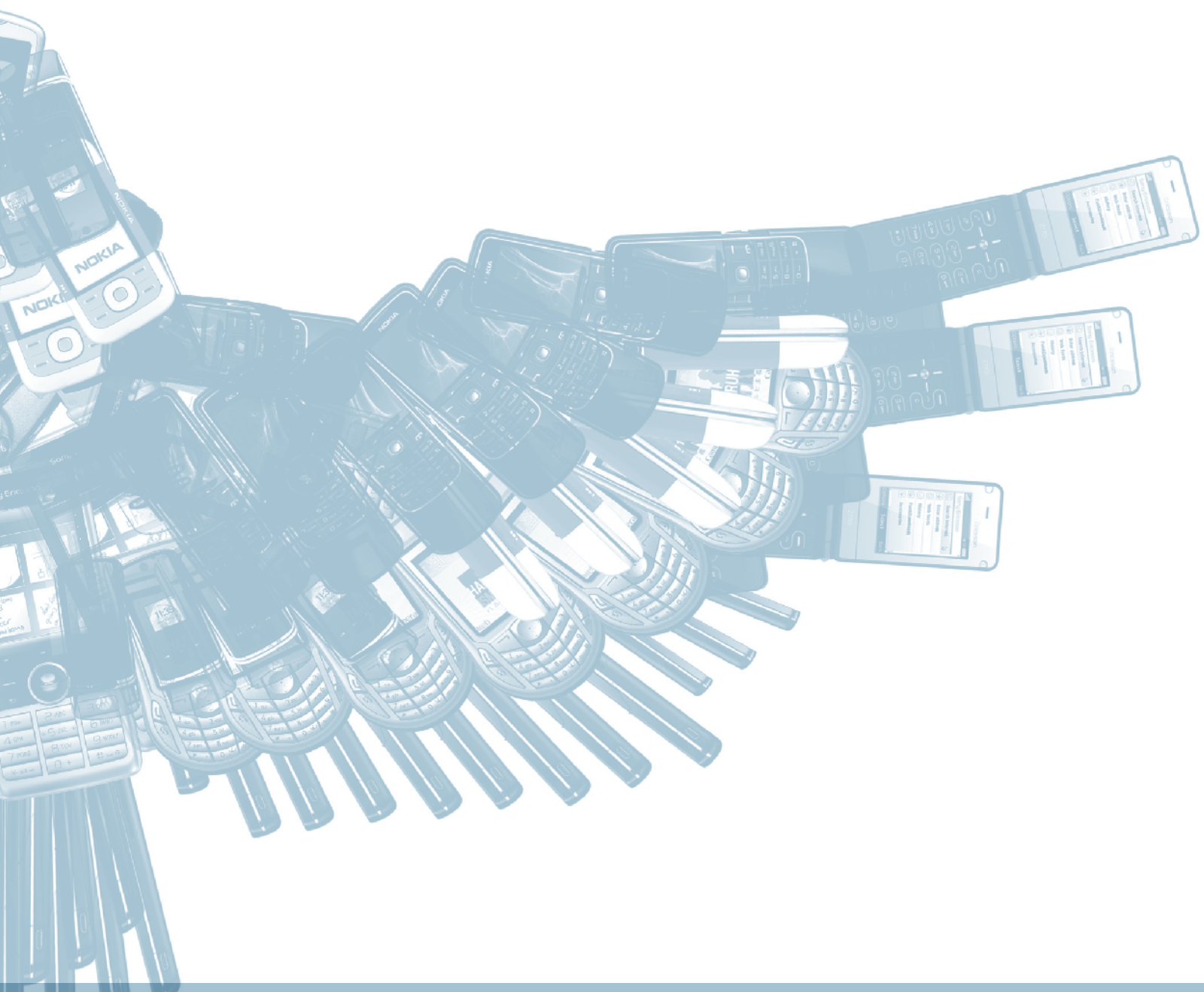




ASTERISK
SEP - OKT 2008

NR. 42
DANMARKS PÆDAGOGISKE UNIVERSITETSSKOLE



06 MOBILTELEFONERNES MAGTOVERTAGELSE

ALLE UNGE HAR MOBIL, ER TILGÆNDELIGE, KOBLET OP OG PARATE TIL AT AFBRYDE, HVAD DE ER I GANG MED.

ANDRE ARTIKLER

KAN TRANSPARENT
LEDELSE FORFØRE?

NY BOG GØR OP MED
GLÆDESLØSHEDEN

OPMÆRKSOMHED ER ØNSKET
– OG OVERBELASTET

TRANSPARENS



AF LARS QVORTRUP

* Da Hans Egede i 1721 kom til Grønland, var han ifølge samtidige portrætmalerier både iført præstekjole, pibekrave og paryk. Og hvad der gemte sig bag parykken – var han skaldet eller rødhåret, så han gammel og grånende eller tværtimod ung og umoden ud – ved vi ikke. For Hans Egede deltog i et socialt komediespil, der "varede ved, indtil den franske revolution fejede den gamle verden med al dens "hykleri" til side." Sådan skriver Kathrine Kjærgaard i en artikel om Hans Egede i festskriftet fra 2006 til Steffen Kjeldgaard-Pedersen, "Reformationer: Universitet – Kirkehistorie – Luther."

Hans Egede deltog i et socialt komediespil, selv da han ankom til det absolut fremmede og uvejsomme Grønland i 1721 – til mennesker, der helt afgjort ikke har forstået at værdsætte hverken pibekrave eller kunsthår.

Hvorfor? Fordi der var social prestige i at skjule sandheden. Gennemskuelighed var primitiv. Den fornemme maskerede sig, for gennem flere hundrede år havde idealet været høflighed: Ikke at æde med fingrene, men spise med kniv og gaffel. Ikke at gøre, hvad der faldt en ind, men at følge socialt fastlagte regler. "Forstil dig" var idealet.

Men med den franske revolution skulle det være anderledes. Det moderne samfund skulle hylde transparensen. Alle sandheder skulle afdækkes, ærlighed skulle være en dyd. Smid parykken, pibekraven, korsettet og koketteriet. Sig hvad du vil, kom til sagen uden svinkeærinder.

Overalt trænger idealet om transparens frem. Journalistikken skal afsløre, hvad der gemmer sig bag facaden, og hvis aviser og tv-nyheder blot to dage i træk fortaber sig i Paris Hiltons selvscenearrangement, anklages den for det værste, vi kender: Overfladiskhed. Og skandalen er så meget desto større, hvis nogen kan afsløre, at der bag facaden intet andet er end nye facader. Psykoanalysens ideal er at trænge ned i sindets dybder, folket skal oplyses, hverdagen skal afritualiseres, kirkens salmer og sprog skal være forståeligt, og både ledelse, pædagogik og forførelse skal efterleve idealet om gennemskuelighed.

Med mobiltelefonerne er vi altid alle sammen tilgængelige for verden, og hvem vil leve i det skjulte? Hvis vi hele tiden under os over, hvad der ligger bag rutinerne, generobrer vi arbejdsglæden. Fremmedgørelse skal bekæmpes til fordel for idealet om transparens. For modernitet er transparens.

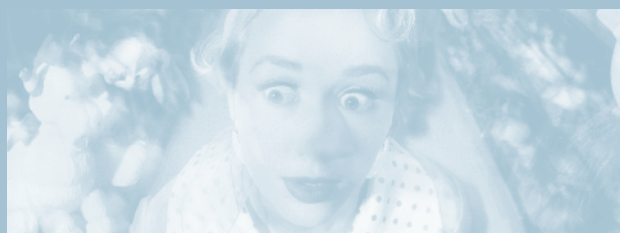
Men opretholder vi ikke netop det sociale liv i kraft af fremmedgørelse? Tænk hvis vi aldrig måtte gemme os bag en facade, tænk hvis vi aldrig måtte søge ro i en rutine, tænk hvis vi aldrig måtte begrunde vores adfærd med, at "sådan plejer vi!" Jo, intransparens har den store fordel, at den er kompleksitetsre-

MEN OPRETHOLDER VI IKKE NETOP DET SOCIALE LIV I KRAFT AF FREMMEDGØRELSE? TÆNK HVIS VI ALDRIG MÅTTE GEMME OS BAG EN FACADE, TÆNK HVIS VI ALDRIG MÅTTE SØGE RO I EN RUTINE, TÆNK HVIS VI ALDRIG MÅTTE BEGRUNDE VORES ADFÆRD MED, AT "SÅDAN PLEJER VI!"

ducerende. Og hertil kommer, at det ikke altid er muligt at sige alting. Ledelse og forførelse er spil, og den, der gør transparens til et ultimativt princip, kan derfor være mindre ærlig end den, der står ved spillet og forførelsen. For ærligheden består i, at begge parter spiller med: Forfører og lader sig forføre i et gensidigt spil til ære for hinanden.

Men er intransparens da idealet? Nej, personligt er jeg overbevist om, at den leder er bedst, der hylder idealet om organisationen som den oplyste republik. Ikke fordi transparens moralsk er at foretrække, men fordi moderne, vidensbaserede organisationer fungerer bedst, hvis kollegerne ved, hvad der sker, og hvorfor det sker – samtidig med at de naturligvis også er klare over, at vi ikke alle sammen altid kan vide alting.

Hertil kommer, at vi har lært at leve med transparens og ærlighed. Rygerne ryger, selv om cigaretpakkerne med påtvunget ærlighed belærer om død og livslange lidelser. Computerspillene bliver spillet til trods for – ja måske til og med på grund af – de store advarselsmærkater. Paris Hilton dyrkes, fordi hun gør nar af transparensens ideal om, at der bag facaden skjuler sig et sandt og ædelt indre. Og for dem, der følger modens ideal om kropsnært tøj og "natural look", er der ikke tvivl om, at også transparens kan være en iscenesættelse. ■



"I et historisk perspektiv har vores opmærksomhed næppe før været under et så voldsomt bombardement som nu. Vores selektionskompetencer nedbrydes – og evnen til at være koncentreret om en sag ad gangen svækkes – for slet ikke at tale om fordybelse."

Jens Erik Kristensen i artiklen "Opmærksomhed ønskes" side 20.

06

MOBILTELEFONERNES
MAGTOVERTAGELSE

I dag har alle unge en mobil. Det gør dem tilgængelige hele tiden, og det betyder store ændringer for den måde, unge er sammen på socialt. Interview med Ida Wentzel Winther fra DPU, som har været på feltstudier i en ungdomsklub.

10

FORFØREREN I
INSPEKTØR-KONTORET

Forførelse er en vigtig del af ledelseskunsten. For den, der bliver forført, er spillet ikke altid gennemskueligt. Derfor ligger løgneren og mistilliden på lur bag selv den mest idealistiske leder. Interview med professor Lars Qvortrup fra DPU og professor Ole Thyssen fra CBS.

14

SOKRATES GIVER SYGEPLEJERSKERNE
ARBEJDSGLÆDEN TILBAGE

Sygeplejersker skal lære at åbne sig for og undre sig over hverdagens eksistentielle spørgsmål. Gør de det, genopdager de arbejdsglæden. Lektor Finn Thorbjørn Hansen fra DPU gør i ny bog op med glædesløsheden.

18

KOMMENTAR:
SYNLIGHEDENS USANDSYNLIGHED

Indpakningen af computerspil er forsynet med synlige advarselsmærkater. Men lektor Estrid Sørensens forskning viser, at selv nok så synlige mærkater ikke behøver at gøre stort indtryk på kunderne.

20

OPMÆRKSOMHED ØNSKES!

