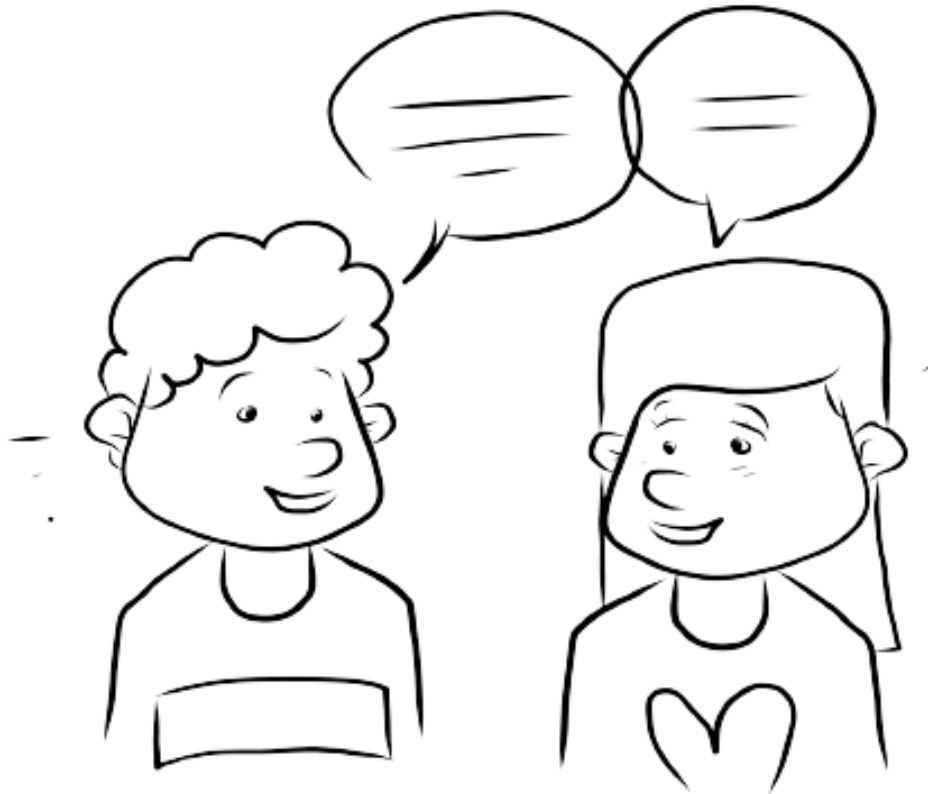


# Unge dialog om online svindel



Navn	Studienr.:
Caroline Vejen Hansen	73985
Nicolai Friis Jensen	73992
Jonas Sjøbeck Christiansen	73851
Marius Kjeldtoft	74135
Antonia My Nielsen	73878

Kommunikationsprojekt E23  
Vejleder: Claus Munch  
Gruppenr.: V2327258478  
Tegn/Anslag: 75.879

## **Abstract**

Our aim with this paper is to explore the feelings, experiences, and perceived dialogue regarding online fraud and different ways to work with the topic to promote dialogue.

The empirical foundation of the thesis is based on two qualitative group interviews with three young adults in each who consider themselves as best friends. The theoretical foundation of our study draws upon the works of dialogical theorist Martin Buber and Danish theorists Marianne Kristiansen and Jørgen Bloch-Poulsen. We utilize Alfred Schutz's concepts about the phenomenology of the life-world to understand the young adult's life-worlds.

Throughout the analysis, we found that the dialogue regarding online fraud is nonexistent among young adults. The topic of online fraud did not fit into their everyday conversations. In an attempt not to deviate from the norm, they all internally decided not to speak about it. Even though four out of six had fallen victim to online fraud, our interviews with them were the first instance they talked to each other about it. They attributed online fraud to feelings of shame, anger, and disappointment in themselves.

Finally, the paper discusses where the main communicational problems lie. We bring in socio-psychological theorist Thomas Scheff and his work regarding shame as the primary emotion that controls our everyday lives. Additionally, we include Howard Giles and Tania Ogay's communication accommodation theory, which highlights the innate need for convergence in everyday communication. We argue that one of the ways we could have worked differently with our now broadened perception of the problem as a whole is to bring in gamification strategies to lighten the subject and enable young adults to normalize the dialogue regarding online fraud.

## Indholdsfortegnelse

<i>Abstract</i> .....	2
<b>1. Problemfelt</b> .....	<b>5</b>
<b>2. Kommunikationssituation</b> .....	<b>6</b>
<b>2.1. Målgruppe</b> .....	<b>6</b>
2.2.1. Livssituation .....	6
2.1.3. Informationsrelevans .....	7
2.1.4. Informationsbehov .....	8
2.1.5. Unges sociale-medievaner .....	8
<b>3. Kommunikationsproduktet</b> .....	<b>8</b>
<b>3.1. Tema</b> .....	<b>8</b>
<b>3.2. Medie &amp; tilgang</b> .....	<b>9</b>
<b>3.3. Det video tekniske</b> .....	<b>9</b>
<b>4. Videnskabsteori</b> .....	<b>11</b>
<b>4.1. Fænomenologi</b> .....	<b>11</b>
<b>4.2. Schutz: Fænomenologi og hverdagens sociologi</b> .....	<b>12</b>
<b>5. Metode</b> .....	<b>13</b>
<b>5.1. Kvalitativ metode</b> .....	<b>13</b>
<b>5.2. Gruppeinterview</b> .....	<b>13</b>
<b>5.3. Udvælgelse og rekruttering af deltagere til gruppeinterviews</b> .....	<b>14</b>
<b>5.4. Fordele og ulemper ved rekruttering fra det private netværk</b> .....	<b>14</b>
<b>5.5. Deltagere</b> .....	<b>15</b>
<b>5.6. Semistruktureret interviewguide</b> .....	<b>16</b>
<b>5.7. Etik</b> .....	<b>18</b>
<b>5.8. Transskribering og kodning</b> .....	<b>19</b>
5.8.1. Kodningsskema .....	19
5.8.2. Meningskondensering .....	20
<b>6. Dialogisk kommunikationsteori</b> .....	<b>21</b>
<b>6.1. Projektets teoretiske forståelse</b> .....	<b>21</b>
<b>6.2. Historiefortælling</b> .....	<b>22</b>
<b>6.3. Dialogiske momenter og det dialogiske rum</b> .....	<b>22</b>
<b>6.4. Intersubjektivitet</b> .....	<b>23</b>
<b>6.5. Share, dare &amp; care</b> .....	<b>23</b>
<b>6.6. Teori i et fænomenologisk perspektiv</b> .....	<b>24</b>
<b>7. Analyse</b> .....	<b>25</b>
<b>7.1. De unges erfaring og eget syn på online svindel</b> .....	<b>25</b>

7.2.	Forestillinger om hinanden .....	28
7.3.	Følelser og reaktionsmønstre .....	30
8.	<i>Diskussion</i> .....	34
8.1.	Er den sociale tilpasning drevet af skam eller et behov for at ligne hinanden? .....	34
8.2.	Strategisk kommunikation med udgangspunkt i gamification .....	36
9.	<i>Konklusion</i> .....	38
10.	<i>Perspektivering</i> .....	39
	<i>Litteraturliste</i> .....	40

## 1. Problemfelt

Digitaliseringen af samfundet og dets borgere fortsætter med høj hast. Tal fra Danmarks Statistik viser, at 92% af den danske befolkning benytter sig af, og er til stede på diverse sociale medier (DST 2022). Medtager vi her den generelle høje tillid, vi danskere har til hinanden (Hansen & Andersen 2021) og sammenholder det med danskernes tillid til at handle på danske netbutikker frem for store udenlandske (Business Danmark 2019), så står vi med et attraktivt territorium, hvor svindel kan foregå. I 2021 blev 157.000 danskere udsat for it-kriminalitet. Heraf var 67.000 af disse tilfælde relateret til svindel ved handel på netbutikker (Thiel 2021). Men hvilken effekt har det på individet, som bliver svindlet?

På tværs af aldersgrupper er 'skam' en gennemgående følelse, som ofrene for svindlen sidder tilbage med. I en undersøgelse af unges handel på online spil, opleves det faktisk, at skyldfølelsen opvejer den tomme pengepung (CFDP 2023). Derudover ville over 30% af danske unge mellem 18-24 finde det direkte flovt, at skulle fortælle det til nogen, hvis de blev svindlet (Danske Bank 2022). På europæisk plan svarede 41% af dem som hvert år bliver svindlet, at de ikke taler med nogen omkring det (Ipsos 2020:35). Ikke engang familiemedlemmer eller tætte venner. Det vidner altså om, at vi må have at gøre med et emne, som er tabubelagt. Men hvilke følelser vækker online svindel egentligt hos danske unge - og er det noget, som de overhovedet taler om?

Vi vil undersøge hvordan, og om, unge går i dialog med hinanden, når det handler om internetsvindel. Inden for de sidste fem år er den opfattede risiko for at blive udsat for online svindel steget. Her svarer 40% af danskerne, at de har en opfattelse af, at risikoen for svindel er steget de seneste 5 år (Danske Bank 2022). Hvis folk ikke er oplyst om de metoder, der bruges til at svindle folk, så kan det være svært at vide, hvad man skal være opmærksom på. Det problem kan meget vel udspringe af, at folk ikke snakker med hinanden om det at blive snydt på nettet. I en tid hvor frygten for at blive udsat for svindel er stigende, er det interessant at undersøge, hvordan dette opleves blandt de unge. De unge er i dag de mest udsatte for internet svindel, hvor 33% af de adspurgte, i en undersøgelse lavet af Danske Bank, fortalte at de havde været udsat for online svindel. Ved at få folk til at snakke åbent og højt om at være offer for online svindel, kan denne åbenhed have potentiale for at forhindre andre individer i at blive svindlet på samme måde i

fremtiden, da man ved, hvad man skal være opmærksom på. Da vi vil undersøge dialogens relation til problemet, så anser vi problemet for at være grundlæggende kommunikationsbaseret.

Med udgangspunkt i ovenstående problematisering af dette projekts genstandsfelt, har vi valgt at foretage undersøgelsen ud fra følgende problemformulering:

*Hvorvidt oplever de unge, at der er tilstrækkelig dialog om online svindel, og hvordan kan interpersonel kommunikation blandt unge fordres?*

## **2. Kommunikationssituation**

Til projektet er der produceret en video, som har til formål at være en af måderne, som man kunne arbejde med at skabe dialog blandt unge om online svindel. Videoen er lavet på baggrund af følgende beskrivelse af kommunikationssituationen. Her vil vi fokusere på at beskrive kommunikationsproduktets målgruppe.

### **2.1. Målgruppe**

I det følgende afsnit vil vi fremsætte en beskrivelse af deltagerne, som dette projekt ønsker at forstå. Da vi ønsker en fokuseret og systematiseret tilgang til målgruppebeskrivelsen, vil vi basere den på baggrund af bestemte begreber, som vi vil beskrive deltagerne i et mere generelt perspektiv ud fra. Målgruppebeskrivelsen er lavet med inspiration fra Nina Kanstrup Kjær (2015) og hendes analyse af brugere af offentlige ydelser i kommunerne. Den indeholder *livssituation*, *relevans* og *informationsbehov*. Vi ønsker også kort at redegøre for de unges gang på sociale medier, og vil derfor tilføje *sociale medievaner* til målgruppebeskrivelsen.

