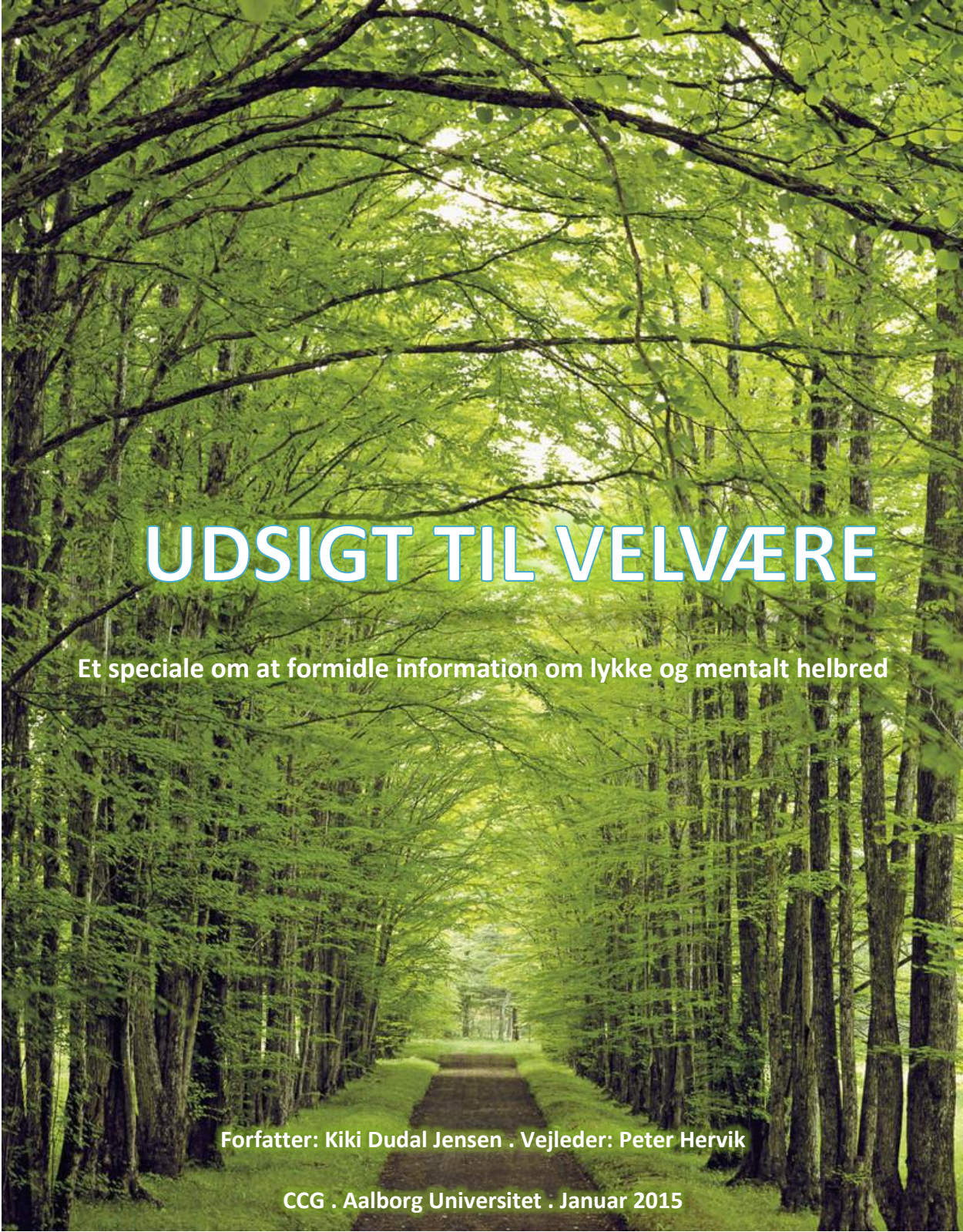




UDSIGT TIL VELVÆRE

Et speciale om at formidle information om lykke og mentalt helbred

Forfatter: Kiki Dudal Jensen . Vejleder: Peter Hervik

CCG . Aalborg Universitet . Januar 2015

Titelblad

Speciale titel: Udsigt til velvære

Sprog: Dansk

Uddannelsesinstitution: Aalborg universitet

Afleveringsdato: 05-01-2015

Uddannelse og gren: Culture, Communication and Globalization – Market and consumption

Vejleder: Peter Hervik

Side antal i alt: 56

Side antal i typeenheder: 54

Antal typeenheder: 129.506

Udarbejdet af: Kiki Dudal Jensen

Kiki Dudal Jensen

Abstract

In postmodern globalized societies, we face an almost continuous feed of new information every day. However, at the same time, the world seems increasingly complex and the consequences of our actions appear incalculable. It seems as if the in-depth information, we seek, becomes lost in the chaos of communication. This challenges people's ability to act upon their needs and values and, thus, actively navigate in their own lives. To gain a prospect of wellbeing, we must understand the phenomenon, and its relation to other phenomena, as both the sender and receiver in a communication situation perceive it.

The purpose of this master thesis is to study how to structure information on well-being to meet the need for human understanding. My methodological approach is hermeneutic. Thus, I acknowledge that even though we sense experiences in a similar manner, our interpretations of the experiences and texts may vary; based on the different contexts we are part of during our lives. Still, the information on basic psychological needs and relations regarding wellbeing point towards essential preconditions influencing people's lives across cultures, nationalities, gender, age etc.

In the thesis, I elaborate on theories from Lars Brodersen, Eric Arnould, Nathan Shedroff and Mihaly Csikszentmihalyi to gain an understanding of the users' way of approaching information. Based on this I discuss the conditions a sender must take into account when communicating about wellbeing. One of the key points is to understand that people gain new understandings through experiences. We then compare the new information to our prior experiences and knowledge. Afterwards the interpretation of the information forms new conceptual understandings of the perceived phenomena.

However, because people's contexts, experiences and emotional sensitivity vary from each other, we are likely to attribute different meanings to the same concepts, depending on our prior understandings. For instance, due to the use of a different language in this abstract compared to the following thesis, there is a risk that the different readers will understand the texts in different ways. Thus, prior to communication a sender must identify the communicative context and adjust the relevant information according to this, in order to meet the needs of the potential receivers of the information.

With this thesis, I aim to demonstrate that you can structure in-depth information to become more understandable for different users. However, the wider the audience, the harder it will be to ensure common understandings of the concepts used. Furthermore, in order for people to act upon the communication, the information must refer to context of meaning and interest to them.

Indholdsfortegnelse

I. Forord.....	5
II. Indledning.....	6
Problemfelt	7
III. Metode.....	10
Det videnskabsteoretiske udgangspunkt.....	10
Fænomenologien - Et favnende brugersyn.....	11
En epistemologisk udfordring	12
Hermeneutikkens metodiske greb.....	13
Den hermeneutiske cirkel som metodisk fremgangsmåde	13
IV. Datagrundlag	16
Lykke og helbred – to sider af samme sag.....	16
Faktorer i niveauer	20
Motiverende velvære	23
V. Modtagerorienteret informationsdesign	26
At begribe kompleksiteten.....	26
Data, information og viden	27
Et fælles udgangspunkt.....	28
Oplevelser som følelsesmæssige vurderinger	29
Oplevelsesrig læring.....	30
Mindeværdige oplevelser	31
Genkendelige information	34
VI. Designprocessen.....	36
Tilstanden af informationerne om velvære	38
Fænomeners opdeling i tegn	39
Tilstandsmodel som metode til strukturering	41
Kontekstafhængig strukturering.....	44
VII. Den konkrete kommunikation	47
VIII. Konklusion	50
IX. Litteraturliste	52
Bøger	52
Rapporter	53

Internet kilder:	53
Sekundære kilder:	55

Bilag

Specialets bilag findes på den vedlagte CD.

Oversigt over figurer

Figur 1. Den hermeneutiske analyseproces	s. 14
Figur 2. Specialets design	s. 15
Figur 3. WHO's oversigt over mental helbred	s. 18
Figur 4. Helbreds niveauer	s. 21
Figur 5. Bæredygtig udvikling for velvære	s. 23
Figur 6. Oplevelsestyper	s. 29
Figur 7. Lykke punkter	s. 38
Figur 8. Oplevelse af fænomen	s. 40
Figur 9. Samlede tegntyper	s. 42
Figur 10. Tilstandsmodellen	s. 43

I. Forord

Dette speciale er kulminationen på mange års store interesse for at forstå sammenspillet mellem mennesker, i vores kommunikation med hinanden. I løbet af min uddannelse *Culture, Communication & Globalization*, med speciale i *Market & Consumption*, har interessen udviklet sig til en passion for vidensformidling, ikke mindst omkring samfundets relationer og menneskers muligheder for velvære.

Under udarbejdelsen af specialet oplevede jeg på nært hold betydningen af de forhold, jeg har skrevet om, og jeg kunne ikke have gennemført projektet uden den store støtte jeg har modtaget. Derfor vil jeg rette en stor tak til studiekoordinator Martin Bak Jørgensen, studiesekretær Malene Karmisholt, mine venner og familie for deres støtte, tålmodighed og assistance igennem forløbet.

Den største tak skal gå til min vejleder, Peter Hervik, som har bidraget med uundværlig indsigt og sparring igennem hele forløbet og mere til. Peters inspirerende vejledning og konstruktive kritik har hjulpet mig til at finde nye veje, der har haft afgørende betydning for specialets resultatet og min fremtid.

Processen har været udfordrende, oplevelsesrig og livsbekræftende.
Tusind tak til alle personer, der delte den med mig.

Kiki Dudal Jensen



II. Indledning

"Livet er summen af alle dine valg" [Albert Camus]

Da jeg var barn sagde min mor ofte *"Du vælger hele tiden; et fravalg er også et valg"*. Med dette henviste hun til tekster af den franske forfatter Albert Camus, hun havde læst om i sin lille røde psykologibog. Samtidig mindede min far mig om, at vi alle har fået en værktøjskasse, og at vores eneste pligt er at udnytte de værktøjer, vi har fået, bedst muligt.

Deres ord følger mig stadig og har i kommunikationsstudiet bidraget til min forståelse af teorier om menneskets væren og adfærd: Hermeneutikeren Hans Georg Gadamers begreb 'forståelseshorisont' ser jeg som værktøjsskassen, vi møder verden med. Det er med denne vi har mulighederne for at forstå og handle i verden [Fuglsang, 2009: 323]. Vores kompetencer og viden fungerer som værktøjerne i kassen og er dannet af vores biologiske forudsætninger (bl.a. krop og kognition) og vores livserfaringer med omverden (inkl. sociale relationer, miljø og kultur). Dette skyldes at vi, som filosofen Martin Heidegger udtrykker det, er kastet ind i en allerede eksisterende verden og må erkende verdens fænomener gennem vores brug af disse. Vores erkendelse kan ikke være neutral og fordomsfri, men formes løbende af den tidligere praksis [Zahavi: 286]. Derfor præges vores valg af de værktøjer, der skabes.

Samtidig viser forskning at ikke alle vores handlinger er bevidste, men også baseres på vaner, instinkter og følelser, der hjælper os med at overkomme de mange valg, vi konstant konfronteres med¹. Det vil sige, at vores forståelse og valg må være påvirket af andres tidligere valg, både bevidste og ubevidste, ligesom vi også påvirker os selv og andre fremadrettet med vores valg. På den måde vil livet blive summen af valg, ikke kun vores, men alles.

Det må betyde at det liv vi får, herunder vores helbred og lykke², ikke kun afhænger af vores indsats, men også af vores rammer. For at forstå, hvordan vi kan få det liv vi ønsker, må vi derfor også søge at forstå sammenhængen mellem de forhold, der påvirker os og lære at navigere i forhold til dem. Der findes allerede litteratur, der søger at definere 'det gode liv', og hertil viden om rammerne for helbred og lykke, men de færreste har indsigt i de forskellige rapporter.

I de postmoderne samfund bombarderes vi med information, og meget af kommunikationen kombinerer vores sanser. Det ses i alt fra redskaber, så som trafikskilte, kort og vejrudsigter til sociale platforme og underholdende TV programmer, YouTube kanaler og reklamer. Med den stigende informationsoverflod og kampen om vores opmærksomhed, kan overblikket hurtigt mistes og dybdegående information risikerer ikke at nå ud. Det udfordrer vores muligheder for at tilegne os viden og handle i overensstemmelse med vores værdier.

Jeg ser dette som et demokratisk problem, da det er svært at se, hvordan vi kan vælge det vi ønsker, hvis ikke vi kan overskue, hvad de mulige valg indebærer.

¹ Se s.5 under afsnittet *Problemfelt*.

² Se kapitlet *Datagrundlag* for en redegørelse af begreberne

Samtidig er jeg nysgerrig på, hvad vi kan gøre for at formidle mere dybdegående information med udgangspunkt i vores fælles forståelsesramme. Ligesom mine minder og billedsproget med værktøjskassen har hjulpet mig, findes der flere forskellige værktøjer, der forsøger at hjælpe mennesker med at få indsigt i mere dybdegående informationen. Eksempelvis kan tjenesten [Google Maps](#) både hjælpe os med at finde vej og få overblik over store fysiske områder, mens brugsanvisninger kan hjælpe os med at se, hvordan genstande skal samles og håndteres. Forskellige infografikker, som de på siderne [Visual.ly](#) og [Informationisbeautiful](#), har, gennem visualisering, audio og interaktivitet, desuden søgt at formidle både kvalitative og kvantitative data, om eks. genstandes opbygning, produktionsprocesser og sociale relations mønstre.

Men hvor Google Maps, grundkort og lign. kan gøre information håndgribelig ved at referere til faste fysiske områder og geometriske rum, må formidlingen af andre typer information, eks. om helbred, gøre brug af billedsprog og illustrationer til at håndgribeliggøre dataene [Brodersen 2012]. Yderligere behandler mange infografikker kun et snævert emne eller fragmenterede dele af et fænomen, hvorfor modtagerne ikke nødvendigvis får indsigt i hele fænomenet og dets forhold til omverden. Fælles for begge formidlingsformer er dog, at de gennem informationsdesign former data for at imødekomme modtagernes fælles forståelseshorisont³.

Det afleder spørgsmålet om, hvordan dyberegående information, der ikke refererer til fysiske rum, kan formidles, så der sker en horisontsammensmeltning mellem vores forståelseshorisont og tekstens.

Problemfelt

Med dette speciale ønsker jeg at undersøge, hvordan de potentielle modtagere kan få overblik over sammenhængen mellem rammerne for lykke, mentalt helbred og vores valg. En udredelse heraf involverer en stor mængde information om mange forskellige elementer, der påvirker hinanden, hvorfor formidlingen kan blive meget kompleks.

Set i forhold til den nuværende samfundssituation er kompleksiteten et problem, da hverdagen i de postmoderne samfund på mange måder i forvejen opleves mere fragmenteret og kompleks. Vi udsættes for en stigende mængde information, misinformation og modsatrettede budskaber fra mange forskellige afsendere med modstridende interesser. Som jeg beskrev i 'Our TV':

"...there is today "an almost continuous feed of news video 24 hours a day from both Eurovision and private agencies into the newsrooms of European broadcasters" (Hjarvard 2003). Thus, the potential for a much more diverse and extended coverage exist today and the challenge is to choose among the thousands of possible stories" [Jensen 2012: 17].

Denne situation stemmer overens med Lars Qvortrups beskrivelse af det hyperkomplekse samfund og Anthony Giddens af det postmoderne samfund, hvor mennesket ikke har den samme sikkerhed i dets rødder og kerne i samfundet. Vi kan ikke længere overskue samfundet, herunder informationsstrømmen,

³ Dette udtryk behandles over flere kapitler. Se kapitlet *Metode* for en overordnet redegørelse.

fra et bestemt observationspunkt og samtidigt bliver vores selv et fortløbende projekt. Som jeg tidligere har forklaret i projektet *Dilemmas in mediating for the public*, med henvisning til Anthony Giddens, Gerhard Schulze og Jean Baudrillard, påvirker det selve vores informationssøgning; den kaotiske og komplekse situation, hvor vi konstant skal navigere og vælge i den tiltagende overflod af information, og samtidig skal forme vores refleksive selv, gør at vi bliver mere usikre, forvirrede og frustrerede. Som Sociologen Henrik Dahl beskriver det i *Mindernes dal "hvis man ikke kan gøre uoverskueligheden overskuelig, bliver man vanvittig"* [Dahl 2002: 42].

Dette påvirker vores beslutninger, da vores opmærksomhed rettes mod den information og de oplevelser, vi kan relatere os til og kan bruge i den videre udvikling af historien om os selv. Usikkerheden medfører, at vi støtter os til egne tidligere erfaringer og søger mod fælles mønstre og delte oplevelser [Jensen, 2012: 9]. Derfor påvirkes vi mere af, hvad vi tror andre gør, hvilket stemmer overens med hvad Vincent F. Hendricks, professor i formel filosofi ved Institut for Medier, Erkendelse og Formidling, Københavns Universitet, udtaler i forbindelse med publiceringen af artiklen *Infostorms*, omkring det psykologiske fænomen *Informationskaskader*⁴:

Lige pludselig bliver det en selvforstærkende effekt, hvor alle tror på informationen, fordi alle andre tror på den" ... "ligesom dominobrikker, der vælter på striben [Vincent F. Hendricks; i Secher, Videnskab.dk 2013].

Ydermere orienterer vi os mod æstetiske og subjektive vurderinger af nydelse, herunder gode oplevelser, socialt tilhørsforhold og vores livsfilosofi og værdier. Vi søger således at opnå en positiv psykofysisk tilstand og prioriterer ofte det underholdende [Jensen, 2012: 9].

Forskning har desuden vist, at vores handlinger er meget påvirket af vores instinkter [Ramsø i Videnskab.dk, 2013 og 201], mavefornemmelse [Hendricks i etik.dk, 2010] og dermed vores følelser [Farbrot, Videnskab.dk, 2012 og Cecilie Cronwald, Videnskab.dk, 2010], især når vi skal forholde os til megen information.

Det er ikke kun en bestemt type indhold, der fanger vores opmærksomhed og påvirker vores valg. Der viser sig også en klar tendens til, at den stigende kompleksitet bidrager til at vores opmærksomhed rettes mod det overfladiske og korte, det nemme og hurtige, de fængende overskrifter og sensationelle i stedet for at fordybe os [From-Poulsen, 2010]. Dette ses tydeligt ved de artikler og videoer, der læses flest af og går viralt på internettet [Wallberg, 2013 og Sørensen, 2013].

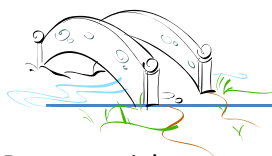
Samtidig er den information vi husker, i høj grad påvirket af måden informationen præsenteres på. I artiklen "Effektiv visuel kommunikation" henviser Jeppe Schytte-Hansen til studier foretaget af den amerikanske psykolog Jerome Bruner. Ifølge studierne husker mennesker kun 10 pct., af det vi hører, 20 pct. af hvad der læses, hvorimod vi husker 80 pct. af det vi ser, gør eller oplever. Ydermere husker vi angiveligt bedre det, der er blevet præsenteres både visuelt og mundtligt, fremfor hvis det udelukkende er mundtlig [Schytte-Hansen: 2012]. Det interessante er, at vi tilsyneladende ikke kun husker bedre ved en kombination af sanser. En undersøgelse om 'Effectiveness of Visual Language Presentations' lavet af Bob Horn fra Wharton School of Business viste, at budskaber frembragt ved brug af både auditive og

⁴ Informationskaskader er "hvor personer ser på, hvordan andre opfører sig og derefter undertrykker deres personlige vurdering og træffer det samme valg som alle andre. Det er altså en situation, 'hvor alle gør noget, fordi alle andre gør det'" [Sacher, Videnskab.dk, 2013]

visuelle virkemidler blev anset for at være overbevisende af 67% af respondenterne, mens kun 50% fandt det overbevisende ved udelukkende mundtlig kommunikation [Schytte-Hansen: 2012].

Alt dette gør det endnu mere kompliceret at trænge igennem og skabe overblik over et i sig selv komplekst emne, i målet om at bidrage med oplysning til befolkningen. Information som, jeg mener, er essentiel for vores evne til at kunne foretage valg (både politiske, demokratiske og forbrugsmæssige), der hjælper os med at komme frem mod vores ønskede mål. Det er i lyset af dette, jeg ønsker at undersøge, hvordan den store samling af information, der tilsammen giver indsigten i et budskab, kan struktureres og præsenteres, så det nødvendige overblik skabes. Det leder mig til min problemformulering:

Hvordan kan information om lykke og mentalt helbred struktureres til at kunne imødekomme modtageres forståelseshorisont, med henblik på at kunne foretage valg?



