

kommunikationsvirksomheden

KFUM-spejdere og ScoutZone

Rapport om unge KFUM-spejdere,
formidling og kommunikation

Maj 2009

Indhold

Forord.....	side 3
Undersøgelsens formål	side 4
Metode	side 5
Det gode spejderliv.....	side 6
Fritids- og ungdomslivet	side 8
Kristendommen som værdiramme	side 10
Undersøgelsens resultater.....	side 12
Anbefalinger	side 16
Personaer - hypotetiske arketyper	side 20
Personaer som fremstilling	side 21
Fordele	side 22
Ulemper	side 22
Kategorisering	side 22
Beskrivelse af personaer	side 21
Persona 1: "Klassikeren"	side 24
Persona 3: "Pioneren"	side 25
Persona 3: "Nørden"	side 26
Persona 4: "Vildmanden"	side 27
Persona 5: "Teenageren"	side 28
Persona 6: "Ildsjælen"	side 29
10 skarpe – En tjekliste	side 30
Bilag	side 33
Spørgeguide, fokusgruppeinterviews.....	side 33
Indholdsmatrix, en fokusmodel.....	side 34
Observationsbilleder.....	side 35

Forord

Kommunikationsvirksomheden har hermed fornøjelsen af at præsentere denne rapport om KFUM-spejderen anno 2009, der tegner konturerne af, hvordan danske unge KFUM-spejdere oplever det at være spejder. Dette med henblik på at kvalificere formidlingen til og kommunikationen med de unge KFUM-spejdere. Rapporten er udført for og i samarbejde med KFUM-Spejderne i Danmark, og undersøgelsen er gennemført i perioden oktober 2008 til marts 2009. KFUM-Spejderne har med undersøgelsen ønsket at sætte fokus på, hvad det vil sige at være KFUM-Spejder. Hvorfor er de overhovedet KFUM-spejdere? Hvorfor blev de spejdere? Hvad får dem til at blive ved med at være spejdere? Hvad interesserer de sig for? Hvilke tanker gør de sig om tilværelsen, osv. Alt dette med henblik på at afdække og analysere kommunikationsbehovet blandt de unge KFUM-Spejdere. Konkret med afsæt i hjemmesiden ScoutZone, som i dag udgør en primær formidlingskanal til de unge medlemmer.

Tak til Louise Vestergaard og Jonas Bjørn Whitehorn fra KFUM-Spejderne for såvel deres praktiske assistance omkring tilrettelæggelsen af undersøgelsen som - og ikke mindst - deres indsigtfulde bidrag med viden til at forstå og få adgang til, hvad der er vigtigt for en KFUM-spejder anno 2009

Ulrik Bak Nielsen & Christian Engel Brund

Kommunikationsvirksomheden

København d. 24. april 2009

Undersøgelsens formål

I bestræbelserne på at forbedre kommunikationsindsatsen og formidlingen til unge KFUM-spejdere i alderen 12-17 år via ScoutZone.dk, blev denne undersøgelse søsat for at afdække dels de aktuelle brugeres adfærd og motiver og dels årsagerne til, at mange unge KFUM-spejdere tilsyneladende slet ikke eller kun i ringe grad bruger ScoutZone.dk. I det ligger en udfordring, da det er denne formidlingskanal til medlemmerne, der i fremtiden vil blive satset på.

Følgende problemstillinger og spørgsmål dannede på baggrund af dette undersøgelses overordnede formål:

1. Hvad kendetegner en dansk ung KFUM-spejders opfattelse af at være KFUM-Spejder? Hvad kan der generelt og konkret siges om at være ung KFUM-Spejder?
2. Hvad kendetegner unge KFUM-spejders brug af medier og Internet i almindelighed og ScoutZone i særdeleshed?
3. Hvad er unge KFUM-spejders syn på ScoutZone.dk, som de møder den i dag?

Spørgsmål 1 gav anledning til at kigge på de unge KFUM-spejders fritidsliv og livsverden i relation til spejderlivet. Hvorfor bliver nogle børn og unge spejdere? Hvorfor bliver de lige præcis KFUM-spejdere? Hvorfor er der nogle, der bliver ved og hvorfor er der nogle, der stopper? Hvem er de og hvorfor er der nogle, for hvem KFUM-spejderlivet er det bedste de ved? Dermed inddrages distinktionen mellem spejderliv og ungdomsliv. Drevet af spørgsmålet om, hvad de søger, skulle svarene på dette konkret anvendes til en målretning af kommunikationens form og indhold.

Spørgsmål 2 rettede sig konkret mod KFUM-spejdernes brug og forbrug af medier – med særlig fokus på Internet-vaner. Forenklet handlede det dels om at afdække grundlaget for overhovedet at formidle til de unge KFUM-spejdere via en hjemmeside (selv om det måtte antages at være tilfældet) og dels hvorledes dette kan gøres bedst og mest effektivt.

Spørgsmål 3 var primært et evalueringsspørgsmål, hvor de unge KFUM-spejdere skulle

forholde sig konkret til ScoutZone ved at besvare spørgsmål om deres syn på og brug af hjemmesiden.

Metode

Undersøgelsen startede med en kombineret workshop og fokusgruppe (med observation) for de frivillige redaktionsmedlemmer. Vurderingen var, at de udgjorde en central del af afsenders udgangspunkt og således også præmisserne for den formidling og kommunikation, der fremadrettet ville ske gennem ScoutZone.

Dernæst svarede udvalgte KFUM-spejdere på nogle initierende spørgsmål via et online spørgeskema. Motivationen var at få et begyndende afsæt for de spørgsmål, der dels skulle anvendes i fokusgruppeinterviews og dels skulle udgøre den større og langt mere omfattende spørgeskemaundersøgelse ligeledes til besvarelse via Internet.

Afslutningsvis afholdtes to fokusgruppeinterviews med i alt ti KFUM-spejdere i alderen 14-17 år, hvor de blev stillet over for spørgsmål, der skulle nuancere, forklare og udfolde nogle af de svar og tendenser, der var fremkommet gennem de forrige undersøgelser. På den måde kombinerede vi statistiske data med personlige beretninger og beskrivelser.

Undersøgelsens statistiske data er således indsamlet gennem besvarelser fra unge KFUM-spejdere, der alene ved deres deltagelse i undersøgelsen har udvist en særlig motivation og der igennem må antages at repræsentere en særlig gruppe af unge KFUM-spejdere. Men når dette forhold medtages i de konkluderende betragtninger, står der stadig en lang række data og tendenser tilbage, som kan kvalificere det videre udviklingsarbejde med formidling og kommunikation til de unge KFUM-spejdere. Undersøgelsens konklusioner tager i deres anbefalende form hensyn til variationer, der har spillet ind undervejs.

Det gode spejderliv

Det er ikke let for KFUM-spejderne selv at sætte ord på det at være spejder. "Det skal prøves og opleves i virkeligheden" (Nina, 15 år). For mange er spejderlivet tæt forbundet med værdier og en videreudvikling af en spirende voksenidentitet. Spejderlivet, -arbejdet og samværet med andre spejdere beskrives bl.a. som at blive stillet over for udfordringer, møde holdninger og nye mennesker. Oplevelsen af og dyrkelsen af solidaritet og fællesskab ud fra værdier som glæde, samhørighed, kammerat- og venskab, fremhæves uden undtagelse og ubetinget som de vigtigste årsager til, at spejderlivet vælges til og ikke kan sammenlignes med noget andet fritidstilbud. Der er plads til kreativitet og spontanitet. Det er natur- og fritidsliv og nætter omkring bålet. Det er udviklende leg med alvor og mening. Spejderlivet er også at respektere andre mennesker på tværs af normale skel som alder, kultur, religion og nationalitet. At være spejder handler om at tage og have ansvar, men også om at have det sjovt og hygge sig.

Det er ligesom... det er rigtig hyggeligt. Det er superfedt. Det er noget andet end... det er bare naturligt for os. (Casper, 17 år)

Ovenstående kortfattede beskrivelse dækker i sin forenkede form de udsagn og svar, der blev givet på spørgsmålene om, hvorfor man er KFUM-spejder. Netop denne homogene respons gav anledning til at antage, at der i høj grad også er tale om, at man som KFUM-Spejder bliver pioner og så at sige modtager og accepterer et særligt værdisæt, der ikke blot er meningsgivende i øjeblikket men også over tid vokser og bliver en væsentlig del af identitetsdannelsen for den unge KFUM-spejder.