#### **2.2.1. Livssituation**

I forhold til de unges livssituation vil vi afgrænse os til at kigge på alder, og hvad der kendetegner de steder, som de hver især kan være i deres liv. Undersøgelser viser, at aldersgruppen fra 18-24 år er den mest udsatte for svindel. Her svarer 33%, at de har været udsat for svindel online. Ligeledes svarer 9% fra denne målgruppe, at de har været udsat for svindel flere gange (Danske Bank 2022:2). Vi vil afgrænse denne målgruppe, og arbejde med unge i alderen 18-21 år. Det vil sige, at vi vil fokusere på unge, der eksempelvis er på deres sidste år af gymnasiet, midt i deres

sabbatår eller på en videregående uddannelse. Det er altså dermed heller ikke en særligt homogen gruppe, som vi arbejder med. Her kan der være stor forskel på baggrund, interesser, og det sted de er i livet.

Det overordnede kendetegn for hele vores målgruppe er, at unge i de respektive aldre hver især står midt i, eller på vippen til, at skulle tage store valg, der har betydning for deres fremtidige liv (Ottesen et al. 2018). Presset kan være stort. Selvom de unge gymnasieelever ikke generelt forbinder det at gå på gymnasiet med mobning, så påpeger de stadig, at der er nogle ekskluderende mekanismer i spil, som påvirker dem (Evaluering sinstitut:32). Det kan muligvis påvirke deres lyst til at åbne op om det at blive snydt, hvis de frygter, at sådanne ekskluderende mekanismer kan komme i spil. En stor del af de 18 og 19 årige er stadig i gang med ungdomsuddannelse, og er fortsat hjemmeboende (Ottesen et al. 2018:91). De 21-årige unge er derimod i den gennemsnitlige alder, hvor man som ungt menneske flytter hjemmefra (ibid:104). Det er også i denne sene teenagealder, at de unge er ved at udvikle deres individuelle voksen-identiteter, og i disse år topper ensomheden (ibid:222). Der er tale om unge mennesker, som påbegynder en ny fase i deres liv. Her gælder det om at passe ind, og fremstå som at man har styr på tingene (Evaluering sinstitut 2019:26-29). Hvis man bliver svindlet, så kan det udfordre den ide, man har om sig selv, og som man ønsker, at andre også skal have om en.

### **2.1.3. Informationsrelevans**

Det er subjektivt, hvad de unge i målgruppen opfatter som relevant (Kjær 2015). Det er derfor heller ikke noget, som vi kan planlægge 1:1. Fra andre forskningsfelter ved vi, at det kan have en særlig effekt på modtageren, når vigtige budskaber formidles af unge selv. Det er en måde hvorpå man kan skabe troværdighed og relevans hos målgruppen (Center For Ungdomsforskning 2003:9-10). Her kan det særligt være et effektivt værktøj, hvis det bruges til at informere de unge om “*det moderne livs udfordringer*” (ibid:23). Det mener vi, at internetsvindlen må siges at kategoriseres under, da der er tale om et relativt nyt fænomen. Ligeledes er det noget som unge mennesker udsættes for, i takt med at de bliver ældre, får penge på kontoen, og generelt bliver mere selvstændige: Hvilket også karakteriserer de unge i alderen 18-21 år.

#### **2.1.4. Informationsbehov**

Indledningsvist i projektrapportens problemfelt kom vi med statistik på, at 30% af danske unge ville føle en så stor skam over at være blevet snydt på nettet, at de ikke ville fortælle det til nogen. Ligeledes ville 41% af dem, der har oplevet at være blevet snydt online på europæisk plan, ikke fortalt det til nogen. Dette er et af de forhold, som vi gerne vil forstå med udgangspunkt i de unges oplevelser: Hvorfor taler man ikke om at blive snydt?

Det kunne tegne et billede af et eksisterende informationsbehov hos de unge. Både i forhold til at oplyse dem om, hvor mange der egentlig snydes hvert år, men også i form af manglende interpersonel kommunikation blandt unge, om de metoder der tages i brug af online-svindlere. Det kan dog også blive evident, at der er helt andre ting på spil for de unge.

#### **2.1.5. Unges sociale-medievaner**

Undersøgelser viser, at det netop er på sociale medier, at de unge er mest synlige. Unge mellem 12-18 år har i gennemsnit profiler på fem forskellige sociale medier (Kulturministeriet 2021:27). TikTok scorer højest, når vi snakker om unges medievaner. Her er 49% af dets brugere i alderen 12-18 år, og 40% er i alderen 19-34 år (ibid:33). Instagram er et andet medie, som bruges flittigt af disse målgrupper, hvoraf 45% af deres brugere befinder sig. Det sidste medie, som er relevant at medtage, er Facebook. Her står disse målgrupper for 33% af brugerprofilerne (ibid). Det er signifikant, da Facebook på tværs af aldersgrupperne er det medie med flest brugerprofiler blandt danskerne (ibid:31).

### **3. Kommunikationsproduktet**

Vi har udarbejdet et kommunikationsprodukt i form af en video, hvori der er underlagt et generelt tema og strategi. Formålet er at vi i vores gruppeinterviews med de unge vil vise dem videoen og teste dens effekt som dialogskabende. Kommunikationsstrategien der arbejdes ud fra er delt op i tre emner; 'Tema', 'Medie & tilgang' og 'Det video tekniske'. Disse tre emner skal give en forståelse for kommunikationsstrategien, og hvilke overvejelser der er gjort.

#### **3.1. Tema**

Omdrejningspunktet for kommunikationsproduktet er dialog. Dialogen udføres af to unge, der passer til målgruppebeskrivelsen i kommunikationssituationen. Temaet i videoen bygger på



Kristiansen og Bloch-Poulsens begreber Share, Dare og Care, der bliver introduceret i teoriafsnittet. Med disse begreber vil kommunikationsproduktet udfolde sig.

### **3.2. Medie & tilgang**

Videoen er filmet i et højformat også kendt som lodret format. Formatet er i 9:16 og fungerer primært på Facebook, Instagram og TikTok (Social Media Marketing n.d:55). Derfor har vi produceret en video, der passer til disse medier. Der anvendes teknikker og trends fra sociale medier for at skabe en genkendelighed i videoen. Denne genkendelighed er med til at sikre, at videoen fungerer online på sociale medier.

Vi anvender tilgangen ung-til-ung dialog i videoen, da vi ved fra Sundhedsstyrelsens rapport at ung-til-ung som forebyggende metode, kan have en gavnlig effekt. Selvom rapporten Sundhedsstyrelsen har lavet ikke kan konkludere en målbar effekt, hvad angår forebyggelse af alkohol- og stofmisbrug. Dog fortæller rapporten, at mange unge foretrækker ung-til-ung-metoden og oplever, at den tilegnede viden gennem denne metode er mere relevant (Center for Ungdomsforskning 2003:24). Dertil kan der tilknyttes, at der er en teoretisk forståelse, at unge lytter mere til andre unge end voksne. Dette skyldes, at unge er i en frigørelsesproces (ibid:9-10) og at ung-til-ung-metoden kan være særligt effektiv, hvis det bruges til at informere de unge.

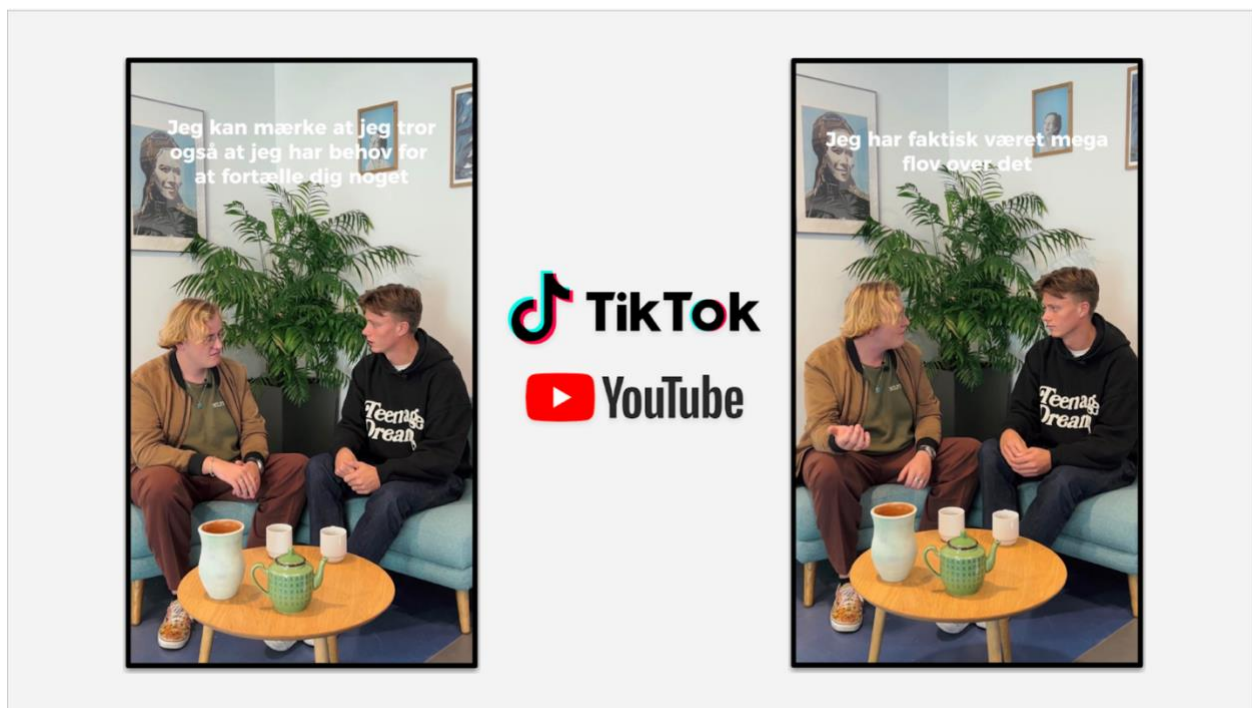
Videoen er tiltænkt med udgangspunkt i en global kampagne, der årligt afholdes fra den 10 til den 16 november. Kampagnen hedder International Fraud Awareness Week og har været afholdt siden 2021. Til kampagnen anvendes hashtagget #BeCyberSmart hvor det er muligt tagge videoen, så den er tilgængelig, hvis der søges efter dette hashtag.

