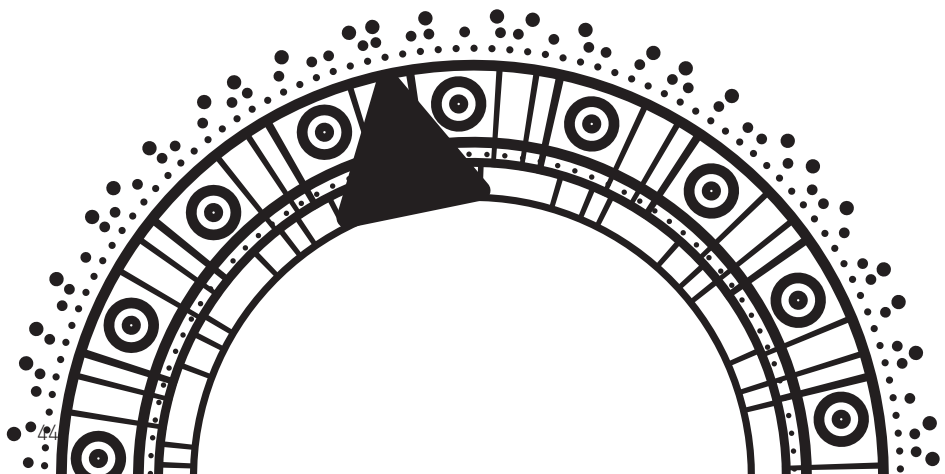




>> 2013 <<

**The Feeling**



# HÅB OG SKYGGESIDER



Vi befinder os i sommeren 2013. Facebook, Twitter og YouTube er ikke længere forbeholdt de unge og dem, der er tech savvy. De er derimod allemandseje, måske lige med undtagelse af Twitter, som i Danmark primært benyttes af dem, der er noget ved musikken indenfor politik og kommunikation. Virksomheder, organisationer og kommuner har også taget de sociale medier til sig. Kun fantasien sætter grænser for, hvad virksomheder i 2013 bruger deres sociale mediekkanaler til. Det samme gør sig gældende for mennesker med trang til at krænke andre. Pludselig får vi også øje på trollen og krænkeren på de sociale medier. Det bliver hverdagskost for mange unge at modtage dickpics samt at opleve egne intimbilleder blive delt på de sociale medier – ofte af forsmåede kærester, som ønsker hævn. Samtidig kan de sociale medier blive et frirum og et håb for unge, der bliver misforstået og mobbet i skolerne. Således får Astrid Olsen, en af landets første youtubere, digital oprejsning hos sine followers på vloggen, alt imens hendes tid i gymnasiet er præget af mobning og dårlig karma.

Med de voksnes, herunder særligt forældrenes entre på Facebook, opstår der hos frontløberne blandt Generation Z en naturlig trang til at flygte. Heldigvis for de unge kommer der nye, alternative platforme som Instagram og Snapchat

til. Her kan de være i fred for de voksne.

Hos frontløberne opstår der dog et nyt og mere alvorligt problem, som de ikke kan flygte fra uden at forlade de digitale platforme. De unge frontløbere opdager nemlig, at deres opmærksomhed er til salg på de sociale medier, hvor deres adfærd bliver overvåget og tracket og transformeret til annoncekroner. Tanken om tech utopia, som kendetegnede 2010, er på et tilbagetog hos frontløberne – de selv samme, som 4 år tidligere havde bidraget til at udbrede de sociale medier. Dette opdager vi i Fremtidsfabrik i efteråret 2013, hvor vi indleder et samarbejde med Danske Medier. Samarbejdet skal munde ud i et inspirationsoplæg om, hvordan mediebranchen kan bruge de sociale medier til at få de digitalt indfødte unges opmærksomhed.

Da vi i begyndelsen af codesign processen præsenterer opgaven for de otte unge deltagere lyder svaret enstemmigt: "DET er et uambitiøst og uetisk spørgsmål – vi vil ikke bare have flere sociale medier og mere teknologi. Vi vil have, at de danske medier tager ansvar: Facebook og Google udvander lige nu vores medier samtidig med, at de sælger vores opmærksomhed til højeste pris. Det er ikke holdbart i længden, heller ikke for dem selv. Vi kræver omtanke, og vi kræver innovation i danske medier!"

Frontløberne begynder at få øjnene op for slagsiden ved de sociale medier, men vi befinder os stadig i en tid, hvor optimismen præger stemningsbilledet. Nok bliver nettet brugt til at overskride grænser, og nok føler frontløberne sig til salg, men nettet emmer også af muligheder: Ube-grænset adgang til netværk, kattevideoer og dating skaber god stemning. Vi begynder i denne periode at beskæftige os med online dating, som bliver stadig mere avanceret og

# VI KRÆVER: INNOVATION I MEDIER

NÅR MEDIERNE I DAG LEVERER GRATIS INDHOLD, SÆTTER DE OS TIL SALG. VORES OPMÆRKSOMHED, TILLID OG TRYGHED SÆLGES TIL HØJESTE BUD. ETHVERT SKRIDT TRACKES, OG VI UDSÆTTES DAGLIGT FOR MERE SPAM END INDHOLD.

D. 7.10 TALER FREMTIDSFABRIK TIL HELE DEN DANSKE MEDIEBRANCHE. VORES OPLÆG BYGGER PÅ ET SIMPELT SPØRGSMÅL: HVILKEN JOURNALISTIK ER DU VILLIG TIL AT BETALE FOR? HJÆLP OS MED AT SENDE ET SIGNAL OM, AT VI IKKE BLIVER ENGAGERET AF SOCIALE MEDIER, SPAM OG OVERVÅGNING MEN AF MEDIER, SOM OPFYLDER VORES BEHOV.