III. Metode

Dette speciale tager udgangspunkt i modtageren; med en forståelse af, at formidling skabes i et samspil mellem afsender og modtager og at den viden, afsender ønsker at kommunikere, må imødekomme modtagerens forståelseshorisont. Målet for specialet er derfor en metode til at strukturere dybdegående information, baseret på en fælles forståelseshorisont.

Specialets metodeafsnit skaber her den videnskabelige ramme for, hvordan dette kan undersøges. Først vil jeg redegøre for specialets videnskabsteoretiske tilgang, efterfulgt af fremgangsmåden for undersøgelsen. Med disse elementer vil metodeafsnittet fungere som broen i projektet, der forbinder teori og data og herved muliggøre at problemformuleringen kan besvares gennem min analyse.

Det videnskabsteoretiske udgangspunkt

Det videnskabsteoretiske udgangspunkt for dette speciale er hermeneutikken. Som beskrevet i indledningen tilslutter jeg mig Gadamer's hermeneutiske ontologi, hvor mennesker ses som fortolkende individer, der tager afsæt i vores forforståelse. Den viden vi erkender, bidrager herefter til en ny forståelse, hvorfor vores forståelseshorisont bliver et fortløbende projekt [Gadamer, 2007: 254].

Det påvirker vores mulighed for videnskabelig erkendelse af verden, og dermed specialets epistemologi. Idet vi møder verden med en forforståelse, præger denne vores forståelse af et genstandsfelt. Derfor er der i det hermeneutiske paradigme en erkendelse af, at viden er påvirket af subjektet, der anskuer feltet, herunder individets forforståelse og omgivelser, hvilket medvirker, at vi ikke kan anskue feltet objektivt og opnå én objektiv sandhed [Collin, 2007: 154]. Det adskiller hermeneutikken markant fra positivismen, der søger én universel forklaring af verden.

I det positivistiske paradigme menes det, at samfundet og både de fysiske genstande og sociale relationer kan betragtes objektivt, ved at distancere sig fra fænomenerne, sammenligne resultater og efterfølgende afprøve dem gennem nye, ofte statistiske, undersøgelser [Collin, 2007: 68]. Målet er at forklare og forudsige fænomener, eks. brugeradfærd, som potentielt kan styres af afsenderen, ved at søge efter og forklare regler og lovmæssigheder i årsags-virknings forhold [Collin, 2007: 84]. Det vil sige, at menneskers adfærd måles, vejes og kategoriseres på lige vilkår med andre genstande, som sten, dyr og planter.

I det hermeneutiske paradigme fokuseres der i stedet på at forstå sociale fænomener gennem fortolkning. De sociale fænomener ses som foranderlige og nuancerede og verden kan derfor forstås på mange forskellige måder alt efter subjektet [Collin, 2007: 143]. Fordi hermeneutikken søger at forstå de subjektive og kontekstafhængige motiver og handlinger, foretages der ofte dybdegående kvalitativt arbejde af en snæver gruppe mennesker. Det kan gøre det svært at opnå en samlet brugerforståelse, især for en bred målgruppe, så som borgere i postmoderne demokratiske samfund. Det skyldes at menneskers oplevelser og adfærd, ifølge hermeneutikken, kan påvirkes af bl.a. forskellige rollemønstre, livsstile og kulturelle afhængigheder [Buhl, 1990: 137].

I specialet tager jeg udgangspunkt i de mekanismer, der påvirker vores forståelsesramme på tværs af alder, køn og livsstil. Med det brugersyn, jeg præsenterede i indledningen, mener jeg, på linje med hermeneutikken, at vi påvirkes af vores kontekst, baggrund og relationer, og at vores forståelseshorisont derfor bliver forskellig. Samtidig anerkender jeg, at vi også påvirkes af vores krop og kognition, samt at der er forhold, vi kan identificere os med på tværs af kultur, køn og nationalitet. Selvom det umiddelbart kan virke modstridende med den ontologiske hermeneutiks beskrivelse af et kontekstafhængigt subjekt, mener jeg, at viden fra det positivistiske paradigme, så som kognitionsvidenskaben, kan bidrage til vores forståelse af menneskers behov og adfærd.

Forskellige naturvidenskaber kan hjælpe os med at forstå den verden vi er 'kastet' ind i, og eks. kognitivismen kan hjælpe os med at forstå de biologiske mekanismer, der også er en del af os. Kognitivismens menneskesyn inkluderer et bevidsthedsliv, hvor rationelle og psykologiske processer påvirker individets reaktion på et budskab og søger at forklare, hvordan bevidstheden påvirker vores opfattelse, ved at undersøge, hvad der sker i vores hjerne, når vi opfatter verden omkring os [Planck, 2010]. Ifølge Thomas Wiben Jensen, anerkender flere kognitivistere ligeledes at undersøgelser af hjernen ikke kan stå alene i forståelsen af mennesket, idet vores sanser er forbundet til vores krop og at samfundet og individerne er påvirket af vores kontekst [Ebdrup, 2011]. Det betyder at forskellige videnskabelige tilgange kan have begrænsninger, der afhænger af deres fokus. Fokusset i kognitivismen er de biologiske mekanismer, der indgår i menneskelig aktivitet på tværs af individerne og deres kontekst. For at forstå menneskets bevidsthed og adfærd må vi dog også inddrage viden om de sociale og kulturelle betydninger, vores følelser og oplevelser af verden.

Fra det udleder jeg, at de forskellige videnskabelige tilgange kan bidrage med forskellig viden om verden, og derfor kan supplere hinanden. Mens naturvidenskaber, som kognitivismen, kan bidrage med at forklare biologiske mekanismer bag vores handlinger, må vi også søge at fortolke verden omkring os for at forstå den og hinanden.

Fænomenologien - Et favnende brugersyn

For at imødekomme biologiens indflydelse har jeg valgt at inkludere fænomenologien i mit menneskesyn, idet jeg mener denne omfavner både vores fysiske, mentale og sociale processer.

Ifølge Martin Heideggers fænomenologi, består mennesket ikke udelukkende af et rationelt 'jeg', med reflekterede bevidste valg. Vi er også et sansende væsen, der tilegner sig viden og meninger gennem vores krop. Vores erkendelse af verden sker således gennem vores kropslige tilstedeværelse heri og kroppen og bevidstheden bliver uadskillelige, hvilket også beskrives som vores '*væren i verden*' [Heidegger 1962: 58]. Det bevirker at mennesker både kan være aktivt fortolkende og selv være med til at skabe og forme vores og andres oplevelser, samtidig med at kroppen er en mulighedsbetingelse for al menneskelig interaktion med omverden. Modtagerne⁵ vil således have afgørende betydning i en kommunikationsproces, på grund af deres direkte medskabende funktion i meningsdannelsen.

⁵ Selvom jeg forskellige steder omtaler modtagerne som en gruppe med stedordene 'de' og 'deres' er det vigtigt for mig at tilføje, at jeg ikke ser modtagerne som menneskeer, der er anderledes end afsendere. Forståelseshorisont er fælles for os alle. Forskellen på de to er blot at en afsender formidler et bestemt budskab, mens modtagere,

Vores erkendelse af dette væren-i-verden forhold sker, ifølge Heidegger, gennem fortolkning på baggrund af vores for forståelse [Heidegger: 232]. Herved hænger Heideggers fænomenologiske menneskesyn sammen med den hermeneutiske erkendelse, hvilket kan forklare hvorfor den også kaldes en hermeneutisk fænomenologi. Ydermere siges Gadammers ontologiske hermeneutik at være en videreudvikling af Heideggers hermeneutiske fænomenologi, herunder den hermeneutiske cirkel, som jeg vil komme nærmere ind på senere [Rønn, 2006].

En epistemologisk udfordring

Det efterlader dog stadig en epistemologisk udfordring ift. den naturvidenskabelige forskning, da hermeneutikken og positivismen kan ses som hinandens modsætninger [Kristensen, 2011: 13 & Planck, 2010].

Ifølge medieforskeren Stig Hjarvard behøver de to tilgange dog ikke være modsætninger. Han ser fortolkning som en uundgåelig komponent af videnskabsteorien og argumenterer for et metodologisk enhedssyn:

"Ligesom eksistensen af en universel eller objektiv betydning uafhængig af social handlen og kontekst må forkastes, må også forestillingen om en ikke fortolkende videnskabelig praksis forlades". [Hjarvard, 1995: 26]

Med dette udtrykker han at selve eksistensen af flere betydninger, kontekster og den sociale handlens indflydelse gør fortolkning uundgåelig. Forskellige metoder, både naturvidenskabelige og humanistiske, kan rette sig mod forskellige dimensioner og bidrage med viden om hver deres genstandsfelt, men forståelsen af et fænomen opnås gennem refleksion og enighed om, hvordan det givne fænomen udlægges [ibid: 53].

Desuden udtrykker lingvistik professoren Norman Fairclough, ifølge Jørgensen m.fl., at der eksisterer et dialektisk forhold mellem ikke-diskursiv og diskursive elementer i den sociale praksis. På den ene side er der fysiske mekanismer, der ikke har en diskursiv karakter, som kan påvirke den diskursive praksis. Samtidig kan diskurserne afspejle, forme og omforme de sociale processer og strukturer [Jørgensen og Phillips: 73].

På baggrund af disse forhold kan hermeneutikken fungere som det overordnede videnskabsteoretiske udgangspunkt. Det åbner for et brugersyn, der inkluderer et sammenspil mellem diskursive og ikke-diskursive praksisser. Med hermeneutikken som videnskabsteori anerkender jeg, at der ikke kun er én objektiv sandhed, men flere forskellige fortolkninger. Samtidig mener jeg at der gennem den diskursive praksis kan opnås en fælles forståelse eller enighed om de undersøgte fænomener, eller i det mindste mekanismerne bag. Dette gælder også forståelsen af modtager.

som navnet antyder, modtager meddelelsen. Så snart kommunikationen er min. tovejs kan begge parter være afsender og modtager.

Selvom menneskers fortolkninger vil være forskellige, fører det ikke til total relativisme. Dette skyldes at vores sociale og kulturelle relationer og sprog, samt vores kroppe, skaber et grundlag for et kommunikationsfællesskab, der sikrer, at vi kan begå os i verden.

Dette kommunikationsfællesskab vil jeg søge at imødekomme med specialet. Jeg ser den intendede målgruppe som meget bred, idet jeg mener dybdegående information om eks. lykke og helbred, kan være relevant for alle borgere i postmoderne demokratiske samfund på tværs af nationalitet, kultur og livsstil. I min beskrivelse af modtager, vil jeg derfor tage udgangspunkt i nogle af de mønstre og bagvedliggende mekanismer, vi mennesker kan siges at have til fælles. I forhold til hermeneutikken vil det sige, at jeg må søge at kommunikere i overensstemmelse med modtagernes fælles forståelseshorisont for at kunne formidle den dybdegående information.

For at kunne gå i dybden vil jeg ikke forsøge at belyse alle de mulige fælles behov og mekanismer, men tage udgangspunkt i nogle af de forhold, jeg mener, supplerer hinanden og kan bidrage til netop denne kommunikationssituation. Beskrivelsen heraf præsenteres i de efterfølgende kapitler og vil inkludere informationen om brugeren fra indledning.

Hermeneutikkens metodiske greb

I specialet bruger jeg den hermeneutiske videnskabsteori til at undersøge, hvordan den udvalgte information kan formidles, så den får betydning i forståelsesprocessen. Det interessante for både Gadamer's hermeneutik og jeg er her, hvordan der kan ske en horisontsammensmeltning gennem kommunikationen [Gadamer, 2007: 288]. I overensstemmelsen med Heidegger og Gadamer mener jeg ikke, at jeg er i stand til formidle den helt 'oprindelige' mening af det erfarede. I stedet er det min forståelse af informationen, jeg kan søge at videreformidle. Med henblik på dette, vil jeg i kapitlet *Datagrundlag* redegøre for min forståelse af undersøgelsesfeltet og af de data, jeg ønsker at kommunikere.

Den hermeneutiske cirkel som metodisk fremgangsmåde

På baggrund af min hermeneutiske tilgang, vil jeg benytte den hermeneutiske cirkel som specialets metodiske instrument. Først til at opbygge en samlet teori, og efterfølgende til at analysere genstandsfeltet, ved at holde teorien op mod det udvalgte data.

Den hermeneutiske cirkel anskues af Gadamer og Heidegger ontologisk, som en universel betingelse for erkendelse [Gadamer, 2007: 254]. Ud over at jeg, som forskende, må tilgå specialet med en forforståelse, betyder dette, at viden vil blive skabt i en vekselvirkning mellem dele og helhed, hvilket vil sige at dele og helhed ses i relation til hinanden. For at forstå helheden, må man inddrage forskellige dele, ligesom delene også kun forstås i kraft af helheden [Gadamer, 2007: 254]. Delene og helheden kan både være afgrænset til forståelsen af en tekst og dets elementer og omfatte et større felt med en deludlægning af feltet, samt den forståelseshelhed, som deludlægningen er en del af. Relationen mellem del og helhed gør sig også gældende mellem feltet, der fortolkes, og den kontekst det fortolkes i.

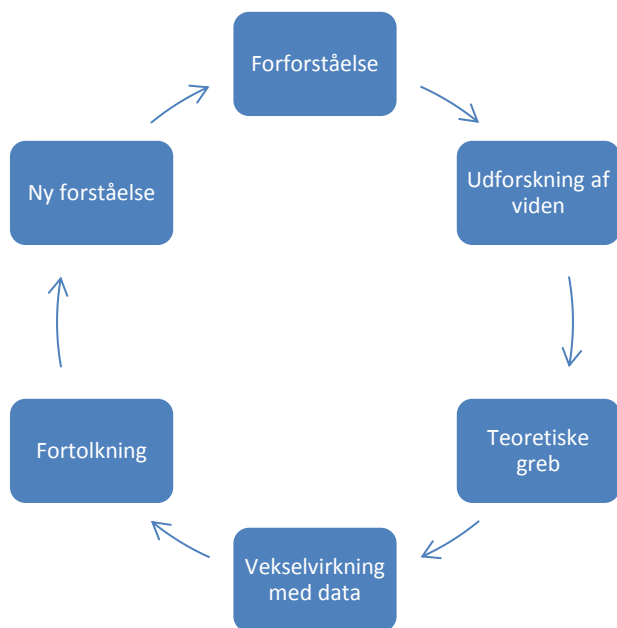
Gennem den hermeneutiske cirkel udvikles konstant en ny forståelse, hvorfor der hverken vil være en begyndelse eller afslutning på forståelsen. Processen kan derfor også kaldes den hermeneutiske spiral, da den i princippet er uendelig.

Teoretisk set benytter jeg hermeneutikken metodisk til at udvikle en samlet teori, ved at kombinere forskellig litteratur. Til hver udvalgt litteratur forholder jeg mig spørgende på baggrund af de forskellige beskrivelser om modtagernes fælles forståelseshorisont; hvad siger teksten om at strukturere information og hvordan forholder dette sig til min forståelse af modtagernes kommunikative behov? I denne sammenhæng forholder jeg mig også til de forskellige teksters kontekst, for at kunne forstå teksternes egne horisonter af betydninger, der påvirker deres mening.

Det vil sige, at jeg teoretisk gradvist tilføjer forskellige litterære dele og undersøger, hvordan de forholder sig til forforståelsen og til hinanden som helhed. I processen spilles tekstdelene og min forforståelse ud mod hinanden, hvormed rammerne for de tidligere forståelser overskrides og forståelsen løbende korrigeres. Gennem dette når jeg frem til en ny samlet teoretisk forståelse, jeg kan bruge analytisk.

Specialet er ikke opdelt i specifikke teori og analyse afsnit. I stedet holder jeg gradvist dele af teorier op mod den valgte data, jeg ønsker at formidle. Herved kan jeg undersøge, hvordan præsentationen af dataene påvirkes af at benytte de teoretiske greb og hvorledes dette imødekommer modtagernes fælles forståelseshorisont. På baggrund af hver tekstdel, kan jeg opnå en ny helhedsforståelse, hvorudfra jeg kan stille mere dybdegående spørgsmål for at bevæge mig dybere ind i emnet.

På den måde søger jeg gradvist at besvare problemformuleringen gennem en cirkulær proces af forforståelse → spørgsmål → fortolkning → ny erkendelse. Se figur 1 nedenfor:



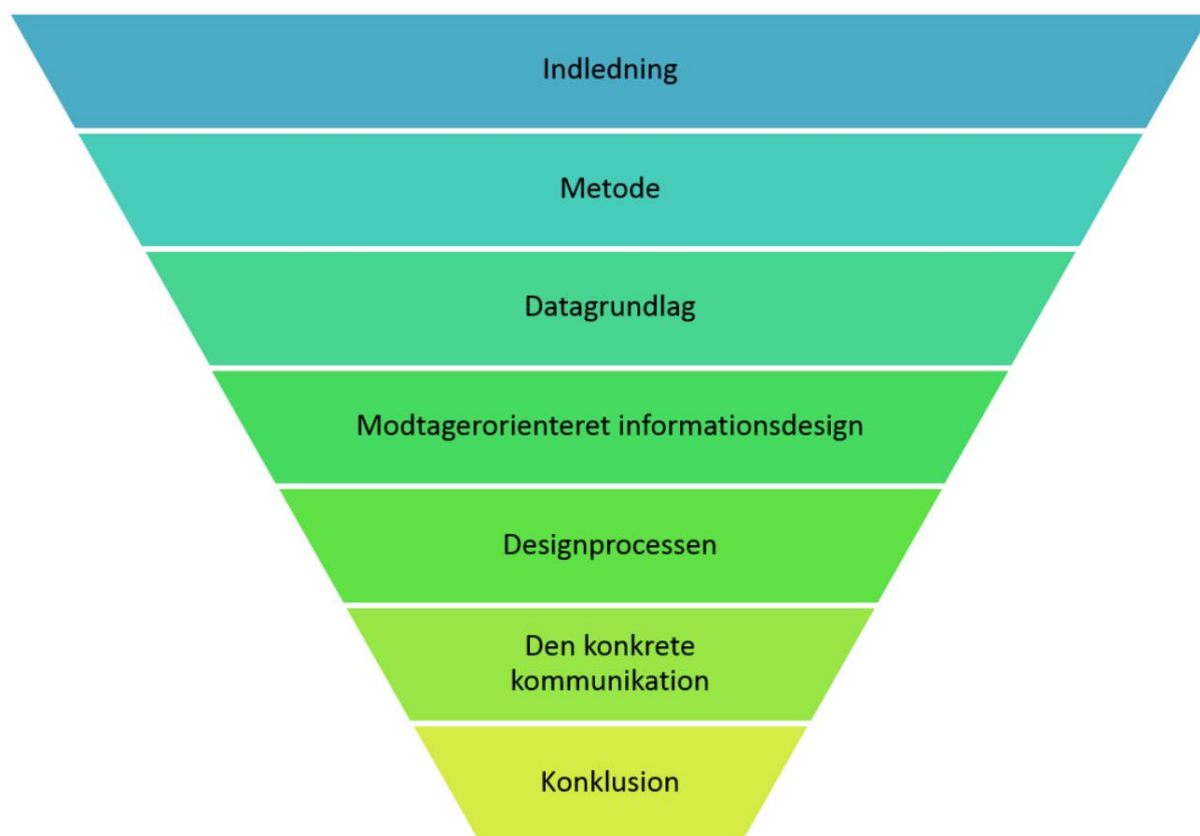
Figur 1. Den hermeneutiske analyseproces (egen illustration).

Som et led i denne vekselvirkning mellem data, teori og analyse, bevæger jeg mig igen gradvist fra at beskrive datagrundlaget, menneskers fælles forståelseshorisont og kommunikation generelt, til at forholde mig til en konkret kommunikations situation, hvor information om lykke og helbred kan efterspør-

ges. Mens de generelle beskrivelser bidrager med at danne viden om feltet, viser de konkrete afgrænsninger sig nødvendige, for at kunne beskrive relationen mellem velvære (lykke og mentalt helbred) og valg i forhold til konkrete kontekster modtagerne kan befinde sig i. Derfor vil jeg i kapitlet *Den konkrete kommunikation* afslutningsvis referere til et konkret scenarie, hvor information om lykke og mentalt helbred kan relateres til konkrete handlinger. Denne kommunikative kontekst vedrører interaktionen mellem borgere berørt af mentale helbreds udfordringer og deres sagsbehandlere.

På baggrund af dette kan specialets udformning ses som en tragt, der gradvist indkredser min forståelse med henblik på at kunne strukturere information om sammenhængen mellem lykke, mentalt helbred og vores valg.