### **3.3. Det videotekniske**

Videoen er filmet i øjenhøjde, hvilket skal sikre, at den ikke virker for opsat, men har dialogen i fokus. Scenen foregår på samme tid og lokation. Det er med til at fortælle modtagere, at der er én dialog mellem to personer, og at det er her fokus og handlingen er i videoen. Ved at videoen kun består af en scene, kan det være nemmere for modtageren at forstå handlingen i en kort video (Filmcentralen n.d). Der anvendes montageklipping, der giver videoen et rytmisk boost. Ved

mange små hurtige klipninger øges rytmen i videoen, så den ikke fremstår langtrukket og kedelig (Filmcentralen n.d). For at understøtte pulsen i videoen er der tillagt underlægningsmusik. Den fremstår som ikke-diegetisk lyd og er med til at give videoen mere dybde, så den ikke fremstår todimensionel. Vi ser især denne effekt blive anvendt til videoer på sociale medier, hvor der er en overvejende tendens til, at der fremgår underlægningsmusik (Filmcentralen n.d).

Dramaturgisk anvender vi en rammefortælling, hvor der foregår flere fortællinger. Den første fortælling fra person 1 sætter rammen for, at person 2 også har en historie at fortælle. Handlingsforløbet foregår i nutiden, hvor person 1 fortæller om noget, der er hændt i fortiden. Dette kategoriseres som et flashback og er hovedhandlingen. Videoen slutter i nutiden, hvor person 2 har samlet sig mod at fortælle sin egen historie, som i fagsprog kaldes udtoning (Filmcentralen n.d).



*Et udklip fra videoen. Se bilag 5 for den fulde video*

## 4. Videnskabsteori

Projektets udgangspunkt er at undersøge, hvordan unge initiere dialog omkring online svindel. Det lægger op til, at vi anvender en videnskabsteoretisk retning, som sætter subjektet og dets livsverden i fokus. Hertil er der valgt kvalitativ metode som understøtter dette. Følgende afsnit vil klarlægge projektets videnskabsteoretiske afsæt og metodiske overvejelser.

### 4.1. Fænomenologi

Inden for den fænomenologiske videnskabsteori arbejdes der med, at det eneste sikre grundlag for erkendelsen er det *“oplevelende verdenserfarende subjekt”* (Juul 2012:69). Det er gennem en forståelse af subjektets erfaringer og refleksioner herom, at vi kan opnå objektiv viden om forskellige fænomener (ibid).

Fænomenologien bryder med den ontologiske forestilling, at der findes en virkelighed bagved den menneskelige erfaring. Det hænger sammen med, at den skildring, der normalt er indenfor videnskabsteori som værende epistemologi og ontologi, i fænomenologien, flyder sammen, da viden først er viden, når det erfares af subjektet.

Det handler om at skabe et erkendelsesrum, som er fri for alle forudfattede antagelser om eksistensen. Hvis vi vil forstå et fænomen gennem det verdenserfarende subjekt, så må man sikre det rene erkendelsesfelt (ibid:71). Den eneste måde at gøre det på er, ifølge Husserl, ved at sætte parentes om sine forforståelser - og lade subjekternes erfaringer med fænomenet (deres livsverden) være det centrale vidensgrundlag for erkendelsen. Det er midlertidigt senere blevet anfægtet af fænomenologer, hvorvidt det er muligt at tilgå *“sagen selv”* uden at ens forforståelser kommer i spil (ibid:72). Ofte gøres dette med afsæt i Heideggers ontologi om eksistensen som en *“væren i verden”*, hvor forskerens forforståelser er uundgåelige at bringe i spil, da de er indlejret i enhver erfaring (ibid), og derfor også er produktive for erkendelsen at reflektere over (ibid:422). Alfred Schutz betegner denne forudsætningsløshed, som værende et analytisk ideal, som vi så vidt muligt skal forsøge at efterleve, men erkender at der ofte vil forekomme blinde pletter for forskeren (Schutz 2005:9).

Udgangspunktet er, at man *“går til sagen selv”*, og ikke lader det, der allerede er kendt om fænomenet, være styrende for erkendelsen - men derimod lader det erfarne subjekts livsverden

være det. Analysen vil derfor også først og fremmest være styret af de temaer, som de unge i vores interviews selv fremhæver. Først herefter kan vi prøve at forstå og fortolke på den måde, som deltagerne erfarer fænomenet omkring dialog og online svindel.

#### **4.2. Schutz: Fænomenologi og hverdagens sociologi**

I vores hverdag opererer vi efter en masse ubevidste mekanismer, der foregår på en automatisk og ureflekteret måde. Vores ageren i hverdagen er baseret på en overordnet forestilling og viden om, hvilke reaktioner vi kan forvente af en given handling (Lindhardt 2014:7). Når forelæseren på Roskilde Universitet har sagt det sidste ord i sin forelæsning, så er det en naturlig reaktion fra de studerende, at de klapper. Ligeledes er det forventeligt for forelæseren, at denne reaktion sker. Det foregår ubevidst, og på baggrund af de commonsense forestillinger vi som individer har om hinanden. Intersubjektiviteten er altså indlejret i hverdagens delte livsverdener, og vi går ofte ud fra, at andre forstår verden, som vi selv gør (ibid:9).

Ovenstående er også et udtryk for typifikationer, som er indlejrede handlingsforløb, der opstår i bestemte situationer, hvor noget genkendeligt forløber (ibid:8). En praksis, som opstår under visse omstændigheder, vil for subjektet være naturlig at overføre til lignende situationer i fremtiden (ibid). I forhold til dette projekt vil det være interessant at undersøge de unges commonsense forestillinger om dialogens relation til online svindel.

## 5. Metode

I følgende vil vi fremsætte vores argumentation for det metodiske grundlag, som projektet er udarbejdet ud fra. Vi vil bevæge os fra det generelle plan i forhold til, hvad der gør den kvalitative metode egnet til dette projekt til at vise eksempler på, hvordan vi helt konkret har arbejdet med empirien i projektet.

### 5.1. Kvalitativ metode

Den kvalitative metode giver mulighed for at forstå de unges holdninger, oplevelser og refleksioner i forhold til problemstillingen. Formålet er ikke at måle frekvenser og omfang, men at udforske forskellige adfærdsmønstre. Derfor ser vi gruppeinterviews som optimale for vores opgave.

### 5.2. Gruppeinterview

Gruppeinterviews er en metodisk tilgang, der anvendes til at indsamle kvalitative data gennem fortællinger og holdninger blandt en lille gruppe deltagere. Denne metode giver mulighed for at udforske og forstå komplekse emner gennem deltagelse, interaktion og udveksling af synspunkter (White 2006:93-94).

Gruppeinterviews er velegnede til at opnå en bredere forståelse af sociale normer, holdninger og oplevelser og kan være særligt gavnlige, når det drejer sig om at udforske komplekse emner som online svindel (ibid). Mere specifikt har vi foretaget narrative interviews, da vi har fokus på de historier interviewpersonerne fortæller. Historierne kan dukke op spontant under interviewet eller blive fremkaldt af interviewerens.

*“Når den narrative interviewer først har bedt om en historie, er det hans eller hendes væsentligste opgave at lytte, undlade at afbryde, af og til stille opklarende spørgsmål og hjælpe interviewpersonen med at fortsætte sin historie”* (Kvale & Brinkmann 2015:209).

Vi har valgt at foretage vores gruppeinterviews med to mindre grupper. Det har tendens til at skabe en atmosfære, hvor åben diskussion kan blomstre, idet de faciliterer en mere intim ramme for interaktion (Lundgren 2006:5). Dette kan have en gavnlig indflydelse på dybden og bredden af

diskussionen, da det muliggør, at alle deltagere har mulighed for aktiv deltagelse. En af de væsentlige fordele ved mindre grupper er evnen til at facilitere en dybere forståelse af emnet, da deltagerne har mulighed for at udforske komplekse idéer og nuancer i diskussionen (ibid.).

Det lægger dermed op til et partcipatorisk/deltagerorienteret studie, hvor alle aktører - projektgruppen som forskere og de unge som deltagere - inddrages i samproduktionen af viden. Det er gennem denne viden, at muligheden for at transformere/forbedre de sociale praksisser opstår, hvilket for dette projekt handler om de unges lyst til at indgå i dialog med hinanden om online svindel (Phillips 2011:163).

### **5.3. Udvalgelse og rekruttering af deltagere til gruppeinterviews**

Udvælgelsen af deltagere til interviews er en afgørende fase i forskningsprocessen, der direkte påvirker kvaliteten og validiteten af de opnåede data. En omhyggelig og velovervejet tilgang til udvælgelse er afgørende for at sikre, at interviewpersonerne repræsenterer den ønskede population og kan bidrage meningsfuldt til forskningsformålet (Halkier 2014:27).

Vi har valgt at gøre brug af et bekvemligheds udvalg, hvor vi vælger deltagere baseret på deres lette tilgængelighed. Dette kan være hensigtsmæssigt i visse situationer. Det er dog vigtigt at være opmærksom på potentiel bias, da denne tilgang kan føre til en skæv repræsentation af populationen (Metodeguiden n.d).

Vi har rekrutteret vores deltagere gennem det private netværk. Rent praktisk har vi taget kontakt til en af gruppe medlemmernes lillebror, der er i den relevante målgruppe. Hertil har han skaffet to venner, der ville hjælpe med interviewet. Her har vi altså gjort brug af snowball sampling (Metodeguiden n.d). Ved det andet interview har en person fra gruppen taget kontakt til tre drenge fra deres arbejdsplads, der også passede til målgruppen. Vi har altså haft kendskab til alle deltagerne.

### **5.4. Fordele og ulemper ved rekruttering fra det private netværk**

En af fordelene kan være, at det er nemmere at interviewe personerne. Dette skyldes, at der er en eksisterende atmosfære af tillid og komfort. Den eksisterende relation kan hjælpe med at bryde

isen og gøre informanterne mere åbne fra starten af. Derudover kan man også tillade sig mere fleksible tidsplaner og steder for interviews.

Ulemperne kan dog være, at det måske kan være svært for interviewereren at opretholde objektivitet, da personlige følelser og relationer kan påvirke interviewerens evne til at forholde sig objektivt. Derudover kan man risikere, at deltagerne selv-censurerer eller tilpasser deres svar for at undgå konflikter eller ubehagelige situationer. Yderligere kan der risikeres, at der opstår en form for useriøsitet, hvilket resulterer i, at interviewet ikke opnår sit fulde potentiale (Eines & Thylèn 2012:103).

Da der er personlig relation mellem interviewer og interviewpersoner, er det vigtigt at adskille sin professionelle rolle fra personlige relationer for at opretholde den nødvendige videnskabelige afstand. Dette er gjort ved at interviewer forholder sig neutralt og objektivt i interviewene (Halkier 2014:29).

### 5.5. Deltagere

Vores deltagere består af to forskellige vennegrupper, som vi har interviewet en gang. På skemaet nedenfor ses en tabel med de drenge, der er blevet interviewet. Her ses det, at drengene i begge interviews minder en del om hinanden rent livsmæssigt.

Navn	Alder	Beskæftigelse	Relation
Johan	19 år	Sabbatår og pædagogmedarbejder i en børnehave	Kender hinanden fra samme gymnasium
Jonathan	20 år	Sabbatår og pædagogmedarbejder i en børnehave	
Oskar	19 år	Sabbatår og lærervikar	
Rasmus	19 år	Går på gymnasiet og arbejder i Royal Arena	

Tobias	18 år	Går på gymnasiet, arbejder i Royal Arena og en cafe	Går i samme klasse på gymnasiet
William	18 år	Går på gymnasiet og arbejder i Royal Arena	

Disse grupper kan derfor anses som værende to internt homogene grupper. Dette er der både fordele og ulemper ved (Halkier 2014:27).

