

Evaluering af #hackhadet

En del af initiativ fem, forebyggelse af online-radikalisering, i satspuljeaftalen for 2017 vedrørende forebyggelse af ekstremisme og radikaliserings

Udarbejdet af Oxford Research, juni 2019



Evaluering af #hackhadet. Initiativ fem i satspuljeaftalen af 2017 ved- rørende forebyggelse af ekstremisme og radikalisering

Oxford Research
Juni 2019

Om Oxford Research **Knowledge for a better society**

Oxford Research er en specialiseret videnvirksomhed med fokus på velfærdsområderne og erhvervs- og regionaludvikling.

Oxford Research gennemfører skræddersyede analyser, implementeringsevalueringer og effektevalueringer for offentlige myndigheder, fonde og organisationer i civilsamfundet. Vi rådgiver også om strategiudvikling, faciliterer udviklingsprocesser og formidler vores viden på undervisningsforløb og seminarer. Vi kombinerer akademisk fordybelse, strategisk forståelse og god kommunikation – på den måde skaber vi anvendelsesorienteret viden, der kan gøre en forskel.

Oxford Research er grundlagt i 1995 og har selskaber i Danmark, Norge, Sverige og Finland. Oxford Research er en del af Oxford Gruppen.

Oxford Research A/S
Falkoner Alle 20, 4.
2000 Frederiksberg
Danmark
(+45) 33 69 13 69
office@oxfordresearch.dk
www.oxfordresearch.dk

Indhold

1.	Indledning og baggrund	1
1.1	Evalueringens formål og ramme	2
1.2	Proces, metode og datagrundlag	4
1.3	Læsevejledning	5
2.	Konklusion	6
2.1	Anbefalinger	6
3.	Beskrivelse af indsatsen	8
3.1	Deltagerne i hackathons	9
4.	Initiativets udbytte	11
4.1	Høj tilfredshed og engagerede deltagere	11
4.2	Deltagerne tilegner sig ny viden	12
4.3	Deltagerne skitserer onlineløsninger	13
4.4	Deltagernes tiltro til at kunne forhindre had online er uændret	15
4.5	Udvikling og spredning af videoer	16
4.6	opsummerende	18
5.	Metode og datagrundlag	19

1. Indledning og baggrund

Oxford Research gennemfører en evaluering af initiativer i regeringens handlingsplan ”Forebyggelse og Bekæmpelse af Ekstremisme og Radikalisering” fra 2016, som er finansieret af satspuljeaftalen af 2017. Nærværende notat er en særskilt afrapportering af evalueringen af en del af initiativ 5: Forebyggelse af online radikalisering. Initiativ 5 omfatter flere elementer: en ung-til-ung-indsats og et undervisnings- og informationsmateriale.

Informationsmaterialet har fået navnet Nettets Vildveje og er målrettet forældre og voksne, der arbejder professionelt med børn og unge.

Ung-til-ung-indsatsen er konkret udmøntet i to indsats. Dels en pulje til *at udvikle og udbrede kommunikative løsninger som forebygger og modvirker ekstremisme, radikalisering, hadpropaganda og hadforbrydelser samt styrker gensidig respekt, inklusion og medborgerskab*. Dels indsatsen som denne evaluering omhandler, nemlig kampagnen #hackhadet som består af en række hackathons med fokus på at modvirke vold og had på nettet.

Indsatsen, der evalueres, er konkret udmøntet som en national online kampagne under hashtagget #hackhadet. I løbet af kampagneperioden er der blevet afholdt 11 lokale hackathons for unge i alderen 16-25 år og et afsluttende nationalt event afholdt som et awardshow. Kampagnen er understøttet af en hjemmeside og Facebookside med videoer mv. knyttet til den samlede kampagne. De 11 hackathons er afholdt på skoler og uddannelsesinstitutioner og har haft en varighed på 8 til 12 timer afholdt over en eller to dage. På de enkelte hackathons er de deltagende unge blevet introduceret til virkemidler, som bliver benyttet til at udbrede budskaber online og som også anvendes i forbindelse med ekstremistisk propaganda og hadefulde ytringer på nettet. I hoveddelen af hackathonet har deltagerne i grupper arbejdet med at skabe kommunikative onlineløsninger som modsvar og alternativer til voldsopfordringer og had på nettet. Socialt Udviklingscenter SUS og Implement Consulting Group, som er leverandør på opgaven, har undervist og guidet de unge på dagen og har stået til rådighed for deltagerne efterfølgende. Målet med indsatsen er dels at give deltagerne viden om online had og vold og digital markedsføring såvel som kompetencer til at kunne skabe digitale løsninger, modsvar og alternativer. Dels er målet at engagere deltagende unge til at tage afstand fra had og vold på nettet.

Nationalt Center for Forebyggelse af Ekstremisme er ansvarlige for projektet og opdragsgiver for evalueringen er Udlændinge- og Integrationsministeriet. Dataindsamlingen er gennemført i perioden januar 2018 til januar 2019.

Baggrund

Under det hollandske EU formandskab i 2016, lancerede Holland et ”hackathon”; et kreativt samfundsen-gerende workshopforløb med det formål at udvikle kommunikative reaktioner på ekstremistisk propaganda samt forebygge og modvirke online radikalisering.

Denne inspirerede afholdelse af et lignende hackathon i Danmark i november 2016, der blev realiseret af Udlændinge- og Integrationsministeriet i samarbejde med Danmarks Medie- og Journalisthøjskole, Medierådet for Børn og Unge, og PET. European Strategic Communications Network (ESCN) bidrog med rådgivning.

1.1 EVALUERINGENS FORMÅL OG RAMME

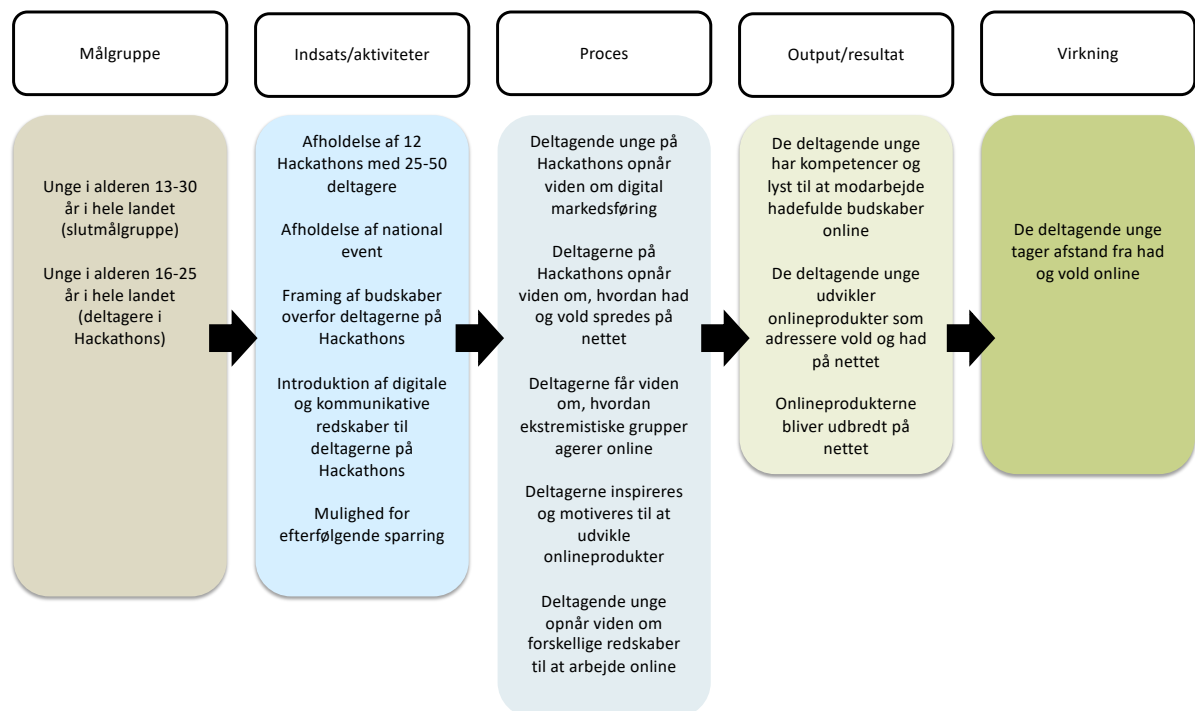
Formålet med initiativet er at gennemføre en national kampagne. Som en del af kampagnen afholdes 11 hackathons, der har til formål at give deltagerne viden, kompetencer og motivation for at udvikle kommunikative onlineløsninger, der skal fungere som modsvar og alternativer til had og voldsopfordringer på nettet. Dette skal bidrage til, at deltagende unge tager afstand fra budskaber om had og vold, der kommunikerer online.