STØT VORES MANIFEST OG VÆR MED I KAMPEN OM AT VINDE TILLIDEN  
TILBAGE I MEDIEVERDENEN.

Vi kræver innovation i danske medier:

Vi rekrutterede otte unge innovatører til at give deres bud på, hvad fremtiden var indenfor medier. Svaret skulle præsenteres for den danske mediebranche, som var meget overraskede. De havde ikke forventet, at de unge ville være kritiske overfor Facebook. I dag kan vi se, at de otte unge var forud for deres tid. Det giver mening at lytte til innovatørerne, hvis man vil være på forkant.

nichepræget. Således kan man nu finde særlige datinguniverser for de lækre, de rige og de gifte. I kølvandet af denne udvikling opdager et stigende antal unge sugardaters.dk. Her kan man som ung og smuk sælge sin tid til ældre mænd (og kvinder) med penge og hang til selskab. Vi laver en undersøgelse af fænomenet i foråret 2013, hvor vi foretager dybdeinterviews med 52 unge. Ud af disse har fire erfaringer med sugardating - en af de fire unge er Line, som giver os et helt nyt blik ind i ungdomskultur anno 2015.

## Line

***“Jeg er en af landets første professionelle bloggere - og så giver jeg et godt blowjob....for en 1000 lap!”***

Line er droppet ud af Det Fri Gymnasium og forfølger nu sin drøm om at leve som blogger. Hun er en dygtig fotograf med et indgående kendskab til modebranchen. Samtidig har hun fra en tidlig alder kunnet se værdien af sine følgere. Således har hun opbygget sit eget brand i en alder af 19 år. Hun deler derfor ikke sine forældres bekymring om, at hun er droppet ud af gymnasiet. Line har en udpræget iværksætterånd, og på den måde et rigtig godt billede på den drøm, som kendetegner unge i 2013.

Line er en af de første fra sin generation, som vælger at skifte Facebook ud med Instagram. Hun deler som sådan ikke de digitale frontløberes mishag i forhold til at være til salg - omend hun har oplevet slagsiden ved de sociale medier. Hun har en kæreste, som hun er vild med, og som hun har stor tillid til. Derfor indvilliger hun i, at de filmer et samleje mellem dem med deres iPhone. På den måde har de et minde om hinanden, når de ikke er sammen. Line er grænsesøgende, men som sådan har hun ikke mere vo-

vemod end så mange andre på sin alder. I 2013 – og med smartphonen som allemandseje – er det relativt almindeligt at filme sine seksuelle udskjelser med mobilens kamera, der filmer med høj kvalitet. En dag får Line nok af sin kæreste, og hun vælger derfor at slå op med ham. Hun skal videre på nye eventyr – og fejrer sit farvel med en drink på Floss i København i indre by sammen med sin bedste veninde, Arlette, som er transseksuel. Arlette og Line har deres livs fest, de flirter med et vennepar, som netop har tilbudt dem noget MDMA. Det er første gang, de prøver stoffet, og det virker som en drøm. Line går i løbet af natten på toilettet, og her får hun sit livs chok. Med ét forvandles drømmen til et mareridt. Hun har modtaget omkring 50 beskeder via Facebook Messenger med advarsler fra sine venner. Hendes ekskæreste har delt den intime sexvideo, som de har optaget et par måneder tidligere. Videoen er delt med hans egen venskabskreds, og en af hans venner har valgt at sende den videre til en af Lines venner. For en kort stund går Lines liv i stå. Mit brand er totalt slået i stykker, tænker hun. Og jeg er intet værd uden det brand.

Line er én af de første piger, som bliver udsat for hævnporno, så nu er hun kendt for to ting: Hun er en af de første bloggere, der kunne tjene penge i Danmark, og er en af de første, som oplever at blive digitalt sexkrænket. Line er dog ikke den handlingslammede type, så efter en rum tid og hundredvis af tilkendegivelser går hendes liv videre. Hun fortsætter med Instagram, sin blog, festerne på Floss og livet som en up and coming influencer. Men hun begynder også på noget nyt. Hun laver en profil på sugardaters.dk. Line ser det i begyndelsen som et eksperiment og et eventyr – og som en genvej til at få råd til at finansiere sin dyre livsstil med gourmetmiddage, champagne og dyrt tøj. Line har oplevet, hvordan hendes grænser løbende er ble-

vet udvisket på internettet - først frivilligt på bloggen, hvor hun fortæller mere og mere om sig selv. Siden ufrivilligt på grund af episoden med sin ekskæreste. Derfor er det som sådan ikke et svært skridt for Line at sælge sin krop. Hun har jo allerede solgt sin sjæl.

## Gråzoner

### *Livet er smukt med en Gucci jakke*

Vi mødte som nævnt ovenfor Line første gang på en workshop, hvor vi undersøgte unges holdninger og handlinger inden for seksuelle gråzoner - herunder sugardating. Line deltog i workshoppen i København sammen med syv andre unge. Allerede da hun kom ind i lokalet, stjal hun opmærksomheden. Hun var ikklædt en pangfarvet jakke fra Gucci og kom lige fra frisøren, som havde farvet hendes hår og lagt make-up, mens de havde drukket sig tipsy sammen. Line levede det gode liv. I løbet af workshoppen fortalte Line bramfrit og detaljeret om, hvordan hun gik på dates for penge. Hvis fyrene var lækre, og hun i øvrigt havde lyst den dag - så gik hun heller ikke af vejen for at tage med dem hjem i seng efterfølgende. Men det var hende, som kontrollerede slagets gang, lod hun os forstå. Stemningen omkring bordet var ikke pinlig eller akavet, da Line detaljeret indviede os i sine eskapader - snarere det modsatte. Det var som om, at de øvrige deltagere ikke kunne tilbageholde deres fascination. Dengang forklarede vi den gode stemning med, at Line havde en helt særlig karisma - men siden, da vi i samarbejde med KFUKs Sociale Arbejde og Gallup, gennemførte en repræsentativ kvantitativ undersøgelse om unges holdninger til sugardating, kom vi på andre tanker. Undersøgelsen viste nemlig, at KUN 23 % af de unge havde en positiv holdning til fænomenet.