En homogen gruppe, hvor deltagerne deler lignende baggrunde, interesser eller erfaringer, kan indebære visse begrænsninger, især når det kommer til diversitet af perspektiver og erfaringer (ibid.). Desuden er der risiko for, at deltagerne inden for den homogene vennegruppe kan være tilbøjelige til at præsentere svar, der er mere i overensstemmelse med gruppens normer eller forventninger.

Den stærke samhørighed inden for vennegruppen skaber en kultur, hvor det kan være udfordrende for deltagerne at udtrykke uenighed eller divergerende synspunkter. Dette kan resultere i en manglende objektivitet i svarene, da gruppen måske er tilbøjelig til at fremhæve fælles holdninger og undlade at adressere konflikter eller variationer i synspunkter (Eines & Thylèn 2012:97). Dette kan påvirke pålideligheden af de indsamlede data, da det kan skabe en skævhed i retning af mere positive eller konsensusorienterede svar (ibid.).

Modsat kan man argumentere for, at da vennegruppen er så tæt og homogen som den er, at individerne er trygge nok i hinandens selskab til at kunne sige deres ærlige mening. Man kan argumentere for, at det styrker kvaliteten af vores undersøgelse, at vores interviewpersoner ikke kender individerne i den modsatte gruppe, vi interviewer. Vi får derfor to separate interviews vi kan sammenligne og analysere på.

### **5.6. Semistrukeret interviewguide**

For at få uddybende empiri, vi kan arbejde videre med i vores analyse, har vi valgt at bruge en semistrukeret interviewguide. Interviewguiden er afgørende for at sikre, at gruppen bevæger sig i den ønskede retning, samtidig med at der er plads til spontanitet og dybdegående diskussioner



(Kvale & Brinkmann 2015: 183). En semistruktureret tilgang vælges for at give plads til at deltagerne kan udtrykke deres egne erfaringer og holdninger. Spørgsmål omfatter både personlige erfaringer samt refleksioner over en præsenteret video for at opnå både individuelle og fælles perspektiver (Poulsen 2019:98).

Samtidig giver den semistrukturerede tilgang interviewer mulighed for at være mere aktiv i dialogen. Intervieweren kan stille opfølgende spørgsmål baseret på interviewpersonens svar, hvilket betyder, at interviewer ikke gemmer sig bag forudbestemte spørgsmål. Spørgsmålene bliver mere åbne og formes af interviewpersonens fokus, når de uddyber og berører relevante emner. På samme måde kan interviewer fokusere på de punkter, der er vigtige for emnet (Brinkmann 2014:29). Derfor er rækkefølgen ikke fast. Interviewguiden fungerer mere som retningslinjer for udførelsen (Poulsen 2016:76).

Fælles for begge vores interviews har været, at interviewene er blevet delt op i 4 'faser' En eksemplificeret version af de 4 faser kan ses i nedenstående skema.

<b>Forskningsspørgsmål</b>	<b>Interviewspørgsmål</b>
<i>Baggrundsspørgsmål til at skabe en forståelse for de unge som individer</i>	Hvor gammel er I? Hvad arbejder I med? Hvor er I i livet? Hvor kender I hinanden fra?
<i>Hvad er jeres egne erfaringer med online svindel?</i>	Hvad forbinder I med online svindel? Kender I nogen der er blevet svindlet? Har I selv været udsat for det? Skriv hver i sær den følelse ned på et papir, som online svindel vækker i jer. Har I fortalt det til nogen, hvis I er blevet snydt?
<i>Hvad lægger i mærke til i vores kommunikationsprodukt?</i>	Hvad tænker I, at budskabet med videoen er? Hvad lægger i specifikt mærke til i videoen?

	Hvad får jer til at fremhæve netop de ting? Kan I forestille jer scenariet i videoen for jer i virkeligheden?
<i>Hvordan ser I dialogens relation til online svindel?</i>	Efter i har fået fortalt budskabet, lægger i så mærke til de samme ting? Træder budskabet mere klart frem, når i har fået det af vide? Kunne I forestille jer, at dialog blev den første reaktion på det at blive snydt? Giver det mening at fokusere på dialog, når vi taler om online svindel?

*Et uddrag af vores interviewguide. Se bilag 1 for den fulde interviewguide*

### **5.7. Etik**

Da vi udfører en empirisk undersøgelse ved hjælp af gruppeinterviews, er det imperativt, at vi følger de etiske retningslinjer og gældende juridiske krav. For at opfylde dette krav har vi indledningsvist tydeliggjort formålet med interviewene i den indledende dialog med vores deltagere, og understreget at deltagelse er frivillig (Statens Samfundsvidenskabelige Forskningsråd 2002:3).

Før selve interviewene blev igangsat, indhentede vi samtykke fra deltagerne ved at spørge, om vi måtte optage interviewet med henblik på senere transskribering. Ved at have en optagelse og transskribering til rådighed sikres nøjagtigheden og præcisionen af de citerede udtalelser og sikre, at de anvendes i overensstemmelse med deltagerens intentioner (Kvale & Brinkmann 2015:243).

Inden selve interviewene blev gennemført, gav vi deltagerne en grundig forståelse af projektets formål og hvordan deres deltagelse ville bidrage til undersøgelsen. Dette princip vægter særligt tungt inden for etik litteraturen, der fremhæver, at forskeren skal give deltagerne en klar redegørelse for formålet med undersøgelsen og det bidrag, der anmodes om, således at deres valg om deltagelse træffes på et informeret grundlag (Statens Samfundsvidenskabelige Forskningsråd 2002:3).

## 5.8. Transskribering og kodning

Optagelserne er blevet transskriberet nøje for at muliggøre en detaljeret analyse af deltagernes svar. Denne transskribering vil tjene som grundlag for identifikation af mønstre, tendenser og centrale temaer inden for emnet som empirien påtaler (Kvale & Brinkmann 2015:243). Ligeledes har vi meningskondenseret ud fra de forskellige interviewpersoner. Det for at sikre at det er empirien, der er i centrum for forståelsen. Eksempler på dette ses nedenfor.

### 5.8.1. Kodningsskema

Nøgleord	Definition	Tema	Definition
Kendskab	Hvad forbinder de unge med online svindel	Erfaring	De oplevelser og erfaringer de unge har med online svindel
Relation	Hvordan beskriver de relationen til hinanden	Åbenhed	Hvordan deres relation og venskab giver mulighed for åbenhed
Samtale	Hvordan de unge taler om online svindel	Det sagte og det usagte	Hvad de unge taler og ikke taler om

*Et uddrag af kodningsskemaet. Se bilag 4 for det samlede skema*

### 5.8.2. Meningskondensering

Åbenhed	“Vi er meget åbne i vores vennegruppe, så tror da ikke at nogen vil holde det skjult eller lyve hvis det først blev bragt på banen”	Jonathan anser deres vennegruppe for at være meget åben om at tale om svære emner.
Forestillinger	"Man tænker vel sådan lidt, at hvis jeg tænker sådan her, så må de andre i gruppen også tænke sådan, fordi at vi jo minder så meget om hinanden som vi gør”.	Jonathan beskriver her, at han anser deres vennegruppe for at have en fælles forståelse.

*Et uddrag af vores meningskondenseringsskema. Se bilag 4 for det samlede ske*

## **6. Dialogisk kommunikationsteori**

Dialogisk kommunikationsteori kan være et solidt fundament, fra hvor social handling (eller manglen på samme) kan forstås og ultimativt opnås (Phillips 2011:178-179). Hvad angår dette fundament for social handling, så er det nærliggende for dette projekts teoretiske forståelse at behandle forskelle hos individer som en ressource frem for en begrænsning.

Individer behøves ikke være blevet udsat for online svindel, for at de kan have en meningsfuld dialog om emnet. Det er særligt i dialogen om forskelligheder, at vi lærer, hvilket også er en af Martin Bubers grundantagelser. I den forstand at forskelligheder er fundamentet, fra hvor enhver meningsfuld dialog starter.

Ovenstående passer ind i vores fænomenologiske videnskabsteoretiske afsæt, som ser kommunikation som "*oplevelsen af andethed*" (ibid:164). Dette projekts teoretiske forståelse af dialog vil tage udgangspunkt i netop Martin Bubers tanker om dialogisk kommunikation og trække på dialogiske teoretikere som Marianne Kristiansen og Jørgen Bloch-Poulsen.

Udover ovenstående vil vi i diskussionen yderligere inddrage Thomas Scheffs socialpsykologiske teori om skam og Howard Giles & Tania Ogays teori om tilpasning, som vi vil bruge til at diskutere den empiriske undersøgelse mere frit.

### **6.1. Projektets teoretiske forståelse**

Ifølge Buber finder dialog først sted, når personer er i stand til at relatere sig til hinanden, og blive til et fælles subjekt gennem en åben oplevelse af den anden person ud fra deres perspektiv (Phillips 2011:162). Ovenstående karakteriserer han som Jeg-Du-relationer (ibid:161). Det står i kontrast til det, som han kalder for Jeg-Det-relationer, hvor personer prøver at påtvinge hinanden deres respektive perspektiver, hvilket fører til en objektivisering af individet (ibid). Denne relation er dog helt naturlig, og nødvendig, når man arbejder mod at realisere bestemte mål eller lignende. Jeg-Du-relationer og Jeg-Det-relationer flyder sammen, når selvet reflekterer over oplevelserne med hinanden, og bruger dem til at forstå forholdet mellem subjekterne (Grinell 1983:192). Her kan man altså sige, at man bevæger sig i et spændingsfelt mellem disse to relationstyper. Dette er en vigtig antagelse for dette projekt, da vi prøver at forstå unges oplevelser med online svindel, og hvordan man kan skabe dialog blandt dem.

Jeg-Det-relationer er en central skildring, i forhold til hvordan mennesker relaterer sig til hinanden. Det sker ofte gennem debatter, diskussioner (Black 2008:93) og andre meningsudvekslinger, hvor individer føler, at de har noget at vinde eller tabe. Hvilke typer af relationer der kan være på spil indenfor dette projekts genstandsfelt, eller om de overhovedet er til stede, må empirien være med til at påtale.

## **6.2. Historiefortælling**

En af måderne hvor Jeg-Du-relationer kan opstå, er gennem historiefortælling (e.g. storytelling). Her tilnærmer individer sig hinanden og "*opnår en dyb erkendelse af den anden som en anden og som en partner i Jeg-Du-relationer*" (Phillips 2011:166). Det er også i det her mellem menneskelige rum, at forståelsen og forhandlingen af individers identitet foregår (Black 2008:97), og meninger skabes: "*We do not find meaning lying in things nor do we put it into things, but between us and things it can happen*" (Phillips 2011:165). Her skildres også en central fænomenologisk antagelse, der omhandler "sense-making", hvori erkendelsen af virkeligheden sker gennem subjekternes selvforståelser og meningsunivers (Juul 2012:92).