Indsatsen gennemføres af SUS og Implement Consulting Group som leverandør på dette initiativ, mens Nationalt Center for Forebyggelse af Ekstremisme er ansvarlige for initiativet.

Evalueringens formål er:

- **At dokumentere gennemførelsen af aktiviteter, herunder deltagernes karakteristika.**
- **At vurdere deltagernes udbytte af hackathons på kort og mellemlangt sigt, herunder deltagernes egen vurdering og deres efterfølgende brug af erfaringerne fra projektet.**
- **At vurdere udbredelsen og anvendelsen af de udviklede kommunikative løsninger.**
- **At vurdere om hackathon som koncept fungerer.**

Figur 1.1: Forandringsteori



Kilde: Oxford Research

Målet med initiativet er, at de unge, der har deltaget på hackathons, tager afstand fra had og vold online og at ekstremistiske budskabers appel blandt de unge svækkes. Initiativet skal ses i sammenhæng med den øvrige indsats for at forebygge og bekæmpe ekstremisme og radikalisering, herunder de øvrige tiltag for at forebygge online-radikalisering og opbyggende indsatser, som har til formål at fremme demokratisk dannelse, inklusion og medborgerskab m.v.

Der er tilrettelagt en indsats rettet mod en målgruppe af unge i alderen 13-30 år. Indsatsen indebærer afholdelsen af 12 lokale hackathons med deltagelse af 25-50 unge i alderen 16-30 år. Disse hackathons skal ruste de deltagende unge til at skabe onlineløsninger, skabe opmærksomhed og refleksion om negative budskaber på nettet og fungere som modsvar eller skabe alternativer til hadske ytringer og voldsopfordringer på nettet.

Det forventes, at de unge deltagende i hackathons opnår øget viden om digital markedsføring, øget viden om hvordan vold og had spredes på nettet, viden om hvordan ekstremistiske grupper agerer online, samt viden om forskellige redskaber til at udvikle digitale løsninger som markedsføres online.

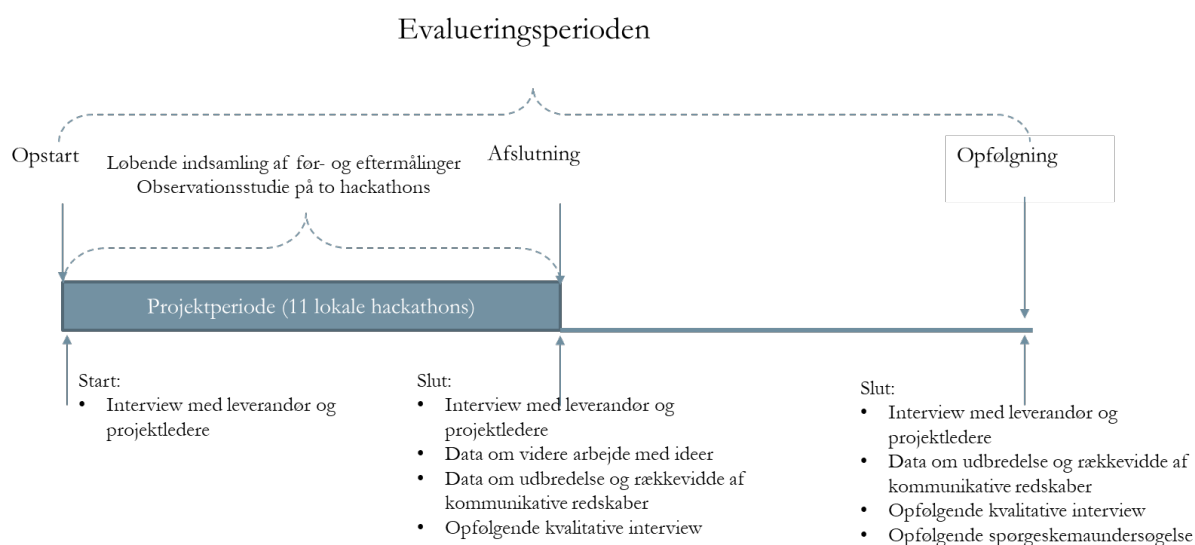
Den nye viden skal medvirke til, at deltagerne bliver motiverede og inspirerede til at udvikle onlineløsninger. Ved at bruge hackathon-formatet er det samtidig målet, at deltagerne gennem dialog med andre deltagere engagerer sig og reflekterer over de budskaber, de møder på nettet.

Hvis indsatsen lykkes, vil deltagerne have kompetencer til, både under og efter deres deltagelse i et hackathon, at udvikle onlineløsninger, som adresserer online vold og had. Derudover vil de unge forventeligt være mere motiveret til at tage afstand fra had og vold online.

1.2 PROCES, METODE OG DATAGRUNDLAG

Følgende figur viser evalueringsprocessen samt metode og datagrundlag.

Figur 1.2: Evalueringsprocessen



Hovedfokus i evalueringen er på deltagernes udbytte af hackathons, herunder deres vurdering af hackathon som metode til at idéudvikle og arbejde med svære emner. Deltagernes vurdering undersøges både i dybden og bredden. Samtidig vurderes udbredelsen af de udviklede kommunikative redskaber. Dette gøres gennem data fra følgende datakilder:

- Før- og eftermåling blandt de unge deltagende, suppleret med ekstra spørgsmål om tilfredshed og udbytte ifm. eftermålingen
- Observationsstudier og interview ifm. to lokale hackathons
- Casestudie på nationalt event
- Data om, hvor mange deltagere, der arbejder videre med deres ideer efter de lokale hackathons
- Data om udbredelsen og rækkevidden af de udviklede kommunikative redskaber
- Opfølgende kvalitative interview med udvalgte deltagere
- Opfølgende spørgeskemaundersøgelse om brug af erfaringer efterfølgende

1.3 LÆSEVEJLEDNING

Baggrund og formål med evalueringen fremgår af indeværende *kapitel et*, mens *kapitel to* giver et resumé af evalueringen samt anbefalinger til arbejdet med hackathonkonceptet fremadrettet. I de efterfølgende kapitler beskrives, analyseres og evalueres indsatsen. I det afsluttende kapitel seks beskrives evalueringens datagrundlag og metode.

2. Konklusion

Kampagnen #hackhadet blev gennemført i 2018, og har fungeret som en online kampagne og afholdelse af 11 hackathons og et afsluttende nationalt event. I første halvår af 2018 blev der afholdt 11 hackathons med deltagelse af unge fra 11 uddannelsesinstitutioner på tværs af landet. På de 11 hackathons er der blevet produceret indhold i form af onlineløsninger. I andet halvår af 2018 har indsatsen udelukkende løbet som en online kampagne.

