

”Sagde jeg ikke, at du skulle komme i lårkort?”

Et studie af italesættelsen af seksuelle krænkelser i kampagner og blandt HK Privats medlemmer.



Nadia Schilling Nielsen

10. Semester, 2019

Aalborg Universitet

Vejleder: Stine Thidemann Faber

Anslag: 162.009

Abstract

Ever since Alyssa Milano first tweeted about MeToo a year and a half ago, it have become a movement that have spread all over the world and while many joined the course, it also played a part in motivating a lot of people in creating their own campaigns with a slightly different focus. In Denmark the movement got a mixed reception as some people feared it would limit the way we interacted. But it also brought back a new focus on sexual harassment in the workplace. I have examined four different Danish campaigns that tries to bring awareness about sexual workplace harassment, how they represent the problem and what that means.

The thesis is based on virtual ethnography, where I have collected data from the four campaigns Facebook sites and websites. In addition, I got granted access to HK Privats own survey data, in which I have picked out two questions about the members experiences with sexual harassment to try and uncover how they describe their experiences. Through a poststructuralist approach, I seek to understand the way the campaigns and the members understand the concept and how they describe it. I have used Carol Bacchis WPR-approach to understand the discourse and what the representation tells us about the understanding of the problem.

I have used theory from Butler to understand how and why men and women describe their experiences certain ways. What is the difference between the genders since they don't react the same way to the problem? I have looked at Butlers theory about gender performance to understand this. I have also used new social movement theory to try and understand the choices made in the campaign and since they arose from MeToo, I wanted to see how close to a social movement they have become.

The study finds that there aren't equal coverage of men and women's experience with sexual harassment, as it is mainly described as a problem, women have to deal with. And it appears that men are the issue as they are the ones doing the harassment. Through the new social movement theory, we see that the campaigns hardly can be thought of as social movements as they have clear troubles in unifying people to the course. The members of HK Privat found it rather difficult to describe where the line goes for inappropriate behaviour in the workplace. While it is mentioned that racism, sexual harassment or bullying aren't appropriate, al lot of people found it difficult to

clarify exactly when it becomes inappropriate instead of workplace banter. It very much depends on the relation to the person who does something, the context or situation it happens in and the overall use of tone. Through the members stories it also became clear that quite a few people don't take sexual harassment very seriously and thinks people/women need to learn to speak up if their boundaries are crossed. Through their descriptions evidence is shown of women are being reduced to their bodies. Women describes how working in a male dominated workplace makes them unable to avoid an uncomfortable tone. Through Butler we learn that this behaviour is rooted in men proving their masculinity, and in a society where we, for a long time, have accepted these aspects of how men and women does their gender.

Indholdsfortegnelse

Abstract.....	1
1. Indledning	5
1.1 #MeToo bevægelsen.....	5
1.2 #MeToo i en dansk kontekst.....	6
1.3 Digital køns aktivisme	8
1.4 Seksuelle krænkelse på arbejdsmarkedet	10
1.5 HK's fokus på seksuelle krænkelse	11
1.6 Problemformulering	12
1.7 Design figur	13
2. Eksisterende forskning	14
2.1 Forskning om seksuelle krænkelse.....	14
2.2 Forskning om køn på arbejdspladsen	16
2.3 Forskning om digital aktivisme	18
3. Teoretiske perspektiver	22
3.1 At performe sit køn:	22
3.2 New social movement theory:.....	25
4. Videnskabsteori	27
4.1 Poststrukturalisme	27
5. Metode.....	30
5.1 Case design	30
5.2 Metodekombination	33
5.3 Virtuel etnografi	34
Dataindsamling	36
Kampagne beskrivelser.....	36
5.4 Datasæt.....	38
Analysestrategi del 1.....	39
5.5 WPR-tilgangen	40
Analysestrategi del 2.....	42
6. Analyse	43
6.1 Mediernes beskrivelser af kampagnerne:	43
Uden tavshedspligt:	43
Notonthemenu:	45
MeToo-mosaik:	46
Ikkehosos:.....	47

6.2 Seksuelle krænkelser italesættes i kampagnerne:	48
Uden tavshedspligt:	48
Notonthemenu:	52
MeToo-mosaik:	54
Ikkehosos:.....	57
Delkonklusion:	62
6.3 HK Privat medlemmernes italesættelser:	63
Hvor går grænsen på arbejdspladsen?	63
Omgangstonen	65
Udseende	66
Seksuelle tilbud	68
Krænkelser af fysisk karakter	69
7. Diskussion og konklusion	71
7.1 Diskussion	72
7.2 Konklusion	73
7.3 Fremtidig forskning	74
8. Litteratur.....	76
9. Bilag.....	82

1. Indledning

En ung kvinde sidder krøllet sammen på sofaen. Hun er netop kommet hjem fra sit arbejde, men hvor de normalt har en god stemning på arbejdspladsen, havde dagen taget en ubehagelig drejning. Mens hun havde været alene til møde med chefen, var han begyndt at tage på sig selv og havde aet hende på maven. Hun havde ikke sagt fra. Hun var bange for hvilke konsekvenser det kunne have at sige fra over for direktøren. Men nu kan hun alligevel ikke rigtig ryste oplevelsen af sig. Da hun senere sidder og kigger på Twitter, kommer hun forbi en historie der ligner hendes egen. Hun klikker på hashtagget og snart går det op for hende, at hun ikke er alene med sin oplevelse. Der er en hel verden af mennesker online som deler deres oplevelser og som advokerer for at sexismen stadig er et samfundsproblem, der ikke er blevet løst. (Delvis fiktiv historie baseret på fortælling fra medlem af HK).

1.1 #MeToo bevægelsen

Ligestillingen mellem kønnene har historisk set været under stor udvikling, men alligevel er det stadig nemt at finde eksempler på sexismen i vores samfund. Selv i vestlige lande, som ellers bryster sig af at have opnået ligestilling, oplever man at der bl.a. mellem kønnene er lønforskelle, forskel på reproduktive rettigheder eller blot forskel i måden medier omtaler mænd og kvinder (Larsen og Larsen 2018; Mac og Michaelsen 2012). Særligt det aspekt af sexismen, at kvinder i langt højere grad er i risiko for at opleve seksuelle overgreb, har formet debatten det seneste år. Men allerede tilbage i 2006 besluttede den amerikanske borgerrettighedsaktivist Tarana Burke sig for at gøre noget ved den seksuelle vold, som hun så i samfundet omkring sig og hun lagde derfor en plan for, hvordan hun kunne skabe opmærksomhed på problemet; et projekt hun kaldte "Me Too" (Wakefield 2018). Hendes ide tog først for alvor fart i oktober 2017, da skuespilleren Alyssa Milano i en tweet opfordrede alle, der havde oplevet at blive seksuelt krænket eller havde oplevet seksuelle overgreb, til at svare med "Me Too" (Milano 2017). Hendes tweet kom kort tid efter, at de første anklager om Harvey Weinsteins overgreb på kvinder i filmbranchen var blevet offentliggjort (Melander og Dengsøe 2018). Et tweet på det rette tidspunkt og en bevægelse var født.

Bevægelsen havde sit udspring i Amerika, men den har sidenhen synliggjort at problemet med seksuelle krænkelser på ingen måde er et fænomen der kan isoleres til USA. Hashtagget spredte sig lynhurtigt og særligt kvinder over hele verden brugte #MeToo til at dele deres historier og oplevelser med seksuelle overgreb. I perioden mellem 1. oktober 2017 til 30. september 2018 har der, ifølge Infomedia, alene på Twitter være over 19,3 millioner omtaler af #MeToo på verdensplan og heraf 34.800 omtaler i Danmark (ibid.). Bevægelsen har ønsket at bevise, at de seksuelle overgreb ikke er “undtagelsen der bekræfter reglen”, men at der forefindes et reelt strukturelt problem i vores samfund, som tillader denne adfærd at finde sted. Den har ligeledes vist, at de seksuelle krænkelser går på tværs af brancher og både finder sted i det offentlige og det private liv. Med andre ord går krænkelserne på tværs af arenaer og der er intet sted, hvor man kan være i sikkerhed for potentiel chikane.

1.2 #MeToo i en dansk kontekst

MeToo bevægelsen er nået langt omkring og har berørt mange mennesker, men ikke alle mener at bevægelsen bringer noget positivt med sig. Dette kommer særligt til syne, hvis man besøger sociale medier som Facebook eller Twitter, men også kommentarsporet på mediedækningen om bevægelsen afslører disse holdninger. Men denne tendens kan også være påvirket af mediernes dækning af bevægelsen. Lektor, Camilla M. Reestorff, har i den forbindelse kortlagt de 9 største danske mediers dækning af #MeToo (Reestorff 2019). Ud af de 371 opdateringer hun har undersøgt, der fandt hun bl.a. at det i høj grad bliver omtalt som noget der hører Hollywood til, og hun fandt ligeledes en skævvridning, hvor der det for 7 ud af 9 af medierne var over halvdelen af deres artikler som havde en negativ vinkel på #MeToo (ibid.). Bevægelsen der skulle synliggøre kvinders oplevelser med krænkelser, bliver omtalt som “heksejagt”, “ekstrem blodrus” og “patetisk krænkelsekultur” (ibid.). Kvinderne beskyldes for at ville have opmærksomhed og at de klynker. Der bliver argumenteret for, at kvindernes historier ikke kan tages seriøst, fordi de først er stået frem år efter, eller fordi de ikke har beviser.

Mediernes dækning af #MeToo kan måske også forklare danskernes opfattelse af bevægelsen. Hvor mange kvinder har fået en platform at dele deres oplevelser på, er

særligt mænd skeptiske over for bevægelsens påvirkning på kønnenes sociale omgang med hinanden. Herhjemme har TV2 i forbindelse med årsdagen for #MeToo lavet en undersøgelse sammen med Megafon, der afslørede at hver fjerde dansker mener, at bevægelsen har haft en negativ indflydelse på, hvordan vi behandler hinanden (Christensen 2018). Det, at 3 ud af de 4 der er negativt stemte er mænd, grunder, ifølge køn og ligestillingsforsker Bjarke Oxlund, i at det ikke er sjovt at få frataget sig rettigheder (ibid.). Bevægelsen sætter fokus på alt fra klap i numsen til deciderede overfald. Den lægger vægt på, at det er offeret som sætter grænsen for hvornår det er krænkende, og det er derfor ikke længere mændene som alene kan bestemme, hvor grænsen går mellem “for sjov” og upassende adfærd (ibid.). Internettet har de sidste 30 år forandret måden hvorpå mennesker er sammen, og den har derfor også kunne ændre på måden man debatterer og udfører aktivisme på. Denne nye måde at udføre aktivisme, kan måske også påvirke vores holdninger til emner der diskuteres. For hvordan er spillereglerne på nettet? Hvad ligger til grund for om man kan være med i debatten? Og er man nogensinde færdig med at diskutere noget som er forevigt på internettet?

For danskerne er #MeToo langt fra det første gang vi diskuterer hvor grænserne går, når det gælder køn og seksualitet. Historisk har kvinder altid haft ringere forhold end mænd for eksempel manglende stemmeret og fraværet af uddannelse, men ifølge museumsdirektør Cecilie Bønnelycke, så er det i 1880’erne at man i Danmark første gang oplever, at seksualmoralen bliver taget op til offentlig debat i den såkaldte Sædelighedsfejde, hvor man diskuterede mænd og kvinders ulige forhold til seksuallivet (Bønnelycke 2018). Hun fremhæver ligeledes 1960’erne og 1970’erne som en periode i danskernes historie, hvor der skete særligt store ryk i, hvordan vi opfatter seksualiteten og kønnet; den seksuelle frigørelse havde sin storhedstid (ibid.). Bønnelycke argumenterer for, at selvom #MeToo bevægelsen ser anderledes ud end de debatter som foregik for over 100 år siden, så er det fortsat seksualmoralen som er på spil (ibid.). Det handler stadig om køn, ligestilling, seksualitet og hvad man kan tillade sig i den forbindelse (ibid.).

1.3 Digital køns aktivisme

Digital aktivisme, internet aktivisme, hashtag aktivisme - kært barn har mange navne. Fælles dækker de over den udvikling der er opstået, så aktivisme ikke længere kun foregår på gader og stræder, men kan ske hjemme fra sofaen med en computer på skødet. Forskellen i betegnelserne kan dog ligge i hvor afgrænsningen går. Hashtag aktivisme er en mindre del, som hører ind under de andre. Det er aktivisme som bruger hashtags til at kæmpe for en sag eller rejse debat om et problem via sociale medier (Xiong et al. 2018: 2). MeToo som bevægelse har haft kæmpe bevågenhed det seneste års tid. Men det er langt fra første gang at aktivisme er gået på de sociale medier for at sprede deres budskab. Særligt har den sociale medieplatform Twitter været hjemsted for mange bevægelser. Over den sidste håndfuld år har Twitter, foruden #MeToo, blandt andet fostret #WhyIStayed, #YesAllWomen, #BlackLivesMatter, #JeSuisCharlie, #RapeCultureIsWhen og #LoveWins (Hitchings-Hales og Calderwood 2017; Blay 2016). Fokuset har været rettet mod alt fra terrorramte til homoseksuelle ægteskaber i USA. Bevægelserne spreder sig på tværs af de sociale medier og er ikke afgrænset til et bestemt medie. Hvor der ikke er nogen tvivl om, at de nævnte hashtags fik meget omtale og problemerne de adresserede blev belyst på en ny måde, så er det ikke altid lige nemt at afgøre virkningen af en hashtagbevægelse. Undersøgelsen "Hashtag activism and message frames among social movement organizations" viser, at der er to dominerende synspunkter omkring effekten af hashtag aktivisme (Xiong et al. 2018). På den ene side er der dem som mener, at effekten ikke rækker længere end til at skabe debat, sammenhold og sprede viden om et emne (Xiong et al. 2018: 3). Modsat er der også nogle som mener, at det kan påvirke demokratiet og politiske beslutninger, og derigennem skabe social forandring (ibid.). I undersøgelsen afdækkede de ligeledes, at hashtag aktivisme ikke kun er med til at sprede viden, men at den kan bruges til at mobilisere bevægelsen ved bl.a. at promovere events, og opfordre til handling (Xiong et al. 2018: 11). De argumenterer for, at det er en deltagende aktivisme form, idet de sociale medier lægger op til at offentligheden deltager (ibid.).

Journalist Symon Hill har i sin bog "Digital revolutions: Activism in the internet age" argumenteret for, at selvom en bevægelse kan nå mange mennesker på internettet, så vil den for alvor kunne slå igennem, hvis den bliver taget op i de mainstreammedier

(2013: 53). Men at det på den anden side, kan være næsten umuligt for de mainstreammedier at ignorere en bevægelse, der har vokset sig stor på internettet. Han mener ligeledes, at det hierarki som har befundet sig mellem mainstream media og den almene befolkning bliver mindre stringent med de sociale medier, da de giver en stemme til befolkningen (ibid.). Der kan opstå horisontale netværk som, uden en egentlig lede, kan sprede bevægelsen. Hill argumenterer ligeledes for at en social bevægelse, hvis taktik/udførelse er nem at genanvende, har bedre chance for at sprede sig (2013: 55). Med bevægelser som vokser ud af de sociale medier, bliver det næsten ikke nemmere; alt man skal gøre, er at dele sin historie under et hashtag.

Hashtag aktivisme kan dække over mange emner, hvor MeToo falder ind under det der også kaldes hashtag feminisme. Professor Janet Lee argumenterer for at hashtag feminismen giver kvinder mulighed for at genfortælle deres liv. Når de oprindeligt fortæller deres historier i et mandsdomineret samfund, bliver de overhørt, men online kan den få nyt liv (Dixon 2014: 36). I hendes undersøgelse "Feminist online identity: Analyzing the presence of hashtag feminism" påpeger lektor Kitsy Dixon, at feminismen på de sociale medier skaber et sammenhold, det skaber en identitetsmarkør for den enkelte, man kan være sammen om at belyse de problemer man ser i samfundet (Dixon 2014: 37). Men samtidig ligger der også et element af loyalitet og anerkendelse på de sociale medier (ibid.). Budskaber bliver kun spredt gennem likes og retweets, så man bliver afhængig af bekræftelsen fra andre, for at få det optimale ud af mediet. Hashtag feminismen fungerer langt hen ad vejen ligesom den oprindelige feminisme, når den arbejder for lighed mellem kønnene. Den største fordel er også den største udfordring, når det gælder at skabe et feministisk fællesskab online, netop det at alle har adgang til at deltage i debatten og at man derfor i højere grad kan blive udsat for at folk blander sig, som kun er interesseret i at provokere (Dixon 2014: 38). Dette afsnit danner grundlag for den første del af specialet, som vil fokusere på hvilken form den digitale kønsaktivisme har fået i Danmark. MeToo har skabt ringe i vandet, men hvordan har forskellige brancher samlet stafetten op? Hvordan har man fået sit budskab ud? Hvordan fungerer den digitale aktivisme i praksis herhjemme?

1.4 Seksuelle krænkelser på arbejdsmarkedet

Selvom vi i over 100 år har debatteret seksualmoral, så har #MeToo pustet nyt liv i debatten. Selvom bevægelsen både taler om privatliv og arbejdslivet, så er det særligt krænkelser der foregår i arbejdsmiljøet, som har fået fornyet fokus i Danmark. En hel række af brancher og fagforeninger har i kølvandet på #MeToo benyttet momentet til at køre deres egne kampagner. 3F lancerede deres kampagne #Notonthemenu for at stoppe chikane mod tjenere (Breum 2017), Meta Film lavede #MeToo film mosaik, hvor skuespiller genfortalte 100 oplevelser med seksuelle krænkelser, læger har indsamlet anonyme historier om seksuelle krænkelser under sloganet #udentavshedspligt (Melanders 2018) og HK har kørt kampagnen #Ikkehosos for at stoppe seksuelle krænkelser blandt deres medlemmer (Hk.dk 2019b). Disse sager er eksempler på reaktioner som er frembragt af #MeToo bevægelsen. Det er ikke kun et tegn på, at der er et problem, men når fagforeninger og virksomheder kigger på deres retningslinjer og gør deres medlemmer/medarbejdere opmærksomme herpå, er det et udtryk for at man er parat på at gøre noget ved problemet. At man måske ikke har været opmærksom på omfanget af problemet, men at man ikke vil finde sig i at det bliver ved. Ligeledes ses der en tendens til at forskellige brancher låner den nye tilgang med den digitale aktivisme, når de promoverer deres kampagner under hashtags.

Problemets omfang med seksuelle krænkelser på arbejdspladsen har professor og lektor Anette Borchorst og Lise Agustín indfanget i deres undersøgelse "Seksuel chikane på arbejdspladsen" fra 2017. Her beskriver de bl.a. at definitionen af seksuel chikane ændrer sig i forskellige undersøgelser, hvilket gør at man har en spredning der viser, at alt mellem 5% og helt op til 20% af danske ansatte oplever seksuel chikane (Borchorst og Agustín 2017: 63). Det er oftere de yngre medarbejdere som er udsatte og særligt kvinderne. NFA's undersøgelse i 2016 viser at 11,1% af kvinder mellem 18-24 år oplever seksuelle chikane mod 3,2% af mændene i samme aldersgruppe (Borchorst og Agustín 2017: 67). Der er også brancher som er mere udsatte end andre. Borchorst og Agustín gennemgår også forskellige fagforeningers undersøgelser om seksuelle krænkelser, hvilket afslører at der kan være forholdsvis store svingninger. Hvor det blandt HK's medlemmer var 10,1% af kvinderne der havde oplevet seksuelle kommentarer (Borchorst og Agustín 2017: 68), så var det mellem 50-60% af kvinderne

inden for forsvaret der havde oplevet enten seksuelle tilråb, seksuelle blikke eller forevisning af pornografisk materiale (Borchorst og Agustín 2017: 71).

Det kan være svært at få et præcist overblik over udbredelsen af seksuelle krænkelser på tværs af forskellige undersøgelser med forskellige definitioner. Mere entydigt er det, når man ser på hvor mange sager der kommer i retten. Her udgør 41% af sagerne små næringsdrivende, hvoraf 2 ud af 3 er butikker og ligeledes ligger kontorer også højt på listen (Borchorst og Agustín 2017: 151). Ligeledes fremhæver Borchorst og Agustín at over halvdelen af de sager, som de har analyseret fra civilretten, er blevet ført af HK (ibid.). De pointerer dog, at det ikke nødvendigvis er den branche der har flest seksuelle krænkelser, blot fordi de fører flest sager (ibid.). Den usikkerhed og skævhed der er at finde imellem tilkendegivelsen af, at have oplevet seksuelle krænkelser og så de sager der bliver ført, afsløre at man må arbejde ud fra en tese om at der foreligger et stort mørketal, når det gælder det egentlige omfang af seksuelle krænkelser. Det er et forsvindende lille antal seksuelle krænkelser sager, som får medhold af retten. Når der er så få som melder det, så forvrider det vores opfattelse af problemets omfang. Derfor er det ligeledes relevant at undersøge hvilken muligheder den digitale aktivisme har skabt, for at belyse emnet. Kan den online debat åbne op for nogle helt nye stemmer, som ellers aldrig var stået frem med deres oplevelse?

1.5 HK's fokus på seksuelle krænkelser

Når HK fører de fleste sager om seksuelle krænkelser, må det ses som et bevis for at fagforeningen har fokus på problematikken og ikke vil finde sig i, at deres medlemmer bliver udsat for sådanne oplevelser på deres arbejdsplads. HK har siden deres stiftelse i 1897 arbejdet for at sikre deres medlemmers vilkår på arbejdsmarkedet (HK.dk 2019a). Efter #MeToo bevægelsen kom på tale over hele verden, reagerede HK ligeledes ved sætte ekstra fokus på problemet. I starten af 2018 lavede de kampagnen #Ikkehosos der indfangede omfanget af seksuelle krænkelser blandt deres medlemmer, de skrev artikler i deres medlemsblade og på hjemmesiden, hvor de gør medlemmerne opmærksomme på deres rettigheder og muligheder for at reagere, hvis nogen krænker dem på arbejdet (hk.dk 2019b). Kampagnen har ligeledes samlet historier om seksuelle krænkelser ind fra medlemmer og de lavede en film kampagne, hvor 8 mandlige formænd fra bl.a. HK, FOA, 3F og DL læste historierne op (ibid.). I

og med at der det sidste års tid har været skærpet fokus på seksuelle krænkelser, har HK Privat også lavet undersøgelser blandt medlemmerne.

Undersøgelsen der blev lavet i samarbejde med Epinion afslørede at knap hver 6. kvindelige medlem var blevet seksuelt chikaneret, mens det er 6% af mændene (HK.dk 2019c). Hele 69% af dem som havde oplevet seksuelle krænkelser oplyste, at de oplevede det gentagende gang fra den samme krænker, og det fordelte sig nogenlunde ligeligt mellem at det var chefen eller kollegaer som stod bag; henholdsvis 43% og 46% (ibid.). Deres undersøgelse viste også at have oplevet seksuel chikane kan have seriøse konsekvenser for ens velbefindende. 26% af medlemmerne havde det psykisk dårligt efterfølgende og hele 12% fandt sig et nyt job (ibid.). Når man ser hvor store konsekvenser det kan have, så er det overraskende at der ikke er flere som reagere på deres oplevelser. Kun 19% er gået til deres chef eller tillidsrepræsentant, mens hele 40% kun sagde indirekte fra ved for eksempel at gå væk (ibid.).

Denne reaktion som HK har vist på MeToo bevægelsen, ved at starte deres egen kampagne, danner baggrund for den anden del af dette speciale. HK har som tidligere nævnt over halvdelen af sagerne om seksuelle krænkelser i civilretten og således ved man, at de både tager problemet seriøst og har erfaring med at reagere på det. Så hvordan beskrives det, når HK Privats medlemmer møder seksuelle krænkelser?