Vi er på vej ind i en opmærksomhedsøkonomi, hvor vi konkurrerer på livet løs om vores begrænsede opmærksomhed. Lektor Jens Erik Kristensen forklarer, hvorfor han vil gøre opmærksomhed til en samtidsdiagnostisk nøglekategori.

24

MEDICINALINDUSTRIEN HAR BRUG FOR
DIAGNOSER SOM ADHD

Det er ikke første gang, at medicinalindustriens evne til at finde nye markeder har medført nye eller bredere diagnoser. I det forrige årti så vi et parallelt forløb mellem et boom i antallet af depressionsdiagnoser og forbruget af lykkepiller. Interview med sociolog Thomas Brante.

ASTERISK NR. 42, SEP - OKT 2008

DESIGN
1508 A/S

REDAKTØRER
Lars Qvortrup (ansv.) og Claus Holm

REDAKTIONENS ADR.
Danmarks Pædagogiske Universitetsskole · Tuborgvej 164 · 2400 København NV

FORSIDE
1508 A/S

REDAKTIONSKOMITÉ
Martin Bayer, Lars Geer Hammershøj, Henrik Nitschke, Tine Fristrup, Eva Gulløv og Søren Langager

KONTAKT TIL REDAKTIONEN
E-mail: asterisk@dpu.dk
Telefon: 88 88 90 59

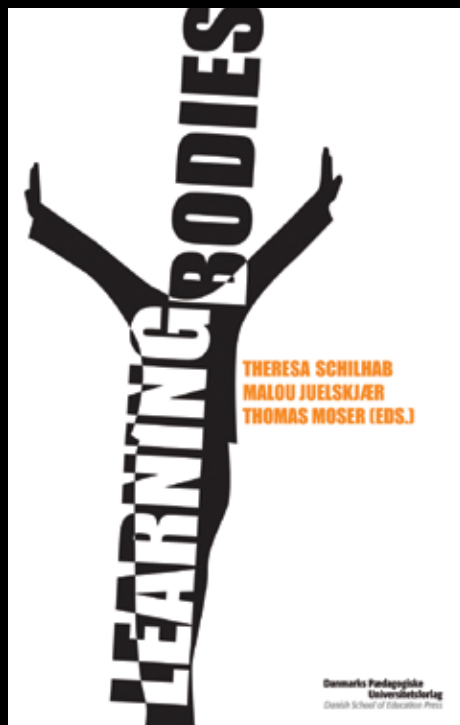
TRYK
Scanprint A/S

KORREKTUR
Kirsten Kovacs

ABONNEMENT
Abonnement er gratis og kan bestilles på www.dpu.dk/asterisk

ISSN NR.
1601-5754

OPLAG 17.800
Asterisk udgives seks gange årligt af Danmarks Pædagogiske Universitetsskole, Aarhus Universitet. Magasinet bringer artikler om universitetsskolens forskning og det pædagogiske område generelt. Artikler eller illustrationer må ikke eftertrykkes uden tilladelse fra Asterisk.



LEARNING BODIES

Theresa S. S. Schilhab, Malou Juelskjær & Thomas Moser (Eds.)

Pris: 298 kr. * 320 s.

E-bogudgave pris: 198 kr.

NYHED

ISBN 978-87-7684-217-8

ISBN: 978-87-7684-266-6

How do we challenge the idea of the body as a mere container of learning processes in a productive way? Can we conceptualise, theorize and empirically analytically engage with learning as always also a bodily phenomenon?

The three authors are all engaged in the development or refinement of theories of learning bodies to readers interested in current scientific discussions on aspects of body, movement and learning.

The anthology is of particular interest to educational, developmental and psychological researchers and their college/university level students, and researchers interested in body and movement both from a biomedical perspective, and from the fields of social science and the humanities.



DIGITALE MEDIER OG DIDAKTISK DESIGN

– BRUG, ERFARINGER OG FORSKNING

Lars Birch Andreassen, Bente Meyer og Pernille Rattleff (red.)

PRIS: 178 KR. * CA. 300 S.

ISBN 978-87-7684-222-2

NYHED

UDKOMMER 12. SEPTEMBER 2008

Digitale medier stiller i uddannelsessammenhæng nye krav til vores tekniske og sociale kompetencer og til hele tilrettelæggelsen af undervisningen.

En række forskere fremlægger og diskuterer i denne antologi deres konkrete erfaringer med og overvejelser over didaktisk design og brugen af digitale medier i forskellige undervisnings- og læringskontekster fra grundskole til universitetsniveau.

Bogen henvender sig til undervisere, studerende og forskere med interesse i de digitale mediers muligheder og i design og organisering af lærings- og undervisningsforløb med de nye medier.



UDSATTE UNGE, AKTIVERING OG UDDANNELSE

– DØMT TIL INDIVIDUALISERING

Noemi Katznelson

PRIS: 128 KR. * 248 S.

ISBN (ELEKTRONISK UD-

GAVE) 978-87-7684-251-2

E-BOG

Hver sjette ung har udsigt til en fremtid som evighedszapper mellem forskellige løse job og uddannelser. Svaret fra uddannelsernes og aktiveringsprojekternes side er ofte at tage udgangspunkt i den enkelte unge, som skal afklare sin situation og udvikle individuelle kompetencer. Men hvordan reagerer de unge på at leve i en individualiseret tid? Ungdomsforsker Noemi Katznelson giver her de unge stemme og os svar.



PISA OG UNGDOMS- UDDANNELSERNE 2006

– KOMPETENCER HOS 16-ÅRIGE ELEVER I FIRE TYPER AF DANSKE UNGDOMSUDDANNELSER FORÅRET 2006

Niels Egelund

PRIS: 128 KR. * CA. 120 S.

ISBN 978-87-7684-265-9

NYHED

UDKOMMER 4. SEPTEMBER 2008

PISA-undersøgelserne gennemføres i 57 lande med det formål at vurdere kompetencerne i læsning, matematik og naturvidenskab hos de 15-årige folkeskoleelever. I Danmark har man valgt at lade de 16-årige indgå som en ekstra gruppe unge i undersøgelserne, og i den seneste rapport ses på, hvordan unge med et års ekstra skolegang klarer sig på forskellige typer af ungdomsuddannelser. De fire typiske uddannelser for elever i 16½-års alderen er folkeskolens 10. klasse, efterskole, gymnasiale uddannelser og erhvervsuddannelser. Rapporten indeholder en profil af disse elever.

KORT NYT



NYT LEDELSESTEAM SKAL KONSOLIDERE DET NYE DPU

Med et nyt og stærkt ledelsesteam tog Danmarks Pædagogiske Universitetsskole den 1. august hul på det nye DPU. Det nye ledelsesteam skal sammen med medarbejderne konsolidere det nye DPU's placering som Danmarks førende pædagogiske forskningsinstitution, fortæller dekan Lars Qvortrup

Læs mere på: www.dpu.dk/nyheder

DPU FEJRE DANMARKS FØRSTE INNOVATIONSLEDERE

Danmark skal leve af innovation. Men kreativ innovation opstår ikke af sig selv. Den internationale masteruddannelse LAICS (Leadership and Innovation in Complex Systems) uddanner ledere til at skabe og lede kreativ nytænkning. Den 24. juni blev den første gruppe færdiguddannede innovationsledere fejret på DPU.

Læs mere på www.dpu.dk/nyheder

ANBEFALINGER TIL BEDRE LÆRERUDDANNELSE FRA NY INTERNATIONAL TÆNKETANK

Professionelle lærere. Bedre kvalificerede lærerstuderende. Nye partnerskaber, der kan styrke læreruddannelsens indhold. Sådan lød overskrifterne, da den internationale tænketank The International Alliance of Leading Educational Institutes præsenterede sine anbefalinger til læreruddannelse d. 18. august på DPU.

Indlæg og paneldiskussioner fra konferencen blev optaget på video og kan ses på:

www.dpu.dk/laereruddannelse

DIT LANDS KULTURELLE SELVFØLGELIGHEDER BESTEMMER DIT UDDANNELSESVALG

Danske kvinder føler sig ikke tiltrukket af at studere fysik på universitetet. Det gør finske kvinder heller ikke. Men deres begrundelser for at vælge fysikkens verden fra er vidt forskellige. Vores uddannelses- og karrierevalg hænger nemlig tæt sammen med vores lands kulturelle selvfølgeligheder. Det er en af konklusionerne i en ny europæisk undersøgelse, der blev præsenteret på DPU's konference Draw the Line! i slutningen af maj.

Læs mere på www.dpu.dk/nyheder

Indlæg og paneldiskussioner fra konferencen blev optaget på video og kan ses på:

www.dpu.dk/drawtheline

STARTSKUD TIL STYRKELSE AF VOKSEN- OG EFTERUDDANNELSEN I DANMARK

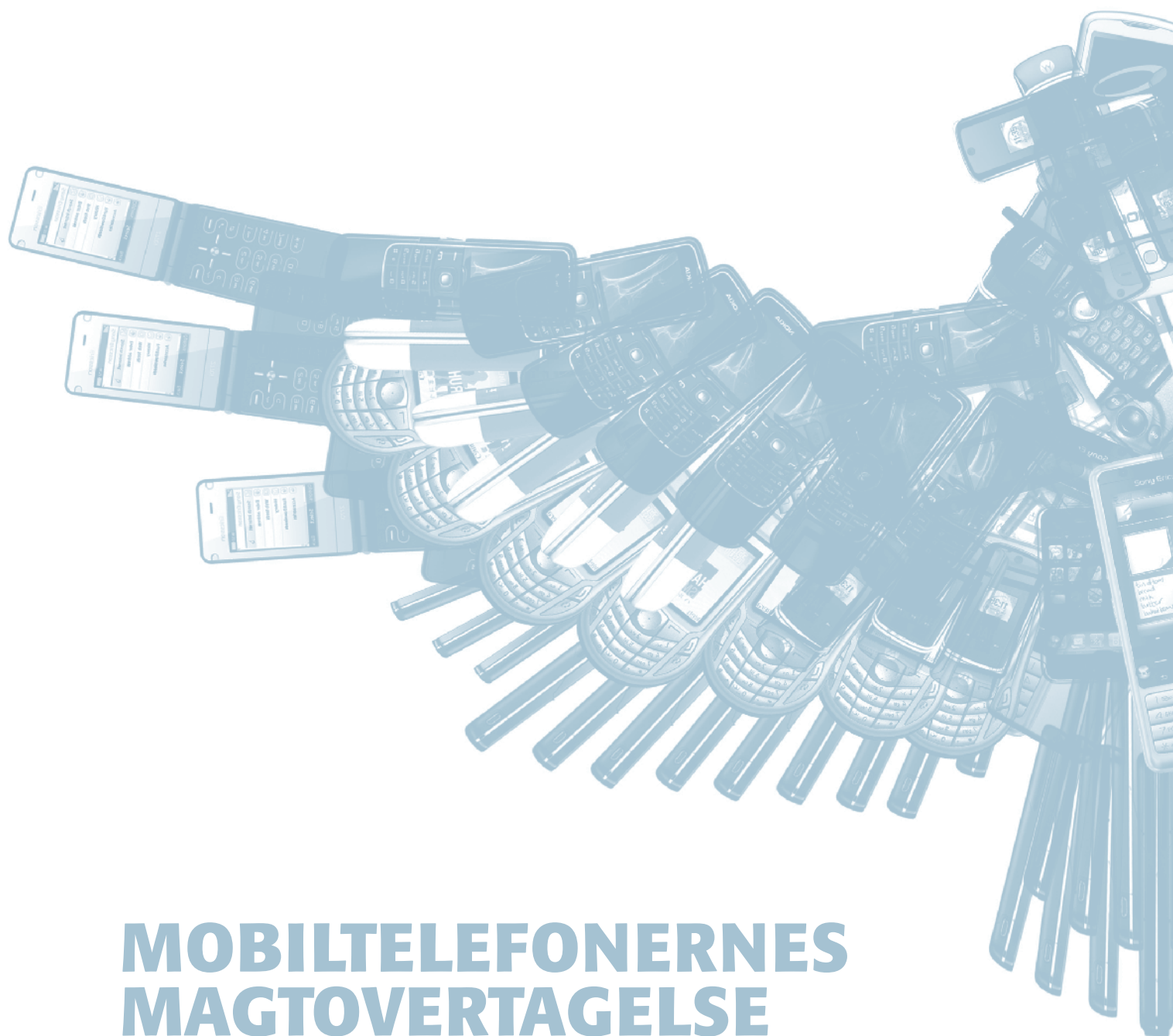
18. juni 2008 åbnede undervisningsminister Bertel Haarder (V) officielt Nationalt Center for Kompetenceudvikling (NCK). Det nye nationale kraftcenter for viden om kompetenceudvikling og voksen- og efteruddannelse skal over de næste tre år styrke voksen- og efteruddannelsen og voksenvejledningen i Danmark.

