

"VI KAN GODT"

EN ANALYSE AF SUNDHEDSSTYRELSENS COVID-19 KAMPAGNE RETTET MOD DE 15-21-ÅRIGE

MPK21-S22-Grp1

Thilde Naja Rasmussen, Isabelle Hindsgaul Engedal, Arve Podsada Krognæs,
Lars Boisen, Henrik Kjærgaard Berthelsen og Mette Melvej Stærk

Vejleder: Kasper Bering Liisberg

Anslag: 126874



Indholdsfortegnelse

Abstract.....	3
Læsevejledning	5
Indledning	8
Problemfelt	8
Problemformulering.....	10
Metode og videnskabsteori	11
Udarbejdelse af spørgeskema/kvantitativ dataindsamling:	12
Målsætning	12
Opbygning	12
Demografiske fakta i Holbæk kommune	14
Dataindsamling	16
Interview/kvalitative metode	18
Teori	21
Pierre Bourdieu - habitus, sociale felter, kapital og smag	21
Anthony Giddens	25
Marianne Levinsen.....	26
De unges medievaner	28
Videnskabsteoretisk retning	30
Horisontsammensmeltning.....	31
Forståelse i projektgruppen – fordomme eller realistisk forståelse?	33
Receptionsanalyse - et værktøj til analyse	36
Afsender	39
Delkonklusion - Afsender	43
Kontekst	44
Medie og kode	45
Influencers og influenter.....	46
Produkt.....	47
Filmens præmis.....	48
Filmens æstetik	51
Modtager	53
Kvantitativ empiri indsamling	53

Social mobilitet - Forældres uddannelsesniveau	55
Kvalitativ dataindsamling - Gallup Kompas.....	56
1: Hvordan forstod og fortolkede respondenterne Sundhedsmyndighedernes kommunikation?	58
Opsummering på sundhedsmyndighedernes kommunikation	61
2: Hvordan forholdt målgruppen sig til covid-19-restriktionerne?.....	62
3: Har myndighedernes kommunikation til de unge ført til holdnings- eller adfærdsændring og hvorfor?	66
Opsummering på holdningsændringer:	70
Delkonklusion - modtager	71
Diskussion	72
Konklusion.....	73
Perspektivering	74
Bilagsoversigt	76
Modeloversigt	77
Referencer:	78

Abstract

The Covid-19 pandemic placed immense pressure on governmental crisis-management organizations all around the world. The Danish government was no exception. The scale and speed of the spread of the pandemic called for national and global action. To gain control of the pandemic, communication with the population was critical in the battle against time. But how did the population respond to the communication, and more importantly, how did the younger audience create meaning and how did they react to this communication from the Danish health authorities?

The aim of this thesis is to identify the connection between the social status of younger students, aged between 15-21, and their reception of the communication from the Danish health authorities (Sundhedsstyrelsen) during the Covid-19 pandemic.

In order to answer the research question, it was necessary to perform an analysis of a demographically delimited area, with a selected target group of young students from different levels of education in Denmark. Through quantitative studies of the target group, we received specific knowledge which were analyzed and qualified through qualitative interviews. A specific communications campaign “Vi kan godt” was analyzed as an example on how Sundhedsstyrelsen communicated with the target group during the pandemic following the national crisis response strategy.

The analysis demonstrates a connection between the way the Danish health authorities communicated and the national crisis response strategy. The strategic approach from the Danish government was identified as emergent, which was made visible by the change of focus and communication as the pandemic developed. Furthermore, the analysis identifies that all respondents were affected, mentally and physically, and they all felt limited in terms of freedom and choice, but the target groups actions changed during the pandemic. Finally, the thesis identifies that the individual-oriented respondents had a more negative attitude towards the communications campaign “Vi kan godt” than the community-oriented respondents.

The thesis concludes that there is a clear connection between the social status of the target group and the reception of the communication. The individual-oriented respondents had a more negative attitude

towards the governmental restriction and communication who, compared to the community-oriented, did not feel as if they were communicated to as equals. Regardless of the social position they were all affected by the restrictions the authorities communicated.

The thesis opens a relevant discussion regarding communication during times of crisis. We provide knowledge on the diversity of the reception in the younger target group. We hope to inspire others to provide research and recommendations for a more diverse campaign strategy. Targeting more segments of the population would potentially increase the effect of the communication from the authorities, regardless the circumstances.

Læsevejledning

Vi benytter os af Lisbeth Thorlacius' visuelle kommunikationsmodel til at strukturere og føre læseren igennem opgaven. Vi er bevidste om, at modellen er lavet med det formål at analysere visuel kommunikation på websites, men vurderer, at den egner sig godt til at skabe en gennemgående struktur. En af årsagerne til vores valg er, at Thorlacius model er baseret på tendensen inden for nyere kommunikationstænkning, hvor der både tages højde for afsender og modtager.

Thorlacius mener, at der kan være to former for kommunikation: envejs- eller tovejskommunikation. Vi tager afsæt i envejskommunikation, da vi fokuserer på myndighedernes budskab og på den unge målgruppes reception af budskabet (Thorlacius, 2018: 7-8).

Afsnit 1

Rummer abstract, indledning, problemfelt og læsevejledning, som samlet giver læseren den grundlæggende forståelse for opgavens indhold og struktur.

Afsnit 2 – Problemformulering

Rummer opgavens problemformulering samt de arbejdsspørgsmål, der besvares i opgaven.

Afsnit 3 – Videnskabsteori og metode

Er en gennemgang af den videnskabsteori samt de metodemæssige valg, der er truffet for opgaven. Mixed methods er valgt, og opgaven er derfor et mix af kvalitative og kvantitative analyser, som er anvendt side om side.

Der argumenteres for valget af den hermeneutiske metode og grundforståelsen i projektgruppen. Operationaliseringen af Bourdieu gennem Henrik Dahls arbejde forklares ligeledes. Valget af Marianne Levinsen og hendes teorier om generationer bliver også belyst.

Projektgruppens har, ligesom de modtagere vi analyserer, været påvirket af de afviklede kampagner, hvilket har resulteret i en horisontsammensmeltning. Denne forklares også i afsnittet, der rundes af med en introduktion til Schrøders multidimensionale model.

Afsnit 4 – Kontekst

Afsnit 5 – Medie og kode

Afsnit 6 – Produkt

En analyse af en af de fire film fra kampagnen.

Afsnit 7 – Afsender

Rummer en afsenderanalyse, der sætter fokus på Sundhedsstyrelsen, deres kommunikationsstrategi, mission og vision samt en analyse af centrale film fra kampagnen. Mintzbergs 5p anvendes som afsæt for forståelsen af Sundhedsstyrelsens strategi.

Afsnit 8 – Modtager

Omhandler opgavens modtageranalyse, som er gennemført ved at sammenfatte Kim Schrøders multidimensionale model til 3 spørgsmål, der besvares gennem analysen.

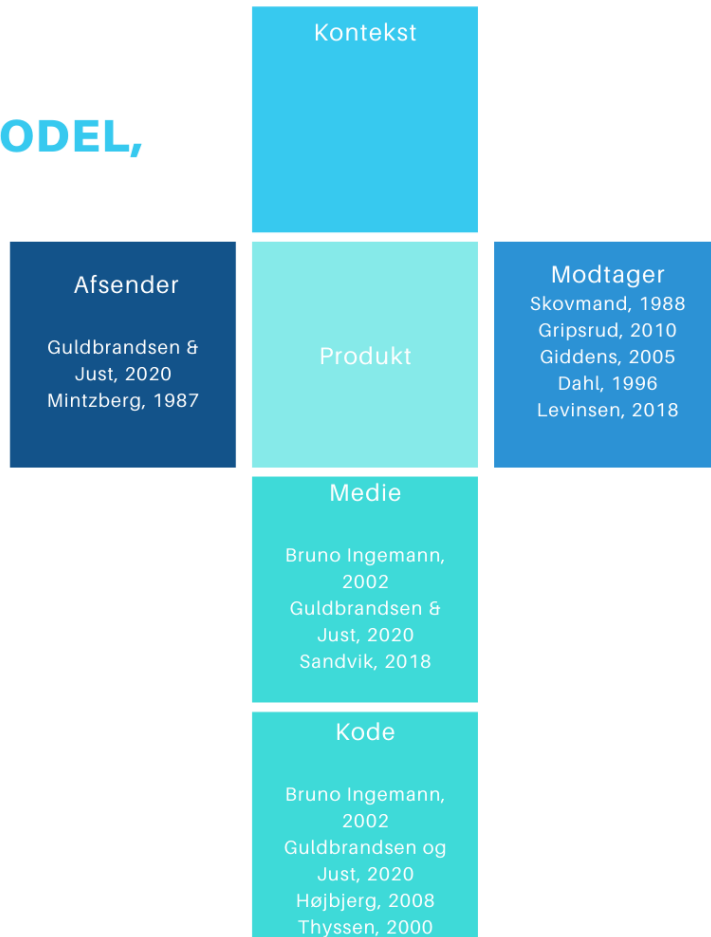
Afsnit 9 – Diskussion

Afsnit 10 – Konklusion

Afsnit 11 – Perspektivering

Bagerst i projektet findes referencelisten samt en oversigt over anvendte bilag.

THORLACIUS MODEL, 2000



./Model 1.

Indledning

Den første pandemi i over hundrede år

Siden den spanske syge i starten af det 20. århundrede, har verden ikke oplevet en sundhedskrise i samme skala. Hele samfund blev lukket ned, og verden stod over for en krise, den ikke havde stået foran i moderne tid. I løbet af de sidste to år - fra marts 2020 til januar 2022 - har Danmark været præget af covid-19-pandemien. Omfattende restriktioner fra de danske sundhedsmyndigheder har ført til store indgreb i danskernes hverdag og deres frihed. I løbet af pandemien blev der indført restriktioner og nedlukninger flere gange for at mindske smittespredning og dødstallene blandt befolkningen, beskytte de sårbare i samfundet og ikke mindst for at sørge for, at sundhedsvæsenet ikke blev overbelastet. Dette skete f.eks. ved, at de, der kunne, blev sendt hjem fra arbejde og skole og institutioner blev lukket. Børn og unge skulle være hjemme med hjemmeundervisning og sportsaktiviteter blev sat på pause. De unge kunne ikke i samme omfang mødes med deres venner og medstuderende. Denne indskrænkelse af borgernes frihed fik dermed stor betydning for de unge i samfundet.

Problemfelt

Projektets mål har været at undersøge forholdet mellem myndighedernes, herunder Sundhedsstyrelsens, kommunikation rettet mod den yngre målgruppe. De unges holdninger og adfærd i relation til deres liv i en covid-19-tid, samt hvordan kommunikationen har påvirket den enkelte unge. Dette har vi undersøgt via en kvantitativ spørgeskemaundersøgelse, og vi har uddybet det via kvalitative interviews med de unge i målgruppen 15-21-årige og sammenholdt det med en receptionsanalyse over kommunikationen ud fra udvalgte kampagnevideoer fra sundhedsmyndighederne.

Ud fra ovenstående har vi gået mere i dybden med afsender, modtagers holdning og effekt, og undersøgt, om der har været en sammenhæng mellem de unges sociale position og deres tilgang til covid-19-restriktionerne. Vi har arbejdet ud fra følgende spørgsmål, som vi vil besvare i undersøgelsen

Hvordan har Sundhedsmyndighederne kommunikeret for at motivere befolkningen - og specielt de unge - i en tid, hvor befolkningen måtte overholde restriktioner, fordi verden og det danske samfund kæmpede for at kontrollere nye bølger af covid-19-virusset samt udvikle og implementere nye vacciner?

Så vidt vi ved, har der ikke været nogen undersøgelser, der har undersøgt de unges sociale positioner, og om der har været en sammenhæng mellem dette og deres reception af Sundhedsmyndighedernes kommunikation. Sociale positioner handler om, hvilke værdier man har til forskellige emner, f.eks. om man kan se en forskel i holdningen til, om samfundet skal gøre mere eller mindre for de sårbare. Og det er netop denne sammenhæng, vi vil forsøge at be- eller afkræfte.

Problemformulering

Hvilken sammenhæng er der mellem de 15-21-åriges studerendes sociale position og deres reception af Sundhedsstyrelsens kommunikation under covid-19-pandemien med særligt fokus på udvalgte informationsvideoer fra kampagnen “Vi kan godt”?

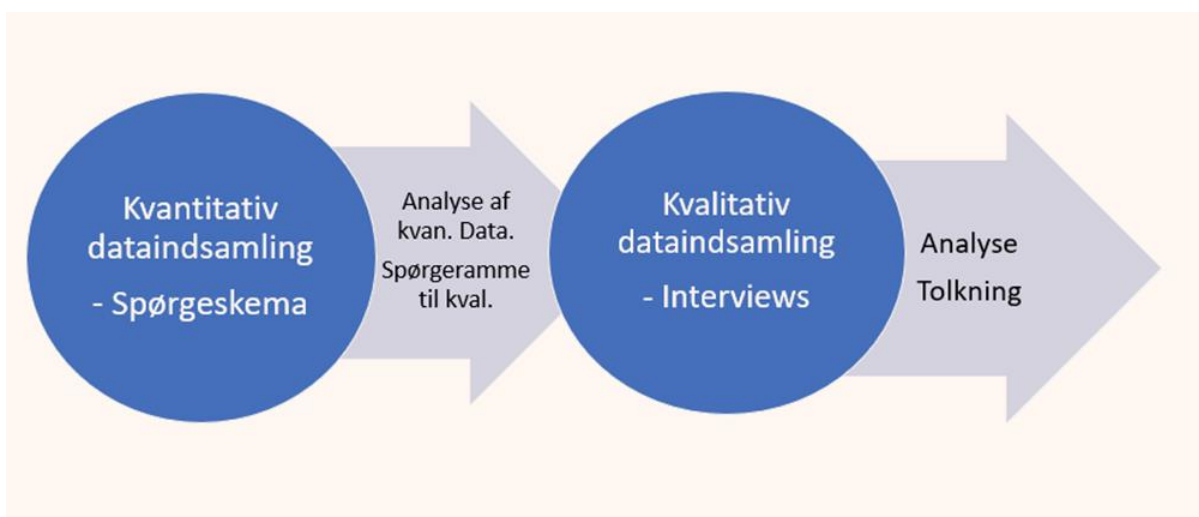
Arbejdsspørgsmål:

- *Hvilken strategi og hensigt har Sundhedsstyrelsen haft med kommunikationsformen og indhold under covid-19-pandemien?*
- *Hvilken ændring, hvis nogen, har der været i de unges holdninger til myndighederne?*
- *Hvad har været den mest påvirkende/adfærdsregulerende faktor for de unge?*

Metode og videnskabsteori

Vi har i det følgende beskrevet vores overvejelser omkring metodevalg. Det har vi gjort med udgangspunkt i et kommunikationsteoretisk paradigme, som ifølge Sepstrup og Fruensgaard (2010) er kendetegnet ved at have en dominerende videnskabsteoretisk forståelse bag forskningen, kommunikationsprocesserne samt en metodisk tilgang (Sepstrup & Fruensgaard, 2010: 36). Der skelnes mellem det samfundsvidenskabelige paradigme og det humanistiske paradigme. Begge paradigmer har fordele og ulemper, og vi har i dette projekt valgt at benytte os af begge paradigmer. Det humanistiske paradigme kan give os en dybere indsigt i problemfeltet end den samfundsvidenskabeliges typiske årsags-virkning-sammenhænge. Dette underkender dog ikke, at den samfundsvidenskabelige tilgang kan give os et bredere udsyn og finde sammenhænge, som det humanistiske ikke i samme grad kan.

Vi har valgt at benytte et mixed methods-design, hvor de kvantitative og kvalitative tilgange understøtter hinanden i forhold til at besvare problemformuleringen. Denne metodeblanding betyder, at vi ikke anvender metoderne separat men i stedet har integreret dem med hinanden. Ifølge Schrøder & Mathieu (2021) har dette givet os mulighed for at danne mere pålidelige typologier af de fundne receptionsformer (Schrøder & Mathieu, 2021: 13-14). Vores kombinationen af metoder består af en bred vifte af kvantitative data fulgt op af interviews omkring de indsamlede data, hvor de interviewede har udfyldt Gallups kompas.



./ Model 2

Udarbejdelse af spørgeskema/kvantitativ dataindsamling:

Spørgeskemaet blev besvaret af 113 unge mennesker i alderen 15-21 år. Spørgsmålene blev udviklet på baggrund af de temaer, som vi har ønsket at få målgruppens input til. Det drejede sig om covid-19 og sundhedsmyndighedernes kommunikation med anbefalinger til handling og restriktioner, og målgruppens reelle handlen under pandemien, samt de unges medievaner. (Se spørgeskemaet i Bilag 1). I det følgende er processen omkring udfærdigelse af spørgeskemaet beskrevet. Det har vi gjort ved at gennemgå målsætning, opbygning, hvordan respondenter blev udvalgt, herunder repræsentativitet, samt at vi har præsenteret en kronologisk gennemgang af processen omkring dataindsamling og validitet og reliabilitet.

Målsætning

Målet har været, at spørgeskemaet skulle give os viden om, hvordan unge studerende mellem 15-21 år fortolkede sundhedsmyndighedernes kommunikation under covid-19-pandemien samt de unges holdninger og handlinger under pandemien. Det undersøgte vi ud fra en forforståelse af, at der kan være forskel på de unge, alt efter hvilken uddannelsesinstitution og social position, de er knyttet til.

Opbygning

Spørgeskemaet indeholder 20 spørgsmål med 33 underspørgsmål, som blev udviklet på baggrund af de temaer, vi ønskede at undersøge. Spørgeskemaet blev lavet således, at de unge skulle svare på 100% af spørgsmålene. Spørgeskemaet startede med en introduktion til emnet og en kort GDPR-information (Se Bilag 1).

Spørgsmål 1-7

Spørgsmålene er demografiske, faktuelle spørgsmål med lukkede svarkategorier, som giver svar på: køn, alder, bopælskommune, boligsituation, forældres længste uddannelse samt hvilken uddannelsesinstitution, respondenter var tilknyttet (STX, HHX, Teknisk Skole, HTX, Andet).

Spørgsmål 8-10

Spørgsmål 8-10 er faktuelle, retrospektive baggrundsspørgsmål (Hansen & Andersen, 2009: 108) med lukkede svarkategorier. Spørgsmålene gav os svar på om respondenterne var vaccineret mod covid-19, hvor mange gange, de var vaccineret, og om de kendte nogen, der havde været alvorligt syg med covid-19. Her var vi f.eks. interesserede i at vide, om der var forskel i andelen vaccinerede, tilfredsheden hermed og social position. Spørgsmål 10 er et evalueringsspørgsmål om respondenterne var tilfreds med beslutningen om at blive vaccineret/ikke vaccineret.

Spørgsmål 11-14

Spørgsmålene er retrospektive holdningsspørgsmål om, hvad respondenterne huskede om Sundhedsstyrelsens anbefalinger og restriktioner under covid-19 pandemien. Spørgsmål 11 har en åben svarkategori, hvor vi spurgte ind til, hvilke anbefalinger myndighederne kommunikerede ud under pandemien, som respondenterne kunne huske.

Spørgsmål 12-14's skalerede lukkede svarkategorier var *“meget uenig”*, *“lidt uenig”*, *“lidt enig”* og *“helt enig”*. Vi undlod bevidst en neutralkategori for at få respondenterne til at tage stilling til spørgsmålene og dermed undgå holdningsmæssig magelighed (Hansen & Andersen, 2009: 117). Vi spurgte ind til, om covid-19 påvirkede respondenternes handlinger og holdninger under pandemien samt deres oplevelse af egne samt venner og families tillid til myndighedernes information og håndtering af covid-19.

Spørgsmål 15-19

I spørgsmål 15 spurgte vi ind til, hvor lang tid om dagen respondenterne brugte på forskellige digitale medier, hvor Sundhedsstyrelsen bl.a. har informeret om covid-19. De skalerede lukkede svarkategorier var *“bruger ikke”*, *“0-15 min. hver dag”*, *“15-30 min. hver dag”*, *“30-45 min. hver dag”*, *“45-60 min. hver dag”*, *“mere end 1 time hver dag”* og *“Mere end 2 timer hver dag”*.

Spørgsmål 16 har en åben svarkategori, hvor respondenterne kunne tilføje medier.

Spørgsmål 17 spurgte ind til, hvorfra respondenterne modtog information om covid-19 med lukkede svarkategorier.

Og i spørgsmål 18 spurgte vi ind til, hvilke film Sundhedsstyrelsen havde lavet målrettet en yngre målgruppe, og hvad deres holdning til disse var.

Spørgsmål 20

Her inviterede vi respondenterne til at deltage i et interview.