## Er der grænser for codesign?

De fortællinger, som kom frem, var chokerende. Både os selv og øvrige fagfolk på området. Og vi følte os rent ud sagt forpligtede til at gøre noget – i første omgang ved at udbrede kendskabet til den virkelighed, som vi havde fået indblik i. Derfor takkede vi ja, da KFUKs Sociale Arbejde inviterede os til at give et bud på, hvordan vi kunne gøre det til virkelighed. Vi ville over de næste tre år sætte 'Seksuelle Gråzoner' på mediernes dagsorden. Konkret drejede det sig om emner som hævnporno, digital sexmobning, sugardating og online mobbekulturer, som vi ønskede at få frem i lyset og gjort til noget, man kunne tale åbent om. Dernæst ville vi infiltreres helt ind i de danske skoleelevers hverdag med viden om emnet - for det var jo præcis i denne hverdag, at problemerne udspillede sig.

Vi havde masser af succes og gode erfaringer med fra tiden med Youth Explorer. Her havde vi allerede smagt på effekten af at involvere unge direkte i at skabe og udbrede kampagner. Og det havde åbenbart et kæmpe potentiale, der hele tiden voksede. I Youth Explorer samarbejdede vi med fire særligt udvalgte unge, og vi så effekten af at lade dem skabe kampagner og realisere dem – helt virkeligt og uden filter. Netop det transformerede de unge og skabte værdi i de kampagner, vi skabte sammen med dem. Men hvorfor skulle dette egentlig kun gælde denne lille gruppe af unge? Hvad ville der ske, hvis mange unge begyndte at arbejde på samme måde?

I vores øjne var svaret indlysende: Vi rekrutterer en gruppe unge, som er forbilleder og karismatiske og får dem til at bruge en uge sammen, hvor de trænger ind under den pæne overflade og undersøger unges forhold til sugarda-



ting og digitale krænkelser. Deres arbejde ender i et digitalt magasin og inspirationsmateriale som skole- og gymnasieklasser efterfølgende kan lade sig inspirere af, så de kan gøre det samme selv. Vi starter en revolution baseret på, at de unge fortæller om det, de kender allerbedst – nemlig deres egen hverdag.

Vi havde forberedt os grundigt, da vi præsenterede projektet på et netværksmøde, hvor alle de professionelle interessenter på området var samlet. Vi havde forventet spørgsmål om, hvordan metoden ville fungere, om det var realistisk at gennemføre projektet – eller om projektet ville brede sig over andre NGO'ers fagområder. Men vi havde IKKE forventet det, der skete, nemlig et kollektivt ramaskrig: "Hvordan kan I behandle unge på den måde? De kommer til skade og lider psykisk overlast, hvis de skal beskæftige sig med deres egen hverdag. Seksuelle gråzoner er alt for kontroversielt - I skal straks ændre projektet, så de unge arbejder med fiktive historier, fiktive problemstillinger og for alt i verden ikke deler virkeligheden med hinanden."

Fra flere sider forsøgte man efterfølgende at få projektet stoppet, men både vi og KFUKs Sociale Arbejde var sikre på, at reaktionen var udtryk for vanetænkning snarere end reel hensyntagen, og at det største svigt i denne sammenhæng ville være IKKE at tale om unges virkelighed.

## **At håndtere virkeligheden**

Det var derfor med en vis usikkerhed, at vi lavede et jobopslag. "Vil du være med til en intensiv uge som del af et journalistisk kampagneteam, der sætter en vigtig dagsorden til debat" ... vi vidste, at vi havde de unge med her... "I skal undersøge sugardating, og I skal være villige til at tage

udgangspunkt i jeres eget netværk og kontakter”. Den sidste del fik hjertet til at banke, da vi trykkede send. Vi vidste ikke, om der ville være ansøgere til jobbet. Der viste sig heldigvis at være tilstrækkeligt med ansøgere, og vi kunne sætte rammerne for første skridt - nemlig at producere det første Gråzoner-magasin. Efter en række jobsamtaler var vi klar med det hold, vi troede på: Redaktionsgruppen.

Inspirationen var ... virkeligheden. Redaktionsgruppen blev tildelt konkrete jobfunktioner – præcis som på en ægte journalistisk redaktion. Som selvbestaltede fotografer, journalister, researchere og kampagnemedarbejdere kastede de sig over opgaven – nemlig at komme ind under huden på sugardating i København.

Vi opdagede hurtigt, at vores unge “reportere” havde nogle klare fordele frem for deres ældre “kollegaer”. I modsætning til den professionelle presse, deres pressekort og lukkede medieevents, så blev de unge modtaget med åbenhed og med sænkede parader – netop fordi de bevægede sig i deres egen virkelighed, hvor de naturligt kunne være en del af det sociale miljø, som de skulle undersøge.

En af fotografene, Emil, kom eksempelvis og sagde: “Hey, skal alligevel til fest på onsdag - tager kameraet med og skyder nogle billeder”. Selvfølgelig skulle han det! Emil er en talentfuld, ung fotograf, der i forvejen begår sig i det Københavnske natteliv. Gennem en nats bytur skabte han en visuel fortælling om en festkultur med masser af stoffer, dyre flasker champagne og piger, som ville gøre meget for at sidde med ved de dyre borde. De betalte godt nok ikke i cash, men alligevel var det ikke gratis – de betalte med deres selskab og deres unge kroppe. Som Emil fortalte: “Vi kalder dem flaskeludere!”