Læs mere på www.ncfk.dk

NYT DEBATPANEL OM UDDANNELSE PÅ ALTINGET

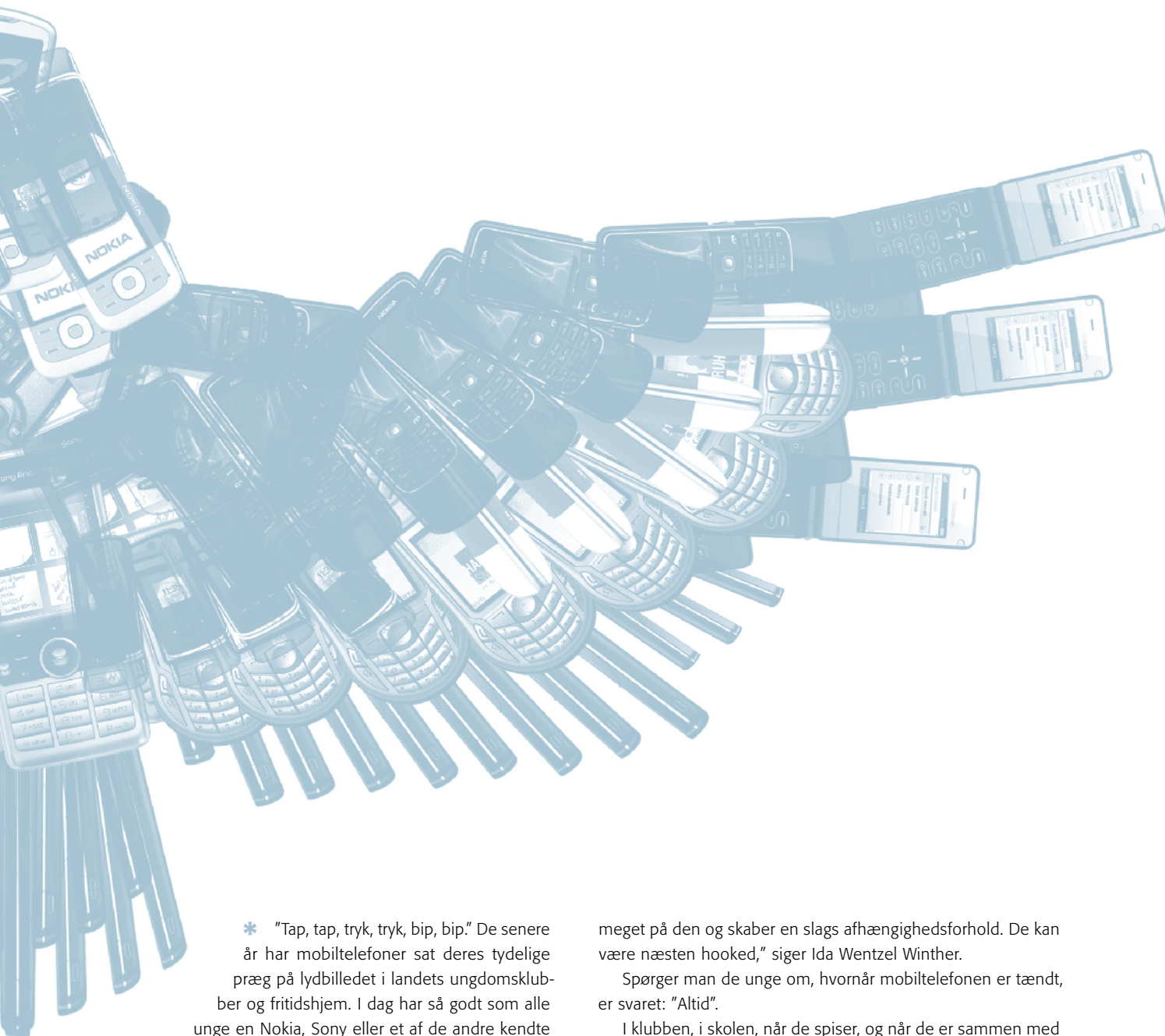
DPU's dekan Lars Qvortrup er en af de fire faste debattører, der med hver deres vinkel på uddannelsesverdenen i løbet af de næste måneder skal sætte gang i debatten på hjemmesiden Altinget.

Læs mere på www.dpu.dk/nyheder



MOBILTELEFONERNES MAGTOVERTAGELSE

I DAG HAR ALLE UNGE EN MOBIL. DET BETYDER STORE ÆNDRINGER FOR DEN MÅDE, UNGE ER SAMMEN PÅ SOCIALT. IDA WENTZEL WINNER FRA DPU HAR VÆRET PÅ FELTSTUDIER I EN UNGDOMSKLUB.



* "Tap, tap, tryk, tryk, bip, bip." De senere år har mobiltelefoner sat deres tydelige præg på lydbilledet i landets ungdomsklubber og fritidshjem. I dag har så godt som alle unge en Nokia, Sony eller et af de andre kendte mærker. Og de bruger de mobile enheder flittigt til især at spille spil eller sende gratis sms-beskeder. Det er strømmen af sms'er, der tilsammen skaber ungdomsklubbernes bippende lydtæppe.

Ida Wentzel Winther, lektor ved Institut for Pædagogik ved Danmarks Pædagogiske Universitetsskole, har i fire måneder fulgt en gruppe unge i en nordsjællandsk ungdomsklub for at studere deres brug af mobiltelefoner. Ikke hvad de 12-17-årige skriver til hinanden, men hvad mobiltelefonens tilstedeværelse betyder socialt. Det vil sige forholdet mellem teknologi, materialitet og socialitet.

Svaret er, at mobiltelefonerne betyder så meget, at det kan være svært at fatte.

"Det er vildt, at en teknologisk gentand kan virke sådan. Mobiltelefonen er simpelthen så dominerende, og den har en næsten magisk aura omkring sig. Den får de unge til at fokusere

meget på den og skaber en slags afhængighedsforhold. De kan være næsten hooked," siger Ida Wentzel Winther.

Spørger man de unge om, hvornår mobiltelefonen er tændt, er svaret: "Altid".

I klubben, i skolen, når de spiser, og når de er sammen med kammeraterne. Det er ikke ualmindeligt, at der bliver skrevet et par hundrede sms'er om dagen. Også i skoletiden, hvor det foregår bag en opslået bog, så læreren ikke opdager det.

Når mobiltelefonen hele tiden er ved hånden, betyder det også, at de unge er på og tilgængelige hele tiden. Hvis de ikke er tilgængelige, er det næsten at sammenligne med en nær-død-oplevelse.

"Hvis de er tvunget til det, kan de godt undvære deres mobil i måske op til 14 dage. Men de omtaler det, som om det nærmest er det samme som at dø," siger Ida Wentzel Winther.

BOB, BORDTENNIS OG MOBIL

I dag har stort set alle unge en mobiltelefon, og de bruger den, så snart de har mulighed for det. Uanset om det ikke altid er lige praktisk. ▶

"MOBILTELEFONEN ER SIMPELTHEN SÅ DOMINERENDE, OG DEN HAR EN NÆSTEN MAGISK AURA OMKRING SIG."

"Jeg ved ikke, om du har prøvet at spille bordtennis, mens du sms'er. Det er ikke nemt, fordi spillet hele tiden går dødt. Bob er også svært at kombinere med sms'er," siger Ida Wentzel Winther. Alligevel har hun set begge dele praktiseret i klubben.

De eneste to tidspunkter, hvor mobilerne blev lagt til side, var, når der skulle spilles computerspillet Counterstrike eller fodbold. For når mobilen bliver lagt væk, kan de unge ikke følge, hvad der kommer ind af beskeder, men må nøjes med at læse dem med nogle minutters eller timers forsinkelse.

Ida Wentzel Winther peger på, at de unges relation til mobiltelefonen er så symbiotisk, at genstanden nærmest er blevet en forlængelse af deres krop. Bevægelsen med at lade mobilen glide ned i lommen sker med lige så stor naturlighed, som når fingrene løber gennem håret.

"Det er så smooth, at mobilen næsten vokser ud af kroppen på dem som en slags forlængelse af hånden. Den franske filosof Maurice Merleau-Ponty skriver om, hvordan ting vokser sammen med kroppen. Det gælder for eksempel dårligt seende, der bruger stok. På samme måde bliver mobiltelefoner en forlængelse af de unges kroppe."

Hun mener, at mobiltelefonernes indtog socialt betyder, at unge går i ungdomsklub på en helt anden måde end i gamle dage – det vil sige for 10-15 år siden.

"Førhen var man mere henvist til at være, hvor man var. Man var i klubben og blev der, til man skulle hjem. I dag kan de unge på to sekunder blive inviteret til alt muligt. Og de sidder hele tiden med mobilen fremme og venter på at modtage dén tekst med det gode tilbud, der betyder, at hele gruppen af unge hiver teltpælene op og går ned på havnen eller over på kebabben."

Mobiltelefonernes stigende udbredelse hænger sammen med, at telefonerne på 10 år er gået fra at være en teknologi for de privilegerede til at blive en næsten global mainstream-teknologi.

logi. Der anslås at være mere end to milliarder mobiltelefonlinjer på verdensplan, og at to tredjedele af planetens indbyggere kan kommunikere takket være mobiltelefoner. Alligevel er de unges mobilsnak langt fra global.

"Faktisk sms'er de typisk med venner og kammerater, der befinder sig inden for en meget lille radius," siger Ida Wentzel Winther.

POTENTIET FRAVÆR

Muligheden for at der sker noget mere spændende et andet sted, betyder imidlertid, at de unge tit er mere optaget af, hvor de er på vej hen, end hvor de rent faktisk er.

"Der er tale om en tilgængelighed og en væren 'på' 24/7. Hele tiden er man koblet op, hele tiden er man rede til at afbryde, hvad man er i gang med. Mobiltelefonen og dens indblanding har første prioritet. Denne form for nærvær over for hele ens sociale netværk kan slå om i et potentielt fravær i det sociale rum, man befinder sig i, da man potentielt er på vej videre hele tiden. Der breder sig en stemning af på vej væk-hed", siger Ida Wentzel Winther.

Hun henviser til den norsk-amerikanske medieforsker Rich Ling, der peger på, at mobiltelefonen af familien bruges til at koordinere sine medlemmer. Alle kan altid nå hinanden, man kan løbende lave aftaler, vide, hvor de andre befinder sig, og hvornår de kommer hjem. For forældrene giver mobiltelefonen tryghed og fungerer som en forlænget navlestreng.

