

”When you cringe, you grow”

– Generation Z og biblioteket

□ **Tina Lund**, Det Kgl. Bibliotek/
KUB Frederiksberg

”Når man er 10 år ældre end sin målgruppe, så er man faktisk for gammel på SoMe”, var en af pointerne på temadagen: Kend dine studerende. Det udsagn gav et lille ryk i forsamlingen af de mange *vibing boomers*, *Gen X’ere* og *millennials*, der var mødt op på SDU i Odense til DFFU Forum for Markedsførings første fysiske og vellykkede temadag. De studerende er vores kernemålgruppe, og nogle gange føles det som om de bliver yngre og yngre. Eller? For hvor er udfordringerne og mulighederne med de nye generationer af studerende?

Jeg arbejder med kommunikation – både fysisk, digitalt og på SoMe – på Københavns Universitetsbibliotek, så det lå lige til højrebænet at deltage i en temadag om de unge i forhold til biblioteket. Kommunikation kan være en lidt underkendt størrelse i hverdagen, men jeg oplever efterhånden en øget bevidsthed om behovet for at arbejde lige så strategisk og sammenhængende med kommunikation som med bibliotekets andre kerneområder, og at der skal være et bevidst samspil mellem den fysiske og digitale kommunikation. Det kræver også, at vi forstår at forny os og have fingren på pulsen i forhold til de studerende, når vi møder dem ansigt til ansigt i studiemiljøet og skal kommunikere på forskellige platforme om alt det fantastiske, vi kan tilbyde dem.

Det kan føles, som om vi står i en slags brydningstid, hvor vi diskuterer ”vi plejer”

mere end nogensinde. Vi diskuterer den klassiske brug af skranken – kan de i stedet møde os andre steder og på andre måder? De digitale og fysiske services skal ikke konkurrere, men supplere hinanden. SoMe er ikke nyt længere, men det flytter sig hurtigt, og platforme som var aktuelle for nogle år siden, gider de nye generationer af studerende ikke. Vi taler for meget om at skabe engagement, men hvor og hvordan? For engagement bliver hurtigt til en snak om antal *likes* på de sociale medier og den manglende respons på vores forsøg på at komme i dialog. Måske ligger vores muligheder for engagement et andet sted?

Inklusion, lighed og mangfoldighed

I øjeblikket er der stort fokus på, hvordan vi hjælper den gruppe af studerende, der kan have forskellige typer af udfordringer og funktionsnedsættelser, samt hvordan vi øger trivslen generelt. Vi har på min arbejdsplads haft medarbejdere fra KU ude at fortælle om deres tilbud til studerende med fysiske og psykiske funktionsnedsættelser, og vi er blevet mere opmærksomme på problemstillingerne, men det kan stadig være en udfordring helt at vide, hvilke tiltag vi kan skrue på i forhold til dette segment af studerende.

Så undertegnede Generation X’er mødte op til temadagen med et håb om at få noget med hjem om, hvem Generation Z er og nogle pejlemærker i forhold til at kommunikere i øjenhøjde med dem.



← Begreberne inklusion, diversity og equity har stor betydning for kommunikationen med Generation Z.

Foto: Jeppe Lomholt Akselbo

Første halvdel af temadagen gik med oplæg af Ane Krestine Ott og Sara Gjermandsen fra firmaet Awake. De arbejder med at skabe trygge og inkluderende lærings- og arbejdsmiljøer på studier og arbejdspladser, og de gav deres bud på, hvem de studerende anno Generation Z er under overskriften "Blik for inkluderende rammer og kommunikation". Hvor kan der være udfordringer, men også muligheder i forhold til biblioteket?

Awake introducerede os først og fremmest for begreberne Inklusion, Equity, Diversity, Belonging.

Inklusion: Dette som konkrete praksisser, der sikrer at studiemiljøet fremstår som trygt og tilgængeligt for alle. Det tæller både fysisk inklusion med for eksempel ramper til kørestole og i form af sociale normer.