1.6 Problemformulering

Hvordan er seksuelle krænkelser på arbejdspladsen blevet italesat efter MeToo bevægelsen?

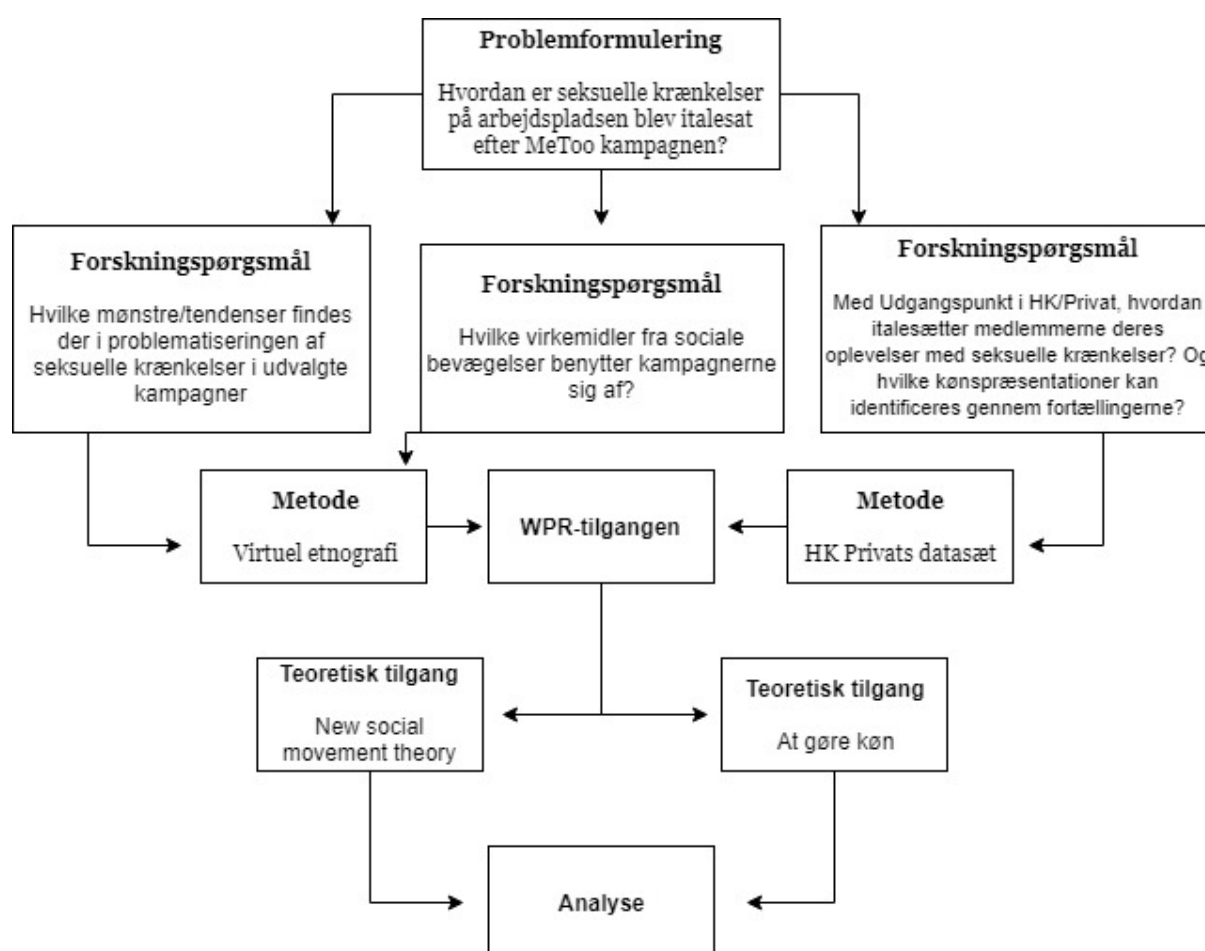
Forskningsspørgsmål:

- Hvilke mønstre/tendenser findes der i problematiseringen af seksuelle krænkelser i udvalgte kampagner?
- Hvilke virkemidler fra sociale bevægelser benytter kampagnerne sig af?
- Med udgangspunkt i HK Privat, hvordan italesætter medlemmerne deres oplevelser med seksuelle krænkelser? Og hvilke kønspræsentationer kan identificeres gennem fortællingerne?

Begrebsafklaring:

I dette speciale vil der blive snakket om seksuelle krænkelser på arbejdsmarkedet. Med seksuelle krænkelser menes alt uønsket seksuel opmærksomhed, hvor end det er af en verbal eller fysisk karakter. En krænkelse er en subjektiv opfattelse, hvorfor to individer kan have forskellige holdninger til samme handling. Jeg har ingen interesse i at gøre mig til dommer over, om der er krænkelser som er værre end andre eller hvor grænsen går. Derfor har jeg ikke sat yderligere begrænsning for hvad en seksuel krænkelse kan være, andet end at den skal være seksuel af karakter og have været opfattet som uønsket/ubehagelig for individet der oplevede det.

1.7 Design figur



Figur 1

Den ovenstående figur skal tydeliggøre opbygningen af specialet. Specialet består af to dele; en del der fokuserer på kampagner og en der fokuserer på medlemmernes fortællinger. Det blev tydeligt under projektet, at der ikke var lige så meget vægt i alle kampagnerne, som jeg havde forventet. Ligeledes var HK Privats medlemmernes

historier ikke særligt uddybede. Hvorfor det blev nødvendigt at kombinere de to elementer. Derfor er der også flere metoder i brug til at belyse problemformuleringen og de uddybende forskningsspørgsmål. De to første forskningsspørgsmål som omhandler problematiseringen af seksuelle krænkelser i kampagnerne og virkemidlerne fra de sociale medier bliver indsamlet gennem virtuel etnografi, hvorefter den bliver belyst gennem Bacchis "What's the problem represented to be?" tilgang. Bacchis tilgang bliver ligeledes brugt til at vise mønstre i HK Privat medlemmernes italesættelser af seksuelle krænkelser og kønsrepræsentationer. Medlemmernes fortællinger stammer fra det datasæt som HK Privat har fået udarbejdet. Gennem disse metoder fremkommer således nogle tendenser som er blevet belyst gennem teorier omkring kønsperformativitet og sociale bevægelser. New social movement teorien skal forklare kampagnernes problematiseringer og hvilket træk fra sociale bevægelser de har gjort brug af til at sprede deres budskab. Judith Butlers teori om køn og sprog skal forklare os noget om måder hvorpå kønsfremstillingen kommer til syne i medlemmernes italesættelser.

2. Eksisterende forskning

Sociale bevægelser er ikke et nyt forskningsemne, men internettet og sociale mediers fremgang har skabt et nyt element til denne forskning, som undersøger hvordan sociale bevægelser kan bruge sociale medier til at sprede deres budskab og hvilke rammer det kan skabe for feminismen. Den følgende litteratur gennemgang er langt fra en udtømmende fremstilling af forskningsfeltet, men en gennemgang af syv relevante undersøgelser, som kan belyse de væsentligste resultater indenfor forskningen af seksuel chikane, MeToo og digital aktivisme. Dette speciale vil på baggrund heraf kunne skrive sig ind i feltet, når det undersøger effekten af MeToo i en dansk kontekst og hvordan man italesætter problematikken omkring seksuelle krænkelser.

2.1 Forskning om seksuelle krænkelser

Blandt den nyeste forskning om seksuelle krænkelser i dansk kontekst finder man bogen "Mænd der krænker kvinder" af lektor Kenneth Reinicke, som er et studie i hvilke mænd der begår seksuelle krænkelser, hvorfor de gør det og hvordan man kommer det til livs. I det danske samfund er der en stor ubalance mellem kønnene,

når det gælder hvem der bliver udsat for seksuel chikane og hvem der udøver denne chikane. Om end ikke altid, er det oftest kvinder der bliver chikaneret af mænd og bogen diskutere derfor bl.a. maskulinitet og hvorfor problemet er svært at komme til livs (Reinicke 2018).

I bogen anvender Reinicke empiri fra den danske afdeling af hjemmesiden The Everyday Sexism Project. En hjemmeside der er skabt for at kvinder kan dele deres oplevelser med seksuel chikane. Til analysen har han hovedsageligt hentet og analyseret fortællinger fra 2015 og 2016. Disse fortællinger bruges til at understøtte hans teoretiske argumenter for, at der er forskel på hvordan den primære diskurs om seksuelle krænkelser italesætter problemet og hvordan ofrene for seksuel chikane fremlægger deres oplevelser på hjemmesiden (Reinicke 2018: 22).

Reinicke konkluderer at der er tre kategorier af mænd som krænker. De hardcore, opportunisten og den ubevidste (2018: 88-89); dem som aktivt opsøger situationer hvor de har mulighed for at krænke, dem der ikke opsøger det, men udnytter muligheden hvis den opstår og dem som ikke er klar over at de har overskredet en grænse. Han argumenterer for at mænd bl.a. krænker, fordi de ikke er blevet socialiseret til at tale om deres følelsesliv og at der i stedet er opstået en drengerøvskultur, hvor det handler om at vinde sin maskulinitet; man skal bevise at man er en mand overfor andre mænd (Reinicke 2018: 117). Mandens kamp for at bevise sin maskulinitet kan få ubehagelige konsekvenser for kvinder (ibid.). Reinicke konkludere ligeledes at der findes en rodfæstet accept af seksuel chikane i vores samfund, at der er mænd som føler sig berettigede til at begå seksuelle krænkelser, at der er behov for et fælles sprog mellem mænd og kvinder som kan tydeliggøre grænserne, at mænd er nødt til at komme mere ind i ligestillingsdebatten og være en del af løsningen (2018: 157-182).

Hvor Reinicke har fokuseret på mændenes rolle i seksuelle krænkelser, har professor Anette Borchorst og lektor Lise Rolandsen Agustín i 2017 skrevet bogen "Seksuel chikane på arbejdspladsen", der har et retsligt perspektiv. Undersøgelsen belyser hvordan man i Danmark har håndteret seksuelle krænkelser siden 1980'erne og hvordan håndteringen har udviklet sig både lovmæssigt og politisk, herunder også hvilke udfordringer der kan være for at håndtere seksuelle krænkelser på

arbejdsmarkedet (Borchorst og Agustín 2017: 12). De har brugt en række forskellige data til at belyse emnet med, bl.a. sager fra retten, ekspertinterviews, politiske- og offentlige debatter etc. (Borchorst og Agustín 2017: 16-20). De gennemgår bl.a. sexchikanepolitik, forebyggelse og omfang. Ligesom Reinicke finder de at kvinder er langt mere udsat for seksuelle krænkelser end mænd, men de fokuserer på hvilken betydning retten tillægger seksuel chikane i dens afgørelser (Borchorst og Agustín 2017: 41). Det kan være meget svært at definere seksuel chikane, da det også handler om personlige grænser. Man kan diskutere om der skal være et magtforhold og hvor ofte det er sket, ligeledes opdeler Sexual Experiences Questionnaire kønskrænkende adfærd i tre kategorier; Kønschikane, uønsket seksuel opmærksomhed og seksuel tvang (Borchorst og Agustín 2017: 64). Borchorst og Agustín konkludere at det oftest er unge kvinder som bliver ofre for seksuel chikane (hver 10. mellem 18-29 år), og at selvom der siden 80'erne har været 60% af sagsanlæggene som har fået medhold i civilretten, så har der siden 90'erne været et fald i hvor mange sager der når retten (2018: 92). For at få medhold i retten finder Borchorst og Agustín, at der bliver lagt vægt på hvorvidt sagsøger har sagt tydeligt fra over for den krænkende adfærd, at sagsøgers vidneforklaring fremstår sammenhængende og troværdig og hvordan omgangstonen ellers har været på arbejdspladsen (2017: 105-127). Det er sagsøgeren som har bevisbyrden, og det er derfor offeret som skal kunne bevise, at de er blevet krænkede og at sagsøgte har vidst, at de overtrådte en grænse. Der findes ikke bevis for at der er sket et fald i hyppigheden af seksuelle krænkelser, blot at der er færre sager som kommer i retten. Ligeledes ses det at seksuel chikane har ændret karakter, så der er kommet flere sager udelukkende med verbal chikane og tekst chikane.

2.2 Forskning om køn på arbejdspladsen

Forskningen om seksuelle krænkelser så på krænkelser i det offentlige liv og på hvordan seksuelle krænkelser blev behandlet i retten. Men det er ligeledes relevant at se på hvordan mødet mellem køn udspiller sig på arbejdspladsen.

Bogen "Seksuel chikane - et tabu i arbejdslivet" af professor Barbara Gutek handler netop om dette. Gutek har undersøgt hvilken rolle sex spiller på arbejdspladsen, hvordan den kommer til udtryk, interaktionen mellem kønnene og hvordan sex på arbejdspladsen bliver et stort problem, når det går fra at være gensidigt flirt til at være seksuel chikane. Gutek finder som den tidligere forskning at kvinderne oftest er ofre

for seksuelle krænkelser. Mænd angiver dog ofte at de oplever seksuelle tilnærmelser, men modsat kvinderne opleves det ikke som ubehageligt og anses derfor ikke for at være seksuelle krænkelser. Forholdet mellem mænd og kvinders forskellige opfattelser af tilnærmelserne er vidt forskelligt. Ligeledes fandt Gutek at de fleste ansatte var tilbøjelige til at mene, at ofrene var i stand til at undgå de seksuelle tilnærmelser, hvis de virkelig ville (1987: 12). Afslutningsvis er det interessant at se på hendes fund af arbejdspladsens betydning. Hun finder at en mandlig chef (selvom han ikke chikanere) mindsker mænds hæmninger og der således oftere vil finde seksuelle krænkelser sted (Gutek 1987: 110). Kvinder oplever ligeledes flere negative konsekvenser ved at arbejde et sted, hvor de er en kønsminoritet, end når mænd befinder sig i samme position.

Selvom Guteks forskning efterhånden er noget gammel, så syntes jeg alligevel den er interessant, særligt grundet hendes begreb den overgribende kønsrolle, som hun bruger til at forklare sine fund. Begrebet bruger hun til at beskrive den overføring der sker af kønsroller til arbejdspladsen (Gutek 1987: 27). De overgribende kønsroller skaber stereotyper for forventningen til hvordan mænd og kvinder opfører sig. At mænd tager lederrollen eller er den konfronterende ved problemer, mens kvinderne er de hjælpsomme, omsorgsfulde der aldrig rigtig stiger i rang (ibid.). Hun argumenterer ligeledes for at der ligger et sexobjekt i kvindens kønsrolle, som ikke findes på samme måde i mandens rolle, som har en negativ effekt på arbejdsmarkedet. Den kvindelige kønsrolle kan reducere kvinder til at blive opfattet som en af tre ting; kæledækken, sexobjektet eller moderen (Gutek 1987: 29). Hendes ide omkring den overgribende kønsrolle er interessant, og et element som jeg vil undersøge hvorvidt man kan sige, at den finder sted i en nutidig dansk kontekst.

”Seksuel trakassering i hotellbransjen i Skandinavia - Erfaringer fra tre hoteller i Danmark, Norge og Sverige” er en undersøgelse af forskerne Mona Bråten og Beate Øistad fra 2018. Undersøgelsen handler om seksuel chikane i hotelbranchen, herunder særligt håndtering og forebyggelse. I undersøgelsen har man interviewet 20 ledere og tillidsrepræsentanter fordelt på tre hoteller (Bråten og Øistad 2018: 26). Man har brugt opdigtede historier om seksuel chikane, som udgangspunkt for samtalen om hvornår opførelsen var seksuel chikane, hvordan man forventede de ansatte reagerede på det og hvordan man som leder ville håndtere det (Bråten og Øistad 2018: 26). Der er lovgivning for seksuel chikane, men hvordan løses det i praksis?

Som konklusion kunne man se meget delte meninger, når det gjaldt den verbale chikane. Her var der tre holdninger; at det var chikane, ikke chikane og det kommer an på den chikaneredes opfattelse (Bråten og Øistad 2018: 28) Langt mere enighed var der når chikanen blev fysisk. Ligeledes kom det frem at det er lettere at håndtere chikane der kommer fra en gæst, end når det er mellem kollegaer (Bråten og Øistad 2018: 36). Det er nemmere at bede en gæst om at gå end at skulle fyre en medarbejder. De fleste af lederne havde oplevet situationer med upassende gæster, hovedsageligt folk der havde indtaget alkohol, som de måtte bede om at gå. Men som udgangspunkt prøver man andre løsninger først, som en snak eller en ny servitrice. Når det kommer til chikane mellem kollegaer, angav flere chefer, at de havde haft sager, hvor der havde været misforstået flirt, som var følt som chikane, der var forsvundet efter en snak med den chikanerende. De oplever også at folk ikke selv siger noget, men at de indimellem hører om chikane som andre har overværet eller blevet fortalt.

Denne undersøgelse er interessant i forhold til mit speciale, fordi den fokuserer på ledernes reaktion på seksuel krænkelse på arbejdspladsen. Den fortæller om deres kendskab til det og konkrete tiltag de har gjort.

2.3 Forskning om digital aktivisme

Forskningen om seksuelle krænkelser og forhold mellem køn på arbejdspladsen kan ikke stå alene. Specialet er kommet på benene som et resultat af den kønskamp der er foregået online, særligt over det sidste 1,5 år. Det er derfor ligeledes relevant at se på den forskning der er lavet om digital aktivisme, for at kunne belyse det felt som specialet vil indgå i.

Lektor Moonhee Cho har sammen med ph.d studerende Ying Xiong og Brandon Boatwright skrevet artiklen "Hashtag activism and message frames among social movement organizations" i 2018, som undersøger hvordan sociale bevægelse organisationer har gjort brug af ord og hashtags til at deltage i #MeToo på Twitter. Xiong et al. har analyseret på hvilke ord og hashtags der blev brugt på Twitter, i hvilken sammenhæng og hvordan ord blev forstået i en kontekst, ligeledes undersøgte de hvilket temaer som blev diskuteret og hvorvidt der var en korrelation mellem antallet af hashtags og hvor ofte folk blev retweetet. Empirien til deres undersøgelse blev indsamlet gennem 21 amerikanske sociale bevægelses organisationers Twitter profiler,

hvor alle deres tweets, over en 83 dage periode, som indeholdt #MeToo blev hentet ned til analysen; i alt 408 tweets (Xiong et al. 2018: 14).

Xiong et al. fandt at de fem mest brugte ord var; women, social harrasment, survivor, movement og story (2018: 15). De argumenterer for at disse ord ligeledes er del af et feministisk sprog netværk (ibid.). At måden man formulerer sig på, kan være mere eller mindre i overensstemmelse med feministisk tankegang. De konkluderer at der er tre hovedtemaer som går igen i tweetene; grundlaget for hvorfor kvinder har befundet sig i krænkende situationer, forslag til aktioner for kvinders rettigheder og anerkendelse af kendte kvinder som forbilleder (Xiong et al. 2018: 16). De konkluderer også at der ikke er en signifikant positiv effekt mellem at bruge flere hashtags for at opnår flere retweets. For at blive en del af debatten handler det ikke om hvor mange hashtags man bruger, men om de ord, hashtags og emner man vælger at belyse.

Lektor og professorerne Kaitlynn Mendes, Jessica Ringrose og Jessalynn Keller har i 2018 udgivet artiklen “#MeToo and the promise and pitfalls of challenging rape culture through digital feminist activism”, hvori de undersøger hvordan digitale medier er blevet brugt som aktivistisk værktøj, og yderligere kortlægger oplevelsen for de involverede (2018: 237). De har gennem deres case #BeenRapedNeverReportet forsøgt at skabe et overblik over de muligheder som digitale medier har skabt for at udfører aktivisme, men også over de ulemper som den online sfære kan bringe med sig. For at indsamle data har de benyttet sig af flere metoder. De har indsamlet 800 digitale elementer, som for eksempel blogindlæg, selfies og tweets, de har yderligere indsamlet 82 interviews fra hovedsageligt kvinder, der enten er organisatorerne bag feministiske bevægelser eller har hjulpet organisationerne og de har lavet en spørgeskemaundersøgelse blandt selv identificerede feministiske aktivister på Twitter (Mendes et al. 2018: 237, 239). Alt denne data skal skabe et samlet billede af oplevelsen af at være digital feministisk aktivist.

Mendes et al. konkludere at når den feministiske aktivisme går online så skaber det et fællesskab blandt de involverede. De fandt at kvinderne følte sig hørt online, at de blev mødt at genkendelse og omsorg, når de fortalte deres historier (Mendes et al. 2018: 238). Flere af kvinderne tilkendegav at det gik op for dem at deres oplevelser med seksuelle overfald ikke var deres egen skyld, men at der ligger et strukturelt

samfundsproblem bag (ibid.). Det digitale aspekt gjorde brugerne i stand til at tilegne sig ny viden, de var ikke begrænsede til at diskutere med deres nærmeste omgangskreds, men kunne kommunikere med ligesindede. Mendes et al. argumenterer dog for, at digital feministisk aktivisme ikke kun er en positiv oplevelse. De fandt at mange af kvinderne havde oplevet at få ubehagelige kommentarer og sågar trusler på deres oplæg. De fandt at ikke-feminister og hovedsageligt mænd aktivt opsøgte de feministiske oplæg, udelukkende for at være nedsættende eller truende (Mendes et al. 2018: 242). Når arbejdet ligeledes ofte er ulønnet, gør det at det kan blive meget hårdt at fortsætte den digitale aktivisme. Kvinderne bag bevægelserne oplever yderligere at der findes et følelsesmæssigt dræn, idet de hører så mange kvinders historier om seksuelle krænkelser (Mendes et al. 2018: 239). Kvinderne tilkendegiver dog, at arbejdet er vigtigt og givende, og at de derfor ikke stopper på trods af de ubehagelige konsekvenser, det kan have.

Artiklen “Feminist Online Identity: Analyzing the Presence of Hashtag Feminism” er skrevet af Dr. Kitsy Dixon i 2014. Undersøgelsen ser på hvordan hashtag feminisme definere en ny type af feminisme og hvordan italesættelsen skaber en måde at gøre digital aktivisme på. I undersøgelsen kommer der flere tilkendegivelser af hvad den online feminisme bidrager med. På den ene side er der opfattelsen af at den klassiske feminisme var for hvide mennesker, men at online kan alle kulturer og etniciteter være med. Der er dem som ser det værende muligheden for at gøre noget, selvom man ikke fysisk er i stand til at tage sig af problemet, ved for eksempel at rejse ud af landet. Nogle definerer hashtag feminisme som en måde at dele den smerte der kan være forbundet med at leve i et patriarkalsk samfund (Dixon 2014: 35). Det er en måde at være feminist på som er mere sikkert, i det man ikke behøver møde modstandere ansigt til ansigt. Dixon argumenterer for at der traditionelt har været en tendens til at se på samfundet fra et mandligt perspektiv, men når kvinderne på denne måde kommer ud og fortæller deres historier, så giver det dem mulighed for at genfortælle deres livshistorie. Deres stemmer får nyt liv i et ellers mandsdomineret samfund. Dixon bruger psykologisk ejerskabs teori til at forklare, hvordan kvindernes sprog skaber et fællesskab. Fællesskabet bliver opretholdt gennem anerkendelse ved retweets og likes. Man forbliver en del af den online feminisme ikke kun fordi det spiller en rolle i et samfundsproblem, men også fordi man selv får bekræftelse ud af det.