Det er altså i høj grad, når individer deler deres personlige historier med hinanden, at "dialogiske momenter" opstår, og den vej igennem baner vejen for stærke relationer (ibid:98). Det er også en betingelse, for at Jeg-Du-relationer kan opstå, at det sker i "*the flow of time*" (Grinell 1983:190). Altså i den ansigt til ansigt kommunikation der forekommer i nuet.

## **6.3. Dialogiske momenter og det dialogiske rum**

Dialogiske momenter opstår kortvarigt, når to (eller flere) individer opnår en høj grad af gensidighed. Det er her vigtigt at have med, at det ikke er fuldkommen gensidighed blandt individerne der nødvendigvis er målet, men derimod disse dialogiske momenter af gensidighed, hvor individerne kan spejle sig i hinanden, der er det (ibid:99).

For Buber er *autenticitet* og tilstedeværelse to helt centrale komponenter for, at dialog kan udfolde sig. Det sker når der gives rum til, at personer kan udfolde deres levede virkeligheder. Deres erfaringer med eksistensen. Det er igennem autenticiteten og tilstedeværelsen, at gensidigheden

kan blomstre, og de dialogiske momenter opstår (Phillips 2011:166). Det dialogiske rum forudsætter ikke lighed mellem deltagerne, og kan udspille sig i hvilken som helst situation. “(...) *in the deadly crush of an air-raid shelter the glance of two strangers suddenly meet for a second in astonishing and unrelated mutuality; when the All Clear sounds it is forgotten*” (ibid). Fremmede der, i et kort og flygtigt dialogisk moment, forstod hinanden. Her afspejles også, at for Buber er det dialogiske rum ofte noget, der opstår på uplanlagte tidspunkter (ibid:167).

Hans forståelse kan dog bruges i forsøget på at fremkalde dialogiske momenter gennem forskellige faciliteringsmetoder (ibid). I den forbindelse er håbet, at disse dialogiske momenter i fremtiden vil kunne ske uplanlagt blandt de unge, og ikke er nødvendige at fremkalde gennem “opsatte” dialogiske momenter.

#### **6.4. Intersubjektivitet**

Indlejret i Jeg-Du-relationer er, at det er her, at intersubjektiviteten finder sted, og det er ifølge Buber, hvad der bringer subjekterne i Jeg-Du-relationer sammen (Grinell 1983:193). Intersubjektivitet for Buber betyder, at jeg’et og du’et flyder sammen og opleves som en inkluderende bevidsthed (ibid).

#### **6.5. Share, dare & care**

Vi vil afslutningsvist i teoriafsnittet supplere de allerede frembragte teoretiske begreber, med nogle praktisk anvendelsesorienterede begreber, som vi kan bruge til at forstå og tillige udforske, hvad der er på spil i deltageres indbyrdes dialog. Det gøres med udgangspunkt i Marianne Kristiansen og Jørgen Bloch-Poulsens arbejde om dialog og dialogiske kompetencer (Kristiansen & Bloch-Poulsen 2023:11).

De definerer dialog som værende: “*En særlig slags undersøgende, uforudsigelige og risikofyldte samtaler, hvor sandheden eller den bedste løsning ikke er givet på forhånd*” (ibid). Her præsenteres de tre begreber, som vi vil bruge til at forstå, hvad der er på spil hos de unge i dialogen:

- *Share*: Dialog handler om at dele sine erfaringer, kompetencer og perspektiver. Det er her, at det ellers usagte kan komme på bordet.

- *Dare*: Dialog fordrer at man løber en risiko ved at fremlægge sine synspunkter og fortælle sin historie.
- *Care*: Dialog foregår mest frit, når der er et trygt miljø, hvor man tager hånd om hinanden.

Disse begreber vil blive yderligere udfoldet i analysen af dette projekts empiriske materiale i den grad, at empirien påtaler det.

### **6.6. Teori i et fænomenologisk perspektiv**

Med dette projekts fænomenologiske afsæt kunne man tænke, at det er modsigende, at vi frembringer teori forinden vores empiriske undersøgelse, da teori er en måde fra hvor vi forstår virkeligheden, og en linse gennem hvilken vi ser et fænomen (Egholm 2014). Vi må altså have nogle antagelser om den virkelighed, som vi studerer, og dermed er det ikke udelukkende det erfarende subjekts livsverden, der er i fokus. I den forbindelse er hensigten med teorirammen heller ikke, at den skal trækkes ned over feltet, som vi studerer. Vi vil forholde os sensitive overfor den information, som deltagerne i vores kvalitative studie frembringer og lade den tale for sig selv, i det omfang den kan det, så vi kan forstå de unges erfaringer med online svindel. Derfor er disse erfaringer også vigtigere end projektgruppens teoretiske perspektiv på feltet. Teorierne afspejler også forskellige måder at forstå dialog på, og ikke hvad det at indgå i dialog betyder i et "større perspektiv" - den betydning vil vi lade være op til deltagerne at forme og beskrive. Analysen vil derfor også være styret af fænomenologiske grundbegreber, som har subjektets livsverden i fokus.



## 7. Analyse

Følgende afsnit vil være styret af de empiriske temaer, som de unge har bragt op i vores interviews. Vi vil tæt på de unge. Hvad er vigtigt for dem? Og hvad taler de om?

Temaerne, som vi vil komme ind på i analysen, er 'De unges erfaringer og eget syn på online svindel', 'Forestillinger om hinanden' og 'Følelser og reaktionsmønstre'.

### 7.1. De unges erfaring og eget syn på online svindel

I vores interviews med de unge lægger de stor vægt på deres erfaringer med online svindel, som både stammer fra dem selv, men også venner de har hørt, er blevet svindlet. Oskar fortæller: "*Jeg er også blevet snydt for en koncertbillet engang, da jeg skulle købe den. Det var gennem Facebook jeg skulle købe en koncertbillet, og de skrev de havde en. Så fik jeg overført nogle penge til dem, og så blev jeg blokeret og fik ikke nogen billet.*" (Bilag 2:4).

I fænomenologiens verden flyder epistemologien og ontologien sammen. Her forstås det, at viden først anses for at være viden, når det erfares af subjektet. Oskar fortæller om sin egen erfaring gennem en konkret oplevelse. Han deler ud af sin erfaring med, hvordan man kan blive snydt på Facebook, når der skal købes koncertbilletter. Oskar uddyber yderligere: "(...) *Nu er jeg lidt mere påpasselig, når jeg køber ting over Facebook...*" (Bilag 2:5). Den negative oplevelse har haft den indvirkning på Oscar, hvilket har gjort ham mere selvreflekterende. De erfaringer, de unge danner sig, er altså ikke kun på baggrund af positive interaktioner, men også udfordringer eller fejltagelser. Han er nu mere opmærksom på potentielle risici og svindel. Her ses også en af grundbetingelserne, som Kristiansen & Bloch-Poulsen (2003) fremhæver, for, at dialog kan igangsættes – nemlig at de unge er villige til at dele deres erfaringer og perspektiver.

Den erfaring, vi danner os, kan stamme fra oplevelser, observationer eller egen aktiv deltagelse. Derfor kan erfaringer også komme fra at man får fortalt en historie. Det kan være med til at danne selvrefleksion hos modtageren og efterfølgende være gavnlig, hvis personen en dag udsættes for det samme. Rasmus fortæller: "*Jeg havde en ven fra folkeskolen, som blev narret til at dele sit kortnummer online faktisk. Hans konto endte med at blive tømt, det var helt sygt at høre om.*" (Bilag 3:3).

Her er det tydeligt, at den erfaring Rasmus trækker på, ikke er hans egen oplevelse, men derimod fra noget han har fået fortalt. Rasmus tildeler sin erfaring en negativ effekt ved at udtrykke "*det var helt sygt at høre om*". Dette er derfor også en indikator for, at Rasmus har gjort sig nogle tanker og nu er opmærksom på den trussel, som online svindel udgør.

Her ses hvordan historiefortællingen har bidraget til Rasmus forståelse for internetsvindel. Den skræmmende anekdote, han har fået fortalt af sin ven, har gjort at han nu er mere varsom omkring online handel. Her bliver historiefortællingen altså brugt som et redskab i dialogen. Rasmus' ven løber også en risiko ved at fortælle om sin egen oplevelse med online svindel. At være villig til at løbe risiko i dialogen og fremsætte erfaringer, der kan blive modtaget på mere eller mindre positive måder, er endnu en af grundantagelser, der ligger til grund for dialogen mellem mennesker.

I de to ovenstående tilfælde bygger erfaringen på tætte relationer. Der er også eksempler på, at erfaring kan forekomme fra omverdenen. Det kan være fra nyheder, sociale medier eller bøger. William fortæller: "*Jeg har hørt om det på nettet og nyheder og sådan, men kender ikke nogen personligt, nej.*" (Bilag 3:3). Han har ikke selv været udsat for online svindel og kender ikke nogen som har været udsat for online svindel. Når erfaring dannes på baggrund af vidensindsamling fra internettet og nyheder, så kan den emotionelle involvering være lavere end ved nære relationer.

De unges opfattelse af sig selv er subjektiv og betyder meget for, hvordan de ser sig selv i den større kontekst af hverdagen. Derfor kan udfordringer som at blive snydt online ændre på den opfattelse, de har af sig selv.

De unge mennesker i interviewet blev bedt om at skrive et ord ned, der beskrev deres følelse om online svindel. Her skrev William 'pinligt', hvortil han sagde: "*Jeg ville synes, at det var mega pinligt, hvis jeg var blevet narret. Og det er ikke noget ondt til dig Tobi [Tobias], men jeg ville synes det var ekstremt pinligt og ville virkelig føle mig dum faktisk som du også sagde. Ved sgu ikke engang om jeg ville fortælle det til jer, to be honest.*" (Bilag 3:5).

William udtrykker her, hvad der er på spil i dialogen. Dialog er mere end bare at dele en erfaring med andre. William viser, at han godt ved, hvad der socialt er på spil, med de udtalelser han

foretager sig. Han udtrykker en holdning til situationen. Denne holdning kan anses som kontroversiel, da den stiller Tobias' erindring i et negativt lys, mens han forsøger at bevare trygheden i situationen ved at forsikre Tobias, at der ikke er noget personligt imod ham. Det er netop denne tryghed i dialogen (care), der er med til at muliggøre at dialog om svære emner kan foregå.

De unges erfaringer og syn på dem selv ses her som en aktiv proces, og de unge anvender det til at konstruerer og rekonstruerer deres selvforståelse ud fra intersubjektive forståelser.

Her har vi modsat Jonathan, som er blevet snydt online, to gange faktisk. Vi spørger ind til, om han føler sig dum over at blive snydt, hvor han svarer: "*Hmm både og. Jeg tror på at hvis du køber noget, så får du det forhåbentligt også. Det gjorde jeg så bare ikke*" (Bilag 2:5). Herefter griner de alle lidt. Jonathan demonstrerer, at humor kan bruges til at blødgøre slaget, han følte efter at være blevet snydt flere gange.