Udvælgelse af respondenter

I forhold til udvælgelse af respondenter og repræsentativitet valgte vi at lave en stikprøve af unge mellem 15-21 år på STX, HTX, HHX eller Teknisk Skole i Holbæk Kommune, der som mellemstor kommune har alle typer af ungdomsuddannelser.¹

Demografiske fakta i Holbæk kommune

Antal indbyggere i Holbæk Kommune er 72.810 indbyggere pr. 1. januar 2022. Med et landsgennemsnit på ca. 60.000 indbyggere pr. kommune er Holbæk en større middelkommune.²

Når vi ser på unge i alderen 15-21 år, boede der i Holbæk Kommune i første kvartal af 2022 6.364 unge i denne aldersgruppe, hvilket svarer til 11,4 procent af befolkningen i Holbæk Kommune. Ser vi på gennemsnittet pr. kommune i hele landet, er dette ca. 5000 i den aldersgruppe.³

Kommunen har næsten et ligeligt fordelt antal af mænd og kvinder, og der bor i gennemsnit 2,2 personer pr. bolig.⁴

Den disponible indkomst i Holbæk Kommune fordelt efter kriteriet "Personer efter indkomsttype, enhed, område, tid og køn" var i 2020 249.918 kr. Landsgennemsnittet var samme år på ca. 255.892 kr.⁵

Uddannelsesniveau

Uddannelsesniveauet siger noget om hvilke typer mennesker, der bor i kommunen. Derfor har disse tal for højeste fuldførte uddannelse været interessant at kigge på. Vi tog et udsnit af Holbæk Kommunes

¹ ZBC Holbæk, hvor man fx kan uddanne sig til pædagogisk assistent, social- og sundhedsassistent, social- og sundhedshjælper i Holbæk og serviceassistent, EUD og EUX i Holbæk, Slotshaven Gymnasium, Stenhus Gymnasium

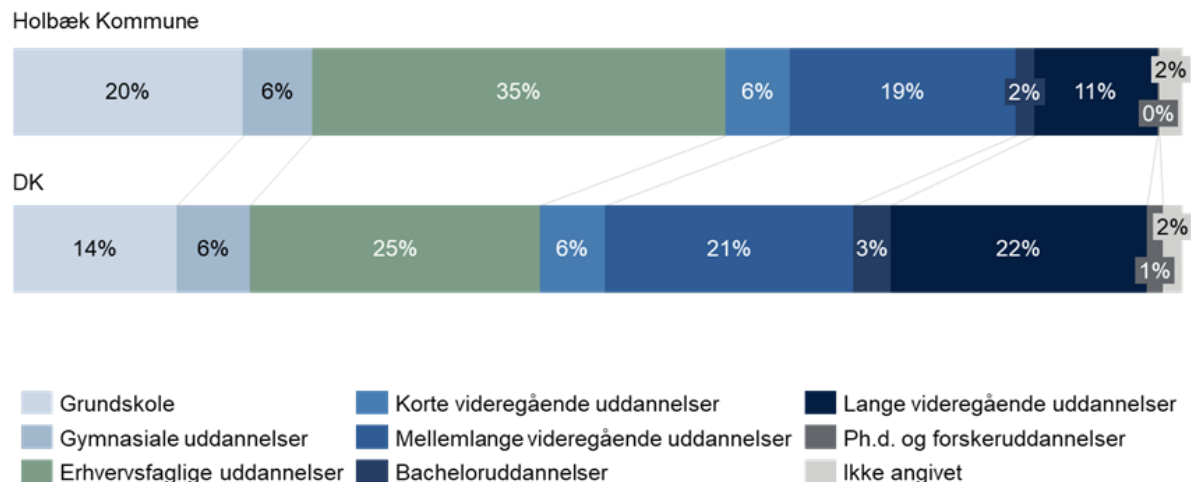
² <https://noegletal.dk/noegletal/nctrlman>. Tilgået 07/05/2022

³ <https://www.statistikbanken.dk/statbank5a/default.asp?w=1366>. Tilgået 07/05/2022

⁴ <https://www.statistikbanken.dk/BOL106>. Tilgået 07/05/2022

⁵ <https://www.statistikbanken.dk/statbank5a/SelectVarVal/saveselections.asp>. Tilgået 08/05/2022

befolkning og sammenlignede med et tilsvarende nationalt tal. Vi kunne ikke kigge direkte på vores målgruppes højeste fuldførte uddannelse, da de stadig er i gang med deres uddannelse. Derfor har vi valgt aldersgruppen 30-34 år for året 2021. Tabellen viste, at Holbæk f.eks. har et større andel borgere med erhvervsuddannelse som højeste fuldførte uddannelse i forhold til den generelle danske befolkning i samme aldersgruppe, mens andelen af mellemlange uddannelser omtrent lå på samme niveau som landsgennemsnittet.⁶



./Model 3

Ovenstående data viser, at Holbæk Kommune ligger tæt på en gennemsnitlig kommune i Danmark. Vi valgte Holbæk kommune, da den har alle de uddannelserne, som vi ønskede at undersøge. Samtidig var det den kommune, hvor vi havde flest kontakter, der kunne hjælpe os med at skabe kontakt til uddannelserne. Da vi har valgt at vores stikprøve kun skal indhente empiri fra respondenter i Holbæk kommune, er vi opmærksomme på, at vores resultater ikke bliver repræsentative for hele populationen af unge mellem 15-21-årige (Henricson, 2017: 312). Vi ønskede en stratificeret udvælgelse som tilgodeså de forskellige studieretninger (Henricson, 2018: 134). For at gøre det mest repræsentativt ift. fordelingen af elever i Danmark på STX, HTX og HHX, har vi ønsket at få svar fra elever fordelt med en ca. procentsats således: STX: 66%, HHX: 23%, HTX: 11%⁷. Der findes ikke tal for Teknisk Skole sammenlignet med vores udvalgte ungdomsuddannelser, og vi satte derfor ikke en ønsket procentsats, men ønskede

⁶ Folketal, DK, 30-34 år, 2022: <https://www.statistikbanken.dk/statbank5a/default.asp?w=1366>

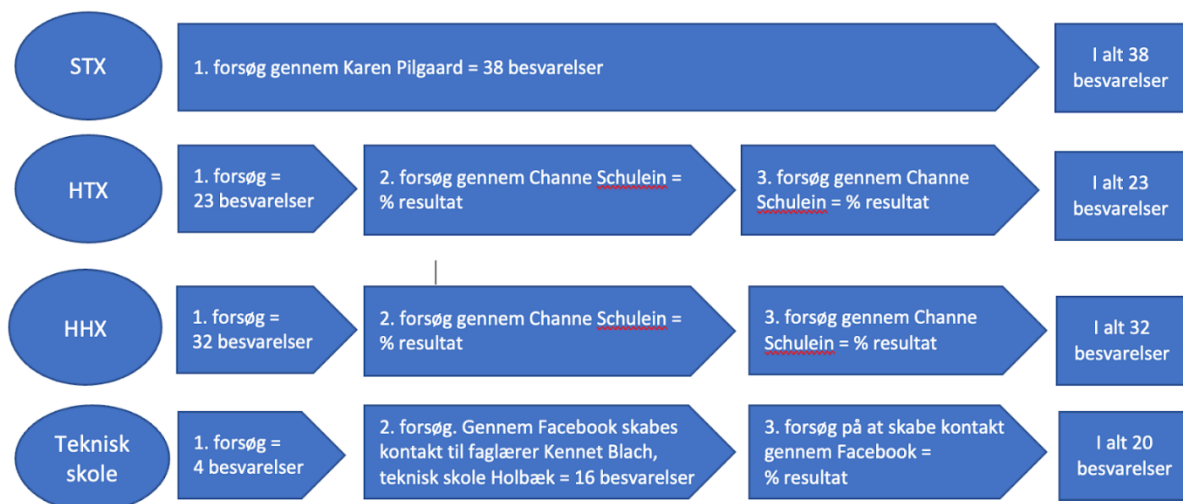
Folketal, Holbæk Kommune, 30-34 år, 2022: <https://statistikbanken.dk/HFUDD11>

⁷ <https://deg.dk/tal-analyse/gymnasier-0/fordeling-elever-mellem-stx-hhx-htx>, tilgået 03-04-2022, kl: 17:08. Procentsatsen er fra 2020.

at få så mange svar som muligt. Vi er særdeles opmærksomme på, at vores svar ikke har været repræsentative i forhold til fordelingen efter studieretning, men som det fremgår af model 3 har vi tre gange forsøgt at øge besvarelsene. Vi har bestræbt os på at opnå en sample size på minimum 150 respondenter, men endte med 113.

Dataindsamling

Vi kontaktede uddannelsesleder Channe Schulein, EUC Nordvestsjælland, som hjalp med at videreformidle vores spørgeskema til faglærere på Teknisk Skole, HTX og HHX. Vi havde ikke mulighed for selv at få direkte kontakt med lærerne. Da Channe Schulein meddelte, at hun ikke kunne formidle kontakt til STX, tog vi kontakt til lærer Karen Pilgaard, Stenhus Gymnasium, som bad sine klasser om at udfylde spørgeskemaet. Alle steder havde eleverne mulighed for at udfylde spørgeskemaet i undervisningen. Nedenstående skema viser, hvordan andelen af besvarelser er fordelt på de fire uddannelser, samt hvor mange gange, vi har kontaktet dem løbende med henblik på at få flere besvarelser. Skemaet læses fra venstre mod højre.



./Model 4 - Illustration og dataindsamling

Vi har valgt at lave spørgeskemaundersøgelsen som internetbaseret, hvilke også er den, man hyppigst ser i dag (Hansen & Andersen, 2009: 102). Fordelen ved denne måde har været at geografiske afstande ikke har nogen betydning, og at spørgeskemaundersøgelsen kan nå ud til mange. Til gengæld har det været svært at have kontrol over svar situationen, og både partielt bortfald, objektbortfald og bortfald

skævheden er ofte stor i disse undersøgelser (Hansen & Andersen, 2009: 103). Det mulige partielle bortfald har vi forsøgt at sikre os mod, ved at alle spørgsmålene skulle udfyldes, før man kunne afslutte spørgeskemaet (Hansen & Andersen, 2009: 90-92). Det objektive bortfald udgør de personer, der ikke har ønsket at deltage i undersøgelse og dem, som det ikke har lykkedes os at komme i kontakt med. Som model 4 illustrerer, har det været udfordrende at komme i kontakt med elever fra Teknisk Skole på trods af flere forsøg. Hvis bortfald skævheden har været stor, kan det skyldes, at respondenterne ikke er fortrolige med at udfylde spørgeskemaet, og at dette kan være socialt betinget. Dette er særlig interessant omkring Teknisk Skole og HTX, da mænd er overrepræsenteret på disse uddannelser samtidig med, at det er uddannelser, hvor der er flere praktiske opgaver⁸. Dette har været med til at underbygge vores forforståelse omkring, at det kan være sværere at indsamle data fra elever fra Teknisk Skole og HTX (Hansen & Andersen, 2009: 103).

Validitet og reliabilitet

Inden spørgeskemaet blev udsendt til målgruppen, ønskede vi at teste indholdsvaliditeten for at få et indtryk af, om spørgeskemaet gav os den information, som vi ønskede. (Henricson, 2017: 152) Samtidig ønskede vi at få en fornemmelse af face validiteten for at se, om der var en sproglig overensstemmelse, og om spørgsmålenes formulering gav anledning til usikkerhed hos test-respondenterne (Hansen & Andersen, 2009: 154). For at få afprøvet hvordan spørgeskemaet virkede rent teknisk, blev der udsendt prøveundersøgelse hos 12 respondenter i målgruppen (Hansen & Andersen 2009: 144-145). Efter hvert spørgsmål havde de yderligere mulighed for at kommentere på face validiteten og komme med forslag til ændringer. Ingen af de 12 respondenter tilkendegav sproglige udfordringer eller anledning til tvivl omkring spørgsmålene.

Vi kontaktede herefter respondenterne telefonisk for at drøfte spørgeskemaet med henblik på at kunne underbygge vores indholdsvaliditet (Henricson, 2017 s.152). Det lykkedes at få kontakt til 4 af dem, hvor følgende udsagn gav anledning til diskussion i gruppen:

- 1: *“Det er snart svært at huske, hvordan anbefalinger og regler har været”.*

⁸ https://www.eva.dk/sites/eva/files/2019-11/Rapport_Køn-og-uddannelsesvalg-i-9.%20klasse.pdf - s. 15 - tilgået 08.05.2022.

- 2: *“Covid-19 har varet længe, det er svært at huske, hvad der skete i starten”.*

Udsagn 1 er med til at underbygge vores indholdsvaliditet, og gav os derfor ikke anledning til at rette i spørgeskemaet. Derimod bærer begge udsagn præg af, at det, respondenterne skal svare på, kræver, at de husker tilbage gennem de sidste ca. 2 år. Vi ved, at vores spørgeskema indeholder retrospektive spørgsmål, og at dette kan være med til at forårsage reliabilitets problemer, da vi har stillet store krav til respondenternes hukommelse. Vi har derfor været opmærksomme på dette, når vi har tolket vores data (Hansen & Andersen, 2009 s. 151). På baggrund af ovenstående vurderede vi, at der ikke var behov for at lave ændringer i spørgeskemaet. Vi endte med i alt 113 besvarelser.

Interview/kvalitative metode

Formålet med at lave et interview efter besvarelse af spørgeskemaet er at få viden om forhold, der er svære at måle med tal. Vi valgte at lave et semistruktureret interview med en interviewguide med åbne spørgsmål. Interviewguiden gav os mulighed for at sætte en ramme omkring anvendt tid samt de emner, som vi efter analysen af de kvantitative data blev optaget af. Samtidig kunne intervieweren benytte guiden som et støtteredskab. Vi valgte at gennemføre interviewene med én person ad gangen, da vi ikke var interesserede i dynamikken mellem de interviewede, som tilfældet ellers ville være i et fokusgruppinterview (Henricson, 2017: 165-166). Med interview som forskningsmetode forsøgte vi at få de interviewedes oplevelser og synspunkter på de temaer, som vi havde stillet op i interviewguiden. Vi valgte derfor, at de ikke skulle kende til spørgsmålene forud for interviewet, da vi ønskede deres umiddelbare respons og svar på spørgsmålene (Kvale, Steinar & Brinkmann, 2010: 17). Forud for gennemførelsen af interviewene lavede vi et prøveinterview med en fra målgruppen. Her kunne vi afprøve det elektroniske lydudstyr og sikre, at lyden var tydeligt nok til transskribering efterfølgende. Vi valgte at optage interviewene, da dette gav intervieweren bedre mulighed for at være nærværende og ikke tage noter samtidig. Vi valgte i gruppen, at det var de samme 2 personer, som skulle gennemføre både prøveinterview og de endelige interviews. På den måde gav prøveinterviewet mulighed for, at intervieweren kunne komme ind i rollen og lære interviewguiden bedre at kende. Ydermere gav det os mulighed for at undersøge, om tidsplanen var holdbar, og om svarene var fyldestgørende (Henricson, 2017: 168). Efter prøveinterviewet reviderede vi enkelte spørgsmål i interviewguiden.

Den fysiske ramme under interviewet forsøgte vi at gøre så ens som muligt for alle deltagerne, så de fik så ens forudsætninger for at svare som muligt. Der var som tidligere nævnt to personer til stede under interviewene - interviewer og en observatør, som undervejs kunne stille opfølgende spørgsmål.

Interviewene blev gennemført i BOXEN i Holbæk, hvor vi var sikre på, at der ikke kom unødige afbrydelser eller forstyrrelser (Henricson, 2017: 169).

Interviewdeltagerne var frivillige og gav til slut i spørgeskemaundersøgelsen deres samtykke til, at vi kunne kontakte dem med henblik på deltagelse i et interview. Interviewene blev indledt med en kort præsentation af de tilstedeværende og formålet med interviewet. Herefter blev der stillet et åbent spørgsmål med henblik på, at få den interviewede til at føle sig godt tilpas og få tankerne sporet ind på emnet. Vi forsøgte at undgå at afbryde, imens den interviewede svarede, medmindre den interviewede bevægede sig for langt væk fra emnet (Henricson, 2017; 168-170).

Deltagerne blev bedt om at udfylde Gallupkompasset enten før eller efter interviewet. Da alle deltagerne var individorienterede, vurderede vi, at det var relevant at rekruttere flere unge til at deltage i et interview. Vi bad vores kontaktperson Karen om at udvælge 5 unge fra STX, som hun vurderede havde fællesskabsorienterede værdier. Vi valgte STX, da det er den mest almindelige adgangsgivende eksamen til universitetsuddannelse, og at folk i det fællesskabsorienteret segment ifølge Dahl (Dahl, 1996: 10) ofte har en længere videregående uddannelse f.eks. inden for det humanistiske område. Her valgte vi fortsat at benytte os af et semistruktureret interview, men denne gang som et gruppeinterview. At lave interviewet som en gruppe gav de interviewede mulighed for at diskutere og kommentere på hinandens holdninger. Samtidig kan det at være i en gruppe gøre det lettere for de interviewede at give udtryk for mere følsomme og mulige tabubelagte emner, som når vi eksempelvis spurgte ind til vacciner (Kvale, Steinar & Brinkmann, 2010: 205-206). Gruppen bestod af 5 piger, som alle udfyldte Gallups kompas inden interviewet.

Alle interviewene blev optaget og uploadet i programmet SONIX, som transskriberede dem.

Efterfølgende blev transskriptionerne læst igennem og blev rettet til, så de stemte overens med den optagede lyd. Programmet tilføjede ikke selv latter, gråd eller lignende i transskriptionen, og vi valgte ikke at tilføje dette manuelt efterfølgende. Alle respondenternes navne blev anonymiseret. Til analysen blev alle transskriptionerne først læst igennem som helhed, før der blev udvalgt tekstbidder, som var

med til at svare på vores problemstilling (Henricson, 2017; 135-136). Herefter blev tekstbidderne dekontekstualiseret og derpå kondenseret, så unødige ord og gentagelser blev fjernet. Derefter blev tekstbidderne abstraheret på en sådan måde, at betydningen blev formuleret. Efterfølgende blev tekstbidderne sammenlignet og sorteret i temaer. For at få en dybere helhedsforståelse i relation til vores opstillede arbejdsspørgsmål har vi anvendt relevante teorier til at belyse de tematiserede, dekontekstualiserede og kondenserede tekstbidder. Vores forforståelse blev anvendt som et tolkningsredskab i analysearbejdet med åbenhed for det, som transskriptionerne viste (Henricson, 2017; 367-369).

Teori

Vi har undersøgt, om der er en sammenhæng mellem målgruppens forskellige sociale positioner og disses reception af Sundhedsstyrelsens kommunikation om covid-19 og de restriktioner, som de danske myndigheder, herunder sundhedsmyndighederne, dikterede under pandemien i perioder fra 2019-2022 - eller om covid-19-pandemien var en så stor en "forstyrrelse", at der ikke er forskel at se i de sociale positioner. På makroniveau har vi taget afsæt i to teoretiske udgangspunkter. Det drejer sig om den franske sociolog Pierre Bourdieu og den britiske sociolog Anthony Giddens. Begge forskere har givet os ny viden i forhold til sociale positioner i en samfundskontekst, og vi har derfor ønsket at opnå en ny for forståelse, som vi kan drage fordel af gennem vores projekt. Både Pierre Bourdieu og Anthony Giddens er interesserede i forholdet mellem individ og samfund/aktør og struktur. Hos Bourdieu vil vi inddrage dele af hans teorier om *habitus*, *kapital*, *felt* og *smag*. Hos Giddens er vi interesserede i hans strukturationsteori. Vi præsenterer dem her og argumenterer for, hvordan de kan bruges sammen i dette projekt.

Pierre Bourdieu - habitus, sociale felter, kapital og smag

I forbindelse med vores projekt, hvor vi har undersøgt forholdet mellem myndighedernes kommunikation under covid-19-pandemien, og hvordan vores målgruppes holdninger og adfærd er blevet påvirket af denne, ønskede vi blandt andet at bruge den franske sociolog Pierre Bourdieus teorier i vores forståelsesramme og senere analyse – herunder hans begreber *habitus*, *kapital*, *felt* og *smag*. Dette er relevant, fordi vi ønskede at forstå og undersøge vores målgruppe.

Habitus og sociale felter

Bourdieu var optaget af at forstå og skabe sammenhæng mellem subjekter/aktører og objektive strukturer/samfund og institutioner (Dahl, 1996: 6). Bourdieu forklarer individets handlinger/valg inden for subjekt/struktur-forholdet med begrebet *habitus* (Dahl, 1996: 8-9). Habitus sidder både i kroppen og i psyken, og er ifølge Bourdieu summen af vores opvækst, uddannelse, livsforløb og udtrykker, "*hvad man kan og hvad man ikke kan*" (Dahl, 1996: 9) i bestemte situationer, f.eks. når vi handler umiddelbart og ubevidst i genkendelige situationer. I situationer, hvor vi ikke kan handle "som vi plejer", f.eks. når vi står i en uvant situation, kommer habitus på prøve. Jostein Gripsrud nævner også i sin artikel "*Forskelle: Sociale skel, livsstil og smag*" (2010, Hans Reitzels Forlag, 2. udgave), at habitus giver retningslinjer for,

hvordan man tænker, vælger og handler - uden at være determinerende, habitus er noget relativt der ofte kommer til udtryk ved sammenligning med noget andet eller nogle andre (Gripsrud, 2010: 82). Habitus har også indflydelse på, hvilke sociale positioner vi indtager, hvilket Bourdieu kalder "*sociale felter*", som han mener er "*samfundsmæssige områder, hvor der foregår bestemte aktiviteter efter bestemte regler, og hvor der til enhver tid foregår stridigheder om status eller anerkendelse blandt de involverede.*" (Gripsrud, 2010: 83).

Hos Bourdieu kæmper individet om at forbedre sin stilling/kapital, og det gør han/hun i felter (Gripsrud, 2010: 83). Felter er f.eks. smag (god og dårlig smag), kultur (fin- eller lavkultur) og magt (hvem bestemmer). Feltet hos os kan siges at være sundhed, mens covid-19-pandemien kan betragtes som et subfelt. Det har været relevant at undersøge sammenhængen mellem disse felter, idet vi ønskede at se, om der var nogle mønstre eller ting, der adskilte sig blandt målgruppens deltagere.

Kapital

Vores målgruppe besidder alle ressourcer som individer, og ud fra dette har de handlet på den ene eller anden måde, når de har været udsat for myndighedernes retningslinjer og kampagner vedrørende covid-19-pandemien. Dette vil vi se ud fra Bourdieus kapital-begreb, som handler om hvilke forskellige ressourcer, vi som individer er i besiddelse af – eller som Henrik Dahl skriver: "*kapital er hvad som helst, som i givne dele af samfundet regnes for vigtig og efterstræbelsesværdig*" (Dahl, 1996: 9).

Overordnede former for kapital er *økonomisk kapital*, som handler om hvor mange penge, man har, *kulturel kapital*, der handler om uddannelse, og *symbolsk kapital*, som handler om at hedde det rigtige navn, at være kendt eller lignende, samt *social kapital*, der defineres af de sociale omgange vi har, f.eks. via netværk, omgangskreds eller lignende. (Gripsrud, 2010: 85-86). I relation til begrebet *habitus*, kan dette siges at være en form for bindeled mellem individets sociale position, som defineres ud fra de nævnte kapitalformer. Som nævnt er der ikke tale om bevidste handlinger, men mere ubevidste handlinger, der ligger latent i os som individer (Dahl, 1996: 9).