Derudover bruger teens mobiltelefoner som en slags elektronisk jungletromme. Det sociale netværk bindes dynamisk sammen on location, samtidig med at de unge øger deres sociale cirkler. Derudover - eller måske derfor - er mobilen en slags barometer for, hvor populære de unge er.

I klubben oplevede Ida Wentzel Winther således, hvad det betyder, når de unges mobiltelefon ikke ringer. Det gjaldt for eksempel 'Sanne', der efter at have vist de voksne sin nypyntede mobiltelefon satte sig ved et langt bord i midten af klubben og zappede mellem MTV og Disney-Channel i et par timer. Foran på bordet lå hendes mobiltelefon synligt fremme. Men den ringede eller bippede ikke en eneste gang, mens hun sad der.

"Sanne oplever den anden side af den fremstrakte hånd. Det er hånden, som ingen tager, fordi ingen kobler sig på. Det er dobbelt hjerteskrærende, når ingen ringer. De ensomme unge har altid eksisteret. Det nye er, at det er mere tydeligt. De sidder og vifter med deres mobil. Men ingen ringer til dem."

Sanne er med DPU-lektor Søren Langagers ord "dobbelt ensom": Ensom det konkrete sted, hun sidder, og ensom i det virtuelle rum. Der er ifølge Ida Wentzel Winther ikke noget nyt i,

PROCENT DANSKE HUSSTANDE MED MOBILTELEFON

2008	95	
2007	95	
2006	94	
2005	92	
2004	90	
2003	85	
2002	84	
2001	73	
2000	68	
1999	59	
1998	49	
1997	43	
1996	38	
1995	20	
1994	14	

Kilde: Danmarks Statistik

at nogen bliver ekskluderet og sidder alene tilbage – udelukket fra de andres selskabelighed.

”Men forskellen er, at en del af eksklusionen ikke sker ansigt til ansigt – ingen siger noget direkte – men beskeder bipper ind på en række af de andres mobiltelefoner. Om sms’erne omtaler hende, vides ikke, men det er muligt. Der skrives, siges, kommunikeres, og Sannes kommunikationsobjekt ligger stille: klar, parat, død! Udstillet for enhver,” forklarer Ida Wentzel Winther.

En af de mest reflekterede unge brugere af mobiltelefon i klubben var Aisha. Hun havde en mobiltelefon ligesom de andre, men hun brugte den ikke i klubben. ”Jeg vil hellere tale med folk rigtigt,” forklarede hun. Og hun syntes, at veninderne var uhøflige, når de sad og sms’ede i stedet for at tale rigtigt sammen. Hun var den eneste i klubben, der omtalte afbrydelserne som uhøflige.

INGEN REGLER

Det er to år siden, Ida Wentzel Winther lavede sit feltarbejde i klubben i Nordsjælland. Dengang havde personalet ikke formuleret et kodeks for brug af mobiltelefon. Faktisk havde man slet ikke gjort sig nogen overvejelser om acceptabel og uacceptabel mobilbrug. Den eneste regel var, at man ikke måtte stjæle de andres telefoner.

Fraværet af regler undrer Ida Wentzel Winther.

”Det er smart, at mobiltelefoner findes. Men de kan også være irriterende. Jeg synes, det er værd at standse op og se, hvad det er for en social omgangsform, der opstår. Det sociale rum mellem de unge bliver i hvert fald forandret temmelig meget,” siger Ida Wentzel Winther, der ikke ønsker at dømme, om mobiltelefoner er godt eller skidt.

”Men jeg kunne godt tænke mig, at personalet i SFO’erne og klubberne havde en idé om, hvad de finder acceptabelt. Jeg tror, man er bange for, at de unge forsvinder, hvis man opstiller regler. Men hvilket rum får man ved ikke at blande sig?,” spørger Ida Wentzel Winther.

”Når ungerne er i institutionen, skal de jo også tage jakken af og lade være med at smide fødderne op på bordet,” siger hun.

Hun er blevet kontaktet af flere kommuner, der er interesseret i diskussionerne om grænsen mellem rimelig og urimelig brug af mobiltelefoner. Hun mener, at mobiltelefonen bliver opfattet som et frihedssymbol på linje med bilen og cigareten i 50’erne. Og problematiserer man mobiltelefonen som ringende objekt og som opmærksomhedsmagnet, får man hurtigt skudt i skoene, at man berøver folk deres frihed.

I klubben talte Ida Wentzel Winther også med Ali. Hun forklarede ham, at hun nogle gange syntes, det var træls at blive forstyrret af mobiltelefoner hele tiden.

”Det var Ali meget enig i. Det var rigtig træls, forklarede han. Men han slukkede aldrig sin mobiltelefon.” ■

Af Jakob Albrecht
Asterisk@dpu.dk

IDA WENTZEL WINThER

LEKTOR VED INSTITUT FOR PÆDAGOGIK VED DANMARKS PÆDAGOGISKE UNIVERSITETSSKOLE.



Projektet med mobiltelefoner er en del af et tværinstitutionelt forskningsprojekt ”Hvor går grænsen? Højspændingsæstetik og etisk kvalitet i den aktuelle mediekultur 2005-08” ledet af Anne Jerslev fra Københavns Universitet.

www.dpu.dk/om/idwi





Forførelse er en vigtig del af ledelseskunsten. For den, der bliver forført, er spillet ikke altid gennemskueligt. Derfor ligger løgnen og mistilliden på lur bag selv den mest idealistiske leder. Interview med professor Lars Qvortrup fra DPU og professor Ole Thyssen fra CBS.

* Barack Obama, demokraternes kandidat til præsidentposten i USA, er en mand, der kan forføre. I juli måned blev han hyldet af mere end 100.000 tyskere, da han holdt tale i Berlin. Samtidig diskuterede amerikanerne, om deres nyhedsmedier havde indledt en kærlighedsaffære med den sorte præsidentkandidat fra Chicago, og andre havde travlt med at afsløre forføreren: Politikeren er og bliver en gemen politiker, der fisker stemmer ved at skifte synspunkter, lød den lidt fortørnede diagnose fra de kritiske og de skuffede.

Obama er billedet på en leder, der har forført ikke blot sine egne vælgere, men mennesker over hele kloden. Det er der ikke nødvendigvis noget dårligt i. Forførelse er nemlig en meget vigtig del af ledelseskunsten. Det fortæller Lars Qvortrup, som forsker i kommunikation og samtidig er leder i praksis, siden 1. januar 2008 som dekan på DPU. En leder skal kunne fremlægge sine visioner på en overbevisende måde over for medarbejderne, og lederen skal ikke være bange for at bruge sin karisma til at flytte medarbejderne. Og hvis man synes, det hele lugter lidt af koketterier og overtalelseskunst, så er man ikke helt galt afmarcheret. Sammenligningen med den erotiske forførelse ligger snublende nær:

“Forførelse handler om at føre en anden person derhen, hvor du gerne vil have ham eller hende. Men samtidig er forførelse

altid et spil, som både forføreren og den forførte indlader sig på. Forførelse er transparent. Man kan ikke forføre nogen mod hans eller hendes vilje. Just deri ligger spillet. Tilsvarende kan man ikke som leder forandre en organisation. Men man kan få den til at forandre sig. Når man forfører, taler man i før-fremtid. Er man leder, beskriver man nutiden på basis af dens potentialer i forhold til at realisere en ønsket fremtid. Ledelse er forførelseskunst, og begge parter er klar over det,” siger Lars Qvortrup.

FORFØRELSENS SPIL

Men hvordan kombinerer man det at blive ført med det at lade sig føre? Som bekendt ender forførelse ikke altid i fryd og gammen, men ofte i fysiske eller moralske tømmermænd. Tager man ledelsesbrillerne på, er der behov for at forsone forførelseskunsten med en anden kunst, som lederen skal mestre, nemlig at give begrundelser for sine beslutninger.

“Man skal gøre præmisserne for sine beslutninger eksplicitte, så vidt muligt,” siger Lars Qvortrup.

Det handler om at opstille klare kriterier for, hvorfor man som leder tager den ene eller den anden beslutning. For Lars Qvortrup er målet at gøre organisationen til en “oplyst republik”, hvor præmisserne for ledelsens beslutninger er genstand for en bred debat.



Disse begrundelser kan være en del af forførelsen, men omvendt kan forføreren aldrig være 100 procent gennemskuelig. Det er de færreste, der slipper godt fra at træde ud på dansegulvet, bukke for den udkårne og spørge: Skal vi gå i seng sammen om 2-3 timer?

”En forfører holder op med at være forførende, hvis vedkommende er gennemsigtig,” konstaterer Lars Qvortrup. Og han tilføjer: ”At tage beslutninger er et spil – ikke blot mellem leder og medarbejdere, men også mellem den enkelte organisation og dens kunder og konkurrenter. Man skal gøre sig attraktiv, og man skal skjule sine trumfer. Dels kan man ikke altid afsløre sine planer. Dels ændrer præmisserne for beslutninger sig hele tiden. Ingen har nogensinde fuldt overblik over alle argumenter og alle konsekvenser af en beslutning. Mål og midler ændrer sig løbende: De afstemmer sig gensidigt i forhold til hinanden.”

HILS PÅ VORES SKILSMISSEVRAG OG GRÆNSEALKOHOLIKERE

Så hvad skal en leder gøre for at være forførende, og hvordan skal man forstå grænsen mellem at være forførende og samtidig være reel med sine begrundelser?

Man kan sammenligne det med sporten lerdueskydning, fortæller Ole Thyssen, der er professor i filosofi på Copenhagen Business School og forsker i ledelse. Når man skyder lerdue, siger man et stykke foran målet. Man peger altså ikke sit geværløb i den retning, hvor lerdue er lige nu, men derhen, hvor man forventer, at lerdue vil være i den nærmeste fremtid, nærmere bestemt når projektet krydser lerduens bane. På samme måde skal lederen sætte sit sigtekorn der, hvor han gerne vil føre organisationen hen. Det gælder også for en skoleleder, der skal føre an i skolens forandring.

”Lederens opgave er at gøre skolen attraktiv. Lederen er ikke en forsker, der skal beskrive virkeligheden, som den er. Lederen skal beskrive en virkelighed, som ikke findes. Der skal skabes en følelse af attraktion og goodwill, som gør, at folk har lyst til at bakke op og bidrage.”

Den positive virkelighedsbeskrivelse kan gå igen mange steder, for eksempel i skolens navn og i de fortællinger om skolen, lederen giver videre. Ole Thyssen giver som eksempel en skoleleder, der skal introducere sit lærerkollegium for en gruppe forældre, hvis børn netop er startet i skolen.

”Skolelederen skal ikke sige: Vi har et lærerkollegium på 30 mennesker. Der er fire skilsmissevrag, tre grænsealkoholikere, en hel del, der er pisse umotiverede, og enkelte ildsjæle. Det er måske sandt, men lederens opgave er ikke at skræmme forældrene.”

”Det er de færreste,
der slipper godt
fra at træde ud på
dansegulvet,
bukke for den
udkårne og spørge:
Skal vi gå i seng
sammen om
2-3 timer?”

I stedet skal lederen tale om, at lærerne er kompetente og engagerede, og at skolen har en pragtfuld antimobbepolitik. Det gælder om at skabe en følelse af goodwill og attraktion, så forældrene er med til at bakke op om skolens udvikling. Hvis problemerne får lov at sætte dagsordenen, vil forældrene løbe skrigende bort, og slaget vil være tabt på forhånd.