De 11 hackathons har alle været vellykkede arrangementer med en høj deltagertilfredshed og et højt engagement fra de unges side. Arrangementerne har givet de unge deltagere en øget viden om, hvordan budskaber, herunder hadefulde budskaber, spredes på nettet. Samlet set har deltagelsen givet dem bedre forudsætninger for at tage afstand fra had og vold på nettet. Det vurderes, at arrangementerne har været godt tilrettelagt, og underviserne var kompetente og engagerede.

Konkret har de 11 hackathons resulteret i 96 konkrete bud (hvv. skitser og færdige produkter) på digitale løsninger, der kan adressere had og vold. Alle bidragene kan ses på hjemmesiden hackhadet.dk. Af disse er der uploadet 26 videoer på Facebook under hashtagget #hackhadet.

Indholdet i løsningerne er målrettet en bred vifte af forskellige problemstillinger. Deltagerne har arbejdet med emner som negative versus positive budskaber, digital dannelse, god tone på nettet og mobning. Deltagerne har både arbejdet med at fremme positive budskaber og modgå negative budskaber. Det vurderes, at hackathon-formatet virker godt til at give målgruppen viden, kompetencer og engagement til at arbejde med onlineløsninger.

Deltagernes motivation for at modgå had og vold er ifølge deltagerne selv umiddelbart ikke blevet stimuleret af kampagnen, men det skal også ses i lyset af, at deltagerne på forhånd var motiverede for at udbrede en god kultur på nettet. På samme måde har deltagerne ikke umiddelbart været engagerede i på egen hånd at arbejde videre med deres onlineløsninger eller udbrede dem gennem egne kanaler, profiler mm. Alle deltagere har til gengæld givet lov til, at deres løsninger er blevet udbredt gennem kampagnens platforme.

Det kan konkluderes, at deltagerne har opnået øget viden og kompetencer til at kunne tage afstand og også direkte modgå had og vold på nettet. Det har skabt en opmærksomhed og refleksion blandt deltagerne om de budskaber, de møder på nettet. Evalueringen viser, at hackathons er en attraktiv arbejdsform for målgruppen og samtidig er virkningsfuld ift. at give de unge i målgruppen viden og kompetencer om et specifikt område, der ellers kan være svært at formidle eller gå ind i.

Evalueringen kan således konkludere, at kampagnen og de afholdte hackathons har været godt tilrettelagt fra leverandørens side og lever op til målene i projektbeskrivelsen.

2.1 ANBEFALINGER

Evalueringens analyser og konklusioner giver anledning til en række anbefalinger til den videre brug af hackathon som koncept samt det videre arbejde med forebyggende indsatser blandt unge.

2.1.1 Hackathon bør i højere grad bruge virkemidler som influencers og videoer

Evalueringen viser, at spredningen af de onlineløsninger, de unge udvikler, ikke er gået som forventet. En af grundene til den manglende spredning er, at de unge ikke vil bruge deres egen personlige platform på de sociale medier til at udbrede løsningerne. En måde at imødekomme dette problem kunne være at understøtte spredningen gennem en mere central kampagnevirksomhed, herunder en stærk platform. Evalueringen viser, at de tiltag, der er gjort for at understøtte kampagnen, såsom produktion af videoer og brug af influencers, har været med til at skabe opmærksomhed om #hackadet.

2.1.2 Hackathon kan enten tilpasses undervisningen på ungdomsuddannelser eller gøres mere selvstændigt

Hvis konceptet skal bruges fremadrettet, peger evalueringens analyser i to retninger. Enten kan formatet skæres til, så det er nemmere at anvende for ungdomsuddannelserne, eller også kan formatet gøres mere selvstændigt og tænkes helt ud af uddannelsesinstitutionerne.

Evalueringen viser, at hackathonformatet med en varighed på 12 timer er svært at få til at passe ind på en ungdomsuddannelse. Hvis man vælger at tilpasse formatet til den øvrige undervisning på uddannelsesinstitutionerne, kan konceptet udbredes til en større målgruppe. Til gengæld vil det være svært at opnå de langsigtede mål om, at løsningerne spredes, så flere unge tager afstand fra had og vold på nettet. Det skyldes at spredningen skal understøttes af deltagerens eget engagement, og man kan ikke nødvendigvis forvente, at deltagerne er engagerede, hvis hackathonet er en del af den obligatoriske undervisning på deres uddannelsesinstitution.

Evalueringen viser også, at det er svært at fastholde de unges engagement i at arbejde videre med deres løsninger efter hackathonet er afsluttet. Det kan imødegås ved at udvide indsatsen. Hvis man vælger at lade konceptet være mere selvstændigt og udvider indsatsen, så den eksempelvis løber over flere dage, eller bliver fulgt op af en ekstra workshop nogle uger efter det første hackathon, må det forventes, at de deltagende unge er mere motiverede for at arbejde med onlineløsninger og at motivationen fastholdes. Dermed er der større sandsynlighed for at opnå de langsigtede mål i indsatsen om spredning af de onlineløsninger, som deltagerne udvikler. Det kan til gengæld forventes, at det bliver sværere at udbrede konceptet. Evalueringen viser, at det har været svært at rekruttere klubber og foreninger som værter, og det kan derfor være en udfordring at finde en vært, hvor et udvidet format vil passe ind.

2.1.3 Formatet kan med fordel bruges til andre emner

Evalueringen viser, at hackathon-formatet virker godt til at give målgruppen viden, kompetencer og engagement til at arbejde med onlineløsninger. Det kan med fordel overvejes, om formatet kan anvendes til andre emner. Mange af de løsninger, der er udarbejdet under hashtagget #hackadet, er ikke afgrænset til digital adfærd, men forholder sig til problemstillinger som mobning og krænkelse generelt. Formatet kan anvendes til emner, der ligger inden for rammerne af digital dannelse, men for så vidt bør formatet også kunne overføres til emner, der ikke er knyttet til digital adfærd.

3. Beskrivelse af indsatsen

Formålet med en indsats til forebyggelse af online radikalisering er i sidste ende, at flere unge skal tage afstand fra had og vold online.

Initiativet er konkret udmøntet som en national online kampagne under hashtagget #hackhadet, hvorunder 11 lokale hackathons for unge i alderen 16-25 år er blevet afviklet samt et afsluttende nationalt event afholdt som et awardshow. Oprindeligt var planen at afholde 12 hackathons, men der skete en mindre omprioritering af midler undervejs pga. praktiske problemer med at få afholdt alle de 12 planlagte hackathons. SUS og Implement Consulting Group har været leverandør på indsatsen og har tilrettelagt indsatsen i samarbejde med Nationalt Center for Forebyggelse af Ekstremisme. Det første hackathon blev afholdt i en tilpasset udgave på ITU. Her blev indsatsen tilpasset en opgave for de studerende på ITU som et led i deres uddannelsesforløb og er derfor ikke sammenlignelig med den øvrige del af indsatsen.

De 11 Hackathons

1. ITU, København
2. VIA UC, Viborg
3. Næstved Gymnasium og HF, Næstved
4. Brønderslev Gymnasium og HF, Brønderslev
5. Produktionsskolen i Greve og Høje Taastrup, Høje Taastrup
6. Uldum Højskole, Uldum
7. Rysensteen Gymnasium, København
8. Århus Gymnasium Tilst, Århus
9. Frederikssund Handelsskole, Frederikssund
10. Kohinoor produktionsskole, Lejre
11. Bornholms Højskole, Aakirkeby - Bornholm

De øvrige 10 hackathons er afholdt på skoler og uddannelsesinstitutioner og har haft en varighed på 8 til 12 timer afholdt over en eller to dage. På de enkelte hackathons er de deltagende unge blevet introduceret til markedsføring af hadefulde ytringer og budskaber om vold på nettet. Herefter har de modtaget undervisning i, hvordan man udvikler onlineløsninger. I hoveddelen af hackathonet har deltagerne arbejdet med at skabe onlineløsninger. Løsningerne har haft fokus på skabe opmærksomhed og refleksion om negative budskaber på nettet og fungere som modsvar eller skabe alternativer til budskaber om vold og had på nettet. Der har været stor frihed for de unge i, hvordan de ville arbejde med at sætte fokus på henholdsvis negative og positive budskaber. SUS og Implement, som er leverandør på opgaven, har undervist og guidet de unge på dagen og har stået til rådighed for deltagerne efterfølgende. Målet med indsatsen er dels at give deltagerne viden og kompetencer, og dels at bidrage til, at de deltagende unge tager afstand fra had og vold på nettet. Alle de onlineløsninger, der er udviklet som en del af projektet, er samlet på hjemmesiden hackhadet.dk og på en facebookside under hashtagget #hackhadet.