Projektets design er illustreret i nedenstående figur:



Figur 2. Specialets design



IV. Datagrundlag

Ofte præsenteres vi for reklamer og råd om, hvordan vi opnår lykke og et godt helbred, men ofte er det opskrifter med 10 simple trin og råd som "smil til en fremmed" og "Lev livet lidt sundere", der fylder mediefladen. Der fokuseres på, at vi er vores egen lykkesmed og dermed selv ansvarlige for at få det liv, vi gerne vil have. Samtidigt viser flere undersøgelser, at mentale helbredssygdomme er et stigende problem og en af de største årsager til ulykke og helbredsproblemer⁶. Modsat de mange råd og opskrifter viser rapporter fra WHO og OECD, at menneskers lykke og mentale helbred⁷ ikke kun påvirkes af individens egne evner og handlinger, men af vores miljø, samfundsmæssige strukturer og social forhold, og at lykke og mentalt helbred derfor både er en konkret social, national og global udfordring [WHO, 2012]. Det bringer mig tilbage til de indledende ord, om at vores liv bliver summen af alles valg⁸. For at forstå hvad der skal til, for at vi kan have det godt, herunder et godt helbred, må vi få indsigt i de sammenhængende forhold, der danner rammen for dette. Før der kan redegøres for disse forhold, må vi dog først forholde os til de begreber, der bruges og spørge, hvad lykke defineres som og hvordan dette kan hænge sammen med det mentale helbred.

Lykke og helbred – to sider af samme sag

Der findes flere definitioner på lykke; inden for lykkeforskning skelnes der mellem fire former for lykke (livstilfredshed, hedonistisk, eudaimonisk og flow), samt en lykke betegnelse der inkluderer flere af de fire former (subjektiv velvære). Ud over at være genstand for forskning bruges begrebet som sagt også i flere andre sammenhænge, så som i reklamer og til selvudviklings tips. Alt dette kan medvirke til at det bliver uklart for modtageren, hvad der egentlig henvises til i brugen af begrebet.

Den definition jeg henviser til i projektets case er lykke som subjektiv velvære, der er en oversættelse af det engelske "Subjective well-being" (forkortet SWB). Institut for sociologi og socialt arbejde på Aalborg universitet beskriver SWB som "... en persons oplevelse af behagelige følelser, fravær af negative følelser og en høj grad af livstilfredshed" [AAU, 2014]. Med denne definition henvises der til, hvor tilfredse vi er med vores liv, herunder om vi trives, føler os godt tilpas og er glade. SWB kan også indbefatte, at vi føler maksimal nydelse og minimal lidelse (iht. den hedonistiske lykke) [Institut for sociologi, 2014 (a)], samt at vi ser mening i og med vores liv (eudaimonisk lykke) [Helliwell, 2013: 113]. Jeg vil desuden argumentere for at flow hører under SWB, idet flow-oplevelser giver os flere følelser af nydelse frem for lidelse. Flere flow oplevelser kan derfor bidrage til SWB [Institut for sociologi, 2014 (b)].

Rapporten 'World Happiness Report' (herefter omtalt WHR), der har til formål at måle lykkeniveauet hos befolkningerne i de forskellige nationer, bruger SWB til deres definitionen af lykke. SWB beskrives her som "good mental states, including all of the various evaluations, positive and negative, that people make of their lives and the affective reactions of people to their experiences" [Helliwell, 2013: 113] og

⁶ Se bilag 1 for kildesamling

⁷ Begreberne redegøres længere nede i dokumentet

⁸ Jf. afsnittet *Indledning*

ses som et udtryk, der er *“used to cover a range of individual self-reports of moods and life assessments.”* [Helliwell, 2012: 11].

Rapporten består af metaundersøgelser af forskellig forskning indenfor området, samt en årlig spørge-skema undersøgelse [Helliwell, 2013: 3]. Rapportens resultater er flere gange blevet taget op af både danske og internationale medier, men oftest kun kortfattet til at pointere Danmarks rangplacering, samt en kort beskrivelse af de nøgleområder rapporten kobler til lykke.

I WHR fremlægges seks nøglepunkter, der ifølge lykkeforskningen kan forklare ¾ dele af forskellen i livs-evalueringer. Det vil sige, at forskerne bag WHR mener at kunne identificere 6 punkter, på tværs af de-mografi, der har betydning for menneskers SWB. Disse seks punkter er (oversat fra engelsk):

- | | |
|-----------------|---|
| - Økonomi | Måles i undersøgelsen med BNP per indbygger |
| - Helbred | Vedrører WHO's mål for forventede antal sunde leveår |
| - Social støtte | Beskrives som at have nogle man kan regne med, når man har brug for hjælp. |
| - Korruption | Her er der spurgt til respondenternes opfattelse af korruption |
| - Generøsitet | Den hjælp vi giver til andre (Der er blevet spurgt om bidrag til velgørenhed) |
| - Frihed | Omhandler friheden til at tage livsvigtige valg (hvad man vil og gør i sit liv) |

[Helliwell, 2012 & 2013]

Helbred fremgår som et af de seks punkter og ser man nærmere på WHO's definition af helbred henviser dette i sig selv direkte til menneskers velvære, som udgør den ene del af udtrykket social velvære. WHO's definition:

Health is a state of complete physical, mental and social well-being, and not merely the absence of disease". It is related to the promotion of well-being, the prevention of mental disorders, and the treatment and rehabilitation of people affected by mental disorders.
[World Health Organisation, 2014]

Tager vi udgangspunkt i denne definition, kan man argumentere, at SWB er individets egen oplevelse af dets helbred, hvilket også inkluderer deres vurdering af de fysiske, sociale og økonomiske omstændigheder, de befinder sig i. Yderligere henvises der i WHR direkte til WHO's data om helbred i beskrivelserne af 'Antal sunde leveår' [Helliwell 2012, 2013 & World Health Organisation 2014]. I bogen 'Culture and Subjective Well-being' af Diener m.fl, bliver SWB ligeledes omtalt som individets livsevaluering. Det pointeres at både den enkeltes livskvalitet og samfundet er afhængig af personernes vurdering af glæde, nydelse og helbred og at SWB *"... is based on the idea that how each person thinks and feels about his or life is important"* [Diener 2003: 4].

Definitionen af ordet velvære i henholdsvis Den Danske Ordbog (herefter DDO) og Oxford English Dictionary (OED) henviser desuden til at de to begreber "Lykke" og "Helbred" er to forskellige italesættelser af det samme forhold. DDO definerer velvære som *"det at føle sig godt tilpas, fysisk el. mentalt"* [Ordnert, 2014], mens OED på engelsk definerer det som *"The state of being or doing well in life; happy, healthy, or prosperous condition; moral or physical welfare (of a person or community)"* [Oxford English dictionary].

Idet begreberne helbred og lykke kan siges at vedrøre det samme forhold, vil jeg argumentere at helbred, ud over at være et område i lykkeforskning, også kan bruges til at beskrive rammerne for lykke i sig selv og derfor må være mere end et delpunkt til at indikere lykke. Det leder mig tilbage til, at mentale helbredssygdomme ifølge WHR kan ses som en af de største årsager til ulykke; "... *in any particular society, chronic mental illness is a highly influential cause of misery.*" [Helliwell 2013: 39]. I WHR kobles menneskers mentale helbred også direkte sammen med deres livsevaluering, bl.a. i det følgende citat:

The importance of good mental health to individual functioning and well-being can be amply demonstrated by reference to values that sit at the very heart of the human condition]...[There is a long-standing and widely accepted proposition that happiness represents the ultimate goal in life and the truest measure of well-being. It is hard if not impossible to flourish and feel fulfilled in life when individuals are beset by health problems such as depression and anxiety. [Helliwell 2013: 39].

På baggrund af dette har jeg undersøgt WHO's materiale om mentalt helbred. I deres dokument "Risks to mental health – An overview of vulnerabilities and risk factors" opstiller de 14 punkter, der påvirker menneskers mentale helbred (af hhv. risikabel og beskyttende betydning):

Table 1 Mental health determinants

<i>Level</i>	<i>Adverse factors</i>		<i>Protective factors</i>
Individual attributes	Low self-esteem	↔	Self-esteem, confidence
	Cognitive/emotional immaturity	↔	Ability to solve problems and manage stress or adversity
	Difficulties in communicating	↔	Communication skills
	Medical illness, substance use	↔	Physical health, fitness
Social circumstances	Loneliness, bereavement	↔	Social support of family & friends
	Neglect, family conflict	↔	Good parenting / family interaction
	Exposure to violence/abuse	↔	Physical security and safety
	Low income and poverty	↔	Economic security
	Difficulties or failure at school	↔	Scholastic achievement
	Work stress, unemployment	↔	Satisfaction and success at work
Environmental factors	Poor access to basic services	↔	Equality of access to basic services
	Injustice and discrimination	↔	Social justice, tolerance, integration
	Social and gender inequalities	↔	Social and gender equality
	Exposure to war or disaster	↔	Physical security and safety

Figur 3. WHO's oversigt over mental helbred [WHO, 2012: 5].

Mens WHO's oversigt kan bidrage til at belyse forhold, der påvirker vores velvære, fokuseres der i WHR mere på spørgsmål som nøglepunkter til at måle dette. Inden jeg går videre vil jeg desuden forholde mig til WHO's brug af begrebet *faktor* (factors). Idet helbred både kan ses som et mål i sig selv og som et led

i andre sammenhænge, eks. arbejdsressource eller WHR's nøglepunkter, vil jeg argumentere for at begrebet *faktor* ikke er dækkende for de 14 punkters relation til mentalt helbred. Ifølge DDO defineres faktor som en "*omstændighed, kraft el. påvirkning der bidrager til at fremkalde et bestemt resultat*" [Ordnet, 2014]. Som jeg vil komme ind på senere i specialet, kan flere af punkterne i oversigten påvirke hinanden, ligesom en persons helbred igen kan påvirke nogle af delpunkterne, eks. arbejdssituation. Mentalt helbred er således sammenflettet med punkterne, der ifølge WHO påvirker helbredet og kan derfor ikke være et samlet resultat af bestemte faktorer. I stedet vil jeg betegne punkterne som kendetegn på mentalt helbred. Det vil sige, at tilstanden af de forskellige forhold, kan give en indikation om en persons mentale helbred.

Når vi sammenligner de 14 punkter i WHO's dokument med de seks punkter for lykke i WHR, fremgår der flere umiddelbare paralleller. Ud over helbred fremgår økonomi som et punkt i begge dokumenter. WHR italesætter primært økonomi ved at henvise til målinger af BNP per indbygger (gennemsnit), som værktøj til at vise en sammenhæng mellem respondenternes vurderinger af lykke og det gennemsnitlige indkomst niveau i de undersøgte lande. Her når de frem til at de lande, hvor befolkningen i gennemsnit har et højt BNP, er lykkeniveauet også højt på deres skala [Helliwell, 2012 & 2013]. I WHO's dokument italesættes økonomi i form af *økonomisk sikkerhed*. WHO pointerer ligesom i WHR at indkomstniveauet for den enkelte påvirker det mentale helbred. Det er dog ikke kun indkomst niveauet i sig selv, men den samlede *økonomiske sikkerhed* for den enkelte, der skal tages højde for ifølge WHO's rapport [WHO 2010]. En anden faktor, der går igen er *social støtte*, der i begge dokumenter beskrives som det at have sociale relationer, der støtter dem, når de har brug for hjælp, eks. familie og venner.

Ud over de punkter, der direkte italesættes i begge rapporter, vedrører nogle af punkterne de samme områder. Det ene er WHR's nøglepunkt *Korruption* og WHO's *Social retfærdighed, tolerance og integration (Social justice, tolerance and integration)*. Trods der ikke bruges de samme begreber, kan det argumenteres, at de to udtryk hænger sammen, idet respondenternes opfattelse af korruption kan påvirke deres indtryk af social retfærdighed [You, Jong-Sung, 2006]. Herudover nævnes udtrykket *social retfærdighed (social Justice)* også direkte i WHR som et afgørende element, som vedrører distributionen af midler i livet mellem medlemmer i et samfund [Helliwell 2012: 96]. Punktet *Adgang til grundlæggende servicen* kan ligeledes relateres til korruption. I Transparency international's rapport om korruption fra 2006, hvor sammenhængen mellem korruption og helbred blev undersøgt, blev korruption koblet til ulighed i udgifter til grundlæggende sundhedsydelser [World Health Organisation, 2014 (b)].

Et andet punkt er *frihed*. Mens WHR på den ene side henviser til respondenternes følelse af frihed som et nøglepunkt i at måle lykke, italesætter WHO ikke frihedsfølelse direkte som et kendetegn. I stedet fokuseres der i denne rapport på områder, der kan påvirke personers mulighed for frihed. *Social retfærdig, tolerance og integration* er et element, der påvirker vores muligheder for frihed - for at handle i overensstemmelse med vores egne ønsker. Ifølge WHO tilføjer vores rettigheder den frihed der er essentiel i forebyggelsen af mentalt helbred [World Health Organisation, 2014 (c)]. I andre artikler om mentalt helbred⁹ henviser WHO også direkte til frihed som et element, der påvirkes af vores rettigheder.

⁹ Se bilag 1 for kildesamling

Ud over at søge at sikre frihed gennem vores rettigheder, kan det også argumenteres at flere af WHO's faktorer tilsammen påvirker vores frihed, idet flere af WHO's punkter påvirker hinanden på tværs¹⁰. Eksempelvis påvirkes *adgangen til grundlæggende services af social retfærdighed*, idet *lige adgang* kan søges skabt gennem bl.a. lige rettigheder [WHO, 2012]. At der skal søges lige rettigheder og adgang, udtrykkes desuden flere steder i WHR [Helliwell, 2012: 8, 93, 113]. Ud over rettigheder er adgangen også tæt forbundet med økonomiske forhold, i og med de forskellige services har økonomiske omkostninger. Friheden til at tage de valg, vi finder vigtige, er derfor også påvirket af vores økonomiske råderum (sikkerhed).

Hvorvidt der er lige adgang, vil således også afhænge af indkomst fordelingen (lighed vs. ulighed), og hvorvidt der er etableret fælles tilbud med gratis adgang (gennem eksempelvis institutioner og ydelser), som i stedet dækkes af fællesinvesteringer, såsom skat. De økonomiske forhold og rettigheder kan sammen påvirke vores adgang til information, herunder uddannelse og kulturtilbud, hvilket igen påvirker vores *uddannelsespræstation*, samt *kompetencer* (både *kognitive-* og *kommunikative*)¹¹. Ved at indtage forskning om Human Capital, får vi øje for, at de tre faktorer *uddannelses præstation*, *kognitive egenskaber* og *kommunikative kompetencer* alle kan påvirke vores *arbejdsforhold og tilfredshed*¹², hvilket igen har betydning for vores indkomstmuligheder og dermed vores økonomiske sikkerhed. Herved bliver frihed et punkt, der er bundet op på flere forskellige faktorerers indbyrdes relationer.

Det er vigtigt for mig at understrege, at jeg i ovenstående redegørelse ikke hentyder, at der er en direkte korrelation mellem de forskellige forhold. Eksempelvis er uddannelsespræstation kun en af mange forhold, der kan påvirke muligheden for job, mens ressourcer, innovation, efterspørgsel, konjunkturer mv. også påvirker antallet af tilgængelige arbejdspladser.

Det sidste nøglepunkt i WHR, *Generøsitet*, har jeg ikke på samme måde fundet paralleller til i WHO's dokument. I stedet kan man finde mulige paralleller ved at se på forskning om effekten af generøsitet. Gennem forskellige undersøgelser er der påvist sammenhæng mellem generøsitet og hhv. sociale relationer, følelse af meningsfuldhed, og helbred i sig selv (mental såvel som fysisk)¹³. Generøsitet kan ses som en form for social støtte givet til andre, som derved påvirker deres følelse af social støtte, hvilket på samme tid styrker afsenderens egen tilstand.

Faktorer i niveauer

Jeg vil videre frem fokusere på WHO's kendetegn på mentalt helbred, med de ovenstående relationer til subjektiv velvære in mente. Som det fremgår af oversigten påvirkes helbredet, ifølge WHO, på tre niveauer; Individuelle egenskaber, Sociale omstændigheder og miljømæssige forhold:

¹⁰ Jævnfør min refleksion omkring faktorer ovenfor.

¹¹ Se bilag 1 for kildesamling

¹² Se OECD kilderne i bilag 1

¹³ Se bilag 1 for kildesamling

“So mental well-being can be put at risk by a wide range of factors that span not only the life course but also different spheres of life: cognition and behavior at the individual level; living and working conditions at the social level; and, opportunities and rights at the environmental level.” [WHO 2012]

Det vil sige, at målet er at skabe en ramme, der promoverer de beskyttende forhold og mindsker risici. For at kunne sikre et godt mentalt helbred, må hvert niveau inkorporeres i en samlet ramme, idet de 14 punkter påvirker hinanden på tværs (i de tre niveauer). Se nedenstående figur:



Figur 4. Helbreds niveauer [WHO, 2012: 4]

Et eksempel på den gensidige påvirkning er, at naturens ressourcer (både råmaterialer og mennesker) på den ene side afgør muligheden for at skabe fysisk sikkerhed (eks. kost, tøj, boligforhold, forebygge smittefare mv.), mens vores politiske, sociale og økonomiske valg tilsammen påvirker adgangen til og fordelingen af ressourcer og services. Dette former muligheden for at dække vores grundlæggende behov, herunder at skabe gode arbejdsforhold, hvilket påvirker vores evne til at tilegne os ny viden, og dermed udvikle vores individuelle egenskaber. Egenskaber som fremadrettet kan påvirke vores præstation, både socialt, uddannelsesmæssigt og økonomisk. Den sociale og økonomiske handling kan herefter igen påvirke vores miljø, hvorfor cirklen vil fortsætte.

Som det fremgår af mit eksempel ovenfor, må vi både se på de 14 punkter i forhold til hinanden, samt efterspørge hvilke konkrete forhold, der ligger bag. Eksempelvis må man til punktet *Adgang til grundlæggende services* (*Access to basic services*) spørge, hvad der påvirker denne adgang og hvad udtrykket *grundlæggende services* dækker. I WHO's dokument henviser de selv til ressourcerne: vand, sundhedspleje, lovmæssige rettigheder, sanitet og husly [WHO, 2012: 11]. Herudover viser forskning at hhv. de

tilgængelige ressourcer, det økonomiske råderum og vores rettigheder i sammenspil med hinanden påvirker adgangsmulighederne, som vedrører alt fra kost og sanitet til transport og uddannelse. Desuden vil adgangen påvirke punktet *Fysisk sikkerhed (Physical security and safety)*, der netop afhænger af mulighederne for at dække vores fysiske behov [WHO, 2012: 5].

Mens helbred kan være et mål i sig selv, italesættes det dog ofte af bl.a. politikere, arbejdsgivere og journalister som et delmål – et middel – til at sikre flest mulige mennesker på arbejdsmarkedet og produktivitet, af hensyn til bl.a. økonomien og sociale normer¹⁴. Igen er der også forskning der understøtter, at et godt helbred påvirker arbejdsevnen og produktiviteten¹⁵. Dette tilføjer endnu en dimension, da økonomien ikke kun er et middel til at skabe et godt helbred, men samtidig et punkt der påvirkes af helbredet.

Som det fremgår af WHO's oversigt sikres mentalt helbred ikke kun af de enkelte individer, men er afhængig af samfundsmæssige forhold. Dette underbygger min indledende argumentation om, at livet ikke kun afhænger af vores valg, men at vores og andres livssituationer og valg er sammenflettede. Der er således et dualistisk forhold mellem de valg der tages i samfundet og vores helbred.

Det vil sige, at vores velvære, herunder mentale helbred og lykke, afhænger af, at vi i samfundet har rammer tilstede, der forebygger økonomien, de sociale forhold og miljøet i sammenspil med hinanden, både på kort og lang sigt.

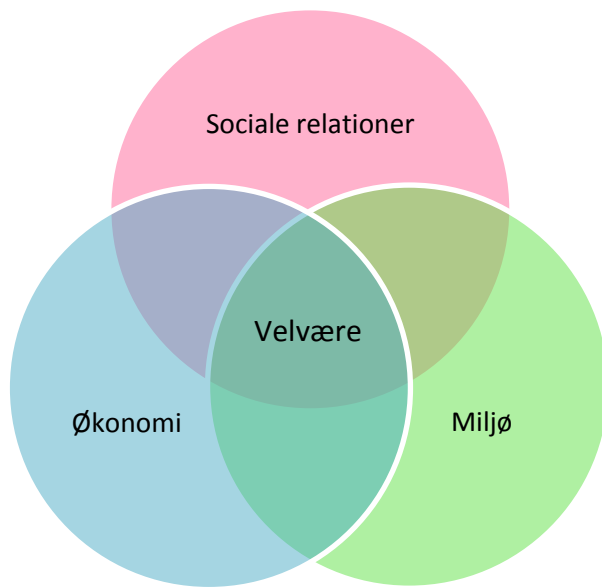
På baggrund af WHR og WHO's oversigter, vil jeg derfor argumentere, at velvære, herunder et godt mentalt helbred, må søges opnået gennem en bæredygtig udvikling af samfundets rammer. Begrebet bæredygtig¹⁶ defineres af DDO som det, der "*sikre(r) el. indebærer holdbare positive resultater (i en bestemt henseende) uden at ødelægge det foreliggende grundlag*" [sproget.dk]. Begrebet er yderligere ekspliciteret i Brundtlandrapporten fra 1987, der blev udviklet under FN i *The World Commission on Environment and Development*. De definerede bæredygtighed som det, at mennesker "*imødekommer de øjeblikkelige behov uden at gå på kompromis med de fremtidige generationers mulighed for at sikre deres behov*" [Brundtlandrapporten, 1987]. Hertil blev det præciseret, at en bæredygtig udvikling sker i et sammenspil mellem de tre parametre; *det sociale, økonomien og miljøet*, hvilket viser sig overensstemmende med faktorerne for mentalt helbred.