HYKLERIETS KUNST

Ledelse kræver således et vist mål af hykleri, forklarer Ole Thyssen. At hykle vil sige, at man lader som om. For eksempel at man lader som om, at organisationen har nogle dyder, som måske ikke er tilfældet i dag. Hykleriet må bevæge sig i spillerummet mellem den positive og den negative selvbeskrivelse, hvor elever, lærere og forældre kan motiveres til at flytte organisationen derhen, hvor man gerne vil have den. Der er imidlertid stor forskel på hykleri og løgn, understreger Ole Thyssen.

”Hvis lederen siger noget, der ikke passer, så er det ikke hykleri, men løgn. Det handler om at arbejde på en sag, som om den allerede er virkelighed. Det er ligesom et parforhold.

Man skal ikke hele tiden tale om alle de ting, der trækker ned. Man skal tale om, hvad der kunne være.”

Så hvornår lyver man, og hvornår hykler man bare? Lakmus-testen er ifølge Ole Thyssen, om man gør noget ved sagen.

Et eksempel er skolens mobbepolitik. Man kan aldrig helt forhindre, at børn bliver mobbet i skolen, heller ikke selv om skolen har som erklæret mål, at ingen børn skal mobbes. Et element af hykleri vil ofte snige sig ind i mobbepolitikken. Men når en konkret forælder finder ud af, at hans barn bliver mobbet, så hjælper skolens mobbepolitik med at genoprette tilliden, men kun hvis ledelsen kan vise, at den handler ud fra politikken. Hvis ledelsen ikke tager mobberiet alvorligt, dvs. forsøger at gøre politikken til virkelighed, så er den bare løgn.

”Det er noget, man tester i krisesituationer”, siger Ole Thyssen. ”Men alting går nemmere med tillid, der betyder, at man accepterer risikoen. Hvis ikke der er tillid, vil forældrene stå i lange rækker foran lederens kontor.”

JAZZET LEDELSE

Hvornår fungerer forførelsen så rigtigt godt? Spørger man Lars Qvortrup om hans egne erfaringer, så er det ikke det erotiske, men derimod den kunstneriske skabelse, der er det foretrukne billede. Kunsten kan på samme tid hvile på forførende former og på velbegrundede rammer, som besluttes for eksempel af en dirigent, der anslår en takt.

Inspirationen til det billede kommer blandt andet fra Michael Kristiansen, den tidligere leder af det Kongelige Teater, der beskrev teatret som et kunstværk i sig selv, hvor skabende kunstnere var med til at realisere en vision om teateret. Med den inspiration har Lars Qvortrup selv angrebet en nylig omstrukturering af DPU som en æstetisk øvelse, der er startet med at tegne et billede af den nye organisation.

”Den ser sådan her ud og består af disse elementer,” forklarer Lars Qvortrup og tegner tre cirkler, der illustrerer de tre nye institutter, som DPU i dag omfatter.

”Jeg forsøger at tegne vores organisation, som den ser ud, når beslutningerne er truffet. Det gælder om at gøre det på en måde, der virker både æstetisk og fornuftsmæssigt overbevisende. Herefter gælder det om at gøre andre til medskabere af det billede. Nu er det deres tur til at tegne videre, til vi har et Gesamtkunstwerk.”

Den æstetisk overbevisende form kan være meget forførende, som når lederen af et jazzorkester slår et tema an, som musikerne falder ind i. De laver deres egne improvisationer og er med til at skabe et værk – men inden for de rammer, som lederen har udstukket. Det færdige resultat ville ingen kunne

have tænkt fra starten. ”Den slags forførende ledelse er jeg dybt optaget af,” fortæller Lars Qvortrup.

100.000 tyskere har det tilsyneladende på samme måde. Tilbage står spørgsmålet, om forførelsen holder, når beslutningerne først skal træffes, og de politiske og organisatoriske begrundelser for beslutningerne kommer på banen. Får man sammen skabt resultater, man kan være stolte af om en måned og et år, eller vågner man op næste morgen med tømmermænd? Eller som de siger i Obamas lejr: Change we can believe in? ■

Af Torben Clausen
Asterisk@dpu.dk

OLE THYSSEN



Ole Thyssen, professor, dr.phil. ved Institut for Ledelse, Politik og Filosofi ved CBS. Senest har han udgivet bogen *Krigeren, borgeren og taberen* på forlaget Gyldendal sammen med Henrik Dahl.

LARS QVORTRUP



Lars Qvortrup er professor og dekan for Danmarks Pædagogiske Universitetsskole, Aarhus Universitet. Han forsker i undervisning, læring og pædagogisk ledelse. Hans seneste bøger er: *Det hyperkomplekse samfund* (1998), *Det lærende samfund* (2001) og *Det vidende samfund* (2004) samt *mirakelserien*, som han har skrevet sammen med Birthe Qvortrup: *Undervisningens mirakel* (2006), *Ledelsens mirakel* (2007) og *Skolens mirakel* (2007).

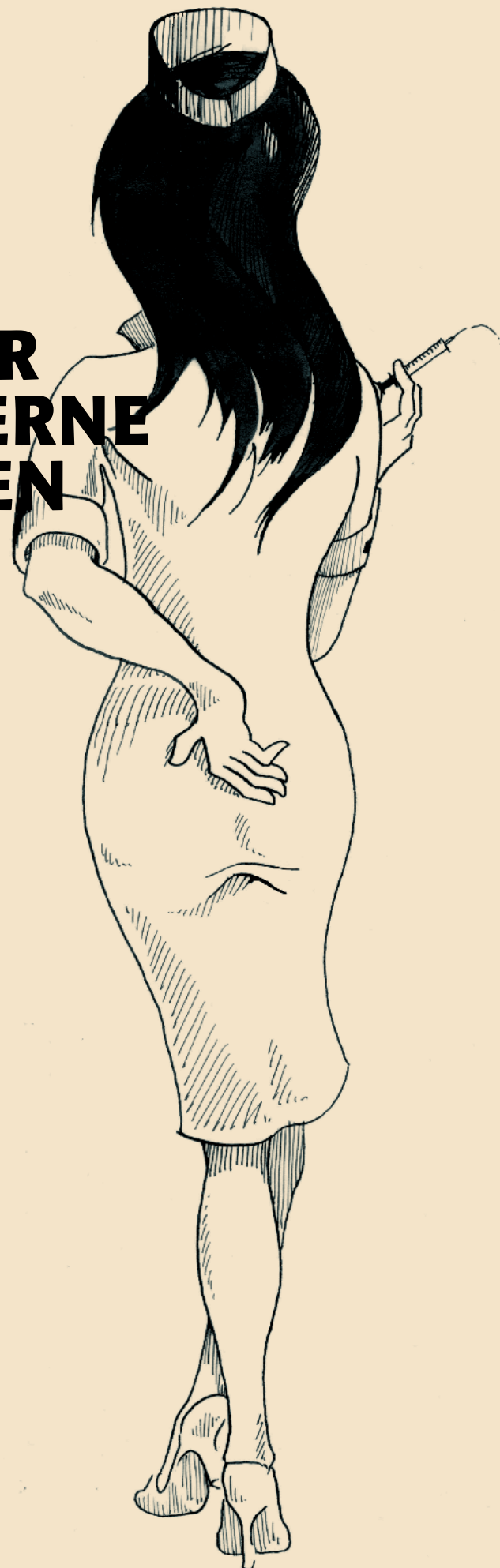
SOKRATES GIVER SYGEPLEJERSKERNE ARBEJDSGLÆDEN TILBAGE

Sygeplejersker skal lære at åbne sig for og undre sig over hverdagens eksistentielle spørgsmål. Gør de det, genopdager de arbejdsglæden. Lektor Finn Thorbjørn Hansen fra Danmarks Pædagogiske Universitetsskole gør i ny bog op med glædesløsheden.

* Undren, stilhed eller stræben efter visdom er ikke det mest karakteristiske for det moderne menneskes arbejdsliv. Ej heller er sokratisk dialog eller filosofiske samtaler noget, man normalt forbinder med moderne sygeplejersker. Ikke desto mindre er det lige præcis eksistential dannelse og åndsnærvær, der skal til, for at sygeplejersker og andre professionsudøvere får arbejdsglæden tilbage.

Det kan læres, mener filosofen Finn Thorbjørn Hansen. Han er lektor i vejledning ved Danmarks Pædagogiske Universitetsskole. Og han underviser sygeplejefaglige vejledere, seminarielærere og andre professionsvejledere i, hvordan de med "sokratisk dialog" og "filosofisk vejledning" (se faktaboks) fremmer den eksistentielle og filosofiske dannelse hos sig selv og dem, de vejleder.

"Når en sygeplejerske står over for en patient, er det vigtigt, at hun er til stede i nuet. Lydhør over for det, sagen eller relationen kalder hende til at gøre. Så får hun en bedre fornemmelse for, hvad der er det eksistentielle og etisk rigtige at gøre med sin videnskabelige viden og sine færdigheder. En vejleder skal hjælpe sygeplejersken til at lære at være opmærksom og til stede som det menneske, hun er. Så giver svarene ofte sig selv,



og det fremstår helt indlysende, hvad hun skal sige til en døende patient, eller hvordan hun får nogle oprørte pårørende ned på jorden,” siger Finn Thorbjørn Hansen og forklarer, hvorfor vi ikke møder det tit nok:

”Alt for megen vejledning fokuserer på at lære professionsudøveren forskellige videnskabelige og analytiske metoder og modeller”, forklarer han. ”Og det skaber en distance til det menneske, en sygeplejerske for eksempel står over for. Hun risikerer at låse personen fast i de bestemte kategorier og forestillinger, hun er oplært i. Patienten bliver let til en model eller et objekt: ’nå, du er sådan en!’”

FAGLIG NARCISSISME

Ifølge Finn Thorbjørn Hansen er det sådan, at når vi opererer fagligt og videnskabeligt, så sætter vi tingene på plads. Vi navngiver, ordner og får begreb om tingene. Men den videnskabelige tilgang gør os ikke nødvendigvis mere modtagelige over for den meningsfuldhed, der er i fænomenerne, verden og livet selv.

”Mange vejledere og undervisere bliver så optaget af deres kategorier og teorier, at de udvikler en faglig narcissisme. De bliver bedrevidende og skråsikre og mister evnen til at undre sig. Deres blik bliver dødt, og de ender med ikke at kunne se sagen for bare faglighed,” siger Finn Thorbjørn Hansen.

Baggrund for situationen er – uddyber Finn Thorbjørn Hansen – at meget professionsvejledning bygger på et konstruktivistisk tankesæt.

”De konstruktivistiske tilgange medfører ofte, at du – mere eller mindre bevidst – har blikket tunet ind på, hvad det er for en habitus, social arv, kulturel kapital eller diskurs, personen over for dig bærer med sig. Sådanne analytiske begreber giver os værktøjer til at forstå og håndtere menneskerne omkring os.

SOKRATISK DIALOG FOR BEGYNDERE

Da den græske filosof Sokrates gik rundt på torvet i det gamle Athen og talte med folk, var han først og fremmest interesseret i sine samtalepartners personlige oplevelser, og at de undrede sig og forholdt sig kritisk til deres eget ståsted. Når Finn Thorbjørn Hansen arbejder med sokratiske dialoggrupper, er det vigtigste også, at samtaleparterne forholder sig åbent og filosoferende til hinanden. Denne lille øvelse giver en forsmag:

Bliv enig om et filosofisk spørgsmål. Bliv ved med at stille de samme 3 spørgsmål: ”Hvad mener du med det?”, ”Hvorfor?” og ”Kunne det være anderledes”. Det er vigtigt at fortsætte med at spørge ud over det, som man normalt ville godtage som et svar.