Som den ovenstående forskning har vist, har der været fokuseret meget på hvordan sociale bevægelser har brugt Twitter til at sprede deres budskaber. Men internettet er meget mere end kun Twitter og det er usandsynligt at sociale bevægelse er så afgrænset til det ene medie. Dette er ligeledes relevant i forhold til en dansk kontekst, hvor det kun er 1% af befolkningen der er på Twitter dagligt, mens 53% af danskerne bruger Facebook hver dag (Kulturministeriet 2018). Hvis man ser på sociale bevægelser og deres online aktivisme, vil det således give mere mening at rette blikket mod Facebook, hvis man vil nå danskerne. Hertil kommer at der kan være forskel i hvor aktive forskellige folkegrupper er på forskellige medier, for eksempel er der flere unge på snapchat (ibid.). Ligeledes må bevægelserne også tage forbehold for hvem målgruppen er på de forskellige medier. I specialet ligger jeg dog vægt på Facebook, da det er her de fleste danskere befinder sig og det er ligeledes her den meste empiri for de udvalgte brancher befinder sig. Den eksisterende forskning har ligeledes handlet om, hvordan de bruger mulighederne på et enkelt medie, og sjældent hvilke muligheder der er for at skabe sig for en mere helstøbt aktivisme/kampagne på tværs af internettet (Mendes et al. 2018). Meget af forskningen som digital aktivisme stammer fra Amerika og der er således behov for at man ser på hvordan den digitale aktivisme folder sig ud i Danmark. Dette speciale kan således være med til at udforske den digitale aktivisme i en dansk kontekst. Forskningen omkring seksuelle krænkelser har i Danmark været meget fokuseret på hvem der har oplevet krænkelserne og de konsekvenser det har haft (Reinicke 2018; Borchorst og Agustín 2017). Selvom Reestorff har kortlagt mediernes dækning af MeToo (2019), så har der ikke været meget fokus på hvordan MeToo har formet kampagner i Danmark. Der mangler en kortlægning af hvordan forskellige brancher har reageret på MeToo kampagnen.

Det er relevant for specialet at undersøge, fordi det kan give en bedre forståelse for hvordan udenlandske bevægelser kan påvirke kampagner herhjemme og ligeledes vil det kunne bidrage med viden om hvordan man har delt budskabet; hvordan man har italesat problematikken.

3. Teoretiske perspektiver

3.1 At performe sit køn:

Butlers teori er oplagt til dette projekt, idet hun har arbejdet med hvordan individerne iscenesætter deres køn. Det er interessant at se på om der i italesættelsen af seksuelle krænkelser findes kønnede forskelle. Taler mænd og kvinder om seksuelle krænkelser på samme måde? Eller er der forskelle som kan forklares gennem individernes måde at gøre køn på? Butler ser at feministisk teori gennem tiden har forsøgt at udvikle et sprog, som skulle fremme kvinders politiske synlighed. Hun mener dog, at der opstår et problem herigennem, idet man har arbejdet med en kategorisering af kvinder, som kræver at det kvindelige subjekt forbliver stabilt, hvilket Butler argumenterer for at det ikke er (2010: 38). Hvis man anser kvinder for at være en samlet og ensformig gruppe, er det problematisk idet det kan skabe udfordringer for at frigøre kvinder. Alle kvinder har ikke samme udfordringer. Butler argumenterer for at der i det politiske system opstår ramme for hvad kvinde subjektet er, når det taler om frigørelsen (2010: 40). Diskursen omkring kvindelige subjekter kommer således til at spille en afgørende rolle for, hvordan vi forstår kvinder. Hvordan italesættes kvinder og udfordringerne med seksuelle krænkelser i kampagnerne? Hvordan italesætter kvinder og mænd selv kønnene i forhold til seksuelle krænkelser?

Butler arbejder med to distinktioner, når hun beskriver køn; køn og det kønnede. Her er køn det biologiske køn der kommer til udtryk gennem anatomen, mens det kønnede er det socialt konstruerede køn; kønnet som det skabes gennem socialisering og interaktion med omverden (Butler 2010: 44). Heraf ser hun identitetskategorier som noget der er grundet i historien og kulturen. Det er skabt i situationsbestemte handlinger. Det sociale køn er et mere løst begreb, som kan indeholde mange betydninger, hvor det biologiske køn er langt mere låst. Det sociale køn er ikke som sådan et resultat af det biologiske køn, men et fritsvævende fænomen, hvor maskulin ikke behøver at dække over mandekroppen og ligeledes omvendt med det feminine og kvindekroppen. Der er ingen grund til at anse det sociale køn for at være fastlagt til binære køn. Butler tager det op til diskussion, hvorvidt det overhoved giver mening at adskille begreberne eller om de ikke begge er socialt konstrueret (Butler 2010: 46). Det

biologiske køn er beskrevet på baggrund af vores forståelse af det. Kønnen bliver således ikke en endelig tilstand eller et resultat af en underliggende sandhed, men noget man gør og som hele tiden vil være til forhandling og som kan forandre sig i forskellige kontekster. Det vil blive forhandlet i alle interaktioner mellem mennesker; vi fremstiller os selv på en måde, så der opstår en fortælling om hvem vi er som mennesker og som køn. Det er en proces hvori subjektet og kroppen opnår en kønsspecifik form ved at gentage de primære kønsnormer (Stormhøj 1999: 53). Kønnen konstrueres i en vekselvirkning mellem den fri vilje og determinismen (Butler 2010: 45). Det skabes performativt.

Professor Kerry Robinson bruger i sin artikel "Reinforcing hegemonic masculinities through sexual harassment: issues of identity, power and popularity in secondary schools" performativitet som et resultat af diskursen, der skaber hvad den påtaler; hvorved performativiteten af den hegemoniske maskulinitet reproducerer hegemoniske maskuline subjekter (Robinson 2005: 22). Der er en balance mellem at man i princippet kan gøre hvad der passer en, men på samme tid vil det få sociale konsekvenser, hvis man ikke optræder på en måde som giver mening for omverdenen. Kan omverden ikke genkende individets måde at gøre køn på, vil det heller ikke kunne anerkende det eller reagere på det. Det kan have betydning for, at der kan opstå en forskel på ens måde at gøre køn på, når man for eksempel er på arbejde vs. når man er derhjemme. Butler argumenterer ligeledes også for, at man skal være opmærksom på, at diskursanalyser om køn vil være begrænset til de tænkelige køns konfigurationer i kulturen (2010: 48). Den hegemoniske kultur opsætter nogle afgrænsninger for forståelsen af køn. Robinson argumenterer for at seksuelle krænkelser er en integreret del af at performe en hegemonisk maskulinitet (2005: 22). Det bliver set som værende et udtryk for de forbundne magtforhold af køn og den heterosexistiske undertrykkelse (ibid.). Robinson beskriver for eksempel i sit studie, hvordan de mandlige studerende som ikke performer deres køn efter normerne, må finde sig i at de andre drenge er efter dem (2005: 33). De bliver kaldt øgenavne og anset for ikke at være rigtige drenge, men kan i de andres øjne, "vinde" noget af deres maskulinitet tilbage ved for eksempel at have en populær pige kæreste (ibid.).

Butler benytter begrebet den heteroseksuelle matrice, som betegner den dominerende diskurs der er mellem det biologiske køn og det sociale køn. Denne tager

udgangspunkt i en binær kønsforståelse, hvor mænd og kvinder er modsætninger og begærer hinanden. Dette fænomen argumenterer Butler for er det kulturelt forståelige køn (2010: 60). Diskursen om køn bliver opretholdt gennem individernes reproduktion heraf. Matricen forlanger af individet, at det skal indordne sig. Skiller man sig ud fra denne kønsidentitet, hvor ens sociale køn ikke følger det biologiske eller ens begær ikke er rettet mod det modsatte køn, så eksistere man ikke i den heteroseksuelle matrice (ibid.). Butler anser den heteroseksuelle matrice som værende begrænsende for individet, og hun argumenterer derfor for at man skal forsøge at forstå køn og kønsidentiteter på nye måder (2010: 61). At det ville kunne åbne op for andre måder at performe sit køn på.

Lektor Christel Stormhøj argumenterer for at Butler, med sin teori om køn, går i sporene af Foucault, når hun ser køn som en konstruktion på baggrund af historiske og kulturelle diskurser, hvor der foregår voldelige magt normativer som fastholder konstruktionen (1999: 54). Butlers tilgang til måden at gøre køn på svarer overens med den poststrukturalistiske tankegang. Det er gennem sproget og strukturerne at man forstår det, men det er ikke en fastlåst og urokkelig kasse, som individet befinder sig i. Gennem diskursen kan det forme og ændre kønnet og omverdenens forventninger hertil. Sproget er et vigtigt element i Butlers teori, idet diskursen er sammensat af performativer, som skaber det de beskriver gennem forskrifter og påbud (Stormhøj 1999: 58). Performativitet produceres således når vi gentager en praksis, hvorved diskursen skaber dens effekt (ibid.). Det er gennem sproget, at der opstår et forståelsesfilter, som er afgørende for måden hvorpå og hvad vi forstår som krop, sex og kønsnormer. Vores italesættelser af køn vil således altid være indenfor en allerede eksisterende diskurs og heraf en eksisterende forståelse af hvad køn er. Stormhøj kritiserer dog Butler, idet hun ikke mener at det er sandsynligt at man kan mobilisere en omfangsrig politisk kraft imod den heteroseksuelle diskurs herredømme, eftersom individerne med kønsidentitet og begær uden for normerne vil opleve en skræk for straf (1999: 62). Butler kan ligeledes kritiseres for at overvurdere individets autonomitet, når hun argumenterer for at man gør køn. For selvom Butler argumenterer for at kønnet er til forhandling og opstår i situationer, så kan man stille spørgsmålstegn ved hvor stort et råderum individet egentlig har. Historisk set er der ikke sket en hurtig udvikling af accepten af individer med andre kønsroller eller begær end den "normale". Selvom vi i Danmark for eksempel ikke længere har

homoseksualitet på sygdomslisten, så er det ikke ensbetydende med at der ikke fortsat findes hadforbrydelser og nedsættende holdninger. Selvom individet måske er frit til at udtrykke deres køn, så er det ikke sikkert man føler sig tryk ved at gøre det. Selvom Butlers teori omhandler hvordan kønsidentiteterne konstrueres, så undersøger mit speciale ikke denne konstruktion, men i stedet vil jeg bruge teorien til at se på, hvordan det kønnede samfund kan være en forklarende årsag til at der foregår seksuelle krænkelser, og hvordan dette kommer til udtryk i italesættelsen af problemet i kampagnerne, der forsøger at gøre op med det. Butlers teori om konstruktionen af køn kan ligeledes være med til at belyse forskningsspørgsmålet om, hvordan medlemmernes italesættelser af seksuelle krænkelser. Måden man gør køn på, er relevant at se på, hvis man vil forstå hvorfor mænd og kvinder italesætter seksuelle krænkelser som de gør.

3.2 New social movement theory:

New social movement theory (herefter NSM) er i virkeligheden et paraplybegreb der dækker over en række teorier der tager udgangspunkt i et perspektiv, som ikke længere anser sociale bevægelser for at være udsprunget gennem klasser og kampen om magten, men som værende udtryk for ændringer i det civile samfund og omverden (Hunt et al. 1994: 188). NSM-teorierne omhandler som udgangspunkt fysiske bevægelser, men jeg vil argumentere for at der er mange af aspekterne, som kan overføres til at forstå online bevægelser. Jeg mener ikke at den grundlæggende baggrund for bevægelserne er så forskellig, blot at den fysisk har forskellig udformning.

Carty beskriver hvordan NSM er opbygget af 3 pointer; et netværk, den kollektive identitet og en konflikt (2002: 132). De tre aspekter skal sammen gøre os i stand til at forstå forbindelsen mellem makroforhold, hvor man ser på strukturelle udfordringer og mikroforhold, hvor man ser på individernes handlinger (ibid.). Carty kalder NSM politiske strategi for “globalization from below” (2002: 132). Med det mener hun at NSM handler om at forene sig i netværks på tværs af kloden, et netværk bygget på lignende identiteter og interesser, og at deres bevægelse arbejder uden for statens kontrol. Carty mener at den teknologisk udvikling, der også har påvirket de sociale bevægelser, er med til at mindske distancen mellem mikro- og makroforholdene (2002: 133). Det har været med til at skabe succes for NSM, at internettet er kommet

til. Hun argumenterer for at de nye kommunikationsmuligheder forandre de måder hvorpå sociale og politiske konflikter eksisterer (Carty 2002: 133). Globaliseringen har gjort folk gensidigt afhængige af hinanden, men samtidig er det langt nemmere at kommunikere på tværs af tid og sted, hvilket har skabt en ny form for kulturel og politisk forståelse (ibid.).

For Polletta og Jasper er det første de ser på, når man vil forstå hvordan sociale bevægelser, kommer på benene, den kollektive identitet. Polletta og Jasper definerer kollektiv identitet som individets kognitive, moralske og følelsesmæssige knytning til en bredere gruppe/institution (2001: 286). Den kollektive identitet kan komme til udtryk gennem kulturelle materialer som for eksempel italesættelser, symboler, ritualer eller påklædning (ibid.). I forhold til online aktivisme ser man ligeledes en fælles identitet for eksempel gennem de samme hashtags der forener grupper af mennesker eller logoer/rammer til profilbilleder, udtryk som skaber et sammenhold. Den kollektive identitet er nok udfordret af at individerne ikke mødes fysisk og diskutere på samme måde, man kan opretholde en distance til folk, så længe de er bag skærmen. Men hvis der slet ikke fandtes en kollektiv identitet i de online bevægelser, vil jeg argumentere for, at de ville falde til jorden inden de kom i gang. Der er noget som holder dem sammen. NSM-teoretiker Melucci mener at identiteter er konstruerede og at det er den kollektive identitet således også (Hunt et al. 1994: 189). Den kollektive identitet er interaktiv, til forhandling og defineres på tværs af medlemmerne (ibid.).

Nyere teorier argumenterer for at sociale bevægelser opnår deres følgere/aktivister gennem folk, som allerede havde en tilknytning til hinanden. Interesse i et emne kan sjældent stå alene, men hvis individet kommer i kontakt med bevægelsen gennem for eksempel, bekendte eller fritidsinteresser, så er de mere tilbøjelige til at ville deltage (Polletta og Jasper 2001: 290). Man føler en tilknytning og forpligtelse; man får svært ved at sige nej. Individets omdømme kan således ligeledes spille ind. Dette argument er interessant i forhold til onlineaktivismen, for hvad er det som skulle gøre at man føler sig forpligtet? Internetaktivismen vil jeg mene i høj grad er drevet af interesse, men også af de netværk der opstår, som beskrevet i Dixons forskning. Polletta og Jasper mener i forlængelse heraf, at for at kunne opretholde en social bevægelse, så er man nødt til at opretholde identitetsfølelsen og den kollektive identitet. En af de måder

som man har fundet at dette kan lade sig gøre, er ved at dele personlige fortællinger, på den måde bliver det mere virkeligt, man kan bedre relatere til det og abstrakte ideer bliver konkretiserede til virkelige eksempler, hvor man også oplever at folk “overlever” oplevelsen (Polletta og Jasper 2001: 291). Hvis den kollektive identitet ikke længere kan forenes med den sociale bevægelse, så forsvinder opbakningen. Det er vigtigt at individerne kan se sig selv i bevægelsen.

NSM-teoretikere Snow and Benford mener at der er 3 vigtige opgaver som en social bevægelse er nødt til at opnå for, at de kan opnå opbakning og aktivitet om deres sag (Hunt et al. 1994: 191). Først er de nødt til at diagnosticere et problem og heraf identificere de agenter som er med til at skabe problemerne (ibid.). Man er nødt til at finde mønstrene og kendetegnende for hvorfor problemet findes. Dernæst skal bevægelsen kunne italesætte et løsningsforslag, hvordan kan det afhjælpes, hvad skal der gøre, hvem skal stå for forandringen etc. (ibid.). Det er ikke nok kun at pege på et problem, man er også nødt til at kunne se en potentiel løsning. Hertil kommer dog at man skal kunne motivere folk. Bevægelsen er nødt til at italesætte på en måde så man har lyst til at hjælpe, den skal være inspirerende, det skal italesættes så det giver mening for folk at hjælpe (ibid.).

4. Videnskabsteori

I det følgende afsnit vil der blive redegjort for det videnskabsteoretiske afsæt i projektet. Her vil der blive gennemgået grundlæggende elementer ved poststrukturalismen og hvordan denne tilgang former specialet.

4.1 Poststrukturalisme

Denne videnskabsteori er en videreudvikling af strukturalismen. Den er kritisk overfor strukturalismens syn på ufleksible strukturer. Poststrukturalismen anser i stedet strukturer for at være åbne og foranderlige, men de er samtidig bundet til historien hvilket er med til at drive dem mod konstante forskydninger (Jacobsen et al. 2015: 308). Der kan således opstå forskellige betydninger i sproget over tid; sproget er ikke en endelig størrelse. Sproget får en strukturerende kraft, ligesom når Butler snakker om at performativitet skal forstås gennem sproget. I projektet er det ligeledes vigtigt at have for øje, hvordan sprogbrugen former vores forståelse af seksuelle

krænkelser og således også kan forandre den over tid. Måden hvorpå problemet italesættes afslører ligeledes hvilke strukturelle forståelser der ligger bag. Det nedbrydes og genopbygges, skabes og bekræftes og er i konstant udvikling når det bruges (Jacobsen et al. 2015: 309). Heri forstås ligeledes at der bliver lagt en anden vægt på Saussures begreb parole (den konkrete sprogbrug), hvorved der sker en historisk udvikling af sproget og hvor enhver der benytter sproget kan, bevidst og ubevidst, være med til at skabe forandringer i sprogets betydning (ibid.).

Der er dog stadig fællestræk med strukturalismen, som når man anser at meningen opstår mellem subjektet og objektet. Ordet får i sig selv ikke betydningen fra det som det benævner. Betydningen opstår i relationen med de andre ord; ord kan skifte mening alt efter hvordan det bliver brugt. Hermed ikke sagt at ord kan betyde alt, kommunikation ville i så fald være umuliggjort, men at ord har en betydning indtil en anden kontekst ændre betydningen. Hvilket er interessant, når man ser på seksuelle krænkelser, da det kan dække over mange ting, og der findes mange holdninger til hvornår begrebet kan bruges. Det er derfor relevant at se på hvilke betydninger det bliver tillagt i projektets fund. Sproget er et system af forskelle, hvorved meningen kun kan opstå gennem disse forskelle (ibid.). Selvom Derridas poststrukturalisme ligger en anden vægt på parole, så betyder det ikke at langue (sprogets synkrone form, hvori der findes et sprogsystem som er gældende for en bestemt tidsperiode) ikke er væsentligt. Tilgangen ser at sprogbrugen både trækker på strukturen, men at den samtidig omformer strukturen, så der skabes nye måder, hvordan betydninger af tegn kan fastsættes (Stormhøj 2006: 38). At sproget både udgøres af langue, men også af forandringerne der opstår ved parole. Det vil sige at sprogbrugen kan have en betydning i en periode, men at den kan udvikle sig og få fornyet betydning senere. Betydningen bliver ikke endeligt fastsat, men kan forblive ustadig og omflakkende (ibid.). For Derrida er det netop denne vekselvirkning mellem langue og parole som gør at strukturerne er ustabile og foranderlige (Jacobsen et al. 2015: 310). At sprogbrugen kan ændre betydning i nye sammenhænge. Derrida ser yderligere et paradox, hvorved vi ikke kan finde en sikker mening. Kalder fraværet for et sikkert centrum for meningsskabelse for diskurs (ibid.). Der kan ikke være et sikkert centrum fordi vores interaktion med strukturen kan ændre den.

Poststrukturalismens epistemologiske synspunkt ser ingen mulighed for at indfange en endelig sandhed, idet erkendelsen altid vil være påvirket af et perspektiv og værende knyttet til en krop i en bestemt tid og et socialt rum (Stormhøj 2006: 45). Det handler således om, at mening afhænger af det sproglige netværk, der danner nye meninger og forståelser (Finkelde 2013: 1246). Sandhed og mening er et ustabil fænomen og kan ikke siges at have en endelig betydning (ibid.). Virkeligheden og erkendelsen kan således ikke adskilles fra hinanden (Stormhøj 2006: 16). Sproget afspejler ikke alene virkeligheden, men er med til at skabe meningen. Denne tilgang spænder som nævnt godt overens med mit teoretiske perspektiv, hvorved det kan hjælpe os til at forstå måder at gøre køn på. Det er gennem diskurserne, at vi tillægger verden sin betydning. Heraf kommer også at tilgangens ontologiske ståsted må være at der ikke findes en endelig sandhed bagved diskursen. At virkeligheden ikke kan indeholde en fasthed eller afsluttethed i sig selv (Stormhøj 2006: 66). Når verden får sin mening gennem vores italesættelse af den, giver det ikke mening at snakke om en fuldendt bagvedliggende sandhed. Hvert individ er forskelligt og diskurserne ændrer sig over tid, hvorfor den "sande" forståelse af fænomener kan ændre sig fra generation til generation eller på tværs af kulturer.

Når jeg i forskningsspørgsmålene har fokus på italesættelserne af seksuelle krænkelser, er det ligeledes ud fra et poststrukturalistisk synspunkt, hvor jeg ikke dykker ned i individernes oplevelser og følelser omkring fænomenet, men hvor jeg forsøger at afdække den sandhed om seksuelle krænkelser der findes i beskrivelserne af dem. Hvordan er det man taler om seksuelle krænkelser og hvordan er det køn repræsenteres? Hvordan konstrueres betydningen af køn og seksuelle krænkelser? Ligeledes er spørgsmålet omkring kampagnerne også et forsøg på at afdække forståelsen gennem brugen af diskurs. Selvom kampagnerne foregår online, så er det stadig en diskurs om seksuelle krænkelser, som kan påvirke vores brug af ordet og hvilken betydning det får. Ligesom det stadig påvirker vores kønsforståelser, hvordan mænd og kvinder bliver italesat online. Kampagnerne forsøger at ramme mange mennesker og de vil således kunne påvirke betydningen af begrebet alt efter hvordan de beskriver det og fremsætter problematiseringen, hvorfor det er interessant at undersøge nærmere. Poststrukturalismen ligger ligeledes i god forlængelse af de analytiske tiltag i opgaven. Både Butler og Bacchis WPR-tilgang, som jeg vil komme nærmere ind på senere, tager begge udgangspunkt i sproget og de strukturelle

betydninger. Butler ser på, hvordan køn og kønsidentitet skabes i diskursen og får betydning gennem den forhandling der sker i sociale sammenhænge. Teorien lægger vægt på at kønnet ikke er en endelig størrelse, men at det kan ændre sig i situationer og over tid, kan man ligeledes forandrer forståelsen af hvad køn er. Bacchis tilgang tager ligeledes udgangspunkt i, hvordan diskurs kan være afgørende for, hvordan et problem bliver forstået. Diskursen, vil i denne tilgang, referer til sociale former for viden som er afgørende for hvad der er muligt at forstå og tænke om fænomener (Bacchi 2010: 63). I tilgangen er det ikke alle diskurser der er ligeværdige og det er afgørende for, hvordan man forstår og fremstiller et problem og hvordan det kan ændre andres opfattelse af begreber og problematikker.