Bæredygtighedsbegrebet kan hjælpe os med at perspektivere faktorerne til vores handlinger. For at kunne skabe de rammer, der fordrer et godt mentalt helbred, må vi vælge løsninger, der tager højde for alle tre parametre. Se illustrationen heraf på næste side:

¹⁴ Se bilag 3 for kildesamling

¹⁵ Se bilag 1 for kildesamling

¹⁶ I DDO identificeres to definitioner, den anden omhandler fysisk holdbarhed: "Ved evne til at tåle vægten af noget".



Figur 5. Bæredygtig udvikling for velvære (egen illustration)

Samtidigt må vi tage udgangspunkt i de enkelte menneskers behov i målet om at skabe velvære hos den enkelte, da både vores oplevelser, fortolkninger og følelse af velvære opfattes subjektivt. I forståelsen af rammerne for velvære må vi derfor tage udgangspunkt i de enkelte personers mål. Derfor vil jeg inddrage teori om menneskers grundlæggende psykologiske drivkræfter og behov, for at få en dybere forståelse for de potentielle modtageres udgangspunkt.

Motiverende velvære

Indenfor psykologisk forskning er der fundet en sammenhæng mellem personers mål (også omtalt som motivation) og deres vurdering af velvære. Personer kan være drevet af enten indre og ydre mål. Psykologiprofessoren Edward L. Deci beskriver at forskellen mellem de to er, at de indre mål drives af handlinger som personer finder behagelige eller dybt interessante for dem selv, mens de ydre mål er adskillelige fra personers iboende ønsker og vedrører det at opnå belønning og positive bedømmelse fra (ukendte) andre. [Deci, 1999: 55]. Mens de indre mål, ifølge Deci, Kasser m.fl., kan styrke individernes følelse af velvære, kan de ydre mål i stedet skabe usikkerhed omkring dem selv.¹⁷

De indre mål fokuserer på at udvikle og have:

- Personlig vækst: Egne interesser og selv accept
- Tilhørsforhold: Gode sociale relationer
- Fællesskab: Samfundsmæssige bidrag som hjælp til andre

Modsat vedrører de ydre mål:

¹⁷ Se kildesamlingen i bilag 2

- Finansiell succes
- Status (såsom fysisk og materiel)
- Berømmelse (social genkendelse og anerkendelse)

[Deci, 2006: 20]

Ifølge Deci er der for både de indre og ydre mål tre grundlæggende psykologiske behov:

- Autonomi: Følelse af selv at kunne kontrollere ens liv (handle efter éns egne interesser).
- Kompetence: At kunne udvikle kompetencer til at mestre egne ønskede opgaver
- Relationer: Et socialt formål om at skabe og have gode relationer til andre.

[Deci, 2006: 19]

Ud over Deci har økonomen Dan Pink også omtalt disse psykologiske behov, hvilke han italesætter som menneskers indre drivkræfter (autonomi, mestring og formål). Pinks omtale af de tre elementer er desuden interessant, fordi han relaterer dem til arbejdsmotivation og præstationer. I denne sammenhæng argumenterer han for, at personer der får opfyldt disse behov, både vil være mere produktive og innovative ved arbejdsopgaver, der kræver de mindste kognitive færdigheder¹⁸ [Pink, 2011].

Herudover italesætter Tim Kasser også de tre mål og tilføjer sikkerhed som et grundlæggende mål, der desuden er koblet til vores fysiske behov. Dette skyldes at mangel på sikkerhed kan give bekymringer om, hvorvidt vi kan komme til at spise, vil blive skudt, bombet, smittet med livsfarlige sygdomme eller på andre måder risikerer at dø. Derfor vil dette grundlæggende behov også påvirke det mentale helbred psykologisk [Kasser, 2009: 175]

På baggrund af det ovenstående, ser jeg således udgangspunktet for den enkeltes velvære som individets psykologiske behov for at opleve:

- Sikkerhed: At have trygge og sikre rammer for at kunne overleve og handle.
- Frihed: Selv at kunne styre sin personlige udvikling.
- Handlekraft: At kunne udvikle kompetencer og mestre opgaver i relation til personens egne interesser, såsom sygepleje, undervisning, at spille musik eller forskning.
- Mening (social): At kunne bidrage til et fællesskab og have social støtte, både i forhold til nære relationer (familie, venner og kollegaer) og samfundsmæssige og/eller globale sammenhænge, eksempelvis også naturen.

Samtidigt har individet også grundlæggende fysiologiske behov (biologi), såsom behov for hvile, mad og rent drikkevand, tøj og husly mv. som sikkerhedsbehovet også henviser til. Men modsat tidligere teorier om at motivere mennesker med gulerod og pisk (belønning og straf), eks. med materielle goder, kan de fysiske behov ikke stå alene, og kan derfor heller ikke i sig selv forklare vores motivation og handlinger.

I dette speciale har jeg de fysiske behov i mente, da de også har relevans for vores velvære. Primært fokusere jeg dog på de psykologiske behov, og i relation hertil sociale forhold, som påvirkes af kommunikativ handlen.

¹⁸ Ifølge Pink er de eneste opgaver, hvor økonomiske incitamenter kan virke mere produktivt, er de helt enkle, hvor alt er givet på forhånd. Dvs. arbejderen skal blot gentage en simpel opgave efter en nøddaglig opskrift.

Holder vi disse behov op imod datagrundlaget er der flere sammenfald med WHR og WHO's punkter. I alle tilfælde berøres det sociale aspekt, med behovet for meningsfulde handlinger og relationer, med hvem der kan udveksles gensidig støtte og opstå samhørighed. Ligeledes italesættes friheden, med fokus på de enkeltes muligheder for at agere efter egne ønsker. Sikkerheden italesættes desuden direkte i WHO's oversigt, med miljømæssig sikkerhed mod omstændigheder som krig og katastrofer og konkret social sikkerhed mod vold og misbrug. I WHR italesættes sikkerhed også. Det fremgår ikke i de 6 overordnede punkter, ud over økonomisk sikkerhed. Til gengæld berører Helliwell sikkerhed flere steder I de to rapporter (WHR 2012 og 2013) i relation til både personlige forhold, arbejde, og miljø – både fysisk og socialt, såsom mod sult, familiekonflikter, arbejdsløshed, kriminalitet, vold mv. Som jeg tidligere har beskrevet henviser Helliwell også direkte til WHO's oversigt.

Sidst berøres også menneskers muligheder for at udvikle kompetencer, færdigheder og kunne handle på dem af både WHO og Helliwell. De to parter fokuserer dog på selve de uddannelsesmæssige muligheder og præstationer, som udtryk for kompetencer. Herudover beskriver Helliwell også at sociale færdigheder bidrager til velvære, ligesom andre færdigheder kan associeres til både helbred og produktivitet [Helliwell 2012, 2013]. Det argumenterer for at der er et sammenspil mellem vores mål, oplevelse af velvære og ydre samfundsmæssige velfærdstiltag.

Således fremgår det at der er flere forskellige typer indhold, der påvirker hinanden og menneskers mulighed for at dække deres behov. Velvære kan beskrives som en tilstand, der berøres af både sociale, videnskabelige, økonomiske og fysiske forhold og forgår på både mikro, mellem og makro niveauer, såsom i konkrete sociale interaktioner, nationale politiske afstemninger, internationale aftaler, i og af multinationale virksomheder etc. Ligeledes er der også et utal af kontekster og aktører individets muligheder for velvære kan påvirkes af.

Det efterlader et spørgsmål om, hvorvidt de præsenterede forhold for og deres indbyrdes relationer, i sig selv kan bruges til at give de potentielle modtagere forståelse for sammenhængen mellem vores valg og velvære og såfremt hvordan?

Til at afklare dette, vil jeg i næste afsnit forholde mig til de kommunikative forhold, der påvirker hvordan informationerne kan modtages. Herunder søger jeg at skabe en dybere forståelse af de potentielle modtagere, og deres betydning for struktureringen af informationen.



V. Modtagerorienteret informationsdesign

Den stigende kompleksitet i samfundet, og herunder informationen der formidles, kan medvirke til oplevelsen af informationsangst. Ifølge informationsarkitekten Richard Saul Wurman opstår informationsangst på grund af den store kløft mellem det vi forstår og det vi synes vi burde forstå. Mens vi kan observere fænomeneres kvaliteter forstår vi dem ikke nødvendigvis, idet informationen om dem ikke tilfører os viden. Her kan informationsdesign hjælpe os med at overkomme kompleksiteten, ved at strukturere information til at imødekomme vores mål.

Begrebet informationsdesign defineres af Institut for informationsdesign som resultatet af, at bearbejde, manipulere og organisere data på en måde, der tilfører viden til modtager [IIID 2014]. I designprocessen identificeres et problem, hvorefter fænomenet bearbejdes kreativt, og manifesteres i tegninger eller planer, der inkluderer redegørende skemaer og specifikationer. Derfor er informationsdesign processen i at definere, planlægge og forme indholdet i en kommunikativ meddelelse og formen det præsenteres i, med intentionen om at tilfredsstille modtagernes informationsbehov [Ibid.]. På baggrund af definitionen mener jeg begrebet informationsdesign stemmer overens med fokus i dette speciale. Det er dog vigtigt at pointere, at fokuset i specialet er at undersøge selve struktureringen af indhold og målet er derfor ikke at præsentere informationen i en færdig form (eks. med et audiovisuelt udtryk).

I dette kapitel sammenholdes udvalgt teori indenfor denne ramme, med henblik på at finde frem til en metode til at strukturere informationen om rammer for velvære.

At begribe kompleksiteten

I forsøget på at imødekomme potentielle modtagere, kan en afsender ende med at søge at simplificere information, ved kun overfladisk at berøre et fænomen eller præsenteret en meget fragmenteret del. Eksempelvis bliver information om den økonomiske situation ofte reduceret til statistikker, der viser målinger i BNP. Men dette snævre fokus på en enkelt værdi indebærer, at man udelukker andre værdier, som kan være yderst problematiske at ignorere. Simplicitet risikerer derved at blive betragtet som en naturlig kulmination af at organisere information; en '*Less is more*' tilgang, der kan ses som en fejlslutning. Interaktionsdesigneren Scott Magee udtaler eksempelvis, at det at vise mindre 'kvantitet' af information kan vise sig at være perceptuelt fejlbehæftet. Meningen skal i stedet findes mellem lagene af kompleksitet præsenteret i et ordnet system. Således kan lagdelt kompleksitet ses som en anden slags 'simplicitet' [Magee, 2011].

Sheila Pontis, Ph.d. i Information Design, udtrykker ligeledes at enkle design, eks. diagrammer, fejlagtigt ses som design, der skal indeholde få elementer. Misforstået antages det, at flere elementer gør præsentationerne mere komplekse, mindre klare og tilføjet information ikke nødvendigvis er relevant eller ses som direkte ubrugeligt [Pontis, 2009]. Et diagram bliver dog ikke mindre kompleks af blot at fjerne elementer. Også kartografen Jacques Bertin (1983) og statistikeren Edward Rolf Tufte (1990) har udtrykt, at simplicitet kan opnås gennem en afgrænset organisering af information, frem for et lavt antal ele-

menter af information. Pointen er at forstå hvad der er ekstra information, i form af brugbart indhold, og hvad der kan fjernes uden at formålet med kommunikationen fordrejes, for derefter at præsentere det i en form, der modtages som let tilgængeligt og forståeligt af modtagere.

Den såkaldte lagdelte kompleksitet gør sig allerede gældende i vores daglige interaktion med computere og mobile enheder. Alt fra det første klik på startknappen til vores enheder, til måden vi navigerer mellem hjemmesider på internettet foregår med lagdelt kompleksitet; for hver knap vi klikker åbnes veje til ny information, og det der i første omgang kan se enkelt ud indeholder flere skjulte elementer. Men mens internettet har vundet stor indpas og bidrager med forskellig information, virker det som om at vidensformidlingen om de samfundsmæssige sammenhænge ikke på samme måde når ud.

Med dette opstår et spørgsmål, om hvordan lagdelt kompleksitet kan skabes i struktureringen af information, som det specialet berører. Dette leder tilbage til kløften mellem fænomenerne og vores forståelse af dem. For at kunne strukturere informationen til at imødekomme modtagerne, må vi først forholde os til relationen mellem data, information og viden.

Data, information og viden

Opdelingen mellem data, information og viden er tilgået forskelligt af teoretikere alt efter deres fokus, eksempelvis er begrebet *information* ikke tildelt samme betydning i henholdsvis informationsvidenskab og datalogi. Jeg vil i dette afsnit sammenholde Nathan Shedroffs og Lars Brodersens beskrivelser heraf.

Shedroff¹⁹ advokerer, at de mange input vi bombarderes med hver dag, ikke skal ses som information, men blot ren data. Data vil være værdiløse for de fleste af os, da det blot er et resultat af vores observation, research eller påfund (eks. i skrivning). Derfor vil data ikke være passende for kommunikationen, da det fremstår ufuldkommen og usammenhængende, som de observerede kvaliteter hos et fænomen. For at få informationsmæssig værdi, må dataene organiseres, transformeres og præsenteres på en måde potentielle modtagere finder meningsfuld [Shedroff, 1994: 4].

Brodersen pointerer at der er en terminologiforvirring i forbindelse med beskrivelsen af begrebet data. Ifølge ham anvender andre informationsdesignere, så som Shedroff, data som udtryk for de grundlæggende observationer. Selvom Brodersens beskrivelse afviger fra dette, anerkender han, at denne betydning benyttes som standard af mange. Derfor supplerer han det med udtrykket *grundlæggende information* [Brodersen, 2005: 52]. Jeg tilslutter mig i specialet Brodersens udtryk, men mener samtidig at Shedroffs distinktion mellem data, information og viden kan bidrage med overblik.

Når dataene forbindes med hinanden i mønstre, organiseres og præsenteres i en meningsgivende form og kommunikeres i en kontekst, transformeres data til information [Shedroff, 1994: 2]. Information fører dog ikke i sig selv til forståelse. Ligesom med data kan informationen transformeres til viden²⁰. Når in-

¹⁹ Shedroffs syn stemmer overens med Richard Saul Wurmans, der præsenteres i bogen *Information Anxiety*.

²⁰ Shedroff beskriver også at viden igen kan transformeres til visdom. Jeg har dog valgt ikke at inddrage dette i min gennemgang, da Shedroff selv udtrykker at dette punkt ikke er direkte forbundet til en kommunikationssituation, mens vedrører den efterfølgende mentale proces hos den enkelte modtager.

formationen formidles gennem skabelsen af en oplevelse, vil præsentationen, ifølge Shedroff, bidrage med viden. Shedroffs henvisning til oplevelsens betydning leder mig tilbage til modtagernes fælles forståelseshorisont.

Et fælles udgangspunkt

Som beskrevet tidligere, må kommunikationen kombinere flere af vores sanser, eks. at der både benyttes skrift, visualisering og interaktion i målet om at skabe en (æstetisk) oplevelse for modtagerne i kommunikationen. Da både vores oplevelser og følelse af velvære opfattes subjektivt, må vi også tage udgangspunkt i de enkelte menneskers subjektive forståelser, i målet om at skabe velvære hos den enkelte.

I relation til dette beskriver Arnould m.fl. at mennesker, såvel afsendere som modtagere, fortolker og forstår deres verden gennem sansning i en oplevelse, der kan lede til erfaring og erkendelse. Ligeså ser Lars Brodersen også modtagerne som sansende og fortolkende, ud fra en fænomenologisk, og herunder semiotisk, tilgang²¹ [Brodersen 2005: 42], hvilket stemmer overens med min hermeneutisk fænomenologiske tilgang. Dette bevirker, at de forskellige elementer påvirkes af modtagernes kulturelle kontekster og sociale forhold.²²

Ifølge Arnould er oplevelserne centrale for vores fortolkning; alt vi oplever bliver præsenteret i vores bevidsthed som information. Oplevelser kan beskrives som fysiske, kognitive og emotionelle interaktioner med vores omverden. I forlængelse til dette udtaler Brodersen at vi, gennem vores sansning i oplevelsen, kan blive bevidste om en ændring, hvorefter vi drager ny erfaring. Gennem denne bevidsthed bearbejdes sansningen og informationen sættes i relation til tidligere erfaringer og viden. Det vil sige, at vores bevidsthed rettes mod en ny tilstand, der giver modstand til det vi allerede erkender, hvilket resulterer i en ny erkendelse. Det er denne erkendelse, der muliggør vores beslutninger og handlinger. Derfor er handling betinget af beslutning, erkendelse, sansning og tegn [Brodersen, 2005: 41]. For at vende tilbage til Arnould, vil det sige at der i oplevelsen sker en mental proces, som påvirker vores viden om et område. Det kan være vanskeligt at forstå, hvad vi har erfaret, da vores opfattelse er subjektiv, ligesom erfaringen påvirkes af vores associationer og fortolkninger.

Ud over disse grundlæggende psykologiske forhold, influeres vores oplevelser og forståelse også af vores samtid. Den store informationsstrøm i de vestlige lande bevirker at fokus hos mange rettes mod det nemme, korte, hurtige og fængende. Det taler for at formidle information i en let overskuelig form. Men i forhold til dette er det interessant, at en oplevelse af flow, ifølge Arnould m.fl. (2005), klassificeres som menneskets favorit oplevelsestype, i henhold til Mihaly Csikszentmihalyi's flowteori.

Modsat de ovenstående faktorer indbefatter en flow-oplevelse ikke kort og nem information, men at oplevelsen er struktureret som en udfordrende opgave, hvor modtageres evner i høj grad stimuleres.

²¹ Brodersens tilgang tager udgangspunkt i Charles Sanders Pierces fænomenologiske semiotik.

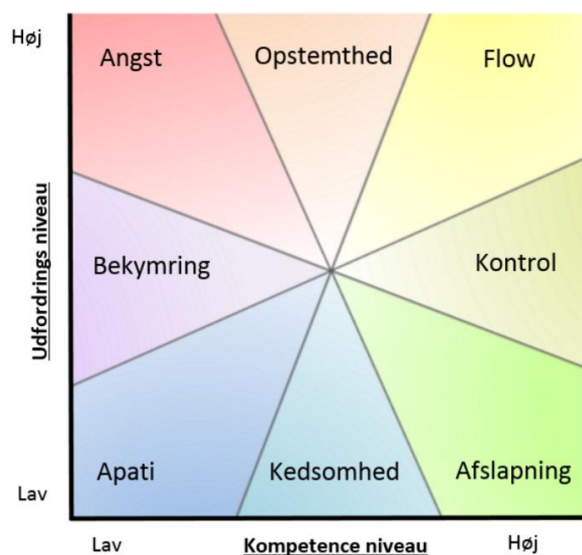
²² Modtagerne omtales af Arnould m.fl. som forbruger, da bogen *Consumers* netop er skrevet med forbrug som reference. Lars Brodersen benytter i stedet begrebet brugere, for at understrege at der ikke er tale om passive, men aktive modtagere. Begge begreber omhandler dog mennesker, som modtagere i en kommunikationssituation, hvorfor jeg igennem specialet hovedsageligt vil benytte begrebet modtager.

Dvs. at opgaven hverken er for udfordrende eller nem ift. modtagernes færdigheder, men netop imødekommer disse, hvorfor en person kan blive fuldstændig opslugt af aktiviteten og/el. objektet, der er i fokus [Arnould, 2005: 284]. Arnould inddrager således både et mentalt, kropsligt og følelsesmæssigt aspekt i processen.