Smag - livsstil i forhold til sundhed

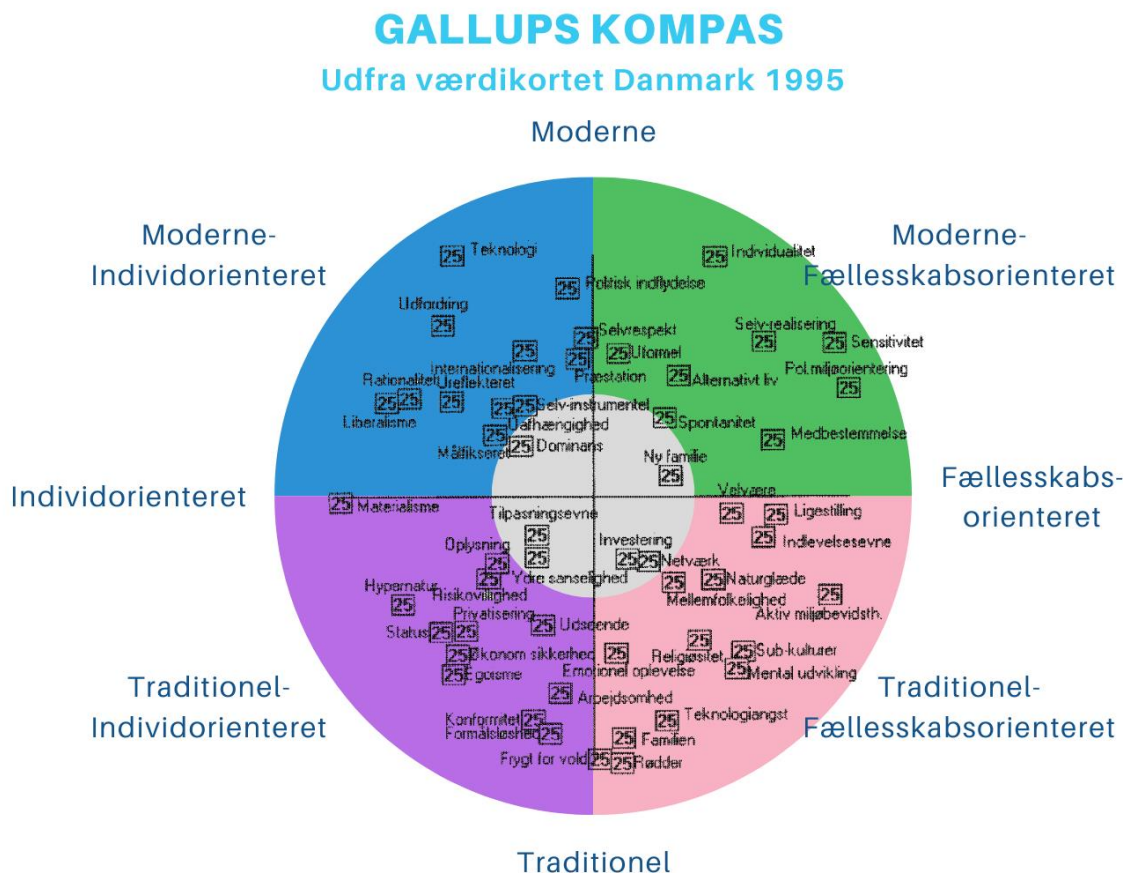
Når Bourdieus begreb ”*smag*” har været interessant for vores projekt, hænger det sammen med, at vi inden for undersøgelsen overordnet arbejder med livsstil. Hos os og i vores projekt har det ikke handlet om livsstil i forhold til kunst og kultur, som Bourdieu i høj grad beskæftigede sig med, men derimod livsstil i forhold til sundhed, og hvad man kan og ikke kan med fokus på covid-19-pandemien, og hvad man inden for målgruppen kunne tillade sig og eller ikke tillade sig.

Bourdieu's interesse for aktør/struktur har også givet sig udslag i en interesse for ”*smag*” eller livsstil og kulturelle præferencer på den ene side og social position på den anden side (Skovmand, 1988: 82). ”*Smag er evnen til at skelne mellem det smagfulde og det smagløse*” (Skovmand, 1988: 83). Den gode smag eller den ”*æstetiske disposition*”, som Bourdieu kalder den, er et resultat af habitus (Skovmand, 1988: 84). I den sammenhæng har Bourdieus begreb ”*méconnaissance*” eller ”*mis-erkendelse*” også været interessant. Begrebet dækker over, at smag er socialt og tidsmæssigt betinget, men at vi har svært ved at erkende dette i nutiden (Skovmand, 1988: 84). Det har været interessant, fordi covid-19-pandemiens restriktioner allerede nu hører fortiden til. Også selvom fortiden kun er et år, to år eller endda kortere tid siden.

Hvordan operationaliserer Bourdieu?

I forhold til vores undersøgelse, har vi valgt at tage udgangspunkt i Henrik Dahls artikel ”*Sociologi og målgrupper: Nogle erfaringer med at operationalisere Bourdieu*” (Mediekultur, 24, 5-1) fra 1996.

Årsagen til dette, er at Dahl her har udviklet det danske værdikort og ser på segmenter i en dansk kontekst (Dahl, 1996: 7). Vi har i analysen kunnet placere vores respondenter i værdikortet og på den måde fået en forståelse af deres sociale position, som er relevant, når vi laver receptionsanalyse på Sundhedsstyrelsens kampagnofilm.



Kilde: Dahl, 1996: 7

./Model 5

Ved at benytte Gallups kompas til at undersøge vores respondenter, har vi kunnet sige noget om, hvilke holdninger de har haft, og om denne har haft en betydning for, hvordan de har responderet på myndighedernes kommunikation. Gallupkompasset blev udviklet som et værktøj til at placere mennesker i værdikortet. Dermed har vi med brug af dette kunne finde målgruppernes værdier og segment, hvilket vi har undersøgt nærmere i vores analyse. Ud fra Dahls værdikort ovenfor, har vi her lavet modellen således, at den viser de fire livsstilssegmenter jf. model 5, der sædvanligvis omtales med farvebetegnelser, så NV er det blå segment, NØ er det grønne, SØ det rosa og SV det violette (Dahl, 1996: 10).

Henrik Dahl var teoretisk ophavsmand til både Minerva modellen og Gallups kompas, og de to modeller bygger på samme grundlag og tager udgangspunkt i operationaliseringen af Bourdieu. Hvor Gallups kompas arbejder med akserne moderne vs. traditionel og individorienteret vs. fællesskabsorienteret, arbejder Minerva modellen med moderne vs. traditionel og materialistisk eller pragmatisk vs. idealistisk. Vi har i vores opgave taget udgangspunkt i Gallups kompas og anvendt begreberne: *moderne, traditionel, individ- og fællesskabsorienteret*.

I figuren herover har vi også placeret de forskellige segmenter fra Gallupkompasset i værdikortet for at give en oversigt. Baseret på Gallupkompassets analyse er der således etableret to hoveddimensioner, som vores respondenter scorer points i: fra moderne til traditionel og fra individ til fællesskab.⁹

Anthony Giddens

Vi er nysgerrige på, om vores målgruppe har været låst fast og styret af deres opvækst og baggrund, eller om deres handlinger har været påvirket konstant. Pierre Bourdieus teorier om habitus, kan siges at være et ret deterministisk syn på individet - det vil sige, at vores vilje og handlinger til en vis grad er styret af vores opvækst, uddannelse og livsforløb. I denne sammenhæng, har vi derfor inddraget Anthony Giddens, som også er socialkonstruktivist, ligesom Bourdieu. Vi har ønsket at supplere med Giddens, da han mener, at mennesket - i det senmoderne samfund - har en højere grad af fri vilje, idet han introducerer begrebet "*refleksivitet*". Her er det ikke habitus, der styrer vores handlinger, men nærmere en konstant strøm af refleksive overvejelser, som individerne foretager sig i mødet med al den information, de udsættes for. I denne refleksivitet gives mennesket større handlingsrum, og individet kan siges at have en større grad af fri vilje hos Giddens end hos Bourdieu:

"Refleksiviteten i det moderne samfund består i, at sociale praksisser konstant undersøges og omformes i lyset af indstrømmende information om de samme praksisser, og at deres karakter således ændres grundlæggende" (Giddens, 2005: 39).

Ved at inddrage Giddens har vi kunnet undersøge, om målgruppen konstant undersøger deres sociale praksisser ud fra den information, de modtager og responderer på. Muligvis har det været sådan, at

⁹ Kantar Gallup: <https://kantargallup.dk/gallupkompas> - hentet 07/05/22 kl. 18:00

eleverne gennem denne konstante strøm af refleksive overvejelser ændrede deres karakter og handlingsmåde.

Betyder dette at vi sætter Bourdieu og Giddens op imod hinanden? Som vi ser det, kunne både Bourdieu og Giddens bruges som teoretikere i vores projekt opgave, for elevernes baggrund - opvækst, uddannelse og livsforløb - spiller en rolle i, hvordan de har handlet og responderet på den information, som de har modtaget (jfr. Bourdieus habitus-begreb). Dog har der muligvis i vores senmoderne samfund (jfr. Giddens refleksivitet-begreb) været større mulighed for, at eleverne har kunnet definere sig selv ud fra deres refleksive processer, og dermed har hver enkel haft mulighed for at "*ændre sin karakter grundlæggende*" (Giddens 2005: 39). Ved at bruge både Bourdieu og Giddens kunne vi se vores problemstilling ud fra forskellige perspektiver, og sammen har begge teoretikere givet et bredere blik end det, de kan hvis vi havde anvendt dem hver for sig.

Marianne Levinsen

Generationsforskning har givet os en vigtig ramme for forståelse af målgrupper. Og det gør Marianne Levinsens "*7 generationer - værdier, forbrug og levevis nu og i fremtiden*" relevant. Enhver generation tegnes af de begivenheder, vi alle vokser op under (Levinsen 2018: 20). Hvor end vi gerne vil være unikke, vil begivenheder, og f.eks. megatrends, altid påvirke vores liv og person i større eller mindre grad, og vi vil i højere grad dele forforståelse med dem, vi nogenlunde er i generation med. Et eksempel er, når vi taler digital formåen og opdragelse. Her er der stor forskel på f.eks. generation X og generation Z. Der er tale om digitale indvandrere og i nogle tilfælde digitale analfabeter kontra digitalt indfødte. Selvom generation X og Y gerne vil, vil de aldrig få den forforståelse for den digitale verden, som generation Z er født ind i (Levinsen 2018: 108).

Vores målgruppe er i alderen 15-21 år (2022), og det betyder, at de generationsmæssigt ligger i starten af Generation New Millennium, som er født efter 2002. Men fordi Levinsens bog er fra 2018, er unge i den generation kun op til 16 år, og således har Levinsen ikke det fulde billede over generationen (Levinsen, 2018: 129). Derfor gennemgår vi generation Z, som er født mellem 1990 og 2001, og som er nærmest generation New Millennium.

Generation Z og New Millennium - og deres forældre.

Generation X og Y er typisk forældre til generation Z og New Millennium. Generation X er født mellem 1967 og 1979 og Generation Y er født mellem 1980 og 1989 (Levinsen, 2018: 74, 89-90). Generation X er den første generation, som kom til efter introduktionen af P-pillen, og er derfor den første planlagte generation, hvor børn var ønsket og planlagt og derfor fik en helt ny rolle i familielivet. De skulle ikke længere *“ses, ikke høres”*, men fik pludselig en stemme og lov til at have egne holdninger og værdier.

Generation X blev unge i 80'erne og oplevede rekordhøj arbejdsløshed, det gjorde dem mere pragmatiske og selvhjulpne, fordi de ikke længere kunne være sikker på at få et job efter endt uddannelse. Man var nødt til at finde sin egen vej (Levinsen 2018: 78). I dag er generation X voksne og nogle er forældre, men kriserne fra 80'er og 90'erne hænger ved og mange af dem har en opfattelse af at man skal arbejde hårdt for at opnå deres mål - der er ikke andre der gør det for en (Levinsen 2018: 79).

Generation X er digitale indvandrere (Levinsen, 2018: 76). De er storforbrugere af teknologi og forsøger at holde sig opdaterede og følge med udviklingen. De har store krav til den kommunikation, som de modtager, og forventer skræddersyet, personlig kommunikation fra f.eks. myndighederne (ibid.).

De første fra generation Y kan også være forældre til vores målgruppe. De er, som tidligere beskrevet, født mellem 1980 og 1989. Da generation Y er yngre end generation X husker de ikke krise og kold krig fra 80'erne, men først opturen i 90'erne og 00'erne (Levinsen, 2018: 90). De er kendetegnende ved en optimisme og tro på, at alt nok skal gå. Generation Y er de første digitale indfødte, og med introduktionen af mobiltelefonen og internettet fik generation Y pludselig en markant større omgangskreds end tidligere generationer, ligesom globaliseringen blev en mere naturlig ting (ibid.).

Generation Z

Generation Z er født mellem 1990 og 2002, og de er den første generation, som aldrig har oplevet verden uden internet. Dette er en generation, hvor der kom fokus på læringsplaner og på at præstere, ligesom de unge fra en tidlig alder har været vant til at være online og virtuelt i kontakt med hele verden og deres venner. Levinsen påpeger, at dette ikke betyder, at de ikke længere har brug for deres venner

fysisk. Det virtuelle ses som et supplement og ikke en erstatning. Det betyder dog, at de som deres forældre, er "på" konstant (Levinsen, 2018: 111).

Generation Z var de første børn, som startede i en skole, hvor tilgangen ændrede sig fra kollektivet mod et udgangspunkt i den enkelte elevs behov og talenter (Levinsen 2018: 111). Med andre ord har denne generation gået i en skole, hvor fokus var på individet og dets talenter, og de blev på denne måde i langt højere grad end tidligere socialiseret til at tage udgangspunkt i egen person, talenter, muligheder og behov (ibid.). Venner har også været vigtig for denne generation, hvor venskaber kan ligestilles med prestige - hvis de har mange venner, er de succesfulde (Levinsen 2018: 111-112). En anden ting som er vigtig for Generation Z, er brugen af sociale medier, hvor brugen af både Snapchat, Instagram, Facebook (og TikTok) er essentiel. Disse medier bruges daglig til kontakt med venner (Levinsen, 2018: 113). Dette blev også bemærket i DR's rapport om Medieudvikling fra 2021, som har belyst de unges medievaner. Her kom det frem at, de unge mellem 15 og 24 år som oftest er optagede af sig selv og kredser om alt, der har umiddelbar relevans for dem og vennerne¹⁰. Det kom her frem, at de "*udover at være identitetssøgende og selvcentrerede, er ambitiøse, ansvarsbevidste og på overarbejde*" (2022: 43).

De unges medievaner

Som nævnt ovenover er denne unge generation digitalt indfødte. I den forbindelse har det derfor været relevant at undersøge de unges medievaner. Hvilke (sociale) medier har de brugt? Og hvor meget tid har de brugt på dem? Ved at tage udgangspunkt i DR's rapport *Medieudviklingen 2021* fra januar 2022¹¹, har vi kunnet danne os et generelt billede af de unges medievaner. Her kommer det frem, at de unge har droppet de traditionelle medier som fjernsyn og aviser og i højere grad har valgt streamingtjenester og de sociale medier som YouTube, Instagram, TikTok og Snapchat (2022: 42). De danske unge mellem 15 og 24 år bruger i gennemsnit halvdelen time dagligt på sociale medier - alene på TikTok bruger de unge, der benytter sig af tjenesten, i gennemsnit 57 minutter dagligt på platformen, hvilket svarer til omkring 225 videoer om dagen (ibid.). Her nævnes det netop, at de unge er gået væk fra de etablerede mediers

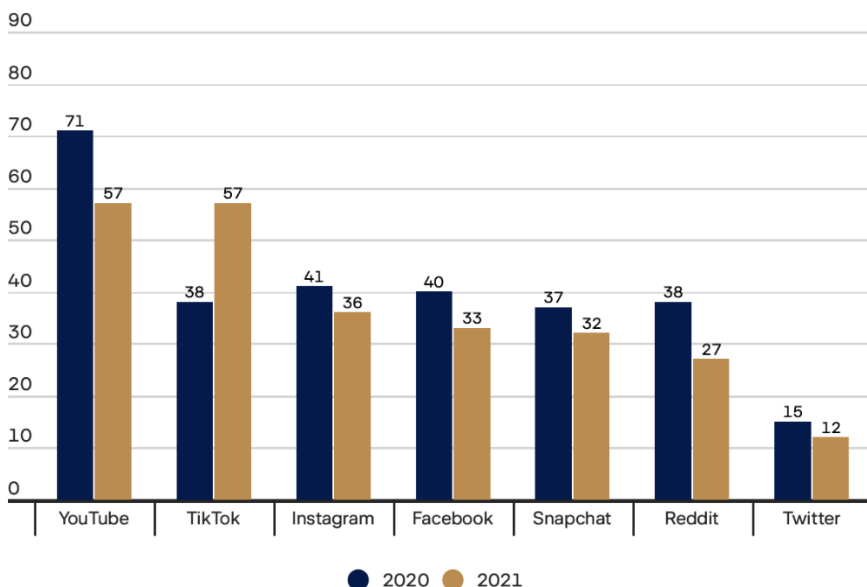
¹⁰ [Rapport fra DR Medieforskning er klar](https://www.dr.dk/...>DR%20i%202021)[https://www.dr.dk/...>DR i 2021](https://www.dr.dk/...>DR%20i%202021) (hentet 26. april 2022 kl. 18:50)

¹¹ Medieudviklingen 2021: https://www.dr.dk/static/documents/2022/01/26/medieudviklingen2021_1bb12b10.pdf - tilhøjet 08/05/2022 kl. 09:15

massehenvendelser, og at de hellere har søgt mod de interessebaserede videoer i TikTok- og YouTube-feedet samt venners opdateringer på Instagram og Snapchat. De unge har haft en evne til at plukke deres sociale medier på en måde, der fleksibelt tilpasser sig *“den enkeltes sammensatte selv”* (2022: 43).

Rapporten giver følgende oversigt over de unges daglige minutforbrug på de sociale medier (2022: 44):

Dagligt minutforbrug blandt brugere af sociale medier



Målgruppe: 15-24 år, Kilde: Kantar Social Media Life

./Model 6 - tidsforbrug, sociale medier

Her ser vi, at de unge mellem 15-24 år i gennemsnit har brugt lige så lang tid på YouTube som på TikTok (57 minutter dagligt), samt noget mindre tid på Instagram, Facebook og Snapchat, hhv. 36, 33 og 32 minutter på disse. Det bemærkes, at de unge har været uhyre bevidste om, hvad de vil have ud af det enkelte medie, for mediefællesskaber med personaliseret indhold, der samtidig muliggør direkte kommunikation med venner, prioriteres højt (2022: 44). Dette afspejler også det, vi har nævnt tidligere i forhold til, at de unge har bevæget sig væk fra de traditionelle medier, som fjernsyn og aviser, men i højere grad tilgår (sociale) medier, hvor de kan få mere personaliseret indhold og holde kontakt med deres jævnaldrende. Dette har betydning for vores forståelse af, hvordan vores målgruppe bevæger sig i

medielandskabet, og i vores spørgsmål til, hvordan de unges medievaner har præget deres tilgang til Sundhedsmyndighedernes information i forbindelse med covid-19-restriktionerne?

Videnskabsteoretisk retning

Som det fremgår af problemformuleringen, har vi ønsket at opnå forståelse af en yngre målgruppes reception af den kommunikation, som Sundhedsstyrelsen målrettede unge under covid-19-pandemien samt undersøgt, om der er forskel på forskellige segmenters opfattelse og efterfølgende handlinger. Vi har set vores målgruppe som bærere af betydnings- og meningssammenhænge, og det har således været deres forståelse og fortolkning af Sundhedsstyrelsens kampagne, som vi har lagt vægt på i dette projekt. Fordi vi arbejdede med fortolkning, valgte vi at positionere os inden for den hermeneutiske tradition, som vores videnskabsteoretiske ståsted. *”Den centrale hermeneutiske opgave er at udvikle en fortolkende forståelse af den mening, der ligger gemt i menneskelige livsytringer, hvilket forudsætter kendskab til den historiske kontekst, som ytringerne forekommer i”* (Juul, 2012: 110).

Vi positionerede os inden for den filosofiske hermeneutik, da vi ikke var forudsætningsløse eller udenforstående i forhold til vores problemfelt, som følge af vores egne oplevelser med covid-19-pandemien. Ifølge Hans-George Gadamer har forskeren altid en række forforståelser eller fordomme med sig i forståelsesprocessen, som udgør en forståelseshorisont. Disse fordomme er ikke et problem, fordi det giver os som forskere mulighed for at stille spørgsmål (2012: 122). Det er ligefrem vores fordomme, som er udgangspunktet for forståelse, og derfor kan fortolkninger aldrig gøre krav på at være universel gyldige (2012: 124).

”Den hermeneutiske cirkel” er et vigtigt element i hermeneutikken, som beskriver, at *”al fortolkning sker i stadige bevægelser mellem helhed og del, mellem det vi skal fortolke og den kontekst, det fortolkes i, eller mellem det, vi skal fortolke og vores egen forforståelse”* (Gilje og Grimen, 2002: 178). Den hermeneutiske cirkel ser vi som en spiral, og den har i høj grad præget projektets udvikling.

Vores proces kan visualiseres på denne måde:



./ Model 7

Horisontsammensmeltning

Vi som forfattere har ligesom vores målgruppe gennemlevet covid-19-pandemien og også været påvirket mange af de samme restriktioner, som vores målgruppe. Vi har således haft en forståelse af mange af de restriktioner, som hele samfundet har været underlagt i denne periode. Derudover har vi også i vores gruppe diskuteret, om vi har nogle fordomme i forhold til om specifikke dele af vores målgruppe muligvis har responderet på myndighedernes kommunikation på én måde, for eksempel ved at ignorere restriktioner, og at en anden del har fulgt alle myndighedernes restriktioner (se model 8). Vores fordomme må vi med forsker øjne overveje og diskutere, da det kan have haft konsekvenser for, hvordan vi efterfølgende har analyseret og undersøgt målgruppen.

Ifølge Gadamer vil en hermeneutisk forsker vedkende sig sine fordomme (Juul, 2012: 124), hvilket vi har forsøgt at efterstræbe i vores projekt. Gadamer bruger her begrebet *horisontsammensmeltning*, hvor "*forskellige horisonter indgår en ægte samtale med hinanden og derigennem forandrer sig*" (Juul, 2012: 125). I praksis betyder dette, at vi som fortolkere må være åben for det, der viser sig, og lære af de nye erfaringer, vi har mødt hos de unge, vi undersøger. Hvis vi har haft en fordom om en del af målgruppen, men det viser sig at være mere komplekst eller anderledes, bør vi således indgå i en ægte samtale med dem, idet vi ønsker at forstå dem, hvilket Gadamer også understreger (2012: 125). Vi har set det sådan, at dette ikke kun vil teste vores fordomme, men at vi gennem denne tilgang kunne få andre perspektiver og få et bredere blik på det, vi undersøgte.

At vores forforståelser og fordomme forstyrres, har vi set på som produktivt.