Poststrukturalisme har været kritiseret for at være en idealisme, der ikke mener der findes en uafhængig virkelighed, men også at den ikke har nogle kriterier for sandhed, så alle opfattelser kan være lige gode (Stormhøj 2006: 150-156). Stormhøj forsvarer dog disse påstande ved at påpege at det som poststrukturalismen nærmere ser, er at sproget og virkeligheden ikke kan adskilles (ibid.). Ikke at virkeligheden slet ikke eksistere selvstændigt, men at vi altid vil forstå den gennem vores beskrivelser. Svaret på kritikken af sandheds opfattelsen er, at der altid vil være et historisk og kontekst perspektiv som danner rammen for sandheden (ibid.). Det vil således være afgørende for en påstand, hvilken kontekst, samfund, videnskab etc. den bliver fremsat i, hvorvidt den vil blive anset som sand. Poststrukturalismer mener ikke, at vi kan tilgå en virkelighed udenfor den viden, som vores vurdering er dannet ud fra, om noget er sandt eller gyldigt (ibid.).

5. Metode

De følgende afsnit vil præsentere den anvendte metode i projektet. Her vil der bl.a. blive diskuteret case design, datamateriale, etiske udfordringer ved virtuel etnografi og analysestrategien.

5.1 Case design

Dette speciale vil tage udgangspunkt i det kvalitative case design. Case designet har den fordel, at det tillader at dykke ned i et enkelt tilfælde og gå i dybden med det. David de Vaus definerer en case som objektet for studiet, om hvem man indsamler data til analysen, hvilket kan være et menneske, en gruppe, en organisation etc. (de Vaus

2001: 220). I dette projekt vil der blive gjort brug af en hovedcase, som bliver uddybet gennem delcases. Hovedcasen er forskellige brancher, idet jeg interesserer mig for hvordan forskellige brancher italesætter seksuelle krænkelser og hvordan de bruger virkemidlerne fra sociale bevægelser. Men fordi brancher er et meget bredt begreb og ikke nødvendigvis har meget tilfælles med hinanden, vælger jeg at se de 4 udvalgte kampagner, som 4 delcases der samlet kan sige noget om brancherne i Danmark. De fire brancher som er repræsenteret, er sundhedsvæsenet med kampagnen #Udentavshedspligt, servicebranchen med #Notonthemenu, filmbranchen med #MeToo-mosaik og HK Privats kampagne #Ikkehosos. Gennem delcasene vil man kunne fortælle noget mere generelt om branchernes reaktion på MeToo og måden de behandler det på. De udvalgte delcases skal således ikke kun sige noget om de involverede, men skal repræsentere en større sammenhængen. Formålet med case designet er at sætte fokus på de kendetegn og fænomener som findes i organiseringen af det sociale liv (Antoft et al. 2012: 29).

Når delcasene bliver undersøgt, så er det væsentligt at holde for øje, at der findes mange aspekter som kan undersøges (de Vaus 2001: 220). Projektets cases har således et embedded design (Yin 2014: 55). Hvis vi for eksempel ser på HK Privat, så er det ikke nok at kigge på deres datasæt for at forstå deres kampagne og resultaterne af den. Det er nødvendigt at se på flere elementerne af kampagnen, fx hvordan de har brugt Facebook til at dele kampagnen, hvilke typer af materiale de har produceret og hvilke oplevelser medlemmerne har haft. Det er ligeledes væsentligt at se på den sammenhæng som der findes mellem det sociale fænomen og konteksten som det opstår i (Antoft et al. 2012: 30). Man kan ikke forstå kampagnerne uden at anerkende den tid som de er opstået i. Man er nødt til at se dem i forlængelse af MeToo for at kunne forstå, hvorledes de er anderledes end andre indsatser mod sexchikane. En ting som det er væsentligt at have for øje, når man vælger et embedded design er, at man ikke må glemme den overordnede case, når man undersøger de forskellige dele (Yin 2014: 55). De skal stadig forstås som en del af en helhed. Med det embedded design har jeg langt fra undersøgt alle dele af kampagnerne, men jeg har set på flere aspekter, ved at se på Facebook/hjemmesider, kommentarfelter og artikler.

Specialet vil gøre brug af det retrospektive casestudie (de Vaus 2001: 2018) idet dataindsamlingen omhandler ting der er sket tilbage i tiden, da kampagnerne alle er

startet for over et år siden og hovedsageligt har kørt i 2018. Jeg er interesseret i at undersøge hvad den umiddelbare reaktion var på MeToo; ikke hvad man først gør, når det har været diskuteret i halvandet år. Ulempen ved at lave et retrospektivt studie er, at der kan være data som er gået tabt i mellemtiden. Helt konkret har jeg haft en udfordring i forhold til Facebook, hvor jeg kan se at der er blevet fjernet kommentarer eller blevet skjult, således jeg kun kan se udvalgte kommentarer. Når det fremgår på Facebook at kommentarer er blevet fjernet, er det dog til at tage højde for. Men jeg har ingen måde at vide på, hvorvidt der er hele opslag som kan være blevet fjernet siden hen. Det vil altid være en udfordring at se tilbage i tiden, da der kan være redigeret i oplysningerne man tilegner sig. Teori vil altid spille en rolle i forhold til en case, omend den kan have meget forskellige karakter alt efter hvad man ønsker at opnå. Dette projekt vil gå induktivt til værks og teori vil derfor ikke spille en rolle for valget af casen. Det teorifortolkende casestudie bruger teorien til at fremhæve og forklare elementer af casen (Antoft et al. 2012: 39). Den vil danne grundlaget for de mønstre som findes i data og kan bidrage til forklaringer om, hvordan casen kan forstås (ibid.).

Selvom casestudiet har mange gode aspekter, når den lader os fordybe os i et fænomen, så forefindes der også ulemper, idet det kan være svært at sikre den eksterne validitet. Casestudiet kritiseres for, at når man undersøger så begrænset et udsnit af samfundet, at det kan blive en udfordring at skulle kunne generalisere resultaterne til resten af samfundet (Antoft et al. 2012: 43). Flyvbjerg argumenterer dog for, at det kommer meget an på hvilken type case man vælger (2010: 470). Vælger man en meget unik case, bliver det selvfølgelig svært at generalisere den til andre ting. Flyvbjerg påpeger yderligere, at der er lagt for meget vægt på vigtigheden ved at kunne generalisere (ibid.). Han mener ikke at generalisering i sig selv er afgørende for om der fremkommer ny og brugbar viden. I dette projekt har jeg gjort brug af flere delcases, netop fordi, at brancherne ikke nødvendigvis ligner hinanden, og derfor også har forskellige tilgange til italesættelsen af seksuelle krænkelser og køn. Denne problematik forsøger jeg således at imødegå ved at kortlægge mønstre og tendenser for flere branchers reaktion på MeToo. Ved at indsamle data på internettet gennem den virtuelle etnografi vil jeg ligeledes kunne opnå højere generaliserbarhed, hvis medlemmernes italesættelser stemmer overens med observationerne online. Således vil jeg fordybe mig i HK Privats kampagne og den viden som den har frembragt, men det vil ligeledes blive analyseret på baggrund af de mønstre der viser sig blandt

brancherne. Flyvbjerg beskriver 4 forskellige typer af cases. Mine delcases vil kunne gå ind under hans beskrivelse af ”cases med maksimal variation”, idet man her vælger en række cases som adskiller sig fra hinanden på et væsentligt punkt (2010: 475). I dette tilfælde adskiller de sig som nævnt ved at tage udgangspunkt i vidt forskellige brancher. Casen bliver herudover kritiseret for ikke at være skarp nok, at det er en tidskrævende proces som producere uoverskuelig mængde data (Yin 2014: 20-21). Det er derfor nødvendigt at lave nogle afgrænsninger; særligt når jeg laver virtuel etnografi. Jeg kan ikke gå i dybden med alle brancherne på tværs af alle de sociale medier, aviser eller hjemmesider. Jeg fokuserer derfor på Facebook og avisartikler, idet der her er en kombination af interaktion med medlemmerne og kommunikation rettet mod danskerne generelt.

5.2 Metodekombination

På baggrund af mit ønske om både at undersøge, hvordan udvalgte brancher havde italesat problematikken omkring seksuelle krænkelser i deres kampagner og om der forefindes nogle mønstre i deres tilgang, samt at se nærmere på HK Privats kampagne som et konkret eksempel på hvordan medlemmerne har italesat problemet, så har jeg ligeledes valgt at gøre brug af en kombination af metoder. Jeg vil både gøre brug af virtuelle etnografi til at indfange tendenser om at fører kampagner/aktivisme på internettet. Metoden kan bl.a. belyse hvordan brancherne har italesat problematikkerne og hvordan medlemmerne har reageret på kampagnerne.

Jeg gør yderligere brug af datamaterialet som jeg har fået adgang til gennem HK Privat. Det er en spørgeskemaundersøgelse om HK Privat har fået lavet til at skabe overblik over omfanget af seksuelle krænkelser, men som jeg i højere grad bruger til at få klargjort, hvordan medlemmerne italesætter seksuelle krænkelser. Og endeligt har jeg gjort brug af Bacchis WPR-tilgang til at lave en diskursanalyse for at kunne analysere, hvordan både organisationer og HK Privats medlemmer italesætter problemerne. De forskellige metoder er valgt for, at de kan komplementere hinanden og give et mere helstøbt billede af problematiseringen af seksuel chikane og kampagnerne imod den. Jeg vil i det følgende komme nærmere ind på de enkelte metoder og herunder deres fordele og ulemper.

5.3 Virtuel etnografi

Virtuel etnografi er en af metoderne til indsamlingen af data. Etnografi er i sig selv en metode der beskæftiger sig med feltarbejde og mere eller mindre deltagende observationer, hvorved man kan indsamle data omkring adfærd, organiseringer eller kulturer. Virtuelle etnografi tager udgangspunkt i de samme elementer, men i stedet for at feltet er et fysisk rum, så befinder det sig på internettet. Denne metode er oplagt når man for eksempel undersøger de muligheder internettet giver for interaktiv kommunikation (Larsen 2012: 235). Teknologiens udvikling har givet mange nye muligheder, men det betyder også at der sker en ændring i hvordan det offline samvær foregår. Man er hele tiden forbundet gennem smartphones og internettet, så man kan hele tiden få nyheder og blive kontaktet. Den virtuelle etnografi giver nye muligheder for at undersøge det online rum, hvor individerne interagerer og kommunikerer.

Christine Hine argumenterer for at der findes to tilgange til at forstå internettet. At man kan se internettet som et sted, hvor kulturer opstår, eller at internettet er produkt af kulturen (2000: 9). I dette speciale vil der hovedsageligt være fokus på internettet som et sted, hvor kulturer opstår, idet MeToo bevægelsen er opstået online, og at kampagnerne har brugt en lignende strategi, om end de behandler offline hændelser. Der er ligeledes to tilgang til hvor man indsamler sin data; den sidebaseret tilgang eller den multi baserede tilgang (Larsen 2012: 240). Hvorved man beslutter sig for enten at undersøge brugen af en specifik hjemmeside eller om man vil forstå bestemte praksisser på tværs af internettet. Min oprindelige tilgang var at følge kampagnerne på tværs af internettet og derved gøre brug af den multibaserede tilgang, men jeg måtte hurtigt sande at kampagnerne stort set kun havde et liv på Facebook. Jeg er derfor endt med en sidebaseret tilgang, hvor Facebook er mit fokus for analysen. Jeg undersøger i dette tilfælde hvordan de deler deres budskab, hvem der interagerer med dem og hvilken diskurs de benytter sig af.

Når man snakker om virtuel etnografi kan forskeren spille forskellige roller, alt efter hvor deltagende forskeren skal være. Det er en af de grundlæggende udfordringer, hvordan forskeren skal interagere med forskningsobjekterne (Hine 2000: 44). I dette projekt vil jeg tage rollen som den passive observatør, idet jeg ikke interagerer med informanterne. Grundet det retroperspektive element ved specialet ville det blive problematisk at få uddybet fund, idet potentielle debatter, historier eller delinger er et

år gamle og informanten kan have flyttet sig fra deres oprindelige holdninger eller ting kan være blevet slettet. Hine diskuterer hvorvidt undladelse af at bekræfte online fund ved at interview informanter offline er problematisk (2000: 49). På den ene side får man ikke uddybet og forklaret empirien, men på den anden side kan det udfordre den autenticitet der opstår i, at forstå verden som den fremstår for informanterne (ibid.). I dette projekt vil der blive lagt vægt på hvordan man har formuleret sig, ikke så meget på om man havde ment noget andet, hvorfor jeg ligeledes acceptere at undlade at forsøge at få bekræftet mine fund offline.

Det vil være umuligt for mig at være helt ny på feltet. Min generation er praktisk talt vokset op med internettet og de sociale medier, således vil min forskning og forståelse af online interaktioner være påvirket af de sociale normer jeg oplever eksistere på internettet. Hine pointerer dog, at man som etnograf gennem den virtuelle metode kan opnå en refleksiv forståelse af hvad det vil sige at være en del af internettet (2000: 10). At man som forsker skal være åben overfor at lærer nyt om internettet og dens muligheder.

Den virtuelle etnografi har dog nogle særlige etiske udfordringer, idet den foregår online og undersøgelsens elementerne ved derfor ikke nødvendigvis at de bliver undersøgt. Mange anser sociale medier og lignende for at være en privatsfære, selvom alle kan tilgå det (Larsen 2012: 259). Som udgangspunkt skal man altid indsamle informeret samtykke til dataindsamlingen, men dette kan være næsten umuligt, hvis man arbejder med store mængder data og ældre indlæg (ibid.). Man kan diskutere om man har ret til at bruge oplæg og kommentarer der ligger frit tilgængeligt online til undersøgelser, hvis informanterne ikke er informeret. Må jeg for eksempel tage screenshots, hvor man kan se folks navne og billeder? I specialet har jeg besluttet at bruge screenshots fra organisationers sociale medie sider, idet det kan sidesættes med det offentlige rum. Men for de "civile" der kommenterer på opslagene, har jeg anonymiseret dem ved at deres efternavne og billeder ikke fremgår, så det kun er mig der ved hvem afsenderen var. Dette valg har jeg taget fordi, at selvom de er skrevet offentligt tilgængeligt, så har de ikke indvilliget i at jeg bruger deres udtalelser og det er ligeledes personfølsomme oplysninger. I forhold til mit ønske om at foretage en diskursanalyse, er det ligeledes væsentlig at holde for øje, at sproget online kan skabe nye muligheder for kommunikation, idet der kan være forskel på hvordan folk skriver

online og hvordan man taler offline. Ligeledes har internettet skabt andre muligheder for at kommunikere gennem for eksempel likes, smileys og gifs.

Dataindsamling

Min tilgang til virtuelle etnografi har gjort at jeg har indsamlet data på Facebook og Infomedia. Som det første gik jeg på infomedia og undersøgte hvor mange artikler de havde liggende fra perioden 1/10/2017 til 26/02/2019, baseret på søgeord fra de udvalgte kampagner som "ikkehosos", "udentavshedspligt" "metoo mosaik" og "notonthemenu". Derefter har jeg besøgt de udvalgte kampagners Facebooks sider hvor jeg er gået tilbage til den 1/10, eller startdatoen for kampagnen og har fundet alle opslagene omkring deres kampagner. De er screenshottet og det samme er medlemmernes kommentarer. De relevante screenshots til analysen findes i bilaget. Hvor der ikke fandtes en Facebook side har jeg i stedet besøgt kampagnens egen hjemmeside.

Samlet set fandt jeg for HK Privats #ikkehosos kampagne; 13 artikler på infomedia og 15 post på Facebook.

3F har ingen posts om #notonthemenu på deres egen Facebook side, men de er med i et nordisk samarbejde som har en selvstændig Facebook, hvor de har 5 opslag. Der findes 4 artikler på infomedia.

#Udentavshedspligt er en kampagne der ikke er tilknyttet en fagforening, men som er udarbejdet af en kvinde indenfor sundhedsvæsenet. Kampagnen er gået i stå i maj 2018, og pt er deres hjemmeside lukket ned, men der findes 3 artikler om kampagnen på infomedia og der er en hel del posts på Facebook.

Meta film står bag kampagnen #Metoo-mosaik, der består af en hjemmeside med 100 videoer og 20 artikler på infomedia. Den har ikke sin egen Facebook side. Selvom det er mediebranchen og skuespillere der har skabt kampagnen, så er historierne de fortæller fra mange forskellige brancher. Datamaterialet indgår særligt sammen med Bacchis WPR-tilgang og vil blive uddybet senere.

Kampagne beskrivelser

HK Privats Facebook kampagne: 8 formænd for fagforeninger læser kvindelige medlemmers historier op. Opslagsteksterne går på, at det er et fælles ansvar, at alle (kvinder og mænd) skal kunne gå på arbejdet med ro i maven, at ledelsen skal gøre mere og at en frisk tone ikke undskylder chikane. Fortæller udelukkende kvinders

historie. Problematikken omkring seksuelle krænkelser vises gennem 8 fortællinger, tal fra deres undersøgelse og uddrag af andre medlemmers eksempler. Selvom det hovedsageligt er kvinder der indberetter det, beskrives det som et fælles problem - der kræver en fælles løsning. Kvinder og mænd skal alle være med til at skabe et arbejdsmiljø hvor man føler sig tryk ved at sige fra, hvis man for overskredet sin grænse. Ledelsen skal drages til ansvar. I kommentarfeltet bliver kampagnen og fokus på seksuelle krænkelser bl.a. anklaget for at ville indskrænke, særligt mænds, humor på arbejdspladsen. HK Privats logo for kampagnen er en hvid hånd, der griber over en sort stophånd. Et symbol på fysisk chikane.

3F Facebook: Deres kampagne #notonthemenu kan ikke findes på siden. Der er ingen opslag med dette slogan. Der er kun 2 opslag om seksuelle krænkelser. Det ene opslag er HK Privats video (en del af deres #ikkehosos kampagne), hvor 3Fs formand læser en historie op. Deres kampagnen er et samarbejde forening der arbejder med gæsteservice fag i de andre nordiske lande. Der er en selvstændig Facebook til "We are not on the menu". Man får den umiddelbare opfattelse at 3F bakker op om kampagnen, mere end de egentlig er involveret i at udarbejde kampagnen. På "We are not on the menu" finder man 5 opslag, der handler om at gæsterne i julefrokostperioden skal huske på at personalet skal behandles ordentligt.

Uden tavshedspligts Facebook: Selve deres hjemmeside er som sagt lukket ned nu. Facebook siden er ikke opdateret siden 23 maj 2018. Målet er at sætte fokus på seksuelle krænkelser på arbejdspladsen ved at dele en historie fra sygehusvæsenet om dagen. Det er "læserne" der skriver ind og fortæller deres oplevelser. Som udgangspunkt skriver siden ikke selv en tekst til historien, den får lov at stå alene og der bliver ikke taget stilling til fortællingerne. Alle historierne er fra anonyme afsendere, men når de læses, tegner der sig et billede af at det hovedsageligt er kvinder, som indberetter seksuelle krænkelser og at der er et magtforhold ind over, da mange af historierne handler om upassende opførsel fra overordnede. Der er delt 38 historier på siden.

MeToo-mosaik: Kampagnen er lavet af Meta Film og har ikke sin egen Facebook side, men har en selvstændig hjemmeside. Herinde fremgår der statistik på omfanget af seksuelle krænkelser i Danmark; både i hjemmet og på arbejdet. MeToo debatten

startede i filmbranchen og dette samarbejde mellem Meta Film og 11 fagforeninger + andre skal brede debatten ud til at omfavne resten af samfundet. 100 videoer med danske skuespillere der genfortæller historier om seksuelle krænkelser. Forsøger at illustrere at debatten omhandler os alle og den skævvridning der findes i samfundet. Det fremgår at de har en mål som de sælger, hvor overskuddet går til Landsorganisationen af kvindekrisecentre. Man støtter kvinder i krise, ikke begge køn. Valget af organisation at støtte er også interessant, da MeToo har været kritiseret for kun at handle om kvinder og kvinders udfordringer.

5.4 Datasæt

I projektet har jeg anvendt data omkring verbal seksuel chikane på arbejdspladsen som er indsamlet af Epinion på vegne af HK Privat. Undersøgelsen er ikke offentligt tilgængelig, men en som jeg har fået særlig tilladelse til at bruge. Undersøgelsen er udført i perioden den 15. maj til den 25. maj 2018 og er baseret på et spørgeskema som 3457 medlemmer af HK Privat har besvaret. Undersøgelsen er udført som en webbaseret undersøgelse blandt HK Privats medlemspanel. Data er blevet vejret efter indsamlingen, så den til svarer medlemsfordelingen i HK Privat. HK Privat har fået udført undersøgelsen 3,5 måned efter de igangsatte deres kampagne #Ikkehosos. Den indsamlede data er i projektet brugt til at belyse HK Privat medlemmernes oplevelser af seksuel chikane og reaktioner herpå. Jeg har hovedsageligt lavet diskursanalyse på deres åbne besvarelser omkring upassende adfærd på arbejdspladsen og konkrete eksempler på seksuelle bemærkninger.

Fordelingen mellem mænd og kvinders besvarelser illustreres i nedenstående figur. Jeg har udvalgt de to spørgsmål fordi, at de kan hjælpe mig med at besvare forskningsspørgsmålet omkring medlemmernes italesættelserne af seksuelle krænkelser. Resten af spørgeskemaet handler mere bredt om, hvem der har oplevet seksuelle krænkelser og hvordan man har reageret på det. De fleste spørgsmål har svarkategorier, men der er også flere åbne besvarelser som jeg har valgt ikke at tage med; for eksempel hvorfor det er usandsynligt at man vil snakke med ledelsen/kollegaer om verbal seksuel chikane. Jeg er interesseret i at undersøge, hvordan seksuelle krænkelser bliver beskrevet og hvordan man italesætter grænserne mellem sjov og seksuelle krænkelser, hvilket spørgsmålene kan hjælpe med at besvare. Hvordan italesætter individerne deres oplevelser med seksuelle krænkelser?

Spørgsmål	Kvinder	Mænd
Hvilke af følgende ting overskrider dine grænser for, hvad der er passende på en arbejdsplads?	137 (77,4%)	40 (22,6%)
Hvilke konkrete eksempler har du på, hvordan seksuelle bemærkninger eller hentydninger er blevet/bliver brugt på din nuværende arbejdsplads?	267 (87,8%)	37 (12,2%)

Figur 2

Analysestrategi del 1

Datamaterialet er udelukkende brugt for at gøre brug af de åbne besvarelser omkring oplevelser med upassende verbal chikane. Det er dog ikke kun verbale oplevelser som bliver beskrevet; fysiske oplevelser bliver også italesat. Men det er dog værd at have i mente at spørgsmålsformuleringen kan have udelukket nogle fra at have delt fysiske oplevelser. HK Privat er en fagforening som har et overtal af kvindelige medlemmer, hvorfor det ikke er overraskende, at man ser at 72% af spørgeskemaet er besvaret af kvinder. Jeg tager udgangspunkt i spørgsmålet: “Hvad overskrider din grænse for hvad der er passende på arbejdspladsen?” Her ser jeg på hvordan de 3457 besvarelser fordeler sig for eksempel at over 50% besvarer; seksuelle øgenavne, nedsættende/seksuelt ladede kommentar om udseende, nedsættende om intelligens og seksuelle billeder som upassende. Herudover ser jeg på “andet” kategorien, med dens 177 åbne besvarelser. Det er relevant at undersøge, hvor grænserne går for at forstå, hvordan man italesætter seksuelle krænkelser. Det andet spørgsmål som jeg arbejder med er “Hvilke konkrete eksempler har du på hvordan seksuelle kommentarer er blevet brugt på din arbejdsplads?”. Her findes der 304 åbne besvarelser. De besvarelser kommer fra individer der tidligere har svaret ja til at de har oplevet, at der er blevet brugt seksuelle bemærkninger mellem kollegaer/ledelsen på arbejdspladsen. Heraf er 37 af besvarelserne fra mænd. Heraf omhandler 13 af besvarelserne noget deres kvindelige kollegaer har oplevet, mens 14 af besvarelser giver udtryk for at det kun er for sjov/jokes. Ingen af mændene kommer med eksempler, hvor de har fået overskredet deres grænser.

