

**VOLDSOM Kærlighed**  
KRÆSTER UDEN VOLD

HANDLER IKKE KUN OM AT SLÅ  
uden elektronisk vold  
på facebook.com/voldsomkærlighed

ASKOV FONDEN

14:06

Skat

hvor er du?

hvad laver du?

ring når du ser det her

hallooooo

**VOLDSOM Kærlighed**  
KRÆSTER UDEN VOLD

**DU PISSED**

**HVIS DIN KÆRESTE**

**IKKE SVARER**

**ED DET SAMME?**

HANDLER IKKE KUN OM AT SLÅ  
uden psykisk vold

ASKOV FONDEN

**IKKE SVARER**

**ED DET SAMME?**

VOLD HANDLER IKKE KUN OM AT SLÅ  
Kæresten uden psykisk vold  
på facebook.com/voldsomkærlighed

ASKOV FONDEN





# UDE BLANDT DE FESTGLADE

Et kærlighedsliv uden vold – sådan lyder ambitionen. Et projekt under Dialog mod Vold har med utraditionelle midler udbredt budskabet blandt unge mennesker på 16-24 år.

**V**oldsom Kærlighed er navnet på et forebyggelses- og behandlingsprojekt om kærestevold, som bygger på erfaringer fra Dialog mod Vold. Med fondsmidler i ryggen har vi opbygget et særligt tilbud til 16-24-årige unge, hvor vi sigter efter både holdningsændring, forebyggelse og intervention.

Men kan vi nå de unge, hvor de er, og støtte dem i et kærlighedsliv uden vold? Unge mennesker, der daglig bombarderes af kampagner og opfordringer både på de sociale medier, på uddannelsesinstitutionerne og på gaden? Hvordan få fat i en generation, der er træt af at tale med pædagogiske voksne, som brænder inde med et budskab og et læringsformål. Det satte vi os for at finde ud af, da vi over sommeren 2014 forsøgte at tale om kærlighed og kærestevold med de unge.

På den årlige københavnske musikfestival Distortion rykkede projektholdet fra 'Voldsom Kærlighed' ud på både Nørrebro og Vesterbro. Gadefesterne var en del af lanceringen af Voldsom Kærligheds kampagne, der sætter fokus på, at kærestevold ikke kun handler om at slå. Projektholdet byggede en dialogtrappe på Nørrebro og et loungeområde på Vesterbro for at komme helt tæt på målgruppen. Til festerne kunne unge få en midlertidig tatovering med projektets logo og en snak med en af de fire medarbejdere. Vi deltog ligeledes på Roskilde Festival, Bas Under Buen og var på tour med Stella Polaris.

## At række ud –

Der er noget særligt ved festivaler. Den stille summen af hårdtarbejdende mennesker, inden det hele går i gang. Teltstænger, der bliver rejst, højttalere, der sættes på plads, pølsevognes grillduft der breder sig. Det er her tingene finder deres form, deres plads, inden de tages i brug. Omtrent på denne måde stod vi også dér, >

## BAGGRUND

Voldsom Kærlighed er en del af AskovFonden og støttet af Velux Fonden. Der er tale om et forebyggelses- og behandlingsprojekt om kærestevold, særligt rettet mod 16-24-årige. Projektet har tre overordnede mål: At nå de unge, hvor de er, og støtte dem i et kærlighedsliv uden vold. At udvikle en rådgivning og behandling til de unge, der allerede har udøvet vold over for en kæreste. Og at medvirke til at bryde tavsheden omkring kærestevold og bidrage til, at flere søger hjælp.

Se [www.voldsomkaerlighed.dk](http://www.voldsomkaerlighed.dk).



- > hver gang vi indtog en ny festivalplads. Parate til at blive en del af festivalen, en del af kulturen.

Vi havde forinden gjort os tanker om, hvordan vi bedst kunne udbrede Voldsom Kærligheds budskab. Vi var optaget af at skabe et *outreach*, som ikke signalerede psykologer, behandling og løftet pegefinger mv., men være til stede som menneskene bag arbejdstitlen. Vi ønskede, at vores projekt – sammen med de unge – kunne samskabelses med den energi, festivaller emmer af. Kodeordet var deltagelse, ikke iagttagelse.

Når vi bevægede os ind i festivalkulturen, havde vi den fordel, at de unge var på hjemmebane. Det var deres arena. De var i kontekster, hvor de havde rusens vingesus med sig i form af musik, venner og flydende varer. Og hvad gør man til festivaler? Man taler med andre. Vi opdagede, at ved at agere som festivalgæster trådte vi ind i et rum, hvor vi blev mulige samtalepartnere.

De fleste sociale projekter har sikkert erfaret, at målgruppen med unge fyre og piger er særligt svære at nå. Gennem festivaldeltagelsen var det muligt for os at tale med netop dem. Udefra set blev deres position ikke ændret af at tale med os. Udefra set var vi jo bare festivalgængere. Hvad andre ikke kunne se, var, at vi også diskuterede om jalousi, konflikter, og at vold er et sprog, der kan ændres.

### Adgangen blev til indgangen

Vi havde gjort os flere tanker om, hvordan vi kunne komme i dialog med de unge. Hvornår har vi lov til at tage et par minutter af deres tid?

Løbende har vi haft et ungepanel bestående af ca. ti unge til at hjælpe os med vores projekt. Panelet er blandt andet blevet præ-senteret for ideen om at producere en rub-on-tatovering med vores logo. Af mange ideer, der blev skudt hårdt ned af vores unge, faldt denne i god jord. Så god, at en af de unge proklamerede, at han gerne ville have den i en ægte udgave.