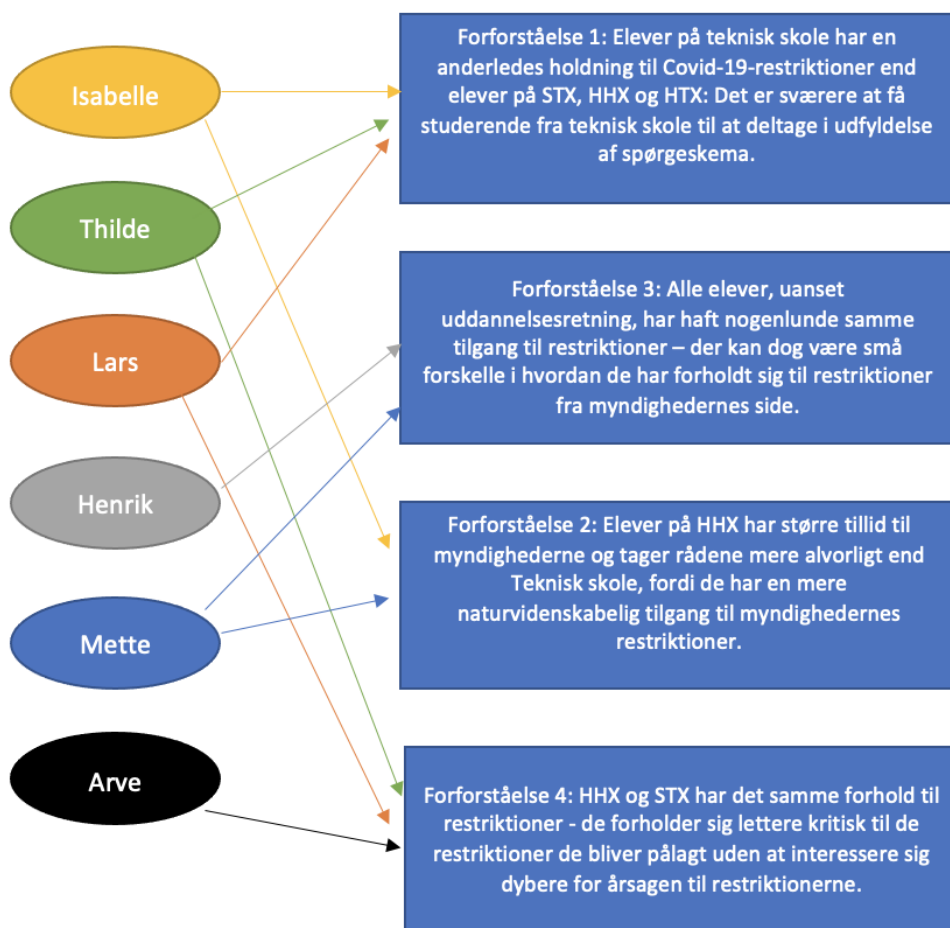
Det vil være vigtigt at bemærke, at vi ved at anvende denne horisontsammensmeltning, har ønsket at vores fortolkning skal opstå i vores møde mellem os – som forfattere – og målgruppen, som vi interviewer. Dette indebærer ikke, at vi skal opnå konsensus i betydningen meningsoverensstemmelse, men at vi har forstået det, de kommunikerer om (Juul, 2012: 126). Vi har efterstræbt at være åbne, nysgerrige og ikke klamre os til de fordomme, vi i forvejen har om vores målgrupper. Som Juul hævder, har fortolkningsopgaven for os – i mødet med de unge – derfor været at *”udnytte den som kilde til indsigt i vor egen tid og de problemer, der optager os”* (ibid.). Gadamer's hermeneutiske filosofi kan derfor siges at være en rehabilitering af fordomme, og vi har i denne proces forsøgt at indse, at nogle af vores fordomme kan være bevaringsværdige, mens andre må forkastes (2012: 145).

Gennem denne horisontsammensmeltning, har vi ønsket at opnå ny viden om vores målgruppe, nemlig mellem vores fordomme og de nye erfaringer. Ved at være os selv bevidst om vores forudindtagede forestillinger og fordomme om covid-19-pandemiens og målgruppens holdninger, har vi bevæget os væk fra fænomenologiens forudsætningsløshed og hen imod den fortolkende videnskab, nemlig den hermeneutiske tilgang.

Vi har været nysgerrige på, hvornår denne horisontsammensmeltning vil ske i vores projekt, og gennem vores spørgeskema kan vi be- eller afkræfte nogle af vores fordomme. Vi som gruppe har haft en række forforståelser, som er kommet i spil i vores møde med de unge. Ved at være åbne i samtalen i de kvalitative interviews, har vi haft mulighed for at få en dybere forståelse for målgruppens synspunkter og holdninger og opnå en horisontsammensmeltning - omend vi ikke opnår kongruens i samtaleemnerne.

Forforståelse i projektgruppen – fordomme eller realistisk forståelse?

I forbindelse med denne projekttopgave har det været relevant at se på, hvilken forforståelse vi har af de uddannelsesspecifikke undergrupper af vores målgruppe, som vi undersøger. Efter flere diskussioner så vi, at vi har flere ting tilfælles, når det gælder, hvad vi tænker, om de unge og deres holdninger til myndighedernes restriktioner rundt covid-19-pandemien. Vi har også været uenige på nogle punkter, hvilket vi har illustreret ved nogle eksempler i denne figur:



./ Model 8- Forforståelser i gruppen.

Flere i gruppen har kommenteret, at de har en forforståelse af, at elever fra Teknisk Skole har en anden holdning til covid-19 og myndighedernes restriktioner end f.eks. elever fra STX, HHX, og HTX, samt at det

vil være sværere for os at få studerende herfra til at italesætte deres forhold til covid-19-pandemien og svare på vores spørgeskema.

Nogle har også tænkt, at alle elever, uanset studieretning, har haft nogenlunde samme tilgang til restriktionerne, men at der kan være små forskelle. Andre har tænkt, at elever fra enkelte studieretninger f.eks. HHX har haft større tillid til myndighederne og derfor har taget deres restriktioner mere alvorligt end elever fra Teknisk Skole. Endvidere har nogle haft den forforståelse, at elever fra HHX og STX har det samme forhold til restriktioner, men forholder sig lettere kritisk til de restriktioner, de bliver pålagt, uden at interessere sig dybere for, hvad årsagen til restriktionerne er.

Hvordan har vi så brugt disse forforståelser i praksis i mødet med de unge? På den ene side har vi kortlagt, at vi har nogle fordomme mod enkelte af dem, men også at vi er uenige på nogle punkter. Dette har fået den konsekvens, at vi har været opmærksomme på, hvordan vi har udviklet vores interviewguide – altså hvordan vi stiller vores spørgsmål til de unge. Vi har forsøgt at være os bevidste om, hvordan måden, vi stiller spørgsmål og taler med de unge, kan farve deres respons i interviewet. Som forskere kunne vi have haft en tendens til at præge respondenterne og lede dem ind i en vis retning med baggrund i vores forforståelse. Derfor har vi også gennemgået gruppemedlemmernes egen opfattelse af covid-19, og hvordan vi hver især har forholdt os til myndighedernes kommunikation:

Isabelle: *“Jeg fulgte i begyndelsen restriktionerne, men slækkede med tiden på min adfærd i takt med, at vi blev klogere på sygdommen. Det sås f.eks. i, at jeg så flere personer end det anbefalede. Primært fordi jeg har en stor familie, som jeg gerne ville se. Jeg har stolet på myndighederne, men der har været for mange budskaber og blandingen af politiske og sundhedsfaglige budskaber, hvilket har gjort, at jeg har taget mine egne valg hen ad vejen.”*

Henrik: *“Jeg har i perioden varetaget, hvad der blev betragtet som en “samfundskritisk funktion”. Jeg har derfor, både personligt og kontraktligt, fulgt kommunikationen og overholdt restriktionerne. Min personlige holdning har, grundet min funktion, været sekundær. Jeg har i perioder været isoleret fra min familie for at beskytte min enheds operative kapabilitet. Jeg har ikke været smittet og har fulgt myndighedernes råd.”*

Arve: *“Jeg fulgte alle råd fra myndighederne i starten, men eftersom der blev blandet mellem politiske og sundhedsfaglige råd, blev jeg mere skeptisk, men fulgte dem stadig. Indimellem så jeg flere mennesker, end det der var tilladt, men jeg blev ikke smittet. Jeg var dog stærkt kritisk i forhold til, at myndighederne lukkede uddannelsesinstitutioner, men accepterede det, da jeg havde stor tillid til myndighederne.”*

Thilde: *“Jeg accepterede totalt hvad myndighederne sagde. Jeg havde en lille bobbel af mennesker, som de anbefalede, og det var de eneste jeg så. Hvis jeg skulle se andre, krævede jeg at vi alle fik taget en PCR-test inden, og at vi isolerede os indtil at vi skulle ses. Mine forældre var i risikogruppe, og jeg ville ikke gøre dem syge. Jeg arbejdede også på covid-19-afdelingerne på hospitalet, og så hvor syge de blev. Min tillid til myndighederne er lige så stor nu, som inden pandemien.”*

Mette: *“I starten af pandemien og et godt stykke ind var jeg meget bange. Min søn har været meget lungesyg, og vi var derfor skrækslagne for konsekvenserne, hvis han skulle blive syg. Vi tog restriktionerne meget bogstaveligt og isolerede os fuldstændig. Efter noget tid åbnede vi op for én familie med børn på samme alder som vores søn og lovede, at vi var hinandens eneste kontakter. Vores nervøsitet forsvandt den dag vi alle fik covid-19, men jeg var den eneste, der var ordentlig syg. Jeg stoler på myndighederne.”*

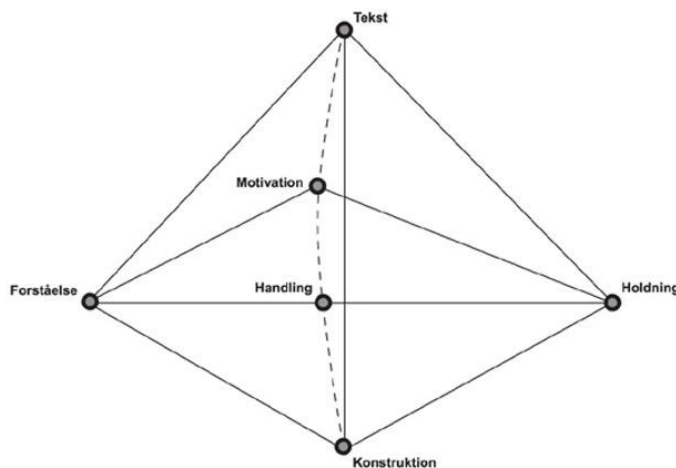
Lars: *“Jeg fortolkede reglerne fra starten: Min søn tog med som personale i fitnesscentret, selvom det var lukket. Vi valgte at holde bryllup med 16 personer, selvom der var forsamlingsforbud med maksimalt 10 personer. Det var små overtrædelser, som gav mig en følelse af at have en lille smule frihed. I starten var jeg meget begejstret for myndighedernes kommunikation, men efter et halvt år blev jeg træt af de skiftende udmeldinger, som jeg følte skabte en uklar kurs. Mod slutningen valgte jeg at tolke restriktionerne som vejledende anbefalinger. Jeg følte, at seriøsiteten i kommunikationen faldt drastisk over tid.”*

Som vi har set på, har vi haft ret forskellige tilgange til covid-19-restriktionerne. Ved at være bevidste om vores forskellige tilgange til myndighedernes kommunikation har vi ønsket, ikke at lade vores holdninger præge vores interviewpersoner i vores spørgsmål.

Receptionsanalyse - et værktøj til analyse

I enhver undersøgelse af mediereception vil der være specifikke problemstillinger og temaer, som man er interesseret i at belyse. Det er typisk de ting, som ansporer én til overhovedet at gå i gang med analysen – altså, de ting vi vil finde ud af (Schrøder, 2003: 63). I forbindelse med vores projekt har vi anvendt Kim Schrøder og hans teori om receptionsanalyse i praksis. Dette har vi gjort for at kunne forstå, hvordan de unge, altså vores målgruppe, har forstået og handlet på myndighedernes kommunikation omkring covid-19.

Vi har valgt at strukturere vores receptionsanalyse således, at vi bruger Kim Schrøders multidimensionale model for receptionsanalyse, da den vil hjælpe os med at kategorisere de udsagn, vi får ud fra vores kvalitative interviews med de unge. Den multidimensionale model kan opfattes som et analytisk redskab – en checkliste – der skærper vores blik for de fundamentale aspekter ved medieret betydningsproduktion, nemlig motivation, forståelse, konstruktion, holdning og handling (ibid.), som vist i denne model:



./Model 9

Schrøder nævner, at denne multidimensionale model kan hjælpe os til at finde ud af, hvad det er væsentligt at undersøge i forbindelse med mediereception, dvs. hvad vores målgruppe siger og handler

ud fra den kommunikation, de er udsat for, fra myndighedernes side. Vi ser det således, at disse kategorier hjælper os at kategorisere de vigtigste aspekter og temaer, der hører til vores undersøgelsesobjekt (Schrøder, 2003: 63). Schrøders model, som vist ovenfor, er opstillet i en pyramidemodel for at anskueliggøre, at de alle sammen er forbundet med teksten og hinanden (2003: 68). I forhold til vores undersøgelse betyder dette, at vi har anvendt disse begreber som en checkliste, når vi har analyseret vores kvalitative interview med de unge (2003: 68-69). Begreberne *motivation*, *forståelse*, *konstruktion*, *holdning* og *handling* er brugt på følgende måde:

- **Motivation:** Hvor motiveret har modtageren (de unge) været, og hvilken form for motivation er det tale om? Ligger motivationen hos de unge, hvis der er nogen eller i myndighedernes kommunikation, eller er der andre faktorer, der spiller en vigtig rolle? Schrøder nævner, at den givne medieteksts relevans – i denne sammenhæng med eksempler i covid-19-kampagnevideoer fra myndighederne rettet imod de unge – også skal ses i forhold til andre tilsvarende medietekster, f.eks. i forhold til, hvad myndighedernes samlede kampagne byder på (2003: 68).
- **Forståelse:** Hvordan har de unge (modtagerne) forstået myndighedernes information - denotativt og konnotativt? I hvor høj grad er der overensstemmelse med - eller afviger - myndighedernes intenderede budskab med de unges forståelse af medieteksten (informationskampagnen)? Vi forstår her begrebet denotation som et ords eller en sætnings eksplicite udsagn uden bibetydninger eller implicitte vurderinger, mens konnotation kan forstås som medbetegnelse eller medbetydning, dvs. et ords bredere betydning¹². Hvordan forstår de unge den information, der bliver meldt ud til befolkningen omkring covid-19-pandemien?
- **Konstruktionsbevidsthed:** Hvilken genrebevidsthed har de unge i forhold til den information, de bliver udsat for? Er der en æstetisk bevidsthed i forhold til de virkemidler, som er brugt i kampagnerne?

¹² Medie- og Kommunikationsleksikon: <https://medieogkommunikationsleksikon.dk/denotation-og-konnotation-2/> (3. april 2022)

- **Holdning:** Hvad er modtagerens subjektive holdning til det, som han eller hun opfatter som medieindholdets samlede information og til dets forskellige delelementer? Er der accept eller afvisning af den information, de er udsat for, i forhold til myndighedernes kampagner og information omkring covid-19? I vores sammenhæng ønsker vi at finde ud af, om de unge afviser eller accepterer den information og de retningslinjer, de er udsat for – eller om der er en vekselvirkning mellem disse holdninger (accept og afvisning).
- **Handling:** Hvordan bruger modtagerne (i vores sammenhæng de unge) medieindholdet i deres hverdag i forhold til nære og fjernere individer, grupper og institutioner? Alle samfundsmedlemmers betydningsunivers er så influeret af mediernes fakta og fiktionsudbud, at enhver mellemmenneskelig diskursiv aktivitet fra hjemmet over arbejdspladsen til den offentlige debat trækker på mangfoldige medieoplevelser (Schrøder, 2003: 69). Derfor arbejder vi med spørgsmål som: påvirkes de unge af myndighedernes kommunikation og kampagner til at handle? Og er der forskel på, hvor de er f.eks. i hjemmet, i skolen eller andre steder?

Ved hjælp af denne multidimensionale model har vi ønsket at lave en refleksion over de større kulturelle- og samfundsmæssige årsagssammenhænge, som receptionen indgår i (Schrøder 2003: 69). Vi har dermed brugt modellen til mere systematisk at kunne se, hvordan de unge har forstået og handlet på myndighedernes kommunikation omkring covid-19-pandemien.

Afsender

Afsenderen i vores opgave har været Sundhedsstyrelsen. For bedre at forstå Sundhedsstyrelsen som afsender, startede vi med at se på Sundhedsstyrelsen som organisation og derefter beskrive Sundhedsstyrelsens rolle i det nationale beredskab, der var aktiveret i perioden med covid-19-pandemien. Vi inddrog Henry Mintzberg fem P'er for strategi: Plan, Ploy, Position, Pattern, Perspectiv (Guldbrandsen & Just, 2020 s. 169) for at undersøge hvilken strategi, Sundhedsstyrelsen anvendte.

Igen gennem årene har Sundhedsstyrelsen været placeret under flere forskellige ministerier. I 1987 stiftedes Sundhedsministeriet, hvor Sundhedsstyrelsen har været placeret siden. Sundhedsstyrelsen beskæftiger mere end 250 medarbejdere, hvor læger og sundhedspersonale udgør en fjerdedel. 60 procent af de ansatte i styrelsen er akademikere. Sundhedsstyrelsens opgave løses på mandat fra sundhedsministeriet. Opgaven har igen gennem alle årene været at passe på danskernes sundhed, som den øverste sundhedsmyndighed i Danmark.¹³ Sundhedsstyrelsen har beskrevet deres mission og værdier på deres hjemmeside, og det er dem, vi i det følgende undersøger for at få en forståelse af dem som afsender.¹⁴

Sundhedsstyrelsens mission er : *“Sundhed for alle”*. Strategien bygger på Sundhedsstyrelsens grundfortælling og værdier. Grundfortællingen beskriver en styrelse, der har høje ambitioner, arbejder og deler viden på tværs af faglighed og sektorer med et mod til at forandre og handle hurtigt, når det kræves.

Værdierne i Sundhedsstyrelsen er:

Ambitiøs

Klog

Modig

Samarbejdende

¹³ <http://www.sst.dk/da/om-os/strategi>. Tilgået 08/05/2022

¹⁴ <http://www.sst.dk/da/om-os/strategi-mission-og-værdier>. Tilgået 08/05/2022

Sundhedsstyrelsen er en del af det nationale beredskab¹⁵, der står sammen, når en beredskabshændelse, der kræver national koordinering og styring, indtræffer¹⁶, f.eks. ved covid-19-pandemien. Da covid-19 brød ud, havde Sundhedsstyrelsen ansvaret for beredskabet i sundhedssektoren, hvilket blandt andet betød, at sundhedsvæsenet og deres kapacitet og kapabilitet som kritisk infrastruktur skulle beskyttes, og herunder lå også den borgerrettede kommunikation. Myndighederne arbejder efter en strategi for beredskabs håndtering af epidemier¹⁷. Formålet med strategien var at nedbringe sygdomsbyrden ved at reducere smittespredning og mortalitet samt at mindske belastningen på sundhedssystemet og samfundet som helhed¹⁸. Strategien blev delt op i 3 faser: Inddæmningsfasen, afbødningsfasen og genåbningsfasen¹⁹.

Inddæmningsfasen var den første fase og bliver beskrevet som perioden fra de første covid-19-tilfælde blev registreret i Danmark og frem til nedlukningen d. 11. marts 2020. Strategien i inddæmningsfasen var hurtigt at diagnosticere og isolere smittede personer samt karantænesætte deres nære kontakter. Befolkningen skulle hurtigt have kendskab til de væsentligste symptomer på covid-19 og vide, hvordan smitte kunne forebygges.

Da fase 1 ikke lykkedes tilfredsstillende, blev trin 2 i strategien iværksat. I afbødningsfasen var det primære fokus at begrænse smittespredningen mest muligt - især i forhold til personer med øget risiko for et alvorligt sygdomsforløb. Det blev prioriteret at øge medietrykket for at nå ud til hele befolkningen. Det skete gennem en lang række forskellige kommunikationskanaler og i mange forskellige formater. I april 2021 begyndte genåbningsfasen. I fasen var der et øget fokus på at undgå smittespredning og begrænse sygdomsbyrden. Sundhedsstyrelsen planlagde og koordinerede deres borgerrettede

¹⁵ Det nationale beredskab består af en række tværgående krisestabe, fx regeringens krisestyringsorganisation, Den nationale operative stab (NOST) og det centrale operative kommunikationsredskab samt lokale beredskabsstabe. Sundhedssektoren er sektoransvarlig, hvilket betyder, at myndigheden har ansvaret for beredskabet i deres egen sektor: www.brs.dk. Tilgået 08/05/2022

¹⁶ <https://www.sst.dk/da/opgaver/beredskab/nationalt-beredskab>. Tilgået 08/05/2022

¹⁷ <http://www.sst.dk/da/viden/beredskab>. Tilgået 08/05/2022

¹⁸ <https://www.sst.dk/-/media/Udgivelser/2020/Corona/Strategi-for-COVID-19>. Tilgået 08/05/2022

¹⁹ [https://www.sst.dk/da/Udgivelser/2020/Sundhedsstyrelsens-borgerrettede-kommunikationsindsats-om-ny-coronavirus COVID-19](https://www.sst.dk/da/Udgivelser/2020/Sundhedsstyrelsens-borgerrettede-kommunikationsindsats-om-ny-coronavirus-COVID-19). Tilgået 08/05/2022

kommunikationsindsatser med det nationale beredskab med det formål at reducere smittespredning og mortalitet samt at mindske belastningen på sundhedssystemet og samfundet som helhed.

For bedre at forstå Sundhedsstyrelsen som afsender, mente vi, at det var relevant at undersøge tankerne omkring strategi set i et teoretisk perspektiv. Da vi efterfølgende analyserede afsender gennem en specifik kampagnefilm, kunne vi bruge vores viden om den overordnede strategi som en del af analysen og muligvis finde svar, der forklarede baggrunden for kommunikationsindsatserne. Det gjorde vi ved hjælp af Henry Mintzberg fem P'er for strategi som en måde at se forskellen på, hvordan strategi tænkes (2020 s.169). Mintzberg definerer sine 5 P'er for strategi som en ubrudt række af handlinger, hvor overgangen fra det ene P til det næste P næsten ikke er mærkbar, men hvor yderpunkterne er meget forskellige.

[Henry Mintzberg definition af de 5 P'er \(2020:169\).](#)

- **Plan:** En veldefineret vej fra A-B, hvor man følger en bestemt foruddefineret retning med konkrete handlinger hen imod et beskrevet mål.
- **Ploy:** En strategi som skinmanøvre, hvor man truer eller narrer andre sammenlignelige organisationer og dermed dækker over den reelle hensigt med strategien.
- **Pattern:** Strategi opfattet som et mønster (pattern) af en række handlinger, der opstår og realiseres ud fra de påvirkninger, organisationen får, sammenholdt med tidligere erfaringer. Organisationer følger dermed ikke kun den tilsigtede plan, men justerer undervejs.
- **Position:** Defineres ud fra de handlinger, der udføres for at opnå en bestemt position i forhold til sine omgivelser. Her bliver det et spørgsmål om at påvirke sine omgivelser på en måde, så organisationen opnår den ønskede position eller tilpasser sig omgivelserne. Fokus i denne form for strategi er på eksterne forhold.
- **Perspective:** Fokus rettes imod organisationens identitet, og handlingerne har til hensigt at forsøge at påvirke den opfattelse, som omverdenen har af organisationen.

Strategi som *plan* repræsenterer det, som Mintzberg omtaler som "*Deliberate*" hvor der fastlægges en fast strategi uden skelen til ændringer i omgivelserne. Strategi som "*pattern*", "*position*" og "*perspective*" ligger i den anden ende af de 5 P'er og omtales som emergente. "*Emergens*" kan i Mintzbergs forstand betegnes som det konsistente mønster, der har været i forbindelse med at bringe information rundt i organisationen skabt via interaktion. Strategien er dermed ikke tilsigtet, men kan opstå af sig selv (2020: 168). "*Perspective*" repræsenterer den form for strategi med højest emergens.