Oplevelser som følelsesmæssige vurderinger

I hver oplevelse vil vores indsats og evner påvirke vores fysiske, kognitive og følelsesmæssige interaktioner. Det vil sige, at vi ikke blot sanser, vores sansning påvirkes også af vores indsats og evner, jf. beskrivelsen af Csikzentmihalyi's oplevelsesteori (/flowteori). Når sansningen bearbejdes holdes en persons evner op mod aktivitetens grad af udfordring, hvilket fører til en følelsesmæssig reaktion [Arnould, 2005: 341]. Eksempelvis kræver det ikke nødvendigvis megen involvering og evne at se et nyheds indslag på tv. Informationen serveres så at sige helt enkelt og ligetil. Derfor kan vores følelsesmæssige respons ende med at være apati eller kedsomhed, men når vi relaterer det til en interesse eller tidligere erfaring kan dette igen ændre vores følelsesmæssige respons. Man kan således se den følelsesmæssige reaktion som vurderingen af oplevelsen. Et andet eksempel er oplevelsen af at cykle på en trafikkeret vej i en storby. I denne situation må personen både aflæse og vurdere omgivelserne (trafikanter, lysregulering, veje mm.) og cyklen (pedaler, bremses, ringeklokke mm.), samt reagere på dem og handle, hvilket kræver et samspil mellem kroppen og de mentale processer. For personer, der aldrig har cyklet før, kan situationen udfordre deres evner maksimalt eller kræve mere af dem end de evner, hvormed situationen risikerer at blive vurderet angstfyldt. For personer, der i forvejen har erfaring med både cykling og storby trafik kan oplevelsen modsat vurderes både afslappende, kontrolleret og kedelig, alt efter konteksten.

I Csikzentmihalyi's flowteori præsenterer hans en figur over forskellige oplevelsestyper, som jeg har gengivet nedenfor. Figuren illustrerer de forskellige vurderinger af en oplevelse, der kan afstedkomme ved modtagerens anskuelse af kombinationen mellem dennes evner og engagement og opgavens udfordring:



Figur 6. Oplevelsestyper (egen illustration)

Mens flowteorien kan give os indblik i de forskellige oplevelses tilgange, er det stadig udfordrende at forme kommunikation efter denne viden. Det der af én person fortolkes som en flow-oplevelse, kan opfattes som kedelig hos en anden, idet det afhænger af deres individuelle evner og udfordringer. Vi kan i stedet uddrage af flowteorien, at afsender skal forholde sig til den ønskede målgruppes kompetencer og søge at forme kommunikationen i forhold til disse. Går vi tilbage til beskrivelsen, om at vores fokus rettes mod det nemme, hurtige og fængende, kan man også her argumentere, at det vil afhænge af den enkelte, hvad der opfattes således, mens der formegentligt vil være større enighed om, hvad der er kort og hurtigt, med tid som indikator.

Oplevelsesrig læring

Den direkte oplevelse bliver en vigtig måde at lære på, idet modtagerne inddrages [Arnould, 2005: 341]. Læring defineres af Arnould som det at forbinde kategorier til adfærd, der har tilpasningsværdi ift. modtagerens mål [Ibid.: 342]. Det vil sige, at læring bestemmes af modtagerens værdisystemer, erfaringer, ønsker og behov og at modtagerens erkendelse tilpasses i henhold hertil. Modtagernes mål kan således forme deres viden; personer grupperer objekter og information herom efter deres respektive mål, eller målrettede kategorier. I processen hvor modtagere finder frem til viden, identificerer og kategoriserer de objekter baseret på deres tidligere erfaringer. Herudover benyttes tidligere viden til at forstå mere om det der er blevet kategoriseret. Idet oplevelser kan have en betydningsfuld indflydelse på, hvad modtagerne lærer og husker, påvirker oplevelserne deres efterfølgende handlinger. I forlængelse heraf kan nogle oplevelser bidrage til helt at ændre måden modtagerne ser dem selv og den verden de er en del af.

I relation til dette henviser Brodersen til, at kommunikation sætter modtagere i stand til at tage en beslutning og handle, og at en afsender derfor må inddrage modtagernes anvendelsessituation i udformningen af informationen. Det vil sige, at afsenderen må forholde sig til, hvordan den formidlede information skaber et handlingsgrundlag, hvor en modtager kan bevæge sig mod sit mål og forme informationen efter dette [Brodersen, 2005: 19]. Et af afsenderens tiltag kan derfor være at associere informationen til modtagernes og deres sociale relationers livsoplevelser [Arnould, 2005: 343].

Ydermere understreger Shedroff vigtigheden af at redegøre for modtagerens mål tidligt i processen og forme kommunikationen herefter. For hver beslutning modtagerne efterspørger hjælp til, skal kommunikationen imødekomme dette. At forme informationen efter modtagernes mål vil her sikre, at det kun er relevant information og virkemidler, der benyttes i denne proces [Shedroff, 1994: 10].

Den relevante information for en specifik kommunikationssituation kan, ifølge Brodersen, findes ved at analysere fænomenerne der berøres, med henblik på identifikation af informationerne og deres betydninger i forhold til et kommunikationsprojekts identitet. Identifikationen af relevant information er nødvendig for at minimere semantisk støj, der er information, som påvirker budskabet i en uønsket retning. I sidste ende er målet at minimere usikkerheden for modtager. Efter projektets forudsætninger er

fastslået, kan man som afsender bevæge sig videre til at bearbejde af de valgte informationer, med det formål at transformere dem til et samlet udtryk, der kan formidles til modtager²³.

Holder vi dette op mod informationerne om velvære, opstår et spørgsmål om, i hvilken sammenhæng informationerne vil være anvendelige for de potentielle modtagere. For at kunne imødekomme modtagerne må vi derfor først afklare, hvad de kan tænkes at søge forståelse for og anvende informationen til, eller sagt på en anden måde "Hvad skal informationerne om velvære egentlig bruges til?"

Det vil sige, at afsender må tage stilling til, hvilken type information, der søges formidlet. Et eksempel på denne informationsforædling er en situation, hvor et kort benyttes som led i at formidle information om emnet *lufthavn*. Et sådan kort kan både vise en lufthavns fysiske fremtræden, med størrelser på bygnings- og landingsbaner mv. Dette er ikke nødvendigvis modtagernes ønskede information, selvom emnet kan være korrekt. Hvis modtagerne i stedet efterspørger, hvordan de kan komme fra deres hjem hen til og ombord på flyet, er det i stedet en proces, der er omdrejningspunktet, og de elementer der beskrives, skal derfor vedrøre denne handling. I forhold til fly-eksemplet kan dette være information om afgangstider, check-in område, pas der skal medbringes og lign. Informationsforædlingen handler således om at analysere eksisterende informationer, med henblik på at bruge informationerne i eks. visualisering som udtryk [Brodersen, 2005: 141].

Ligesom med vores vurderinger af oplevelser, kan modtagernes anvendelsesgrundlag af information om velvære variere, men ved at gå tilbage til forskningen om vores psykologiske behov for at følge vores indre ønsker, udvikle kompetencer for det vi finder interessant og kunne styrke sociale relationer, fremstår et anvendelsesgrundlag, vi kan siges at have til fælles. Et grundlag der måske også kan forklare, hvorfor så mange af os tager os selv i, gang på gang, at læse nye artikler om 'veje til lykke' og lytte til sundhedsguruer og trendsettere, uanset om vi føler det har virket før eller ej.

Fordi vores følelse af velvære hænger sammen med mulighederne for at opfylde vores psykologiske behov, søger vi netop information, vi kan bruge som værktøjer til dette. Målet for os som modtagere bliver derfor ikke blot at forstå, hvad velvære er som et fænomen, men at kunne bruge viden om velvære til at kunne opfylde vores grundlæggende behov.

Mindeværdige oplevelser

For at vende tilbage til læringsprocessen sker der, ifølge Arnould, en vekselvirkning mellem modtageres forventninger og resonans over erfaringer. Modtagerne resonerer over tidligere erfaringer, for at kunne forstå deres handlinger. Ligeledes tilgår de ny information med en bestemt forventning, baseret på tidligere erfaringer, hvilket påvirker deres handlinger, herunder også muligheden for læring. Forventningen kan føre til en antagelse, om hvordan noget forholder sig. Hvorvidt en modtager opnår ny erkendelse gennem en oplevelse, påvirkes bl.a. af om personen kan genkende og relatere sig til den information, der præsenteres, samt dennes motivationen for at lære. Dette skyldes at modtagerne, ifølge Arnould, ordner og filtrerer oplevelser gennem mål og udvikler præferencer, der påvirker fokusset [Arnould, 2005: 350].

²³ Brodersens beskriver dette som værdimodellering, der også omfatter produktionsrelaterede aktiviteter, men jeg har valgt ikke at inddrage beskrivelser af disse, da de tekniske forhold er udenfor specialets fokus.

Der er således et tæt sammenspil mellem vores hukommelse og oplevelse. Vurdering af oplevelsen sker i relation til modtagers hukommelse, bl.a. af tidligere erfaringer, og samtidigt bliver de opfattede hovedpunkter ved en oplevelse lagret i hukommelsen til fremtidig brug. Når personer tænker tilbage på en situation, kan det føre til, at de genoplever den pågældende situation både mentalt, fysisk og følelsesmæssigt [Ibid: 341].

Hvad og hvordan vi husker afhænger af en række faktorer, blandt andet vores hjerne, et specifikt element der udløser en indre søgen, alder, konteksten informationen oprindeligt optages i, tid mellem oplevelsen og aktiveringen af mindet, hvor ofte mindet genkaldes og handlings og/eller følelses tilstanden personen er i. Det vil sige, at hukommelse kan ses som et dynamisk sammenspil mellem indre og ydre forhold [Arnould, 2005: 357].

Det er ikke kun egne oplevelser, der kan udløse et minde. Ifølge Arnould m.fl. kan historiefortælling hjælpe personer med at forstå og huske deres oplevelser. Det gælder både for modtager og afsender. Andres fortællinger om en oplevelse, der er fælles interesse for, kan således skabe et nyt minde hos modtageren. Eksempelvis har mine forældre fortalt mig om situationer fra min spæde barndom eller livet før min fødsel, som jeg kan huske, på baggrund af deres gengivelse af oplevelserne. På grund af vores tilhørsforhold og deres reference til emner, jeg har fundet interessante, husker jeg stadig deres genfortællinger. Andres fortællinger kan således blive stedfortrædende minder for modtagerne gennem personernes fælles interesse og referencepunkt [Arnould, 2005: 357]. Idet vores minder kan skabes i sammenspil med andre, påvirker vores sociale (og kulturelle) kontekst hukommelsen. Ydermere kan vi genkalde minder ved at koble brudstykker sammen. Det vi husker er derfor ikke nødvendigvis overensstemmende med den oprindelige situation eller formidlede information.

Idet jeg i specialet fokuserer på modtagernes fælles forståelseshorisonter, vil det tale for at strukturere informationen som en fortælling baseret på et fælles referencepunkt. Mens modtagerne kan have vidt forskellige erfaringer og minder, kan et fælles referencegrundlag favne modtagere på tværs af de forskellige erfaringer og kontekster.

Det kan dog være en udfordring at finde et fælles referencegrundlag, der kan benyttes i en fortælling om at opnå velvære. Ved hukommelsen af forskellige begreber og deres relationer bruger mennesker en såkaldt *semantisk hukommelse* [Ibid: 361]. Arnould forklarer dette med udgangspunkt i *brand images*; Vores opfattelse af et fænomen påvirkes af de associationer, vi får ved genkaldelse af fænomenet i vores hukommelse. Vi har således et netværk af associationer, der sættes i spil i vores anskuelse af et fænomen.

Et andet forhold, der kan påvirke modtagernes hukommelse er et begrebs link til dets kvaliteter. Det vil sige, hvorvidt der er en tydelig kobling i selve ordet til det fænomen, det vedrører. Dette forhold kan forklare, hvorfor et begreb som bæredygtighed ikke nødvendigvis opfattes ens hos forskellige modtagere [Ibid: 365]. Ordet *bæredygtig* er en sammentrækning af 'dygtig' og 'bære'. Derfor kan der nemt associeres til en egenskab, om at den pågældende genstand/handling er holdbar, mens relationen til sociale, økonomiske og miljømæssige forhold ikke er implicit i navnet.

Hvorvidt vi husker information, påvirkes desuden af informationens tilgængelighed. Ifølge Arnould medfører øget tilgængelighed at der er større sandsynlighed for, at modtagerne genkalder associationer om

et fænomen i hukommelsen. Ved at skabe stærke links mellem bestemte associationer og fænomener, kan fænomenet således blive mere tilgængeligt i hukommelsen (nemmere at genkalde) [Arnould, 2005: 368].

Det forhold at begreber kan opfattes vidt forskelligt udfordrer muligheden for at benytte referencer, som modtagerne vil have fælles forståelse for på tværs af køn, alder, kultur og geografi. Det vil sige, at det kan være svært at identificere bestemte begreber, der kan bruges som grundlag til at formidle information om velvære, både ift. fænomenet og processen dertil. Der viser sig en central udfordring i forholdet mellem fænomen og begreb; mens vi kan pege på et fly og bruge dette som reference til at skabe konsensus, om at begrebet *fly* betyder fænomenet fly, kan vi ikke på samme måde pege på følelser og tilstande som begreberne *velvære*, *lykke*, *helbred* og *bæredygtighed* søger at italesætte.

For at kunne formidle informationen må vi forholde os til hvilken viden, talent og uddannelse modtagerne har, da disse kan indikere modtagernes referencegrundlag, og dermed påvirke hvilke begreber og betydninger modtagerne vil finde forståelige. Dette italesættes af Brodersen som forholdet mellem "det sagte" og "det usagte" i kommunikationen [Brodersen 2007: 163]. For at formidlingen kan hjælpe modtagerne med at handle, må referencegrundlaget for formidlingen stemme overens med modtagernes forståelse af de formidlede begreber, og sammenhængende der kan ligge bag. "Det sagte" vedrører de udtrykte tegn, mens "det usagte" dækker de bagvedliggende forståelser, der kan skabe usikkerhed omkring, hvorvidt modtager forstår det kommunikerede i overensstemmelse med afsenderens intension.

Et barn vil ikke have samme ordforråd og perspektiver, som en ældre person, ligesom en person med lægefaglig uddannelse kan tænkes at italesætte forhold omkring helbred anderledes end en person uden (tilsvarende) uddannelse. Ligeledes kan forskelle i sprog og kulturer mv. også påvirke de mulige forståelser af begreberne. Eksempelvis sidestilles det engelske ord *happiness*, med det danske ord *lykke*, i oversættelserne af forskning om subjektiv velvære. Men samtidig oversættes adjektivet *happy*, til det danske ord *glad*. I forlængelse heraf har der i Danmark været flere diskussioner, om hvorvidt begrebet *lykke* egentligt kan bruges som reference til de forhold, der måles i WHR. Man kan i stedet argumentere, at det der måles er respondenternes *livstilfredshed*, inkl. tilfredshed med deres situation, hvilket bliver brugt som indikation på fænomenet *lykke*, eller nærmere fænomenet *velvære*.

Selv i sprogbruget af danske begreber, så som ordet *hjælp*, hvor man kunne antage der ville være bred enighed om ordets betydning, kan der vise sig at være vidt forskellige forståelser, af hvad begrebet indebærer. Eksempelvis har vi i Danmark set flere tilfælde, hvor politikere har udtalt, at vi skal hjælpe mennesker til at kunne forsørge sig selv, men opfattelserne af hvilke handlinger dette indebærer har vist sig at være meget forskellige²⁴. Nogle ser hjælp som det at finansiere ydelser som uddannelse og sundhedspleje gennem skatten, og give økonomiske midler direkte til personer, der mangler indtægter, mens andre er uenige i denne tilgang og hellere ser økonomiske midler blive brugt på virksomheder med forhåbning om at skabe flere arbejdspladser, til dem der ikke har et job²⁵. Et problemet her er, at det ofte bliver defineret oppefra, hvad der skal gælde som hjælp, for den enkelte, men eftersom vores opfattelser er subjektive, opfatter de berørte borgere ikke nødvendigvis de givne handlinger som hjælp. Derfor

²⁴ Se kildesamlingen i bilag 3

²⁵ Dette er kun to udlægninger, som ikke dækker for de samlede opfattelser af hjælp. Der ytres mange forskellige perspektiver på hvad hjælp konkret kan give sig ud som.

må vi tage udgangspunkt i borgerne selv og spørge, hvad de mangler for at kunne klare sig selv økonomisk, og hvad de har brug for hjælp til ind til da.

Genkendelige information

Et andet vigtigt element i at huske en given information er modtagernes opmærksomhed i den oplevede situation. Som konsekvens af den øgede informationsstrøm og kamp om modtagernes opmærksomhed, er det blevet sværere at fange og fastholde opmærksomheden, både for afsender og modtager. Modtagerne skal hurtigt kunne navigere i mængden af information, for at finde frem til det, der imødekommer deres mål.

Dette forhold kan bidrage som forklaring på den umiddelbare forskel, mellem det vores fokus rettes mod og det vi søger i visse oplevelser. Den lettilgængelige information, modtageres opmærksomhed rettes mod, kan derfor fungere som appetitvækker til en reel oplevelse. Det medfører at selve indholdet, såsom rammer for velvære, kan udformes anderledes end den indledende information, der motiverer modtageren til at indgå i kommunikationsoplevelsen. For den pågældende information om mentalt helbred betyder det, at det indledningsvis vil være nødvendigt at redegøre for, hvordan indholdet relateres til målgruppen. Samtidigt bør der i struktureringen af informationen om velvære tages højde for balancen mellem udfordring og evner, som led i at skabe en oplevelse, der muliggør beslutning og handling hos modtageren.

Ved at tage højde for dette, kan selve den formidlede information også i sig selv skærpe modtagerens opmærksomhed. I oplevelsen inddrages modtagerens interesser og evner, bl.a. ved at kombinere forskellige sanser og være organiseret i henhold til modtagerens mål. Det at kombinere sanser kan, som jeg tidligere har beskrevet, bidrage til at gøre stoffet lettere forståeligt, mens organiseringen kan gøre kommunikationen vedrørende. Begge er elementer, der virker fængende for modtageren.

Modtagernes sindstilstand i oplevelsens øjeblik kan ligeledes påvirke hukommelsen af information. Ifølge Arnould kan et godt humør bidrage til bedre erindring, ved både at opfordre til udarbejdelse og indøvelse af det observerede. Samtidig kan en negativ tilstand også skabe negativ indstilling omkring det erindrede. Ligeledes kan kategoriseringer og metakommunikation om den formidlede information hjælpe modtager med at afkode og lagre informationen og finde det brugbart til senere beslutninger [Arnould, 2005: 368].

Sidst men ikke mindst bidrager vores samlede hukommelse til vores viden på et område. Ifølge Arnould vil vi have *viden* om noget, når vi kan genkende det og forstår hvad det indebærer og betyder. Det inkluderer selve den information vi husker og måden viden gemmes. Gennem social brug og konventioner kategoriserer mennesker løbende de input de får. Det medfører, at et begreb kan opfattes på forskellige måder på et givent tidspunkt. Et begreb som *bæredygtighed* har for mange været uklart i en periode; hvis nogle personer blot fokuserer på økonomi som indikator for bæredygtighed, vil de ikke se det samme i begrebet, som andre der kun fokuserer på miljøet som determinant. Efter begrebet blev defineret i Brundtland rapporten (1987) som noget, der dækker over en sammenhæng mellem både det sociale, økonomiske og miljøet, har flere opnået enighed om begrebets kategori. Flere mediers gentagne fokus

på det miljømæssige aspekt, kan dog tyde på, at mange stadig ikke for de samme associationer til begrebet²⁶.

For at vende tilbage til sammenspillet mellem data, information og viden og disse relationers betydning for organiseringen af information, giver både Shedroff og Brodersen et bud på processen i informationsdesign. Dette vil jeg berøre i efterfølgende kapitel.

²⁶ Se kildesamlingen i bilag 3



VI. Designprocessen

Ifølge Shedroff er det første led i at omdanne data til information, at udforske, hvordan det kan organiseres. Han advokerer, at alle data kan organiseres på syv måder i forhold til: alfabet, location, tid, kontinuum, tal, kategorier eller tilfældigt. Alt efter hvordan dataene organiseres, vil forskellige attributter og budskaber blive fremhævet. Herudover kan flere af organisationstyperne kombineres med indekser, f.eks. når Google Maps brugere kan vælge mellem at få vist en rute som liste, eller på et kort, hvilket kan skabe flere muligheder for at imødekomme modtagernes sansemæssige præferencer. At give modtagerne mulighed for at arrangere informationen på forskellige måder kan, ifølge Shedroff, bidrage til at skabe forståelse for mønstrene i den formidlede information.