Equity: Lige muligheder for alle. Dette kan man for eksempel arbejde med ved aktivt at afmontere utilsigtet bias i indretning og kommunikation.

Diversity: Mangfoldighed skal betragtes som et faktum og afspejler de studerendes ikke-homogene sammensætning i forhold til køn, etnicitet, religion, funktionsnedsettelse osv.

Belonging: Ovenstående tre begreber kan tilsammen være med til at skabe tilhørsforhold. Den studerende kommer for det faglige, men bliver hængende for det sociale og føler sig som medlem af et stærkt fællesskab med målrettet indsats, udvikling og høj grad af deltagelse.

Normbrud, nedbrud og opbrud

De tre begreber inklusion, diversity og equity karakteriserer i høj grad generationen. Det er en generation, hvor der sker hurtige ryk i holdninger, sprog og trends. Emner som klima, kønsidentitet, sexism og racisme optager dem, og de søger normbrud og ændringer i samfundet ud fra et ønske om forandringer i det forankrede og nedbrydning af tabuer. Samfundet skal kunne rumme alle uanset, hvem de er.

Det betyder for os, at det er vigtigt at være opmærksomme på bias og forudindtagethed i vores kommunikation. Kan vi være mere kønsneutrale i vores måde at kommunikere på? Skrive "forældre" i stedet for "mor og far"? Toiletterne – behøver de være kønsopdelte? Er der indforståethed i vores tekster, der kan luges ud? Er der noget i vores kommunikation, der udelukker nogle grupper af studerende? Opdager vi faldgruberne og kommunikerer vi i øjenhøjde med nye studerende, der ikke kender biblioteket? Små vendinger som "måske ved du det godt/har hørt det før" kan skabe

i Ordforklaring:

Boomere: født mellem 1946 og 1964 i babyboomet. Generation X – 1965 til ca. 1979, den sidste generation, der kan huske en barndom uden internettet.

Millennials: fra begyndelsen af 80'erne til midten af 90'erne. Også kaldet generation Y.

Generation Z: midten af 1990'erne og frem til 2012. Opvokset med internettet. Z'et står for zoomer.

Generation Alpha: fra ca. 2012 og frem. Født ind i en verden, hvor det digitale og fysiske flyder mere og mere sammen, allerede døbt den transformativ generation, og næste generation på biblioteket.

To cringe: at føle skam og ubehag, på egne eller andres vegne.

faglig usikkerhed og blokere for læringen om, at det at bruge biblioteket er noget, man skal lære ligesom alt andet på studiet og er noget, man tilegner sig i faser.

Netop denne store opmærksomhed på, hvordan sproget bruges og hvilke udtryk man bruger – hvad hed ting engang, og hvad de bør hedde i dag – kendetegner generationen. Sarah Gjermandsen fortalte en historie fra en forelæsning, hun havde givet for unge studerende, hvor hun på et tidspunkt brugte et ord, som hun tidligere havde brugt uden problemer, men nu gjorde de studerende hende opmærksomme på, at det var et ord, man ikke kunne bruge længere. Hun undskyldte og undskyldte, indtil der var en udenlandsk studerende, der trak på skuldrene og sagde: ”*When you cringe, you grow*” – og så var de videre i forelæsningen. Med andre ord, vi laver fejl, vi lærer, vi flytter os og bliver bedre. De unge er ikke bange for at flyde med forandring, prøve ting af, krumme tæer et øjeblik og lære af fejl. De tilgiver og er åbne, hvis man rykker sig. Måske skal vi selv turde at ”*cringe*” lidt mere?

Præstationsfrit møde med biblioteket

Men hvordan ser de studerende så biblioteket? Og kan der være udfordringer for dem i forhold til at komme på biblioteket? Awake talte om, hvor prægede de unge er af at præstere på studiet og have styr på ting. Det er en generation, der er ramt på trivslens, og selvom det kan se ud som om nogle tabuer er ved at blive nedbrudt i forhold til for eksempel at bede om hjælp til studiet ved en funktionsnedsættelse, kan det være svært for dem at spørge om hjælp – måske også ved en biblioteksskranke og især hvis de ikke er biblioteksvante i forvejen. Kan biblioteket derfor være et neutralt rum fri for præstationskultur? Skal de studerende have mulighed for at stille spørgsmål og forslag til os i anonym form via whiteboard, spørgeskasse, online?