Myndighederne og dermed også Sundhedsstyrelsen har under pandemien skulle navigere i en meget uforudsigelig periode. Fremgangsmåden, roller og ansvar er dog velbeskrevet i den nationale beredskabsplan for håndtering af en epidemi, der dikterer en række indsatser, men lægger vægt på at iværksætte, observere og justere efter behov. Sundhedsstyrelsen har derfor, ifølge strategien, skulle iværksætte konkrete indsatser gennem de tre faser samt justere indsatserne ud fra pandemiens udvikling i Danmark.

Vores vurdering er, at Sundhedsstyrelsen har valgt at anvende "*Strategi som position*"-formen på deres strategi. I denne form sker der en kombination af en fastlagt strategi og den udvikling, som omgivelserne gennemgår, mens strategien eksekveres. Der, hvor vi får øje på, at Sundhedsstyrelsen anvender den strategi, er i den faseopdeling, der har været, og de indsatser, der har fulgt med. Inddæmningsfasen foregik i en tid, hvor vi ikke var i kontrol med pandemien. Strategisk valgte man derfor at fokusere på det, der kunne påvirkes, nemlig målrettet at informere om restriktioner og de potentielle sundheds- og samfundsmæssige konsekvenser. Efterhånden som myndigheder og eksperter fik ny viden, justeredes indsatserne, og fokus skiftede til afbødning - begrænsning af smittespredning, hvor vi var i delvis kontrol. Og endelig kom genåbningsfasen, der foregik i flere omgange, hvor myndighederne holdt øje med konsekvenserne af genåbningen og justerede. Det vidner om handlinger med en høj grad af emergens. Myndighederne havde en erfaring med bekæmpelse af epidemier, som de byggede handlingerne ud fra, og selvom det udadtil så ud som om, at de asfalterede, imens de kørte, var uforudsigeligheden i udviklingen ikke helt tilfældig, som vi ser det. Derfor vurderer vi strategien som position.

Efter at have undersøgt hvilken strategi Sundhedsstyrelsen har arbejdet ud fra som afsender, og hvilken rolle de har udfyldt i krisestyringen under covid-19-pandemien, vil vi analysere den borgerrettede kommunikationsindsats og konkret analysere på kampagnen *“Vi kan godt”*, der blev lanceret i efteråret 2020.

Delkonklusion - Afsender

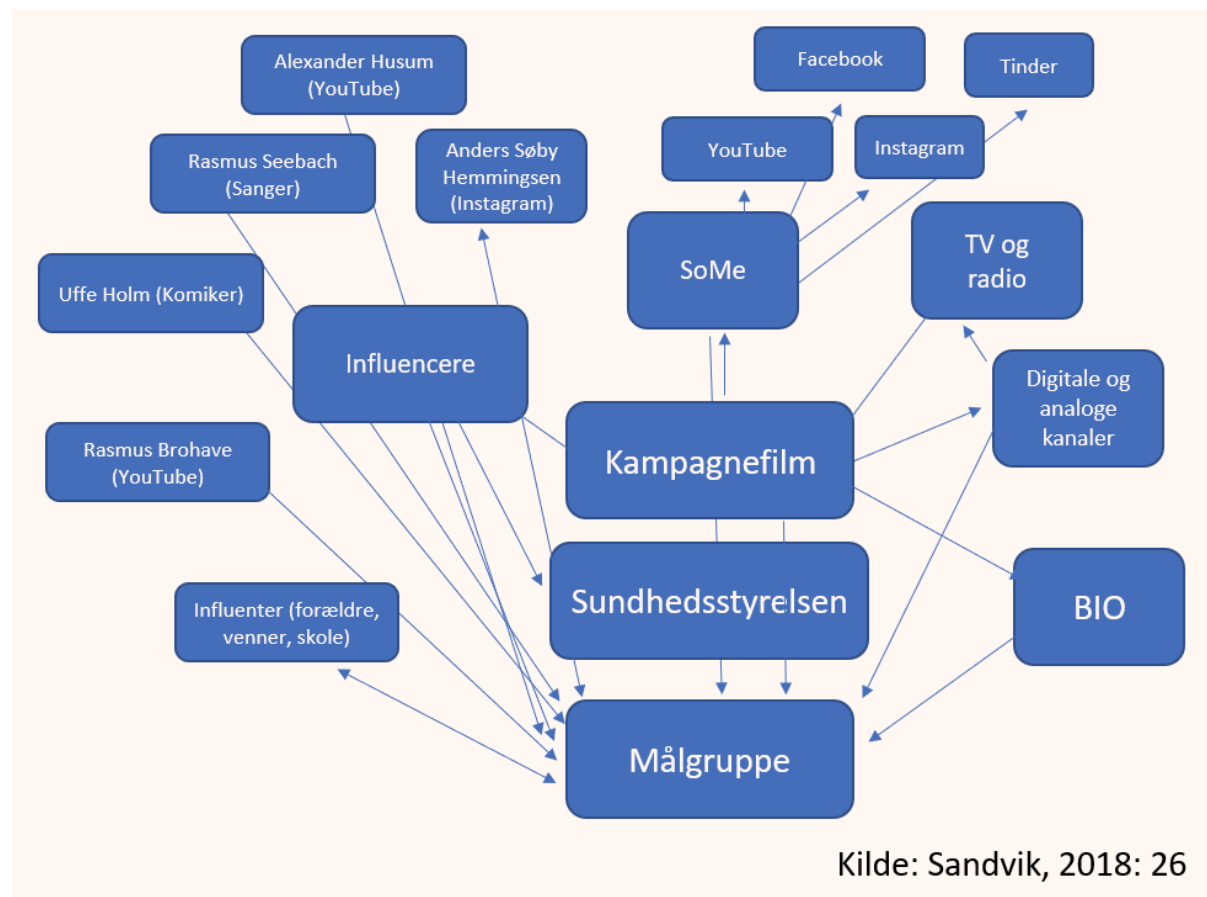
Vi har undersøgt Sundhedsstyrelsen som organisation og identificeret Sundhedsstyrelsens rolle i det nationale beredskab. Under en pandemi som covid-19 har Sundhedsstyrelsen ansvaret for beredskabet i deres sektor, herunder også de borgerrettede kommunikationsindsatser. Indsatserne har været koordineret med det centrale operative kommunikationsberedskab, der sammen med Sundhedsstyrelsen udgør en fast del af den nationale operative stab. Sundhedsstyrelsen er afsender af den borgerrettede kommunikation, som er foregået i 3 faser. Kommunikationsstrategien har haft en emergent orientering med fokus på strategi som position og med en kommunikativ indsats, der løbende skulle tilpasses det omkringværende miljø og den udvikling, som miljøet har gennemgået. Der har været et ønske om at kommunikere til målgruppen som ligemænd, og derfor blev der anvendt influencers i kommunikationen. Fagpersoner som Søren Brostrøm blev en del af Sundhedsstyrelsens identitet og image. Der var en sammenhæng mellem den strategiske retning, der er i det nationale krisestyringsberedskab, og den strategiske retning, der har været sat på de borgerrettede kommunikationsindsatser.

Kontekst

I efteråret 2020 var Danmark i afbødningsfasen, hvor fokus var på at begrænse smittespredningen mest muligt - især i forhold til personer med øget risiko for alvorlig sygdom. Det betød krav om mundbind, regler for natteliv og restauranter og forsamlingsloft. Markante restriktioner som havde indflydelse på både skole- og fritidslivet for unge. Det er i den kontekst, at Sundhedsstyrelsens kampagne *“Vi kan godt”* blev lanceret. Kampagnen blev lanceret i efteråret 2020 og henvendte sig dels til den brede befolkning og dels til den unge del af befolkningen.

Medie og kode

Mediet i denne sammenhæng er de kampagnefilm, som Sundhedsstyrelsen lancerede via kampagnen “Vi kan godt”. Det var en tværmediel kampagne, som kort kan skitseres ud fra Kjetil Sandviks tværmedielle model (Sandvik, 2018: 26):



./Model 10

Influencers og influenter

En væsentlig del af afsenders strategi med kampagnen var at anvende influencers, som det kan ses på Sandviks tværmedielle model. Det, at myndigheder anvender influencers til at komme ud til bestemte målgrupper, er et udtryk for de mange forskellige tværmediale kanaler, der anvendes for at få budskaberne ud. Det er også en forståelse for de unges medievaner, der netop viser, at de unge dropper de traditionelle medier som TV og aviser til fordel for de sociale medier som YouTube, Instagram, TikTok og Snapchat²⁰. Men det siger også noget om, hvilke typer af influenter, der skal anvendes, for at forskellige dele af befolkningen ikke kun lytter, men også med større sandsynlighed handler på baggrund af budskabet. Dette valg kan være et udtryk for, at afsender ønsker at etablere sig selv som ligemand med modtager (Bruno Ingemann, 2002: 4). På denne måde kan afsender opnå en større grad af troværdighed hos modtagerne.

²⁰ Medieudviklingen 2021:

https://www.dr.dk/static/documents/2022/01/26/medieudviklingen2021_1bb12b10.pdf: 42 - Tilgået 08/05/2022 kl. 09:15

Produkt

I spørgeskemaet præsenteredes vores respondenter for fire kampagnefilm fra kampagnen *“Vi kan godt”*, som alle blev lagt på YouTube d. 23. november 2020²¹.

I interviewet afgrænsede vi os af tidsmæssige årsager til én film med titlen: *“Småsyg? Jeg tror det er fedest jeg bliver hjemme”*. Den er valgt, fordi den ud af de fire film fik flest visninger med 2.543.256 visninger. Det er derfor den, vi i det følgende beskriver nærmere med Lennard Højbjergs *“Fortælle teori”* (2008) og Thyssens *“Æstetik i organisationer”* (2000) som teoretisk hjælp. Højbjerg fokuserer på musikvideoer og reklamefilm, men teorierne om fortælleforhold, narrativitet og modalitet kan meningsfuldt bruges på kampagnefilm. Thyssens æstetiske blik kan bruges til at komme nærmere filmens budskab og værdier.

Før vi går i dybden med *“Småsyg? Jeg tror det er fedest jeg bliver hjemme”* vil vi kort forklare de fire films fællestræk. De fire kampagnefilm italesætter de anbefalinger, som Sundhedsstyrelsen opfordrede borgerne og de unge til at følge. Det var f.eks. at holde afstand, blive hjemme hvis man var småsyg og gå tidligt hjem fra byen. Fælles for de fire film, den fatiske funktion, er brugen af Sundhedsstyrelsen direktør Søren Brostrøms deltagelse i kampagnefilmene, hvor han ”spiller” sig selv, dvs. en fagperson og en autoritet, men i en overraskende kontekst. Dette ser vi som en særlig dansk anvendelse af myndighedspersoner.

I filmene dukker Søren Brostrøm nemlig op som et overraskelsesmoment i det øjeblik, hvor forskellige hovedpersoner er ved at bryde med en af anbefalingerne, som at gå i skole, selvom anbefalingen er at blive hjemme, hvis man er småsyg eller give en krammer, selvom anbefalingen er at holde afstand. Søren Brostrøm bliver en på den måde en del af afsenders image. Et image der har til hensigt at få afsender til at fremstå troværdig og med stor viden. Fagpersonerne konstruerer et billede af sig selv,

²¹ Film 1: [Skal du have en krammer? Ej seriøst glemmer det hele tiden](https://www.youtube.com/watch?v=kKIT_7MDXj8&t=1)
https://www.youtube.com/watch?v=kKIT_7MDXj8&t=1

Film 2: Småsyg? Jeg tror det er fedest jeg bliver hjemme <https://www.youtube.com/watch?v=bBu1xNfXO8E&t=1s>

Film 3: Gå nu hjem – Jeg synes vi skal gå hjem nu <https://www.youtube.com/watch?v=QEVcWZWsBW0>

Film 4: Filmaften – Jeg troede der var en meter <https://www.youtube.com/watch?v=02B4NeCvX2s&t=1s>

som autoritet (Bruno Ingemann, 2002: 6), der anvendes på forskellig vis til at få danskerne til at efterleve regeringens krav og restriktioner. Alle film afsluttes med logoet for Sundhedsstyrelsen, så der er en klar genkendelighed fra film til film og en tydelig reference til Sundhedsstyrelsen.

Filmene er som nævnt fra kampagnen *"Vi kan godt"*. Selve formuleringen *"Vi kan godt"* fremgår ikke af filmene, men ligger implicit i budskaberne. Når Sundhedsstyrelsen bruger *"Vi kan godt"*, så taler de til "vi" som fællesskabet, gruppen, samfundet og ikke til et "jeg" som individ. "Vi" er fællesskabsorienteret og ikke individorienteret. Sundhedsstyrelsens formål med kampagnen er at mindske smittespredningen i samfundet som helhed, og sandsynligvis derfor taler de til "vi". Med et "vi" sætter Sundhedsstyrelsen budskabet ud over det enkelte individ og antager på den måde, at det enkelte individ opfører sig fællesskabsorienteret.

Filmens præmis

Filmen *"Småsyg? Jeg tror det er fedest jeg bliver hjemme"* varer 15 sekunder og er et eksempel på en "narrativ film", som på kort tid og få ord fortæller en historie med et plot. Fortællingens plot kan konstrueres på mange måder, og konstruktionen afgør, hvornår og i hvilken rækkefølge modtageren modtager informationerne. Dette beskrives med et begreb fra fortælleteorien kaldet *"Begivenhedernes rækkefølge"* (Højbjerg, 2008: 65).

Begivenhederne foregår således:

En ung mand står på et badeværelse med bøjet hoved og overkrop. Han hoster og ser utilpas ud. Hans mor, som vi ikke ser, råber til ham: *"Jeg synes altså du skal blive hjemme i dag"*. Den unge mand svarer: *"Nej mor, jeg har det fint"*:



(Filmen *"Småsyg? Jeg tror det er fedest jeg bliver hjemme"* fra [Youtube](#) (0:03)).

Den unge mand åbner skabslågen for at tage sin tandbørste, og da han lukker lågen, ser han Søren Brostrøm se alvorlig ud i lågens spejl:



(Filmen *"Småsyg? Jeg tror det er fedest jeg bliver hjemme"* fra [Youtube](#) (0:08)).

Den unge mand ser overrasket ud, vender sig om, men ser ingen. Han afslutter med at sige: *"Jeg tror det er fedest jeg bliver hjemme i dag"*:



(Filmen "*Småsyg? Jeg tror det er fedest jeg bliver hjemme*" fra [Youtube](#) (0:13)).

Filmen udnytter gyserfilms-genrens uhygge, mørke og overraskelseselementet, og bryder på den måde med en faktuel og saglig fremstilling af de anbefalinger, som Sundhedsstyrelsen kommunikerede til borgerne, f.eks. via e-boksbreve. Ifølge Thyssen bryder reklamer med normer (Thyssen, 2000: 6). Og en "gyserfilm" bryder med, hvad man måske normalt forbinder med Sundhedsstyrelsens kommunikation.

Filmens æstetik

Thyssen skriver, at æstetikken er med til at pleje en organisations image, og når en organisation bearbejder eller æstetiserer sit image bliver forskellen mellem identitet og image, det virkelige og det imaginære, større (Thyssen, 2000: 5). Med filmen "*Småsyg? Jeg tror det er fedest jeg bliver hjemme*", viser afsenderen (Sundhedsstyrelsen), et yngre og mere moderne billede af Sundhedsstyrelsen som organisation samtidig med, at de fortæller budskabet *bliv hjemme, hvis du er småsyg* i en kode, som forventes forstået af modtageren (Thorlacius, 2018: 15), og som de skal være enige om, hvis den æstetiske kommunikation skal være effektiv (Thyssen, 2000: 4). Det er svært, fordi den æstetiske effekt både består af følelser og mening, som ikke kan styres (Thyssen, 2000: 2), hvilket kan ses i følgende oversigt:

Virkemidler	Mis en Scene	Fortolkning
Kameravinkler, oplevelsen af håndholdt kamera	Ung fyr	Der er en klar reference til gyserfilmgenren i filmen, selvom flere elementer bryder med genren, se nedenfor.
Lyssætning, mørkt rum, badeværelse	Mors stemme i baggrunden	Det mørke rum sætter os i en mørk stemning, der ligner gyserfilmgenren. Mors stemme bryder med genren og selve lokationen, badeværelset taler heller ikke decideret ind i den klassiske gyserfilm.
Lyd, mor i baggrunden	Søren Brostrøm	Søren Brostrøm blev et kendt ansigt under covid-19-pandemien og var derfor et godt valg som <i>fortæller</i> (Højbjerg, 2008: 85-86), der uden at sige et ord, får hovedpersonen til at følge Sundhedsstyrelsens retningslinjer. Filmen forudsætter, at man ved hvem Søren Brostrøm er. Kender man ham ikke, forsvinder det referentielle aspekt.

Lyd: Hoste	Badeværelses-møblement	Hosten giver os en klar association til covid-19-virusset, hvor et af symptomerne netop var hoste.
Lyd: "Gyserfilmseffekt"		Det stemte er den modus, æstetik sætter os i (Thyssen 2000: 2). Med det mener han den holdning, reaktion og følelse, man får. Oplevelsen som vi får er, at filmen med hjælp af genkendelighed, f.eks. gyserfilmsklipningen og musikken, giver seeren en "overraskelse", og sætter os ud over det enkle budskab <i>at blive hjemme, hvis du føler dig småsyg</i> .

./Model 11 - Thyssen

Filmen fremstår tydelig i forhold til budskabet om at få målgruppen til at overholde restriktionerne. Afsender forsøger at skræmme modtageren til at blive hjemme, hvis man er syg. Det gør den ved at referere til gyserfilmgenren - uden at der dog er tale om en gyserfilm.

Vi konkluderede tidligere i analysen, at myndighederne arbejder ud fra strategi som position. I modellen five P for strategizing communication (Guldbrandsen og Just, 2020:38) beskrives strategi som position som et match med det omgivende miljø, en kommunikativ praksis, der udspringer af, eller er et svar på den eksterne kontekst, uanset om det er tilsigtet eller ej. Dette er en meget præcis beskrivelse af den måde, vi ser Sundhedsstyrelsens kommunikationsindsats. Den har løbende udviklet sig gennem pandemiens faser og er blevet tilrettet, så den matcher behovene for opmærksomhed og adfældsændringer i befolkningen. Vi ser derfor en sammenhæng mellem den overordnede strategi og den form, som filmen "*Småsyg? Jeg tror det er fedest jeg bliver hjemme*" er bygget op over.

Modtager

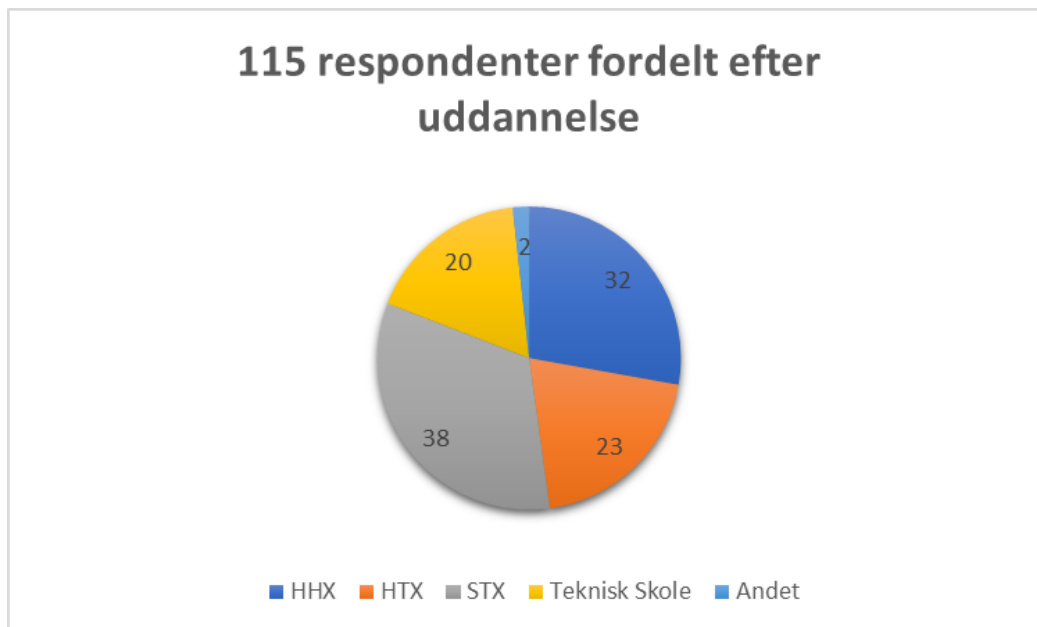
Vi har tidligere angivet, at Schrøders model for receptionsanalyse vil blive anvendt til modtageranalysen. I stedet for stringent at lade os styre af Schrøders opstilling, har vi sammenfattet Schrøders dimensioner i 3 spørgsmål:

- 1) *Hvordan forstod og fortolkede respondenterne sundhedsmyndighedernes kommunikation?*
- 2) *Hvordan forholdt målgruppen sig til covid-19-restriktionerne?*
- 3) *Førte myndighedernes kommunikation til de unge til holdnings- eller adfærdsændring og hvorfor?*

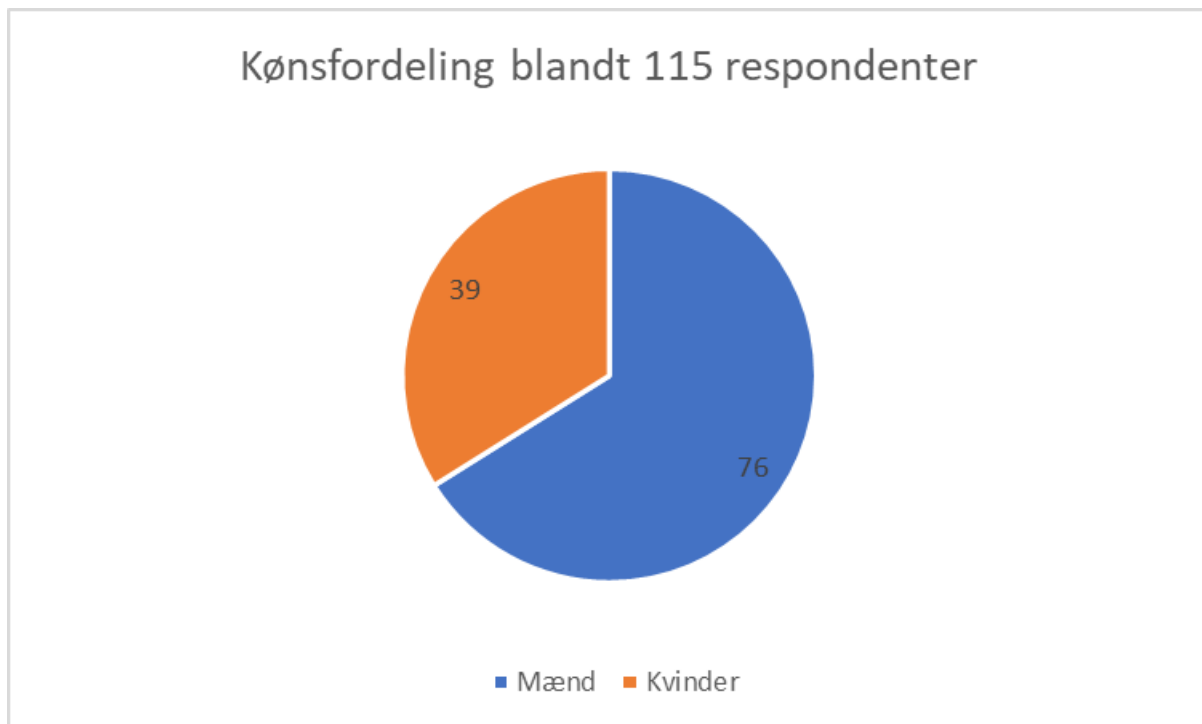
Før vi besvarer de 3 spørgsmål, vil vi gennemgå de demografiske data fra den kvantitative spørgeskemaundersøgelse og de kvalitative interviews.