Program for Hackathons

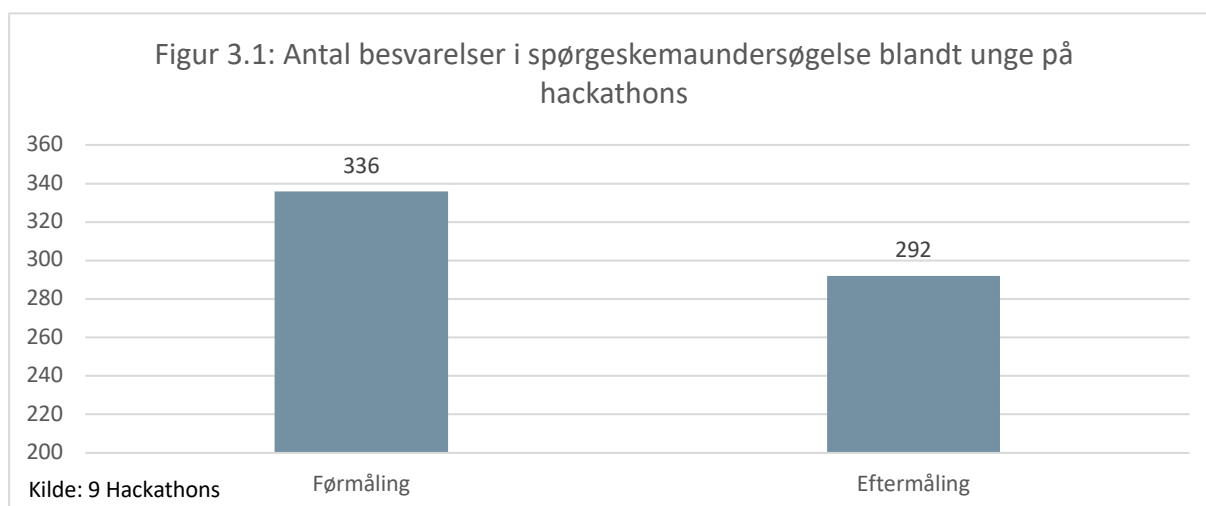
- Introduktion
- Oplæg om online had og markedsføring v. kommunikationsekspert Morten Gade
- Gruppedannelse
- Pause
- Introduktion til idégenerering
- Brainstorm og idégenerering
- Pause
- Introduktion til udvikling af digitale løsninger
- Udvikling af digitale løsninger i grupper
- Pause
- Præsentation af løsninger
- Afslutning og evaluering

3.1 DELTAGERNE I HACKATHONS

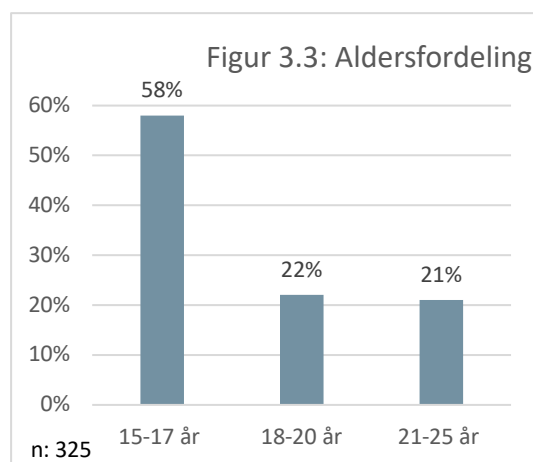
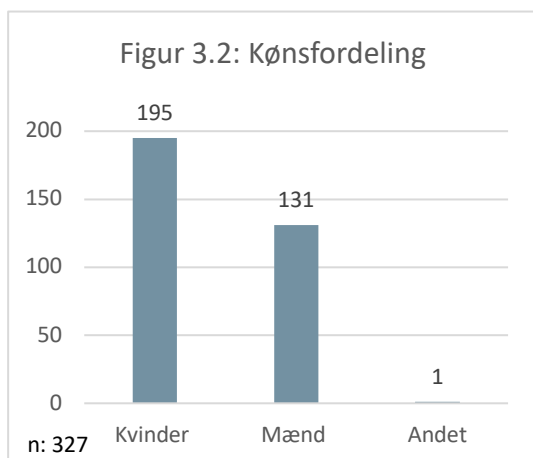
Initiativet arbejder med en primær målgruppe af unge i alderen 16-25 år, der deltager i de hackathons, der afholdes. Dels en sekundær målgruppe, som er unge i alderen 13-30 år, der nås enten ved at se posts og digitale løsninger, som er en del af #hackhadet kampagnen, eller ved at den primære målgruppe ændrer adfærd på nettet og bidrager til at modgå budskaber om vold og had på nettet. Den sekundære målgruppe indgår ikke i evalueringen.

Ifølge leverandøren har der cirka deltaget 600 unge på de afholdte hackatons. Ved det hackathon, hvor der var færrest deltagere, var der cirka 20, mens det største havde flere end 70 deltagere.

Figurerne nedenfor er baseret på de før- og eftermålinger, der er gennemført ved 9 af de 11 hackathons. Deltagerne har i før- og eftermålingerne svaret på hhv. 8 og 10 spørgsmål om deres viden og engagement samt spørgsmål om alder og køn. Deltagerne har besvaret spørgsmålene over deres telefon ved opstarten og afslutningen på et hackathon. Der er kommet 336 svar på førmålingerne og 292 svar på eftermålingerne. Det giver et godt repræsentativt grundlag for at generalisere deltagerens svar i målingerne til hele målgruppen.



Der er en overvægt af kvindelige deltagere i arrangementerne, hvilket afspejler kønssammensætningen på de uddannelsesinstitutioner, hvor der er afholdt hackathons. Aldersfordelingen på deltagerne viser, at der er to deltagere på 15 år, men alle de øvrige ligger inden for målgruppen af unge på 16 til 25 år.