Reportagen var hudløst ærlig og præcis, og vi måtte efterfølgende tage nogle svære beslutninger om anonymisering af billederne. Hvad gør man egentlig med et billede, hvor et kendt teenageidol står og tager stoffer, mens han hilser på kameraet? Hvad betød det for os som fagfolk at få et indblik i de unges festkultur - helt rå og ufiltreret? Det var præcis skrækscenariet, som alle de professionelle kollegaer havde advaret imod. Men vi så det ikke som et skrækscenarie, men oplevede tværtimod, at disse dilemmaer var med til at skabe et stærkt sammenhold mellem os og de unge i redaktionsgruppen. De kunne tydeligvis mærke, at der var noget på spil her for både Fremtidsfabriks og KFUKs Sociale Arbejdes renommé foruden vores ansvar for at beskytte de unge, der havde valgt at bidrage med deres fortællinger. På dette punkt var Gråzoner projektet helt anderledes end Youth Explorer. Hvor Youth Explorer var mest for sjov og uskyldigt, så var Gråzoner den ramme alvor.

Vi formåede at komme under overfladen og stiftede bekendtskab med adskillige fortællinger om et marked, hvor kroppen er en handelsvare – og det både den digitale og den fysiske krop. Det blev sat på spidsen med en reportage hos en kvindelig webcam-model, der tjente gode penge på at sælge sin krop digitalt til mænd, der ville betale for at se med. Er det prostitution, når det kun er på kamera - og er det godt eller skidt? Redaktionsgruppen var ikke sikre, og vi måtte tage denne åbenhed med i deres reportage.

Og så endte redaktionsgruppen med at lægge sig ud med TV3's jurister, da de tillod sig at tale med en tidligere Paradis Hotel deltager, der fortalte om, hvordan man blev presset til at overskride sine egne grænser i programmet - mens familien Danmark morede sig over det i bedste sendetid. Er det prostitution, når vi kalder det underholdning?



Emil Møller på 21 år tog sit kamera med, da han skulle i byen med sine venner. Her dokumenterede han drengenes udskejelser og fænomenet "flaskeludere", et udtryk unge fra Nordsjælland brugte om de piger, der hang ud med dem i byen. Pigerne var, ifølge drengene, villige til at overskride deres egne grænser for at få drinks og være med til festen.

Og hvad er det, når vi til sidst endte med at trække artiklen tilbage for at undgå en retssag?

Men vigtigst af alt, så afslørede processen, hvor normalt og udbredt det var blandt unge at blive udsat for digitale krænkelse og tilnærmelser - og samtidig hvor langt fra virkeligheden de fagprofessionelles forståelse af problemet var. Unge, der havde henvendt sig til SSP medarbejdere angående digitale krænkelse, havde eksempelvis oplevet at få følgende "hjælp": "Hvorfor lukker du ikke bare dine profiler på de sociale medier?" En løsning, som naturligvis var helt utænkelig for den unge generation, da det ville være det samme som at begå digitalt selvmord.

Det var helt tydeligt, at vi stod tilbage med indsigter og perspektiver på gråzone seksualitet, som var helt anderledes, end de ville have været, hvis vi selv havde bevæget os ud i felten for at undersøge emnet. Det var den helt rigtige beslutning at lade de unge selv stå for undersøgelsen. Gråzoner var deres projekt, og det handlede ikke om at fortælle unge, hvad der var den rigtige holdning, men om at få unge til at tale sammen og derved fjerne tabuerne og få den digitale virkeligheds skyggesider frem i lyset.

## **I et sanseløst sekund**

Kulminationen på redaktionsgruppens arbejde blev en fernisering på det midlertidige udstillingssted 'Dome of Visions' i København. Her formåede redaktionsgruppen at skabe et event, hvor en lang række unge havde modet til at stille sig frem og fortælle personlige historier og refleksioner om sex og grænser. Passionen var fælles for alle deltagere, uanset om holdningen kom fra en ung med fortid i prostitution, som advarede mod følgerne af det livsvalg

- eller om det var ham, som repræsenterede det modsatte synspunkt: Nemlig at kroppen er noget, man har ret til at bruge som alt andet – hvilket man ikke kan blive dømt på:

“Det er min krop, og jeg kan bruge den, som jeg vil - hvis man har et godt hoved, er det OK at bruge det – og hvis man har en lækker røv, er det også OK at bruge den...” MEN! På scenen går tiden i stå, og presset bliver for stort – han kan pludselig ikke huske ordene! Der er tydeligvis meget på spil her – så meget at han må forlade scenen uden at kunne færdiggøre sin fortælling.

Den unge mand er ikke den eneste i programmet, som repræsenterer en liberal holdning til gråzoneprostitution - det gør den unge generationsforfatter, Esben Weile Kjær, også. Esben skulle ligesom den unge mand have delt ud af sine liberale holdninger og læst op af sin digtsamling, Alting sker så meget, som sætter fokus på grænser, særligt i homomiljøet. Esben vælger at bakke ud, før han går i stå på scenen. Han har fortrudt og insisterer på at nøjes med at læse op fra sin digtsamling. Sine liberale holdninger ønsker han alligevel ikke at dele med andre. Set i bakspejlet indikerer det, at både den unge mand gik i stå, og Esben bakker ud på selve dagen et paradigmeskifte i forhold til unge frontløberes holdninger til grænser og etik. Vi må her huske på, at begge unge mænd – særligt Esben – er meningsdannere. Pludselig er det ikke længere acceptabelt bare at gøre sin ting - alting er måske ikke længere ok? Vi er hinandens liv og skæbne, og det medfører en etisk fordring. Faktisk den samme etiske fordring, som siden blev kendt som #metoo.