5.5 WPR-tilgangen

I projektet ønsker jeg at analysere, hvordan seksuelle krænkelser italesættes både blandt medlemmer og hos forskellige brancher, men også at forsøge at finde forklaringer på, hvorfor problematikken fremstilles på bestemte måder. En måde at gøre dette på kan være gennem diskursanalyse. Der findes en række forskellige tilgange til diskursanalysen, alt efter ens tilgang til feltet. I dette speciale vil jeg gøre brug af Bacchis “What’s the problem represented to be” tilgang, herefter benævnt som WPR-tilgangen, som tager udgangspunkt i politikanalyser (Bacchi 2010: 62). Selvom metoden er lavet til at analysere politiske tiltag, så fremhæver Agustín at metoden kan bruges til at belyse mange andre former for sociale interaktioner fx i sociale bevægelser eller påvirkningen af offentlige institutioner (2012: 90) I forlængelse her af mener jeg således også, at den kan bruges til at belyse kampagnerne. En politik er lavet for at løse et konkret problem, og en kampagne har ligeledes til formål at løse et problem. Politikken vil oftest have en mere direkte handlingsplan, hvor kampagner vil handle om at rette fokus på et problem og dermed mere indirekte ændre individets handlinger. Men begge har et ønske om at løse et problem, hvorfor jeg her bruger den til at analysere medlemmernes historier og branchernes kampagner.

Diskurser er måder hvorpå en underliggende logik bliver forbundet gennem kommunikationssystemer (Agustín 2012: 85). Man bruger diskursanalysen for at undersøge de kontekster, magtforhold og strukturer, der kan komme til udtryk gennem den dominerende diskurs. WPR-tilgangen kan siges kort at fokusere på hvordan et problem bliver præsenteret. Man forsøger hermed at analysere de underliggende opfattelser af et problem (Agustín 2012: 90). Metoden vil afdække de uudforskede måder at tænke på, som ligger til grund for politikker, således at man kan forsøge at finde nye måder at løse problemer på (Bacchi 2010: 63). I projektet vil man afdække de måder man italesætter og tænker om seksuelle krænkelser, for at kunne stoppe det fra at ske i fremtiden.

Bacchi mener at problematikkerne er bundet i de diskurser de finder sig i. Og at diskurser er socialt konstrueret viden, der sætter begrænsninger for hvad vi ved, tænker og føler om forskellige sociale praksisser (ibid.). Problematiseringen er ligeledes en bestemt måde at præsentere sin problematik på, idet man her kan sætte fokus på det man mener er relevant, men heraf vil der også være elementer som man

fravælger at belyse, hvilket kan ses som at der eksistere et magtforhold i problematiseringen (Carson og Edwards 2011 :75). Det der er udelukket fra repræsentationen, om end det er bevidst eller ubevidst, kan fortælle noget om de kønsrepræsentationer som ligger bag (Agustín 2012: 92). Forskellige aktører vil have forskellige måder at repræsentere køn og seksuelle krænkelser på, hvorved formålet ved denne tilgang er at identificere de konflikter, som kan findes mellem aktørernes tilgange (ibid.).

WPR-tilgangen består af 6 spørgsmål som skal kunne klargøre hvordan en politik, eller som i dette speciale en kampagne/fortælling, præsenterer problemet (Bacchi 2010: 64). Her hvordan den offentlige debat har været omkring seksuelle krænkelser på arbejdsmarkedet og hvordan medlemmerne præsenterer køn på gennem deres fortællinger.

- 1- Hvilket 'problem' bliver repræsenteret?
- 2- Hvilke antagelser og præmisser er grundlag for denne repræsentation af 'problemet'?
- 3- Hvordan er denne problemrepræsentation opstået?
- 4- Hvad behandles som taget for givet i problemrepræsentationen? Hvad tales der ikke om? Kan man tænke 'problemet' anderledes?
- 5- Hvilke effekter producerer problemrepræsentationen?
- 6- Hvordan bliver denne repræsentation af 'problemet' reproduceret, spredt og forsvaret? Hvordan kunne denne repræsentation blive udfordret, forstyrret eller erstattet? (Bacchi 2010: 64-65, forfatters oversættelse).

I projektet vil jeg lægge særlig vægt på spørgsmål 1, 2 og 4.

Disse spørgsmål forsøger at indfange hvad der ligger til grund for en bestemt fremstilling af problemet. Spørgsmål 1 skal helt grundlæggende indfange, hvilke problematikker som bliver præsenteret. Hvilke problemer italesætter brancherne og er det de samme problemer som medlemmerne beskriver om i deres historier? Spørgsmål 2 vil se på hvilken viden er det problematiseringen tager for givet? Hvilke kulturelle normer ligger til grund for denne måde at repræsentere det på? Man skal ind og kigge på hvordan samfundet ubevidst tænker, siden det er denne kommunikation man er kommet frem til (Bacchi 2009: 5). Spørgsmål 4 vil blive

undersøgt, da det ligeledes er relevant at erkende at der er begrænsninger for hvad en kampagne eller historie kan fokusere på, men hvad er det der går tabt? Er der ting som bliver tilbageholdt for at frame problemet på en bestemt måde?

Hermed ikke sagt at de andre punkter slet ikke er relevante at se på. Under spørgsmål 5 kan man for eksempel se på hvem der bliver præsenteret som værende "skyld" i problemet og hvem der opnår noget/få gavn af denne problematisering (Bacchi 2009: 18).

WPR-tilgangen kritiseres for at den ikke lader forskeren analysere på hvordan individer i praksis håndterer problematiseringerne. Man kan ikke se på hvordan individer interagerer og oversætter problematiseringen til handlen i praksis (Skovhus og Thomsen 2015: 114). Metoden kritiseres for kun at belyse problemet gennem politiske beslutninger, hvorved individerne der lever med problemet, bliver ignoreret. Dette forsøger jeg at gøre op med, ved at bruge metoden på medlemmernes egne fortællinger, hvorved jeg kan belyse individernes italesættelser af problemet. Ydermere bliver tilgangen brugt på at forstå diskursen og problematiseringen i kampagnerne. Agustín kritiserer ligeledes tilgangen for, at den ikke kan forklare grundlaget for specifikke præsentation, men er nødt til at gøre brug af for eksempel supplerende interviews (2012: 97). I specialet kommer det til udtryk ved, at jeg ikke kan finde ud af, hvorfor kampagnerne er udarbejdet på disse måder. I forlængelse af forståelsen om at diskursen skaber vores forståelse af et fænomen, er det således heller ikke afgørende hvad de har haft til hensigt, men mere interessant at se på hvordan de har italesat problemet og hvad det fortæller os. Agustín fremhæver ligeledes i sin analyse, at tilgangen i sig selv glemmer at tage højde for den politiske eller institutionelle kontekst som det befinder sig i (ibid.). Hun mener således, at man ikke kan isolere en politik eller strategi, den vil altid være påvirket af den kontekst som den fremsættes i, hvorved det er vigtigt selv at have det for øje, når tilgangen ikke har det eksplicit med.

Analysestrategi del 2

Analysen er lavet ved at gennemgå de 3 udvalgte spørgsmål for WPR-tilgangen på de udvalgte kampagner. Hjemmesiderne/Facebook siderne er gennemgået for at finde opslag der omhandlede seksuelle krænkelse. Herved fokuseres der bl.a. på hvilke krænkelse der italesættes, hvordan problemet frames og hvem tillægges ansvaret.

Ligeledes bliver der set på om der er forskelle i kønnenes diskurs. I praksis har jeg derudover kodet mine fund med farver for at kunne sammenligne, hvor der er overensstemmelser og forskelle i de forskellige kampagner. En af de helt store udfordringer jeg havde ved brugen af denne analysetilgang, er at opslagene på Facebook ofte er meget korte og at de samtidig er rettet mod en meget bred gruppe mennesker. Modsat tilgangens egentlig formål at analysere på politikker, hvilket er meget rettet mod problemløsning, så viste det sig af mange opslag fra kampagnerne slet ikke handlede om konkrete løsninger, hvilket samlet set besværliggjorde brugen af tilgangen, idet grundlaget for analysen blev mindre end forventet. Jeg har derfor forsøgt at bruge den på deres mere generelle udtalelser end blot på de konkrete løsningsforslag. Som nævnt i det ovenstående afsnit, så har jeg haft en lignende udfordring som Agustín mødte, idet jeg ikke har haft nogen kontakt til nogle af bagmændene til kampagnerne omkring deres valg og strategier. Tilgangen lader mig analysere på deres valg af diskurs, men ikke hvorfor de har valgt den diskurs.

6. Analyse

6.1 Mediernes beskrivelser af kampagnerne:

Først vil jeg se på, hvordan medierne har beskrevet kampagnerne og deres problematiseringer. Jeg har valgt at starte med at se på kampagnerne italesættelse udefra, for at se hvordan de er blevet beskrevet for folk, som ikke nødvendigvis er indenfor de brancher som kampagnerne tager udgangspunkt i. Om der evt. skulle være forskel på beskrivelserne til den brede befolkning og dem der er i branchen. Ser man på Bacchis første punkt, så kan det overordnet ses, at de fire kampagner alle sammen beskriver det samme problem. At der foregår seksuelle krænkelser på arbejdspladsen. At der fortsat findes individer som ikke kan gå på arbejde uden at frygte seksuelle krænkelser. Kampagnerne fremhæver alle sammen behovet for at få rettet opmærksomhed på hvor stort et problem det er.

Uden tavshedspligt:

For #Udentavshedspligt bliver det yderligere fremhævet, at det oftest er et problem som opleves af unge kvinder og at problemerne opstår med deres overordnede. I forlængelse heraf nævnes det, at de unge mænd ikke kan genkende de forhold som kvinderne fortæller om (Højsager og Baltzar 2018). Herunder ligger der altså en

antagelse om et køns- og magtperspektiv. Man kan således se mænd i lederstillingerne som skyld i problemet, det er i hvert fald dem som oftest udfører chikanen og således også dem hvis opførsel der skal ændres. Kvinderne bag #Udentavshedspligt bliver citeret for at mene, at en underskriftsindsamling ikke ville hjælpe noget i Danmark, da vi herhjemme skulle være bagud på ligestillingsområdet (Larsen og Munk 2018). Her antages det altså at man i det danske sygehusvæsen ikke anser seksuelle krænkelser for at være et problem, at man er nødt til at starte med at belyse det overhovedet finder sted og at det er et problem. Det kan være et resultat af en indgroet kultur, hvor man ikke har sat spørgsmålstegn ved måden kønnene eller folk på tværs af hierarkiet har omgået hinanden på. Kampagnens bagmænd beskriver ligeledes, hvordan de har været i dialog med formanden for Yngre Læger for at få dem involveret, men grundet formandens manglende viden om omfanget, mener hun ikke foreningen skal gå ind i sagen (Larsen 2018). Der kommer således også et aspekt af at kampagnen har brug for opbakning fra en etableret forening, så den ikke kun skal foregå online. Men i samme omgang bliver der italesat den manglende opbakning, som stammer fra manglende beviser. Der fremstår således en tankegang om at man ikke kan/vil gå ind i en sag, som ikke er godt nok belyst, hvorved jeg ser en antagelse om, at det så ikke finder sted. Hvis man ser på Borchorst og Agustíns forskning, så fandt de at folk har nemmere ved at identificere seksuelle krænkelser andre har været udsat for end dem de selv oplever; blandt danske sygeplejersker var der hele 9 procentpoint forskel på de to aspekter (2017: 67). Der er således noget der tyder på at der formentlig findes en del flere seksuelle krænkelser end dem de hører om i Yngre Læger. Borchorst og Agustín argumenterer ligeledes for at det kan være svært som ny på arbejdsmarkedet at vide hvad der er god tone (ibid.). Dette hænger fint sammen med kampagnens fokus på de unge og at flere af historierne melder om unge kvinder, der har været nervøse for at sige fra. Der opstår en ubalance, hvis det ikke er nok at nogle kommer og siger det er et problem, at problemet først eksistere hvis man selv har set det, men at ofrene ikke tør melde det. Ud fra Bacchis spørgsmål om hvilke antagelser og præmisser der ligger til grundlag for repræsentation, kan det opsummeres at man antager problemet ikke er ordentligt belyst, at det ikke bliver taget alvorligt, at man har gemt problemet væk, så det får lov til at fortsætte og at det er mænd i lederstillinger som skaber problemet for de unge kvindelige sundhedsmedarbejdere. Det sidste af Bacchis spørgsmål som bliver fremhævet, omhandler hvad det er som bliver taget for givet? Hvad er det som ikke bliver talt om i repræsentationen? For #Udentavshedspligt bliver det den

mandlige leder som er problemet, man lægger ikke vægt på den udfordring som jævnbyrdige kollegaer eller udefrakommende som for eksempel patienter og borgere kan skabe. Ligeledes snakker man ikke om den seksuelle krænkelse som mænd oplever, det fremstår som et problem kvinder isoleret oplever. Man taler ikke om hvad der skal løse problemet, kun at det skal frem i lyset.

Notonthemenu:

#Notonthemenu adskiller sig fra #Udentavshedspligt, idet der bliver fremhævet at både mænd og kvinder i servicefagene oplever den seksuelle chikane (Breum et al. 2017). Ligeledes beskriver de, at det er kunderne som oftest er skyld i problemet og ikke kollegaer eller chefer. Problemet der bliver repræsenteret her, er således nærmere, at kunderne chikanere tjenerne. Der bliver lagt særlig vægt på at problemet med seksuelle krænkelse er størst over julen, hvor man mener at der er en sammenhæng mellem alkohol og seksuelle krænkelse (Breum et al. 2017). Herved fremstår det også som værende en antagelse at folk ikke kan finde ud af at styre sig, når de har drukket. Alkoholen bliver en "undskyldning" for at det sker. Man glemmer at snakke om, hvorvidt der kan være andre grunde til at tjenerne oplever chikanen? For eksempel det magtforhold der ligger i at tjenerens job er at servicere og skabe en god aften. Eller at der kan være en anden dynamik, hvis man er ude med vennerne i stedet for familien. I en af artiklerne nævnes der en tommelfingerregel for gæsterne, som de kan bruge til at overveje om deres opførsel er upassende. Man mener herved, at det er gæsternes ansvar at opfører sig ordentligt og dermed sætte en stopper for chikanen. Herved antager man også, at folk vil holde op med at chikanere, hvis de bliver gjort opmærksom på deres problematiske adfærd. At folk ikke tidligere skulle have været klar over at deres opførsel har været problematisk. Man glemmer at belyse hvilke rettigheder tjenerne har og hvordan de kan hjælpe sig selv og hinanden ude på arbejdspladsen. I artiklerne bliver tjenerne særligt fremhævet, men kampagnen tilkendegiver at den egentlig arbejder for at sikre bedre vilkår for alle indenfor servicebranchen. Fokusset på gæsternes alkoholindtag går igen i Bråten og Øistads forskning blandt hotellederne. Lederne fremhæver at alkoholen skaber problemer mellem gæsterne, men også at man er villig til at smide en gæst ud, hvis de ikke kan opføre sig pænt, om end lederne gerne vil forsøge sig med snak eller en anden tjener først (2018: 34). Når det kommer til seksuelle krænkelse mellem kollegaer, er de, ligesom kampagnen, mindre standhaftige. Her snakker man om hvad der er sket, og

hvorvidt det blot kan være misforståelser. Der er både i forskningen og i kampagnen en manglende sikkerhed i hvordan man håndterer seksuelle krænkelser kollegaer indbyrdes. Man vil ikke finde sig i upassende opførsel fra gæsternes side, men det er svære at håndtere kollegaer, formentlig fordi det kan have langt større påvirkning for virksomheden, end at smide en enkelt gæst ud.

MeToo-mosaik:

Når Meta film har lavet en #MeToo-mosaik, så er det for at belyse at seksuelle krænkelser ikke kun finder sted i filmbranchen, men at det er et generelt problem på tværs af brancher. Hvor de ovenstående kampagner er blevet beskrevet som fokuseret på at udbrede opmærksomheden på problemet, så tilkendegiver man at MeToo-mosaikken vil være med til at skabe et grundlag for en politisk debat. Man har bl.a. vist videoerne ved en politisk høring (Sørensen 2018). Man antager således at der er nødt til at ske nogle politiske ændringer for at sikre danskerne mod seksuelle krænkelser på deres arbejdsplads. Man mener ikke at det vil stoppe blot fordi, at man retter fornyet opmærksomhed mod problemet. Modsat de ovenstående der er meget på individ plan, ser Meta Film således problemet som værende et samfundsproblem, som løses på et højere niveau. Ved at forlange politisk opmærksomhed, må der således også foreligge en præmis om at lovgivningen på området ikke er tilstrækkelig som den er pt. Man kommer dog ikke med konkrete eksempler på, hvad man vil have lavet om, hvordan forholdene bør forbedres. *“Vi håber, at andre vil kunne se, at dette ikke er noget forkælet piveri, at det ikke er enkeltsager, at det ikke er småting”* - Meta Louise Foldager Sørensen (Sørensen 2018). I forhold til den oprindelige MeToo kampagne, synes Meta Louise Foldager Sørensen, kvinden bag videoerne, at det er vigtigt at lægge vægt på at det ikke kun er kendte mennesker som oplever krænkelserne, men at sætte fokus på de almindelige danskeres oplevelser (Kildebæk 2018). Der ligger således en antagelse om at chikane er noget alle kan opleve på tværs af køn, alder, brancher eller offentlig succes. Borchorst og Agustín fremhæver ligeledes at det i deres forskning er svært at udpege bestemte brancher, som særligt slemt ramt af seksuelle krænkelser, da det også handler om hvem der vælger at rejse sagerne (2018: 151). Men de fremhæver i stedet for at bl.a. små selvstændige, tandlæger, butikker, kontorer, restaurationsbranchen og fabrikker som værende dem med flest sager i civilretten (ibid.). De eksempler ligner ikke hinanden ret meget, hvilket stemmer ret godt overens med MeToo-mosaikkens opfattelse af, at seksuelle krænkelser rammer bredt.

Ligeledes opsættes der ikke et billede af hvem der begår chikanen eller hvorfor. Man holder det altså igen åbent, at det er noget der kan komme fra hvem som helst og ikke kun fra en bestemt type eller i en bestemt stilling. Reineckes forskning støtter op om denne tese med at seksuelle krænkelser kan komme fra hvem som helst, når han taler om de tre typer; de hardcore, opportunisten og den ubevidste (2018: 88-89). Der bliver antaget at der foreligger en kultur i samfundet som tillader seksuelle krænkelser at finde sted.

Ikkehosos:

Endeligt så adskiller #Ikkehosos sig fra de andre, ved at lægge vægt på at problemet med seksuelle krænkelser er et fællesproblem, og hermed også at der er et fælles ansvar for at løse det. Selvom man taler om det er et fælles problem, så står der også at kampagnen er dannet på grund af at hver 6. kvindelige medlem har oplevet uønsket seksuelle tilnærmelser (Stranddorf 2018). Herved må man antage, at kvinderne oplever problemet oftere end mænd. At der er en kønsforskel i hvordan man enten opfører sig overfor hinanden eller hvordan man opfatter tilnærmelserne. Man ønsker både politikernes opmærksomhed, men også at der skal lægges vægt på forebyggelse, herunder beskrives at ledelsen har et særligt ansvar for at sikre gode arbejdsvilkår for deres medarbejdere, men også at de skal have en klar personalepolitik klar, som man kan trække på i tilfælde af chikane (Vind 2018). Man antager således ikke at problemet kan løses af det enkelte individ, ej heller at det bør være op til den enkelte at kunne sige fra og stoppe det. Men at man skal være fælles, at man har et medansvar, hvis man for eksempel ser en kollega blive udsat for chikane, at man så skal sige fra over for den opførsel, så der kan skabes et godt arbejdsmiljø for alle. HK Privat adskiller sig ligeledes fra ovenstående kampagner ved at lægge vægt på deres egen rolle, nemlig at hvis ledelsen ikke tager deres ansvar alvorligt, så pointerer de at man skal gå til fagforeningen. De antager ikke at virksomhederne kan eller vil tage det ansvar på dem, at løse konflikter om seksuelle krænkelser, og er derfor klar til selv at spille en rolle, i sikringen af medlemmernes arbejdsmiljø. Kampagnens hjørnesteen er de 8 videoer, der er lavet med fagforeningsformænd. Problemet omkring seksuelle krænkelser bliver bevidst italesat gennem mænd, idet *"Der bliver lyttet mere til mænd. Hvis det var kvinder, var vi bange for, at der ikke ville blive lyttet på samme måde."* – Marianne Vind (Frederiksen 2018). Herved ligger der en antagelse om, at der fortsat er et problem med ligestillingen i samfundet. Kvinder og mænd har ikke det samme at

skulle have sagt, de bliver ikke taget lige alvorligt. Der ligger et seriøst samfundsproblem bag, hvis man er nødt til at have en mand til at sprede et budskab for at der bliver lyttet. Kvinder og mænd er ikke det samme værd. Det er dog også værd at når kampagnen mener ledelsen skal stå til ansvar, så er det oplagt, at det er ledelserne for foreningerne som står frem. Og det er stadig oftest mænd der sidder i ledelsespositionerne. Men denne tankegang om at man lytter hvis det er mænd der snakker, stemmer overens med Dixons forskning i online aktivisme, hvor hun finder at der har været en tendens til at samfundet bliver beskrevet ud fra mænds perspektiver, men at den digitale aktivisme kan give kvinderne en måde at fortælle deres historie, det giver dem en ny stemme. Selvom kampagnen stort set kun ser på kvinders fortællinger, så er det i videoerne stadig gennem mændene. Man har tillægger stadig mændenes stemme så meget magt, at kvindernes historier kommer gennem dette filter.

Opsummerende kan man sige at selvom seksuelle krænkelser på arbejdspladsen er det overordnede problem for dem alle sammen, så bliver det præsenteret på mange måder. Det kan være alt fra mandlige chefer til virksomhedens ledelse til normer i samfundet, som er problemet. Det kan være unge kvinder eller alle som kan opleve seksuelle krænkelser. Der fremstår end ikke et klart billede på tværs af, hvordan man kommer problemet til livs; er det ved at gøre individerne opmærksom på det eller skal politikerne ind over?

6.2 Seksuelle krænkelser italesættes i kampagnerne:

Uden tavshedspligt:

Når man blot besøger Uden tavshedspligts Facebook side, er det grundet de nyeste opslag (et år gamle), som gør at man tydeligt ved hvad de arbejder for. De første mange opslag på deres side er udelukkende sundhedspersonalets fortællinger uden nogen forklaring koblet til opslagene. Ved at læse historierne opfatter man dog at der findes et problem. Der er et gennemgående tema der hedder, at studerende/nyuddannede kvinder i sundhedsvæsenet oplever seksuel chikane fra deres mandlige overordnede. Fortællingerne viser både kvinder som ikke tør sige fra grundet deres nystartede karriere og kvinder som siger fra, men hvor mændene ikke tager det til efterretning.