Det kan være meget funktionelt, men lige så ofte forsimples det forholdet mellem mennesker og gør, at du ikke bare ser den anden som et unikt individ. Det gælder ikke mindst de professionelle – men menneskelige relationer mellem sygeplejerske og patient, lærer og elev, psykolog og klient, pædagog og barn. I det hele taget er videnskabelige metoder og intellektuelle indstillinger sjældent de bedste tilgange til vejledning.”

TRÆN I NÆRVÆR

Måske har man haft den glæde at møde dem: De sygeplejersker og lærere, som har en særlig evne til at skabe ro, tryghed, mod og håb omkring sig. Sådanne sygeplejersker siger det helt rigtige til den unge kvinde, der skal have en abort, de lytter til de pårørende på den rigtige måde, og de har det rette tag, når de skal hjælpe gamle hr. Olsen på toilettet uden at fratage ham hans værdighed. I bedste fald giver de os en følelse af, at ’alt er, som det skal være’. – Også selvom situationen er forfærdelig svær eller trist.

Men er det noget, man kan lære?

”Denne evne er ikke bare en praktisk kundskab. Det er en intuitiv visdom, der også handler om at være åndeligt til stede og have blik for helheden i situationen og de menneskelige og etiske aspekter, der knytter sig til den. En filosofisk vejleder kan hjælpe sygeplejersker og andre professionsudøvere med at opdyrke og forfine disse tilstande af nærvær. Man kan skærpe deres sensitivitet, deres lytten og modtagelighed. Det er min erfaring, at sokratiske samtaler gør en forskel., siger Finn Thorbjørn Hansen og fortsætter:

”Det handler om at tænde den sokratiske eros: Hvad er i grunden det meningsfulde, det skønne, det gode og det vise i det, vi gør? Vi skal turde tage disse store ord i munden igen. ▶

Det handler om at tænde den sokratiske eros: Hvad er i grunden det meningsfulde, det skønne, det gode og det vise i det, vi gør?

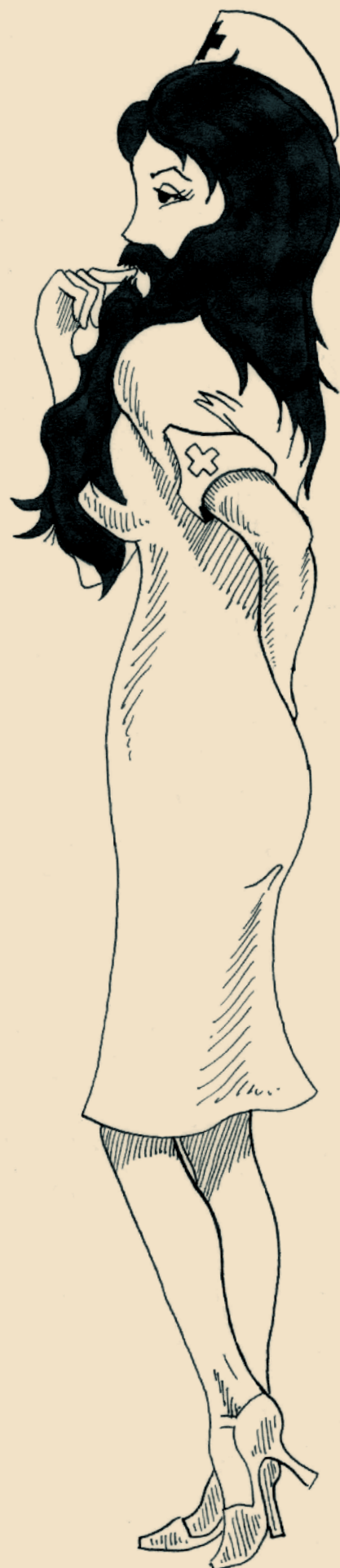
Samtidig skal vi forholde os konkret til de levede erfaringer og spørge os selv og hinanden: "Hvad mener jeg egentlig med det, jeg siger? Og hvordan hænger det samme med det, andre mennesker som Platon eller Shakespeare tænkte?"

Finn Thorbjørn Hansens erfaring er, at når sygeplejersker får lejlighed til at filosofere om de vigtige ting, de gør i deres hverdag, så bliver de forundrede og ydmyge, men også langt mere stolte, når de vender tilbage til deres arbejde.

GLÆDE GØR OS EFFEKTIVE

De seneste år er velfærdsprofessioner som sygepleje, lærer- og pædagogfagene blevet stadigt mere upopulære. Det viser de faldende ansøgnings- og optagelsestal på uddannelserne. Og beskrivelserne af stressende arbejdsforhold og lønniveauet hjælper heller ikke på attraktiviteten.

Finn Thorbjørn Hansen leverer også en af brikkerne til en samlet forklaring på den faldende popularitet: "De eksistentielle og filosofiske dimensioner i disse professioner er i stigende grad blevet negligeret. For eksempel er det største problem for sygeplejersker, at de føler sig udbændte. Det skyldes ikke bare stress og mangel på hænder. Udbændtheden er også et tegn



på, at de er kommet væk fra den egentlige årsag til, at de ville være sygeplejersker. Mange har jo netop valgt dette arbejde, fordi det handler om aktiviteter, der har en værdi i sig selv. De ønsker at foretage sig noget meningsfuldt og gøre noget af betydning for andre. – Og ikke bare betragte andre mennesker som objekter i et funktionelt brugerperspektiv.”

Ifølge Finn Thorbjørn Hansen kræver et velfungerende – og effektivt – sygeplejevæsen med excellente medarbejdere, at man giver dem nogle frirum, hvor de kan slentre hid og did og få lov til at finde det, de dybest set brænder for. Han understreger dog, at målet med frirum til filosofisk vejledning ikke er at gøre sygeplejersker effektive, men det kan meget vel blive konsekvensen. For filosofi kan godt ses som et effektivt middel til at skabe mere nærværende og vise mennesker.

”Et er dog sikkert. Jo mere man forsøger at få effektivitet, LEAN, økonomisk rationalitet og pølsefabrikslogik indpodet hos sygeplejerskerne, jo mere ineffektive gør man dem. Flytter man fokus fra paratheden til at være til stede for et andet menneske, ”vænner” sygeplejerskerne sig af med at være det. Og dermed bliver de dårligere til at udøve hvervet”, siger Finn Thorbjørn Hansen.

I FREMTIDEN GÅR VI TIL FILOSOF

Den eksistentielle og åndelige tilgang til arbejdslivet slår ikke kun igennem inden for pædagogik og sygepleje. Balance, fred og åndelighed er ’en bølge’, som rammer bredere. I erhvervslivet bliver topledere sendt på ørkenvandring og i klostre. Psykologerne tager kurser i mindfulness. Og vi taler om autentiske lærere og om spiritualitet inden for leder- og mentorskab.

Ifølge Finn Thorbjørn Hansen skyldes det, at vi er ved at få øjnene op for, at der mangler noget i de gængse lærings- og vejledningsteorier. Det er livets eksistentielle dimension, der i stigende grad sætter dagsordenen i stort set alle vejlednings-sammenhænge:

”Karriererådgiverne arbejder med flere og flere velkørende voksne, som ikke kommer for at få håndfast erhvervsvejledning. I stedet vil de have en samtale om, hvad det gode valg er: ’Jeg er 45 år, og i resten af mit arbejdsliv kunne jeg faktisk godt tænke mig at opleve noget større integritet, dybde og meningsfuldhed. Men hvad er det gode liv? Ikke bare for mig. Men hvad er det gode liv?’, spørger de. Det er filosofiske spørgsmål. Så i fremtiden går vi nok mindre til psykolog og mere til filosof,” siger Finn Thorbjørn Hansen. ■

Af Marie Fugl
mafud@dpu.dk

8 REGLER I DEN SOKRATISKE SAMTALE

1. Tænk selv - det er forbudt at henvise til autoriteter!
2. Tænk åbent og eksistentielt - tal ud fra en berørthed!
3. Tænk sammen og i forlængelse af hinanden.
4. Lyt til dig selv og de andre, vær stille og langsom i din tænkning og vis tillid og vær tålmodig.
5. Sæt dig selv på spil - spørg til dine egne antagelser.
6. Stræb efter konsensus eller begrundet dissensus.
7. Hjælp hinanden til at holde den røde tråd, men leg og provoker også.
8. Mærk efter, hvad du dybest set oplever og opfatter som det mest sande, vise, skønne og meningsfulde - og bring det i spil!

Kilde: Finn Thorbjørn Hansen, DPU

FINN THORBJØRN HANSEN



Finn Thorbjørn Hansen er ph.d., cand. mag. og lektor i vejledning ved Institut for Didaktik, Danmarks Pædagogiske Universitetsskole, Aarhus Universitet. Han har præsenteret ”filosofisk vejledning” i Danmark, er formand for Dansk Filosofisk Praksis og gennemfører kurser i filosofisk vejledning – læs mere herom på www.dpu.dk/efteruddannelse. Han har netop udgivet bogen *At stå i det åbne. Dannelse gennem filosofisk undren og nærvær*. Hans Reitzels Forlag 2008.

SYNLIGHEDENS USANDSYNLIGHED

For at markere at børn i bestemte aldersklasser kan tage skade af computerspil, er de forsynet med synlige advarselsmærker. Men adjunkt Estrid Sørensen's forskning viser, at selv nok så farvestrålende mærker kan være langt fra at gøre noget synligt for kunderne.

* Ofte skyldes mangel på synlighed, at det, vi gerne vil se, ikke er umiddelbart tilgængeligt. Det er tilfældet, når vi kræver synlighed og gennemsigtighed i forhold til sammensætningen af de produkter, vi køber. For vi kan ikke umiddelbart se på isen, hvor stor fedtprocenten er. Vi kan ikke se på t-shirtens tryk, om det indeholder tallater. Og vi kan ikke se på dvd'en, om computerspillet er skadeligt for børn. Vi kræver gennemsigtighed. Vi vil kende produkternes sammensætning, og vi får derfor mærker og deklarerationer, der informerer os om det, vi ikke kan se. Med mærkerne skulle produkternes indhold være belyst, så vi kan handle derefter. Det skulle man tro. Men så simpelt er det ikke.

Tværtimod viser en undersøgelse af mærker på computerspil, hvor kompliceret en sag synlighed er. De mærker, jeg taler om, er dem, der fortæller, hvor gammel man skal være for ikke at tage skade af at spille de pågældende spil.

I Tyskland er det lovbestemt, at før et computerspil kan sættes på markedet, skal dets potentielle skadelighed for børn og unge i forskellige aldersklasser vurderes. Siden 1994 har den statsanerkendte frivillige kontrolmyndighed USK (Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle) forsynet computerspil med mærker. Tre af mærkerne er påtrykt med tallene 6, 12 eller 16, som angiver den alder, man skal have for at spille spillet uden at tage skade. De to øvrige mærker har ingen tal, men med farverne hvid eller rød viser de, at spillene er tilladt for enten alle eller kun for voksne over 18 år. Danmark har en tilsvarende ordning. Her har staten delegeret opgaven til den europæiske spilbrancheforening ISFE, som forsyner computerspil med det såkaldte PEGI-mærke. PEGI-mærket, som er at finde på computerspil solgt i Danmark og det øvrige Europa, adskiller sig grafisk fra det tyske USK-mærke, og der ligger andre kriterier bag aldersvurderingen.