Spejderlivet hører til de klassiske fritidstilbud, og har altid været forbundet med gode og sunde værdier for unge. Mange starter som KFUM-spejder som barn. Siden hen bliver spejderlivet noget andet og meget mere end et fritidstilbud. Det går fra at være noget, man gør til noget man er. Man går ikke til spejder. Man er spejder. Nogle holder fast og bliver senere ledere og pionere i et fortsat og helt eller delvist 'voksent' engagement. Men KFUM-Spejderne som organisation, der ser det som sit mål at tilbyde unge mennesker en fritid med indhold, værdier og perspektiver, har ungdomsårene vist sig at være en vanskelig og på mange måder sårbar periode. Det gælder for såvel KFUM-Spejdernes fastholdelse af de unge som for den unge selv. En udfordring KFUM-Spejderne deler med de fleste andre fritidstilbud for unge. Det er i denne tid, mange unge stopper

med at dyrke det, de ellers har sat stor pris på og brugt megen fritid på. Ny venner og nye sociale verdener og tilhørsforhold lokker. Nu er det vennerne og samværet med disse, der kommer i forreste række. Det vigtigste bliver at være sammen og være i kontakt. Aktiviteterne omkring samværet får en mindre betydning. Fornemmelsen af at kunne træffe egne valg og stå på egne ben drager unge mod nye oplevelser og nye opdagelser. Væk fra det kendte, stabile og det trygge.

Og hvad så?

Men hvorfor nu al den snak om ungdomsliv, når omdrejningspunktet for denne rapport er kommunikation og formidling? Forklaringen er, at der i kommunikationen med og formidlingen til unge KFUM-spejdere ligger en bevidst eller ubevidst eksplicitering af de værdier og de normer, der skal få en KFUM-spejder til fortsat at føle det rigtigt at være spejder. Kommunikationen så at sige italesætter spejderlivets meningsgivende karakter over den unge, og kan en ung KFUM-spejder ikke se selv i kommunikationen eller føle sig talt til i øjenhøjde i formidlingen, så er han eller hun allerede et skridt længere væk fra følelse af tilhørsforhold og identifikation.

I kommunikationen ligger et kraftfuldt og effektivt middel til fastholdelse – men samtidig også risikoen for 'frastødelse', hvis ikke den rammer rigtigt. Og netop det at ramme rigtigt bør være funderet i et kendskab til de unge KFUM-spejders krav og forventninger. Hvad enten disse hos den unge måtte være bevidste eller ubevidste. At forstå og kende den verden og de impulser, der spiller ind og på mange måder forstyrrer den unge KFUM-spejder i mødet med organisationens kommunikations- og formidlingsindsats, er en grundlæggende præmis for en succesfuld kommunikationsstrategi. For selv om der i denne rapport tegnes et billede af spændingsforhold mellem ungdoms- og teenagetilværelsen og livet som aktiv KFUM-spejder, er der ikke nødvendigvis tale om et modsætningsforhold. Man kan sagtens være ung, teenager og KFUM-spejder på samme tid. For spejderlivet tilbyder de værdier og kvaliteter, mange unge efterspørger. Her lægges der netop vægt på samvær, venner, sociale aktiviteter og grænseflyttende oplevelser og udfordringer.

En af udfordringerne for KFUM-Spejderne som organisation er således at have fokus på, hvordan man såvel nu som i fremtiden kan skabe en sammenhæng mellem ungdomslivet og spejderlivet – og konkret i forhold til denne rapportes sigte – tilsikre, at denne indsats aflejres i den kommunikative og formidlingsmæssige indsats.

Fritids- og ungdomslivet

At være ung KFUM-spejder handler – først og fremmest – om at være ung. Betragtningen kan synes banal, men ikke desto mindre er det en forudsætning for at forstå, hvad der rører sig i et ungt menneske, der har valgt at blive og på sigt at være KFUM-spejder. Når ungdommen og teenagertilværelsen sætter ind, er der mange anledninger til, at man som KFUM-spejder optages af og engageres i helt andre ting. Ting, der peger væk fra spejderlivet og de kvaliteter og værdier, man ellers har været tiltrukket af og været en aktiv del af. For det at være teenager og ung i det hele taget handler i høj grad om at udforske verden, prøve nye ting og gå på oplevelse i den verden, der åbenbarer sig for øjnene af en. Kærester, job, tøj, skole, venner, fester. Samtidig er antallet af tilbud til unge er stigende – hvad enten man taler om medier, materielle fristelser eller oplevelser. Den kommercielle verden vil gerne have fingrene i de unge, adgang til deres liv, vaner og lomme penge. De unge er mere købekraftige end nogensinde tidligere, hvilket åbner op for massive påvirkninger fra medier, reklamer og i det hele taget den livsstil, der på mange områder dikteres af kommercielle interesser. Fritidstilbud, herunder spejderlivet, skal således kæmpe om opmærksomheden med disse impulser og massive forsøg på påvirkning. Samtidig udgør et fritidstilbud et åndehul og markerer en pause fra skole, medier, forventninger og krav. Det er her, man som ung kan finde et fristed og være noget og nogen uanset hvad man måtte være i tilværelsen ved siden af.

Det er dejligt at komme lidt væk hjemmefra og få det hele lidt på afstand, trække vejret og så komme hjem igen (Camilla, 15 år)

Og her placerer spejderlivet sig som et centralt og på mange måder overlegent tilbud til unge. Dens klassiske værdier er dets styrke men på samme tid også dens svaghed. Unge forføres af fornyelse, nye opdagelser, det moderne og det smarte. Og selv om en KFUM-spejder sikkert vil mene, at dette tilbydes i spejderlivet, ligger der ikke desto mindre et spændingsfelt mellem ungdoms- og teenagerlivet på den ene side og spejderlivet på den anden.

Skole og senere uddannelse og arbejdsliv repræsenterer for den unge KFUM-spejder noget, der peger videre frem og ind i en voksertilværelse. Fritidslivet derimod opleves som den tid og det sted, hvor livet kan leves i nuet. For de fleste unge er det at

være ung – ungdomslivet – tæt knyttet til det, man laver i fritiden. Og fritidens mange muligheder og gøremål kan, for at forstå fritidslivets forskellighed, deles op i såkaldte organiserede og uorganiserede aktiviteter. De organiserede, som f.eks. spejderlivet, er fritidstilbud, hvor man typisk er medlem, under ledelse og opsyn af voksne og med forholdsvis faste tidsrammer. De uorganiserede fritidsaktiviteter er dem, de unge selv står for. Således bevæger en stor del af de unges fritidsliv sig i grænselandet mellem det organiserede og uorganiserede. Spejderlivet er et godt eksempel på et fritidstilbud, der i høj grad er bundet op omkring en organisering og en fast struktur men som samtidig tilbyder de unge et fritidsliv med stor grad af selvstændighed og frihed under ansvar for sig selv og andre. Langt de fleste unge – også KFUM-spejdere – har et varieret og aktivt fritidsliv, hvor organiserede fritidsaktiviteter fungerer i samspil med kommercielle tilbud i lokalsamfundet og ikke mindst selv- og uorganiseret samvær med især vennerne såvel ude som hjemme. Dertil kommer de typiske pligter som lektier, fritidsjob og faste opgaver i hjemmet og hos familien.

Denne rapport's undersøgelse viste desuden, at KFUM-spejderlivets 'bane' krydser voksenalvets 'bane' for de, der fortsætter med at være tilknyttet korpset. For de lidt ældre spejdere begynder ledelse, organisering og uddannelse indenfor rammen af KFUM-spejderlivet at få betydning. Vel at mærke en uddannelse, som af de aktive selv vælges til, fordi den også peger ud af spejderlivet og kan bruges i karriere og uddannelse udenfor KFUM-spejder-regi.

Det er også en anden måde at gå til spejder på. Det er sjovt at være leder. I stedet for at skulle være den lille så bliver man også meget mere moden af at skulle være den store og skulle kunne sætte tyve ulveunger i gang med et eller andet. (Cecilie, 14 år)

Dette såkaldte voksenperspektiv på en KFUM-spejders udvikling motiverer mange til fortsat medlemskab og loyalitet overfor KFUM-Spejderne. På den måde adskiller spejderlivet sig centralt fra f.eks. motionsklubber, sportsforeninger og unges uorganiserede fritidsliv, hvor man kan leve et kontinuerligt, individualistisk (nogen vil gå så langt som til at sige narcissistisk) og uforandret liv som medlem af fitnesscentret, tennisspiller eller anonym "fløjspiller" på holdet med den personlige og individuelle udvikling som eneste og primære grundlag. Som voksen KFUM-spejder forventes man implicit at yde en indsats i form af ledelse, organisering og initiativ – der til gengæld honoreres udenfor spejderlivet.

Vi er nok ret gode til sådan noget socialt noget. Det fik jeg at vide af min forstander på efterskolen med det samme jeg kom derud. Man kan godt mærke at du er spejder for du er sådan en alle samler sig om med det samme og så snakker du bare til dem som om du havde kendt dem i hundrede år. Så det er jo godt nok. (Peter, 16 år)

Vennerne

At være ung er tæt forbundet med venskaber. Både de eksisterende og dem, man søger i mangel på nogen. Spørger man unge KFUM-spejdere, hvad der betyder mest for dem i deres aktive fritidsliv, er svaret ikke forskelligt fra andre unge: Samværet med vennerne. Og netop spændingsfeltet mellem at have og ikke at have venner er centralt for forståelsen af de unges sociale adfærd på mange områder.