Awake talte om biblioteket som et sted, der skal skabe et tilhørsforhold i studiemiljøet og om opmærksomhed på rummets imødekommenthed. Om den indirekte kommunikation, der er i rum – i indretningen, måden der bliver kommunikeret via skiltning og andre visuelle tiltag. Hvordan kommunikerer vi med vores fysiske rammer?

Hvad så med vores markedsføring og praktiske info til de studerende? Studielivet er meget skriftligt, men de unge er samtidig vant til at kommunikere og aflæse visuelt, så med fordel kan man have mere fokus på at være visuelle i kommunikationen. Det kan også være en måde at inkludere både unge med ordblindhed og udenlandske studerende.

Z’erne er også en generation, der har adgang til enorme mængder af information, men information og viden er ikke det samme – hvordan får vi bedst fortalt dem, at vi kan hjælpe dem med at sortere i mængderne af information og tilegne sig viden? At det med at gå på biblioteket og at bevæge sig rundt i vores services er noget, man skal lære gradvist, lige som alt andet på studiet. Vi snakker om digital dannelse – men er skarpe på hvor, hvornår og hvordan? Kan vi tappe ind i det eksisterende, og hvornår er de mere indfødte i det digitale end os? På SoMe?

Budskaber i shortform

Det bringer os videre til dagens andet oplæg ved Eva Fog Noer (@hilseneva på Instagram og @evafogdk på Tik Tok). Hun er digital pædagog på Tik Tok og Instagram og henvender sig til voksne omkring børn og unges digitale liv. Eva var oprindeligt hyret til at tale om Tik Tok, men da mediet i mellemtiden er blevet bandlyst i vores sammenhæng, talte hun i stedet om den store betydning Tik Toks shortform-videoer har haft for SoMe, og hvordan formatet med fordel kan bruges på andre platforme.

Shortform-videoer eller *reels* startede på Tik Tok som ganske korte videoer, der fik god medvind i en coronatid, hvor alle var spærret inde og begyndte at dele små videoer og lave *challenges* for at få tiden til at gå. Formatet har gradvist ændret sig til også at kunne være lidt længere videoer og er flydt med over på andre platforme. Det er i dag det dominerende format på SoMe, og det format de unge er storforbrugere af.

SoMe er præget af indforståede trends, subkulturer og humor. Alting flytter sig meget hurtigt her, og det er svært at forudsige den næste trend. Under dette oplæg faldt så også bemærkningen om, at hvis man er 10 år ældre end sin målgruppe, er man for gammel. Som Generation X’er sved den selvfølgelig lidt, for det er noget vi i forvejen er opmærksomme på, når vi laver SoMe. Er det ungt nok? Sjovt på den rigtige måde? Nu bliver det vel ikke for *boomer*? For *cringe*?

i En øvelse fra dagen:

Forestil jer at se biblioteket gennem øjnene på en person fra én bestemt målgruppe: Fx studerende med en psykisk eller fysisk funktionsnedsættelse, en international studerende, en første-års studerende. Find selv på flere..

Stil disse spørgsmål:

- På hvilken måde understøtter jeres bibliotek allerede de behov, den studerende har?
- Hvilke potentielle barrierer kan du se den studerende vil støde på hos jer?
- Hvordan kan I kommunikere, så den studerende vil føle sig velkommen på biblioteket?

Show, don't tell

Men hvad kan vi lære af Tik Tok? Kan vi bruge det andre steder end de sociale medier? Når *reels* er bedst, er det små videoer på omkring et minut, der leverer et budskab knivskarpt og i øjenhøjde med modtageren. I en visuelt orienteret verden og med en målgruppe, der er vant til at begå sig i mediet er shortform-videoer et godt bud på en kommunikationsform, der kan være modtagerorienteret, føles velkendt for de unge og kan vinkles i det uendelige i forhold til indhold, tone og humor.