Shedroff går ikke yderligere i dybden med de forhold, der influerer måden dataene kan organiseres, men beskriver blot kort, hvad hans syv forslag indebærer, eksempelvis beskrives kategorier som:

...a common organization and a reliable one, since they allow similar things to be grouped together by attributes that are considered important in some way. Defining the specific categories is crucial, as they will communicate the designer's prejudices and understandings more easily than any other organization. As with all organizations, these control the perceptions of the information. [Shedroff, 1994: 6]

Ved ikke at gå nærmere i dybden med organiseringen af eks. begreber, fremstår Shedroffs beskrivelse for mig utilstrækkelig. Jeg bliver som læser ikke klogere på, hvordan jeg kan strukturere informationen, idet den ikke umiddelbart er bundet op på eksempelvis et fysisk sted eller en talmæssig værdi. Før jeg kan nå til organiseringen, er der brug for et overblik over, hvordan informationen behandles. Herudover er det uklart, hvornår Shedroff konkret mener der er tale om data frem for information. Hvordan anskuer han eksempelvis en sætning eller en artikel?

Brodersen berører også relationen mellem data, information og viden. Hvor Shedroff ikke har én bestemt case som referencepunkt (han præsenterer forskellige eksempler), beskriver Brodersen informationsdesign i forhold til geokommunikation. Geokommunikation søger, ligesom kommunikation generelt, at håndtere virkeligheden gennem fænomener, og handler således om at overføre fænomeners betydning mellem mennesker gennem bl.a. skrift og grafik. Dette vil sige, Brodersen søger at redegøre for en metode til at formidle geoinformation, hvilket han definerer som "... den samlede mængde stedbestede informationer, som brugeren i sidste ende konfronteres med, og som brugeren uddrager en betydning af". Et eksempel på geokommunikation er tjenesten Google Maps, som både er en kombination et kort og informationer om afstande, rutebeskrivelser mv. Når information struktureres er et grafisk udtryk, så som et kort, ikke målet i sig selv, men skal ses som en delmængde af en kombination, der også inkluderer tekst, audio mv.

Området for denne type kommunikation er dog ikke begrænset til at have geografiske (fysiske) informationer som referencegrundlag, men kan også omhandle andre rum, så som et følelsesrum eller helbredsrum [Brodersen, 2007: 132]. Som eksempel kan en persons sociale netværk illustreres i et diagram, hvor afstanden mellem personen som ét punkt, og dennes relationers punkter (eks. familie), vil afhænge af

deres følelsesmæssige tilknytning til personen. Denne bredere tilgang åbner op for at inddrage Brodersens beskrivelser til at undersøge, hvordan informationen om velvære kan struktureres.

Til at beskrive relationen mellem data, information og viden inddrager Brodersen (semiotikeren Charles Sanders Pierces) teori om fænomeners tilstande. Data skal ses som ustrukturerede fakta eller observationer, så som "Aalborg", "4.700" og "Sygehus". Dette forhold definerer Brodersen som et fænomens tilstand af førstehed. Førstehed omhandler objekters kvaliteter²⁷, hvilke er relative. En kvalitet kan eksempelvis være farven rød, navnet på en by eller følelsen glæde. Det relative betyder at vurderingen af, hvornår en farve eksempelvis er rød, afhænger af hvilke nuancer, der er inkluderet i det givne farvespektrum. Førsteheder er monader, dvs. selvstændige enheder uden relationer til noget. De er blot kvaliteter, der har potentiale for at blive realiseret, men giver ikke mening i sig selv [Brodersen, 2005: 48]. For at forstå data'en *Glæde*, må man i forvejen have tilegnet sig information og opnået viden om den sammenhæng data'en indgår i.

Når data forbindes med hinanden i én bestemt sammenhæng opstår der, ifølge Brodersen, Information. Information indebærer de tolkede data, der er strukturerede for brugeren. Eksempelvis sætningen "*Der er 5700 ansatte på Aalborg sygehus*".

Information er en tilstand af andethed. Det vil sige, at det vedrører (et) konkret(e) uddrag af virkeligheden, med én bestemt hensigt. Ved at enhederne kombineres opstår en dyade, dvs. en gruppe af to objekter, der er formet til en enhed. Grupperne i eksemplet er antal (4700) og steder (Aalborg og sygehus). Dvs. i dyaden indgår der også kvaliteter af monodial karakter [Ibid: 50].

Informationen kan herefter gøres anvendelig, ved at relatere den til anden information. I denne proces organiseres informationen, så kreative kombinationer muliggøres, hvorved viden kan opstå hos modtager. Viden kan sidestilles med fænomeners tredjehed, idet det omhandler relationerne mellem informationer, som de lagres i bevidstheden. Tredjehed er en triade og består af de regler og tanker, der skaber forbindelser mellem forskellige informationer og erfaringer. Det vil sige at sammenhænge og kontinuitet er eksempler på tredjehed [Ibid: 51]. Et eksempel på dette forhold er, hvis den nye leder for Aalborg sygehus får besked fra regeringen om at "*der skæres 5 % af stillingerne på Aalborg sygehus*". Ved at læse sætningen "*Der er 5700 ansatte på Aalborg sygehus*" er der muligt for lederen at regne sig frem til, hvor mange ansatte, der vil blive berørt af nedskæringen (på baggrund af nogle i forvejen kendte regler for dette) og agere derudfra.

Fænomenernes tilstande kan desuden opsættes i dimensioner, hvilket kan bidrage til at skabe overblik. Brodersen definerer dimensioner som det mindst mulige antal parametre (bestemmende størrelser), der kræves for entydigt at bestemme position af et givent punkt i forhold til et andet givent punkt [Ibid: 53]. Dimensionerne er ikke geometriske, men kan samtidig bruges til at skabe visualiseringer. For at gøre det meningsfuldt at tale om position, har Brodersen givet mængden af parametre og punkterne en vis struktur, der gør det meningsfuldt at tale om position. Ved at opdele tilstande i dimensioner kan man således foretage en klassifikation af fænomenernes elementer:

²⁷ Kan også beskrives som egenskaber

Data (førstehed) svarer til et *punkt*. Dette skyldes at punktet, ligesom data, ikke har nogle relationer til andre punkter. Det har derfor en dimension på *nul* og kan kun have én position, og kan ikke placeres ift. parametre. Information illustreres med en *linje*. Dette vil have dimensionen én, da et parameter kan have én punkt position (afstand) til et givet andet punkt. Sidst svarer viden til en flade el. et rum (areal). Ligesom viden kan indebære mange forskellige relationer, vil en flade have to dimensioner og et rum vil have tre eller flere dimensioner. Idet der er flere dimensioner, vil der også være flere parametre til at styre punkternes positioner til hinanden. Viden (tredjehed) er derfor polydimensional [Ibid: 54]. Det vil sige data (punkt) er nuldimensional, information er éndimensional og viden er polydimensional.

Tilstanden af informationerne om velvære

Ud fra denne opdeling kan vi forholde os til, hvorvidt beskrivelserne om velvære kan kategoriseres som data, information eller viden.

For at imødekomme modtager med viden om velvære, er det vigtigt at datagrundlaget består af tredjeheder, dvs. information der er anvendeligt for modtagerne, idet det kan relateres til anden information, såsom de daglige valg vi stilles overfor. Modsat vil litteratur, der kun italesætter velvære i form af ustrukturerede kendetegn uden relationer (førsteheder), ifølge Brodersen, ikke give mening i sig selv. Hvis vi eksempelvis tager WHR's nøglepunkter; frihed, økonomi, social støtte, helbred, korruption og generøsitet, for sig selv uden tilhørende beskrivelser af dem og deres relation til hinanden og andet, vil vi ikke blive klogere på hvad de indebærer og hvad vi kan bruge oplysningen til. Derfor vil det blive svært at handle på disse punkter, hvis ikke modtagerne i forvejen har tilegnet sig viden om betydningen af punkterne og deres relationer. Se eksemplet illustreret i figur 5 nedenfor:



Figur 7. Lykke punkter

I min redegørelse i afsnittet *Datagrundlag*, vedrørende sammenhængen mellem helbred og lykke, beskrives netop betydninger bag begreberne og nogle af de relationer de indgår i. Nøglesætningerne om velvære kan ses som andetheder, såsom WHO's sætning "*So mental well-being can be put at risk by a wide range of factors that span not only the life course but also different spheres of life*" [WHO, 2012: 10], mens beskrevne sammenhængende kan kategoriseres som tredjeheder, eks. at korruption påvirker adgangen til grundlæggende servicere og omvendt. Det efterlader dog stadig et spørgsmål om beskrivelserne i sig selv er anvendelige?

Fænomeners opdeling i tegn

For at kunne strukturere information, med henblik på at skabe viden om et givent felt, pointerer Brodersen, at det ikke er tilstrækkeligt at forholde sig til fænomenernes tilstande. Man må også redegøre for de tre elementer, der udgør et fænomen, i form af tegn. Fænomenerne består af den samlede dynamiske tegnrelation, og kan samtidig indgå som tegn (referenten) i et andet fænomen [Brodersen, 2007: 42].

Ifølge Brodersen, udgøres et fænomen af tegnformerne:

- | | |
|------------------|---------------------------|
| 1) Referent | (objekt) |
| 2) Repræsentamen | (budbringer) |
| 3) Interpretant | (billedet i bevidstheden) |

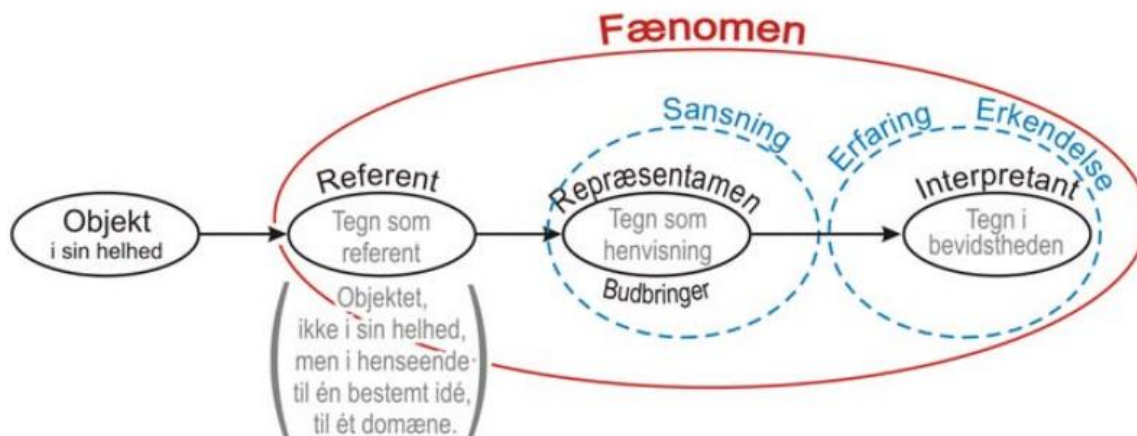
Referenten står for de kvaliteter afsenderen observerer ved et objekt. Det vil ikke være objektet i sig selv der kan videreformidles, men de kvaliteter der subjektivt observeres af afsenderen under en given kontekst. Eksempelvis vil en person ikke se de samme kvaliteter ved en gade, når det mørkt, som når det er lyst. Det vil kun være et udvalg af kvaliteter, der observeres, hvorfor det, ifølge Brodersen, ikke vil være muligt at danne en altomfattende kontekstafhængig beskrivelse af et objekt. Hvis det var tilfældet ville gengivelsen blive identisk med objektet. Når vi søger at strukturere information, kan vi ikke videregive de faktiske forhold, informationen vedrører, men vi kan formidle sammenhængen, hvor fænomenet vil være meningsfuld for modtager (triade). Fænomenets kvaliteter er således afhængige af deres betydning i bestemte sammenhænge [Ibid: 45].

Repræsentamen er en formidling af information. Det er de udtrykkende tegn, der repræsenterer et objekt (ét eller flere). Hvis der refereres til flere objekter, vil disse betragtes som et samlet hele. Herved kan der skabes et nyt tegn i modtagerens bevidsthed, hvilket betegnes som interpretanten [Ibid: 45].

Ved at sammenholde de tre tegn typer med modtagernes sansning, erfaring og erkendelse, beskrevet i kapitlet *Modtagerorienteret informationsdesign*, kan der skabes overblik over tegnenes funktion i en kommunikationssituation.

De tegn, der kan sanses af de potentielle modtagere er *repræsentamen*, idet de repræsenterer et objekt. Ved at sanse repræsentamen erfarer man noget nyt, og det nye sættes i relation til andre tidligere erfaringer og/eller andre repræsentamen. I denne bearbejdning skabes tegnet *Interpretanten* i en persons bevidsthed, hvormed personen kan nå frem til en erkendelse. Referenten er ikke inkluderet i selve sansprocessen. I stedet er det nødvendigt for afsender, at tage højde for dette tegn i produktionsprocessen forud for kommunikationssituationen, da repræsentamen er budbringer for netop de observerede kvaliteter, som referenten er tegn for [Ibid: 71].

Sammenhængen mellem modtagers sansning-erfaring-erkendelse og de tre tegn illustreres i nedenstående model:



Figur 8. Oplevelse af fænomen [Brodersen, 2007: 72]

For at kunne strukturere informationen er det således nødvendigt først at identificere den relevante information, herunder fænomenerne, som informationen består af, og deres relationer. Her er alle tre former for tegn nødvendige for at kunne identificere indholdet. I den sammenhæng vil jeg indskyde at, ligesom tegn ikke er et udtryk for en entydig objektiv virkelighed, er intet tegn, anvendt i kommunikationen, fastdefinerede. Tegnene, med deres betydning og modtagerens fortolkning heraf, er i vid udstrækning menneskeskabte og bestemte. Deres betydning vil derfor ændres, alt efter hvad modtagernes fællesforståelse af tegnene er, hvilket kan ses som det grundlæggende element i kommunikation. Den grundlæggende fællesforståelse af et tegn kalder Brodersen for tegnets *intention*, mens den praktiske anvendelse af tegnet er dets *ekstension*²⁸. Eksempelvis findes der en fællesforståelse af tegnet diagram, hvilket er intensionen, mens det reelle diagram og dets anvendelsessituation svarer til tegnets ekstension [Ibid: 130].

Dette forhold kan relateres til den tidligere diskussion om hhv. fænomen og begreb. Det udtrykte diagram kan sanses af modtagerne, mens intentionen af tegnet *diagram* er de bagvedliggende usagte forståelser. Det er gennem udtrykket, at vi kan finde frem til, om der er fælles forståelse af begrebet *diagram*. Hvor diagrammet direkte kan sanses billedligt, vil jeg argumentere at det er sværere med udtrykket for hhv. velvære; lykke og mentalt helbred. Som eksempel: Hvordan kommer personens indre følelse af velvære til udtryk (eks. billedligt) og vil andre kunne forstå den indre følelse, ved at observere den udefra?

Vi er ikke afklarede omkring de brugte tegns intension eller ekstention, men med forskellige undersøgelser kan vi søge at finde fælles forståelser af hhv. lykke og mentalt helbred, udtrykt gennem beskrivelser af subjektiv velvære.

²⁸ Stemmer overens med lingvistikkeren F. Saussure's beskrivelser af le significant (tegnets form el. udtryk) og le signifíe (tegnets indhold el. ide).

Tilstandsmodel som metode til strukturering

For at kunne identificere fænomenerne må vi koble de tre fænomenelementer *Referent*, *Repræsentamen* og *Interpretant* til fænomenernes tilstande *første-*, *andet-* og *tredjehed*. Herved vil de tre elementer hver have tre mulige tilstande.

Referenten kan opdeles i kvalitegn (førstehed), sintegn (andethed) og legitegn (tredjehed). Karakteristisk for denne tredeling er, at tegnene kun er objekterne i sig selv og ikke er materialiseret eller sat i relation til noget. Kvalitegn er kun til stedet som potentiale. Når det realiseres bliver det til et sintegn. Sintegn er en eksisterende ting, kendsgerning eller begivenhed og dækker over én eller flere kvalitegn (kvaliteter).

Legitegn er en tegnregel og derfor tredjehed. Med regel vil det sige, at det er fastlagt af mennesker. Ethvert konventionstegn, så som et ord, er legitegn, da betydningen, og tegnet i sig selv, er fastlagt ved regler. Legitegn er ikke et egentligt objekt, men en generel type af objekter, som en given gruppe er blevet enige om, skal være ensbetydende. Ethvert legitegn betyder således noget gennem den begivenhed, hvor det anvendes, eksempelvis er ordet *vej* et legitegn, med visse værdier. Legitegnet vil eksistere selvom det ikke (nødvendigvis) er taget i brug [Ibid: 55]. Idet legitegnet skrives ned vil det blive manifesteret som et ord, men i selve hændelsen, hvor det bruges vil det fremstå som et sintegn.

Elementet *repræsentamen* deles i tilstandene *ikon* (førstehed), *indeks* (andethed) og *symbol* (tredjehed). Ikonet refererer ved at dets kvaliteter minder om objektets. Ifølge Brodersen er dette den eneste måde at kommunikere en idé. Indeks tegn er direkte påvirket af objektet og har derfor visse kvaliteter til fælles med objektet, det refererer til. Stedord som 'den' eller 'denne' og en pegende finger, der henviser i en bestemt retning mod et givent objekt er indekser. Symbol refererer til et objekt gennem en regel. Et akronym såsom GPS er et symbol, der henviser til udtrykket *Global Positioning System*. Symbolet skal først genkendes gennem fortolkning, før modtageren kan få fat i henvisningen. Dvs. at symbolet er en type regel (/lov), der virkeliggøres gennem et indeks. Alle bøger, sætninger mv. er symboler. Forskellen mellem symbolet og de to andre repræsentamener er at symboler kræver et kendskab i forvejen, for at kunne læses [Ibid: 56]. Eksempelvis er mange vejskilte kun forståelige, fordi vi i forvejen har lært en regel om dem. Ikonet kan derimod associeres til forskellige betydninger i sig selv.

Tegnet *Repræsentamen* er særdeles vigtig at have fokus på i dette projekt, idet det kan danne bro i kløften mellem fænomeners kvaliteter og vores forståelse af dem og deres relationer. I denne sammenhæng, vil jeg kort forholde mig til nogle af de subikoner der hører under repræsentamen ikon. Ikonets inddelinger er: *Billede*, *diagram* og *metafor*. Det skal noteres at disse sub-tegn ikke er nødvendige for en indledende identifikation af fænomener, men hører til den efterfølgende tilrettelæggelse af udtrykket i formidlingen.

Billedet er en tilstand af første-førstehed, diagrammet første-andethed og metaforen første-tredjehed. Af de tre vil jeg kort præcisere sub-ikonet diagram, idet jeg mener det er relevant ift. målet om at skabe formidling, der kombinerer flere virkemidler. Ifølge Brodersen er et diagram "*et ikon, hvor ligheden i kvaliteter bliver understøttet af konventionelle regler*" [Brodersen, 2005: 63]. Dette forhold beskrives herefter med en algebra formel som eksempel; umiddelbart skulle man mene at en algebra formel som helhed er et sammensat legitegn, men ifølge Brodersen vil formlen være et diagram, fordi den udstiller de kvalitative ligheder med objektet, som er en del af virkeligheden som formlen forsøger at beskrive.

De kvalitative ligheder medfører den særlige ordnede opstilling af tegnene som indgår i formelen (kombination af tal og bogstaver). Derfor kan formelen ses som et diagram.

Interpretantens tre inddelinger af tegn, der dannes i bevidstheden er *term* (førstehed), *udsagn* (andethed) og *argument* (tredjehed). Tegnet *term* forstås som repræsentant for et muligt objekts kvaliteter. Det vil sige den kvalitative mulighed for at et objekt har de præsenterede kvaliteter. Tegnet *udsagn* identificeres i bevidstheden som et tegn, der henviser til en faktisk eksistens, en konstatering. Eksempelvis at "*bilen er blå*". I tegnet indgår en term (kvaliteten), eks. termen *blå*, for at kunne beskrive den fortolkede kendsgerning i bevidstheden. Sidst er *argument* et tegn for en almen regel i bevidstheden. Modsat udsagnet henviser det således ikke til en konkret relation. I stedet indebærer argumentet en præmis, som er et udsagn, da argumentet kræver at kunne fremføres som et eksempel, hvor man konkretiserer det almene.