De fleste kender hinanden så godt at de ved hvordan vi reagerer i forskellige situationer og vi skal ikke hele tiden leve op til nogen nye krav og sådan. (Peter, 16 år)

Typisk orienterer venskaberne sig mod jævnaldrene, og denne rapports undersøgelse bekræfter, at det ikke er væsentlig anderledes for KFUM-spejdere. Man er helst sammen med nogenlunde jævnaldrende i de nære venskaber, selv om solidariteten med andre aldersgrupper inden for korpset også er stor. Men her tales der i stedet om fællesskab, venskabsgrupper og kammeratskab. Venskaberne begrænser sig typisk til de nære og jævnaldrende kontakter såvel indenfor som udenfor spejderlivet.

Peter: Okay, selvfølgelig måske ikke lige sådan nogle Bæver-folk og sådan noget.

Interviewer: Bæver-folk? Er det de små?

Peter: Det er de helt små.

(Peter, 16 år)

Kristendommen som værdiramme

Blandt de adspurgte i undersøgelsen havde tro og religion enten begrænset eller ingen betydning i de unge spejders forståelse af deres liv og identitet som spejder. I hvert fald hvis de stilles spørgsmålet direkte: Hvad betyder kristendommen for dig som spejder?

Men samtidig synes der at være en forståelse for og anerkendelse af, at de værdier, man værdsætter og er tilhænger af, udspringer af et kristent livssyn. Kristendommen fungerer således i højere grad som en kultur mere end en egentlig religion eller tro. Man ikke blot accepterer men respekterer grundlæggende kristendommen som afsæt for de grundværdier, der leves efter i korpset. Undersøgelsen viser også, at de unge forholder sig åbent og søgende i spørgsmålet om tro og religiøsitet. Selv om nogle KFUM-spejders identitet som spejder fortsat er stærkt forankret i kristendommen, er spørgsmålet om tro for langt de flestes vedkommende en medfølgende præmis for livet som KFUM-spejder. Man er som sådan ikke specielt troende eller ser sig selv som kristen, men man kan på den anden side godt se værdien i, at spejderlivet tager afsæt i kristne værdier.

Det er ikke sådan at man går og tænker over, at det er en kristen forening
Men når man f.eks. snakker med Blå Spejdere...f.eks. der er en over på min efterskole, han er blå spejder. De har lige været på en lejrtur. Der siger han sådan... årh, der var vi bare ...på det billede der..der var vi sygt stive, mand. Vi var bare mega stive. Og der tænker jeg bare. What? (Peter, 16 år)

Når kristendommen på den måde alligevel har en - om end indirekte - betydning, så handler det om, at den giver en ramme for mening og holdning fordi den repræsenterer et fast holdepunkt. Noget, man som ung ofte søger i en forvirret og på mange måder hård tid. Der er således ingen problemer med at fortolke kristendommen ind i den tid og den verden, den unge er en del af.

Cecilie: I stedet for sådan noget: Og så sagde Jesus til Judas. Så vi har om Gud men vi har nok bare mere om at man skal være søde ved hinanden.

Jakob: Budskabet.

Interviewer: Og det er i orden?

Cecilie: Det er helt i orden. For vi skal være søde ved hinanden. Og vi skal ikke lyve. Og vi skal... ja, være gode ved hinanden.

Kigger man på de formulerede målsætninger og afsæt for KFUM-Spejdernes virke, fremgår det også, at kristendommen er et centralt men ikke altid lige synligt eller eksplicit udgangspunkt. Uanset om den enkelte spejder mener at tro på Gud eller ej, så er kristendommen ofte til stede i en KFUM-spejders bevidsthed som værdier og et regelsæt for, hvad det vil sige at være en rigtig og god KFUM-spejder.

Vores leder hun lavede en gudstjeneste omkring Peter Plys som bare handlede om at man kunne være venner lige meget om man var en bjørn eller en kænguru og en gris og... ja, så kunne alle være venner og det var så det hun mente med racisme, at vi alle sammen skulle kunne være venner lige meget hudfarve og hårfarve og alt det der. Så kunne de små også forstå det og vi gad høre efter. (Cecilie, 14 år)

I forhold til den kommunikationsmæssige indsats er det derfor værd at bemærke, at kristendom og tro af de unge KFUM-spejdere selv ikke vurderes at være noget, de tænker over eller finder vigtig. I spørgeskemaundersøgelsen svarede 75 %, at religion enten var mindre eller slet ikke vigtigt. Alligevel synes de mange påmindelser i form af andagter, sang etc. at bibringe en bekræftelse af noget, der har betydning. Helt præcis hvad, er dog svært at sætte eksakte ord på.

Jakob: Så er der morgenandagter.

Camilla: Det er sådan lidt hyggeligt en gang imellem at stå op og sidde og synge.

Jakob: De blå spejdere får nok fortalt morgenhistorier og så får vi læst op fra Biblen. Det er nok noget lignende det samme. Bare en hyggelig stund. Det er nok det, er pointen, tror jeg.

Men formidling af kristne budskaber og værdier kan lidt groft sagt siges at stå overfor de samme udfordringer som enhver anden kommunikation. At være i stand til at formidle i øjenhøjde og møde den unge der, hvor den unge selv føler at være.

Undersøgelsens resultater

Rapporten vil i det følgende have fokus på at besvare de formulerede spørgsmål beskrevet i undersøgelsens formål - herunder opstille en række konkrete anbefalinger til det videre arbejde med kommunikationen i almindelighed og med ScoutZone i særdeleshed. En stor del af undersøgelsens pointer er desuden indskrevet i rapportens hidtidige afsnit, og for et deltaljeret indblik i spørgeskemaer og besvarelser, henvises der til rapportens bilag.

Kan der siges noget generelt og specifikt om at være ung KFUM-Spejder, og hvad kendetegner en dansk ung KFUM-spejders opfattelse af at være KFUM-Spejder?

Ja. Unge KFUM-spejdere er spejdere, fordi de oplever et personligt, socialt og – for nogen, især de lidt ældre – et fagligt udbytte af deres deltagelse og engagement. De lægger især stor vægt på den sociale kvalitet af aktiviteterne, og de er i høj grad orienteret mod en 'kollektiv identitet', og taler helst om 'vi' frem for 'jeg', med mindre de bliver spurgt direkte. Unge KFUM-spejdere synes desuden generelt at være kendetegnet ved en høj grad af værdibåret tilgang til ungdomslivet – også det, som ligger udenfor KFUM-spejderlivet. Værdier, som de kan udvikle, fastholde og efterleve i spejderlivet, og som de medbringer i deres begyndende entre til voksenlivet. Det sætter bl.a. aftryk i deres måde at varetage det sociale liv og i måden, deres ungdomsliv forvaltes og tilrettelægges. Men formen og rammerne deler de med de fleste andre unge.

Sammenlignet med andre ungdomsforeninger og -bevægelser synes KFUM-spejderne at hæve sig over gennemsnittet hvad angår ressourcestyrke og sociale kompetencer. Om det skyldes 'opplæring' i spejderlivet – eller om de medbringer disse udefra, kan vi ikke sige noget om. Men det kan være et udtryk for, KFUM-spejdere så at sige accepterer 'kontrakten' med spejderlivet om at være venlig, imødekommende, ansvarlig osv. Man skal være varsom med at overvurdere unge KFUM-spejdere i forhold til kompetencer og såkaldt modenhed. Selv om de har travlt med at komme væk fra overgangen fra barndom til ungdom, har de stadig behov, der peger mod de uforpligtende, underholdende og 'barnlige' aktiviteter. Der er i den forbindelse et punkt, som vi gerne vil fremhæve i denne rapport. KFUM-Spejderne skal være opmærksomme på, at der let skabes en utilsigtet 'demokratisk' ubalance i kommunikationen, da denne typisk vil være dirigeret af såkaldte ressourcestærke KFUM-spejdere, der besidder de 'rigtige kompetencer' og om typisk vil være i stand til i højere grad at reflektere over deres eget liv og virke om KFUM-spejder. Det betyder konkret, at indholdet af og formen på kommunikationen let kan miste sin 'øjnehøjde' med en stor del af korpsets unge. Unge KFUM-spejdere er en ressource- og kompetencemæssigt en uhomogen gruppe, der har divergerende forventninger og stiller forskellige krav til kommunikationen. Kravet om en professionaliseret kommunikation gælder i dag også organisationer som KFUM-Spejderne, og dette kompromitteres i en hvis grad af, at en del af kommunikationsarbejdet – f.eks. på

ScotZone - forvaltes af frivillige. Tiltag, som uddanner de frivillige, kan dæmme op for den tendens – ligesom at undersøgelser, som denne rapport bygger på, må forventes foretaget med jævne mellemrum.