Tik Tok er mere uredigeret og mere "ægte" end det glansbillede, der generelt hersker på Instagram, men Eva Fog Noer understreger, at det ikke betyder, at det er uredigerede videoer, der spontant er sat sammen på fem minutter. Der skal stadig være en idé bag videoen, og den skal være gennemtænkt og velredigeret. Det er derfor okay at eksperimentere på SoMe og sortere det fra, der ikke duer eller rammer forkert. Ingen er perfekte, men det er vigtigt at turde eksperimentere. Man kan eventuelt prøve det af på nogle studentermedhjælpere. SoMe og brugen af videoer kan ligesom al anden kommunikation ikke stå alene uden en retning og strategi inde bagved.

Pointer med hjem

Der var mange spændende pointer i løbet af den veltilrettelagte dag, og der er en del pointer, der rammer ned i mange forhold, uanset om man arbejder med kommunikation, brugerbetjening, studiemiljø, undervisning osv. Ganske naturligt, da der er overlap i de områder. Temadagen inkluderede også tankevækkende øvelser ved bordene, som man også fremover kan bruge i forskellige sammenhænge.

Hvis jeg skal fremhæve nogle pointer, kunne det være:

At vi skal være opmærksomme på, at de studerende ikke er så homogen en gruppe, som vi nogle gange tænker, de er, når vi kommunikerer til dem. Strategier og kommunikationsstrategier bør være mere opmærksomme på, at vi kommunikerer inkluderende overfor alle, og at studerende ikke bare er studerende over en bred kam, men kan inddeles i flere segmenter. Med fordel kan man arbejde ind i de begreber, som Awake præsenterede. Vi kommer hos os for eksempel til at arbejde med kampagner i efteråret, der blandt andet skal fortælle de studerende, der har brug for mere ro og særlige behov, hvor der er stillelæsesal, grupperum og lignende.



Vi skal prøve at tænke mere i forskellige former for visuel kommunikation i højere grad, end vi gør nu. For eksempel bruge videoer endnu mere til at vise dem, hvad de kan bruge biblioteket til under hensyntagen til, at det er ressourcekrævende at producere video, og det derfor målrettet bør tænkes ind i strategi og planlægning. Vi har som opfølgning i vores kommunikationsteam sat et par dage af i efteråret, hvor vi koncentreret planlægger og skyder videoer, der kan bruges i forskellige sammenhænge. Her vil vi have fokus på *reels*-formatet. I SoMe-sammenhænge arbejder vi også videre med at bruge *memes*, som er genkendelige for de unge.

I det hele taget skal vi ikke være bange for at eksperimentere mere og inddrage de studerende, hvor vi kan. De studerende er vant til en sammensmeltning af det fysiske og det online, og hvordan udnytter vi det bedst muligt? Det hele gik ekstra hurtigt lige omkring corona – måske fordi corona-restriktionerne tappede ind i den digitale virkelighed, som vi og især de unge i forvejen var på vej ind i. Vi må leve med, at nogle af os har overskredet udløbsdatoen inde på SoMe, men forhåbentlig kan vi opveje noget ved at blive super skarpe på at sætte retning og målrette vores budskaber.

Lige om lidt kommer Generation Alpha buldrende. Dem, der er født i de tidlige 10'ere og frem, og som allerede nu kaldes den transformative generation. De er født ind i en endnu mere digitaliseret virkelighed end Generation Z. Hvad vil deres reaktion være på at være omgivet af AI i et omfang, som ingen andre generationer før dem har kendt til? Hvem ved, måske synes de så småt at ChatGPT er totalt *cringe* og er allerede på vej videre ind i freden.

↑ Biblioteket kommunikerer også indirekte med de studerende gennem sin fysiske indretning, hvilket kan have betydning for opfattelsen af biblioteksrummets imødekommenhed.
Foto: Jeppe Lomholt Akselbo