Når nu computerspillenes skadelighed er gjort synligt med mærker, skulle det vel være en let sag at finde ud af, om spillet

er skadeligt for det barn, spillet er tiltænkt. På baggrund af en række interview med tyske familier viser det sig, at det ikke er tilfældet. Jeg skal her fokusere på mærkets effekter i købs-situationen. Her er der mindst tre grunde til, at synlighed ikke altid etableres:

- At synlighed trækker på usynlig viden, der gør umiddelbar entydig viden mangetydig.
- At én synlighed konkurrerer med andre synligheder.
- At et synligt mærke kun spiller en minimal rolle i praksis. Lad os se nærmere på disse årsager og forbindelser.

FRA ENTYDIGHED TIL MANGETYDIGHED

For at aldersmærket på et computerspil skal give mening for en forælder, der vil købe et computerspil til sit barn, må hun forholde det påtrykte tal til sit barns alder. Når hun tænker på sit barns alder – lad os sige 11 år – fremstår det ikke bare som et tal, men som en række specifikke erfaringer med barnet. Der er stor forskel på 11-årige. Nogle er modige og vilde, andre tilbageholdende og angste. Nogle 11-årige har spillet mange computerspil, er bekendte med genren og væltes ikke af pinden af et nyt spil. Andre spiller for første gang og bliver overvældet af de imponerende effekter, der toner op på skærmen og i højtalerne. Man kan næsten sige, at nogle 11-årige kun er 10 år, mens andre allerede er 12. For en mor, der vil købe et computerspil til sit barn, gælder det altså ikke bare om at sammenligne to nøgne tal. Hun må sammenligne den generaliserede alder, som mærket formidler, med egne oplevelser af sit barns alder i form af erfaringer med at omgås computerspil.

Dertil kommer, at det generaliserede tal heller ikke bare er et nøgent tal. Kunden har forestillinger om, hvem det er, der har sat dette mærke på spillet. Nogle mener, det er stramtandede moralprædikanter, der ikke aner noget om computerspil og overser, at der bare er tale om leg. Andre mener, at det er industriens forlængede arm, som sætter aldersgrænserne så lavt som muligt for at få solgt flere spil. Og derimellem er der en stor variation af forestillinger om, hvordan det tal, der står på mærket, er kommet til, og hvad det er udtryk for.

Den sammenligning, kunden skal foretage, er altså en sammenligning mellem på den ene side hendes opfattelse af, hvilken særlig generaliseret forestilling om børn og computerspil, mærket udtrykker, og på den anden hendes personlige oplevelser af sit barns alder.

Mærkets gennemsigtighed består alene i at angive et tal. Det skulle vel være entydigt. Men eftersom ingen alder bare er et tal,

må kunden selv lægge en mængde usynlig information til for at kunne bruge den synlige information til noget. Denne usynlige information varierer fra forbruger til forbruger, og dermed er synligheden ikke længere entydig, men mangetydig.

KONKURRENCEN MED ANDRE SYNLIGHEDER

For at aldersmærket skal synliggøre et bestemt computerspils skadelighed, må det nødvendigvis være placeret på dette spil. Synligheden er altså ikke bare tal og farvekoder og de usynligheder, disse implicerer. Synligheden er placeret. Den findes et sted, på forsiden af spillets cover. Og dér er den ikke alene. Ofte er forsiden af et computerspil-cover en ren mærkeskov, som ud over aldersmærket indeholder mærker for spillets format, platform, version, distributør og sponsorer. Mange spil har også påtrykt det europæiske PEGI-mærke, som nogle gange angiver en anden alder end USK-mærket. Især i disse tilfælde, peger mange forældre på, at USK-mærkets autoritet falmer. Andre siger, at man har vænnet sig til at se bort fra de mange små mærker på coveret, fordi deres overflow af information bare forvirrer dem i købsituationen.

Coveret har også altid et billede og en bagsidetekst. Begge siger noget om spillets karakter og genre, og dermed om dets mulige skadelighed, eller i hvert fald dets voldsomhed. Den synlighed, som aldersmærket etablerer, befinder sig i et samspil og til dels i konkurrence med andre synligheder. Nogle gange ændrer de andre synligheder mærkets betydning, og nogle gange usynliggør de endda mærket.

HVOR SYNLIGT ER DET SYNLIGE I PRAKSIS?

Mærkets synlighed er situeret. Den eventuelle synlighed finder altid sted i en situation; i dette tilfælde en købsituation, som for en forælder ikke primært handler om skadelighed, men derimod om at købe et spil til sit barn. Forældre trækker på en mængde viden, når de skal beslutte sig for at købe et spil til deres barn. De trækker som sagt på viden om deres barn og om mærkernes ophav. Desuden trækker de på viden om spil. Mange forældre har hørt om forskellige spil, nogle har læst om bestemte spil i pressen, andre har selv spillet spil og kigger efter nye versioner af kendte spil eller efter beslægtede spil. Andre har fået bestemte spil anbefalet af bekendtes børn eller af voksne. For forældre er der megen anden viden om computerspil, der er vigtig, end viden om skadelighed, når de skal købe spil til deres børn. Hvilken indflydelse, den viden, der er synliggjort via aldersvurderingen, får for det spil, der vælges, afgøres i hver enkelt situation i forhold til det, som situationen handler om, nemlig at få et spil med hjem, som kan være til fornøjelse for et bestemt barn. For denne situerede beslutning er der en mængde anden viden, som for kunden er væsentlig for at vælge et spil. Her spiller faktorer som spillets opstilling i butikken, personalets vejledning mv. også ind.

Den megen anden viden, forældrene trækker på i situationen, er ikke isolerede faktorer, der uafhængigt af mærket har indflydelse på kundens beslutning. Afhængig af, hvordan han selv har oplevet de spil, han kender, hvem der har anbefalet

spillet, eller hvordan han har set det beskrevet, bidrager denne viden forskelligt til hans forståelse af spillets egnethed og skadelighed for forskellige aldersgrupper, inklusive hans datter. Dermed relativiserer den megen anden viden, der også har betydning i købsituationen, også forståelsen af den synliggjorte skadelighed.

USANDSYNLIG SYNLIGHED

At gøre noget synligt handler ikke bare om, at vi bliver i stand til at se noget, vi ikke tidligere kunne se. Synlighed skabes. Den skabes ved at føje noget til det, som vi gerne vil se. I dette tilfælde bliver et mærke tilføjet et computerspil. Mærket bidrager til at skabe synlighed. Men det gør det ikke alene. Min undersøgelse viser, at et mærke ikke bliver synligt ved sin blotte tilstedeværelse. For det første fordi usynlig viden gør det synlige mangetydigt i stedet for entydigt. For det andet fordi det synlige spiller sammen med og til dels endda konkurrerer med andre synligheder. Og for det tredje fordi det synlige ofte er af mindre betydning for den situation, hvori det er synligt. Synlighed gør ikke bare noget synligt. Den gør det synlige mangetydigt, relativiserer det og gør det undertiden endda usynligt. ■

ESTRID SØRENSEN



Estrid Sørensen, post.doc ved Humboldt Universitet Berlin og adjunkt ved Institut for Læring, Danmarks Pædagogiske Universitetsskole, Aarhus Universitet.

Hun forsker i materialitet i hverdagen, herunder i teknologi og læringsmaterialer i folkeskolen, og i, hvordan viden om voldelige computerspils potentielle skadelighed for børn forstås og omgås forskellige steder i samfundet.

Senest har hun udgivet "Multi-sited comparison of 'doing regulation'" i *Comparative Sociology* 7(3), pp. 311-337, "The time of materiality" i *Forum Qualitative Social Research* 8(1) og "Fortsættelse følger: teori som proces i værdikampen" i *Udkast – tidsskrift for kritisk samfundsvidenskab* 35(1), pp. 54-68. Desuden udkommer hendes bog *The Materiality of Learning* i marts 2009 på Cambridge University Press.

Læs mere på:

<http://www.materiality-in-action.net/>



OPMÆRKSOMHED
OPMÆRKSOMHED

ØNSKES! ØNSKES! ØNSKES!

VI ER PÅ VEJ IND I EN OPMÆRKSOMHEDSØKONOMI, HVOR VI KONKURRERER PÅ LIVET LØS OM VORES BEGRÆNSEDE OPMÆRKSOMHED. I TAKT HERMED VOKSER ANTALLET AF OPMÆRKSOMHEDSFORSTYRELSE I ARBEJDSLIVET OG I PÆDAGOGIKKEN. LEKTOR JENS ERIK KRISTENSEN FORKLARER I DETTE INTERVIEW, HVORFOR HAN VIL GØRE OPMÆRKSOMHED TIL EN SAMTIDSDIAGNOSTISK NØGLEKATEGORI.

* I en videns- og informationsøkonomi er det ikke længere knapheden, men overfloden, der er problemet. Hverken viden eller information er af natur knappe goder. Men hvor er knapheden da blevet af?

Ifølge lektor og institutleder Jens Erik Kristensen fra Danmarks Pædagogiske Universitetsskole er knapheden emigreret over i fænomener som tid og opmærksomhed. Vi er vidner til en ny opmærksomhedsøkonomi, hvor der investeres i tiltrækning af opmærksomhed som aldrig før. Han siger:

"Aldrig før har vi været så nødsaget til at økonomisere med, hvad vi vier vores opmærksomhed til – og ikke mindst føre regnskab med, hvad vi selv får ind. Der er ganske enkelt 'run' på vores opmærksomhed, der risikerer at blive løbet over ende, hvis ikke man forstår at økonomisere med den som den nye knappe ressource."

Knapheden forklarer Jens Erik Kristensen med forskellige forhold. For det første er der ganske enkelt mentale grænser for, hvad, hvor meget og hvor længe vi kan forholde os opmærksomt. For det andet er konkurrencen om at tiltrække vores begrænsede opmærksomhed eksploderet. Nye informations-teknologier og medier har udvidet vores opmærksomhed både rumligt og tidsligt, men også overbelastet den. Og det tredje forhold er netop, at det er kløften mellem opmærksomhedens

begrænsninger og den samtidige vækst i attraktive tilbud, der udstiller knapheden som problem.

HOMO OPTIONIS

Ifølge Jens Erik Kristensen følges knapheden på opmærksomhed af en hård kamp om den.

"Det oversete moment i oplevelsesøkonomien er den indædte kamp om at få opmærksomhed. Af samme grund er evnen til at tiltrække opmærksomhed derfor blevet en professionel og dyrt betalt kunst. Det har fostret nye industrier. Forfængeligheds-industrien er ikke helt tilfældigt blevet en nøgleindustri med meget høje vækstrater. Det er den industri, som lever højt på vores behov for at være attraktive og gøre indtryk. Mode, branding, styling, kosmetik er alle sammen fænomener, som skal skabe og fastholde andres opmærksom på os selv, vores person, ydelser eller produkter. Tænk på fænomenet Paris Hilton; hun er en omrejsende opmærksomheds-attraktor. Og tænk bare på, med hvilken selvfølge vi taler om, hvad politikere eller forskere har på 'opmærksomhedskontoen': Vi spørger, hvor meget de er 'på'. Og vi måler og fører omhyggeligt regnskab med, hvor ofte de er citeret af andre eller omtalt i medieme."