Hvad kendetegner unge KFUM-spejders brug af medier og Internet i almindelighed og ScoutZone i særdeleshed?

På baggrund af vores undersøgelse, kan der kan siges mere om unges medie- og internetvaner i almindelighed end om KFUM-spejders i særdeleshed. Dette er ikke et udtryk for en mangelfuld undersøgelse, selvom mange faktorer med rette kunne danne grundlag for yderligere dataindsamling. Det er snarere en erkendelse af, at unge KFUM-spejdere først og fremmest er unge.

Og medier og kommunikation fylder meget i en ung KFUM-spejders tilværelse. På godt og ondt. Medier er ikke noget, man aktivt vælger til eller fra. Digitale medier er blevet uundgåelige præmisser for de unge, som må og skal forholde sig til disse og integrere dem i dagligdagen for ikke at falde udenfor socialt og uddannelsesmæssigt. Men det er som oftest heller ikke noget problem. De såkaldte ”nye medier” er en naturlig del af en moderne ungdomskultur, og for et ungt menneske giver det da heller ikke mening at tale om medier som noget nyt eller særligt. Internet, iPod, mobiltelefon og hundrevis af tv-kanaler er lige så naturlige informationskanaler, som aviser, radio, bøger, magasiner og andre ældre kommunikations- og medieformer har været det tidligere. Dette understreges for at undgå at tale om digitale medier som tilkommet og nyt for en generation, der aldrig har oplevet andet – endsige har svært ved at forestille sig en verden uden.

Unge KFUM-spejdere ’multitasker’ gerne og nemt i deres brug af medier. Lektier laves på computeren, med musik i ørene fra mobiltelefon eller iPod, sms’er sendes og tikker ind hver femte minut og Facebook og chat kører i baggrunden på computerskærmen. Et skrækscenarium og frustrationsmoment for mange bekymrede voksne og forældre især, men samtidigt et vidne om, at unge orienterer sig bredt og socialt i deres daglige liv med medier. Unge ikke blot bruger medier – de eksisterer og fungerer socialt i kraft af medier. Og danske unge er kompetente mediebrugere, viser forskning. Selv om traditionelle nyhedsmedier ynder at fortælle historier om mobning, pædofili, trusler og chikane via Internet og mobiltelefoner, er danske unges adfærd i det såkaldte virtuelle fritidsliv at karakterisere som forholdsvis uproblematisk. Og unge KFUM-spejdere er ingen undtagelse.

En typisk ung mellem 14-17 år bruger computeren 1-2 timer om dagen, hvilket understøttes ganske fint af spørgeskemaundersøgelsen. Her tælles lektier dog med, men den øvrige tid bruges til chat, sociale medier og underholdning. Drengene bruger generelt noget mere tid end pigerne ved computerskærmen (over 3 timer om dagen er ikke ualmindeligt), men det skyldes alene drengenes lyst til at spille computerspil. Når det kommer til de sociale aktiviteter på nettet (chat, Facebook etc.) er det til gengæld pigerne, der bruger mest tid. Men i det hele taget er det de sociale medier, der trækker de unge til computeren og ud på Internet. Unge lever i deres fritid i en online kultur, hvor især Internet og mobiltelefonen har væsentlig betydning for deres identitetsudvikling og sociale liv. Nok især mobiltelefonen har fundet ind til et centralt og indtil for ganske få år siden uforløst behov hos unge; at være kontakt – og i stand til her og nu at kommunikere – med venner, klassekammerater og øvrig omgangskreds stort set døgnet rundt og uanset geografisk afstand. Dette har – om noget – medført en revolutionerende forandring i de unges fritidsliv, og det sociale liv udlevs i stigende grad også via Internet og hjemmesider. Blandt spørgeskemaundersøgelsens deltagere besøger 80 % sociale netsteder enten dagligt eller flere gange om ugen. Det tal er værd at hæfte sig ved. Næsten det samme procenttal gælder for e-mail- og chatsider. Blandt de andre foreslåede hjemmesider i spørgeskemaet (nyhedssider, ungdomssider m.fl.) er det kun 15-35 %, der besøger disse på daglig eller ugentlig basis – dog med fritids- og interesse-sider som en undtagelse med 46 %.

Blandt de adspurgte KFUM-spejdere i undersøgelsens fokusgruppeinterviews var det lidt vanskeligere for de unge præcis at beskrive, hvilke medier og hjemmesider, de benyttede. De fleste svarede, at de mest brugte Internet til at holde sig i kontakt med venner, hvilket understøttes af spørgeskemaundersøgelsen. E-mails blev hovedsageligt brugt til at understøtte sociale fora (Facebook, Arto m.fl.), og hvad angik fjernsyn, magasiner, aviser m.fl., havde disse kun en ringe plads i deres bevidsthed om eget medieforbrug. Dermed ikke være sagt, at unge KFUM-spejdere ikke ser fjernsyn, læser aviser og magasiner eller bliver påvirket af disse og andre medier, men de havde ingen vigtig erkendt placering. En stor del af forventningerne og kravene var derimod henlagt til Internet, hvor der blev efterspurgt underholdning, socialisering og oplysning præsenteret gennem tekst, billeder, video og lyd. Fjernsynet var stadig at foretrække til underholdningsshow og naturligvis film.

Hvad er unge KFUM-spejders forhold til og syn på ScoutZone.dk, som de møder den i dag?

Svaret på det er: Det kommer an på, hvem man spørger. Brugerundersøgelsen viste, at omtrent halvdelen af de adspurgte brugte ScoutZone dagligt, ugentligt eller månedligt. Den anden halvdel svarede, at de enten sjældent eller aldrig brugte hjemmesiden - hvis de da overhovedet kendte til den (det var der dog kun godt 3 %, der ikke gjorde). Til spørgsmålet om, hvad de så brugte hjemmesiden til, var det primært kalender, kurser og arrangementer, der gav udslag. Ikke overraskende i lyset af, at det er her, hjemmesiden er unik. De kan med andre ord ikke finde disse oplysninger andre steder. Vi tilgår spørgeskemaundersøgelsen med stor forsigtighed og lægger ikke for stor betydning i de præcise data - men forholder os til tydelige tendenser. Og de er, at stort set alle KFUM-spejderne kender ScoutZone, mange besøger den - uden at føle, at de reelt bruger den eller har brug for den, færre bruger siden regelmæssigt og endnu færre er faste brugere.

I fokusgruppeinterviewene var tilbagemeldingerne forholdsvis præcise og reflekterede. ScoutZone blev ikke brugt, fordi hjemmesiden grundlæggende ikke tilbød det, man havde brug for og fandt væsentligt. Som hjemmeside var den overvejende uinteressant, uopdateret og ikke appellerende. De fleste kendte godt siden eksistens, nogle få kunne huske at have besøgt siden men for ellers var den ligegyldig.

Noget jeg har hørt noget om engang og jeg tror vi fik et login på et kursus.
(Jakob, 17 år)

Det understøttes af brugerundersøgelsen (fase 3), hvor over 80 % svarer at de kun bruger siden få gange om måneden eller sjældnere. 50 % bruger den enten sjældent eller aldrig. For dem, der bruger ScoutZone kontinuerligt, fungerer siden primært som en 'opslags-tavle', hvor man kan holde sig aktuelt opdateret. Kurser, kalender og arrangementer var de tre foretrukne indholdselementer blandt dem, der aktivt brugte ScoutZone.

Anbefalinger

Hvad skal KFUM-Spejderne så gøre nu? Spørgsmålet er enkelt at stille men omfattende at svare på. En del af svaret ligger i nedslagspunkterne i denne rapport, svarene i det foregående afsnit, i de udviklede personaer og ikke mindst tjeklisten sidst i rapporten. Alligevel har vi valgt her at opstille nogle konkrete forslag og anbefalinger til det videre arbejde med at udvikle og drive ScoutZone.

”ScoutFace”

Overvej en udvikling af ScoutZone i retning af et mere socialt værktøj, der kan understøtte de unge KFUM-spejderes lyst til og behov for at socialisere med ligesindede i det værdi- og interessefællesskab, de værdsætter så højt: Livet som KFUM-spejder. Behovet for at se og blive set, møde og blive mødt er centralt. Hjemmesider som mødesteder rammer et behov hos de unge. Og i rammen af KFUM-spejderlivet, aktiveres en særlig samhørighed, som de ønsker tilgodeset og understøttet via hjemmesiden gennem oprettelse af og udveksling af profiler, som det kendes på en række andre sociale netsteder.