Metoden havde vist sig at være en succes. Redaktionsgruppen havde fået indsamlet fortællinger, som selv professio-



Esben Weile Kjær var en af de unge, som fremførte sin gråzonefortælling til et event i Dome of Visions i København, hvor vi satte fokus på hævnporno, sugardating og seksuelle gråzoner. Esben læste op fra sin digtsamling, "Alting sker så meget."

nelle journalister ville have haft svært ved at få fat på. Og de havde også formået at rammesætte et event, hvor en af tidens vigtige debatter udspillede sig.

## **Vi befrier de 1000 kasserede stile fra papirkurven**

Næste skridt var et frontalangreb på de tusindvis af skoleopgaver, som hver eneste dag ender i papirkurvene ude på de danske skoler. Hvordan kan det være, at eleverne ikke arbejder med noget, der rent faktisk kan bruges til noget - i stedet for bare at skrive til papirkurven? Vi havde med Gråzoner fundet et felt, hvor vi som eksperter var afhængige af at få viden om, hvad de unge faktisk mente.

Vi kunne se, at den skabertrang – som tidligere var forbeholdt nogle få unge – var ved at brede sig til en langt større gruppe. Der var altid flere unge i hver klasse, som lavede deres egne vlogs, filmede og på anden vis skabte deres eget digitale indhold – drømmen om iværksætteri var på vej. Vi havde netop fået en prøve på dette fra de otte unge bag det første digitale magasin, der havde taget projektet på sig og leveret over forventning. Det var præcis den effekt, vi ønskede at skabe igen, bare med en hel skole- eller gymnasieklasse.

Derfor stod vi en morgen foran 3.b på Bornholms Gymnasium og præsenterede projektet med følgende ord: "Den næste uge skal I arbejde sammen. Det handler ikke om, hvad I hver især kan lære, men om hvordan I kan bidrage til det bedst mulige resultat. Jeres projekt skal være det, der sætter dagsordenen på Folkemødet, når hele Danmarks magtelite kommer til Bornholm!"



Budskabet var chokerende - og måske også en smule fjernt for eleverne. Det ændrede sig dog, da Emma Holten, en ung kvindelig debattør, som selv havde været offer for digital sexkrænkelser, tonede frem på klassens smartboard via en Skype forbindelse. Emmas historie om, hvordan hun systematisk havde været og stadig var udsat for afpresning og overgreb på grund af billeder, der blev delt flere år tilbage. Efter oplægget var der stilhed i klassen - og fornemmelsen af, at nu havde vi sammen en mission.

Missionen blev efter to dages intens udvikling centreret om hashtagget #detstoppervedmig. Klassen ønskede at sætte fokus på, hvad man selv kan gøre for at stoppe delingen af billeder og videoer. Eleverne havde følgende oplevelse: "Hvis vi træder ved siden af her i den fysiske verden, bliver det bemærket og taget alvorligt - digitale krænkelser kan derimod ske lige for næsen af myndighederne. Ingen tager sig af det."

Klassen havde undersøgt temaet blandt deres egne venner og medstuderende, og vores fordom om, at digitale krænkelser kun var et Københavnsk storbyfænomen blev manet i jorden. Til redaktionsmødet kunne én af eleverne fortælle, at hun netop havde talt med en lokal pige, der havde oplevet en hemmeligt optaget sexvideo med hende selv blive delt i skolebussen. En anden gruppe havde skaffet kontakt til bagmanden bag en af de største lokale gossip sider på Facebook - en side, der bevidst spredte løgne og "fake news" - og han ville gerne stille op til interview.

Historierne var massive. Og det måtte ud i medierne. Heldigvis var Adam fra klassen en talentfuld unge rapper, og han skabte karakteren \$toddern til projektet - en ægte antihelt og typen, der elsker at skabe splid og dele billeder



Adam var elev på Bornholms Gymnasium og deltog i projektet, "Gråzoner." Adam sang hip hop i sin fritid, og den evne brugte han til at udvikle rim, der skulle sætte fokus på hævnporno. "\$todderen" var født, en fiktiv person, som spredte had og frygt blandt pigerne på Bornholm.

videre for "Kællingerne kan jo lide det".

\$toddern gemte sig bag en maske - også da han indvilligede i at møde op på Bornholms Tidenes redaktion for at give et interview om, hvorfor han synes, det er i orden at være ligeglad med andre. Under interviewet gik \$toddern linen ud og fortalte journalisten om alle de krænkelser, han selv havde været med til. Det endte med, at journalisten tydeligvis overvejede en politianmeldelse af den lidt for smarte rapper - og vi måtte nødtvungent gå til bekendelse om \$todderns rigtige identitet og mission. \$toddern og #detstoppervedmig fik dog erobret forsiden på Bornholms Tidende og på den måde sendt et tydeligt budskab ud til hele Bornholm.

Klassen havde gravet historier frem om hemmeligt optagede sexvideoer, der blev delt i skolebussen, skaffet et interview med bagmanden bag en stor gossip Facebookside, der bevidst delte usande historier for at få opmærksomhed samt erobret Bornholms Tidende med den fiktive rapper \$toddern, der "mente", at pigerne selv var ude om det.

Vi så artiklen i avisen, da vi sad på færgen på vej hjem fra Bornholm. Det var en kæmpe succes at kunne fejre - ja, det lykkedes os at skabe læring sammen med en gruppe fantastiske unge og samtidig skabe en kampagne, der satte spor i virkeligheden. Næste stop var Folkemødet på Bornholm.

## Smidt ud af Folkemødet

Kulminationen på indsatsen blev en kampagne på Folkemødet på Bornholm, hvor klassen ulovligt "delte" plakater i det fysiske rum. Som lokale bornholmere havde klassen så at sige "hjemmebanefordelen". De tog op til Allinge dagen

SEND FLERE  
NØGENFOTOS  
ELLER DINE  
PATTER  
HAVNER PÅ  
FJÆSEN!