Billede 1

Siden er dog ikke til for at kun kvinder kan dele deres historie, men alle inden for sundhedsvæsenet er velkomne, hvis de har oplevet chikane. Der findes dog kun et par fortællinger om upassende opførsel fra kvindelige sygeplejersker, det er langt oftest mænd som krænker i historierne. Når man læser historierne, kommer den overordnede problematik derfor til at se ud, som om unge kvinder bliver udsat for chikane i sundhedsvæsenet. Selvom historierne udgør det meste af siden, så skal selvfølgelig ikke stå alene, så med sidens artikler og opslag handler det ikke længere kun om kvinder. Det handler om at skabe et trygt arbejdsmiljø både for kvinder og

mænd, hvor det ikke skal være op til den enkelte at reagere, hvis man oplever chikane. Men at det er en kamp som skal kæmpes i fællesskab. Der foreligger antagelser om at det ikke er nok at sige fra, at man ikke kan regne med at blive taget alvorligt som ene person der råber op. Bekæmpelsen af seksuelle krænkelser på arbejdspladsen er noget man skal hjælpes om. Man antager ligeledes at det ikke bliver taget alvorligt, hvis ikke man kan bevise at det finder sted gennem konkrete historier. Det er ikke nok blot at have en statistik eller tilkendegivelser af opbakning. Man er nødt til at kunne vise præcis på hvilken måde og i hvilke situationer der finder sted, for end at kampagnen vil blive taget alvorligt. Gennem fortællingerne får man også opfattelsen af en ulighed mellem kønnene i sundhedsvæsenet. Kvinder har tilsyneladende ikke samme vigtighed som mænd, siden de bliver reduceret til kroppe og ikke får samme professionelle respekt.

Ifølge Butler bliver måden at gøre køn på til i sociale handlinger med andre mennesker. Hvorved man gennem sine handlinger kan genskabe en måde at gøre køn på. Men fordi kønnet opstår i samhandling med andre, er de ligeledes nødt til at acceptere måden at gøre køn på, hvis man ikke vil stå uden for normen. Den heteroseksuelle matrice forlanger at individerne indpasser sig i de kulturelle forståelser af køn. Italesættelsen af seksuelle krænkelser kan således sige os, at man som samfund har tilladt mænd at opfører sig upassende over for kvinder. Historierne fortæller ligeledes om uforstående mænd og at man ikke rigtig gør noget, der er en jævnligt en "sådan er det" fornemmelse, hvilket stemmer godt overens med ideen om at man kun kan få lov til at opfører sig på denne måde, hvis omverden tillader dette. Opførelsen har tydeligvis ikke haft konsekvenser tidligere, hvorved den bliver reproduceret og får lov til at fortsætte. Man er nødt til at opstille nye krav til hvordan man opfører sig som mand på arbejdspladsen.



Billede 2

Ovenstående screenshot er et eksempel på et af de få opslag som ikke direkte er historier fra sundhedsvæsenet. Eksemplet viser blandt andet at selvom kampagnen har befundet sig i et online univers, så antager man, at det er nødvendigt at blande sig i debatten offline, hvis den skal have langsigtede konsekvenser. Online aktivisme kan ikke stå alene, man er nødt til at være med til at påvirke ændringerne ude i virkeligheden. Det risikerer at blive ved snakken, hvis man ikke skaber en konkret handlingsplan. Selvom Uden tavshedspligt lever op til nogle af NSM teoriens krav, så kommer de ikke rigtig i mål. De har konflikten og de personlige historier, som skal skabe en identitetsfølelse mellem sundhedsvæsenets medarbejdere og kampagnen. Men når jeg besøger deres Facebook side, så fremstår der ikke en klar handlingsplan, for hvordan man kan løse problemet. Ifølge NSM-teorierne så kan en kampagne eller bevægelse ikke opnå opbakning, hvis ikke den kan italesætte et løsningsforslag og være inspirerende, så man har lyst til at hjælpe (Hunt et al. 1994: 191). Hvilket ser ud til at være tilfældet her. Når man ikke har en konkret plan for, hvad man arbejder hen imod, er det svært at motivere sig selv til at deltage, hvilket måske også kan forklare, hvorfor siden er gået i stå for et år siden og hvorfor der stort set ingen kommentarer er til deres opslag. De har ikke formået at inspirere folk til at være med.

Notonthemenu:

I Danmark har 3F fået en del omtale for kampagnen #Notonthemenu, men det er værd at fremhæve igen, at det ikke er 3Fs kampagne, men et kampagnesamarbejde på tværs af de nordiske lande for foreningen indenfor servicebranchen. Det betyder også, at jeg ikke har set på alle opslagene inden på "We are not on the menu"s side, men har fokuseret på de danske. Det er dog uhyre begrænset hvor aktive den danske del af kampagnen har været. Siden sidens start 26. oktober 2017 har der været 5 opslag på dansk og en håndfuld delinger fra andre sider som BFA Service og Over Stregen – Seksuel Chikane, hvor man ikke selv har kommenteret yderligere. Der findes flere opslag på de andre nordiske sprog og på engelsk, og jeg sidder lidt tilbage med en fornemmelse af, at den danske del af kampagnen ikke rigtig eksisterer. At man måske ikke tager problemet særligt seriøst, siden man ikke er mere aggressiv i at forsøge at råbe folk op, at skabe opmærksomhed om problemet og løsningsmulighederne. Deres få opslag kommer hen over julen, i forbindelse med julefrokoster, hvor de gør opmærksom på at hotel- og restaurantmedarbejdere ikke er en del af menuen.



Billede 3

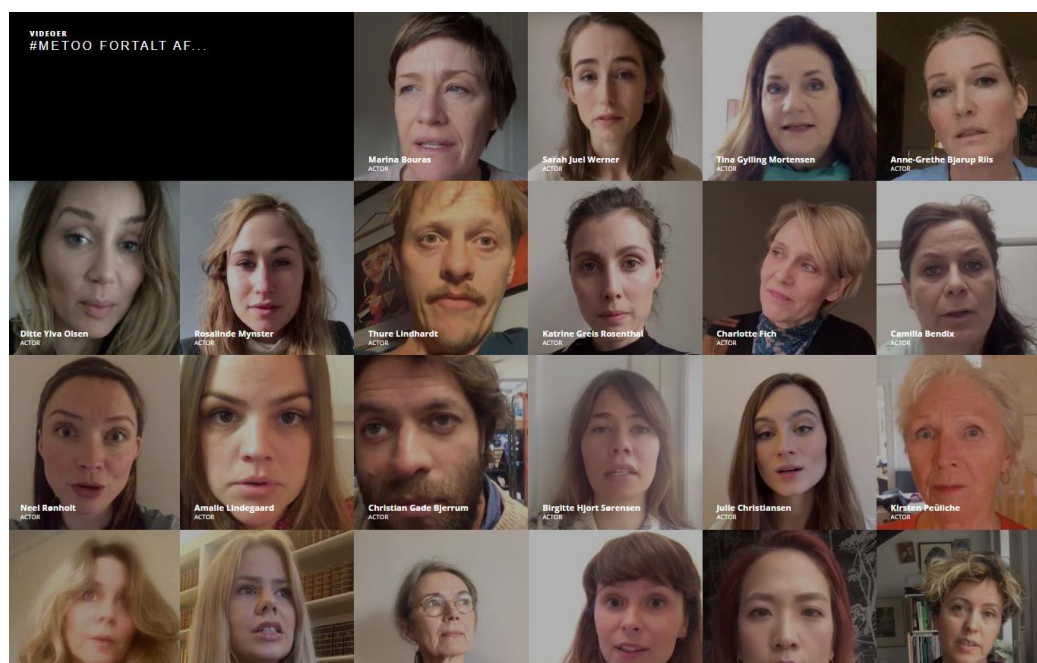
Det fremstår som værende gæsterne der er problemet. Gæsterne der ikke forstår hvor grænsen går overfor servicepersonalet. Men man kommer ligeledes til at antage at seksuelle krænkelser kun foregår omkring julefrokosterne. Det er det eneste opslagene tager udgangspunkt i. Det kommer til at fremstå som om, at tjenerne og andre servicemedarbejdere ikke oplever uønsket opmærksomhed resten af året. At hvis man blot kan få gæsterne til at styre sig, når de er til julefrokost, så ville problemerne helt forsvinde i branchen. Det bliver taget for givet at folk har tænkt sig at ændre deres opførsel. Som tidligere nævnt, at gæsterne ikke skulle være klar over at deres opførsel har været problematisk. Denne tilkendegivelse af at det er alkoholen under julefrokosten der er problemet, er et aspekt som også bliver nævnt i Bråten og Øistads undersøgelse, hvor lederne i servicefag også nævner at de oplever en stigning i seksuelle krænkelser fra gæsterne, når de har indtaget alkohol. De fremhæver ligeledes at det er nemmere at skulle håndtere seksuelle krænkelser fra gæsterne end andre medarbejdere, hvilket er interessant når man ser på at kampagnen også er rettet mod gæsternes opførsel.

Man lægger ingen vægt på hvorvidt der eksisterer seksuelle krænkelser mellem medarbejderne på arbejdspladsen. Hvilket fremstår som noget særligt sammenlignet med de andre kampagner. Det virker tvivlsomt at seksuelle krænkelser ikke eksistere mellem de ansatte i servicebranchen. Modsat Uden tavshedspligt, så bliver der i denne kampagne ikke fortalt en eneste historie fra virkelighedens servicemedarbejdere. Man tillægger ikke medlemmernes historier samme vægt som andre kampagner har gjort. Kun en gang henviser man til en statistik om, at 37% af tjenerne i en Analyse Danmark undersøgelse har oplevet at være udsat for seksuelle krænkelser fra gæster (Bilag 9.2c). Der er delt en artikel om øget sygefravær, men overordnet set er det minimalt hvor meget fokus man har lagt på konsekvenserne af chikanen. Det er en meget flad kampagne, som ikke trækker på følelserne. I sammenligning med Uden tavshedspligt får man ikke ondt af tjenerne på samme måde, grundet det manglende personlige præg. Der kan eksistere et argument om, at man ikke syntes at det burde være nødvendigt at have folk til at "udlevere" deres personlige historier for at blive taget alvorligt. Statistikken om at hver 3. tjener har oplevet uønsket seksuel opmærksomhed burde rykke noget. Men realiteten er at aktiviteten på opslagene er ikke eksisterende. Som sagt så eksistere den danske del af kampagnen praktisk talt ikke, hvorfor det heller ikke er mærkeligt at den slet ikke kan relateres til NSM. Den lever ikke op til

kravene for hvad de tillægger en social bevægelse. Det eneste som rigtigt kører for dem, er netværket, hvorved de samarbejder på tværs af de nordiske lande og de har selvfølgelig en konflikt, men de gør intet for at skabe en kollektiv identitet eller opfordre deres medlemmer til at identificere sig med kampagnen og derigennem støtte op om den. Selvom alle medlemmerne har fagforeningen til fælles, så er der ikke nødvendigvis andet der knytter dem sammen, og når kampagnen så yderligere ikke foregår på 3Fs primære Facebook side, så er der ikke noget som forener dem eller ligger pres på at få dem til at engagere sig.

MeToo-mosaik:

MeToo-mosaikken har som sagt ikke en Facebook side, men den har sin egen hjemmeside. Her fremgår det tydeligt, at man mener problemet om seksuelle krænkelser er et samfundsproblem og ikke et branchespecifikt problem.



Billede 4 (udsnit fra MeToo-mosaikken)

Det er kun 10 ud af 100 videoer som omhandler mænds historier med seksuelle krænkelser, heraf omhandler et par dog stadig kvinder, som er blevet krænket. Det fremstår således, som om det oftest er et kvindeproblem, men ikke som at man ignorerer mændenes historier/ at man ikke mener at de er væsentlige, men at de bare sker sjældnere. Hjemmesiden skriver direkte, at der er en uligestilling og en indgroet sexismen i kulturen. Man ser altså seksuelle krænkelserne som et resultat af en sexistisk

kultur. Med kulturfænomenet ligger der en antagelse af, at det er noget vi er blevet socialiseret til at acceptere. Der bliver ikke sat spørgsmålstejn ved opførelsen, hvorfor det får lov at foregå i sådan et omfang. Men også hvorfor man sætter opmærksomhed på det nu. Det skal være slut med at tage for givet at det er sådan forholdet mellem mænd og kvinder kan være. Det bliver taget for givet at det er en del af kvindelivet at blive krænket af mænd. Der ligger en antagelse om at der er behov for at gøre op med den naturlighed man tidligere har tillagt problematikken. Butlers heteroseksuelle matrice kan igen forklare os noget om det naturlige i at interaktionen mellem kvinder og mænd ender sådan. Når man stadig ser kvinder og mænd som hinandens modsætninger og tilføjer, at de skal begære hinanden, så har vi hvad kulturen forstår ved køn. Interaktionerne bærer ligeledes præg af, at både mænd og kvinder er nødt til at indordne sig de køns forventninger samfundet har opstillet for dem. Når MeToo mosaikken direkte stiller spørgsmålstejn ved den indgroede sexismen de ser, er det ligeledes at ville gøre op med den heteroseksuelle matrice. Man vil ikke længere finde sig i, at kvinder og mænd bliver fastholdt i disse handlingsmønstre som skaber seksuelle krænkelserne. Man vil have et samfund, hvor der er flere muligheder for hvordan man gør sit køn.

Kvindernes fortællinger indeholder ofte en italesættelse af skam og frygt, både for at miste jobbet, men også for deres egen sikkerhed. Særligt aspektet om at frygten for sit eget velbefindende adskiller mændene og kvinderne, idet mændene ikke italesætter sig selv som bange, men mere at chikanen er irriterende, et magtmisbrug, at det reducerer deres professionalisme. For kvinderne handler det også om at være bange for, hvordan det vil eskalere hvis man siger fra.

"Da jeg var en 15-16 år arbejdede jeg i bageriet... Bagermesteren, han havde for vane når vi talte sammen at gå ubehageligt tæt på mig, og hvis han kunne komme til det så skulle han også røre. For eksempel kunne det hænde at når jeg skulle række armene op efter en bageplade med varme småkager, så kunne han gå tæt ind på mig bagfra og begynde at befamle mine bryster og stå og gnide sig op ad mig, mens han kom med sådan nogle velbehagelighedsytringer... Desværre så var jeg ikke i stand til at skælde ham ud eller sige fra. Jeg sagde heller ikke jobbet op, for så var jeg nødt til at fortælle mine forældre hvad der foregik og det var bare helt udelukket for mig.

det kunne jeg ikke... Og det er netop denne her skam, den har fulgt mig resten af mit liv.” (Ulla Henningsen – dkmetoo.dk)

Både kvinder og mænd italesætter følelsen af ikke at have været god nok til at sige fra. At skamme sig over at være blevet udsat for en seksuel chikane. Der bliver stillet spørgsmålstegn ved om, man mon selv har lagt op til det; at skulle tage sig sammen for at indrømme det over for andre. Oftest er der også et magtelement, da chikanen kommer fra en mere erfaren, en leder eller gæst. Nogen man på en eller anden måde føler at man skal indordne sig, og som kan gøre ens arbejdsliv mere besværligt, hvis man siger dem imod.

”Under middagen mærkede jeg pludselig hans hånd på mit lår. Jeg stivnede, og det første, jeg tænkte var; så udfordrende er jeg da ikke klædt... Men så tog jeg lige så diskret hans hånd og flyttede den fra mit lår over på hans eget lår... Den jurist satte mig i en penibel situation... Hvordan jeg agerede, var jo også af stor betydning for mine kollegaers vilkår (red. Hun var tillidsrepræsentant)” (Anne Marie Helger – dkmetoo.dk)

Ovenstående er et godt eksempel på en række af tingene som tidligere blev beskrevet. Hun tager både sin egen påklædning til efterretning og samtidig så føler hun et ansvar overfor sine kollegaer. Grundet sin position som tillidsrepræsentant føler hun ikke, at hun blot kan reagere som hun vil; hun skal jo forhandle med den mand i fremtiden. Hendes reaktion vil ikke blot kunne gå ud over hende, men kan potentielt påvirke de andre. Der findes således også et magtforhold på spil mellem dem. At seksuelle krænkelser omhandler magt, er noget som går igen i flere fortællinger, hvor kvinder er nervøse for hvad der sker, hvis de siger fra. Om det er chefen, fordi man ikke vil være udenfor eller man er ny i jobbet, så eksistere der stadig et magtelement som gør det svært at stoppe chikanen.

MeToo-mosaikkens hjemmeside har ligeledes et afsnit der hedder “det kan du gøre”. Her kommer både en erhvervspsykolog, tidligere ligestillingsminister og LO på banen med nogle bud på hvad man bør gøre. Der lægges altså op til at handling er vejen frem. At seksuelle krænkelser får lov til at fortsætte, hvis man ikke reagere. At alle har et ansvar for at sætte en stopper for den opførsel. Men det bliver herunder også taget lidt

for givet, at man har overskuddet til at sige fra, at snakke om det, at køre sag osv. hvis man oplever det. Der bliver ikke talt om, hvorvidt det kan være for hårdt at snakke om de krænkelser man er blevet udsat for, at det måske virker nemmere at skifte job end at skulle "udstille" sig selv og køre en langtrukket sag, eller hvad hvis chefen ikke vil gøre noget ved det? Hvordan kan det ikke påvirke ens situation på arbejdspladsen? Vil det kunne blive det samme igen efter sådan en sag kommer frem i lyset? I forhold til de foregående to kampagner, så er MeToo mosaikken tættere på at kunne betegnes som en social bevægelse efter NSM-teorierne. Der findes både et løsningsorienteret element i forhold til det politiske fokus de har, samt deres guide til hvad man selv kan gøre og de har et internationalt syn, idet de har haft filmene vist i udlandet, hvorved det altså ikke kun er et problem for danskerne, men noget der bør arbejdes sammen om på tværs af landene. Deres største problem består i at skabe en kollektiv identitet, hvor man som "almindelig dansker" føler at man kan være med. De har for eksempel ikke en Facebook side, hvor man kan blive forbundet med bevægelsen og ligesindet. De bruger godt nok de personlige fortællinger og de sælger badges som kan bruges til at synliggøre ens tilhørsforhold til kampagnen, hvilket er måder at skabe en kollektiv identitet, det er bare ikke helt nok. For som NSM-teorien påpeger så bliver den kollektive identitet udfordret, hvis man ikke kan fysisk mødes og når der ikke engang er en online kommunikations platform, så bliver det næsten umuligt at forene en gruppe mennesker med samme moralske og følelsesmæssige tilknytning til sagen.

Ikkehosos:

HK Privat har som nævnt lavet 8 videoer med formænd fra fagbevægelsen, hvori de genfortæller 8 kvindelige HK medlemmers historier om seksuelle krænkelser. Disse videoer er ligeledes delt på HK Privats Facebook side, som 8 individuelle opslag. Opslagene er opbygget på næsten helt samme måde; en enkelt sætning som opsummering af historien, tilkendegivelse af formanden og den udfordring det kan være at stå frem som krænket og afslutningsvis at HK Privat mener, at det er et fælles ansvar at stoppe seksuel chikane.



Billede 5

Med baggrund i Bacchis WPR-tilgang vil jeg se nærmere på, hvad HK fortæller os gennem denne italesættelse. Repræsentationen af problemet fremstår knap så inkluderende, som det var da medierne beskrev den. Der bliver kun talt om kvindelige medlemmers historier. Problemet fremstår således som at være at kvindelige medlemmer oplever seksuelle krænkelse. Når jeg læser at formændene giver kvindernes historie en stemme, læser jeg ligeledes at kvinderne ikke har været i stand til at gøre sig hørt, skabe opmærksomhed på problemet. Der ligger en underliggende antagelse om at kun mænd bliver taget alvorligt. Kvinder og mænd får ikke samme anerkendelse for samme tilkendegivelser. Mænd kan for eksempel få ros for at skabe opmærksomhed omkring et problem, som kvinder ville blive kaldt hysteriske for at fremhæve. Vi lærer herved at mænd er vigtigere end kvinder, og det er derfor dem som vi skal have de vigtige budskaber fra. Selvom kvinderne er dem der oftest oplever chikanen, så bliver deres rolle, de er kun ofre. Mændene fremstår både som problemet, men også løsningen. Det er kun i 3 af opslagene, at det bliver nævnt at det er en mandlig chikanør, mens det 4 gange fremhæves at være en i en ledelsesstilling. Selvom det faktisk betyder at man oftest ikke pointerer chikanørens køn, så er heteroseksuelle forhold stadig de mest udbredte og der findes stadig væsentlig flere

mandlige end kvindelige chefer (Justice 2017), hvilket potentielt ligger til grund for, at kommentarfeltet på HK Privats opslag flere gang mødes af folk der antager chikanørerne er mænd og at det er mændene der alene er problemet. Særligt mændene peger på, at de oplever at mænd bliver ignoreret som ofre, men altid fremstilles som chikanørerne.



Billede 6

Når man ikke fremhæver at mænd også oplever chikanen, så forsvinder det fra folks bevidsthed og det bliver opfattet som værende et kvindeproblem og ikke et samfundsproblem. Ligeledes bliver der ikke talt om hvorvidt kvinder kan være krænkeren. Er det helt utænkeligt at en kvinde kunne opføre sig uanstændigt overfor en kollega? Som nævnt i den eksisterende forskning, så er det ikke kun kvinder der er ofre, mænd oplever også seksuelle krænkelser. Men hvis vi ser på forventninger til kønsrepræsentationer, så kan det give et bud på hvorfor man ikke alene snakker mindre om mænd som ofre, men hvorfor man måske forventer at mænd har en anden opfattelse af seksuelle krænkelser. Som Robinson beskriver i hendes forskning, så får det konsekvenser for drengene, hvis de ikke lever op til det maskulinitetsideal de andre drenge fremsætter (2005: 33). Det samme kan man forestille sig ville ske på en arbejdsplads, hvis man som mand ikke lever op til de forventninger der er. Herunder

forventes det at mænd skal være stærke og ikke styret af deres følelser, hvori rollen som offer for seksuelle krænkelser ikke passer godt ind. Vi har endnu ikke opnået et samfund der tillægger det en særlig styrke for mænd at kunne være åbne omkring deres følelser. De lægger igen vægt på at det er et fælles ansvar at stoppe den seksuelle chikane. Det kan være svært at være den der siger fra, hvis man er den som det går ud over. Det bliver antaget at der er behov for at flere tager ansvar, at man ikke kan håndtere det alene. Kulturerne på arbejdspladserne bliver der ikke talt om. Man nævner intet om mandsdominerede arbejdspladser eller hvor hierarkisk en virksomhed er. Der kan være store forskelle på hvordan en virksomhed kører og hvordan forholdet er medarbejder og chef imellem eller afdelinger i mellem. Disse forskelle bliver ikke fremhævet og lagt vægt på, som en potentiel årsag til hvorfor seksuelle krænkelserne finder sted. Når vi læser opslagene, må vi derfor antage at det ikke spiller en rolle. At det ikke er et væsentligt aspekt i, at få seksuelle krænkelser til at ophøre, at fokusere på typen af virksomheder og virksomhedskulturer. Som en bibemærkning er det lidt interessant at se på brugen af smileys i opslagene. De små smileys fungerer som tilkendegivelser af, hvilke følelser og reaktioner vi skal have på baggrund af teksten. De sure smileyer der viser os, at HK Privat ikke mener opførslen er i orden og indirekte at vi også bør være gale over at det finder sted. En stærk arm til at vise os, hvor godt/sejt det er at man (formændene) gør noget og en stophånd, så der ikke er tvivl om at man siger fra; at det ikke skal overgå HK's medlemmer. De andre kampagner har ikke gjort brug af smileys i deres tekster.