Med opdelingen i hhv. tegn og tilstande opstår der 9 tegntyper, der kan opstilles i et skema. Relationen mellem tegntyperne illustreres i nedenstående figur:

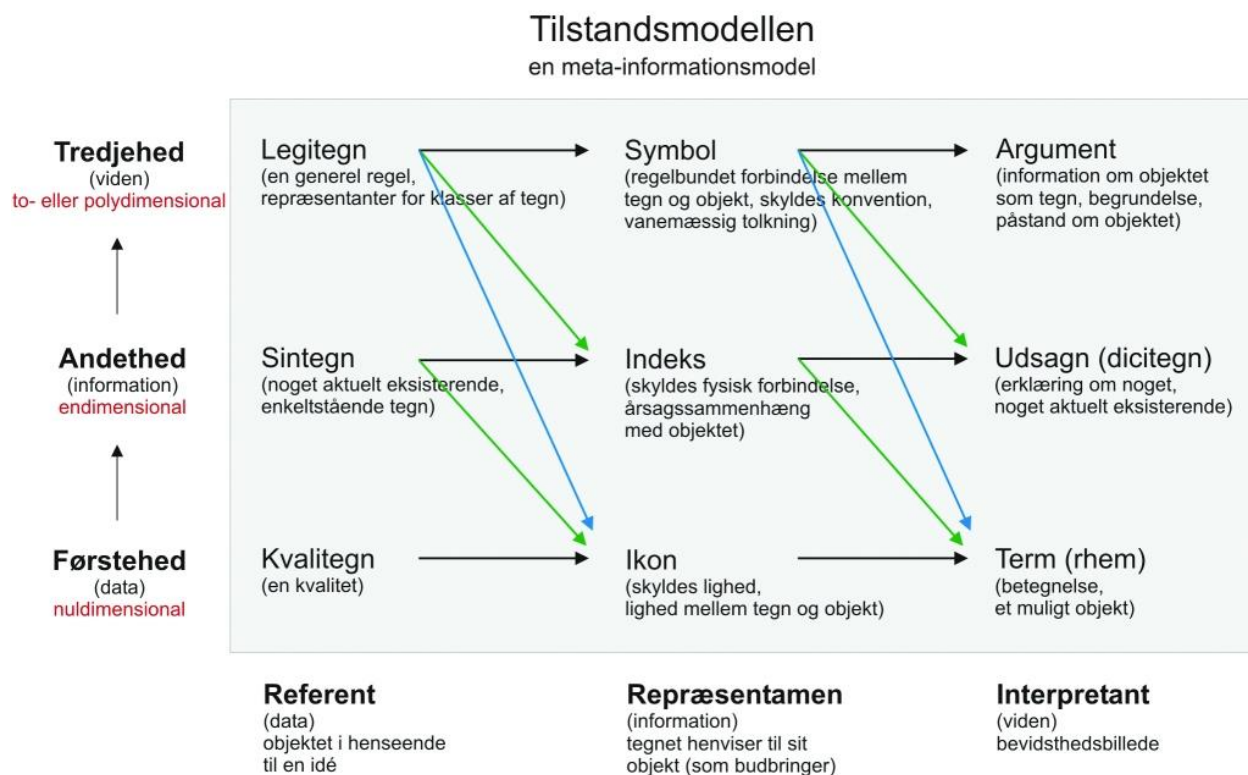


Figur 9. Samlede tegntyper [Broderson, 2005: 76]

Ved identifikation af fænomenerne skal der vælges én celle (tegn) fra hver søjle i skemaet, herved inkluderes alle tre elementer (*referent*, *repræsentamen* og *interpretant*). Der kan samtidigt ikke vælges frit mellem tegnene ift. tilstande. Eksempelvis er relationen Kvalitegn → Indeks → Argument ikke mulig. Det vil sige, at man i identifikationen af fænomener ikke blot kan bevæge sig frem fra data, til information for at ende med viden, da der i kommunikation nemt vil gå information tabt.

I stedet er tegnene betinget af elementernes dimensioner, som jeg gennemgik tidligere, hvilket betyder, at man skal bevæge sig oppe fra og ned i skemaet [Ibid: 75].

Dimensionsaspektet gør det tydeligt, at vi ikke kan beskrive sammenhænge i informationer ved at tage udgangspunkt i kvaliteter, da disse per definition er uden relationer. I stedet må vi starte med at identificere den generelle regel (legitegnet), og bevæge os frem derfra. Hvis målet, som det er tilfældet i dette speciale, er at modtagerne skal ende med tegnet *argument*, må vi gennem kommunikationen bibeholde dimensionen tredjehed, da dimensionerne, ifølge Brodersen, kun kan bibeholdes eller begrænses [ibid: 77]. Situationen illustreres i nedenstående figur:



Figur 10. Tilstandsmodellen [Brodersen, 2005: 77]

Ved at identificere fænomenerne ud fra dimensioner opstår der 10 klasser af fænomener:

- (1) Legitegn-symbol-argument
- (2) Legitegn-symbol-udsagn
- (3) Legitegn-symbol-term
- (4) Legitegn-indeks-udsagn
- (5) Legitegn-indeks-term
- (6) Legitegn-ikon-term
- (7) Sintegn-indeks-udsagn
- (8) Sintegn-indeks-term
- (9) Sintegn-ikon-term
- (10) Kvalitegn-ikon-term

Spørgsmålet er så, om dette vil betyde, at struktureringen ikke kan resultere i en formidling, hvor grafik, såsom et diagram, og tekst kombineres. Svaret er, at dette stadig kan lade sig gøre. Som beskrevet tidligere indgår der flere informationer (andetheder) i skabelsen af viden (tredjeheder) og ligeså med data i

informationer. Det betyder, at man som udgangspunkt må forklare strukturerne (regel), hvortil forskellige konkrete scenarier kan bruges som præmis (andethed), hvori der igen kan indgå ikoner, til at repræsentere grupper af objekters kvaliteter (førstehed). Fænomen(et/erne) kan således identificeres som polydimensional(e), bestående af flere éndimensionale og nuldimensionale dele, hvilket åbner op for at modtagernes forståelse kan blive ligeså. I praksis vil der i en kommunikationssituation, såsom en samtale, blive skiftet mellem de forskellige tegnsammensætninger.

I forlængelse af ovenstående er det vigtigt at tilføje, at selvom afsenderen tager udgangspunkt i legitegn og benytter symboler som repræsentamen, er det ikke en garanti for at modtagerne opnår tilstanden *argument*. Hvis ikke de præsenterede regler (sammenhænge og relationer) er strukturerede således, at modtagerne finder informationen forståelig, er risikoen at modtagerne i deres bevidsthed kun ender med enten et udsagn eller term. Det er derfor essentielt for afsenderen at forholde sig til, hvilket grundlag der udvælges information efter; hvilket indhold der er relevant for den givne situation. Herudover er det vigtigt, at alle udvalgte informationer undersøges gennem tilstandsmodellen.

Kontekstafhængig strukturering

Som Brodersen selv henviser til i forbindelse med betragtningen af tegnformen *Referenten*, må vi formidle informationen om velvære i en sammenhæng, der er meningsfuld for kommunikationens modtagere. Set i lyset af at vores opmærksomhed rettes mod oplevelser, der kombinerer flere af vores sanser, vil jeg argumentere for, at de forestående beskrivelser af velvære ikke er nok til at gøre modtagerne i stand til at handle. De forskellige begreber i beskrivelserne risikerer blot at fremstå som uforståelige symboler, fordi de potentielle modtagere ikke i forvejen har fælles forståelse af dem. Det vil sige for at modtagerne kan opnå tegnformen *argument* i deres bevidsthed (interpretanten), må de udtrykkende tegn (repræsentamen) præsenteres i en form, der kombinerer modtagernes sanser. Eksempelvis en audiovisuel præsentation, hvor beskrivelser om velvære udtrykkes i et talespor (lyd) kombineret med tekst og forskellige illustrationer, for at gøre tydeliggøre betydningen.

For at kunne formidle sammenhængene mellem hhv. lykke, mentalt helbred og velvære, må afsender først afklare de grundlæggende forståelser af de brugte begreber og deres relation til fænomenerne. Begreberne *lykke*, *helbred*, *velvære*, *social støtte*, *frihed*, *generøsitet*, *økonomi(sk sikkerhed)*, *korrupition* mv. er alle symboler, der kan være forskellige fortolkninger af. Hvorvidt modtagerne ender med de samme forståelser (interpretamen) af sammenhængene afhænger af, om de aflæser symbolerne ens.

Dette leder tilbage til sagens kerne om, at fænomener og begreber er adskilte, men at vi samtidig opnår forståelse gennem sprogbruget. Vi kan ikke formidle viden om fænomener uden begreberne. Derfor må vi søge at opnå konsensus om de anvendte begreber, for at afsender og modtager kan bevæge sig mod den samme forståelse af fænomenerne (såsom velvære; lykke og helbred). At nå til konsensus om de begreber og fænomener, der bruges i dette speciales case, er dog sværere end for eksempelvis ordet *flyvemaskine*, idet symbolet *flymaskine* direkte kan relateres til en fysisk håndterbar genstand som fænomen. Ganske vist kan forskellige kvaliteter observeres ved en flyvemaskine, men der findes allerede genkendelige billede-ikoner (første-førsteheder) for fænomenet og dets funktion. Flere af fænomenerne i specialets datagrundlag lader sig ikke på samme måde indfange. De vedrører ikke en genstand på linje med en flyvemaskine, som vi kan observere ved at gå rundt om og berøre. Ligeledes kan vi ikke tage

fysiske prøver og observere fænomenerne i et laboratorium. Der er således ikke tale om fysiske genstande, men om oplevede tilstande og handlinger. Til gengæld har de forskellige studier om lykke og mentalt helbred undersøgt fænomenet subjektiv velvære, ved at indkredse fænomenet *velvære* som det giver sig til udtryk i respondenternes subjektive oplevelser. Herigennem har de fundet nogle fællestræk, der kan siges at kendetegne velvære.

De angivne kendetegn fremstår dog heller ikke som fysiske genstande. I stedet kan afsender søge at skabe fælles billeder af begreberne, ved at referere til genkendelige oplevelser og/eller bruge metaforer, analogier og lignende, til at illustrere betydningen af de brugte begreber. Som eksempel kan et menneskes mentale tilstand sammenlignes med et æg, der skal gribes, hvis det falder, for ikke at gå i stykker. De personer der griber ægget, eller forebygger et fald, kan siges at give social støtte. Det er ikke nødvendigvis en præcis gengivelse, men det er en sammenligning, der kan skabe indre billeder, som de modtagere, der har viden om potentialet og skrøbeligheden af et æg, kan relatere sig til. Denne billeddannelse kan hjælpe til at virkeliggøre symbolet *Social støtte* for modtagerne.

Med billedsprog og referencer til konkrete erfaringer kan fænomenerne formidles sådan som de fremtræder for os. Med de tidligere beskrivelser om sociale mønstre og bagvedliggende psykologiske behov, vi mennesker kan siges at have til fælles, har jeg søgt at imødekomme udfordringen med at skabe fælles forståelser. Vi kan tænkes at have fælles forståelse for sammenhænge mellem eksempelvis økonomisk (u)sikkerhed og velvære: Hvis vi ikke kan betale vores omkostninger kan der opstå en mere eller mindre kronisk stresstilstand. Kontrollen og muligheden for at dække vores grundlæggende fysiske behov, såsom mad og bolig, er under pres, fordi indtægten ikke er høj nok i forhold til udgifterne.

Idet der er tale om generelle behov, kan de dog ikke minimere den kommunikative usikkerhed ved de konkrete kontekstafhængige handlinger og forståelser; i forhold til sociale relationer kan det at modtage og give hjælp generelt opfattes positivt, mens den enkeltes oplevelse af hvilke handlinger, der vil virke hjælpsomme kan være subjektive.

Tidligere blev et muligt fælles anvendelsesgrundlag indkredset til at omhandle, hvordan viden om velvære bruges til at kunne opfylde vores grundlæggende behov om sikkerhed, frihed, handlekraft og (social) mening. Ligesom fænomenerne beskrevet ovenfor er de forhold, der påvirker vores velvære, svære at sikre fælles forståelse af i konkrete kontekster. Det kan være svært at afklare grænsen mellem utryghed/sikkerhed, frihed/tvang, social mening/meningsløshed og handlekraft/inkompetence.

Det bliver således et grad spørgsmål, hvornår der er tryk og sikre rammer for at kunne overleve og handle, hvornår vi føler os i stand til selv at kunne styre vores personlige udvikling, hvad skal der til for at kunne udvikle kompetencer og mestre opgaver i relation til vores egne interesser og hvornår personer føler de modtager og giver social støtte. Men samtidig giver undersøgelserne, beskrevet i kapitlet *Datagrundlag*, indikationer på, at når visse forhold er opfyldt er der større sandsynlighed for at personer vil vurdere deres tilstand af lykke og mentalt helbred (dvs. subjektive velvære) mere positivt end hvis forholdene ikke er opfyldt, såfremt der tages udgangspunkt i, at individernes grundlæggende behov opfyldes.

Det viser et paradoks om, at vi på samme tid kan siges at have grundlæggende ens behov, men de utallige forskellige kontekster vi indgår i medvirker, at vi relaterer forholdene forskelligt ift. til de forskellige scenarier, vi har kendskab til.

Dette får især betydning, når informationerne om velvære relateres til mulige handlinger. For at kunne relatere informationen til modtagerne må vi have kendskab til de konkrete scenarier, modtagerne indgår i, og valg de står overfor. Man kan argumentere for, at det vil være tilstrækkeligt med et tænkt scenarie, eksempelvis at en person skal på indkøb og vil købe de ting, der understøtter dennes velvære bedst muligt. Et sådan tænkt scenarie vil dog stadig kræve at der er en gruppe af modtagere, der har kendskab til en givne kontekst og finder fælles interesse for at lære om velvære i denne sammenhæng. De fleste voksne i postmoderne vestlige samfund kan antages at have et kendskab til indkøbssituationer, mens det er mere tvivlsomt, hvor bevidste vi er om vores indkøbsvaners sammenhæng med vores velvære.

Mens mit fokus i specialet primært har været på de generelle mekanismer, der kan identificere menneskers forståelseshorisonter på tværs af kontekster, dvs. kan ses som fælles forståelser, er jeg er dog bevidst om, at jo bredere en målgruppe er, desto sværere vil det være at imødekomme modtagerne. Ud over deres fælles grundlag påvirker de mange kontekstafhængige forhold modtagernes individuelle forståelse.

Som konsekvens af dette er det ikke tilstrækkeligt at afgrænse modtagerne til borgere i vestlige postmoderne samfund. I det efterfølgende kapitel har jeg derfor valgt at inddrage en konkret kommunikationssituation i det danske samfund, hvor information om lykke og helbred, som subjektiv velvære, kan vise sig relevant for at sætte de involverede parter i stand til at handle.



VII. Den konkrete kommunikation

Der er en dominerende diskurs i det danske samfund om det fælles mål, at flest mulige skal have et arbejde og kunne forsørge sig selv. Vi hører det bredt udtalt i forskellige medier af både politikere, journalister, andre meningsdannere og selv interviewede borgere²⁹.

Samtidig er der flere borgere, som står uden arbejde og/eller er blevet syge. Mange af de berørte borgere³⁰ befinder sig i en situation, hvor de er afhængige af social hjælp til at skabe økonomisk sikkerhed³¹ og kan derfor have søgt hjælp hos det offentlige. På baggrund af dette kommer de berørte borgere til at indgå en kommunikativ udveksling med offentlige sagsbehandlere³².

Sagsbehandlernes kommunikation med borgerne påvirkes indirekte af de forskrifter sagsbehandlerne er pålagt, vedrørende informationsudveksling med borgerne og deres beføjelser til at yde økonomisk støtte. Målet for sagsbehandlerne, på baggrund af love og udtalelser fra de styrende politikere, er at få borgerne "*tilbage på arbejdsmarkedet igen*" og væk fra offentlig indkomst, såsom (syge)dagpenge og kontanthjælp³³. I overensstemmelse med dette viser undersøgelser fra både SFI og Videncenter for Arbejdsmiljø, 3F m.fl. at de berørte borgere (både ledige og sygemeldte) også er interesserede i at komme på arbejdsmarkedet. Arbejde beskrives dog ikke som et mål i sig selv. Målet er interaktion og beskæftigelse, som mennesker finder meningsfulde, hvor de oplever at gøre en forskel (for og med andre) og hvor de kan udvikle og bruge deres kompetencer [Rugulies, 2013 & Madsen, 2007]³⁴, hvilket stemmer overens med mine tidligere beskrivelser af de indre psykologiske mål og behov.

Det vil sige, at en arbejdsplads kan være en konstellation, hvor dette søges opfyldt, men at have et arbejde er ikke i sig selv ensbetydende med at borgerne får opfyldt deres grundlæggende behov. Problemet kan i denne sammenhæng være, at hvis arbejdet ikke opfylder menneskers grundlæggende behov, og muligvis også modarbejder behovene, er der risiko for at borgerne oplever lav velvære og kan ende med mentale helbredsproblemer (igen). En omstændighed der kan sende dem tilbage i en situation, hvor de er afhængig af både økonomisk og social hjælp.

Som eksempel kan personer befinde sig i en stilling, hvor de fysiske forhold (og økonomiske) modstrider med personernes individuelle behov, såsom at arbejdet og omgivelserne kan belaste kroppen med lyde, løft, kost mv., at lønnen ikke kan dække deres udgifter og/eller at de har så mange timer at de ikke har tilstrækkelig tid til at restituere (både under og efter arbejdet). Ligeledes kan de psykiske arbejdsforhold

²⁹ I det refereres til et stort antal kilder i beskrivelsen af det udvalgte scenarie, har jeg samlet de relevant kilder i bilag 3 (på nær de, der er angivet som kilde direkte. Disse står også i litteraturlisten).

³⁰ Med berørte borgere mener jeg borgere, der er afhængige af økonomisk og social hjælp, fordi de oplever at være (blevet) ude af stand til selv at skabe indkomst, og i forlængelse heraf økonomisk sikkerhed

³¹ Det vil sige en vedvarende indkomst,

der overgår udgifterne forbundet til at dække deres grundlæggende behov (både de psykologiske og fysiske)

³² Sagsbehandlere dækker både socialrådgivere og andre aktører på eks. jobcentrene, der behandler de forskellige borgernes sager.

³³ Som eksempel udtalte Mette Frederiksen i forordet til sagsbehandlernes pjece vedrørende den nyeste sygedagpengereform: "... et forsørgelsesgrundlag må aldrig stå alene. Vi skal samtidig sikre, at disse borgere får en målrettet hjælp til at komme tilbage på arbejdsmarkedet igen" [Styrelsen for arbejdsmarked og rekruttering, 2014: 1]. For kildesamling af love og politiske udtalelser se bilag 3.

³⁴ Se bilag 3 for flere kilder om borgernes syn på arbejde.

modstride personers behov og evner, såsom at de ikke har friheden til at arbejde med det de selv finder interessant, mulighederne for at give og få social støtte i samhørighed med deres arbejdsmæssige relationer, og for at bruge og udvikle deres kompetencer (deres handlekraft) – dvs. de psykologiske behov.

Der er flere undersøgelser på arbejdsområdet, der desuden understøtter at menneskers behov må tilgodeses, og at et ensidigt fokus på udelukkende at arbejde, uden at tage højde for de fysiske og psykiske behov, vil give mentale helbredsudfordringer³⁵. Eksempelvis anerkender beskæftigelsesministeriet selv på deres hjemmeside, at det vil påvirke helbredet negativt at være i et job (både ift. midlertidige og faste stillinger) hvor fremtiden er usikker, ligesom arbejdsmiljø også påvirker den enkeltes tilstand [Beskæftigelsesministeriet, 2013 & 2014 (a)]. I forlængelse heraf pointeres det i flere dokumenter fra både beskæftigelses-, social- og statsministeriet, at der er et samfundsmæssigt fokus på velfærd for den enkelte og at arbejdslivet og velfærd hænger sammen³⁶. Sidst indgik regeringen i juni 2014 i et forlig med Venstre, Dansk Folkeparti og de Konservative om *"En reform, der skal sikre ledige en individuel, meningsfuld og jobrettet indsats, der kan ruste den enkelte til varig beskæftigelse"* [Beskæftigelsesministeriet, 2014 (b)].

Til trods for det umiddelbare overensstemmende udgangspunkt for borgerne og de offentlige instanser, oplever flere borgere at blive klemmt og endda stigmatiseret, især i interaktionen med de (offentlige) sagsbehandlere. Gennem forskellige artikler og undersøgelser har adskillige personer givet udtryk for et stigende psykisk pres og dårlig behandling af de berørte borgere i interaktionen med deres sagsbehandlere³⁷. Herudover forværres situationen af, at mange ledige oplever psykiske udfordringer, pres, dårligere mentalt helbred og i værste fald at blive syge under ledigheden³⁸. Dette underbygges af WHR's data om mentalt helbred, der viser at menneskers beskæftigelsessituation kan påvirke deres livskvalitet og dermed risiko for mentale helbredsproblemer [Helliwell, 2013: 39].

Både borgerne og repræsentanter for interesseorganisationer, socialrådgivere, nogle politikere og socialrådgiverne selv, har derfor advokeret for en bedre kommunikation mellem de berørte borgere og deres sagsbehandlere³⁹.

Det danner et billede af, at det ikke kun er de berørte borgere, hvis mål er at finde beskæftigelse de selv finder meningsfuld, for at få udsigt til en tilstand af velvære frem for mentale helbreds udfordringer. Også de politiske aktører, der definerer de samfundsmæssige rammer, som sagsbehandlerne kan agere i forhold til, virker til at anerkende borgernes mål om velvære.