Nu har vi for eksempel været i Schweiz og der sådan lettere at holde kontakten end at man sådan lige ringer til Schweiz. Det er også sådan lidt dyrt. Så kan man så lige skrive til hinanden. (Peter, 16 år, om Facebook og Arto)

Det er sjovt at kunne gå ind og se. Hej, der er jeg og ... nej, det var da hende der jeg lige havde det sjovt med den og den dag og sådan noget. (Cecilie, 14 år)

ScoutZone som selvstændig brand og enhed

ScoutZone eksisterer i dag som ”underside” til Spejdernet. Dette kommer konkret til udtryk, hvis man klikker på toppens menupunkter, der alle refererer til indhold på Spejdernet.dk. Det bør overvejes visuelt at lade ScoutZone være adskilt fra det overordnede og mere organisatoriske Spejdernet. Hvorfor? Fordi ScoutZone skal være et selvstændigt ungdomsbrand, der signalerer en vis grad af autonomi, selvstændighed og uafhængighed.

Hvad er formålet med ScoutZone?

Hvad er ScoutZones eksistensberettigelse? Hvad vil KFUM-Spejderne med ScoutZone? På ScoutZone står: ”ScoutZone er KFUM-Spejdernes medie til de unge. Det her du finder oplysninger om de fede spejderarrangementer, deltager i de hotteste debatter og finder gejl til mobilen og computeren mm. Vores målgruppe er de 12-17 årige spejdere, og da målgruppen er ung, er redaktionen også sammensat af unge mennesker. Vi lægger stor vægt på at materialet på ScoutZone, er noget de unge synes er fedt. Derfor har vi en gruppe af unge mennesker der leverer materiale til ScoutZone. For hvem ved bedre end dem, hvad de unge

vil have!” Dette udtrykker fint, hvad der skal være på hjemmesiden - men ikke hvorfor. Hvad er det overordnede formål med ScoutZone? Indledningen på en sådan formulering kunne lyde: ”Formålet med ScoutZone er at styrke og støtte unge KFUM-spejderen (12-17 år) lyst til fortsat at være KFUM-spejder ved gennem dialog, sociale værktøjer samt relevant, oplysende, underholdende og inspirerende kommunikation og formidling at præsentere spejderliv og KFUM-Spejderne som et moderne, udviklende, socialt og indholdsrigt fritidstilbud.” På den måde slås en tone an og en overordnet målsætning defineres.

Træd i karakter som afsender

ScoutZone kan som afsender med fordel gøre sig selv synlig og vise sig for målgruppen og gå fra en 'jer/I/du'-kommunikation til en langt højere grad af 'vi'. Ved at sætte et langt synligere og dermed identificerende ansigt på, aktiveres muligheden for at øge dialogen med brugerne. Personerne bag skal op foran! De er en del af brandet og identifikationen.

Adfærdsanalyser

Der bør føres en kontinuerlig og hyppig statistik over, hvordan og hvornår ScoutZone anvendes - og ikke mindst hvad, dvs. hvilke sider og hvilket indhold, der konkret bruges. Oplysningerne skal anvendes til løbende at forbedre og videreudvikle hjemmesiden bedst muligt. Hvor mange har besøgt ScoutZone i en given periode, og hvilke sider er mest besøgte? Stiger eller falder besøgstallet? Hvornår på døgnet bruges hjemmesiden? Osv. Disse oplysninger bør registreres systematisk og indgå i det videre udviklingsarbejde med at målrette ScoutZone og gøre hjemmesiden skarpere. Der kan være mange forskellige årsager til såvel fald som stigning i besøgstallet på ScoutZone. Det er vigtigt med sikre statistiske målinger, der kan analyseres og konkluderes på.

Synlighed

ScoutZone skal tænkes ind i kampagner og synliggøres, hvor KFUM-spejderne er og bevæger sig i hverdagen og i deres sociale I. En gruppe på Facebook, plakater til hytterne etc. I det hele taget opmærksomhedsskabende markedsføring af hjemmesiden. Unge spejdere, der ikke kender eller har glemt ScoutZone, skal have vakt deres interesse. Spejdere, der kender ScoutZone men ikke bruger den, skal motiveres til at besøge hjemmesiden ved at

blive mindet om hjemmesiden i sammenhænge, der giver mening for den unge KFUM-spejder (i skolen, ungdomsklubben, fritidshjemmet, på andre hjemmesider etc.) Blandt de interviewede KFUM-spejdere blev der givet en række forslag til indhold, som allerede findes på ScoutZone, men som spejderne altså ikke er bekendt med.

Frivillighed og professionalisme

ScoutZone og ScoutZones indhold bygger på en væsentlig og vigtig tanke om frivillighed. Redaktionen består af KFUM-spejdere, der af lyst som primær motivation bidrager med indhold. Dette forhold rummer også et dilemma. Kombineret med klare retningslinier, uddannelse og en overordnet professionalisering af kommunikationen på ScoutZone kombineret med frivillighedens krav om en vis grad af autonomi, der giver handlefrihed og ansvar, rummer modellen en stor styrke. Men kun såfremt at ScoutZone overordnet styres og målrettes ud fra en tanke om professionalisering af kommunikationen. Det frivillige arbejde med kommunikation og formidling skal ske inden for vel definerede rammer, der peger i samme retning. En retning, som defineres af den overordnede målsætning for ScoutZone - jvf. kommentarerne vedr. dette.

Personaer - hypotetiske arketyper

Konturerne af unge KFUM-spejderes
dagligdag og interesser

Maj 2009

Personaer som fremstilling

Et af denne rapports konkrete mål var at udvikle en række personaer til KFUM-Spejdernes videre formidlingsmæssige arbejde i almindelighed og på ScoutZone i særdeleshed. Der findes mange fremstillinger, teorier og modeller til behandling af de data, der er indsamlet gennem interviews og spørgeskemaer. Men allerede inden undersøgelsen blev iværksat, lå der en målsætning om, at den skulle munde ud i personaer grundet disses ekspliciterende håndgribelighed for især aktive og frivillige kommunikationsmedarbejder, der ikke nødvendigvis har andet end lysten som baggrund for deres engagement.

Rapportens personaer bygger primært på informationer og udsagn fra undersøgelsens deltagere og supplerende på viden om unge og ungdomsliv generelt. Personaernes beskrivelser kan fremadrettet bruges til at finde ud af, hvordan og hvornår formidlingen på ScoutZone skal udvikles og produceres – og i hvilken retning. Personaerne er med andre ord fiktive beskrivelser sammensat primært på baggrund af undersøgelsens kvantitative og kvalitative data.

En persona er en hypotetisk arketype – en slags gennemsnitlig repræsentant for de reelle og aktuelle KFUM-spejdere og (ønskede) brugere af ScoutZone. Personaerne skal dirigere og vise vejen for beslutningerne omkring formidling og kommunikation til unge KFUM-spejdere. Selv om personaerne er forestillede, er de defineret ud fra undersøgelsen med en kvalificerende og tillempet præcision. I bestræbelserne på at gøre personaerne realistiske, er de tildelt navne og tillagt personlige egenskaber.

De beskrevne personaer findes formentlig ikke i virkeligheden. De er sammensatte rettesnore og værktøjer til det videre formidlingsmæssige arbejde. De tegner konturerne af unge KFUM-spejders livsverden og interessesfærer og skal konkret anvendes til at målrette kommunikationen og guide den væk fra afsenders egne forestillinger og referencer hen imod en modtagerorienteret formidlingsmæssig indsats.

I det konkrete udviklingsarbejde med personaer, definerede vi to grundregler:

1. Beskriv spejder-personaerne gennem korte og realistiske fortællinger.
2. Personaerne skal kunne omsættes til et konkret afsæt for et kommunikations- og formidlingsarbejdet.

Fordele

Som teknik og fremstilling tilvejebringer personaerne et overblik over, hvad de forskellige personaer måtte være fælles om og hvad der adskiller dem. Det er overskueligt og samtidig pædagogisk at arbejde med konkrete personligheder og typer, man kan identificere sig helt eller delvist med. Det har været målet at gøre det lettere for skribenter, formidlere og kommunikationsmedarbejder hos KFUM-Spejderne at danne sig et overblik over veje og midler i kommunikationen, når målgruppens respons og udsagn kunne sammenskrives til få korte og overskuelige fremstillinger. Med personaerne gives et konkret, håndfast og overskueligt redskab til at sætte ansigt på målgruppen.

Ulemper

Svagheden er, at personaerne er gennemsnitsfremstillinger. Der er således ikke plads til mange individuelle nuancer eller versioner. Fremstillingen af personaerne kan forekomme upræcis i sin beskrivelse. Her ligger udfordringen i at huske på, hvad personaerne skal bruges til. I denne undersøgelse er personaerne udviklet med henblik på kommunikationsindsatsen via ScoutZone og er alene formet og fremstillet til dette. Da kommunikation via ScoutZone er et spørgsmål om at finde fællesnævnerne, giver det det god mening at anvende personaer.