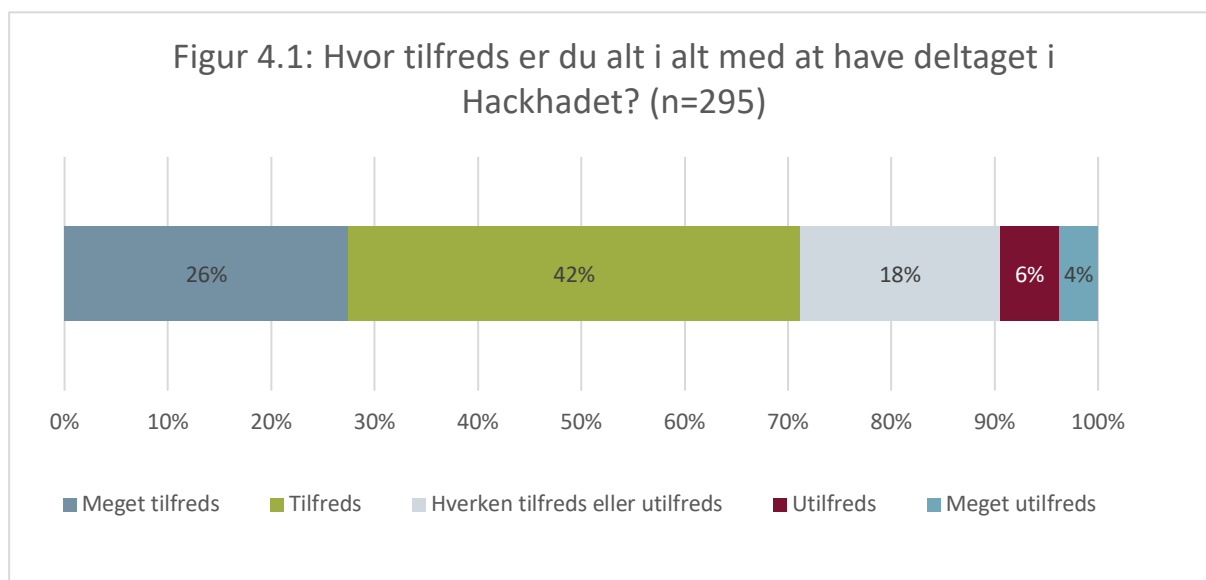


4. Deltagernes udbytte

Dette kapitel beskriver udbyttet af projektet. Udbyttet skal ses to niveauer, dels har de unge deltagere i de 11 hackathons opnået viden og kompetencer, dels er der kommet nogle konkrete produkter ud af deres arbejde.

4.1 HØJ TILFREDSHED OG ENGAGEREDE DELTAGERE

Der er gennemgående en høj tilfredshed med at deltage i hackhadet. På tværs af de 9 hackathons, evaluator har data på, er samlet set 68 % enten tilfredse eller meget tilfredse. Mens der er 10 %, der er utilfredse. Deltagerne har haft forskellig baggrund for at deltage i arrangementerne. De fleste steder har det været obligatorisk for deltagerne at være til stede, mens det andre steder har været et frivilligt tilbud til deltagerne.



Den høje tilfredshed ligger godt i tråd med de observationer, evaluator har gjort sig på de to hackathons, der er observeret i forbindelse med evalueringen. Særligt på det ene besøg, som var på en højskole, var det tydeligt, at deltagerne var engagerede og gik fuldt ind i de opgaver, der blev stillet dem.

Observation fra Uldum Højskole

Der er trafik frem og tilbage til bordene, men der er god ro og orden og eleverne arbejder virkeligt. Stemningen er meget uformel. Det bliver snakket og grinet, men lydniveauet er holdt nede til at man kan arbejde i det. (...)

Alle er samlet i gymnastiksalen og Erik fra Implement gør status. Han roser energiniveauet og forklarer de næste trin – fremlæggelse og registrering af deres løsning. I dialog med eleverne rykker de lidt i programmet, så de unge har lidt længere tid til at arbejde med deres løsninger. Han taler i 5-10 minutter uden de store armbevægelser. De unge lytter forholdsvis koncentreret, og der er kun lidt spredt mumlen.

Eleverne søger ud i deres grupper igen. Man kan sagtens mærke, at vi er på en højskole. Eleverne tager opgaven til sig og organiserer deres arbejde meget naturligt. Der er en livlig men meget rolig trafik frem og tilbage fra gymnastiksal og grupperum. En gang imellem er der nogle elever, der kommer med et spørgsmål, men det meste af tiden arbejder de bare med deres løsninger.

Det andet observationsbesøg fandt sted på et gymnasium, hvor en gymnasieklasse deltog i et hackathon. Selvom energiniveauet og arbejdsdisciplinen ikke var helt lige så højt som på højskolen, var indtrykket også her meget positivt. Eleverne fremhævede særligt, at formen, som er meget anderledes, end de er vant til, var med til at gøre dagen spændende. De synes også, emnerne er relevante at arbejde med. Til gengæld er der delte meninger om, at eleverne selv har et stort medansvar for tidsstyringen. Nogen elever synes det er godt med frihed til selv at planlægge en proces, mens andre elever synes det er svært at have frie tøjler til at arbejde med deres løsning og selv skulle tage ansvar for at levere et produkt. Der er også enkelte elever, der melder sig lidt ud undervejs.

Den problematik sås ikke på højskolen, hvor nogle elever dog havde problemer med at nå det, de skulle, inden for tidsrammen.

Det overordnede indtryk er, at konceptet, hvad angår både indhold og format, matcher målgruppen rigtigt godt.

Gymnasieelever om at deltage i et hackathon

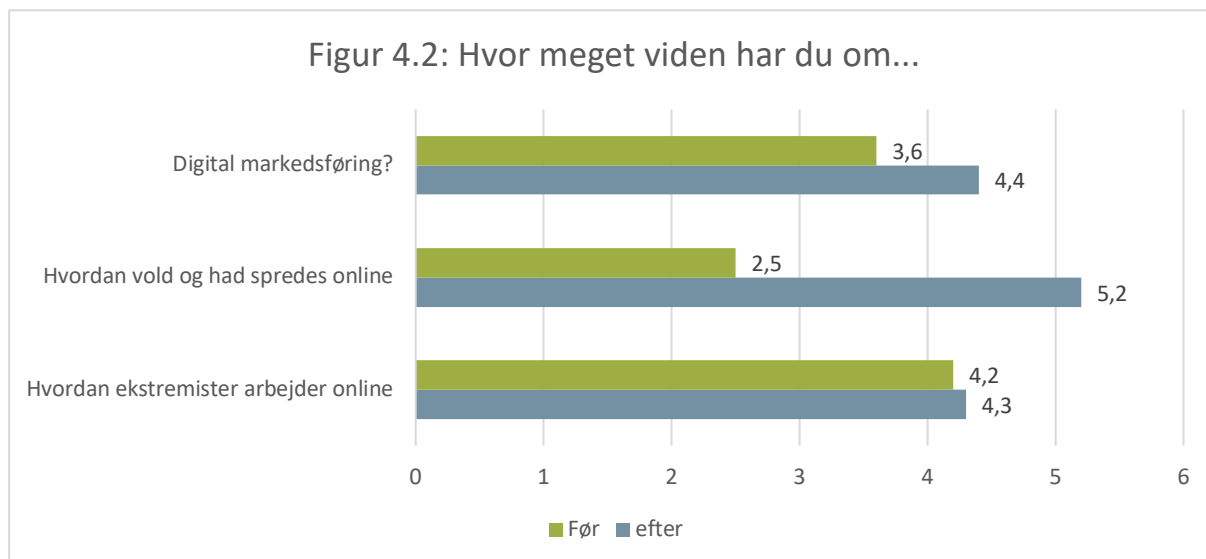
- *Virkelig et spændende emne. Det er fedt at lære noget om digital markedsføring. "Det har vi ikke om i skolen ellers".*
- *Fedt med en hel dag og ikke bare en lektion som normalt.*
- *Det er en fed dag, fedt med mere frihed til selv at tilrettelægge arbejdet og pauserne.*
- *Det er lidt svært når man ikke ved, hvornår hele produktet skal være færdigt. Hvad er tidsrammen?*

4.2 DELTAGERNE TILEGNER SIG NY VIDEN

Et af delmålene i indsatsen er, at deltagerne i hackathons tilegner sig ny viden og nye kompetencer. Forandringsteorien siger, at de unge ved at få øget viden og kompetencer opnår forudsætninger for at kunne udvikle digitale løsninger og i sidste ende medvirke til, at flere unge tager afstand fra had og vold på nettet.

Deltagernes besvarelser fra før- og eftermålingerne viser, at deltagerne selv vurderer, at de har fået øget deres viden om digital markedsføring, om hvordan vold og had spredes online samt om hvordan ekstremister arbejder online. Udviklingen i deltagernes viden er målt ved at stille dem det samme spørgsmål før og efter deres deltagelse i hackathon.

Resultaterne af før og eftermålingen kan aflæses i figur 4.2 nedenfor.