Når de berørte borgere samtidig oplever at kommunikationen mellem dem og deres sagsbehandlere modarbejder deres behov og i værste fald forværre deres tilstand, opfatter jeg det som om, der ikke nødvendigvis er fælles forståelse hos sagsbehandlerne og borgerne. Forståelse af hvad velvære indebærer og hvordan valgene, der tages i forbindelse med kommunikationen, påvirker til dels borgernes mulighed for velvære og samtidig sagsbehandlerne mulighed for at få borgerne på arbejdsmarkedet.

³⁵ Se bilag 2 og 3, samt kilderne fra WHO og OECD.

³⁶ Se bilag 3

³⁷ Se afsnittet med kildesamling om borgernes kritik af interaktionen i bilag 3

³⁸ Se bilag 3

³⁹ Se bilag 3

På baggrund af både politikernes, borgernes og de andre aktørers udtalelser, må målet for sagsbehandlerne, i den givne kontekst, blive at hjælpe borgerne til bæredygtig beskæftigelse. Med valget af begrebet *bæredygtig* henviser jeg til betydningen, præsenteret i kapitlet Datagrundlag. Det vil sige, at borgerne kan opleve, at beskæftigelsen både imødekommer deres situation økonomisk, miljømæssigt og socialt, på kort og på lang sigt. Det er derfor ikke holdbart at sende borgere ud i hvilket som helst arbejde.

Sagsbehandlerne vil således være de potentielle modtagere for information om velvære. Deres anvendelsesgrundlag bliver i dette scenarie at opnå forståelse for sammenhængen mellem borgernes behov, velvære, arbejdsevne og beskæftigelsesmuligheder. Målet kan være at forbedre sagsbehandlerne kommunikation med borgerne, med henblik på at hjælpe dem i varig beskæftigelse.

Informationen må struktureres, så sagsbehandlerne kan få overblik over sammenhængen mellem velvære og personers mulighed for varig beskæftigelse, således at *interpretanten* lander på tegnformen *argument*. At modtagerne er dansktalende, med en bestemt profession, giver dem et fælles forståelsesmæssigt grundlag ift. de termer, de er bekendt med i indenfor deres fagområde. Der kan dog stadig argumenteres for at lave en definitionsliste, hvor betydningerne af de valgte begreber kort beskrives, med henblik på at forebygge en fælles forståelse mellem afsender og modtager. De definerede begreber kan dernæst suppleres med grafiske symboler, få at skabe lettere genkendelighed af fænomenerne fremadrettet for modtagerne.

Til at mindske usikkerhed i kommunikationen kan de generelle beskrivelser om velvære også suppleres med konkrete eksempler på scenarier, hvor borgere har brug for sagsbehandlerne hjælp. Et eksempel kunne være at tage udgangspunkt i et antal borgere med forskellige erfaringer og forståelser af, hvornår deres behov for eks. selvbestemmelse og social støtte er opfyldt. Mens én person kan have interesse og kompetencer for byggeteknisk håndværk, kan dette opleves som en upassende opgave for andre, eks. for en skønlitterær forfatter⁴⁰. Disse forskellige skildringer kan bruges til at illustrere, hvordan de samme fænomener forbundet til velvære, må tilgås forskelligt afhængigt af forståelserne hos de borgere, sagsbehandlerne interagerer med. For at levendegøre fortællingerne om de forskellige scenarier, kan de illustreres grafisk (eks. med animation) og de forskellige stemninger kan udtrykkes med lyd.

⁴⁰ Note: formålet med eksemplet er ikke at sige, at man enten vil se mening i litteratur eller håndværk. For andre igen kan det måske være en kombination af de to der søges. Pointen er forskelligheden i de subjektive oplevelser.



VIII. Konklusion

En af de første sætninger jeg husker fra min studietid er udsagnet om, at jo mere man ved, des mere indser man, hvor lidt man ved. Gradvist har jeg efterfølgende fået mere viden om kommunikation og samfundsstrukturer. Det har gjort mig bevidst om den stigende kompleksitet og udfordringen med at kunne overskue og handle på den viden, vi opnår.

I dette speciale har det været mit mål at undersøge, hvordan kompleksiteten kan gøres mere overskuelig gennem kommunikation. Det har været nærværende for mig at rette fokus mod information om lykke og helbred, der viser sig central for menneskers liv på tværs af nationalitet, kultur, køn og alder. Det er således et område, der kan være fælles interesse for uafhængig af vores kontekster.

Ligesom med samfundsstrukturerne kan information om lykke og helbred fremstå uendelig kompleks og svært at handle ud fra. På baggrund af dette har jeg gennem specialet søgt at besvare følgende problemformulering:

Hvordan kan information om lykke og mentalt helbred struktureres til at imødekomme modtagernes forståelseshorisont, med henblik på at kunne foretage valg?

Udgangspunktet for specialet har været at søge forståelse for forhold, vi mennesker kan siges at have til fælles, men som jeg beskrev i metodeafsnittet kan vi, ifølge den hermeneutiske videnskabsteori, ikke løsrive os fra vores subjektive oplevelse af verden. Vores sproglige forståelseshorisont formes løbende af de erfaringer vi drager i forskellige kontekster. Dette medfører at mennesker kan have forskellige opfattelser af de samme fænomener og begreber, trods de læser den samme tekst.

For at kunne formidle en tekst til modtagere på tværs af deres kontekster må vi søge at skabe fælles forståelser af de begreber, der bruges til at beskrive fænomenerne, vi ønsker at overskue, eksempelvis lykke og mentalt helbred.

I afsnittet *Datagrundlag* redegjorde jeg for, hvordan undersøgelserne for lykke og mentalt helbred berører de samme fænomener, men at fænomenerne beskrives i forskellige sammenhænge og fra forskellige vinkler; WHO's oversigt omhandler de forskellige forhold, der kan påvirke mentalt helbred, mens fokus i WHR er at måle lykke. De mange forskellige begreber om de samme fænomener risikerer at forvirre modtagerne, så som brugen af ordene *lykke* og *mentalt helbred* til at italesætte fænomenet *velvære*. Igennem det resterende speciale har jeg derfor primært benyttet begrebet *velvære*.

Tilstanden af velvære bliver udtryk for, hvordan forskellige forhold, som uddannelse, kompetencer, arbejde, sociale relationer m.fl., alle spiller sammen og påvirker hinanden på kryds og tværs. De mange sammenkoblinger på flere niveauer medfører en kompleksitet, der gør det svært at få et samlet overblik. Modtagerne ender derfor nemt, som i det gamle ordsprog, med ikke at kunne se skoven for bare træer.

De begreber, der bruges til at formidle information om velvære, må derfor tilpasses de forskellige kontekster informationerne søges anvendt. For at opfylde vores grundlæggende behov indgår mennesker i

forskellige scenarier, eksempelvis arbejdskonstellationer, handelsudvekslinger og venskabelige møder. Ved at relatere informationerne om velvære til de konkrete scenarier, modtagerne finder genkendelige, kan dette hjælpe til at imødekomme modtagernes forståelseshorisont. Ydermere, må det fremgå tydeligt af eksemplerne, hvordan modtagerne kan anvende informationerne. Hvilke opgaver vil de blive i stand til at handle på, efter at have modtaget informationen. I det afsluttende eksempel med sagsbehandlerne som modtagere, kunne information om velvære hjælpe dem til at skabe overblik over relevante forhold og sammenhænge, der påvirker dels kommunikationen med berørte borgere, og sagsbehandlerens mulighed for at hjælpe borgerne i varig beskæftigelse.

Når rammen for kommunikationen er etableret kan afsender bevæge sig videre til, hvordan information søges formidlet. Et grundlæggende psykologisk forhold, der kan siges at være fælles for mennesker, er at vi forstår og fortolker vores verden gennem sansning i oplevelser. Mens vores opmærksomhed skærpes af information, der præsenteres i en let overskuelig form, stimuleres vi af oplevelser, der tiltaler os både mentalt, kropsligt og følelsesmæssigt. Ved at inddrage modtagerne i formidlingen og kombinere flere forskellige sanser, kan materialet gøres lettere forståeligt. Samtidig kan kommunikationen skabe en stimulerende oplevelse hos modtagerne, hvis de har mulighed for at udfordre deres kompetencer indenfor et emne, de finder interessant. Det sidstnævnte er dog mere problematisk at handle efter, idet vores kompetencer og interesser igen er subjektive. En måde at imødekomme dette, ift. informationen om velvære, kan være at give modtagerne mulighed for at udtrykke deres perspektiver. Det vil sige, hvornår og hvordan de føler, at deres behov opfyldes, og så bruge dette i den videre kommunikation omkring velvære.

Målet med kommunikationen er, at modtagerne bliver bevidste om sammenhængende mellem henholdsvis fænomener, der relateres til velvære, og mellem velvære og personernes handlinger. Det vil sige ender med interpretanten *argument*. Det er derfor vigtigt, at fænomenerne beskrives med symboler, modtagerne kender aflæsningen af, at de forskellige udsagn sættes i relation til hinanden, samt at betydningerne tydeliggøres gennem konkrete eksempler og ikoniske tegn. Eksempelvis kan et knus af mange anses som et tegn på social hengivenhed og en pengeseddel som økonomisk valuta og betalingsmiddel.

Afslutningsvis vil jeg reflektere over udfordringen med mængden af information, der formidles. Som det fremgik af datagrundlaget foreligger der megen forskning om lykke og helbred som (subjektiv) velvære. For at kunne imødekomme de mange forskellige modtagere, viser det sig ikke tilstrækkeligt blot at videregive de mange forskellige og lange rapporter. Samtidig er det ikke alt information om velvære, der er blevet formidlet i min redegørelse, men de uddrag, min opmærksomhed i situationen blev draget imod. Dette forhold er i sig selv med til at forklare, hvorfor der ikke blot kan formidles et fuldstændigt objektivt billede af et fænomen. I struktureringen af informationen vil det være afsenderens observationer af fænomenet, der behandles. Jeg vil dog stadig argumentere at fælles forståelser af velvære som helhed er muligt, gennem adskillige samtaler om de forskellige fænomener, hvor der søges konsensus om feltet.

IX. Litteraturliste

Bøger

Andersen, Peder; Mortensen, Jørgen Birk & Nielsen, Helle Ørsted (red.). 2001. *Bæredygtighed, økonomi og velfærd*. Det Strategiske Miljøforskningsprogram. ISBN 87-987838-8-2

Arnould, Eric; Price, Linda & Zinkman, George (red.). 2005. *Consumers*. 2. udgave. McGraw-Hill/Irvin. New York. ISBN: 007-124709-2

Buhl, Claus. 1990. *Forbrugerteorier i videnskabsteoretisk belysning*. I Andersen, Heine (red.): Videnskabs-teori og metodelære. Bind 2 – erhvervsøkonomi, København, Samfundslitteratur.

Collin, Finn & Køppe, Simo. 2003. *Humanistisk videnskabsteori*. 2. udgave, 4. oplag. Danmarks Radio Forlagrt. ISBN: 9788779533639

Pink, Daniel H. 2011. *Motivation - den overraskende sandhed om hvad der motiverer os*. L & R Business.

Diener, Ed; Lucas, Richard E. & Shigehiro Oishi. 2009. *Subjective Well-Being: The Science of Happiness and Life Satisfaction*. I Shane J. Lopez and C.R. *The Oxford Handbook of Positive Psychology*. Snyder Print:

Diener, Ed. & Suh, E.M. (red.) 2003. *Culture and Subjective Well-being*. Cambridge, MA. MIT Press, ISBN-13: 978-0262541466

Kristiansen, Erik; Pedersen, Hans Cajus & Kjær, Nina Kanstrup. 2011. *Guide til spørgeskemaundersøgelser, interview og observationer*. 3. udgave, 1. oplag. Forlaget 94. ISBN: 978-87-92093-18-9

Fuglsang, Lars & Olsen, Poul Bitsch. 2009. *Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne*. 2. udgave, 4. oplag. Roskilde universitetsforlag

Gadamer, Hans-Georg. 2007. *Sandhed og Metode*. 2. udgave, 1. oplag. Forlaget Academica.

Heidegger, Martin. 1962. *Being and Time*. Trans. John Macquarrie and Edward Robinson. New York: Harper Perennial.

Heidegger, Martin. 1999. *To paragraffer fra Sein und Zeit*. I Gulddal og Martin Møller (red.). *Hermeneutik - En antologi om forståelse*. Gyldendal, København. (s. 111-126.)

Hjarvard, Stig. 1995. *Internationale Tv-Nyheder*. Akademisk Forlag

Jørgensen, Marianne Winther & Phillips, Louise. 1999. *Diskursanalyse som teori og metode*. Frederiksberg. Roskilde universitetsforlag, ISBN: 978-87-786-7075-5

Rønn, Carsten. 2006. *Almen videnskabsteori*. Alinea. ISBN10:8723016264

Zahavi, Dan. 2007. *Fænomenologi*. I; Collin, Finn og Køppe, Simo. *Humanistisk videnskabsteori*. 2. udgave, 4. oplag. Danmarks Radio Forlagrt. ISBN: 9788779533639

Rapporter

Deci, Edward L., Vansteenkiste, Maarten & Lens, Willy. 2006. *Intrinsic Versus Extrinsic Goal Contents in Self-Determination Theory: Another Look at the Quality of Academic Motivation*. i Educational Psychologist, Lawrence Erlbaum Associates.

Helliwell, John F.; Richard Layard & Jeffrey Sachs, (red.) 2013. *World Happiness Report 2013*. New York: UN Sustainable Development Solutions Network.

Helliwell, John F.; Richard Layard & Jeffrey Sachs, (red.) 2012. *World Happiness Report 2012*. New York: UN Sustainable Development Solutions Network.

Jensen, Kiki Dudal. 2012. *Our TV?*. Aalborg Universitet.

Kotalik, Jana & Rodriguez, Diana (red.). 2006. Global Corruption Report - Corruption and Health. Transparency international.

Madsen, Mikkel Bo & Trine, Filges (m.fl.), 2007. *Vil de gerne have et arbejde?* SFI. ISBN: 978-87-7487-849-0: <http://www.sfi.dk/rapportoplysninger-4681.aspx?Action=1&NewsId=65¤tPage=3&PID=9267>

OECD. 2013. *How's Life? 2013: Measuring Well-being*. OECD Publishing. DOI: [10.1787/9789264201392-en](https://doi.org/10.1787/9789264201392-en)

OECD. 2008. *Sustainable Development: Linking Economy, Society, environment*. Summary in Danish. OECD Publishing: <http://www.oecd.org/insights/41774068.pdf>

You, Jong-Sung. 2006. *Corruption as Injustice*. Kennedy School of Government, Harvard University

World Health Organisation. 2012. *Risks to mental health: An overview of vulnerabilities and risk factors*: http://www.who.int/mental_health/mhgap/risks_to_mental_health_EN_27_08_12.pdf

Internet kilder:

Alle links er senest tilgået d. 20.12.14

AAU, Institut for Sociologi og Socialt Arbejde. *Flow*. Aalborg universitet: <http://www.soc.aau.dk/forskning/lykkeforskning/definitioner-og-teorier/flow/>

AAU, Institut for Sociologi og Socialt Arbejde. *Definitioner og teorier om lykke*. Aalborg universitet: <http://www.soc.aau.dk/forskning/lykkeforskning/definitioner-og-teorier/>

Farbrot, Audun. 2012. Vi bestiller ferie med følelserne. Videnskab.dk: <http://videnskab.dk/kultur-samfund/vi-bestiller-ferie-med-folelserne>

Beskæftigelsesministeriet. 2013. Usikkerhed om jobbet påvirker helbredet: <http://bm.dk/da/Aktuelt/Nyheder/Arkiv/2013/10/Usikkerhed-om-jobbet-paavirker-helbredet.aspx>

Beskæftigelsesministeriet. 2014 (a). Arbejdsmiljø:

<http://bm.dk/Beskaeftigelsesomraadet/Et%20godt%20arbejdsliv/Arbejdsmiljoe.aspx>

Beskæftigelsesministeriet. 2014 (b). Lovprogram for det nye folketingsår:

<http://bm.dk/da/Aktuelt/Nyheder/Arkiv/2014/10/Lovprogram%20for%20det%20nye%20folketingsaar.aspx>

Beskæftigelsesministeriet. 2014 (c). *Forlig om reform af beskæftigelsesindsatsen*:

<http://bm.dk/da/Beskaeftigelsesomraadet/Flere%20i%20arbejde/Beskaeftigelsesindsats%20for%20ledige/Aftale-om-ny-beskaeftigelsesindsats.aspx>

Cronwald, Cecilie. 2010. Sportsresultater smitter af på demokratiske valg:

<http://videnskab.dk/kultur-samfund/sportsresultater-smitter-af-pa-demokratiske-valg>

DanNet:

www.wordnet.dk

Den danske ordbog. 2014.

www.ordnet.dk

Diener, Ed. 1984. *Subjective Well-Being*:

http://internal.psychology.illinois.edu/~ediener/Documents/Diener_1984.pdf

Ebdrup, Niels. 2011. *Hvad er kognitivism?*:

<http://videnskab.dk/kultur-samfund/hvad-er-kognitivism>

International Institute for Information Design (IIID), 2014:

<http://www.iiid.net/Information.aspx>

Kasser, Tim. 2009. *Psychological Need Satisfaction, Personal Well-Being, and Ecological Sustainability*.

http://www.selfdeterminationtheory.org/SDT/documents/2009_Kasser_ecopsych.pdf

Shedroff, Nathan. 1994. *Information Interaction Design: A Unified Field Theory of Design*:

<http://www.nathan.com/thoughts/unified/4.html>

Planck, Thomas. 2010. *Kreativ medieplanlægning*:

http://www.xn--medieplanlgning-6lb.dk/?page_id=13

Petersen, Lene. 2013. Løn er ikke vigtigst for ledige. Fagbladet3F:

<http://www.fagbladet3f.dk/nyheder/akasse/acdd8fb882124af5bfbc3004d83a7a06-20130115-loen-er-ikke-vigtigst-for-ledige>

Rugulies, Reiner & Nielsen, Maj Britt D. (m.fl.) 2013. Mangel på belønning og jobusikkerhed kan give psykiske problemer. Videncenter for Arbejdsmiljø:

<http://www.arbejdsmiljoviden.dk/Aktuelt/Forskning/psykosocialt-arbejdsmiljoe-psykisk-helbred-og-arbejdsevne>

Sørensen, Asbjørn Mølgaard. 2013. *Sådan skaber du et viralt hit*:
<http://videnskab.dk/kultur-samfund/sadan-skaber-du-et-viralt-hit>

Schytte-Hansen, Jeppe. 2012. *Effektiv visuel kommunikation*:
<http://www.kommunikationsforening.dk/Menu/Fagligt+nyt/Artikler/Effektiv+visuel+kommunikation>

(Ny adresse fra d. 14. dec. 2014:
<http://www.kommunikationsforening.dk/artikler/effektiv-visuel-kommunikation>)

Ramsø, Thomas Zoëga. 2010. *Følelser styrer økonomiske beslutninger*:
<http://videnskab.dk/blog/folelser-styrer-okonomiske-beslutninger>

Vincent F. Hendricks, 2013:
<http://videnskab.dk/kultur-samfund/fornuften-forsvinder-i-internettets-informationsfaelder>

Wallberg, Filip. 2013:
<http://www.kommunikationsforum.dk/artikler/de-virale-kendetegn>

World Health Organisation (a). 2014. *Life expectancy*:
http://www.who.int/topics/life_expectancy/en/

World Health Organisation (b). 2014. *New report on corruption in health*:
<http://www.who.int/bulletin/volumes/84/2/news10206/en/>

World Health Organisation (c). 2014. *Mental health: strengthening our response*:
<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs220/en/>

Sekundære kilder:

ABC synonymordbog:
http://danish.abcthesaurus.com/search_thesaurus/kontrol.html

Bæredygtig Udvikling. *Begrebet Bæredygtig Udvikling*.
<http://www.bu.dk/pages/98.asp>

Dansk Arkitektur Center. 2014. *Hvad er bæredygtighed*.
<http://www.dac.dk/da/dac-cities/baeredygtige-byer/om-baeredygtige-byer/hvad-er-baeredygtighed/>

Foghsgaard, Lasse. 2008. *Sladder styrer din opmærksomhed*:
<http://videnskab.dk/krop-sundhed/sladder-styrer-din-opmaerksomhed>

From-Poulsen, Lilly. 2010. *Er vi blevet født for at tjekke mails?*:
<http://www.kommunikationsforum.dk/artikler/bliver-vi-dummere-af-internettet>

Johannsen, Anders & Seaton, Mitchell. *Andre ord*:
www.andreord.dk

Redaktionen Kforum. 2010. *Technobrain ja/nej*.

<http://www.kommunikationsforum.dk/artikler/dum-af-nettet-pro-et-contra>