Det syn på dem selv, som vores deltagere udviser, er ikke overordnet negativt, men det er helt klart, at der er et tabu omkring at blive snydt online. Det er ikke noget som de øjeblikkeligt vil dele med deres venner, og den pinlighed, der er tilsluttet det at blive snydt, kan udvikle sig til en følelse af dumhed, når den italesættes.

## 7.2. Forestillinger om hinanden

Når det kommer til, hvordan de unge oplever dialogen omkring online svindel, bærer det præg af, at de har en masse forestillinger om hinanden. Blandt andet forestillinger om hvad der indbyrdes i gruppen er normalt og unormalt at snakke om. De har en masse oplevelser og forventninger til hinanden, som de ikke før har sat ord på, og som de har tænkt var indforstået.

I vores første gruppeinterview, med Johan, Jonathan og Oskar, var der en generel forståelse af, at de i deres vennegruppe kunne snakke om alt. Derudover beskrev de også, at de generelt tænker meget ens. Her fortæller Jonathan; *“Man tænker vel sådan lidt, at hvis jeg tænker sådan her, så må de andre i gruppen også tænke sådan, fordi at vi jo minder så meget om hinanden, som vi gør”* (Bilag 2:13).

Det er også noget Oskar nævner; *“Jeg tror generelt at vi minder meget om hinanden os tre og resten af drengene”* og fortsætter, *“Vi ser rigtig meget fodbold og bonder meget over det”* (Bilag 2:12). Når det kommer til deres forståelse for ting, og den måde de taler om visse emner, så beskriver Jonathan og Oskar, at de forestiller sig, at de i store træk ser meget ens på ting i deres hverdag.

Et gennemgående tema i vores interview var også, at de ting de laver og snakker om, når de er sammen, er meget ens. Der er en fælles forståelse for, at når de er sammen, så snakker de om ‘damer’ eller ‘fodbold’. Emner som online svindel er ikke noget, der kommer op i deres hverdag. Her er det i højere grad fælles emner, som de er vant til at snakke om og drøfte, der kommer op. De taler også hver især om, at de ikke ville lyve, hvis de blev spurgt, om de var blevet snydt før. Her fortæller Johan: *“(…) Jeg tror ikke at jeg ville lyve omkring at være blevet snydt, men tror bare ikke at det er noget jeg selv har tænkt på at dele med de andre”* (Bilag 2:6).

Det er også sådan, at Jonathan oplever det. Han siger: *“Vi er meget åbne i vores vennegruppe, så tror da ikke at nogen vil holde det skjult eller lyve hvis det først blev bragt på banen”* (Bilag 2:12). Ligeledes siger Oskar: *“(…) Jeg tror måske heller ikke at det er sådan noget vi ville snakke om når vi sad og hyggede”* (Bilag 2:6).

Det fremstår som en objektiv sandhed for de unge, hver især, at det ikke er noget, som de taler om - på trods af at de ikke har prøvet at tale med hinanden om det. Deres hverdag er altså præget og dels styret af intersubjektive forståelser.

Jonathan påstår, at der i deres vennegruppe, er mulighed for åben dialog omkring et emne som internetsvindel, og problemet altså ikke skyldes, at emnet er for flovt til diskussion. Derimod er problemet, at internetsvindel ikke er et emne, som de normalt vil snakke om.

Schutz siger også, at vi i vores hverdag opererer ud fra en masse ubevidste mekanismer, der foregår automatisk og ureflekteret. Oskar, Jonathan og Johan mener ikke, at den manglende dialog om online svindel kommer af, at de ikke vil tale om det. De anser det dog ikke for at være et emne, der er værd at bringe op, og de vælger derfor helt ubevidst at undlade emnet fra almindelige samtaler.

De er alle tre blevet snydt på forskellige måder gennem handel online. Da Johan i vores interview for første gang fortalte de andre drenge, at han var blevet snydt af en, som skrev en privat besked til ham, svarede Jonathan: *“Hvorfor tror du også at han ville skrive direkte til dig haha, I var ikke venner, jo?”* og tilføjer *“Indian tech support”* (Bilag 2:3-4). Jonathan reagerer på, at han synes det er mærkeligt, at Johan er blevet snydt af en, som selv kontaktede ham. Med *“indian tech support”* hentyder Jonathan til, at den måde som Johan er blevet snydt på, er lige så åbenlys, som var det en indisk telefonsvindler, der ringede til ham og foregav at være tech support (et kendt eksempel på svindel). I vores andet interview med Rasmus, William og Tobias var det også et af de temaer, der blev beskrevet. Da Rasmus fortæller, at en fælles ven er blevet snydt, reagerer William ved at sige: *“Sværg er Bergmark blevet snydt? Han er jo monsterklog og sådan?”* (Bilag 3:3).

Drengene fortæller også, at de i deres vennegruppe snakker om alt. Alligevel vidste de andre drenge ikke, at Tobias var blevet snydt før. Da de får det at vide, spørger Rasmus ind til, hvorfor Tobias ikke har sagt noget. Her svarer Tobias: *“Ved jeg da ikke, skulle jeg bare sige det ud af det blå i pausen eller hvad. Det er jo ikke fordi at I har spurgt. Hvis I havde spurgt mig, så havde jeg da sagt det”* (Bilag 3:4). Selvom de altså generelt snakker om alt, så er online svindel heller ikke i denne ungegruppe noget, som de taler med hinanden om. Hverdagens livsverden er for de to unge

vennegrupper tydeligt delt, hvilket kan være med til at forstærke forestillingen om, at dialog ikke er noget, som relaterer sig til online svindel.

Her bliver det implicit sagt, at det dialogiske rum, som skal til for at skabe et dialogisk moment, ikke eksisterer. Derfor får emnet aldrig mulighed for at blomstre, og det er også årsagen til, at de andre unge bliver så forbavsede over situationen. Autenticitet er for Buber helt centralt for, at meningsfuld dialog kan opstå – at deltagerne kommunikerer til hinanden som dem, de er, i stedet for at videregive et falsk billede af dem selv. Det virker til, at de unge er klar over, hvad der er på spil ved at initiere dialog om online svindel, hvilket holder dem fra at være autentiske over for hinanden.

### **7.3. Følelser og reaktionsmønstre**

Det at blive svindlet er et emne, der fremkalder mange forskellige følelser hos de unge. Der er derfor også mange instanser i vores gruppeinterviews, hvor følelser fra de unge deltagere bliver beskrevet. Disse følelser er med til at danne et billede af de indre konflikter, der kan eksistere efter et sammenstød med svindel. Disse følelser dækker både den initiale reaktion, der kommer, når man bliver snydt, men også den dvælende effekt som svindel kan have på individet.

Som tidligere nævnt i opgaven fik de til opgave at skrive hvilken følelse de ville tillægge det at blive snydt online. Her fortæller Johan: *“Det jeg har skrevet, er ’frustreret’. Først ville jeg blive frustreret, også senere hen ville jeg begynde at føle mig dum og synes at det var ret pinligt.”* (Bilag 2:7).

I dette citat forklarer Johan om den frustration, han oplever, da han bliver svindlet. Han fortæller videre, om den reaktion som kommer efter *“Men jeg lå jo også og tænkte og kunne ikke sove om natten, fordi jeg følte mig så dum. Jeg tænkte virkelig; ”hvordan kan jeg dog blive snydt”* (Bilag 2:5).

Her står det klart, at oplevelsen har sat sig fast i hans krop, og han har svært ved at give slip på den flovhed, han oplever. Det står klart, at Johans’ møde med svindel ødelægger hans selv billede, da hans selvforståelse som intelligent og klarttænkende bliver erstattet med følelser af at være ‘dum’ og ‘naiv’. Der ses en tendens i de to interviews, at de primære følelser, der fremkommer af

internetsvindler, er vrede og frustration. Der bliver altså dermed skabt en kæde af reaktionsmønstre, som fremkommer igen og igen gennem vores interviews.

Johan, Jonathan og Oskar har haft forskellige og alligevel ens reaktioner på at blive snydt. Jonathan forklarer: *“Efter jeg købte den og ikke fik noget, så skrev jeg til Trendsales, og fik pengene tilbage, da jeg havde hørt, at det var muligt”* (Bilag 2:2). På samme måde tænkte Johan. Hans første tanke var også at få hans penge tilbage, da det var mange penge for ham dengang. *“Jeg fortalte det til mine forældre, men det var mere fordi at jeg ville have mine penge tilbage, fordi at det jo var mange penge dengang.”* (Bilag 2:5).

Dette illustrerer spændingen mellem at håndtere problemet pragmatisk og emotionelt for Johan. Dog har Johans efterfølgende adfærd ændret sig. Nu har han fået for vane at tjekke Trustpilot efter han blev snydt online. Johans ændrede adfærd med at tjekke Trustpilot før online køb er et eksempel på individuel tilpasning som en reaktion på en negativ oplevelse.

Oskar reagerede på samme måde som Jonathan og Johan - og så alligevel ikke. Han meldte det til politiet, men da politiet halvandet år senere kontaktede ham for at følge op på sagen, valgte han ikke at gå videre med den *“(…) Og så ringede politiet så til mig halvandet år efter og spurgte, om jeg ville gå videre med det. Men der var jeg jo så kommet videre og orkede ikke bruge tid på det. “Så var det heller ikke værre med de 800 kroner”* (Bilag 2:4).

Oskars valg om ikke at forfølge politianmeldelsen yderligere fremhæver kompleksiteten i at håndtere juridiske procedurer i forbindelse med online svindel. Individuer kan vælge at prioritere personlig bevægelighed frem for en længerevarende og potentielt belastende retslig proces. Dermed bliver det også evident, at problemet bevæge sig også ud over de kommunikative aspekter, som dette projekt undersøger.

Fælles for alle tre drenge er dog, at deres første reaktion på at blive snydt ikke var at dele det med hinanden. Til dette beskriver Johan deres drengegruppe som et sted, hvor emnet ikke diskuteres *“(…) Men tror måske heller ikke, at det er noget vi snakker om i vores drengegruppe. Sådan jeg tror ikke at jeg ville lyve omkring at være blevet snydt, men tror bare ikke at det er noget jeg selv har tænkt på at dele med de andre.”* (Bilag 2:6).

Dette antyder, at selvom der måske ikke er intention om at lyve, er der en uudtalt forventning om at opretholde et image af robusthed og uovervindelighed. Dette citat afspejler også behovet for at opretholde et positivt socialt image over for især venner. Hertil forklarer William, at *"Man vil hellere virke sej og sådan overfor sine venner end sin familie, hvis du forstår."*, *"Ikke så sejt at blive snydt"* (Bilag 3:5). Det antyder, at sociale normer og gruppens dynamik kan have en betydelig indflydelse på, hvordan individer håndterer og deler oplevelser om online svindel med hinanden. Dermed vil der også for de unge altid være noget på spil i dialogen, hvilket kan gøre Jeg-Du-relationerne endnu svære at opnå.

Dette fænomen kan også have implikationer for forebyggelsen af svindel, da folk muligvis er tilbageholdende med at dele information med deres nærmeste sociale cirkel.