Figuren viser, at de unge i særlig grad har fået øget deres viden om, hvordan vold og had spredes online. I de kvalitative interview nævner de oplægget fra kommunikationsekspernten Morten Gade som noget af det bedste på dagen. Oplægget handlede netop om, hvordan had og vold spredes.

Figur 4.2 viser samtidig, at deltagerne har fået øget deres viden om digital markedsføring. Det er også en del af Morten Gades oplæg, men er samtidig også noget af det, leverandøren underviser dem i og giver dem redskaber til.

Forskellen på før- og eftermålingen for de unges viden om, hvordan ekstremister arbejder online, er ikke statistisk signifikant. Det skal her bemærkes, at de unge placerer sig forholdsvis højt på syv trins-skalaen fra 0-6. De vurderer altså at have en forholdsvis høj viden om, hvordan ekstremister arbejder online både ved før- og eftermålingen.

4.3 DELTAGERNE SKITSERER ONLINELØSNINGER

Udover at give deltagerne i hackathons viden er det også et mål, at deltagerne skal blive motiveret til at udvikle onlineløsninger, der kan medvirke til, at flere unge tager afstand fra had og vold på nettet.

Ved samtlige hackathons har de unge arbejdet på konkrete løsninger. Der er stor variation i, hvor gennearbejdede de unges løsninger er. Nogle er på idéfasen, mens andre løsninger når at blive klar til at blive lagt online. Det hænger i mange af tilfældene sammen med, hvor ambitiøse de unges løsninger er. Nogle unge har kastet sig ud i en løsning, som de ikke har kunne nå at gøre klar til at lægge online. Det har heller ikke været målet, at løsninger skulle være klar ved afslutningen af et hackathon. De unge har skulle vælge en løsning, de synes var spændende og har skulle lave en prototype, som var mere eller mindre klar til at blive lagt online.

De unges løsninger og idéer holder sig ikke smalt til vold og had på nettet, men kan mere bredt betegnes som løsninger, der handler om en mere tolerant og respektfuld kultur på nettet. Mange løsninger har således taget et emne som deling af nøgenbilleder op, ligesom mange har valgt at have fokus på mobning og dårlig samtalekultur på nettet. Det er et bevidst valg fra projektledelsen, at tilgangen til had og vold bygger på en bred forståelse og emner som tolerance, respekt, kritisk tilgang og selvrefleksion har naturligt fyldt en del på de 11 hackathons.

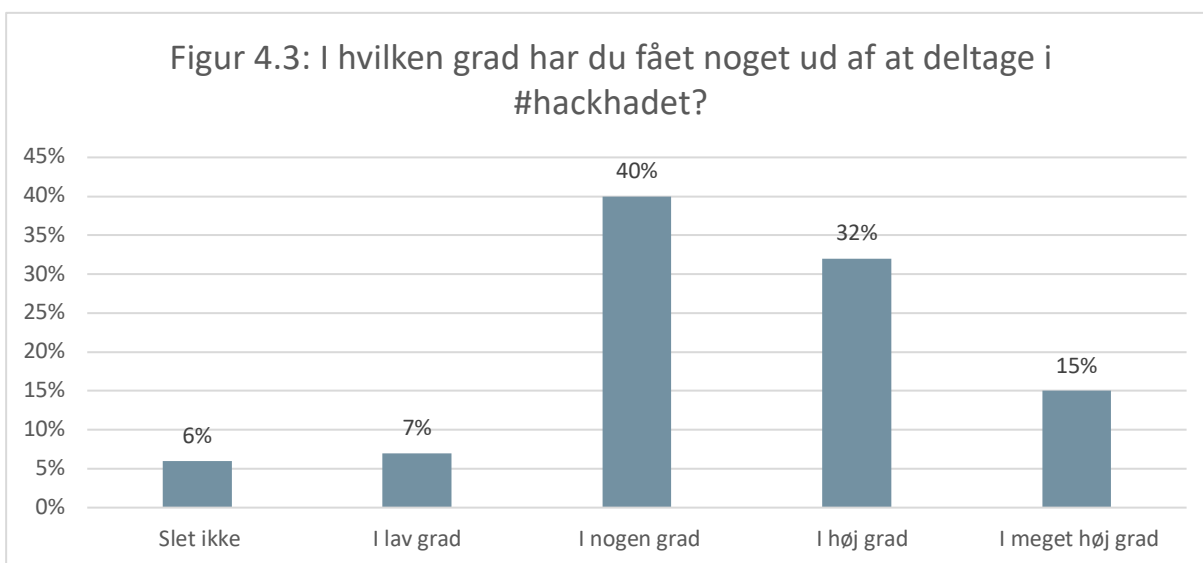
På hackhadet.dk er der lagt 96 forskellige udkast til løsninger op, som stammer fra de 11 afholdte hackathons. Mangfoldigheden i løsningerne er et godt billede på den idégenereringsproces, de unge deltagere har været igennem.

Når man samlet spørger deltagerne, om de har fået et udbytte med sig fra hackhadet, viser det sig, at næsten halvdelen af de unge vurderer, at de i høj eller meget høj grad har fået noget ud af at deltage i hackhadet. 40 pct. svarer i nogen grad, mens de resterende 13 pct. fordeler sig på i mindre grad og slet ikke.

Eksempel på prototype til løsning
Kilde: Hackhadet.dk



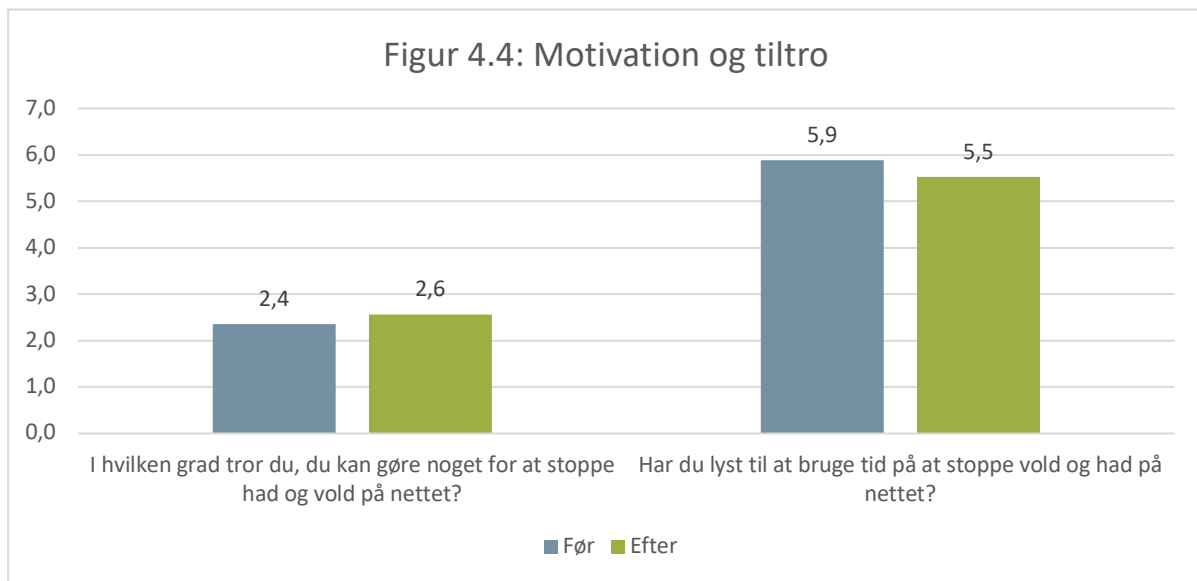
Figur 4.3: I hvilken grad har du fået noget ud af at deltage i #hackhadet?



4.4 DELTAGERNES TILTRO TIL AT KUNNE FORHINDRE HAD ONLINE ER UÆNDRET

Initiativet skal være til at give de unge lyst til at arbejde for at modgå had og vold på nettet.