De 8 videoer er ikke de eneste opslag HK Privat har lavet om kampagnen. På deres Facebook har de en række andre opslag bl.a. på kvindernes kampdag, i forbindelse med MeToo-mosaikken og delingen af en artikel fra Ekstra Bladet. Selve budskabet forandrer sig ikke specielt, det er fortsat samme kampagne og hermed også ønsket om at stoppe seksuelle krænkelser der er i fokus. Men de andre opslag ligger mindre vægt på at det er kvinder som oftest udgøre ofrene. At det skal bekæmpes i fællesskab, at det i sidste ende er chefens ansvar at sikre alle har ordentlige forhold og at den "friske tone" ikke kan være en undskyldning for ubehagelige kommentarer. Herved dukker der et nyt perspektiv op omkring en repræsentation af problemet, som også ser på den gængse kommunikation på arbejdspladsen. Deri ligger en antagelse om, at man har tilladt eller undervurderet at seksuelle krænkelser har fundet sted, fordi man generelt har haft en fri tone på arbejdspladsen. Der har eksisteret en undskyldning om, at man

ikke har vidst at en grænse er blevet overskredet grundet den udbredte humor i virksomheden. Selvom HK Privat med opslaget fra 20. december 2018 har informeret om at denne undskyldning er for tid, at loven om ligebehandling er blevet ændret, så findes der 2 måneder senere stadig kommentarer på deres opslag, som begrundes anklager om seksuelle krænkelser i, at man ikke kan tåle mosten.



Billede 7

Det er interessant hvordan det hovedsageligt er mænd som kommer med reaktionerne, som at man skal have plads til humor på arbejdspladsen. I det hele taget så er der en forskel på kønnenes reaktioner i kommentarfelterne. Overordnet er der opbakning til kampagnen og dens budskab, men der er nogle mænd som tilsyneladende føler sig ramt og som brokker sig over at det kun er mænd der bliver udpeget som de ansvarlige og chikanørerne; selv på opslag hvor HK Privat ikke har nævnt køn, mens kvinderne oftere bakker op om kampagnen og kommer med deres egne historier. Der er altså forskel på hvordan mænd og kvinder oplever opslagene og den italesættelse HK Privat. Det er ligeledes værd at bemærke at disse kommentarer dukker op i opslagene, hvor kvindelige medlemmer er gået i pressen, men at der ikke fandtes denne reaktion på de videoer, hvor det var mænd der læste kvindernes historier op. Jeg vil ikke kunne bevise, at det ikke er et tilfælde, at det ikke handler om Facebooks algoritme, så det ikke er de samme der har set opslagene. Men det er værd at tænke på, i forlængelse af Marianne Vinds kommentar tidligere. Lytter mænd mere til andre mænd, og tager dem mere alvorligt, end de gør til kvinder?

Opsummerende om deres kampagne på Facebook kan man sige, at den forsøger at stoppe seksuelle krænkelser på arbejdspladsen, og at selvom den peger på chefen som den med det overordnende ansvar, så er vi alle skyldige i at det finder sted, hvis vi ikke gøre noget, når vi ser det ske. De henviser flere gange til deres undersøgelse fra Epinion, som begrundelse for hvorfor vægten ofte er lagt på kvindelige medlemmers historier. Deres empiri viser, at kvinderne oplever seksuelle krænkelser oftere, om det i praksis er at kvinder oftere står ved det og indmelder det, kan være svært at vide præcis. Men det er det de må arbejde ud fra.

HK Privats kampagne er den der er tættest på at leve op til ideen om den kollektive identitet. Deres kampagne lægger op til at medlemmerne er en del af løsningen, de har en del posts på deres egen side om kampagnen og gør brug af personlige fortællinger, hvorved det bliver sværere for medlemmerne at ignorere budskabet. NSM mener ligeledes at man er mere tilbøjelig i at deltage i en bevægelse, hvis man kender nogle der går op i det, idet ens omdømme vil blive påvirket, hvis man tager afstand til bevægelsen (Polletta og Jasper 2001: 290). HK Privat er da også dem med mest aktivitet i kommentarfeltene, hvor folk diskuterer og tagger bekendte. Hvorfor de er tættere på at opnå den kollektive identitet end nogle af de andre. Der er dog ikke nogen egentlige tilkendegivelser af, at medlemmerne føler en større tilknytning til kampagnen end de til resten af HK Privats arbejde. Kampagnen har en Facebook ramme til profilbilleder, men jeg ved ikke hvor mange af medlemmerne der har brugt den for at kunne vise deres støtte til kampagnen, så det er umuligt at vide om det har haft den ønskede effekt.

Delkonklusion:

Til trods for at de er kommet i kølvandet på MeToo og har brugt en del af de samme elementer, så er der ingen af kampagnerne der kommer i nærheden af at blive en social bevægelse. De er slet ikke fokuseret nok på at skabe et sammenhold rundt om deres budskaber. Det er utroligt begrænset, hvor meget interaktion der har været med kampagnerne og deres hashtags online. Kampagnerne har heller ikke lagt op til at medlemmerne/borgerne selv skulle bruge hashtagget. Havde de ligeledes gjort mere ud af for eksempel at skabe delmål, så man udefra kunne se hvordan man kan hjælpe, så havde det også hjulpet. At stoppe seksuelle krænkelser på arbejdspladsen bliver et

meget bredt og flyvsk mål, som kan være svært at se hvordan man som enkeltperson kan hjælpe med. Xiong et al. havde undersøgt de ord som blev brugt til at fremme MeToo og selvom kampagnerne her ikke har helt det samme formål som MeToo havde, så er der flere af ordene som går igen i kampagnerne; kvinder, krænkelse og fortællinger. Xiong et al. kalder det et feministisk sprog netværk. Et fokus i den sproglige fremstilling på kvinders undertrykkelse og den manglende lighed. Hvilket går igen hos kampagnerne i det ovenstående. Det er et opgør med sexismen i samfundet, et problem kvinder oftere oplever og et aspekt som bliver belyst gennem kvindernes historier. Modsat Xiongs undersøgelse ligger de danske kampagner dog også mere vægt på det fælles ansvar kønnene har for at gøre op med seksuelle krænkelse. Man har et andet fokus på, at mænd også er en del af seksuelle krænkelse. Det er ikke blot noget som sker mod kvinder. Der er nogen som gør det eller ikke gør noget ved det, når det sker.

6.3 HK Privat medlemmernes italesættelse:

Hvor går grænsen på arbejdspladsen?

HK Privat har som tidligere nævnt spurgt ind til hvor deres medlemmers grænse går for hvad der er upassende på arbejdspladsen. Den største gruppe er med 70% nedsættende kommentarer omkring intelligensniveau. Det er dog skarpt forfulgt at kommentarer eller øgenavne som har seksuel karakter med henholdsvis 68% og 66%. Det folk har mindst imod er sjofle vittigheder, som kun 19% syntes er upassende på arbejdspladsen. Hertil kommer der at 177 individer har benyttet sig af den åbne besvarelse til at fortælle, hvor de mener grænsen går.

Rigtig mange syntes, at det er svært at sætte en grænse for, hvad der er okay på arbejdspladsen og hvornår det bliver upassende. Der er forskel på om, det er en kollega man er tæt med, i hvilken sammenhæng det bliver sagt, måden det bliver sagt på og til hvem. Listen er lang. For mange er der ikke en endegyldig regel, men det er et spørgsmål om kontekst og relation til den der siger det. Så hvad der kan være okay at sige til den ene kollega, kan være upassende at sige til en anden.

“Det kommer jo an på relationen folkens! [...red.] En fræk kommentar fra min gode kollega ville jeg grine af, men en fra en ukendt ville noget være sær. Og nedsættende bemærkninger generelt, ligegyldigt om de er seksuelle, er dårligt. Og det samme med

positive i omvendt betydning - du ser fandme sexy ud i dag er fint fra min kollega.”
(Mand 30-39 år).

Heraf forelægger der altså en antagelse om, at man skal være i stand til at bedømme andre og man skal være god til det. Hvis du ikke er lige så tæt med en kollega som du troede, så kommer du galt afsted. Ingen taler om hvordan det kan påvirke arbejdsmiljøet, hvis der generelt er en fri tone. Kommentarer behøver vel ikke være direkte henvendt til en, før end at man syntes det går ud over arbejdsmiljøet? Medlemmernes italesættelser handler meget om, hvad de ville være ok med at opleve og i princippet ikke hvad der er passende på arbejdspladsen. Det havde været interessant og diskutere om det grundlæggende er passende på arbejdet, hvis det kun er visse personer, i bestemte kontekster som må?

Herudover så kan man groft inddele de resterende kommentarer i tre kategorier: mobning, fysisk/verbal seksuelle krænkelser og racisme. Der er mange som nævner, hvad der kan betegnes som generel mobning som upassende opførsel. Der bliver bl.a. nævnt hvis man ignorerer folk, taler ned til dem, kritisere deres intelligens eller på anden måde udelukker kollegaer fra fællesskabet.

“Nedladende kommentarer fra bl.a. direktøren om vores holdning/indstilling til jobbet og udvikling. Kalder os middelmådige ballerinaer” (Kvinde 50-59 år).

Der er en underliggende antagelse om, at der skal være plads til alle på arbejdspladsen og det skal være et sted hvor det er rart at være. Så når nogle holder andre udenfor eller taler grimt om folk, så går det over medlemmernes grænser. Langt de færreste har selv valgt deres kollegaer, og derved er det også nødvendigt, at man kan sammen med mennesker, der er anderledes eller som man måske ikke svinger så godt med. Hertil kommer at mange nævner racistiske kommentarer som upassende, men uden at komme med eksempler eller uddybende forklaringer. Den sidste kategori handler om de egentlige seksuelle krænkelser som finder sted. Hvor særligt de fysiske overgreb bliver fremhævet, da den verbale del ofte falder ind under den situationsbestemte adfærd. Hvor man kan grine af de verbale kommentarer og acceptere dem fra visse kollegaer, så er fysiske berøringer svære at acceptere og nemmere at afgrænse.

”Kollegaer der overtræder de tre skridt fra livet og som klapper en i bagdelen.”
(Kvinde 60+ år).

“Fysiske ting.. Smæk i numsen, dask på armen.. ja ting i den dur.” (Mand 20-29 år).

Det er langt tydeligere og nemmere at afgrænse den fysiske seksuelle chikane. Hverken køn, magtposition, alder eller noget tredje kommer på tale, når fysisk og verbal chikane bliver nævnt. Der bliver nævnt alt fra tilbud om sex, blive befølt på til kommentarer på sit udseende. Alle kategorierne handler i grunden om, at arbejdsmiljøet bliver forringet, hvis disse ting forekommer. At det for nogle vil blive ubehageligt eller umuligt at komme på arbejde, hvis disse ting finder sted i stor udstrækning. Det handler om at alle fortjener at blive behandlet ordentligt.

Omgangstonen

I HK Privat undersøgelsen har de spurgt ind til, hvilke konkrete eksempler medlemmerne har på seksuelle bemærkninger på arbejdspladsen.

De 304 kan inddeles i flere kategorier alt fra folk som ikke tager det så tungt med seksuelle bemærkninger til folk der har oplevet fysiske seksuelle krænkelse. Hvis vi først ser på dem, som er okay med det, så er der igen mange som nævner, at det blot er humor og som syntes det er helt i orden at seksuelle bemærkninger finder sted. *“Skaber en god omgangstone, og forbedrer arbejdsklima og produktivitet.”* (Mand 40-49 år) Eksemplet kan virke helt malplaceret, når man ser på nogle af de andre eksempler medlemmerne har haft på seksuelle kommentarer. Selvom han er den eneste der ligefrem nævner at det skulle forbedre arbejdsklimaet, så er der mange som fremhæver den humor der findes på arbejdspladsen og hvordan kommentarerne passe ind i den daglige omgangstone. Han er langt fra alene om at se det som en del af omgangstonen. Flere bruger ord som vittigheder, blink i øjet eller hjertelig. Man tager det let på sprogbrugen, selvom den kan have seksuelle undertoner. Og det gælder både mænd og kvinder og på tværs af aldersgrupper, at der bliver nævnt humor som en forklaring.

”Skal du med på lageret? Der er mange. Arbejder på en mandsdomineret arbejdsplads, så tonen er derefter. Det generer ikke mig og jeg går gerne med på den” (Kvinde 30-39 år).

Der er dog flere af kvinderne som nævner at de arbejder på en mandsdomineret arbejdsplads og at de derfor er med på den hårde/seksuelle tone. Det fremstår således som værende mændene der bestemmer omgangstonen på arbejdspladsen og at kvinderne er nødt til at indordne sig, selvom de måske ikke ville have brugt samme humor/tonen, havde der været flere kvinder på deres arbejdsplads. Ifølge Reinickes forskning, så er mænd ikke blevet socialiseret til at tale om følelser, men i stedet for er det vigtigt for dem at bevise over for andre mænd, at de er rigtige mænd (2018: 117). Dette kan bl.a. ske gennem humoren, men kan ofte have ubehagelige konsekvenser for de kvinder, som befinder sig i nærheden af mændenes kamp om maskulinitet. På en arbejdsplads hvor der er mange mænd, vil der således også være flere at skulle bevise sin maskulinitet overfor, hvorfor der vil kunne opstå flere seksuelle krænkelser. I forlængelse heraf er der også dem, som mener at det er op til en selv at sige fra, hvis tonen bliver for grov. At man således også selv må stå til ansvar for, hvordan tonen er på arbejdspladsen.

”Der er mange, men lægger intet i det. Det handler om, at kunne sige fra, hvis man ikke bryder sig om tonen. Bør ikke være noget HK skal tage fra arbejdspladsen eller gøre til et problem. Det frembringer i de fleste tilfælde kun et smil på læben.” (Kvinde 40-49 år)

De antager at man er i stand til at sige fra, at man ikke er for forbløffet eller nervøs til at få sagt fra. At man kan overskue den evt. dårlige stemning som kan opstå, hvis man tilkendegiver, at man ikke syntes folk er sjove eller at de opfører sig upassende. Der er ikke rigtig nogle af medlemmerne som tager det til overvejelse, hvorfor det måske kan være svært at sige fra og hvilke konsekvenser det kan have.

Udseende

Blandt dem som nævner konkrete ubehagelige eksempler, er udseende er en af de ting som mange nævner, at de har fået seksuelle kommentarer på, hvad enten der er grundet deres valg af påklædning eller deres krop. Her er det dog bemærkelsesværdigt,

at det kun er kvinder som tilkendegiver, at kollegaer har tilladt sig at kommentere på deres udseende. Mændene tilkendegiver ikke at have oplevet seksuelt ladet kommentarer om deres påklædning eller udseende. Barbara Guteks forskning viser at mænd er mindre tilbøjelige til at klassificere seksuelle kommentarer eller tilnærmelser som ubehagelige end kvinderne er. Når man i en undersøgelse som HK Privats spørger ind til ubehagelige episoder, vil det være mindre sandsynligt at mænd tilkendegiver en oplevelse, selvom de måske har oplevelser der stemmer overens med nogle af kvindernes.

"I forbindelse med et kundebesøg skulle chefen have serveret kaffe. Da jeg kom ind og serverede kaffen kiggede chefen op og ned ad mig og sagde: sagde jeg ikke du skulle komme i lårkort. Det var så groft, at selv kunden sagde fra overfor det" (Kvinde 50-59 år).

Eksemplet indeholder både et magtaspekt og et kønsaspekt, hvor kvinden bliver reduceret til et objekt til glæde for mandens øjne. Heldigvis er det også et af eksemplerne på et tidspunkt, hvor der er nogen der har reageret. I beskrivelserne er der langt i mellem, at nogle tilkendegiver at det er gået over grænsen. Det er lidt interessant, at der er masser af beskrivelser af seksuelle kommentarer og overgreb på arbejdspladsen, men at det er de færreste der kommenterer på, hvordan man har reageret og håndteret det.

Et andet eksempel kan være en anden kvinde, som har fået at vide *"Du ville godt kunne bruges som side 9 pige, hvis du stammer dig lidt an"* (Kvinde 40-49 år). En kommentar som reducerer kvinden til hendes krop, til et sexobjekt og som intet har at gøre med det professionelle virke hun har befundet sig i. Man siger indirekte at hun ikke er mere værd end sin krop, og så for hun endda med på vejen at hun ikke er pæn nok, men at hun skal stramme sig an. Kollegaen har således gjort sig til dommer over for hendes udseende og har ment at hun i et eller andet omfang burde gå op i, hvad personen har ment. Gutek udarbejder i sin forskning et begreb, som hun kalder overgribende kønsroller, hvor der særligt i kvindernes kønsrolle er et aspekt af at være et sexobjekt. Gutek argumenterer derfor for, at kvinderne risikerer at blive reduceret til et sexobjekt på arbejdspladsen, hvilket kan forklare flere af fortællingerne om

seksuelle kommentarer eller overgreb. Hvis man blot ser kvinder som sexobjekter, så er det ikke så mærkeligt, hvis man behandler dem derefter.

Seksuelle tilbud

Medlemmerne skal dog ikke nøjes med at folk kommentere på deres udseende. Flere tilkendegiver ligeledes at de har modtaget kommentarer eller beskeder af en decideret seksuel karakter. Herunder finder vi kommentarerne om folks sexliv, udtalelser om eller tilbud om sex. Nogle af de eksempler som medlemmerne fortæller i denne kategori, vil for de fleste nok være langt over grænsen, for hvad man forvente er god tone på en arbejdsplads, som kvinden der oplevede at *"en læge jeg arbejdede sammen med en nat, vi var kun os to, spurgte til hvad jeg ville sige til at blive voldtaget"* (Kvinde 60+ år). Humorargumentet fra tidligere, kan være svært at se det skulle slå til ved sådanne kommentarer. Kombinationen mellem at der er et emne som mange kvinder frygter og at der kun var de to, gør situationen ubehagelig. Hvorfor mener han at han har ret til at vide noget om hendes seksuelle præferencer. Ligeledes ved han ved nok også godt at det ikke er passende, siden han spørger, når der ikke er andre omkring. Butler argument med at vi bliver socialiseret til vores køn, men at der er grænser for hvordan vi kan fremføre det, idet andre skal acceptere ens kønsperformance. I dette eksempel når der er tale om en mand, som formentlig godt ved at hans opførsel er på grænsen, så sørger han for at der ikke er andre omkring, netop så hans fremførsel ikke får konsekvenser. At være alene med en kvinde, som han formentlig er fysisk overlegen og måske også er hierarkisk hævet over, så har den kønsoptræden ikke de samme konsekvenser, som hvis der havde været flere tilstede. Han kan slippe afsted med at forbryde sig på reglerne for kønsrepræsentation.

Et andet eksempel kommer fra en mand, som fortæller om hans kollegas oplevelser og hans egen indgriben. Han så en situation der var eskaleret og hvor han ikke længere bare kunne se til, at en kollega blev behandlet på den måde og fik sit privatliv krænket. *"En kollega spurgte meget ind til en anden kollegas sexliv og jeg lod en bemærkning falde til kollegaens leder. Desværre var det så grænseoverskridende at den chikanerede sluttede"* (Mand 50-59 år). Han har reageret præcis som HK Privats kampagne har lagt op til. Han har taget et medansvar og er gået til lederen for at hjælpe en kollega, der befandt sig i en ubehagelig situation. Men alligevel er det ikke nok.

Eksemplet fortæller desværre ikke noget om hvordan lederen har reageret; hvad der er blevet gjort for ofret.

”Jeg har selv oplevet en kollega har svaret tilbage på mails af flere omgange, hvor han har skrevet opfordret til seksuel aktivitet mellem ham og jeg, uden en indgangsvinkel til det” (Kvinde 20-29 år)

Her er der et eksempel fra en ung kvinde som gentagende gange har modtaget seksuelle tilbud uden, at der skulle have været nogen grund til det. Hun er ikke den eneste som har modtaget sådanne tilbud. Det er interessant hvorfor nogle mænd mener, at de kan tillade sig at sende sådanne uopfordrede tilbud til deres kollegaer. Der er ingen mænd som melder om at have modtaget sådanne tilbud. Gør man det en gang kan man undskylde sig med dårlig aflæsning af en relation, men hvis man sender beskederne gentagne gange uden at have fået en positiv respons, så kan det ikke længere handle om et kikset scoreforsøg. Her vender vi tilbage til Butlers syn på hvordan man gør køn, for i forlængelse her af bliver individer også socialiseret til at gøre køn på bestemte måder. Her fremgår et kvindesyn hvor man har en forvening til at kvinder har sex med en uden nogle specielt grundlag, måske fordi man ikke mener at de har anden værdi end som sexobjekt? Det vil være et resultat af hvordan de er blevet socialiseret til at tænke om mænd og kvinder. Ifølge Butler ligger der i det sociale køn nogle forventninger til hvordan mænd og kvinder opfører sig, som også er afgørende for hvordan vi interagerer med både det modsatte og samme køn. Har man således lært at mænd har ret til kvinder, eller at en kvindes manglende svar ikke skal tages som en afvisning, men at man skal prøve hårdere, så får man situationer som ovenstående. Ligeledes socialiseres man til at forvente, at mændene er de udfarende i kontakten mellem kønnene, hvorfor der måske ikke er mænd der oplever det samme.

Krænkelser af fysisk karakter

For nogle medlemmer bliver det dog endnu værre og det går fra at være verbale udsagn til at have en fysisk karakter. Dette kommer sig frem i både seksuelle gestus og berøringer/overgreb.

”At en kollega som er ganske lille, stod i storrumskontor og ville foregive at ”sutte” på en meget høj mandlig kollega, altså at hun ikke behøvede gå i knæ. En spøj ja, men det var det ikke for alle.” (Kvinde 40-49 år). Eksemplet tilkendegiver ikke hvem det

var som har følt sig utilpas, om det eventuelt var den involverede mand. Men fungere som eksempel på en seksuel handling der måske nok har været for sjovt, men som også viser at humor er forskelligt og derved vil der også være forskellige holdninger til hvor grænsen går på arbejdspladsen. Man kan ikke blot bruge humor argumentet til at undskylde sin upassende opførsel.

”Det er en arbejdsplads kun med mænd, og en kvinde (mig) så, der er en masse klap i bagdelen holden på hoftekanten nogen er mere påtrængende en andre til firma fester, i hverdagen er der meget snak om sex og drillen af en bestemt kollega som ikke har været sammen med en endnu, men tonen er generelt bare meget hård på min arbejdsplads” (Kvinde 20-29 år).

Hun undskylder kollegaernes opførsel med en generel hård tone på arbejdspladsen. Kollegaerne ”får lov” til at fortsætte deres upassende opførsel, da det bare er sådan det er. Som ene kvinder kan det også være svært at sige fra. Flere kvinder fortæller at man blot er nødt til at vænne sig til mosten, hvis man arbejder på en meget mandsdomineret arbejdsplads. Det bliver flertallet der sætter grænserne, i disse tilfælde på bekostning af nogle kvinder. Der bliver en antagelse at mændene kan tillade sig hvad som helst, fordi de er i overtal. At man ikke kan gøre noget; at det vil være umuligt at ændre deres opførsel, fordi man er i stærkt undertal som kvinde. Herved ligger der også en antagelse om at mændene er ligeglade med kvinderne, hvis de ikke er interesseret i at tilpasse sig en lille smule, så arbejdsmiljøet kan være rart for alle. Samtidig kan man overveje i hvor høj grad mændene på de mandsdominerede arbejdspladser er klar over, hvordan kvinderne oplever tonen. Hvis der stort set ikke er nogle kvinder og der ikke er nogle som har sagt fra, så er det ikke sikkert at de er ligeglade med kvindernes velbefindende på arbejdspladsen, men simpelthen at de ikke har overvejet hvordan deres tone fremstår for andre.

Når medlemmerne fortæller om deres oplevelser med seksuel chikane på arbejdspladsen er noget af det som springer i øjnene, at mændenes historier sjældent omhandler deres egne oplevelser, men at det er fortællinger om deres, hovedsageligt kvindelige, kollegaers oplevelser.