Dette er ellers modsigende, da Rasmus fortæller, at hvis hans venner fortalte om den måde de var blevet snydt på, så ville de hjælpe ham med at kunne undgå selv samme: *"Hvis ens ven er blevet snydt på en specifik måde, og fortæller om det, så tænker man nok over det næste gang, hvis man står i en situation der ligner den, hvor ens ven blev snydt."* (Bilag 3:8).

Igen her er et eksempel på, at de unge godt kan se fordelene ved at indgå i dialog med hinanden, men alligevel undlader det.

Grunden til manglende dialog kan forklares med et citat fra Johan. Han mener nemlig, at de ikke deler disse informationer, da de kan være bange for, at de andre drenge vil gøre grin med en. Johan fortæller: *"Men det er nok også fordi, at vi tit gør grin med hinanden for sjov. Så hvis man nu siger noget man er usikker på eller ked af det over, så er man måske 'bange' for at drengene vil lave en joke eller sådan, selvom man ved at de vil støtte en. Giver det mening?"* (Bilag 2:14).

Når Johan forklarer, at han synes at det er pinligt at blive snydt, så virker det til, at den følelse er betinget af, hvad han tror de andre unge, ville tænke om ham, hvis han sagde noget. Følelsen opstår altså subjektivt hos de unge, men igen her dannes den intersubjektivt ud fra deres ideer om de andres reaktionsmønstre. Det virker altså også evident, at de unge i vores interviews ikke føler sig opfordret til at udfolde deres levede virkeligheder, når de tror, at det kan resultere i, at de bliver



lavet sjov med. Det medfører, at dialogerne som de unge indgår i, er omkranset af subjekt-objekt relationer, fremfor relationer af gensidighed og autenticitet.

*“Mange føler sig måske generte eller pinlige, hvis de er blevet narret ligesom jeg selv gjorde. Men ved at snakke om det, kan alle folk jo se, at det kan ske for alle og enhver. Så jeg tror helt klart at det vigtigt at få folk til at føle sig mere trygge ved at dele deres oplevelser med andre”*(Bilag 2) fortæller William.

## 8. Diskussion

Vi vil i det følgende afsnit diskutere, hvad det underliggende kommunikationsproblem er. I analysen var der en klar tendens til, at de unge ikke taler om at blive svindlet eller online svindel generelt. Men hvorfor snakker de ikke om det? Vil de gerne anerkendes eller skammer de sig over at tale om emnet. Dette er blot to af mange kommunikationsproblemer, der kan eksistere omkring emnet. Alt efter hvordan kommunikationsproblemet anskues, så vil vi til sidst argumentere for en konkret måde, man kan arbejde strategisk. Vi arbejder med en løsning på kommunikationsproblemet, men det skal konkretiseres, at der kan være flere løsningsmodeller til et kommunikationsproblem.

### 8.1. Er den sociale tilpasning drevet af skam eller et behov for at ligne hinanden?

Udgangspunktet for den amerikanske socialpsykolog Thomas Scheffs teori om det sociale bånd er, at mennesker har et indædt behov og ønske om at høre til. Skamfølelsen og dens modsætning stolthed er allestedsnærværende i denne forbindelse, og de ses som to helt centrale aspekter af menneskets sociale bånd, ageren og kvaliteten som disse bånd har (Glavind-Bo 2012:8). Ifølge de amerikanske socialpsykologer Howard Giles og Tania Ogay handler kommunikation også om tilpasning, men de forklarer med deres kommunikationstilpasningsteori, hvordan mennesker i deres interpersonelle dialog med hinanden konvergerer (tilnærmer) og divergerer (adskiller) sig fra hinanden med bestemte bagvedliggende motiver (Giles & Ogay 2007:293-294).

Hvor Scheff fokuserer på skammen og stoltheden som primære drivkræfter bag tilpasningen, så fokuserer Giles og Ogay på de motiver, fordele og ulemper der er ved tilpasningen.

I vores interviews forbinder de unge mange stærke følelser med det at blive snydt (Bilag 2:7; Bilag 3:5). Ord som frustration, vrede og pinlighed går igen på tværs af de to unge grupper. Det kan argumenteres for, at dette er et udtryk for, at skam (og stolthed), som Scheff forklarer, er en af de primære drivkræfter i hverdagens dialog. Scheff forklarer, at skam i sig selv ikke er destruktivt for de sociale bånd. Den kan i mange henseender vendes om til at være en regenererende og produktiv følelse, som kan forstærke sociale bånd: Det kræver imidlertid at skamfølelsen erkendes overfor en selv og de individer, som man føler et socialt bånd til (ibid:9). Hvis kommunikationsproblemet består i, at de unge skammer sig over at blive svindlet, og derfor

ikke taler om det, så kan dialog være et effektivt værktøj. På den anden side er der også eksempler på, at skammen kan være den primære modarbejdende kræft, der holder de unge fra at tale med hinanden om det, og i så fald skal man arbejde med andre aspekter udover dialogens sfære.

Kommunikationsproblemet kan dog også stamme ud af, at de unge bare gerne vil ligne hinanden, og derfor ikke taler om online svindel. Ifølge Giles og Ogay (2007) så er det primære motiv bag konvergens et ønske om at opnå anerkendelse. De forklarer, at desto mere individet ligner sine samtalepartnere, desto mere respekt og sociale gevinster kan individet også forvente (Giles & Ogay 2007:296).

Selvom skamfølelsen ifølge Scheff ikke i sig selv er destruktiv, så er det ofte sådan, den fremtræder hos de unge i interviewene. Når den indtager sin destruktive form, så vil den fremtræde som usynlig, uerkendt og tabuiseret (ibid). Det er et gennemgående tema, at de unge ikke taler om svindel, og når de forklarer om de følelser, de forbinder med at blive snydt, så er det i alle tilfælde første gang, at de italesætter det overfor hinanden. Ligeledes kan det argumenteres, at hvis skammen og stoltheden virkeligt er allestedsværende, som den langt hen ad vejen virker til at være, så vil der altid være noget på spil hos de unge, som indgår i dialogen. Dermed kan de dialogiske momenter og Jeg-Du-relationer måske være utopiske mål at opnå med dialogen, når det omhandler online svindel.

Når de unge bare antager, at svindel ikke er noget de snakker om i gruppen, behøver det ikke nødvendigvis være fordi, at de skammer sig over at være blevet snydt. Det kan i stedet stamme ud af, at de blot søger hinandens anerkendelse, og derfor vælger at snakke om ”damer” og ”fodbold”, når disse emner bliver bragt op, da der eksisterer tidligere sociale beviser internt i gruppen på, at det er de emner, der er normale at snakke om. De unge i begge grupper mener jo, at de hver især minder meget om hinanden, så hvorfor skulle de have lyst til at skille sig ud, når deres opfattelse af hinanden er, at der ikke er nogen, der er blevet svindlet online, og det generelt ikke er et emne, der bliver taget op iblandt dem? De vælger derfor i stedet at tale om de emner, de anser som værende fælles for gruppen.

I ovenstående er der argumenteret for, at kommunikationsproblemet både kan stamme ud af individets følelse af skam, men også ud af et ønske om anerkendelse fra de andre, hvorfor de konvergerer de emner, som de taler om, til hvad de altid har gjort.

Alt efter hvordan kommunikationsproblemet defineres, så er der forskellige forhold, som man skal være opmærksom på kommunikationsstrategisk. Hvis vi ser på det ud fra individets følelse af skam, så kan vi ikke antage, at de unge gerne vil tale om emnet. Der vil her være meget på spil, og de unge kan være mere interesserede i ikke at tabe ansigt over for hinanden, end rent faktisk at være åbne og ærlige. Ser vi det derimod ud fra de unges behov for anerkendelse og frygt for at divergere fra normen, så handler det om at gøre emnet mere tilgængeligt. Det skal dog slutteligt siges, at det ene ikke nødvendigvis udelukker det andet. De unge kan sagtens skamme sig over at være blevet svindlet, og samtidigt føle at gruppedynamikken ikke er til, at de kan dele emner, som de ikke normalt taler om. I så fald vil kommunikationsproblemet være endnu mere omstændeligt at arbejde med, da der naturligt vil være flere nuancer på spil.

Vi vil i nedenstående argumentere for, hvordan man ud fra det vi har lært af vores empiriske undersøgelse, kunne arbejde anderledes med kommunikationsproblemet, end vi oprindeligt har gjort.

## **8.2. Strategisk kommunikation med udgangspunkt i gamification**

En hurtig Google søgning på "Gamification" (spilificering på dansk) vil give den kortfattede definition: *At bringe spillignende elementer ind i en ellers ikke-spillignende situation.* Selvom den er kortfattet, så indkredser den, hvad man kunne arbejde med strategisk med det kommunikationsproblem, som der synes at eksistere omhandlende unges dialog om online svindel. Der er ikke nogen konkrete retningslinjer for, hvordan et spil skal se ud eller fungere. Seaborn & Fels (2014) beskriver spil som værende nemme at genkende, men svære at beskrive. Konceptet omkring spil har forskellige forståelser, og er blevet fortolket af mange på forskellige måder (Seaborn & Fels 2014:16). Der er altså ikke en definitiv måde at afgrænse et spil på, og det giver os muligheden for at bringe spillignende elementer ind i vores forsøg på at skabe dialog blandt unge om online svindel.

Når man skal arbejde med svære emner, hvor der ikke er en naturlig motivation for at snakke om dem – som vi i vores empiri har set, at der har manglet, så kan spillets univers være et effektivt værktøj. Det kan være med til at skabe en naturlig motivation, som ellers ikke eksisterer, da spillets regler og univers kan være katalysator for netop dette (Hoffmann n.d:1).

Vores oprindelige tilgang med at producere en video, der skulle have sin gang på forskellige sociale medier, hvor de unge holder til, er et helt reelt og legitimt forsøg på at skabe dialog – men det kan meget nemt falde fladt, når vi har set de følelser, som de unge forbinder med online svindel og ligeledes med tanke på, at man ikke bare lige uden videre får dem til at tale om et emne som online svindel.

Krath et al. (2021) siger at anvendelse af gamification i et bredt spektrum, har udvist positive perspektiver, og derfor kan være brugbar i mange tiltag. Derfor kan gamification også adopteres til at træne adfærdsændringer og engagement om emner (Krath et al. 2021:2-3), der ellers ikke er engagement til.

Med vores video er der fare for, at videoens budskab kan fremstå som monolog, altså: Os som projektgruppe, der prøver at igangsætte noget hos de unge gennem vores egne forestillinger, frem for dialog imellem dem, hvor de er med til at fastsætte de centrale temaer, og er de primære drivkræfter bag dialogen – og det er sidstnævnte der er dette projekts ønskværdige udfald med kommunikationsproduktet.

Kommunikationsproduktet i rapporten har til formål at initiere en interpersonel kommunikation blandt de unge, men det er ikke entydigt, at det rent faktisk gør det. Derfor kan det anses, at interpersonel kommunikation gennem gamification kan være mere gavnlig i forhold til at ramme de udfordringer, der gør sig gældende ud fra vores empiriske undersøgelse, hvor skam og mangel på lyst til at tale om online svindel fremsatte sig som de primære temaer hos de unge i gruppeinterviewene.