#detstappervedmig

www.grazoner.dk

GRÅZONER

— DRØM, SE & STRÆK —

KOM OG MØD OS PÅ FOLKEMØDET FREDAG  
DEN 17 JUNI - 17.45-18.45 - HØIERS ISCAFE - J11



Eleverne fra Bornholms Gymnasium fik succes med at sætte hævnporno på dagsordnen, og de blev blandt andet inviteret til Folkemødet på Bornholm. For at få politikernes opmærksomhed lavede de en plakat-kampagne med lumre beskeder, som de havde modtaget på de sociale medier.

før Folkemødet og satte store valgplakater op i hele byen.

Plakaterne var et udvalg af de beskeder, som lokale piger helt konkret havde modtaget online – men hvad ville der ske, når det pludselig kom ud i den fysiske verden.

“Jeg deler nøgenbilleder og hvad så? Tøserne kan jo lide det?”

“Se min dejlige diller. Skal vi knalde??”

Plakaterne vakte stor opstandelse på Folkemødet – det er jo ulovligt at sætte plakater op uden at spørge. Vi blev truet med bål og brand, og måtte nødtvungent indvillige i at tage plakaterne ned igen. De havde dog allerede gjort deres effekt, og vi kunne sammen med gymnasieklassen fortælle interesserede medier, at det er præcis lige så ulovligt at dele billeder online, men det er der bare ikke rigtig nogen, der tager sig af. Det var fantastisk, at budskabet gik rent ind, hvor det skulle.

## Gråzoner lever videre

Vi har også arbejdet med Gråzoner projektet sammen med en hel årgang gymnasieelever på Hasseris Gymnasium i Aalborg – såvel som på produktionsskoler og folkeskoler. Elevernes fortællinger og undersøgelser af problemet har været medvirkende til at sætte fokus på digitale krænkelse. I dag er der gennemført lovgivning mod deling af krænkende billeder, der er lavet oplysningsmateriale om fænomenet, og RedenUNG har igangsat en forskningsbaseret undersøgelse af sugardating.

Undervisningstilbuddet udvikler sig konstant på:  
<http://gråzoner.dk>

# 2013 - FORSTÅElsen



Med Gråzoner oplevede vi at skrabe i overfladen og gradvis finde frem til en anden virkelighed - en virkelighed, som har været kendt blandt de unge, som levede i den, men som stadig ikke var en del af den officielle virkelighed. Hvor Youth Explorer repræsenterede en tid med uendelig tro på den digitale frihed, så illustrerer Gråzoner præcis det punkt, hvor skyggesiden af den nye virkelighed giver sig til kende.

Samtidig ser vi også med Gråzoner, hvordan mulighederne for at arbejde med codesign udvikler sig. Hvor det tidligere var et fåtal af unge, der havde evner og ressourcer til at være kreative skabere, så er denne evne i 2013 udbredt så meget, at det er muligt at bygge videre på det i skolesammenhæng - og stadig få resultater ud, der kan sætte dagsorden, komme i medierne og fungere som kampagnofilm. Det er en ny måde at motivere og inddrage på.

Men først og fremmest er Gråzoner et projekt, der handler om at tage ansvar, og som sådan et varsel om hele den bølge vi i dag kender som #meetoo.

## Tag ansvar

Indtil 2013 havde de fleste levet i en slags forestilling om, at vi - virksomheder, organisationer, men også individuelle individer – ikke behøvede at tage et særligt ansvar for vores digitale kommunikation på de sociale medier. Ligesom vi tidligere troede, at man bare kunne smide sit affald ud i havet: Så forsvandt det jo bare, fordi havet er så uendeligt stort! Ja, faktisk havde den samme mentalitet, lige indtil dette tidspunkt, gjort sig gældende i relation til både digital kommunikation og social media. Det var et kæmpe digitalt hav af kommunikation, og man mente, at tiden slettede alle spor. Men det skulle vise sig, at sporene ikke bare lige sådan forsvinder.

Vi oplever med Gråzoner, at der kommer en ny fordring fra de unges side. Et krav om at tage ansvar for den kommunikation, som man er med til at sende ud på nettet. Hashtagget i den kampagne, som klassen på Bornholm skabte, er meget sigende: #detstoppervedmig. Hashtagget skaber nemlig en ny skala for, hvad der er det normale - nemlig at tage ansvar for sine digitale handlinger. Du og jeg kan gøre noget; vi har en magt til at skabe forandring - også på digitale platforme og sociale medier. Det kan virke indlysende set med 2018-briller på, men før 2013 var der ikke den bevidsthed. Der var ikke noget #meeto eller nogen offentlig debat om digital dannelse. Så det var nødvendigt at lave en kampagne om at tage sit eget personlige ansvar, for rigtig mange tænkte slet ikke over, at de faktisk havde et ansvar – de havde glemt, at der bag profilerne på Facebook og Instagram findes virkelige mennesker og virkelige følelser.

Denne fordring ændrer totalt billedet af, hvad unge drømmer om, men også hvad de forventer sig af deres kommende chefer og arbejdsgivere. Hvor den store drøm tidligere

har været: Højt til loftet, frihed og "alt er ok", så kommer der nu et andet fokus. Unge vil kun forbindes med brands, hvor de oplever at kunne stå inde for deres egen etik.