”...Derimod synes jeg ikke det er okay, at jeg var inde hos min chef og havde ham oppe imod ringhjørnet i forbindelse med min manglende lønudvikling, så kommer en af vores nyansatte piger gående forbi og han kommenterer hende så med: x har da egentligt ikke særligt store patter, hva?! sikkert for at vinde tid, men det er sådan noget der jeg står af overfor!” (Mand 40-49 år).

Der er således en klar forskel mellem kønnene på tilkendegivelserne af seksuelle krænkelser på arbejdspladsen. Herved sagt at det ikke er nødvendigvis fordi mændene slet ikke oplever det. Som nævnt tidligere viser Guteks forskning at mænd sjældnere klassificere seksuelle kommentarer som ubehagelige. Man er altid nødt til at huske på at chikane er en personlig ting, alle har forskellige grænser, men hertil kommer også at man som mand måske er mindre tilbøjelig til at indrømme det, hvis man har fået overskredet sine grænser. For mange er maskulinitet ensbetydende med styrke, mod og at holde hoved koldt. Man er som ”rigtig mand” ikke styret af sine følelser, men er altid i kontrol. Ligeledes er der for mange en opfattelse af at en mand altid er frisk på seksuelle aktiviteter. Ved at indrømme at man har oplevet uønsket seksuelle henvendelser og at det har været ubehageligt, skal man til at gå imod dette billede af, hvordan en mand bør være. Det kan måske ses som at gå på kompromis med sin rolle som den store stærke mand, hvis man har befundet sig i en situation man ikke har kunnet styre. Igen handler det om Butlers socialisering til manderollen som er på spil. Mænd lærer ikke at tale om følelser på samme måde som kvinder gør. Man tilgiver oftere drengebørns opførsel, fordi ”sådan er drenge jo”. Men denne tilgang til at der skulle være forskel på drenge og piger sætter sine spor i socialiseringen, hvilket resulterer i de eksempler på seksuelle krænkelser det ovenstående har set på. Socialisering resulterer i mænd der skal være ”rigtige mænd”, som hverken vil indrømme at deres opførsel er problematisk eller at de selv har fået overskredet grænserne. Men har også betydning for at kvinder italesætter seksuelle krænkelser, som noget der næsten kan være umuligt at undgå, at man skal kunne tåle mosten, men også at de bliver reduceret til deres krop.

7. Diskussion og konklusion

Dette sidste afsnit vil byde på en diskussion af specialets bidrag til forskning om køn og seksuelle krænkelser, samle op på hvad vi har lært i forhold til problemformuleringen og se på hvor fremtidig forskningen kan gå videre herfra.

7.1 Diskussion

Grundet specialets poststrukturalistiske tilgang, har fokus været på hvordan kampagner og medlemmer italesætter seksuelle krænkelser. Der har herved både været et aspekt af hvordan kampagner beskriver problematikken, men også hvordan individer på arbejdsmarkedet beskriver det, både dem der har oplevet det på egen krop og dem som blot har været vidne til deres kollegaers oplevelser. Dette er ulig meget af den tidligere forskning, hvor der har været fokuseret på hvem og hvor mange der oplever seksuelle krænkelser, samt hvem der begår de seksuelle krænkelser. Specialets fokus på kampagner er ligeledes et udtryk for den manglende forskning omkring påvirkningen af MeToo i Danmark. I det hele taget har der ikke været meget forskning omkring sociale bevægelser online i Danmark. Og selvom kampagnerne ikke kan klassificere sig som sociale bevægelser, har det været interessant at undersøge hvorvidt de havde formået at opnå noget af det samme momentum som MeToo eller om de blot havde brugt det som mulighed for at fremhæve emnet. Tidligere blev det nævnt hvorvidt kampagnernes online færd ville have skabt rum for nye stemmer, ligesom MeToo gjorde det. Men det må konstateres at interaktionen med kampagnerne har været meget lille og at der er endnu færre der har delt egne historier. Selvom flere af kampagnerne deler anonyme historier, som måske ellers ikke var kommet frem, så åbner det ikke op for, at folk tør stå frem med deres historier online.

Specialets helt store hæmsko har været den manglende empiri fra kampagnerne. Nok har MeToo fået meget medie omtaler og i forlængelse heraf har medierne i Danmark snakket om seksuelle krænkelser på arbejdsmarkedet og de kampagner som opstod i det kølvand. Men det har gennem specialets udarbejdelse vist sig, at det reelle omfang af kampagnerne har været noget mindre end forventet. Hvilket også danner grundlaget for hvorfor specialet er todelt; at det både ser på kampagner og medlemmer. Det kunne simpelthen ikke stå alene. Grundet metodevalget om at bruge virtuel etnografi betyder det ikke kun, at jeg har fået belyst hvordan kampagnerne italesætter seksuelle krænkelser online, men det har også den konsekvens at jeg ikke får uddybet mine fund. Individerne og kampagnerne har ikke fået mulighed for at forklare sig, hvilket andre metoder havde givet dem mulighed for, for eksempel gennem interviews. Jeg ville komme nærmere ind på dette senere.

7.2 Konklusion

Efter MeToo bevægelsen skyllede over landet kom der et fornyet fokus på seksuelle krænkelser på arbejdspladsen. Indenfor flere forskellige brancher besluttede man at sætte fokus på problemet ved at lave sine egen kampagner. Fire af disse kampagner har været omdrejningspunktet for dette speciale. Kampagnerne stammer fra to fagforeninger, et filmproduktionsselskab og ansatte i sundhedsvæsenet. Selvom kampagnerne derfor har forskellige baggrund og heraf også forskelligt fokus, så er der flere ligheder mellem kampagnerne. Den største lighed er, at deres fokus ligger på fortællinger fra kvinder som har været ofre for seksuelle krænkelser. Kvinderne bliver italesat som for hvem det her er det største problem. Dette gøres gennem forskellige tilgange, enten ved kvinder der fortæller deres historier eller statistik der tilkendegiver at kvinder oftere melder at have oplevet seksuel chikane. Der bliver ligeledes lagt vægt på behovet for at skabe opmærksomhed om problemets omfang. Der foreligger en antagelse om, at seksuelle krænkelser finder sted, fordi den ikke er blevet italesat og fremhævet. Herigennem kommer løsningen således også gennem, at vi skal snakke om det, hvis man oplever seksuelle krænkelser. Ingen af kampagnerne taler om, hvorfor chikanen finder sted, hvorfor (oftest) mænd opfører sig på den måde. Herudover er det interessant hvordan det heteroseksuelle forhold spiller en stor rolle, således der er forsvindende lidt opmærksomhed på homoseksuelles oplevelser med seksuelle krænkelser. Det virker tvivlsomt at de skulle være fritaget fra at opleve ubehagelige situationer, så det kunne være interessant at undersøge nærmere, hvorfor de forsvinder i kampagnernes præsentation af problematikken.

Kampagnerne har alle sammen benyttet sig af brugen af hashtag til at fremme deres online færden. Hvilket knytter dem til den online aktivisme som de er opstået efter. Hashtags er ligesom logoer, Facebook rammer og nåle, alt sammen et forsøg på at skabe en følelse af et tilhørsforhold til kampagnerne. En måde at vise omverden at man hører til en gruppe, der står sammen imod en sag. Et forsøg på at opnå en kollektiv identitet. Tre af kampagnerne gør ligeledes brug af personlige historier, hvilket ligeledes er et træk fra de sociale bevægelser. Men modsat fundet i undersøgelsen af Mendes et al. Så opnår kampagnerne ikke at skabe et rum, hvor individerne kan dele deres oplevelser. Der opstår aldrig rigtig et sammenhold mellem medlemmerne. Hvoraf man ønsker at folk skal kunne relatere til kampagnen, når de kan genkende sig selv eller bekendte i fortællingerne. De bruger mange af de samme ord, som er fundet

i Xiong et al.s online feministisk aktivisme forskning. De gør brug af de samme feministiske sprog netværk. Ligesom de påpeger et strukturelt problem. Selvom kampagnerne har brugt flere af kendetegnene fra sociale bevægelser, så har de på ingen måde opnået den opbakning fra befolkningen, som det ville kræve før end at man kunne omtale dem som sociale bevægelser.

HK Privats medlemmer har i deres spørgeskemaundersøgelse kommet med konkrete eksempler på oplevelser, hvor de har oplevet folk komme med upassende seksuelle kommentarer. Her er der en stor andel som italesætter problematikken som værende svær at afgrænse eller slet ikke så seriøst som det bliver fremstillet. Flere tilkendegiver at det blot er humor og at man må være i stand til at sige fra, hvis det bliver for meget. Deres fremstilling minimerer problematikken og tager den ikke særlig seriøst. Den ligger skylden over på ofrene, fordi de ikke har været i stand til at sætte en klar grænse. Der er dog stadig et flertal som kommer med egentlige eksempler. I disse historier fremstilles kvinderne som ofre for mænds chikane. Særligt kvindernes udseende og påklædning bliver fremhævet, som noget man får uønskede bemærkninger på. Men også tilbud og fysiske overgreb fortælles der om. Der findes et element af den overgribende kønsrolle som Gutek snakkede om, hvor kvinder oplever at reduceres til sexobjekter. Der er kvinder som italesætter at de oplever, at det er noget man må lære at leve med, særligt hvis man arbejder på en mandsdomineret arbejdsplads. Herved undskylder man indirekte for mændenes opførsel. Kvindernes ubehagelige oplevelser kommer til at fylde mindre i forhold til, at mændene skal have det sjovt på arbejdspladsen. Som regel er fortællingerne også meget korte og beskrivende, men uden refleksioner over, hvordan ofrene har oplevet situationen eller hvad man har gjort ved det. Der er hverken tilkendegivelser af, hvorvidt det er normalt eller en sjældenhed at disse oplevelser finder sted. Det er ikke beskrivende fortællinger om situationer, hvor seksuelle krænkelser finder sted, men i stedet er følelserne fjernet fra historierne.

7.3 Fremtidig forskning

Dette speciale har haft fokus på italesættelsen af seksuelle krænkelser og dette speciale har derfor ikke har mulighed for at dykke ned i individernes oplevelser med at være ofre for seksuelle krænkelser eller kampagnernes bevæggrunde for at tage emnet op i lyset af MeToo eller hvilken effekt de oplever at kampagnerne har haft. Til fremtidig

forskning kunne det bl.a. være interessant at undersøge hvilken effekt, hvis nogle, det har haft at kampagnerne har lånt taktikker fra sociale bevægelser/internet aktivisme. Om for eksempel fagforeningerne har oplevet en stigning i henvendelser om seksuelle krænkelser efter deres kampagne? Eller have undersøgt hvordan medlemmerne har anset fagforeningernes tiltag, hvordan de har oplevet kampagnen og om det har forandret deres syn på seksuelle krænkelser og hvordan de vil reagere, hvis de oplever det. Spørgsmålet omkring hvordan folk har opfattet seksuelle krænkelser før og efter kampagnen er særdeles interessant, hvis man vil forstå effekten af en kampagne. Men det kræver også en anden tilgang end dette speciale har haft. Den virtuelle etnografi ville have svært ved at indfange forskellen i holdninger blandt danskerne. Men et eksperimentelt design, hvor man kunne have interviewet eller brugt et spørgeskema til at indfange holdningerne før og efter kampagnen gik i gang havde været ideelt. Disse tilgange har dog også sine egne udfordringer. I løbet af specialet har jeg flere gange stødt på en italesættelse af at det er humor, at man skal kunne tåle mosten eller sige fra, hvilket også er et element som kunne være interessant at dykke mere ned i. Hvordan kan en handling for en person være en seksuel krænkelse, mens en anden ser det som en joke? Hvilken konsekvenser kan denne manglende forståelser for hinanden oplevelser have på arbejdsmiljøet. Flere af kampagnerne kommer også ind på at det er ledelsen ude i virksomhederne, som står med det egentlige ansvar at sørge for at medarbejderne har et trygt arbejdsmiljø. Derfor kunne det også være interessant for fremtidig forskning at se mere den vej og undersøge hvordan ledelser har taget imod kampagnerne eller hvad de konkret gør for at undgå/håndtere seksuelle krænkelser på deres arbejdsplads.

8. Litteratur

Agustín, Lise Rolandsen 2012: "Kvalitativ diskurs- og rammeanalyse" i *Kvalitative udfordringer*. København: Hans Reitzels Forlag.

Antoft, Rasmus, Michael Hviid Jacobsen, Anja Jørgensen og Søren Kristiansen 2012: *Håndværk og horisonter: Tradition og nytænkning i kvalitativ metode*. Viborg: Syddansk universitetsforlag. Kap 1

Bacchi, Carol 2009: *Analysing policy: What's the problem represented to be?* Australien: Pearson

Bacchi, Carol 2010: "Postructuralism, discourse and problematization: Implications for gender mainstreaming." in *Kvinder, køn og forskning* nr 4

Blay, Zeba 2016: "21 Hashtags that changed the way we talk about feminism" 21. marts - https://www.huffingtonpost.com/entry/21-hashtags-that-changed-the-way-we-talk-about-feminism_us_56ec0978e4b084c6722000d1 - besøgt 24/01/2019

Bønnelycke, Cecilie 2018: "Kampen om seksualiteten går langt forud for både rødstrømperne og #MeToo" 1. november - <https://videnskab.dk/kultur-samfund/kampen-om-seksualiteten-gaar-langt-forud-for-baade-roedstroemper-og-metoo> besøgt 16/01/2019

Borchorst, Anette og Lise R. Agustín 2017: *Seksuel chikane på arbejdspladsen. Faglige, politiske og retlige spor*. Aalborg: Aalborg universitetsforlag.

Bråten, Mona og Beate Sletvold Øistad 2018: *Seksuel trakassering i hotellbransjen i Skandinavia Erfaringer fra tre hoteller i Danmark, Norge og Sverige*. Fafo

Breum, Oliver Sand et al. 2017: "#Notonthemenu: Fagforening vil stoppe seksuelle krænkelser mod tjenere" 15. december - <https://www.dr.dk/nyheder/regionale/hovedstadsomraadet/notonthemenu-fagforening-vil-stoppe-seksuelle-krænkelser-mod-tjenere> besøgt 17/01/2019

Butler, Judith 2010: *Kønsballade*. København: Forlaget THP

Carson, Lisa & Kathy Edwards 2011: "Prostitution and Sex Trafficking: What are the Problems Represented to Be? A Discursive Analysis of Law and Policy in Sweden and Victoria, Australia" in *Australian Feminist Law Journal*, 34:1, 63-87.

Carty, Victoria 2002: "Technology and counter-hegemonic movements: the case of Nike corporation" in *Social movement studies*. 1:2

Christensen, Maiken Brusgaard 2018: "Hver fjerde dansker mener, at MeToo har været negativ: - Det er blevet en joke" 14. oktober - <http://nyheder.tv2.dk/samfund/2018-10-14-hver-fjerde-dansker-mener-at-metoo-har-vaeret-negativ-det-er-blevet-en-joke> besøgt 16/01/2019

De Vaus, David 2001: *Research design in social research*. California: Sage

Dixon, Kitsy 2014: "Feminist online identity: Analyzing the presence of hashtag feminism" in *Journal of arts and humanities*. Nr 7, 2014: 34-40

Finkelde, Dominik 2013: "Post-structuralism" in *Ethics and philosophy*, volume 3.

Gutek, Barbara 1987: *Seksuel chikane - et tabu i arbejdslivet*. Teknisk forlag A/S

Hill, Symon 2013: *Digital revolutions: activism in the internet age*. Oxford: New Internationalist

Hine, Christine 2000: *Virtual ethnography*. London: Sage. Kap ??

Hitchings-Hales, James og Imogen Calderwood 2017: "8 Massive moments hashtag activism really, really worked" 23. august - <https://www.globalcitizen.org/en/content/hashtag-activism-hashtag10-twitter-trends-dresslik/> - besøgt 24/01/2019

HK.dk 2019a: "HKs historie" - <https://www.hk.dk/omhk/fakta-om-hk/historie> besøgt 18/01/2019

HK.dk 2019b: "Seksuel chikane #Ikkehosos" -

<https://www.hk.dk/omhk/enhedssider/seksuel-chikane> besøgt 18/01/2019

HK.dk 2019c: "Seksuelle krænkelser blandt HK Privats medlemmer" -

<https://www.hk.dk/aktuelt/nyheder/2018/01/29/seksuelle-kraenkelser-blandt-hkprivats-medlemmer> besøgt 18/01/2019

Hunt, Scott A., Robert D. Benford & David A. Snow 1994: "Identity fields: Framing Processes and the social construction of movement identities" in *New social movements*. Temple University Press

Jacobsen, Michael Hviid, Kasper Lippert-Ramussen og Peter Nedergaard 2015: *Videnskabsteori - i statskundskab, sociologi og forvaltning*. København: Hans Reitzels Forlag. Kap 8.

Justice, Alexandra 2017: "Danmark er det land i Norden med færrest kvindelige ledere" i *Berlingske* 17. oktober

Kulturministeriet 2018: *Brug af sociale medier i 2018*. -

<https://mediernesudvikling.slks.dk/2018/kort-nyt/brug-af-sociale-medier-i-2018/>
Besøgt 30/04/2019

Larsen, Malene Charlotte 2012: "Når dataindsamlingen går online" i *Kvalitative udfordringer*. København: Hans Reitzels Forlag.

Larsen, Mona og Malene Rode Larsen 2018: *Forskelle mellem kvinders og mænds timeløn* København: Vive

Mac, Anita og Anne-Mette Michaelsen 2012: "Uligheden mellem kønnene er ikke svær at dokumentere" i *Information* 3. januar

<https://www.information.dk/debat/2012/01/uligheden-mellem-koennene-svaer-dokumenere> besøgt 24/01/2019

Melander, Ronja 2018: “ Læger uden tavshedspligt “ Tankevækkende at se, hvor mange der faktisk oplever upassende, ubehagelige og grænseoverskridende opførsel”

1. februar - <https://jyllands-posten.dk/indland/ECE10269202/laeger-uden-tavshedspligt-tankevaekkende-at-se-hvor-mange-der-faktisk-oplever-upassende-ubehagelig-og-graenseoverskridende-opfoersel/> besøgt 11/02/2019

Melander, Ronja og Ida Dengsøe 2018: “19 millioner tweets senere: Hvilken forskel har “MeToo” gjort?” 5. oktober - <https://jyllands-posten.dk/premium/kultur/ECE10912730/19-millioner-tweets-senere-hvilken-forskel-har-metoo-gjort/>

besøgt 16/01/2019

Mendes, Kaitlynn, Jessica Ringrose and Jessalynn Keller 2018: “#MeToo and the promise and pitfalls of challenging rape culture through digital feminist activism” in *European Journal of Women’s Studies*, Vol. 25(2) 236–246

Milano, Alyssa 2017: Twitter 15. oktober -

https://twitter.com/alyssa_milano/status/919659438700670976?lang=da besøgt 16/01/2019

Polletta, Francesca & James M. Jasper 2001: “Collective identity and social movement” in *Annu. Rev. Sociol.* 27:283:305.

Reestorff, Camilla Møhring 2019: “Lektor: Danske medier underminere #MeToo i jagten på hurtige klik” 6. januar - <https://videnskab.dk/kultur-samfund/danske-medier-underminerer-metoo-i-jagten-paa-hurtige-klik> besøgt 17/01/2019

Reinicke, Kenneth 2018: *Mænd der krænker kvinder: Refleksioner i kølvandet på #MeToo* København: Samfundslitteratur

Robinson, Kerry H. 2005: “Reinforcing hegemonic masculinities through sexual harassment: issues of identity, power and popularity in secondary schools” in *Gender and education* 17:1

Skovhus, Randi Boelskifte og Rie Thomsen 2015: "Popular problems" in *British Journal of Guidance & Counselling*, 45:1, 112-131.

Stormhøj, Christel 1999: "Kønnets regerende dronning - en introduktion til køn og krop i Judith Butlers forfatterskab" i *Kvinder, køn og forskning* nr 2

Stormhøj, Christel 2006: *Poststrukturalismer - Videnskabsteori, analysestrategi, kritik*. Frederiksberg: Forlaget Samfundslitteratur

Wakefield, Jane 2018: "Me Too founder Tarana Burke: Campaign now 'unrecognisable'" 29. november - <https://www.bbc.com/news/world-46393369> - besøgt 16/01/2019

Xiong, Ying, Moonhee Cho og Brandon Boatwright 2018: "Hashtag activism and message frames among social movement organizations: Semantic network analysis and thematic analysis of Twitter during the #MeToo movement" - <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0363811118302303?token=1F87CF532DBB21212F990FE8216BA0458C17662CE051C2565F9BA6FE92380869BF952B45133C4E678D0B67B2FC6E0B9F> - besøgt 24/01/2019

Yin, Robert K. 2014: *Case study research - design and methods*. Amerika: Sage.

Analyse artikler:

Bay, Anne Marie 2018: "Vi skal kunne arbejde uden chikane" i *Fredericia Dagblad* – 8. februar

Breum, Oliver, Line Gudnitz Baun og Christine Hyldal 2017: "#Notonthemenu: Fagforening vil stoppe sexchikane mod tjenere" på *dr.dk* – 15. december

Fiskbæk, Henny 2018: "Alle skal kunne arbejde uden sexchikane" på *ju.dk* – 20. februar

Frederiksen, Kristian Hougaard 2018: "Podcast: Fagbevægelsens ligestillingskamp" på *piopio.dk* – 15. februar

HK Privatbladet 2018: *#MeToo er relevant i mere end filmbranchen* – 14. maj

HK Privatbladet 2018: *Seksuel chikane på dagsordenen* – 9. april

Højsager, Frederik og Brian Kenn Baltzar 2018: "#Me(n) Too?" i *Rust* – 1. marts

Ingemann, Susanne 2018: "Fagbosser trænger stærkt igennem" på *Markedsføring.dk* – 9. februar

Jensen, Kirsten Marie Juel 2018: "Sådan tackler du seksuel chikane" i *HK Privatbladet* – 5. marts

Kildebæk, Morten 2018: "100 danske skuespillere fortæller anonyme #MeToo-historier i ny, landsdækkende kampagne" på *Soundvenue.dk* – 9. april

Kino.dk 2018: *100 danske skuespillere fortæller* – 9. april

Larsen, Klaus 2018: "Sexchikane – desværre også i lægefaget" i *Ugeskrift for læger* – 19. marts

Larsen, Nicoline og Lene Munk 2018: "Danske læger og universitetsstuderende smider nyt brænde på #MeToo-bålet og to andre historier fra ugen" på *Vice.com* – 16. februar

Madsen, Kirsten Estrup 2018: "Chikane kræver modsvar" i *Nordjyske Stiftstidende* – 3. februar

Madsen, Tina Møller og Søren Heisel 2017: "Hold labberne for dig selv" i *BT* – 9. december

Middelboe, Rosa 2018: "Sexchikane er mere udbredt, end du tror" i *HK Statbladet* – 5. marts

Nielsen, Marie Ravn 2018: "Se videoerne: 100 skuespillere deler danskernes oplevelser med sexchikane" på *dr.dk* – 9. april

Stranddorf, Inger 2018: "#Ikkehosos. Seksuel chikane" i *Dagbladet Struer* – 2. februar

Sørensen, Birgitte Hjort 2018: "Sexchikane foregår i hele samfundet" på *dfi.dk* – 5. april

Ulrich, Lise 2018: "Tusinde klap i røven senere" i *Eurowoman* – 14. juni

Vind, Marianne 2018: "At stoppe seksuel chikane er et fælles ansvar" i *Berlingske* – 31. januar

Ømark, Catrine Mygdam 2019: "Dansk #MeToo-mosaik rejser til Kina" på *dfi.dk* – 7. marts

9. Bilag

Bilaget er uploadet seperat. Der findes screenshots fra de tre kampagners Facebook sider af deres opslag og kommentarfeltene.