I før- og eftermålingen har deltagerne svaret på to spørgsmål, der indfanger deres engagement ift. at modgå had og vold. I figur 4.4 herunder fremgår det, at deltagerne har forholdsvis lav tiltro til, at de kan ændre noget, men i forholdsvis høj grad har lyst til at bruge tid på at stoppe had og vold på nettet.



Der er sket en lille stigning i de unges tiltro til, at de kan være med til at modgå had og vold på nettet. Det er værd at bemærke, at deltagerne ved både før- og eftermålingen har forholdsvis lille tiltro til, at de kan ændre noget. I interview med de unge giver de unge udtryk for, at de ofte støder på had på nettet, men selv har en god adfærd på nettet. Det kan forklare, hvorfor de unge ikke forventer at kunne gøre noget for at stoppe en dårlig kultur blandt andre.

Nej [vi vil ikke ændre noget], vi opfører os i forvejen godt. Jeg bliver tilføjet til forskellige grupper, hvor der bliver talt meget grimt, det er andre der tilføjer mig. Vi skriver ikke noget grimt selv, men siger heller ikke fra. Så ville vi selv blive dynget til med hate. (Deltager i hackathon)

Figur 4.4 viser også, at de unge både før og efter har lyst til at bruge tid på at stoppe had og vold på nettet. Der sker dog et fald i de unges lyst fra før- til eftermålingen. Evaluator formoder, at det skyldes, at spørgsmålet nok er blevet taget meget bogstaveligt, så de unge har svaret, om de havde lyst til at bruge tid ved selve det hackathon de deltog i.

Observationer bekræfter, at de unge er gået engagerede til opgaven og har lagt tid og ressourcer i det til selve hackadet-arrangementet.

4.5 UDVIKLING OG SPREDNING AF VIDEOER

Som tidligere nævnt er der udviklet et væld af idéer til digitale løsninger, som kan modgå had og vold. Af disse løsninger er det dog forholdsvis få, der er blevet spredt under hashtagget #hackhadet.

De 96 bud på onlineløsninger, som er udviklet under de 11 afholdte hackathons, er alle lagt op på hackhadet.dk. Heraf er der uploadet 26 løsninger/videoer til hackhadets facebookgruppe¹ og en enkel video til Youtube. Der er ikke uploadet indhold fra deltagere på Twitter, men ét billede til Instagram.

Løsningerne omhandler en bred vifte af emner, der alle i en eller anden grad hænger sammen med had og vold på nettet. Nogle løsninger omhandler det direkte, mens andre tager en mere bred tilgang til at skabe modsvar til online had.

Som det kan ses i tabellen herunder, er der sket en ret begrænset udbredelse af onlineløsningerne. Den video, der er nået længst ud, er blevet vist 496 gange, og størstedelen har under 100 visninger. Facebooksiden har pr. 22. marts 2015 205 følgere og 192 personer synes godt om den. Dette har formentlig noget at gøre med, at primærmålgruppen ikke umiddelbart har været engagerede i selv at udbrede deres onlineløsninger, og derfor er den primære kommunikation om og udbredelse af løsningerne foregået gennem kampagnens platforme og hashtagget #hackhadet; som der i øvrigt formentlig ikke har været et bredt kendskab til grundet kampagnens korte levetid.

¹ <https://www.facebook.com/hackhadet/videos/>

Tabel 4.1: Tabel over videoer og visninger

Tabel over videoer og antal visninger		
Videoer	Visninger	Tema
Guldpigerne – hun er ked af det	496 (Youtube)	Tonen på nettet
Stop hævnporno	337	Hævnporno
Hjerteinstallation	296	Online trivsel
How-to-facebook	291	Tonen på nettet / digital dannelse
Villedusagedettilmitsigt	183	Tonen på nettet
Et billede siger mere end 1000 ord	172	Hadfulde budskaber
Fuck had med kærlighed	134	Hadfulde budskaber
HIP	123	Positive budskaber
Homoseksualitet er normalt	101	Anti-diskrimination
#Spreadlovenotnudes	89	Hævnporno
Skal vi lave en porno	74	Hævnporno
Stop online had mod folk med anden etnisk baggrund og minoriteter	69	Anti-diskrimination
Stop vold og had mod politiet	65	Anti-vold og hadfulde budskaber
Don't hate	65	Hadfulde budskaber
Homoseksuelle	61	Anti-diskrimination
Ekstrem hotline	57	Hadfulde budskaber
Kram er vejen frem	51	Anti-diskrimination
It's not a game	50	Tone på nettet
Tænk før du deler	47	Digital dannelse
Positivitetskæden	46	Positive budskaber
Hævnporno	44	Hævnporno
Refleksionspause	37	Tonen på nettet
Tilbage på skolebænken	37	Digital dannelse
Kend Grænsen	33	Racisme
#DDN	32	Hævnporno
Grib bolden	31	Anti-vold kampagne
Respekter hinanden	23	Tonen på nettet

Visningerne er registreret pr. 1. februar 2019

Den sparsomme udbredelse af onlineløsninger fik projektledelsen og leverandøren til at foretage et strategisk sporskifte i de sidste faser af kampagnen. Der blev derfor lagt større vægt på de centrale

elementer i kampagnen, herunder facebookside, hjemmeside, videoer, brug af influencers mv. For at nå bredere ud er der for eksempel blevet udviklet en professionelt produceret film med cirka 63.000 visninger i forbindelse med en opfølgende kampagne til #Hackhadet om nethaderen Hjalte. En figur der blev brugt under den oprindelige #Hackhadet-kampagne i en række små film herunder under Awardshowet. Filmene er nået bredt ud og er blevet vist henholdsvis cirka 500, cirka 5.200 og cirka 11.000 gange. Filmene har også bidraget til at skabe trafik på #hackhadets hjemme- og facebookside. Den øgede trafik fremgår af tabellen herunder der viser antallet af besøgende på hackhadet.dk. Tabellen viser en kraftig stigning i antallet af besøgende i maj, hvor Awardshowet blev afholdt samt i november og december, hvor opfølgingsfilmen om nethaderen Hjalte blev lanceret. Alle filmene er produceret af Hippo Productions, som også bidrog til afholdelsen af det nationale event og awardshow på Bremen Teater.

Tabel 4.2: Antal besøgende på hackhadet.dk

Måned	Antal besøgende på hackhadet.dk
januar 2018	181
februar 2018	195
marts 2018	191
april 2018	134
maj 2018	564
juni 2018	170
juli 2018	65
august 2018	87
september 2018	90
oktober 2018	62
november 2018	133
december 2018	146
januar 2019	89
februar 2019	63