Det giver et nyt fokus for de virksomheder og organisationer, som gerne vil samarbejde med Generation Z. Man er nødt til at tage sin mission på sig – og den forskel man gør i verden meget alvorligt og være meget tydelig i sin kommunikation. Det er ikke blot som en slags "pyntegrønt" og noget, som CSR-afdelingen arbejder med. Nej, det er afgørende for, om de dygtigste unge drages mod dit brand eller foretrækker de andre, som i deres øjne lykkes bedre med at forklare sig. Det er et hårdt race, for vurderingen er instinktiv, hurtig og kontant – der er nemlig også et andet træk ved Generation Z, som bliver tydeligt, nemlig behovet for "just in time".

## Just in time

Begrebet "Just in time" er egentlig et begreb, som kommer fra et andet af Fremtidsfabriks fokusområder, der udsprang af en undersøgelse af tilfredsheden blandt universitetsstuderende. Vi identificerer hér en stor frustration over at skulle tilegne sig store mængder af viden uden at have konkrete anvendelsesmuligheder for den. Det er en præmis, som tidligere generationer har accepteret, fordi det er jo måden, man lærer på. Men vi kunne se, at Generation Z ikke var indstillet på at acceptere den forklaring.

De unge fra Generation Z mødte uddannelsessystemet med et helt andet mindset. "Hvorfor skal vi egentlig gøre det her – hvad er formålet med det?" Det var ikke mere nok at sige: "Det vil du forstå om et halvt år, når du har lært faget og ser tilbage." Dette krav skabte stor friktion i uddannelsessyste-



met - så stor, at nogle af de dygtigste unge i vores netværk, typisk dem med allerflest 12-taller på eksamensbeviset, rent faktisk begyndte at vælge uddannelsessystemet fra, fordi de opfattede det som forældet, ufleksibelt og ude af trit med virkeligheden.

Vi var rent faktisk selv meget i tvivl om rækkevidden af denne tendens, da vi først fik øje på den, men vi besluttede os for, at fænomenet var vigtigt nok til at undersøge - og så kaldte vi det "hackschooling". På den baggrund er det pudsigt, når vi i dag jævnligt bliver ringet op af journalister, som vil interviewe os om ... hackschooling! Tendensen har bidt sig fast, ligesom navnet også har det. Vi har tidligere udgivet en minibog om hackschooling (bogen er tilgængelig på fremtidsfabrik.dk som e-bog), så selve begrebet skal ikke være fokus her - men hackschooling er alligevel en vigtig brik, fordi det er hér begrebet "Just in time" kommer ind. Det er en tilgang til uddannelse, hvor man fokuserer på at uddanne sig ved at lære det, der er nødvendigt at kunne lige her og nu. Der skal være en praktisk anvendelse for de ting, man lærer - og uddannelsen skal således være flettet tæt sammen med virkeligheden.

Hvor hackschooling stadig er et fænomen blandt de mest innovative unge i 2013, så ser vi i Gråzoner, at drømmen om at arbejde med virkeligheden og med problemstillinger - der rent faktisk har konkret betydning - deles af rigtig mange. Det virkelighedsnære og det anvendelige er præcis nøglen til at motivere Generation Z.

Det, vi erfarer i Gråzoner projektet, er, at med den rette rammesætning, er det muligt for almindelige unge fra en skoleklasse langt hen ad vejen kan motiveres af at arbejde på et fælles projekt, der giver mening for dem. De kan godt

finde ud af at bruge deres evner til at filme, skrive, analysere og dokumentere kreativt, bare rammerne bliver sat for dette. Men rammerne er to ting: For det første det pædagogiske redskab – i det konkrete tilfælde jobfunktionerne og rammesætningen af disse samt opgaven med at skabe et digitalt magasin. Og for det andet troværdigheden omkring temaet, som også er afgørende.

Du skal få dem til at tro på, at deres arbejde er vigtigt og gør en forskel. Og du skal vise, at du rent faktisk mener det – med andre ord skal du være villig til at gå hele vejen sammen med dem.

Med projektet flyttede vi virkeligheden ind i klasserummet. Eleverne arbejdede egentlig med præcis de samme discipliner, som de normalt ville gøre. De skrev, regnede og øvede sig i at kommunikere – endda på flere forskellige sprog. Men konteksten var en anden. Målet var ikke skraldespannden, men forsiden af Bornholms Tidende. Vi oplevede et øjeblikks vantro, da eleverne på dag to opdagede, at de ikke blot skulle udvikle koncepter – men rent faktisk også skulle gennemføre koncepterne og forsøge at gøre sig gældende i den offentlige debat med deres viden og holdninger. Men efter et øjeblikks forbløffelse skete der en mærkbar forandring i klassen. Vi oplever, at der sker en forvandling af eleverne, når de deltager i Gråzoner projektet – og særligt oplever vi, at visse elever, eksempelvis Adam, rapperen der skabte \$toddern, går fra at være blandt de mest fraværende og uengagerede til at melde sig 100 % ind i projektet. En anden af eleverne, som ellers blev set som lidt utilregnelig – altså sådan én, man regnede for et halvt medlem, når der var gruppearbejde, fordi han kun mødte op hver anden gang – mødte op næste morgen med sit eget videokamera til 20.000 kr. og med det skabte fantastisk filmarbejde

for projektet. Det mest inspirerende var dog at komme til Bornholms Gymnasium morgenen efter, vi havde præsenteret opgaven. Her var adskillige elever mødt ind tidligere end aftalt og var gået i gang med arbejdet! Fra nu af var vi ikke "lærerne" – nej, vi var netop på en fælles mission om at skabe forandring.

## Speak up

Som sagt blev projektet mødt med stor modstand fra begyndelsen. Holdningen var, at vi gik for tæt på de unges virkelighed og risikerede at bringe oplevelser og erfaringer frem, som var skadelige. Bekymringerne viste sig på en måde at holde stik. Det var fuldstændig klart, at vi som leder eller facilitator i et projekt som Gråzoner kom til at stå i en række besværlige situationer, hvor vi skulle træffes konkrete valg. Ja, vi kom meget tæt på unges virkelighed og ja, det havde været meget nemmere at lade eleverne arbejde med fiktive cases. MEN! Resultatet af dette var netop ikke unge, der fik overskredet deres grænser, men præcis det modsatte.