Kategorisering

I vores arbejde med personaerne grupperede vi de forskellige typer i kategorier baseret på ligheder mellem interesser, værdier, alder, holdninger etc. For overblikkets skyld har vi ønsket at holde antallet af personaer lavt og alligevel repræsentativt. Vores mål var at gøre dem lette at huske og anvende, distinkte men samtidig fælles refererende. Vi har valgt at udnævne en af personaerne ('Klassikeren') til 'primær spejdertype' (i vores version repræsenteret af både en dreng og en pige) og de andre til 'sekundære spejdertyper'. I det ligger en idé om, at den 'primære spejdertype' er den mest repræsentative, fællesnævner og vigtige persona. Men det skal understreges, at de 'sekundære spejdertyper' er et udtryk for en vigtig nuancering, der ikke kunne finde plads hos den 'primære spejdertype'

Personaerne er ikke anvisninger i, hvordan der skal kommunikeres til KFUM-spejdere. De er forenklede beskrivelser af de forskelligheder, en KFUM-spejder også repræsenterer midt i forestillingen om 'det store grønne fællesskab', der på mange måder kun define-

res og markeres af medlemskab, uniform, aktiviteter og værdisæt indenfor rammerne af korpset. Når uniformen tages af og lejrturen er overstået, er en KFUM-spejder først og fremmest et ungt menneske med hvad dertil hører af forskelligheder, der skal tilgodeses i en succesfuld kommunikation og formidling. Følgende personaer sætter fokus på disse forskelligheders form og indhold.

Persona 1: "Klassikeren"

Navn: Marie

Alder: 15 år

Skole: 9. klasse

Antal år som spejder: 8

Om Marie

Marie går til spejderm hver torsdag og nogen gange også andre dage, hvis det passer ind. Hun glæder sig hver gang til at komme ned i hytten og mødes med de andre. Venskabet, fællesskabet, oplevelserne og også det at komme lidt væk fra skole, lektier og andre pligter på en hyggelig og god måde, er for Marie meget vigtigt. Uden spejderlivet ville hun have svært ved at se, hvad hun ellers skulle lave.

Der har da været nogle tidpunkter, hvor Marie har overvejet at stoppe hos KFUM-Spejderne. Mest fordi, hun var de eneste i klassen, der var spejder. Hun kunne derfor føle sig lidt udenfor. Men det hjalp at mødes med de andre KFUM-spejdere, der havde det på samme måde; at det ikke var det mest 'smarte' at være spejder. Men hver gang tænkte Marie, at hun hellere ville være spejder end være som alle andre. Hun synes, at man som spejder lærer en masse - bl.a. om at være en god ven og om at behandle andre mennesker med respekt. Hun ved godt, at nogle af vennerne synes, at hun er lidt 'frelst', men det gør nu ikke noget,

Marie bruger computer og Internet næsten hver dag, og hun har altid sin mobiltelefon på sig, så hun kan sende og modtage sms'er fra vennerne. Computeren bruges mest til lektier - og Internet til at holde sig i kontakt med andre, især på Facebook. Hun har også oprettet profiler på forskellige andre hjemmesider (MySpace, Arto m.fl.), men det er mest Facebook, hun bruger. En sjælden gang besøger hun også sider med nyheder og sladder. Hjemmesider om spejderliv bruger hun ikke så meget, men det er mest fordi de er lidt kedelige.

Marie elsker at være på lejrturer, rejser og udflugter i det hele taget. At komme lidt væk hjemmefra og selv bestemme, hvad der skal laves i løbet af dagen og hvordan, er det bedste ved det hele. Og så selvfølgelig samværet med andre KFUM-spejdere. Men det er også dejligt at komme hjem igen, så hun kan fortælle om sine oplevelser.

Marie vil lige nu gerne blive ved med at være KFUM-spejdere så længe, hun overhovedet kan, tror hun. Men hun er åben overfor, at nye interesser kunne dukke op. Det afhænger også af, om hendes venner fortsætter med at være KFUM-spejder.

Marie ser en del tv-serier og film - meget gerne sammen med vennerne eller familien. Når hun skal slappe af læser hun også bøger, hun låner på skolens bibliotek. Hun forsøger også at få lavet alle sine lektier. Det lykkes for det meste.

Persona 2: "Pioneren"

Navn: Merete

Alder: 17 år

Skole: 1.g - gymnasiet

Antal år som spejder: 11

Om Merete

Merete har været spejder siden hun var 6 år og derfor næsten så længe, hun overhovedet kan huske. For hende er KFUM-Spejder ikke noget, hun går til men noget hun er, og hun kunne ikke forestille eller tænke sig en tilværelse uden spejderlivet. Hun vil fortsætte med at være aktiv i KFUM-Spejderne, så længe hun overhovedet kan.

I Meretes familie er der en tradition for at være KFUM-Spejder. Det var hendes mor, der introducerede spejderlivet for hende, da hun var barn. Hendes mor var dengang selv frivillig leder i korpset. Begge Meretes brødre er også spejdere. Hendes lillebror er stadig aktiv i den lokale gruppe, mens hendes ældre bror er leder i en gruppe i den by, hvor han studerer.

Merete vil gerne selv på universitet, når hun er færdig med gymnasiet. Noget indenfor pædagogik eller socialvidenskab. Hun vil også gerne ud at rejse efter studentereksamen - gerne kombineret med spejderlivet. Men hun har endnu ikke besluttet sig hvordan, hvorhen og hvor længe.

Merete er en flittig bruger af e-mails og sociale fora på nettet, hvor hun holder sig i kontakt med venner og alle de nye mennesker, hun møder på sin vej – ikke mindst som KFUM-Spejder. Hun læser gerne og ivrigt om alt, der har med KFUM-spejdere og spejderliv i det hele taget at gøre. På Internet besøger hun ofte KFUM-Spejdernes egen hjemmeside for at holde sig opdateret omkring arrangementer, kurser og andre aktiviteter. Hun skriver selv til hjemmesiden og er ivrig debattør, når der er nogle gode diskussioner i gang mellem hende og andre med lige så stor interesse for spejderlivet.

Merete deltager i alle de kurser udbudt af KFUM-Spejderne, hun kan overkomme ved siden af gymnasiet og fritidsarbejdet i en ungdomsklub, hvor hun arbejder to faste aftener om ugen. For hende er livet som spejder også at tage ansvar for andre. Hendes sociale engagement er generelt stort, og hun interesserer sig også for samfundsforhold og diskuterer derfor gerne politik med dem, der gider. Hun er særligt optaget af miljø, ungdomspolitik, sundhed og tolerance på tværs af kulturer.

Når Merete har fri fra skole og arbejde – og ikke bruger tiden på spejderlivet – læser hun bøger, gerne krimier, hygger sig med veninder og familie, cykler og løber.

Persona 3: "Nørd"

Navn: Sebastian

Alder: 16. år

Skole: 9. klasse

Antal år som spejder: 5

Om Sebastian

Sebastian holder sig helst lidt for sig selv. Men han elsker at være KFUM-spejder, hvor han gennem tiden har mødt en masse nye venner, der ligesom ham selv har fundet et nyt og rart fællesskab. Her føler han sig tryk og accepteret og kan være noget for andre også. Han har fået det kærlige øgenavn "Fessor", fordi han ved en masse om fysik og teknik, og hans yndlingsfag er da også fysik.

Han bruger meget tid på computeren. Mest på at spille – især via Internet, hvor han har sit helt eget 'nickname'. Han læser også mange bøger, mest fantasy, science fiction og eventyr. Hans yndlingsbøger er Harry Potter og Ringenes Herre. Han har brugt en del lomme penge på at udvide sin pc og købe et fladskærms-tv til værelset, hvor han ser en del komedie- og eventyrfilm. Hans favoritfilm er Ringenes Herre (selv om han synes bedst om bøgerne). Sebastian tegner også men mest figurer fra eventyr.

Sebastian kunne godt tænke sig engang at få en uddannelse, der har noget med computere at gøre. Eller måske en erhvervsuddannelse, som har noget med teknik og elektronik at gøre. Men han vil gerne på efterskole og måske skal han også ind til militæret først.

Sebastian bruger Internet hver dag og gerne i flere timer ad gangen. Han har profiler på forskellige hjemmesider, hvor han holder sig i kontakt med andre unge - også spejder venner - og han har sin helt egen hjemmeside, hvor han deler sin interesse for spil, film og bøger. Han modtager tit e-mails fra unge fra hele verden, som spørger om gode råd til spil, som de har problemer med at gennemføre. Selv besøger han hjemmesider med anmeldelser, hvor han indimellem skriver i debatfora og har mange profiler oprettet rundt omkring. Nogle gange besøger han også KFUM-Spejdernes hjemmesider for at se, om der er sket noget nyt. Især er han interesseret i at se billeder fra arrangementer, han selv har deltaget i eller lede efter ansigter, han kender fra turer og lejrer. Han kunne godt tænke sig mere kontakt til andre spejdere via hjemmesider, men lige nu bruger han Facebook og Arto til det.