4.6 OPSUMMERENDE

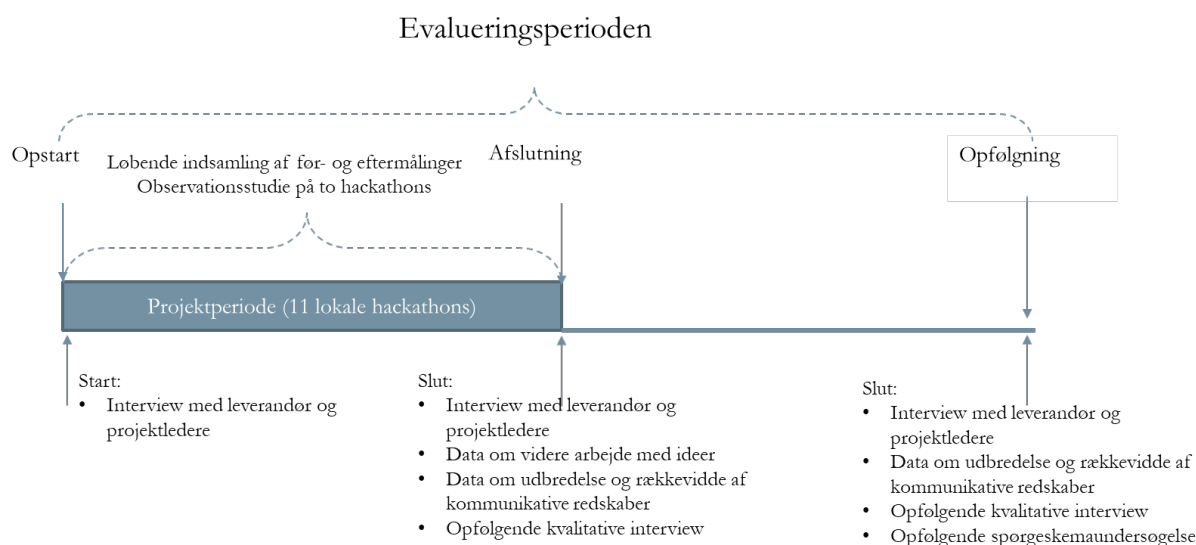
Analyserne i de ovenstående afsnit viser, at de unge deltagere i hackhadet har opnået ny viden, kompetencer og konkrete redskaber til at udvikle digitale løsninger. Deltagerne har også udviklet digitale løsninger. Nogle af deltagerne er nået i mål med en helt færdig digital løsning, mens andre har udviklet en prototype til en digital løsning. Et eksempel på en prototype er en skitse til et onlinespil om at sprede hhv. gode og dårlige budskaber.

Fælles for deltageres onlineløsninger og prototyper på onlineløsninger er, at de alle er delt og lagt ud via #hackhadets kampagneplatforme, hhv. hjemmesiden og Facebooksiden. Det er derfor primært gennem disse kanaler, løsningerne er blevet udbredt, og jf. tabel 4.1 om antal visninger af løsningerne/videoerne, er udbredelsen af løsningerne formentlig relativt begrænset. Det vurderes, at der er sket en begrænset udbredelse af de digitale løsninger gennem deltagerne selv.

5. Metode og datagrundlag

I dette kapitel beskrives de metoder og det datagrundlag, som danner baggrunden for nærværende evaluering. Data er indsamlet fra projektperiodens start til tiden efter endt projektperiode januar 2018 til januar 2019. Evalueringens faser er illustreret i nedenstående procesfigur.

Følgende figur viser evalueringsprocessen samt metode og datagrundlag.



Hovedfokus i evalueringen er på deltagernes udbytte af hackathons, herunder deres vurdering af hackathon som metode til at idéudvikle og arbejde med svære emner. Deltagernes vurdering undersøges både i dybden og bredden. Samtidig vurderes udbredelsen af de udviklede kommunikative løsninger. Dette gøres gennem data fra følgende datakilder:

- Før- og eftermåling, suppleret med ekstra spørgsmål om tilfredshed og udbytte ifm. eftermålingen
- Observationsstudier og interview ifm. to lokale hackathons
- Casestudie på nationalt event
- Data om, hvor mange deltagere, der arbejder videre med deres ideer efter de lokale hackathons
- Data om udbredelsen og rækkevidden af de udviklede kommunikative redskaber
- Opfølgende spørgeskemaundersøgelse om brug af erfaringer efterfølgende

Før- og eftermåling afdækker deltagernes umiddelbare udbytte af at deltage i hackathons i bredden gennem spørgsmål som f.eks. afdækker deltagernes viden om digital markedsføring, viden om forebyggelse af had og vold, viden om hvordan ekstremistiske grupper agerer online mv.

Før- og eftermålingen er udviklet i samarbejde med SUS og Implement for at sikre, at spørgsmålene dækker indholdet i undervisningen og samtidig ikke primer deltagerne u hensigtsmæssigt. Det er blevet anvendt som en integreret del af undervisningen ved hjælp af webværktøjet mentimeter. Målingerne er foretaget som første og sidste programpunkt i de afholdte hackathons. Deltagerne har besvaret spørgsmål på deres telefon, som er gået direkte ind i en databank og blevet vist anonymt på storskærm til deltagerne. Der er i alt kommet 336 svar på formålingen og 292 svar på eftermålingen.

Observationsstudier er anvendt til at undersøge deltageres tilfredshed og udbytte af hackathons i dybden, og kombineres med at gennemføre mini-interview med deltagerne. Observationsstudier giver os som evaluator en meget nær forståelse for indsatsens kerneelement, og en mulighed for at afdække dynamikker og kontekstfaktorer, som det ikke er muligt at afdække gennem spørgeskemaer og interview. Der gennemføres observationsstudier af to lokale hackathons, en halv dag (6 timer) hvert sted, således at hele forløbet samlet set observeres. Observationerne er foretaget på Rysensteen Gymnasium og på Uldum højskole.

Data om deltageres videre arbejde med idéer er indsamlet på hackhadet.dk og hackhadets facebookside. Der er endvidere gennemført interview med projektlederen fra leverandøren.

Data om udbredelse og rækkevidde af kommunikative redskaber er indsamlet på facebook, twitter, instagram og youtube under hashtagget #hackhadet. Det anvendes som indikator på indsatsens virkning ift. at nå slutbrugergruppen.

Casestudie ved nationalt event. Det nationale event i maj 2018 anvendes til at få ekspertpanelets vurdering af de unges onlineløsninger. Ekspertpanelet bestod af medarbejdere fra det Nationale Center for Forebyggelse af Ekstremisme, Medierådet for Børn og Unge samt youtuber Rasmus Kolbe kendt under navnet Lakserytteren. Herudover gennemføres en række in situ interview med deltagere om deres deltagelse i Hackathons og deres motivation for at arbejde videre med deres løsninger.

Opfølgende spørgeskemaundersøgelse er udsendt i januar 2019 til deltagerne i awardshowet på Bremen i maj. Spørgeskemaet indeholder nogle få spørgsmål om deltageres udbytte af at deltage i et hackhadet hackathon. Der er desværre kun indsamlet 25 svar, hvoraf kun 5 har deltaget i et hackathon. Resultaterne kan derfor ikke bruges til at give et reelt billede af, hvor mange der har arbejdet videre med deres løsninger. Deltagerne til spørgeskemaundersøgelsen blev rekrutteret gennem deres tilmelding til det nationale event i maj 2018.

Endeligt gennemføres der **kvalitative interview med hhv. leverandør og projektledere i SIRI** ved indsatsens opstart, samt ifm. det særskilte evalueringsnotat. Fokus i interviewene var ved opstarten på forventninger og formål, og ved afslutningen på erfaringer, læringspunkter og resultater. Der gennemføres også interview i forbindelse med den afsluttende evalueringsrapport i 2020, hvor fokus i interviewene vil være på yderligere læringspunkter og indsigter opnået i den mellemliggende periode.

**DANMARK**

Oxford Research A/S
Falkoner Allé 20
2000 Frederiksberg
Danmark
Tel: (+45) 3369 1369
office@oxfordresearch.dk

NORGE

Oxford Research AS
Østre Strandgate 1
4610 Kristiansand
Norge
Tel: (+47) 4000 5793
post@oxford.no

SVERIGE

Oxford Research AB
Norrländsgatan 11
103 93 Stockholm
Sverige
Tel: (+46) 08 240 700
office@oxfordresearch.se

FINLAND

Oxford Research Oy
Fredrikinkatu 61a
00100 Helsinki
Finland
www.oxfordresearch.fi
office@oxfordresearch.fi

BRUXELLES

Oxford Research
C/o ENSR
5. Rue Archimède
Box 4, 1000 Brussels
www.oxfordresearch.eu
office@oxfordresearch.eu

LATVIJA

Baltijas Konsultācijas, SIA
Vīlandes iela 6-1
LV-1010, Rīga, Latvija
Tel.: (+371) 67338804
info@balticconsulting.com
www.balticconsulting.com