Det, vi oplevede i processen, var, at vi med Gråzoner kunne flytte et emne som sugardating eller digitale krænkelser fra at være noget, den enkelte selv måtte forsøge at forholde sig til, og i stedet gøre det til en del af den fælles virkelighed – og netop derfor noget man kunne tale om. Det budskab blev manifesteret helt tydeligt i forbindelse med kampagnen på Folkemødet, der præcis satte fokus på den store forskel mellem det digitale univers, hvor man må klare sig selv, og den fysiske virkelighed, hvor vi passer på hinanden.

Hvis vi hæver blikket og ser ud over emnet, seksuelle gråzoner, så tegner der sig en erkendelse omkring 2013. Det

kan godt være, at det kun er en lille gruppe af de mest vilde unge, der går hele vejen og sælger deres krop rent fysisk, men rigtig mange begynder at spørge sig selv om, hvorvidt deres digitale opmærksomhed rent faktisk er til salg.

Hvor digital opmærksomhed tidligere mest af alt var en leg: "Hey, kan vi få det her til at gå viralt?", så blev det nu alvor. Mange af os opdagede pludselig, at vi havde afgivet rettighederne til vores billeder, vores dagbog, vores sociale relationer, vores mails og telefonsamtaler. Vi havde troet på, at fremtiden ville slette alle spor. Og at neondrømmen ville betale for alle disse gratis ydelser. Men pludselig opdagede vi, at det var os selv, der var betalingen. Hvor det tidligere var den ultimative frihed, der var idealet, og det var de unge – som kastede sig ud i denne rammeløse frihed – der var heltene, opstod der med ét en stemning af tomhed - legen var forbi!

Vi opdagede det ekstremt tydeligt ved ferniseringen i Dome of Vision, hvor en af deltagerne gik i stå midt i sin frihedsfortælling om retten til at bruge sin krop, som man vil. Og hvor endnu én af deltagerne, den unge fremadstormende "generationsforfatter" Esben Weile Kjær aflyste sit oplæg ved ferniseringen, hvor han skulle fortælle om Dark Room Kultur og friheden ved at slippe kontrollen og hengive sig til det ukendte.

På en underlig måde blev dette et vendepunkt for os. I det øjeblik hvor stemmen knækkede, og der blev tavshed i Dome of Visions, stod det lysende klart, at en epoke var slut og en ny indledt. Fra nu af var det ikke mere en selvfølge, at de unges holdning var lig med mere frihed, mere fest og mere selvrealisering. I stedet kom fællesskabet til at blive nøgleordet.

## En ny kultur af fællesskab

Det resulterer som sagt også i en bevægelse i brugen af sociale medier. Unge begynder at tage afstand til Facebook, fordi mediet efterhånden når så stor en udbredelse, at forældre og selv bedsteforældre flytter med ind. Desuden viste Gråzoner projektet, at illusionen om det store fællesskab ikke var rigtig. Facebook var ikke bare vores allesammens trygge dagligstue, men også et forum for overgreb og dårlig adfærd. Den trygge dagligstue viste sig samtidig også at være et digitalt Wild West, hvor den, der råber højest, altid har ret.

De unges løsningsforslag i Gråzoner projektet handler om at se de digitale udfordringer i øjnene og tale højt om dem. Hvis man deler et billede på Facebook, så er konsekvenserne lige så virkelige, som hvis billedet hænges op fysisk. Det er bare meget lettere at gøre det, og man står ikke overfor den, der bliver krænket.

Hvor sociale medier først var en magisk udvidelse af virkeligheden, så er vi her nået til det punkt, hvor virkeligheden smelter sammen med det sociale medier. Vi er færdige med at opfinde alternative identiteter og virkeligheder. Vi ønsker derimod at skabe sammenhæng og balance.

Det, vi lærte i Gråzoner projektet, er, at empatien og respekten for hinanden skal følge med over på digitale platforme. Den dannelse, som vi har brugt århundreder på at opbygge imellem hinanden i vores fysiske liv, kan ikke bare afløses af et kaotisk digitalt fællesskab, hvor hver mand er sin egen lykkes smed.

Det bliver cool at sige fra, hæve stemmen og tale sammen

om de udfordringer, der skal løses – fællesskabet bliver svaret på, hvordan vi overkommer de store udfordringer.

## Principper som vi tager med fra Gråzoner

1. **Tag ansvar.** Princippet om at tage et tydeligt etisk ansvar og gøre sit eget standpunkt klart er et gennemgående princip for Fremtidsfabriks arbejde. Husk at unge medarbejdere leder efter svar på, om de har lyst til at identificere sig med dit virksomheds brand - det har de kun lyst til, hvis I har etikken i orden.
2. **Just in time.** Generation Z køber ikke præmissen om at lære først og forstå bagefter. De vil vide, hvad deres arbejde skal bruges til, og de vil mærke, at det de laver er betydningsfuldt, og at du tror mindst lige så meget på sagen, som de gør – eller sagt med andre ord: At du også selv har hænderne på kogepladen.
3. **Brug de unge som eksperter.** Unge er gode eksperter, når det kommer til at forstå deres egen generation. I en tid med hastig udvikling er dette vigtigt, for kun ved selv at være Generation Z kan man vide præcis, hvad der rører sig.
4. **Speak up.** Generation Z vil gerne tale om svære emner, og det behøver ikke at være pakket ind i metaforer og pæne ord. De oplever det ikke som et pres men som en hjælp, fordi det bidrager til at fjerne berøringsangsten.