Han tjekker også tit gadget ud og køber små programmer og computerudstyr på Internet for de penge, han får af sine forældre eller selv tjener som flaskedreng i SuperBrugsen.

Persona 4: "Vildmanden"

Navn: Jakob

Alder: 17 år

Skole: 1. år, HTX

Antal år som spejder: 9

Om Jakob

Jakob elsker alt, hvad der lugter af friluftsliv. For ham er tilværelsen som KFUM-spejder ikke blot en livsstil. Det er en mulighed og en fysisk ramme for at sove i det fri, lave mad på bålet, deltage i natløb og kanoture i silende regn. En rigtig spejder kan alle sine knob, tænde et bål på få minutter og i det hele taget leve med og af naturen. Hans ildhu rækker langt, og nogen gange kan han godt virke lidt skræmmende på de yngre spejdere, når han farer frem og vil en masse lidt vilde og uprøvede ting. Men for ham er det en vigtig del af spejderlivet. At prøve egne og andres grænser af. Det også vigtigt for ham, at man lærer at værne om natur og miljø, og det vil han gerne vise andre.

Samtidig er Jakob en venlig, hjælpsom og hensynsfuld KFUM-spejder, der har brug for fællesskabet. Uden dette ville han være overladt til sine egne idéer og den tanke ligger ham fjernt. Livet som KFUM-spejder betyder alt for ham. En stor del af alle de gode oplevelser, han mindes fra sit liv, er knyttet til spejderlivet på en eller anden måde.

Jakob går op i at have det rigtige spejderudstyr. Nogen gange bliver han kærligt drillet fordi han altid møder op 'kampklædt'. Men han er god at have med på tur eller lejr, fordi han ved alt om spejderliv, og hans energi og entusiasme smitter.

Hans uddannelse på HTX er vigtig for Jakob. Han er god til at planlægge og strukturere sin hverdag, så der er tid til et meget aktivt spejderliv. Han sørger altid for at reservere dage til spejderturer, rejser og andre arrangementer i god tid. Jakob kan ikke huske, hvornår han sidst prioriterede noget andet frem for spejderlivet.

Hjemme ved pc'en laves der primært lektier. Jakob har en plan om at blive ingeniør, så han forsøger at lave alle sine lektier. Han surfer også en del på hjemmesider om spejderliv, friluftsliv og -udstyr, overlevelses- og vandreture og udveksler gerne erfaringer og oplevelser med andre friluftsentusiaster via hjemmesider. Hans yndlingshjemmesider bærer tydeligt præg af hans interesse. I sit øvrige fritidsliv er Jakob medlem af en sejlklub og svømmer regelmæssigt.

Hvad Jakob ikke taler om, er hans tro, som han er meget privat omkring. Han går ikke i kirke oftere end de fleste andre KFUM-spejdere men kan godt finde på at bede til Gud, når han er alene.

Persona 5: "Teenageren"

Navn: Katrine

Alder: 16 år

Skole: 9. klasse

Antal år som spejder: 4

Om Katrine

Katrine blev spejder, fordi hun havde hørt om sjove og fede oplevelser på lejrer, turer og rejser. Det synes hun egentlig stadig, at hun får. Men når hun kommer hjem, overvejer hun nogle gange alligevel at stoppe. Hun skal på efterskole efter sommerferien og vil nok kun fortsætte som KFUM-Spejder, hvis det passer med en lokal gruppe i nærheden af skolen.

Egentlig synes hun, at det er meget hyggeligt og afslappende at mødes med andre KFUM-spejdere en eller to gange om ugen, men på det sidste har hun har droppet spejdermøderne, fordi hun har haft andre planer. Især med de veninder, der ikke er spejdere.

Det har altid været lidt op og ned med Katrines deltagelse i spejderliv og spejdermøder. I nogle perioder har hun været meget aktiv og i andre perioder helt fraværende. For Katrine er spejderlivet et fritidstilbud, hvor hun kan møde andre og være sammen med jævnaldrene, på en måde, som er anderledes end i hendes øvrige fritid, hvor tiden går meget med at hænge ud med veninderne og lave "ingenting", som hendes far kalder det.

For Katrine er det at være KFUM-Spejder mest noget hun går til det og bruger noget af sin fritid på det. Hun kan godt føle det som lidt pinligt at fortælle, at hun er spejder. Hvis hun kører med bussen eller cykler til spejdermøder, har hun altid uniformen i tasken eller en trøje over. Hun gider ikke blive set på som en af de der fornuftige duksetyper, der går til spejder. Hun er selv lidt træt af at have det sådan, for hun synes egentlig, at spejderlivet på mange måder er godt og fornuftigt. Hun forsvarer også tit det at være spejder, når andre taler nedsættende om det.

Katrine har sin egen pc på værelset og bruger den mest til e-mails og chat. Hun lytter meget til musik og bruger også Internet til at finde og musik og musikvideoer. Lige nu e-mailer hun en del sammen med Casper. De er kærester og mødtes til en fest for en måned siden. Han ved i øvrigt ikke, at Katrine er spejder, og hun fortæller det nok heller ikke foreløbig. Katrine træner håndbold en gang om ugen og spiller kamp hver anden weekend. Men hun ved ikke, om hun gider fortsætte.

I skolen går det nogenlunde, selv om Katrine godt kunne gøre noget mere med lektierne. Men det kniber lidt med lysten. Når hun har fri fra skole vil hun helst bare slappe af, se film med veninderne, hænge ud i ungdomsklubben og måske gå til en fest.

Persona 6: "Ildsjælen"

Navn: Rie

Alder: 16 år

Skole: 9. klasse

Antal år som spejder: 8

Om Rie

Rie er den lokale gruppes igangsætter. Hendes engagement og iver efter at få tingene til at ske, har gjort hende til gruppens uformelle leder. Det passer Rie fint, for hun er vild med at lede og fordele. I hvert fald så længe det er indenfor spejdergruppen. Hun bakkes op af sine nære venner, der også er KFUM-Spejdere. Ries popularitet er stor, så længe hun har uniformen på og er KFUM-Spejder. Udenfor er hun bare "Rie", men her i hytten, på lejturene og på udflugterne er hun den, der altid tager ansvar for andre og fortæller, hvordan tingene skal gøres. Hun elsker spejderlivet og kan slet ikke forestille sig ikke at skulle være KFUM-spejder. Det er især det lokale sammenhold, Rie holder meget af.

Ries mor er også aktiv i KFUM-Spejderne. Rie betragter lidt den lokale KFUM-spejdergruppe som en stor familie, hvor alle kender alle og ses privat også udenfor spejderlivet. Det kan Rie godt lide, og for Rie er det vigtigt, at alle føler sig velkomne og tilpas, når de f.eks. kommer for første gang eller er ret nye medlemmer.

Rie deler hjemmets computer med resten af familien, så med mindre hun skal lave lektier, er det ikke meget tid, hun bruger bag skærmen. Men hun når som regel hver dag at tjekke sine e-mails og forskellige profiler på bl.a. Facebook. Når hun har tid, surfer hun mest rundt på hjemmesider, hun kender. I browseren har hun tilføjet sin skoles hjemmeside, Facebook, Hotmail, MySpace, YouTube og Spejdernet som favoritter.

I skolen går det ok med de fleste fag, selv om Rie ikke altid er den flittigste. I matematik går det dårligst. Rie synes, det er kedeligt. Rie glæder sig til at skulle rykke op i 8. klasse, hvor der er mange nye og spændende valgfag.

Rie tjener penge som babysitter og får også lommepenge af sine forældre. Dem bruger hun en del af på sko og tøj, da hun også gerne vil være lidt smart og vise, at hun er med på moden som de andre piger i hendes klasse.

Når Rie skal slappe rigtig af, er det helst sammen med familien og gerne foran fjernsynet. Rie har også fjernsyn på værelset, men hun bruger helst det i stuen og ser mest film, komedieserier og underholdningsshows. Nogle gange ser hun også nyhederne, men det er kun ved tilfældigheder.

10 skarpe

En tjekliste til det redaktionelle og
formidlingsmæssige arbejde på ScoutZone

Maj 2009

10 skarpe

Følgende liste er udviklet som et anbefalende produkt af undersøgelsen og er formulerede kriterier til den videre formidling på ScoutZone. Med andre ord en 'tjekliste' til det redaktionelle og formidlingsmæssige arbejde.

1. Hvem er målgruppen?

Kend KFUM-spejdernes kommunikationsbehov på ScoutZone. Forstå deres forventninger, interesser og behov. Tag udgangspunkt i viden og 'kvalificerede fornemmelser'. Hvilken aldersgruppe skal det f.eks. kommunikeres til? Brug f.eks. personaerne!

2. Hvad er budskabet?

Hvad vil du fortælle? Fremhæv, hvorfor KFUM-spejderen skal bruge tid på dette. Gør det klart, hvad udbyttet er. Hvorfor er det vigtigt, interessant, oplysende, sjovt osv.?