I stadig *fake* udgave drog vi ud i den festende mængde. Hurtigt

opdagede vi, at tatoveringen netop fungerede som en brobyggen artefakt, der skabte adgang til dialog. Påsætningen af tatoveringen legitimerede, at vi fik to minutter af de unges tid. Det var nok til at starte en dialog med modspørgsmål. Men det var ikke det eneste. Tatoveringen kræver nemlig, at du sprøjter vand på tatoveringen og masserer tatoveringen ind i huden. Det vil sige, du rører ved et fremmed menneske. Det kræver tillid, og det skaber tillid. Vi erfarede med tiden, at berøringen muliggjorde nærvær og andre samtaler, end hvis vi havde haft en pjece og et bolsje. Flere gange opdagede vi, at de unge huskede os, når de mødte os igen.

De unge lærte os hurtigt, at mobilen også skulle i brug. Tatoveringen skulle foreviges. Ikke blot med fotoet, men via Instagram og Facebook og videre til egne venner, hvilket igen gav yderligere effekt gennem de sociale medier. Vand, berøring, samtale, foto, et kram og en tak. Pludselig havde vi sammen med de unge skabt et fællesskab virtuelt og konkret. Indgangen var at bære tatoveringen, budskabet var at stå op for et forhold uden vold.



*Når vi bevægede os ind i festivalkulturen, havde vi den fordel, at de unge var på hjemmebane. Det var deres arena.*

### Når unge leder efter voksne

”Hey må min ven ikke også få en tatovering?!” Når det gik bedst, kom de unge til os efter en tatovering. Tatoveringen skabte forbindelser mellem unge og mellem unge og os. Tatoveringen cementerede et fællesskab. For os betød det ikke noget, at fællesskabet måske (også) handlede om at blive set på Facebook eller at få ta-



toveringen på mere blufærdige steder. Men det var vigtigt, at vi skabte en forbindelse med de unge.

At sætte noget på sig selv er et særligt statement. Det er at gøre budskabet til ens eget. Og det sker helt automatisk, for en tatovering kalder på et svar. Hvor mange unge har mon spurgt deres ven om, hvad tatoveringen betød? (Som i øvrigt er utrolig svær at få af). Hvor mange har mon googlet det, hvis festivaldagene havde taget hukommelsen? Hvor mange mon vil genkende det, næste gang de står ved et busstoppested og ser vores kampagne?

Vi mødte unge, der blev så grebet af konceptet, at de selv ønskede at sprede budskabet. Velvidende at det primære formål handlede om at komme i kontakt og flirte med andre unge gav vi dem en stak tatoveringer.

Devaluerede det formålet? Det synes vi ikke. Vi synes snarere, det handlede om at koble sig på de unges interesser, at gå med rusen. Og de var hurtigt mere effektive end os. De opnåede at sætte flere tatoveringer på andre og nye steder, end vi havde gjort. Måske vidste de ikke meget om projektet, men alligevel vidste de nok til at fortælle en del af budskabet.

### **Nøgenhed, sociale medier og faglighed**

Tiden må vise, om vi har opnået det, vi ønskede. Vores formål var at gøre opmærksom på projektet. Vi ønskede at være autentiske og nærværende formidlere af budskabet og sætte tanker og diskussioner i gang hos de unge – om både kærlighed, voldsomhed og meget mere.

Det er en udfordring at måle effekten. Vi kan tælle, hvor mange unge der henvender sig til os for hjælp, og hvor mange der deltager på vores Facebook-side. Men vi kan ikke måle, om debatten fortsatte, da soveposen blev skiftet ud med hverdagen. Og om det har en effekt i deres levede liv.

Det kan være nærliggende at spørge, om vi gav køb på fagligheden, når vi hang ud på festivaler, når vi indlod os på at sætte tatoveringer på den nøgne hud og taggede det på Facebook.

Som professionelle har vi hele tiden den opgave at koble faglighed på det, vi gør. Det vil sige at overveje, hvorfor vi gør, som vi gør, i det projekt, vi er i gang med at etablere. Og samtidig have for øje, hvordan vi kan udvikle de traditionelle metoder uden at være begrænset af en særlig idé om faglighed. Vores ønske var at komme tættere på målgruppen, fysisk og i antropologisk forstand. Det synes vi, at vi opnåede. Vi byttede så at sige blot det terapeutiske rum ud med en festivalplads, hvor vi gik med de unges deltagelse. Principperne er til dels de samme.

Det var vigtigt for os ikke at være iagttagere, der påvirker en gruppe eller bliver associeret til uundgåelig reklame. Vi erfarede, at der var kort afstand mellem at være irriterende, iagttagende voksne og deltagende festivalgængere med et budskab. Og dette krævede forskellige navigationer fra festival til festival. Det var også vigtigt for os, at flest muligt fik budskabet med: at kærlighed kan være vild, passioneret og for nogen til tider for voldsom. At man må tale om det, tage ansvar for det og ændre det. Ikke mindst, at de unge som venner også har et ansvar for hinanden. Hvis de unge køber bare lidt af den præmis, er vi nået et stykke.

Sommeren er for længst gået på hæld. Festivalerne er lukket. Også i Voldsom Kærlighed afslutter vi vores turné. Noget var vildt, og noget var i hvert fald ud over det sædvanlige. Men vi lærte af det. Vi kan kun takke de unge for at have lært os så meget gennem praksis, fx at udfordre den gængse faglighed, det at gribe nuet og udvikle metoder, der måske ikke klassificeres som fagligt efter bogen, men i stedet deltage og bare være med. ■

*Nina Wehmeyer, cand.psych.  
Voldsom Kærlighed, AskovFonden*