Kvantitativ empiri indsamling

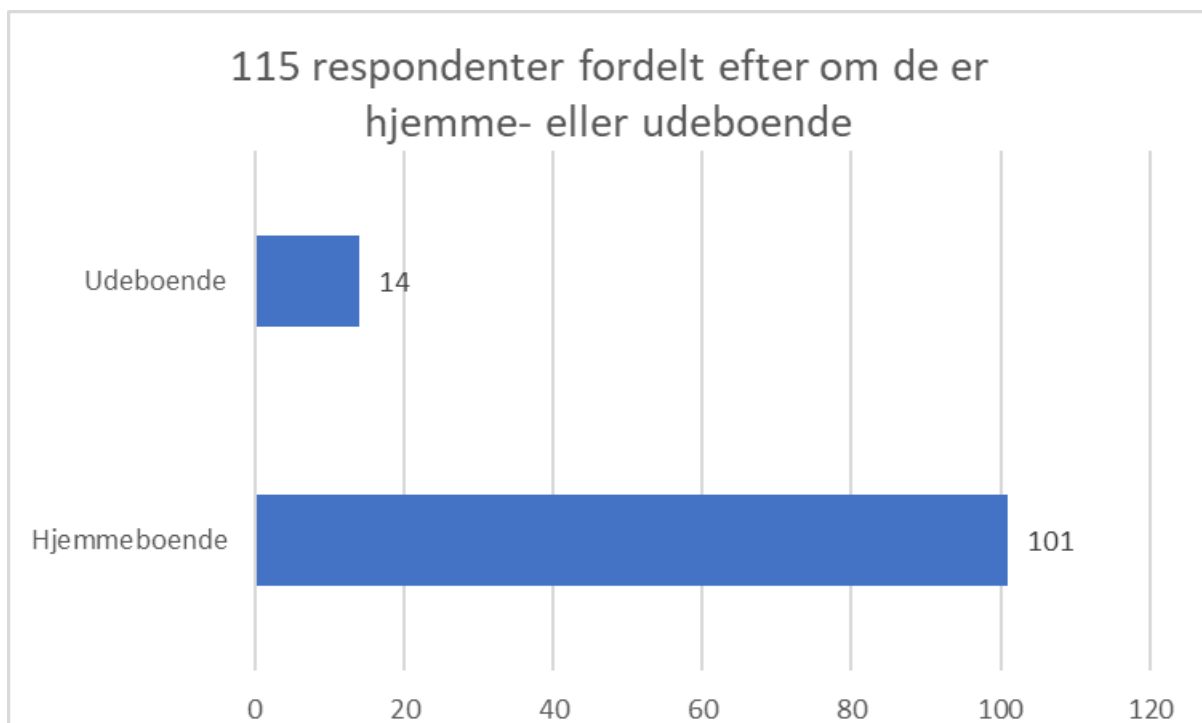
I spørgeskemaet har vi fået svar fra 115 unge studerende mellem 15 og 21 år som går på en ungdomsuddannelse i Holbæk Kommune. Uddannelsesmæssigt har de fordelt sig på følgende måde:



./Model 12



./Model 13



./Model 14

Social mobilitet - Forældres uddannelsesniveau

Ser vi på respondenternes forældre og deres uddannelsesniveau sammenholdt med respondenternes uddannelsesretning, kan vi se følgende opdeling:

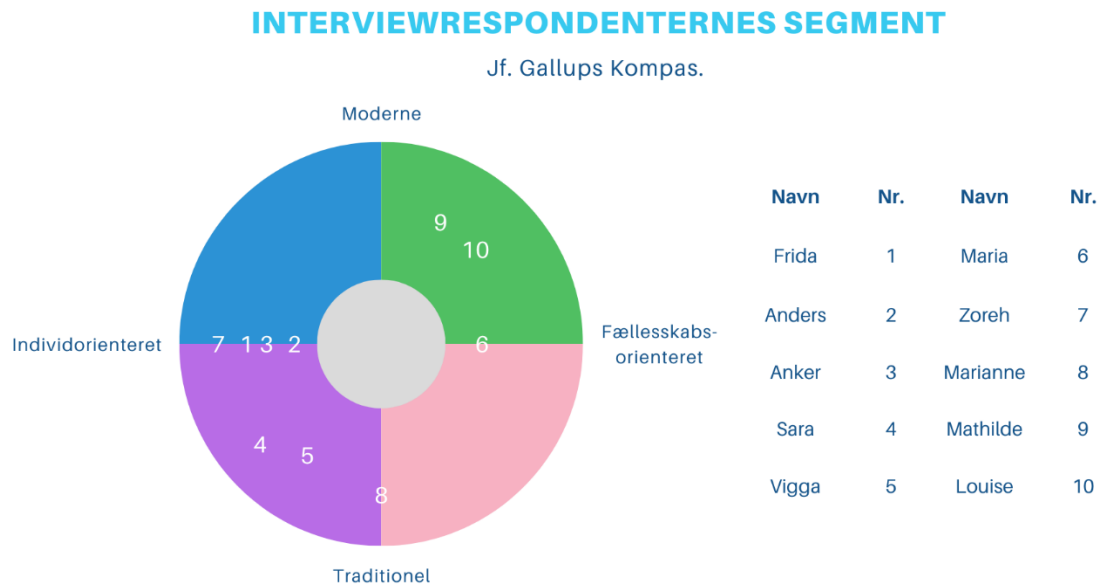
		Folkeskole	Ungdoms- uddannelse	Kort videregående uddannelse	Mellemlang videregående uddannelse	Lang videregående uddannelse	Total
HHX	Mor	1	7	7	15	2	32
	Far	2	7	8	13	2	32
HTX	Mor	3	2	5	12	1	23
	Far	4	5	3	7	4	23
STX	Mor	4	5	1	18	10	38
	Far	4	6	8	8	12	38
Teknisk Skole	Mor	2	5	6	7	0	20
	Far	5	5	2	6	2	20
Andet	Mor	1	1	0	0	0	2
	Far	0	1	0	1	0	2

. / Model 15 - Respondenter- forældres uddannelsesniveau.

Tallene tyder på, at der har været en sammenhæng mellem forældres uddannelsesniveau og de unges valg af ungdomsuddannelse. Vi har ikke kunne sige noget om, hvorvidt de unge også i de næste valg, de træffer, vil gøre som forældrene. Men tallene har hellere ikke brudt ikke med Pierre Bourdieus teori om habitus, der kan forklares som den måde, individet tænker og handler. Habitus er ikke medfødt, men er et produkt af uddannelse og erfaring, som f.eks. også stammer fra forældrene (Dahl, 1996: 8-9).

Kvalitativ dataindsamling - Gallup Kompas

I forbindelse med vores individuelle interviews er alle responder blevet bedt om at svare på spørgsmålene fra Gallups kompas, hvor vi kan inddele responderne i dette værdikort:



./ Model 16

Herefter har vi suppleret med uddannelse og forældres beskæftigelse:

Navn:	Alder:	Uddannelse:	Segment:	Fars beskæftigelse:	Mors beskæftigelse:
Frida	20	HF	Individuorienteret	Ukendt*	Ukendt*
Anders	19	HTX	Individuorienteret	Key account manager	Læge
Anker	19	HTX	Individuorienteret	Offentlig ansat på kontor	Skolelærer

Zoreh	18	STX	Individorienteret	Taxachauffør	Hjemmegående
Sara	16	HHX	Traditionel individorienteret	Selvstændig	Selvstændig
Vigga	17	HHX	Traditionel individorienteret	IT sikkerhedsdirektør	Selvstændig
Marianne	18	STX	Traditionel	Selvstændig	Hjemmegående
Maria	19	STX	Fællesskabsorienteret	Skolelærer	Pædagog
Mathilde	16	STX	Moderne fællesskabsorienteret	Advokat	Butiksansat
Louise	17	STX	Moderne fællesskabsorienteret	Direktør	Sygeplejerske

*bor på bosted og har gjort det i mange år.

./Model 17

Umiddelbart har det overrasket os, at de unge ikke tydeligt befinder sig i det moderne segment. Flere af respondenterne har svaret, at de er nærmest, delvist eller helt enige i, at alting udvikler sig for hurtigt i dag, ligesom de udtrykker bekymring over for både betaling på nettet og den teknologiske udvikling. Ifølge Levinsen er vores respondenter digitalt indfødte (Levinsen, 2018) og burde ikke være hverken utrygge eller bekymret i forhold til teknologi og internettet. En hypotese kan være, at den ret massive online tilstedeværelse i løbet af covid-19 pandemien simpelthen har skubbet dem i en mere analog retning.

Til gengæld så vi meget tydeligt, at respondenterne lå i de individorienteret segmenter, for kun to placerede sig som fællesskabsorienteret og en enkelt som moderne fællesskabsorienteret. Der var en udtalt holdning til, at individet selv skulle klare de fleste udfordringer. F.eks. ville flere af respondenterne hellere betale mindre i skat og dermed klare flere ting selv. De var fortsat under

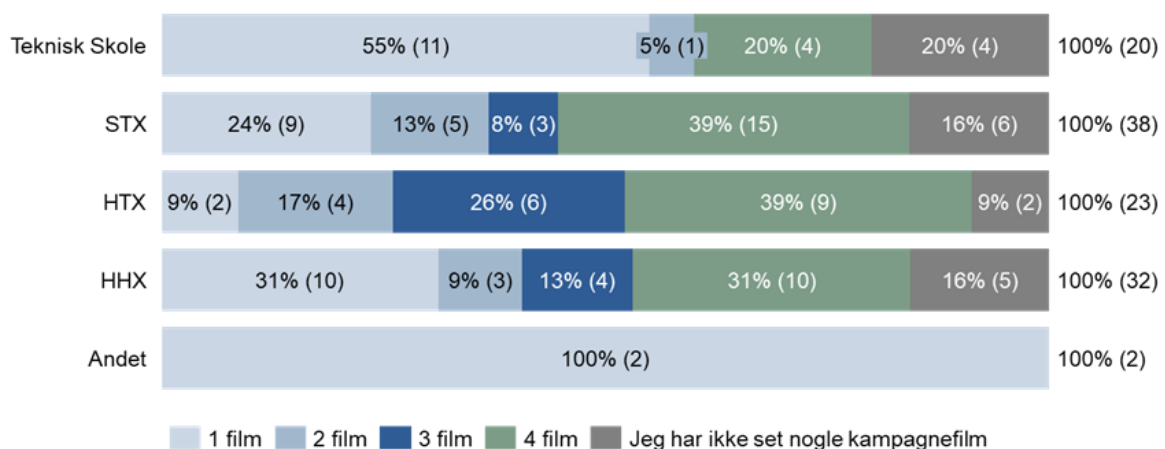
forældrenes vinger og havde derfor endnu ikke stiftet bekendtskab med pasningsordninger, sundhedsvæsen, offentlige ydelser mv., da disse ting ofte først rigtigt gør sit indtog i familiefasen senere i livet (Levinsen, 2018: 128).

En anden overvejelse kan være, at vi netop har været igennem en pandemi, hvor retorikken har gået meget på at passe på de svage og udsatte. Når Gallups kompas kommer med en påstand som *“Danmark skal gøre mere for de svage og de ældre i samfundet”*, er det i høj grad en påstand, som er åben for fortolkning, og vi ved ikke, hvordan vores respondenter forstod og fortolkede påstanden. Fortolkede de det i forhold til covid-19, deres egen position i livet eller andet? Alt i alt kunne det have været spændende at have et Gallupkompas af vores respondenter fra før covid-19-pandemien, så vi havde haft et billede af, om pandemien reelt har ændret deres segment.

1: Hvordan forstod og fortolkede respondenterne Sundhedsmyndighedernes kommunikation?

De fleste respondenter havde set en eller flere af Sundhedsstyrelsens kampagnefilm. Der var forskel på hvor mange, de havde set, men generelt er det tydeligt, at Sundhedsstyrelsen har brugt kanaler, hvor flertallet af de unge har været.

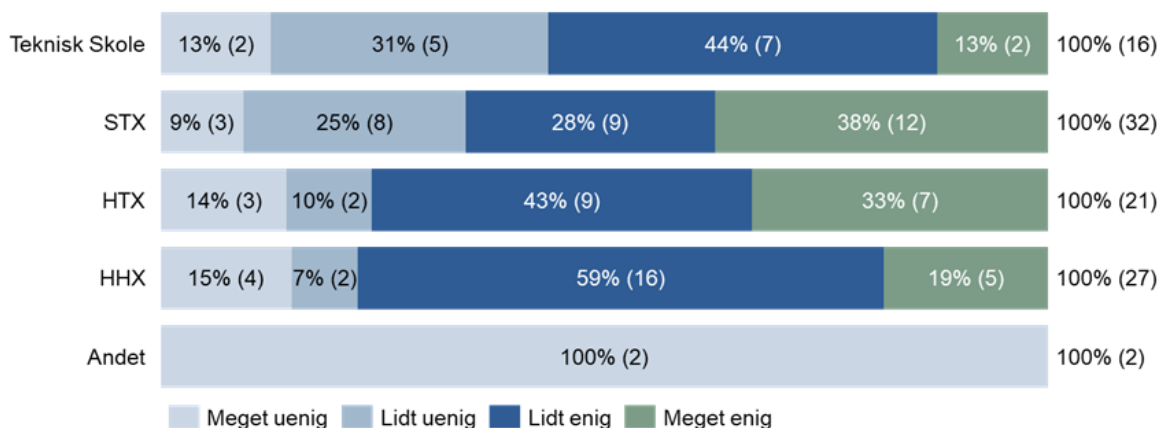
Spm.: Hvor mange kampagnefilm har du set?



./Model 18

Da vi spurgte, hvorvidt respondenterne følte, at filmene var rettet mod dem, så vi en større andel af STX'ere, der følte dette end især eleverne på Teknisk Skole.

Spm.: Hvis du har set en eller flere kampagnefilm, hvor enig er du i udsagnet: "Jeg føler at kampagnen er rettet mod mig som ung"?



./ Model 19

De individorienterede, de traditionelle individorienterede og de traditionelle

Når man snakker med de fire individorienterede Anders, Frida, Anker og Zoreh er de ikke helt enige om, hvad de synes om de kampagnefilm, som myndighederne lavede i forbindelse med covid-19-restriktionerne. De har alle set filmene, men Anders og Anker synes, at filmene er latterlige. De følte sig talt ned til og valgte ikke at lytte til kampagnen og ikke følge alle restriktionerne. Som individorienterede var de ikke autoritetstro og handlede ud fra egne ønsker (Dahl, 1996: 12-13).

Frida og Zoreh derimod er mere positivt stemt over for filmene. De synes, at de var sjove og humoristiske. Det følte dog ikke, at budskabet kom nok frem. For at have haft en bedre virkning på dem, skulle tonen have været hårdere, og der skulle være et større element at skræmmekampagne. Ligesom Anders og Anker har de dog taget det ud fra videoen, som de selv fandt relevant og handlet derefter (1996: 12-13).

De traditionelle individorienterede Sara og Vigga er ligesom Asger og Anker negativt stemt over for filmene. De føler ikke, at filmene var rettet nok mod dem som unge. Vigga følte, at filmene talte positivt

til dem, som overholdt restriktionerne, og negativt til dem, som ikke gjorde. Som traditionelt individorienteret taler dette ind i, at man er negativt stemt over for forandringer i samfundet, samt ser verden ud fra sine egne principper (1996: 12).

Traditionelle Marianne var noget mere positivt stemt over for filmene. De hjalp hende med at forstå budskaberne bedre, og hun følte, at videoerne havde en tilpas balance mellem seriøsitet og humor. Marianne overholdt dog primært restriktionerne, fordi hendes far var syg og særlig udsat. Som traditionel engagerer man sig særligt i sig selv og sine nærmeste, og det hænger derfor godt sammen med, at hendes motivation for at overholde restriktionerne var grundet sin fars tilstand (1996: 12).

Set ud fra Bourdieu er smagsbegreb en vigtig del af habitus og kan sige noget om, hvad god og dårlig smag er. Særligt er begrebet brugt inden for kunst og kultur, f.eks. fin- og lavkultur. I vores projekt ser vi på smag inden for sundhedskulturen, og som subfelt covid-19. Det kan bruges til at få en forståelse for, hvad man mener er godt eller dårligt, god stil eller dårlig stil eller kan tillade sig og ikke tillade sig. Med fokus på Sundhedsstyrelsen kampagnofilm fremkommer der i interviewene en del stærke ytringer om, hvad respondenterne mente om filmene. Vi ser en sammenhæng til begrebet "*méconnaissance*" eller "*mis-erkendelse*", for de smagsytringer, vi får fra interviewpersonerne, dækker over, at smag er socialt og tidsmæssigt betinget, men at vi har svært ved at erkende dette i nutiden (Skovmand, 1988: 84). Når vores individorienterede interviewpersoner afviser filmene nu med den forståelse og erfaring, som de har nu, giver det ikke nødvendigvis et retvisende billede af, hvordan de blev taget imod for 2 år siden.

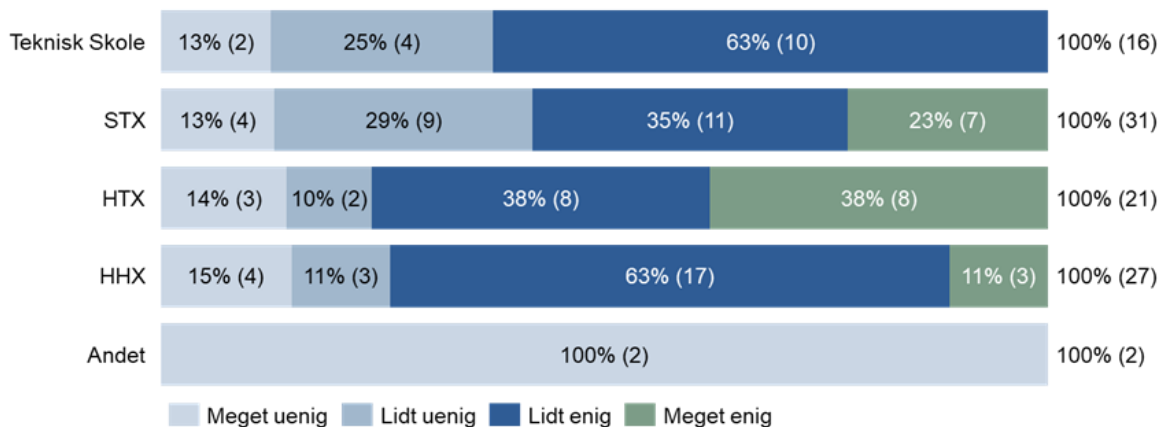
De moderne fællesskabsorienterede og fællesskabsorienterede

De moderne fællesskabsorienterede Mathilde og Louise har været positivt stemt over for videoerne. Louise siger, at videoerne fik hende til at føle sig som en del af noget større, og at hun ikke var alene. De blev begge motiveret af videoerne til at fortsætte med at overholde restriktionerne og synes, at videoerne gav et godt samfundsmæssigt perspektiv på covid-19-pandemien. De moderne fællesskabsorienterede udviser ofte et stort samfundsengagement, hvilket også er det, der kommer til udtryk her. De ser begge Søren Brostrøm som en autoritet og har accepteret, at restriktionerne gik ud over deres sociale aktiviteter (Dahl, 1996: 12).

Den fællesskabsorienterede Maria er den absolut mest positive stemte over for filmene. Hun mener, at filmene har et vigtigt formål, og at de er med til at fortælle folk, at de skal tænke på andre end sig selv. Hun har følt et stort socialt ansvar for at overholde restriktionerne - ikke mindst fordi, at hun på den måde har kunnet passe på dem, der havde det sværere end hende. Marias udsagn giver udtryk for, at hun er fællesskabsorienterede, da individer i dette segment føler stor ansvarsfølelse og medmenneskelighed (1996: 11).

Vi har samme udfordring med *"méconnaissance"*, som hos de individorienterede. Når det er sagt, så er der en vis korrelation mellem tillid til myndighedernes håndtering og kommunikation og at være fællesskabsorienterede - og disses mere positive holdninger over for kampagnefilmene. Vi så i afsenderanalysen, at budskab og kampagnetitel taler til fællesskabet i højere grad end til individet, og dette kunne måske være med til at forklare den stærke holdningsforskel der er til filmene blandt vores respondenter

**Spm.: Hvis du har set en eller flere kampagnefilm, hvor enig er du i udsagnet:
"Kampagnen er lavet på en måde som jeg godt kan lide"?**



./Model 20

I modsætning til de interviewede er der fra den kvantitative undersøgelse en overvægt af unge, der godt kan lide den måde, kampagnefilmen er lavet på.

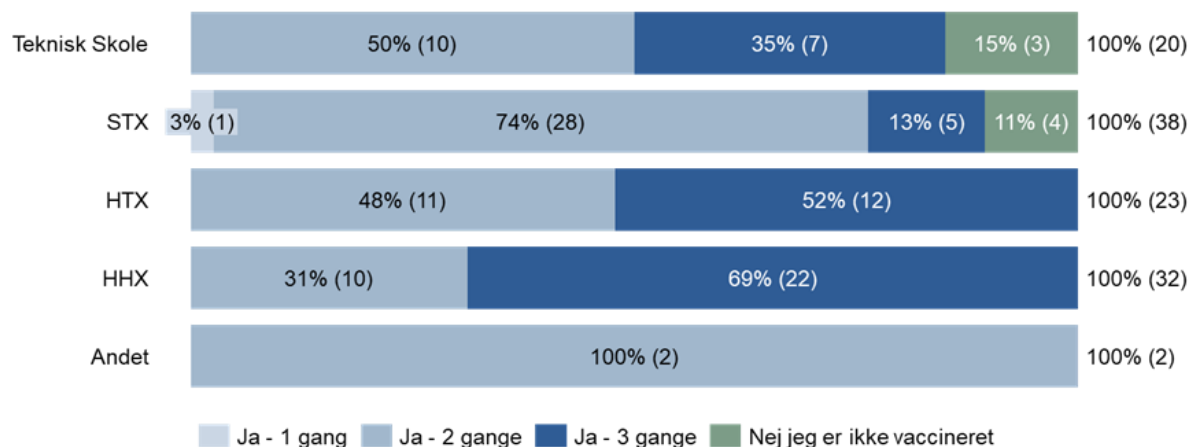
Opsummering på sundhedsmyndighedernes kommunikation

De fællesskabsorienterede havde klart en mere positiv holdning til kampagnefilmene end de individorienterede. Vi har en teori om, at det handlede om, at filmens budskaber talte mere til de fællesskabsorienterede end til de individorienterede.