3. Forstå mediet – og udnyt det

Tekst, billeder og måske med et link hist og pist er ikke (altid) nok. Formidling på nettet betyder brug af tekst, video, lyd, debat, osv. Internet stiller en række muligheder til rådighed, og at benytte disse signalere forståelse og respekt for mediet.

4. Hvilken effekt skal kommunikationen have hos KFUM-spejderne?

Hvad skal en KFUM-Spejder gøre, når han/hun har modtaget kommunikationen? Hvordan skal han/hun gerne reagerer? Hvilken effekt er du interesseret i? Skal de føle sig underholdt? Skal de føle sig informeret? Skal de gøre noget bestemt?

5. Kommuniker i øjenhøjde

Kommuniker om noget, der fanger interessen og på en måde, der fastholder interessen. Kommuniker i øjenhøjde ved at bruge et sprog, et udtryk og et design, KFUM-spejderne kan identificere sig med. De skal føle sig 'talt' til. Test det evt. på personer fra målgruppen.

5. Vær præcis og kort

Undgå de lange fortællinger, med mindre brugerne selv vælger det. Skriv korte tekster, hvor KFUM-spejdere selv kan vælge, om de vil læse eller se mere. Vær kritisk i vurderingen af, hvor meget der skal med. Det er nemmere at skrive meget og langt end at kommunikere kort og konkret. Forsøg alligevel at være præcis. Spørg dig selv: "Hvad er vigtigt her? Kan det gøres kortere og mere enkelt?"

6. Vær kreativ og modig

Tænk "ud af kassen"! Vær ikke bange for at gå nye veje og afprøve nye idéer. Internet egner sig til kreativitet og nytænkning. Hvis ikke det virker, kan det laves om, fjernes eller udvikles. Men det kræver, at de undersøger, om det virker efter hensigten. Indhold, der ikke virker, skal fjernes eller ændres med det samme.

7. Vær synlig. Råb op og signalér "her er vi!"

Råb op og signalér "her er vi!". Hjemmesider eller dele af hjemmesider, der ikke bruges eller besøges, har ingen berettigelse. Hvis ikke KFUM-spejdere ved, at sider med særligt indhold findes, kan de af gode grunde ikke besøge siden. Forvent ikke, at brugere af hjemmesiden selv går på opdagelse. Fortæl, hvad der er at finde. På forsiden, i e-mails, via Facebook eller hvad I ellers kan finde på. Reklamér for jeres hjemmeside og indholdet på den!

8. Vær kritisk

- for I kan være helt sikre på, at det er de besøgende på hjemmesiden. De bruger højst nogle få minutter til at vurdere, om de gider blive hængende eller om de skal gå videre til en af de tusindvis af andre - især kommercielle - hjemmesider, der også vil have deres opmærksomhed. Din/jeres egen selvkritik er første kvalitetstjek. Spring det ikke over!

8. Vær aktuel og fornyende

Vis, at der sker noget nyt - allerede på siden. En del indhold vil være statisk, dvs. at det ikke skal ændres. Men måske kan der ændres ved billederne eller grafikken. Skift ud, ændre og opdater hele så ofte som muligt. En hjemmeside er et dynamisk medie. Husk det.

9. Inviter

Brug brugerne! Inviter til deltagelse. Spørg hele tiden, hvad de synes om indholdet og hjemmesiden. Opfordre til at kommentere på indhold. Inddrag dem og vis, at deres menings tæller. Skab engagement og dialog.

10. Vær professionel

Sørg for at ScoutZones indhold fremstår gennemarbejdet, professionel og som godt 'håndværk'. Brug de nødvendige værktøjer og programmer. Brug Photoshop til at lave grafik og bearbejde billeder, Word til at skrive osv. Vær kritisk og grundig. Dårlig grafik og billeder, links med fejl, stavfejl osv. sender et uheldigt signal. Få hjælp til det, du ikke selv kan eller har tid til.

Bilag:

Spørgeguide - fokusgruppeinterviews

1. Generelt

Hvorfor blev i KFUM-spejdere?

Hvorfor er i blevet ved?

Hvordan vil i beskrive det at være KFUM-spejder?

2. Adfærd

Hvad er det første I tænker, når jeg siger 'ScoutZone'?

Hvordan/hvorfor "bruger" I ScoutZone?

Hvornår bruger I ScoutZone - og I hvilke sammenhænge?

Hvilke andre hjemmesider vil I sammenligne ScoutZone med?

Viser I hjemmesiden til andre spejdere?

3. Organisation

Hvad gør det ved jeres opfattelse af dem, der laver ScoutZone?

Hvilket signal synes I ScoutZone sender?

Repræsenterer ScoutZone det, I som spejder synes er vigtigt?

4. ScoutZones indhold

Artikler, længde, tyngde, etc.

Hvordan er sproget?

Ved I hvem der laver og skriver på ScoutZone?

5. ScoutZones form

Hvad synes I om ScoutZones udtryk?

Hvad synes I om grafik og design

Hvad synes I om billedbrug og farver?

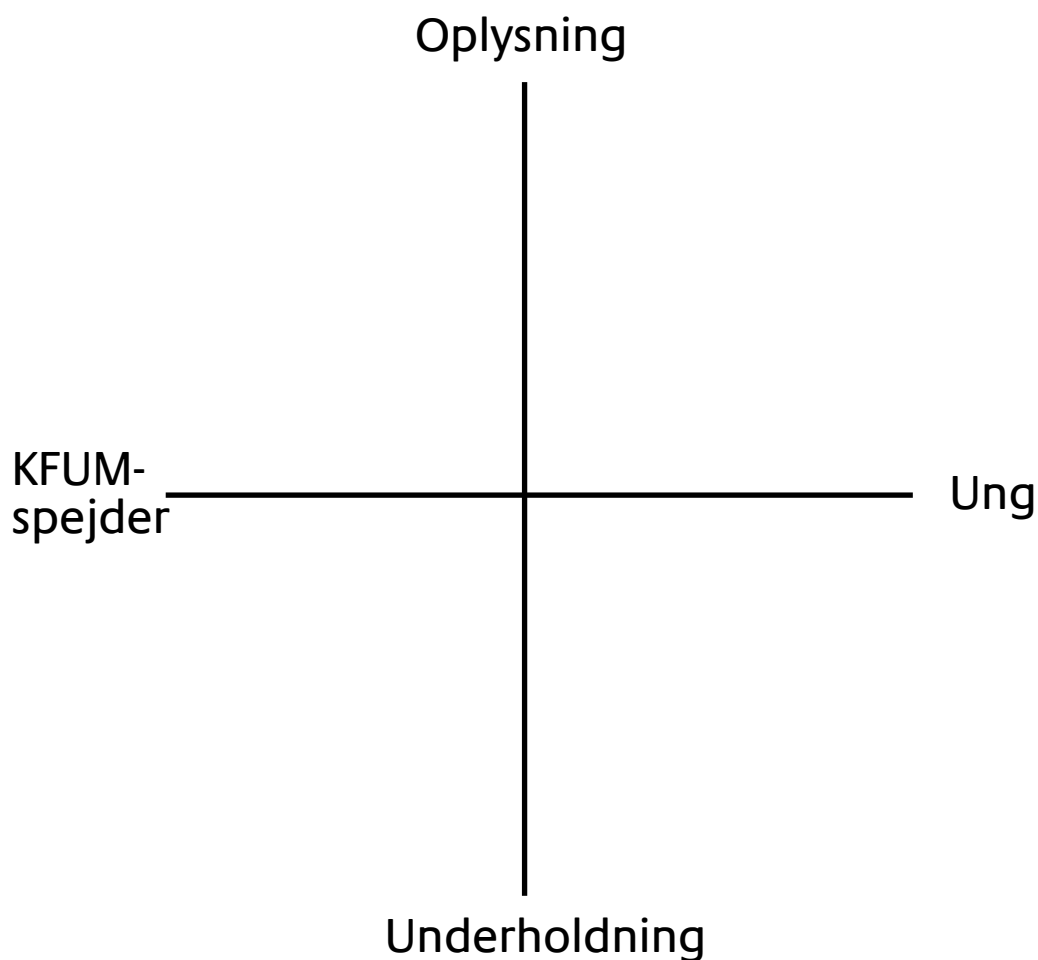
Har I andre kommentarer?

5. Generelt

Har I meninger om ScoutZone eller andet, som I ikke har fået givet udtryk for?

Indholdsmatrix - en fokusmodel

Denne enkle model kan hjælpe, når der skal formidles til KFUM-spejdere på ScoutZone. Den vandrette akse udtrykker, om kommunikationen retter sig mod "spejderen" eller "den unge" i en KFUM-spejder. Den lodrette om der er tale om informerende og oplysende kommunikation eller om det er ren underholdning, Akserne kan repræsentere både form og indhold



(Akserne udtrykker ikke modsætninger men positioner.)

