ske en kommunikativ tilpasning. Dette kan ske ved man som organisation få sig en ny vision og mission, så kommunikation passer til organisationen. Løsningen er dog uhensigtsmæssigt, hvis organisationen arbejder mod strømmen og derfor ønsker at være kritiske over for diskurserne. Hvis dette er tilfældet, ville det være genialt at se sin kommunikation grundigt i sømmene og begynde at danne de moddiskurser, man som organisation faktisk ønsker at skabe. Overordnet skal der foretages en omstrukturering med kommunikationen omkring borgere i hjemløshed, der godt kan få et nyt friskt look. Hvis Kirkens Korshær Storkøbenhavn og Bornholm er nødsaget til at skrive tekster om borgerne i hjemløshed, skal det være med en moddiskurs for øje, velvidende at denne diskurs måske ikke vil være velset og velmødt af samfundet.

Argumentation

Jeg vil i denne del argumentere for de valg, jeg har foretaget, i formidlingsartiklen. De emner jeg vil argumenterer inden for, er formålet med artiklen, målgruppen og valget af denne, virkemidler og en argumentation for layoutet.

Formål

Mit ønske med formidlingsartiklen, er at formulere den, så den er spændende for læseren, men samtidig at den også bidrager med ny og brugbar viden. Dette gør jeg, blandt andet ved ikke at gøre den alt for indspist og undersøgelsesdetaljeret, men mere resultatorienteret. På den måde kan læseren bedre komme igennem teksten, også selvom de ikke har det store kendskab til blandt andet diskursanalyse, men de skal have et lille kendskab til begrebet, før de får noget ud af formidlingsartiklen. Formålet er at skrive en informativ artikel, som skal give læseren et nyt forståelsesperspektiv og en ny opmærksomhed på, at det er vigtigt at være kritisk over de diskurser, der er til stede i kommunikationen. Men samtidig skal artiklen også være underholdende. Alt dette er en del af den gevinst, som læseren helst skal få, ved læsningen af artiklen (Reinecker, Jørgensen & Gandil, 2016: 134).

Målgruppe

I formidlingsartiklen har jeg valgt, at henvende mig til andre fagfolk eller faginteresserede på K-forum, der er et forum for kommunikationsinteresserede. På hjemmesiden skriver de selv følgende: ”Vores mål er at oplyse om nye tiltag, tendenser og trends inden for kommunikations- og medieverdenen og i samfundet generelt. Samtidig ønsker vi at skabe en aktiv debat, hvor alle med kvalificerede meninger og holdninger kan komme til orde.” (Kforum, Om Kforum). Deres mål og profil tænker jeg, ville kunne være et godt match med den viden, jeg har fået af specialet. Jeg kommer med ny viden, som jeg umiddelbart tænker at mange hjælpeorganisationer, medier og fortalervirksomheder generelt kan drage nytte af, i og med at man skal være meget fokuseret og kritisk i sin kommunikation, for ikke at tale ind i den samme mediediskurs, der er til stede. Målgruppen for formidlingsartiklen bygger derfor på en idé ud fra, at de læser artiklen, fordi de henholdsvis har interesse for emnet eller viden om emnet (Reinecker, Jørgensen & Gandil, 2016: 130-131). Jeg tænker det er mere noget, man som almen dansker hurtigt ville skimte, og derefter ikke være kritisk over for det, hvor at en kommunikationsinteresseret måske ville stille kritiske

spørgsmål til, hvordan diskurserne påvirker ens kommunikation, når man egentlig som organisation har andre intentioner, end dem der umiddelbart kommunikerer.

Virkemidler

I formidlingsartiklen benytter jeg både patos og logos (Reinecker, Jørgensen & Gandil, 2016: 132). Dette har jeg valgt, for at vække nogle følelser i læseren blandt andet ved at skrive ”Kommunikationen skal humaniseres og skal gå fra at være andres stemmer, som repræsentere, til at borgere i hjemløshed må repræsentere sig selv.”. Derudover appellerer jeg også til logos, ved blandt andet at være lidt teoretisk orienteret, når jeg blandt andet beskriver magtdiskurser og medialiseringens magt, hvis man ikke er lidt inde i emnerne, kan disse termer måske virke meget fremmede. I formidlingsartiklen har jeg forsøgt, at have en vinkel på det bemærkelsesværdige (Reinecker, Jørgensen & Gandil, 2016: 135), hvilket jeg allerede mener, jeg sætter anslaget til i overskriften.

Formidlingsartiklen er overordnet set struktureret ud fra debatmodellen (Reinecker, Jørgensen & Gandil, 2016: 147). Jeg forsøger i starten af artiklen at skabe en opmærksomhed, der er ”Attention” (Ibid.), derefter beskriver jeg problemet og hvad der er behov for, dette kategoriseres som ”Need” (Ibid.). satisfaction, visualisation og action er at finde i den sidste del af artiklen, hvor jeg både forsøger at komme med en løsning, beskrive konsekvenserne, men samtidig opfordre til, at der skal ske en ændring i kommunikationen (Ibid.), hvis man ikke vil bidrage til den herskende mediediskurs.

Et andet virkemiddel jeg har inddraget er metaforen. Dette har jeg valgt for først og fremmest at fortælle noget abstrakt, som mindre abstrakt, for at få skabt en dybere forståelse. Men også for at gøre det mere spændende for læseren (Reinecker, Jørgensen & Gandil, 2016: 166-167). En af metaforerne er blandt andet, når jeg nævner oceanet af glemte stemmer. Her forsøger jeg at skabe et billede hos læseren, hvor at alle de negligerede stemmer fortsætter i en evighed og dækker over en meget stor mængde af mennesker, som ikke kan repræsentere sig selv.

Layout

Det stilistiske er ud fra, hvordan andre artikler ser ud på Kforum. Jeg har valgt at læse nogle forskellige artikler inde på deres hjemmeside og derefter opstille min artikel på samme måde, så det dermed følger den samme format. Netop derfor er min formidlingsartikel heller ikke i spalter, da dette ikke er typisk på Kforum.

Litteraturliste

Kforum, "Om Kforum" (s.d.), <https://www.kommunikationsforum.dk/om>

- Lokaliseret d. 12 december 2022

Kirkens Korshær, Om Os. (s.d.). <https://kirkenskorshaer.dk/koebenhavn/om-os>

- Lokaliseret d. 2.september 2022

Rienecker, Lotte, Jørgensen, Peter Stray & Gandil, Morten (2016), "Den formidlende artikel – "Forhold dig til læseren"", *Skriv artikler : om videnskabelige, faglige og formidlende artikler*. 2. udgave. Samfundslitteratur.