Det har vi som projektgruppe ikke mulighed for at udforske yderligere i dette projekt, men det kan lægge op til, hvordan man i fremtiden kunne arbejde med en lignende problemstilling som vores, hvor dialog forsøges fordret mellem unge mennesker, når det kommer til svære emner

## 9. Konklusion

I indeværende projekt er de unges syn på dialogens relation til online svindel blevet undersøgt. Det er gjort med et særligt fokus på, hvordan man kan fordre den interpersonelle kommunikation de unge iblandt, ud fra de oplevelser, erfaringer og syn de unge har på online svindel.

Ovenstående er gjort med udgangspunkt i projektets problemstilling:

*Hvorvidt oplever de unge, at der er tilstrækkelig dialog om online svindel, og hvordan kan interpersonel kommunikation blandt unge fordres?*

Den empiriske undersøgelse viste, at de unge ikke taler om online svindel. Selvom begge grupper af unge i vores interviews mente, at de kunne snakke med hinanden om alt, så var online svindel ikke et emne, der for dem virkede relevant eller nødvendigt at snakke om. Det på trods af at fire ud af seks deltagende i undersøgelsen var blevet svindlet, men aldrig havde fortalt det til hinanden. Dialogen er altså helt fraværende. Alligevel bragte det stærke følelser frem hos den enkelte, da han skulle forklare, hvad han forbinder med online svindel. Her var det særligt følelsen af vrede og irritation over, at man kunne lade sig blive snydt, der var det væsentligste.

Ydermere er det tydeligt, at de unge har mange forestillinger om hinanden. I mange tilfælde er disse forestillinger styrende for de unges adfærd. De unge har nogle emner, som de er vant til at tale om, og som de forventer, at de andre derfor også hellere vil tale om. Det gør det sværere for et emne som online svindel at indfinde sig naturligt i de unges dialog.

Vi fandt ud af, at dialog er et komplekst problem at arbejde med. Vi producerede til opgaven et kommunikationsprodukt i form af en video, som skulle være den dialogskabende faktor i samtalen om online svindel blandt de unge. Undersøgelsen viste dog, at der kan være behov for at arbejde med alternative måder, for at fordre dialogen mellem de unge. Vi kan ikke tage for givet, at de unge bare vil starte dialogen selv. Her var skam og social tilpasning to hovedtemaer, der gik igen. Slutteligt argumenterer vi for, at "spilificering" muligvis kan være et effektivt værktøj til at åbne dialogen op omkring online svindel, da det kan være en mere aktiv måde for de unge at beskæftige sig med dialogen om svære emner.

## 10. Perspektivering

Vores udgangspunkt for projektet var dialogisk - hvordan de unge taler om online svindel og deres tilgang til dialog.

Vores afsæt var et fænomenologisk et. Vi prøvede så vidt muligt, at lade de erfarende subjekters (de unges) livsverdener være styrende for vores erkendelse i forhold til emnet, og tillod ikke underliggende, mere strukturelle, mekanismer at have nogen særlig forklaringskraft i vores analyse. Det lægger op til, at man kunne arbejde anderledes med lignende problemstillinger, ud fra en anden videnskabsteoretisk retning, som giver plads til netop dette. Her kunne det være interessant at indoptage en diskursiv, socialkonstruktivistisk tilgang. Antagelsen ville her være, at de unges sprogbrug, når de taler om online svindel, vil have en effekt på, hvordan de sociale relationer udspiller sig (Bazarman 1990:77). Projektet har bevæget sig lidt i denne retning, men langt fra forfulgt. Vi anerkender til fulde, at der er visse elementer af de unges erkendelse, som synes at være socialt konstrueret - i deres vaner, reaktionsmønstre og andet, men antagelsen har stadig været, at den menneskelige erfaring kommer før dette.

Vi ville ud fra et socialkonstruktivistisk startpunkt kunne arbejde ud fra antagelsen, at de unge ikke snakker om online svindel - og så derefter undersøge hvad der ligger til grund for dette på et mere strukturelt og socialt plan. Man kunne starte med at undersøge sammenhængen mellem sprog og identitet. Hvordan dette konstrueres socialt, og hvilke konsekvenser det har, at vidensproduktionen bliver handlingsregulerende (Stage 2012:84). Ligeledes kunne man her kigge på, hvordan mediernes omtale af online svindel på makro -og mesoniveau - enten opretholder eller modarbejder de diskursive tendenser, som ses på mikroniveau.

Mulighederne er mange, og ovenstående lægger op til en af de mange måder, hvorpå man kunne arbejde med problemstillingen anderledes.

## Litteraturliste

Aarhus Universitet, n.d.. *Metodeguiden*. [Online]

Available at: <https://metodeguiden.au.dk/convenience-sample-bekvemmelighedssample>

[Accessed 28 oktober 2023].

Almlund, P. & Andersen, B. N., 2011. Med forskel som forandringskraft: en introduktion til dialogisk kommunikationsteori. I: *Fra Metateori til kommunikation*. København: Hans Reitzels Forlag, pp. 152-183.

Bazarman, C., 1990. *Discourse analysis and social construction*. Cambridge: Cambridge University Press.

Black, W. L., 2008. *Deliberation, Storytelling, and Dialogic Moments*, Oxford: Communication Theory.

Bo, G. I., 2012. *Det sociale bånd og følelser i menneskers interaktion Thomas Scheffs socialpsykologiske perspektiv på stolthed og skam*. 1 ed. København: Dansk Psykologisk Forlag.

Business Danmark, 2019. *Ritzau*. [Online]

Available at: <https://via.ritzau.dk/pressemeddelelse/13582482/frygt-ikke-amazon-danskerne-foretraekker-danske-hjemmesider-nar-vi-handler-pa-nettet?publisherId=13559343>

[Senest hentet eller vist den 29 Oktober 2023].

Center for Digital Pædagogik, 2022. *Center for Digital Pædagogik*. [Online]

Available at: <https://cfdp.dk/blog/gaming/unge-oplever-stor-skyldfoeelse-naar-de-bliver-snydt-i-handel-med-skins/>

[Senest hentet eller vist den 26 Oktober 2023].

Danmark Statistik, 2022. *Danmarks Statistik*. [Online]

Available at: <https://www.dst.dk/da/Statistik/temaer/digitalisering>

[Senest hentet eller vist den 29 Oktober 2023].

Danske Bank, 2022. *Danskernes digitale tryghed - svindel på nettet*, København: Danske Bank.



Egholm, L., 2014. *Videnskabsteori perspektiver på organisationer og samfund*. København: Gyldendal.

Eines, F. T. & Thylen, I., 2012. *Metodologiske og praktiske udfordringer ved bruk av fokusgrupper som forskningsmetode - med fokus på pårørende som informanter*, s.l.: Nordisk tidsskrift for helseforskning.

Filmcentralen, n.d.. *Filmcentralen*. [Online]

Available at: <https://filmcentralen.dk/files/uv-pdf/2021-03/Film%20terms.pdf>

[Accessed 5 November 2023].

Grinnell, F., 1983. The Problem of Intersubjectivity: A Comparison of Martin Buber and Alfred Schutz. In: *Human Studies*. Dallas: Springer, pp. 185-195.

Halkier, B., 2016. *Fokusgrupper*. 3 ed. Frederiksberg: Samfundslitteratur.

Hansen Skov, M. & Andersen Thordahl, T., 2021. *Krstitialt Dagblad*. [Online]

Available at: <https://www.kristeligt-dagblad.dk/liv-sjael/danskerne-er-verdensmestre-i-tillid-til-hinanden-hvordan-kan-det-vaere>

[Senest hentet eller vist den 27 Oktober 2023].

Hølge-Hazelton, B., 2003. *Ung-til-ung som forebyggende metode inden for feltet: Forebyggelse af alkohol -og stofmisbrug*, Roskilde: Roskilde Universitet.

Ipsos, 2022. *European Commission*. [Online]

Available at: [https://commission.europa.eu/system/files/2020-01/survey\\_on\\_scams\\_and\\_fraud\\_experienced\\_by\\_consumers\\_-\\_final\\_report.pdf](https://commission.europa.eu/system/files/2020-01/survey_on_scams_and_fraud_experienced_by_consumers_-_final_report.pdf)

[Senest hentet eller vist den 27 Oktober 2023].

Juul, R. S. & Pedersen, B. K., 2012. Fænomenologi. In: *Samfundsvidenskabernes Videnskabsteori: En indføring*. København: Hans Reitzels Forlag, pp. 65-104.

Juul, R. S. & Pedersen, B. K., 2012. *Samfundsvidenskabernes videnskabsteori*. 1 ed. København: Hans Reitzels Forlag.

Juul, R. S. & Pedersen, B. K., 2012. Videnskabsteoretiske retninger og projektarbejdet . I: B. M. Heinskou, ed. *Samfundsvidenskabernes Videnskabsteori en Indføring*. København: Hans Reitzels Forlag, pp. 399-430.

Kistensen, J. C. & Hussain, A. M., 2019. Semistrukturerede interviews. In: *Metoder i samfundsvidenskaberne*. Frederiksberg: Samfundslitteratur, pp. 75-94.

Krath, J., Schürmann, L. & Korflesch, F. H., 2021. *Revealing the theoretical basis of gamification: A systematic review and analysis of theory in research on gamification, serious games and game-based learning*, Amsterdam: Elsevier.

Kristiansen, M. & Block-Poulsen, J., 2003. *Dialog og dialogiske kompetencer – en ny form for magt?*, København: Dansk Psykologisk Forlag.

Kvale, S. B. S., 2015. *Interview*. Ringer, Agnes ed. København: Hans Reitzels Forlag.

Lindhart, M., 2014. *Fænomenologien i Antropologien*, København: Tidsskriftet Antropologi .

Lundgren, L., 2006. *Fokusgrupper – en metod som passar biblioteken*, Borås: Institutionen Biblioteks- och informationsvetenskap.

Marketo, n.d.. *The Definitive Guide to Social Media Marketing*, San Jose: Adobe Company.

Schutz, A., 2005. *Hverdagslivets sociologi : en tekstsamling*. 2 ed. København: Hans Reitzel Forlag.

Seaborn, K. & Fels, I. D., 2014. *Gamification in theory and action: A survey*, Amsterdam: Elsevier.

Stage, C., 2015, *Socialkonstruktivisme, sprog og identitet: Identitetsforhandlinger på Eva Dien Brine Markvoorts sygdomsblog 65 Red Roses* , Skandinaviske Sprogstudier, udg. 6, nr. 3, pp. 81-

106. <http://ojs.statsbiblioteket.dk/index.php/sss/article/view/20648/18196>

Thiel, A.-S., 2023. *Det Kriminalpræventive Råd*. [Online]

Available at: <https://dkr.dk/nyheder/2023/mar/danskerne-bliver-narret-for-et-trecifret-millionbeloeb-af-svindlere-paa-nettet->

[Senest hentet eller vist den 28 Oktober 2023].

Universitet, A., n.d.. *Metodeguiden*. [Online]

Available at: <https://metodeguiden.au.dk/snowball-sampling>

[Accessed 29 oktober 2023].