2: Hvordan forholdt målgruppen sig til covid-19-restriktionerne?

Når vi kigger på covid-19-pandemien, ser vi tydeligt relationen og spændingen mellem struktur, dvs. sundhedsmyndighedernes restriktioner, og aktør, dvs. individet og individets handlen. Under pandemien bad sundhedsmyndighederne det enkelte individ om at handle på bestemte måder. Vores hypotese er, at målgruppens habitus har indflydelse på, hvordan man som aktør har forholdt sig til sundhedsmyndighedernes anvisninger. De fleste af vores respondenter er f.eks. vaccinerede mod covid-19, selvom der både er en procentdel af elever på STX og Teknisk Skole, som ikke er vaccinerede.

Spm.: Er du vaccineret mod covid-19?



./ Model 21 - Respondenter, Vaccine Status.

De individorienterede, de traditionelle individorienterede og de traditionelle

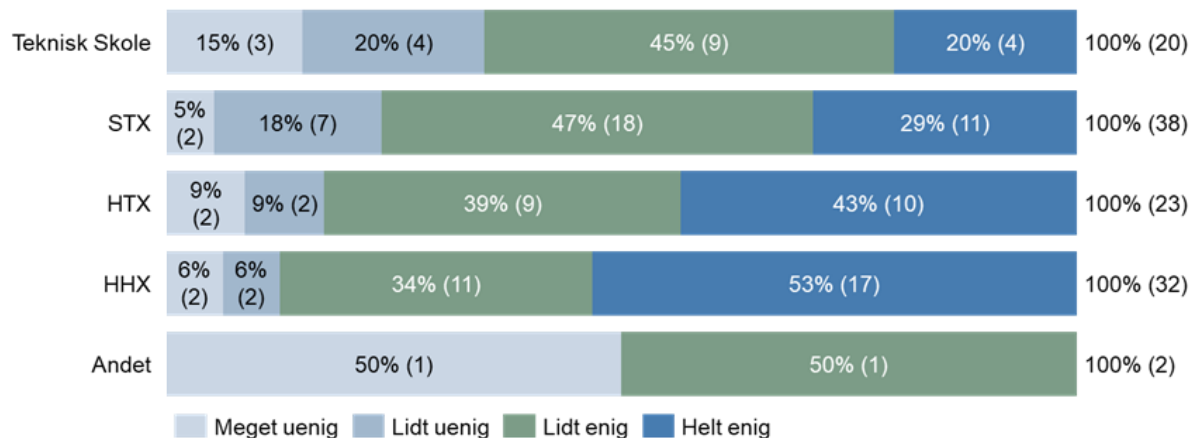
Frida, Anders, Anker og Zohreh havde generelt en kritisk holdning til sundhedsmyndighedernes covid-19-restriktioner og en stærk skepsis mod at overholde de pålagte restriktioner. De havde en følelse af, at der blev taget for meget hensyn til de gamle og svage i samfundet og ikke nok hensyn til dem. Dette

er et klart udtryk for deres sociale position. De fokuserer på deres egen tilværelse, og viser ikke den store interesse for samfundet, hvilket stemmer overens med det segment, de placerer sig i (Dahl, 1996: 11). De mente, at de kunne tillade sig ikke at overholde restriktionerne, fordi det kun gik ud over dem selv. Det passede godt med, at de som individorienterede følte, at de havde ansvaret for at have et godt liv, og at man ikke skulle have skyldfølelse over at vælge sig selv (1996: 12). De havde ikke nogen omkring dem, der var i risikogruppen, og det vigtigste for dem var at engagere sig i sig selv og sine nærmeste (1996: 12). Når alle de individorienterede blev vaccinerede handlede det ikke om, at de følte et samfundsansvar, men at de ønskede deres frihed og autonomi tilbage, og det kunne vaccinationerne give dem.

De fire unge individorienterede lyttede primært til deres forældre i forhold til restriktionerne, og det var i høj grad forældrenes skyld, hvis de i perioder eller konkrete forhold overholdte restriktionerne. Samtidig valgte de at handle efter egne ønsker og behov. Anker sagde, at hans forældre havde pålagt ham at følge restriktionerne, selvom han forholdt sig kritisk til dem. Det er netop uvante situationer, som en pandemi, der sætter ens habitus på prøve. Vi tolker deres svar sådan, at deres præference for at handle ud fra egne behov kun ændres, når f.eks. forældrene påbyder dem at have en bestemt adfærd. Der er ikke noget i deres svar, der tyder på, at sundhedsmyndighedernes kommunikation har virket adfærdsregulerende på denne gruppe. De fire unge har handlet umiddelbart ud fra deres habitus, men er også påvirket af forældrenes habitus og disses holdning til covid-19-restriktionerne (Gripsrud, 2010: 82). Dette har været med til at give dem retningslinjer for, hvordan de skulle forholde sig til restriktionerne.

I figuren herunder ses vores spørgeskema-respondenters svar på spørgsmålet, om "Covid-19 har påvirket mig og mine handlinger". Her ser man tydelig forskel på uddannelsesinstitution og graden af påvirkning:

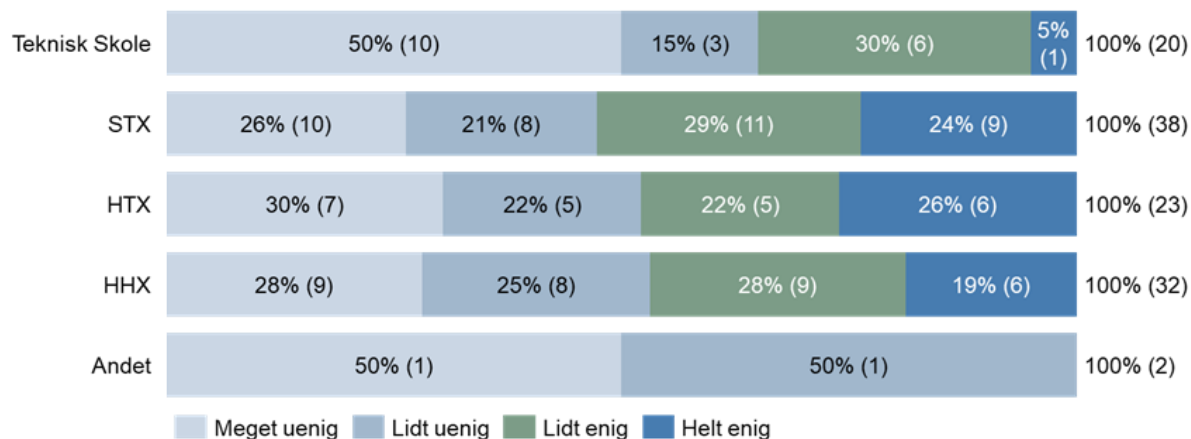
Figur: Hvor enig eller uenig er du i udsagnene “COVID 19 har påvirket mig og mine handlinger”:



./Model 22 - Respondenter, påvirkning af holdning.

Og følgende figur fra spørgeskemaundersøgelsen viser forældrenes påvirkning:

Figur: Hvor enig eller uenig er du i udsagnene: “Mine forældre har forbudt mig at lave bestemte ting på grund af Covid-19”:



./Model 23 - Respondenter, forældres forbud.

To af respondenterne, Sarah og Vigga, er traditionel individorienteret og forholder sig ligesom de 4 individorienterede kritisk til restriktionerne. De føler, at myndighederne har blæst covid-19-pandemien op til noget større, end det er. Dette kommer blandt andet til udtryk, når Sarah siger, at covid-19-virusset ikke er mere farligt end influenza. I modsætning til de individorienterede føler Sarah og Vigga

skyldfølelse, når de ikke overholde restriktionerne. Vigga fortæller, at hun følte sig kriminaliseret, når hun ikke overholdt restriktionerne. Her er der en tydelig modsætning mellem individ og struktur (Gripsrud, 2010: 81) samt et eksempel på, at vores habitus sættes på prøve (Gripsrud, 2010: 82).

En enkelt af vores respondenter, Marianne, var traditionel. Hun synes at restriktionerne var hårde, men gode, men at man ændrede for hurtigt mellem at åbne og lukke samfundet. Dette taler ind i det traditionelle segment, hvor dem, der befinder sig her, ofte synes, at udviklingen i samfundet sker for hurtigt (Dahl, 1996: 11).

De moderne fællesskabsorienterede og fællesskabsorienterede

To af respondenterne, Louise og Mathilde, placerer sig i det moderne fællesskabsorienterede segment. I dette segment kan man godt lide forandringer, og det værste for et individ her er at gå i stå (1996: 11). Både Louise og Mathilde taler ind i dette, når de siger, at de blev glade, da landet lukkede ned, og de ikke skulle i skole, men at de efter kort tid følte sig fanget. De forholdt sig begge kritisk til restriktionerne, men gik også op i at overholde dem. Som moderne fællesskabsorienterede går de op i de indre værdier og tager afstand fra overfladiskhed (1996: 11). Dette taler Mathilde ind i, når hun siger, at hun synes restriktionerne var gode, da de satte en ramme, fordi hun ikke mente, at folk var kloge nok til selv at finde ud af, hvordan de skulle opføre sig. Den fællesskabsorienterede Maria skilte sig her ikke meget ud. Maria tog ligesom Louise og Mathilde restriktionerne seriøst, men var lykkelig, da de forsvandt.

Opsummering på holdning til restriktioner

Gennemgående ser vi, at de interviewede har oplevet restriktionerne som meget begrænsende for deres adfærd og frihed. Alle har gennem deres handlinger haft følgende tilgang: *Vi kan tillade os at fortolke de udstukne restriktioner, men de skal ikke følges til punkt og prikke.* Fortolkningen er sket sammen med forældre eller nærmeste myndighedsperson. Fortolkningerne er kommet efter den første periode med nedlukninger.

3: Har myndighedernes kommunikation til de unge ført til holdnings- eller adfærdssændring og hvorfor?

De individorienterede, traditionelle individorienterede og de traditionelle

De individorienterede, Frida, Anders, Anker og Zohreh, oplever at myndighederne via deres kommunikation har forsøgt at gøre problemet med covid-19-pandemien større, end det i virkeligheden var. Generelt er de blevet mere skeptiske i forhold til myndighedernes kommunikation. Der er sammenfald mellem deres udtalelser og deres sociale placering i værdikortet. De individorienterede bekender sig kerneord som individualitet, fravær af autoritetstro og risikovillighed (1996: 12). Risikovilligheden kommer blandt andet til udtryk, når Anker nævner, at han vil vurdere på budskaberne og mulige repressalier, inden han ændrer adfærd. Endvidere kan vi se, at der er en form for fravær af autoritetstro, når en af drengene nævner, at han ikke har en særlig stor tillid til myndighederne - specielt ikke efter covid-19-pandemien.

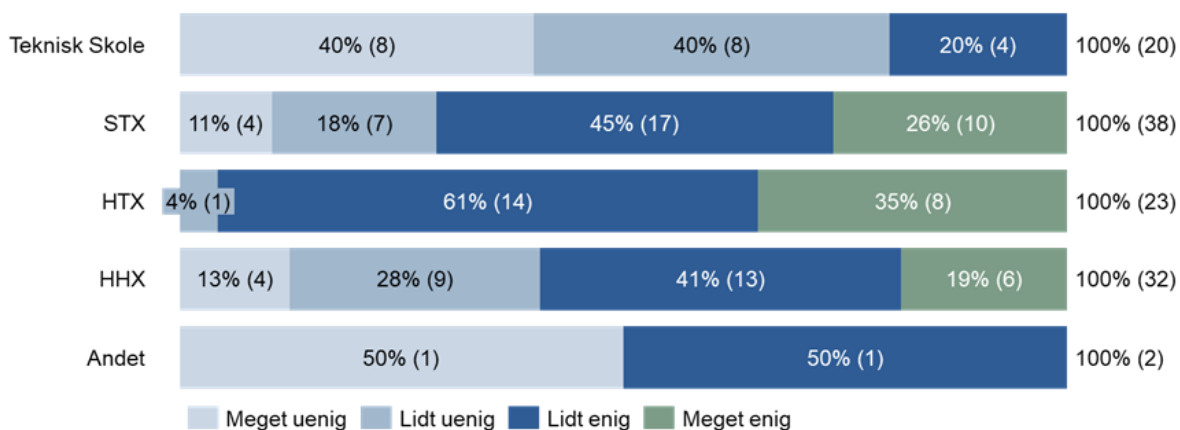
Vi tolker deres kritiske svar sådan, at deres tillid til myndighederne er faldende som følge af deres kommunikation under covid-19-pandemien. Det kommer blandt andet til udtryk, når Frida fortæller, at kommunikationen om døde af/med covid-19 bevidst er blevet brugt til at puste problematikken omkring covid-19 op, og at hun derfor har udviklet en mere kritisk fortolkning af sundhedsmyndighedernes kommunikation.

Deres adfærd er efter vores opfattelse præget af det Giddens betegner som refleksivitet. Giddens siger, at *“refleksiviteten i det moderne samfund består i, at sociale praksisser konstant undersøges og omformes i lyset af indstrømmende information om de samme praksisser, og at deres karakter således ændres grundlæggende”* (Giddens, 2005: 39). Vi ser det komme til udtryk, når Anders siger, at han har haft mindre tiltro til myndighederne, fordi han føler, at de har truffet forkerte beslutninger. Det samme gælder, når han siger, at Statsminister Mette Frederiksen sagde, at man skulle lære af sine fejl, men myndighederne begår de samme fejl igen og igen. Vi oplever, at Anders har forholdt sig til de indtryk og den indstrømmende information, han har modtaget i løbet af pandemien. Indtrykkene har påvirket ham, så han har ændret sin grundholdning til myndighederne. Det kunne se ud som om vi ser *“refleksion”*, som Giddens bruger som begreb, altså en udvikling, hvor man ikke er låst af forudfattede meninger,

men løbende danner nye meninger ud fra den dynamik og de informationer, omgivelserne påvirker en med. Sammenligner vi det med Bourdieus *habitus*-begreb, opstår der en interessant betragtning. Hos Bourdieu er det habitus, som styrer individets handlinger, og habitus forandrer sig over tid. (Gripsrud, 2010: 82). Mens handlinger styres af refleksive overvejelser og dermed, ifølge Giddens, kan forandre sig hurtigere.

Ser vi, at vores respondents habitus bliver udfordret under covid-19 eller reflektere de unge og ændrer så deres handlinger? På mange måder ser vi ikke de unge som specielt foranderlige. Hvor de i starten af pandemien ikke vidste, hvad der foregik, og derfor ikke havde nogen forudgående erfaringer at trække på vendte de måske mere tilbage til deres "normale" habitus efter et stykke tid. Deres kritik af myndighederne viser måske mere tydeligt deres habitus og deres individorienterede ståsted, end et brud med dette.

Spm.: Hvis du har set en eller flere kampagnefilm, hvor enig er du i udsagnet: "Jeg har stor tillid til myndighedernes information om covid-19"?



./ Model 24

Vores umiddelbare antagelse kunne være, at de unge havde mistet tilliden til myndighederne. Det er imidlertid ikke det billede, der fremkommer, når vi ser på de kvantitative resultater af spørgeskemaundersøgelsen. Vi kender ikke deres holdning til myndighedernes kommunikation inden covid-19-pandemien, men kan konstatere følgende:

Hovedparten af de unge har stadig tillid til både myndighedernes kommunikation i forhold til covid-19-pandemien samt håndteringen af denne, hvilket står som en modsætning til en del af dem, vi har lavet interview med.

De traditionelt individorienterede, Sarah og Vigga, har også nogle interessante bemærkninger. Sarah har ikke så mange holdninger til den kommunikation, hun har været eksponeret for. Dog oplever hun generelt, at myndighederne har været meget optimistiske på de sociale medier. Det har hjulpet hende til at være mere positiv i løbet af pandemien. Vigga på den anden side har oplevet, at den kommunikation, hun har været udsat for, i alt for stor grad har været opbygget som en skræmmekampagne. Det har betydet, at hun har taget afstand fra kommunikationen. Vigga har også oplevet, at der er blevet givet alt for lidt information om vaccinerne, hvilket har påvirket hendes holdning til at blive vaccineret i negativ retning. I forhold til tillid siger Sarah, at hun ikke stoler på myndighederne og ikke rigtigt lytter til dem. Her angiver hun, at den primære årsag til ikke at stole på og lytte til myndighederne er, at hun føler sig lukket inde, og at der bliver sat en stopper for en masse ting. Sarah og Viggas udtalelser taler ind i det traditionelle individorienterede segment ved, at de generelt forholder sig skeptisk til forandringer, og går mest op i, hvad disse forandringer betyder for dem selv (Dahl, 1996: 12). Den ene af vores respondenter, Marianne, som befinder sig inden for det traditionelle segment, afviger ikke meget i sine udtalelser ift. de traditionelle individorienterede. Marianne har også oplevet, at hendes tillid til myndighederne faldt. I starten havde hun tillid til det, myndighederne kommunikerede, men da der kom uklare budskaber ud omkring, hvorvidt folk var døde *med* eller *af* covid-19-virusset samt løbende ændringer af restriktionerne, stillede hun flere kritiske spørgsmål, hvilket har ført til hendes fald i tillid til myndighedernes kommunikation.

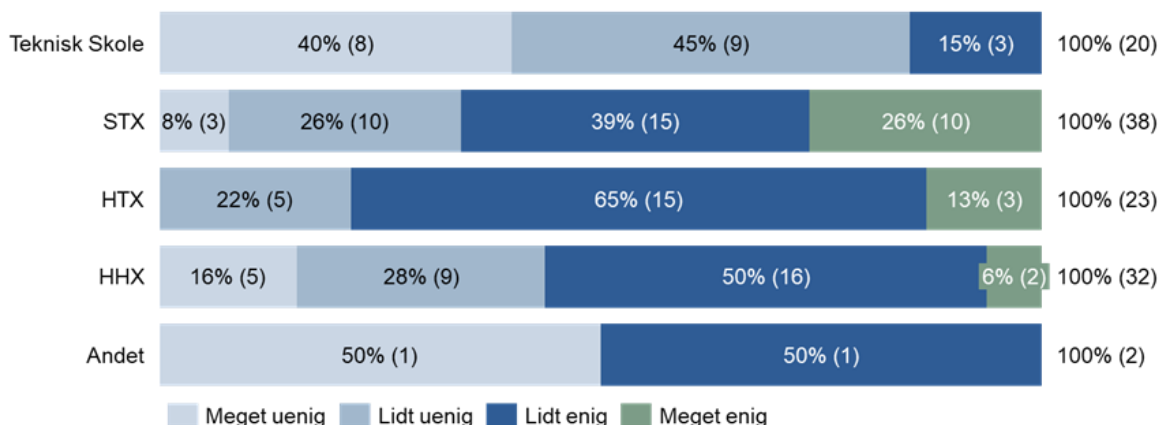
De moderne fællesskabsorienterede og fællesskabsorienterede

Louise og Mathilde fra det moderne fællesskabsorienterede segment havde en større tillid til det, som myndighederne kommunikerede ud. De følte, at informationen fra myndighederne har fyldt meget, men de syntes, at det har været godt, at myndighederne har oplyst dem. Både Louise og Mathilde har bibeholdt deres tillid til myndighederne. Mathilde roser dem for, at de har gjort brug af eksperter, før de har handlet. Dette taler ind i, at de som moderne fællesskabsorienterede går op i indre værdier og stor viden. Til gengæld er ingen af dem begejstrede for, at myndighederne anvendte influencers til at

kommunikere deres budskab ud til befolkningen. De mener, at influencers er utroværdige, fordi de bare siger, hvad de bliver betalt for. Dette går helt i tråd med, at man som individ i dette segment tager afstand fra ting, som man anser for at være overfladiske og ikke dybe nok, som netop er det, de forbinder med at være influencers (Dahl, 1996: 12).

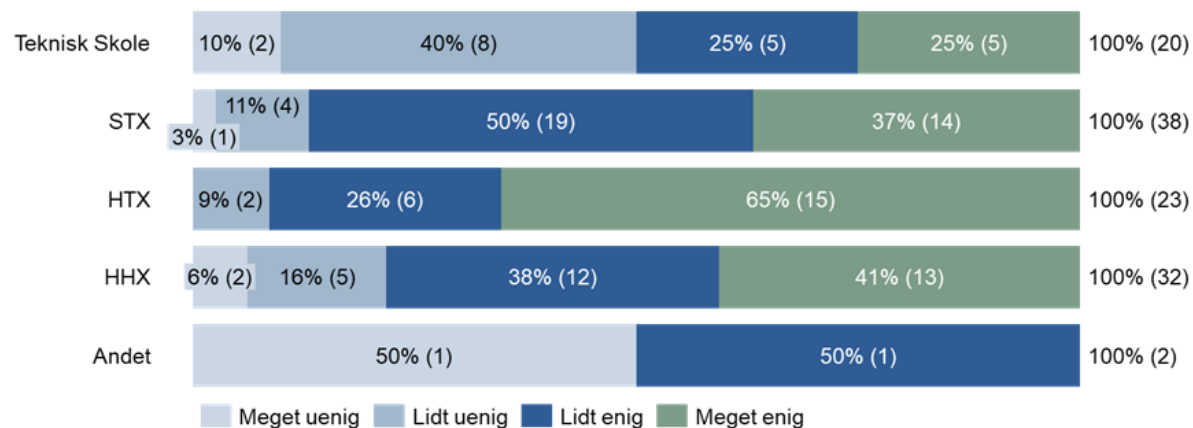
Den fællesskabsorienterede Maria har ligesom Louise og Mathilde fortsat stor tillid til myndighederne. Maria skiller sig dog her ud ved at tale ind i vaccinationsindsatsen. Maria føler, at det var et fælles ansvar, at man skulle tage vaccinen, og hun havde ikke nogle bekymringer omkring det. Hun mente, at hvis man kan tage en vaccine for at komme ud og rejse, så kan man også tage en covid-19-vaccine. Hun stolede på, at myndighederne havde gjort deres bedste, og at de rådførte sig med de førende til at skabe og producere vaccinerne. Maria adskiller sig her ved, at hun går op i, at det er fællesskabet, der betyder mest, og har et ønske om både at forbedre sig selv og verden omkring hende. Samtidig har fællesskabsorienterede også generelt en større troværdighed og orienterer sig i flere kilder, som de anser for troværdige (Dahl, 1996: 11).

**Spm.: Hvis du har set en eller flere kampagnefilm, hvor enig er du i udsagnet:
"Jeg har stor tillid til myndighedernes håndtering af covid-19"?**



./Model 25

Spm.: Hvis du har set en eller flere kampagnefilm, hvor enig er du i udsagnet:
 “Jeg har fulgt covid-19 restriktionerne og anbefalingerne”?



./ Model 26

Endvidere ser vi, at de allerfleste også har fulgt de anbefalinger, de er blevet pålagt fra myndighedernes side, dog er det et noget større antal (28 personer), som sjældent følger at holde afstand til andre. Umiddelbart ser det ikke ud til, at disse respondenter i stor stil har ladet sig udfordre, når de er stillet i en ny og uvant situation (jfr. Bourdieu), men hellere har fulgt anbefalingerne. Dette er en modsætning til dem, vi har lavet interview med, som har valgt at bryde med deres habitus og i stedet anvendt den viden, de har tilegnet sig undervejs under epidemien (Gripsrud, 2010: 82). Langt de fleste er også vaccineret, hvilket stemmer med, at de fleste har ændret adfærd og fulgt anbefalingerne.

Opsummering på holdningsændringer:

Teoretisk set ligger den adfærd, vi ser hos interviewpersonerne i forhold til deres fortolkning af restriktionerne, tæt op af Giddens teori om refleksivitet. Når individet (respondenterne) har forholdt sig refleksivt til sine omgivelser, jfr. Giddens, danner det sin adfærd gennem en konstant strøm af refleksive overvejelser og bestemmer ud fra disse sin fremadrettede adfærd. Dette kommer muligvis til udtryk i vores respondentes ændring i handling og holdning fra den første nedlukning og til sidste genåbning. Jo længere tid der gik, desto højere grad af tolkning sås der, hvor den enkelte fandt sin egen måde at balance i efterlevelsen af restriktionerne. Et eksempel er, at flere langsomt begyndte at se flere mennesker end det tilladte og retfærdiggjorde det ved, at det foregik udendørs.

Delkonklusion - modtager

I modtager-analysen kondenserede vi Schrøders dimensioner ned til 3 spørgsmål: *Hvordan modtagerne forstod og fortolkede myndighedernes kommunikation? Hvordan de fortolkede covid-19-restriktionerne? Samt Hvorvidt myndighedernes kommunikation har ført til en ændring i modtagernes holdninger og adfærd?* Vi kan forsigtigt komme med følgende resultater:

Der er sammenhæng mellem respondenternes ungdomsuddannelsesvalg og forældres højest gennemførte uddannelse, hvilket er særligt tydeligt hos Teknisk Skole-eleverne, hvor disses forældre i højere grad havde en lavere uddannelse. Vi ser en forskel på respondenternes svar i forhold til, hvor de er placeres i Gallups kompas. For alle unge gjaldt det, at restriktionerne føltes begrænsende for deres liv. For de individorienterede er restriktionerne blevet oplevet som stærkt begrænsende. De individorienterede har i højere grad end de fællesskabsorienterede en negativ holdning til Sundhedsstyrelsens kampagnefilm.

Diskussion

Allerede i vores dataindsamling ser vi, hvad vi antager er forskelle i de sociale felter, som vores respondenter har. Vores forforståelse er, at det vil være sværere at få empiri fra de studerende på Teknisk Skole og lettest fra de studerende på STX. Vores kvantitative empiri-indsamling bekræfter dette og underbygges af, at det heller ikke lykkedes os at rekruttere studerende fra Teknisk Skole til den kvalitative indsamling med interviews.

Retrospektivt set har vi fundet elementer, som muligvis kunne have en betydning for vores indsamlede data. Da der blev rekrutteret respondenter til interviewene gennem spørgeskemaet, stod der, at man fik et gavekort på 100,- til McDonalds, hvis man ønskede at deltage. Dette kan muligvis have haft en påvirkning på hvilke individer, der sagde ja til at deltage i et interview. Måske var der andre, der havde ønsket at deltage, hvis gavekortet havde været til noget andet som f.eks. gavekortet.dk, hvor de selv havde haft mulighed for at vælge, hvad beløbet skulle bruges til.

Da de forskellige uddannelser skulle svare på spørgeskemaet, var den eneste uddannelse vi ikke valgte at følge op på STX. STX er den uddannelse, hvor der er flest, der har udfyldt spørgeskemaet, men vi har en formodning om, at der var kommet flere svar, hvis vi også havde valgt at forsøge at følge op på dem. Vi valgte at sende spørgeskemaet ud ugen op til vinterferien. Man kan diskutere, om der ville have været en højere svarprocent, hvis timingen af udsendelsen af spørgeskemaet ikke havde været op til en ferie.

I forhold til selve analysen havde denne stået stærkere, hvis vi havde haft mulighed for at interviewe den faktiske afsender af den undersøgte kommunikation (Thorlacius, 2000). Vi har desværre ikke haft mulighed for at gå i dybden med de bevæggrunde, Sundhedsstyrelsen og myndighederne generelt har haft. Der er dog flere grunde til, at det ikke lykkedes. Vi havde desværre ikke held med at få dem i tale, men derudover kan man også diskutere, hvorvidt det ville have tegnet det rigtige billede af organisationen at få et enkelt menneske i tale.

Konklusion

For alle unge gjaldt det, at restriktionerne føltes begrænsende for deres liv, uanset hvor i Gallups kompas de var placeret. Alligevel mener vi, at vi kan se en sammenhæng imellem de 15-21-åriges sociale position og deres reception af Sundhedsstyrelsen kommunikation under covid-19-pandemien. Vi ser en klar forskel på interviewpersonernes svar i forhold til, hvor de var placeret i Gallups kompas, hvor særligt de individorienterede havde en negativ holdning til restriktioner og sundhedsmyndighedernes kommunikation, som de i mindre grad end de fællesskabsorienterede mente henvendte sig til dem på en ligeværdig måde.

Myndighedernes kommunikation har fulgt den nationale strategi for håndtering af covid-19. Det ser vi komme til udtryk gennem de borgerrettede kommunikationsindsatser, der er blevet gennemført i kampagnen *“Vi kan godt”*. Myndighederne har valgt en emergent strategi, hvilket har givet plads til nytænkning i kommunikationsformerne. Det er blandt andet kommet til udtryk gennem anvendelsen af influencers, som ifølge vores undersøgelse har haft en begrænset positiv effekt på de unges reception af myndighedernes budskaber.

Perspektivering

Kriser handler ofte om at træffe valg, svære valg, der som i dette tilfælde har et formål, nemlig at få standset og komme over en pandemi. Men i de valg ligger en række konsekvenser, som vi muligvis ikke har set alle følgevirkningerne af endnu. En måde at undersøge det på er, at se på folkesundheden. Hvad er sundhed for vores målgruppe, og ser vi et ændret fokus på folkesundhed?

World Health Organization (WHO) definerer sundhed som ” *a state of complete physical, mental and social well-being and not merely the absence of disease or infirmity.*”²² For WHO handler sundhed om vigtigheden af den fysiske, mentale og sociale sundhed, og ikke kun om fraværet af sygdom eller svaghed. Sundhedsstyrelsen bemærker at ” *mental sundhed også handler om en tilstand af velbefindende, hvor individet kan udfolde sine evner, håndtere dagligdags udfordringer og stress samt indgå i fællesskaber med andre mennesker.*”²³

Lektor Lene Otto definerer også sundhed i sin forskning, hvor sundhed handler om at være patologisk eller normal. Ifølge hende vil sundhed være normaltilstanden, mens sygdom er det unormale, som allerhelst skal undgås (Otto, 1998: 50-51). Sundhed kan ifølge Lene Otto opfattes to forskellige måder, nemlig som et middel til at forebygge sygdom, og som en livsstil, hvor f.eks. det at leve sundt er en måde at leve på, som så har den effekt, at man bliver mindre syg. Samtidig hævder Lene Otto, at de to måder at se sundhed på ikke kan adskilles fra hinanden (Otto 1998). Sundhedsstyrelsen har som afsender af myndighedernes kommunikation meldt ud, at formålet med indsatsen var at mindske smittespredning, mindske sygdomsbyrden samt begrænse afledte effekter i samfundet. Sundhed har for dem, i Lene Ottos teoretiske perspektiv, umiddelbart været at forebygge sygdom.

De unge mennesker vi har talt med, oplever dog sundhed som noget andet. De lange perioder med restriktioner og nedlukninger har påvirket og begrænset de unge i at gennemføre de fysiske aktiviteter, de normalt gjorde, og påvirket de muligheder, som de havde, for at være sammen. Når vi spørger ind til emnet i spørgeskemaet og i de efterfølgende interviews, ser vi en tendens til, at det mentale

²² <https://www.who.int/about/governance/constitution>

²³ <https://www.sst.dk/da/opgaver/forebyggelse/indsatser/fokusomr%C3%A5der/mental-sundhed/>

velbefindende har betydet mere end før pandemien. Når vi i vores interviews spørger ind til, hvordan de definerer sundhed, svarer de i overvejende grad, at det handler om kost og motion. Men når vi spørger specifikt ind til, hvordan deres handlinger og syn på sundhed har ændret sig under pandemien, ændrer fokus sig fra kost og motion til mental sundhed.

Vi ser tendenser til, at vores målgruppes mentale sundhed er påvirket. D. 4. april 2022 udgav det Sundhedsfaglige Fakultet på Københavns Universitet en artikel omhandlende unges mentale sundhed efter pandemien. Studiet, der blev ledet af Lektor Katrine Strandberg Larsen konkluderer, at de unge ikke har fået dårligere mentalt helbred efter nedlukningerne, men at der på den korte bane var tale om en midlertidigt dyk. Undersøgelsen er lavet på baggrund af data indsamlet fra 30.000 unge i alderen 18-24 år²⁴. Studiet nuancerer, jf. Strandberg Larsen, det dystre billede, som Sundhedsstyrelsen malede i sundhedsprofilen 2021, der konkluderer, at de unges mentale tilstand er blevet væsentligt forværret siden 2013. Undersøgelsen ved Københavns Universitet viser dog, at nedlukningerne under pandemien ikke har forværret de unges mentale tilstand rent statistisk.

Men hvad kan vi så lære om, hvordan vi skal kommunikere til den unge målgruppe i kriser, hvor de er i en form for choktilstand, som vi, ifølge forskningen, kommer os over. Er der en anden måde myndighederne kan organisere sig og kommunikere på, når kriser rammer Danmark? Bør man i højere grad tale til forskellige typer af unge mennesker og ikke kun forholde sig til forskellige digitale kanaler, hvor man ved, at de unge er? Skal budskaberne også skræddersys, så den individorienterede unge mand i højere grad lytter til myndighedernes kommunikation? De unge respondenter i vores undersøgelse kommer selv med bud på, hvilken form for kommunikation de ville ønske myndighederne havde anvendt. Spørgsmålet er bare, om vi som samfund får fulgt op og justeret planerne til, så vi er klar til den næste forudsigeligt uforudsigelige krise.

²⁴ <https://sund.ku.dk/nyheder/2022/04/nedlukningerne-bed-sig-ikke-fast-i-unges-mentale-helbred/>

Bilagsoversigt

Bilag 1: Spørgeskema Google Docs

Bilag 2: Interviewguide

Bilag 3: Frida transskribering

Bilag 4: Sarah transskribering

Bilag 5: Anker transskribering

Bilag 6: Anders transskribering

Bilag 7: Vigga transskribering

Bilag 8 Gruppe interview transskribering

Bilag 9: Test dig selv – Gallup

Modeloversigt

Model 1: Thorlacius

Model 2: Model for metodedesign

Model 3: Holbæk Kommune

Model 4: Illustration af dataindsamling

Model 5: Gallups Kompas

Model 6: Tidsforbrug sociale medier

Model 7: Hermeneutisk udgangspunkt

Model 8: For forståelse i gruppen

Model 9: Schrøders multidimensionale model

Model 10: Sandviks tværmedielle model

Model 11: Thyssen

Model 12: Respondenter uddannelse

Model 13: Respondenter kønsfordeling

Model 14: Respondenter boligforhold

Model 15: Respondenter forældres uddannelsesniveau

Model 16: Respondenter segment

Model 17: Respondenter uddannelse og forældres beskæftigelse:

Model 18: Respondenter antal kampagnofilm set

Model 19: Respondenter kampagnofilm målretning

Model 20: Respondenter kampagnofilm opfattelse

Model 21: Respondenter vaccinstatus

Model 22: Respondenter påvirkning af holdning

Model 23: Respondenter forældres forbud

Model 24: Respondenter tillid til myndighederne

Model 25: Respondenter tillid til håndtering

Model 26: Respondenter restriktioner og anbefalinger

Referencer:

Dahl, H. (1996): "Sociologi og målgrupper: Nogle erfaringer med at operationalisere Bourdieu." Mediekultur, 24, 5-1.

Frederiksen, Jesper og Sandholm Larsen, Niels (2019): "Undersøgelsesmetoder i sundhedsfagligt arbejde. En grundbog." 1. udgave, Samfundslitteratur.

Fuglsang, L., Olsen, P.B. og Rasborg, K. (2013). "Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne. På tværs af fagkulturer og paradigmer." Samfundslitteratur.

Giddens, Anthony (1994): "Modernitet og selvidentitet. Selvet og samfundet under sen-moderniteten", Hans Reitzels Forlag.

Giddens, Anthony (2005): "Modernitetens konsekvenser." Hans Reitzels Forlag.

Gilje, N. og Grimen H. (2002). "Samfundsvidenskabernes forudsætninger." Hans Reitzels forlag.

Gripsrud, Jostein (2010): "Forskelle: Sociale skel, livsstil og smag" in Mediekultur, mediesamfund (Hans Reitzels Forlag, 2. udgave).

Guldbrandsen, Ib T. & Just, Sine N. (2019): "Strategizing Communication - Theory and Practice", 2. udgave, 2019, Samfundslitteratur.

Hansen, Erik Jørgen & Bjarne Hjort Andersen (2009): "Et sociologisk værktøj. Introduktion til den kvantitative metode". Hans Reitzels Forlag.

Henricson, Maria (2017): "Videnskabelig teori og metode – fra idé til eksamination". Studentlitteratur.

Højbjerg, Lennart (2008): Fortællerteori - musikvideo og reklamefilm, 3. udgave, Forlaget Samfundslitteratur.

Juul, S. (2012). "Hermeneutik" i Videnskabsteori – en indføring, Juul, S. & Pedersen, K.B. (red.). Hans Reitzels Forlag.

Kvale, Steinar & Svend Brinkmann (2015): "Interview. Det kvalitative forskningsinterview som håndværk". Hans Reitzels Forlag.

Levinsen, Marianne (2018): "7 Generationer - Værdier, forbrug og levevis nu og i fremtiden", 1. udgave, 1. oplag, Marianne Levinsen, Fremforsk 2018.

Otto, L. (1998): "Rask eller Lykkelig - Sundhed som diskurs i Danmark i det 20. århundre", Lene Otto og Komiteen for Sundhedsoplysning, ISBN: 87-90073-39-8.

Schrøder, K. (2003): Generelle aspekter ved mediereception Et bud på en multidimensional model for analyse af kvalitative receptionsinterviews. I MedieKultur.

Schrøder, K. og Mathieu, D. (2021) "Receptionsteori", I Mikkel Eskjær & Mette Mortensen (red.)

Sepstrup, P. og Fruensgaard, P. (2010): "Tilrettelæggelse af information. Kommunikations- og kampagneplanlægning". Hans Reitzels Forlag (4. udgave).

Skovmand, M. (1988): "Bourdieu og medie/kulturforskningen". MedieKultur, 4(7), 80-100.

Thorlacius, L. (2018). "Visuel kommunikation på digitale medier", kap. 1. Frederiksberg samfundslitteratur.

Thyssen, O. (2000). "Æstetik i organisationer: Om organisationens æstetiske profil". In F. Stjernfelt & O. Thyssen (Eds.): Æstetisk Kommunikation (pp. 175-205). Frederiksberg: Copenhagen Business School Press.

Online dokumenter og websites - referencer:

Bang Petersen & Lindholt, Marie F. (21. februar 2021): Danskernes mentale helbred under COVID-19-pandemien, fra HOPE-Projektets rapport, lokaliseret d. 8. maj 2022, kl. 13:00:

https://raw.githubusercontent.com/mariefly/HOPE/master/Danskernes_mentale_helbred_under_COVID-19-pandemien_20210206.pdf

Beredskabsstyrelsen (u.å.): Beredskabsstyrelsen, lokaliseret d. 8. maj 2022, kl. 09:27:

www.brs.dk

Danmarks Evalueringsinstitut (2019): Køn og uddannelsesvalg i 9. klasse - Unges veje mod uddannelse, lokaliseret d. 8. maj 2022, kl. 13:46:

https://www.eva.dk/sites/eva/files/2019-11/Rapport_Køn-og-uddannelsesvalg-i-9.klasse.pdf

Danmarks Statistik (2022, 4. april) Lokaliseret d. 5. maj 2022 kl. 22:00:

<https://www.statistikbanken.dk/statbank5a/default.asp?w=1366>

Danmarks Statistik (u.å.): BOL106: Boliger med CPR-tilmeldte personer (gennemsnit) efter område, enhed og anvendelse, lokaliseret d. 7. maj 2022, kl. 19:35:

<https://www.statistikbanken.dk/BOL106>

Danmarks Statistik (2022). Folketal, Holbæk Kommune, 30-24 år, 2022, Lokaliseret d. 7. maj, kl. 10:00, 2022 på:

<https://statistikbanken.dk/HFUDD11>

DR Medieforskningen (27. januar 2022): Medieudviklingen 2021 (rapport), lokaliseret d. 26. april 2022, kl. 18:50:

<https://www.dr.dk/om-dr/fakta-om-dr/dr-i-2021/rapport-fra-dr-medieforskning-er-klar-saadan-var-medieudviklingen-2021>

DR Rapport om Medieudviklingen (27. januar 2021): Medieudviklingen 2021 (rapport), lokaliseret d. 8. maj 2022, kl. 09:15:

https://www.dr.dk/static/documents/2022/01/26/medieudviklingen2021_1bb12b10.pdf

Erhvervsskoler og gymnasier (2021, 15. februar): Fordelingen af elever mellem stx, hhx, og htx, lokaliseret d. 3. april 2022, kl. 17:08:

<https://deg.dk/tal-analyse/gymnasier-0/fordeling-elever-mellem-stx-hhx-htx>

Holbæk Kommunes hjemmeside (24. februar 2022): Ungdomsuddannelser - oversigt over uddannelser i Holbæk Kommune, lokaliseret d. 7. maj 2022, kl. 10:34:

<https://holbaek.dk/borger/boern-unge-og-uddannelse/uddannelse/ungdomsuddannelser/>

HOPE-Projektets hjemmeside (u.å.), lokaliseret d. 8. maj 2022, kl. 12:30:

<https://hope-project.dk/#/>

Indenrigs- og Boligministeriet (u.å.): Kommunale Nøgletal, lokaliseret d. 7. maj 2022, kl. 11:13:

<https://noegletal.dk/noegletal/nctrlman>

KANTAR Gallup (u.å.): Gallupkompas, lokaliseret d. 7. maj 2022, kl. 18:00

<https://kantargallup.dk/gallupkompas>

Medie- og Kommunikationsleksikon (u.å.): Denotation og konnotation, lokaliseret d. 3. april 2022, kl. 12:46:

<https://medieogkommunikationsleksikon.dk/denotation-og-konnotation-2/>

Sundhedsstyrelsen (10. marts 2020): COVID-19 - Risikovurdering, strategi og tiltag ved epidemi i Danmark, lokaliseret d. 8. maj 2022, kl. 14:27:

<https://www.sst.dk/-/media/Udgivelser/2020/Covid-19/Strategi-for-COVID-19>

Sundhedsstyrelsen (14. oktober 2019): Mental sundhed - Sundhedsstyrelsen, lokaliseret d. 5. april 2022, kl. 18:00:

<https://www.sst.dk/da/opgaver/forebyggelse/indsatser/fokusomrader/mental-sundhed/>

Sundhedsstyrelsen (15. maj 2020): Nationalt beredskab, lokaliseret d. 8. maj 2022, kl. 14:12:

<https://www.sst.dk/da/opgaver/beredskab/nationalt-beredskab>

Sundhedsstyrelsen (26. marts 2019): Strategi, mission og værdier - Sundhedsstyrelsen, lokaliseret d. 8. maj 2022, kl. 11:36:

<https://www.sst.dk/da/Om-os/Strategi-og-grundlag/Strategi-mission-og-vaerdier>

Sundhedsstyrelsen (21. januar 2021): Strategi og grundlag - Sundhedsstyrelsen, lokaliseret d. 8. maj 2022, kl. 11:12:

<http://www.sst.dk/da/om-os/strategi>

Sundhedsstyrelsen (12. maj 2020): Sundhedsstyrelsens borgerrettede kommunikationsindsats om ny covid-19virus / COVID-19, lokaliseret d. 8. maj 2022, kl. 12:03:

https://www.sst.dk/da/Udgivelser/2020/Sundhedsstyrelsens-borgerrettede-kommunikationsindsats-om-ny-covid-19virus_COVID-19

Sundhedsstyrelsens YouTube-kanal (23. november 2020): "Filmaften," lokaliseret d. 16. april 2022, kl. 11:15:

<https://www.youtube.com/watch?v=02B4NeCvX2s&t=1s>

Sundhedsstyrelsens YouTube-kanal (23. november 2020): "Gå nu hjem," lokaliseret d. 16. april 2022, kl. 11:10:

<https://www.youtube.com/watch?v=QEVcWZWsBW0>

Sundhedsstyrelsens YouTube-kanal (23. november 2020): "Skal du have en krammer? Ej seriøst glemmer det hele tiden", lokaliseret d. 16. april 2022, kl. 11:03:

https://www.youtube.com/watch?v=kKIT_7MDXj8&t=1s

Sundhedsstyrelsens YouTube-kanal (23. november 2020): "Småsyg? Jeg tror det er fedest jeg bliver hjemme," lokaliseret d. 16. april 2022, kl. 11:03:

<https://www.youtube.com/watch?v=bBu1xNf.eks.O8E>

Uddannelses og Forskningsministeriet (u.å.): Grundtal om søgning og optag på videregående uddannelser - Grundtal om søgning og optag - Ansøgere og optagne fordelt på køn, alder og adgangsgrundlag, lokaliseret d. 7. maj 2022, kl. 20:19:

<https://ufm.dk/uddannelse/statistik-og-analyser/sogning-og-optag-pa-videregaende-uddannelser/grundtal-om-sogning-og-optag/ansogere-og-optagne-fordelt-pa-kon-alder-og-adgangsgrundlag>

World Health Organization (WHO)s hjemmeside (u.å.): WHO Constitution, lokaliseret d. 17. maj 2022, kl. 17:59:

<https://www.who.int/about/governance/constitution>

Københavns Universitet - Det sundhedsvidenskabelige fakultet: Nedlukning bed sig ikke fast i unges mentale helbred. Lokaliseret d. 17. maj kl. 18:00

<https://sund.ku.dk/nyheder/2022/04/nedlukningerne-bed-sig-ikke-fast-i-unges-mentale-helbred/>