Faktisk ser det ud til, at denne kamp om opmærksomheden bliver stadig mere krævende i takt med, at samfundet bliver



**- I ET HISTORISK
PERSPEKTIV HAR VORES
OPMÆRKSOMHED
NÆPPE VÆRET UNDER
ET SÅ VOLDSOMT
BOMBARDEMENT
SOM NU.
VORES SELEKTIONS-
KOMPETENCER
NEDBRYDES
- OG EVNEN TIL
AT VÆRE
KONCENTRERET
OM EN SAG
AD GANGEN SVÆKES
- FOR SLET IKKE AT TALE
OM FORDYBELSE.**

rigere og mere åbent. Jens Erik Kristensen taler om, at oplevelsessamfundet har fået følgeskab af det åbne menneske. Den tyske sociolog Ulrich Beck kalder det for homo optionis. Det vil sige et menneske, som er sine muligheds valg og i stigende grad skal vælge og beslutte flere og flere ting og forhold. Disse muligheder er nærmest eksploderet gennem udvikling af de tekniske muligheder for gensidig udveksling af opmærksomhed i form af mails, sms, internetets forskellige mødesteder og mobiltelefoni.

”Min påstand er, at vi er blevet mere forfængelige, hvad de andres opmærksomhed angår. Vi er meget optaget af, at andre viser os opmærksomhed. Og denne intensiverede opmærksomhed på de andres opmærksomhed gælder ikke blot børn, kærestere eller ægtefæller. Det er ved at blive en bærende livsfølelse. Man vil høres, ses, læses, citeres og kommenteres som aldrig før. Det kan vi ikke alle på samme tid. Derfor kæmpes der med alle midler i de mellem menneskelige relationer om den altid begrænsede opmærksomhed,” påpeger Jens Erik Kristensen.

ET VERDENSÅBENT DYR

Opmærksomhed har traditionelt været et anliggende for fænomenologien, men med den filosofiske antropolog Arnold Gehlen bør man ifølge Jens Erik Kristensen også tale om det, han kalder opmærksomhedens antropologi: ”Gehlen betegnede mennesket som et instinktfattigt og verdensåbent dyr; et dyr, som har svært ved at holde hus med sin opmærksomhed. Menneskedyret har brug for nogle skyklapper, der begrænser og selekterer i det indtryksskaos, som Gehlen mente, at mennesket ellers ville lide under – i modsætning til rigtige dyr, hvis få og stærke instinkter begrænsede deres ’oplevelser’ af verden til de simple spørgsmål: kan det ædes, kan jeg parre mig med det – eller skal jeg flygte fra det. For Gehlen var menneskets kunstige skyklapper og instinkterstatninger institutioner, vaner og rutiner, der havde en aflastningsfunktion og hjalp det med at selektere i dets opmærksomhed. I dag findes samme figur i en ny variant hos Luhmann, der bestemmer systemers grundlæggende funktion som selektion og kompleksitetsreduktion.”

Men er din pointe, at vi mangler disse skyklap-institutioner i dag?

”Ja, det kan man godt sige. Rutiner og vaner – ikke mindst i arbejdslivet – brydes hele tiden. Samtidig gør vi en dyd ud af omstilling, fleksibilitet, multi-tasking, og vi overloades med informationer, som afleder opmærksomheden. Derfor er det ikke tilfældigt, at et syndrom som ADT (attention disorder trait eller acquired attention deficit disorder, red.) nærmest får epidemisk karakter i det moderne arbejdsliv. Det er jo ikke blot en lægelig diagnose, men en betegnelse for en ganske udbredt mental stresstilstand, som vores moderne livsform fremavler. I et historisk perspektiv har vores opmærksomhed næppe været under et så voldsomt bombardement som nu. Vores selektionskompetencer nedbrydes – og evnen til at være koncentreret om en sag ad gangen svækkes – for slet ikke at tale om fordybelse. Symptomerne er, at man har svært ved at fastholde opmærksomheden på arbejdsopgaver, let distraheres

af ydre stimuli, bliver rastløs og irriteret – og derfor også mindre fokuseret, effektiv og produktiv. Noget tilsvarende gælder fænomenet 'læringsstress' i skolesammenhænge", siger Jens Erik Kristensen.

DET ELEMENTÆRE

I en opmærksomhedsøkonomi er det ikke en last, men en dyd at være forfængelig. Udfordringen er snarere at håndtere en balance mellem ikke at være forfængelig nok og at være for forfængelig, mellem at få for meget og for lidt opmærksomhed. For ligesom Jens Erik Kristensen mener, at kravet om opmærksomhed overbelaster os, så kan det modsatte – den ignorerende og ukærlige underbelastning – også være et problem. *Eller?*

"Jo, det kan det. Og i den sammenhæng er det vigtigt at gøre sig klart, at opmærksomhedens sociale modus ikke er det samme som behovet eller rettere begæret efter anerkendelse hos den tyske filosof Axel Honneth eller Hegel. På mange måder er de beslægtede, men den væsentlige forskel er, at opmærksomhed ikke er en moralsk eller moralfilosofisk kategori, selvom hungeren efter andres opmærksomhed idehistorisk set altid er blevet forsøgt diskvalificeret som forfængelighed. Det er imidlertid forkert. Opmærksomhed er snarere en før-moralsk kategori, der kan være gensidig, men ikke behøver vise sig som gensidig anerkendelse. Et menneskes hunger efter andres opmærksomhed er et elementært fænomen, ikke en gensidig moralsk fordring – snarere en generøs handling. Dette elementære forhold viser sig blandt andet ved, at får du ingen opmærksomhed overhovedet, så sygner du hen. Lægen og psykoanalytikereren Rene Spitz kunne i 1940'erne beskrive, hvordan børn kan dø af mangel på kærlig opmærksomhed: Uden opmærksomhedens varmende kraft kollapse kontakten med omverdenen," forklarer Jens Erik Kristensen.

ER DU ATTRAKTIV NOK?

Så vi er alle sårbare over for manglende opmærksomhed, men kan vi overhovedet få nok opmærksomhed?

"Det siges, at andre menneskers velvillige opmærksomhed skulle slå enhver anden form for narkotika, indkomst eller inspiration. I denne forstand lever man ikke af brød eller sin løn alene, men også af at få og give opmærksomhed. Det gælder i særdeleshed i forskningens og videnskabens verden. Og som udgangspunkt er der altså ikke noget moralsk suspekt ved at ville have opmærksomhed. Når det er sagt, så er det lige så klart, at forfængeligheden ikke mindst nu om dage forbliver en relevant problemstilling, nemlig som opmærksomhedstrangens forfaldsform. Tag for eksempel bare brugen af mobiltelefoner blandt de unge eller kollegaers bombardement af hinanden med e-mails. Det viser, at det er blevet muligt og stadig vigtigere, at du hele tiden forsikrer dig om, at du lige nu spiller en rolle i andres bevidsthed og sjæleliv," siger Jens Erik Kristensen.

Han understreger, at det er blevet en nøglekompetence at være forfængelig i dag. Det betyder, at en moderne person skal kunne performe offentligt. Det uddyber han sådan her: "Ikke alene skal du kunne tåle andres opmærksomhed, du skal gerne

OPMÆRKSOMHED?

Slår man op i Ordbog over det danske sprog, har opmærksomhed, som det at være opmærksom, tre forskellige grundbetydninger:

1. At være opmærksom er at være agtpågivende og at være parat til at lægge mærke til nogen eller noget. På engelsk har vi en betegnelse for denne betydning af opmærksomhed, nemlig awareness, det vil sige en slags nærværende beredskab til opmærksomhed.
2. At være opmærksom er at vise omhu eller levende interesse for nogen eller noget. Det vil sige en mere målrettet, henvendt og selektiv opmærksomhed. Også det har sit eget ord på engelsk, nemlig attention.
3. At være opmærksom handler om, at noget ydre vækker ens interesse. Det kan være en bemærkelsesværdig ting eller en sag.

være i stand til at skabe, vække og fastholde den. Af samme grund har moderne virksomheder for eksempel behov for at have prominente personer, der kan gøre sig i medierne. Prominente personer er den nye adel, de nye indkomstmillionærer, hvad angår modtaget opmærksomhed. Men der er en grænse. Den kunne vi kalde den anmassende opmærksomhed. En person bliver anmassende, når han går for meget op i, hvad andre mener om ham og om hans bedrifter. Et godt råd til anmassende personer, og måske også til moderne mennesker som sådan, er derfor, at de skal træne i at blive selvberørende i stedet for hele tiden at skulle bekræftes af den ene eller anden grund. Måske er det det, dannelse vil komme til at handle om: opøvelsen af ens opmærksomheds-selektionsevne – både hvad angår input og output." ■

Af Claus Holm
clho@dpu.dk

JENS ERIK KRISTENSEN



Jens Erik Kristensen, lektor og institutleder for Institut for Pædagogik ved Danmarks Pædagogiske Universitetsskole, Aarhus Universitet. De seneste tre år har han været leder af forskningsprogrammet i socialanalytisk samtidsdiagnose. Senest har han udgivet bogen *Idéer om et universitet* på Aarhus Universitetsforlag.

Læs mere på www.dpu.dk/om/jek

MEDICINALINDUSTRIEN HAR BRUG FOR DIAGNOSER SOM **ADHD**

SKAL MEDICINALINDUSTRIEN VINDE NYE MARKEDER, KRÆVER DET, AT DER STILLES NYE DIAGNOSER. DIAGNOSEN ADHD BLEV FØRST RIGTIG POPULÆR, DA ADHD-MEDIKAMENTET RITALIN KOM PÅ MARKEDET.

* ADHD, Attention-Deficit Hyperactivity Disorder, er den kraftigst voksende diagnose i dette årti. Og i Danmark er forbruget af Ritalin, der er den mest anvendte medicin til ADHD-diagnosticerede, steget med ikke mindre end 2054 procent på ti år.

Thomas Brante er professor i sociologi ved Lunds Universitet. Han har blandt andet beskæftiget sig med "den nye psykiatri" og har deltaget i debatten om ADHD i Sverige. Han mener, at der er flere årsager til den kraftige stigning. Men først og fremmest langer han ud efter medicinalindustrien, der i et profithensyn forsøger at diktere diagnoser og tendenser på sundhedsområdet:

"Medicinalindustrien har enorm betydning for udbredelsen af diagnoser. Pillen kommer ofte før diagnosen, mener nogle eksperter. Medicinalindustrien forsøger i hvert fald på mange særlige måder at skabe markeder for at sælge piller," siger Thomas Brante.

Mellem fire og syv procent af befolkningen ventes at have ADHD-lignende symptomer, og børn helt ned til et-årsalderen udstyres i dag med diagnosen ADHD, når de er meget adfærdsvanskelige. Salget af Ritalin, der blandt andet øger mængden af dopamin i hjernen – og dermed har en afslappende effekt, er steget i takt med diagnoseboomet.

PILLE OG DIAGNOSE GÅR HÅND I HÅND

Blandt neuropsykiatere hævder flere, at ADHD er en medfødt hjerneskade. De forklarer det stigende antal diagnoser med, at der er sket et videnskabeligt gennembrud, og ser det som en fordel at medicinere så tidligt som muligt. Thomas Brante er uenig. Han er ikke sikker på, at den stigende medicinering er positiv, og betvivler påstanden om det videnskabelige gennembrud:

"Man har i årtier forsket intenst i hjerneskade-hypotesen, men man kan ikke bekræfte den videnskabeligt. Efter min bedste overbevisning er der ikke sket andet end, at lægemiddelindustrien har fundet et nyt præparat. Og det er ikke første gang, at medicinalindustriens evne til at finde nye markeder har medført nye eller bredere diagnoser. I det forrige årti så vi et parallelt forløb mellem et boom i antallet af depressionsdiagnoser og forbruget af lykkepiller som Prozac og Cipralax. Og længere tilbage gik angst og Valium hånd i hånd", siger Thomas Brante.

At det lader sig gøre for medicinalindustrien at få salget af et bestemt præparat til at stige, tilskriver Thomas Brante, at der er tale om såkaldte elastikdiagnoser, hvor det er nemt at rykke grænsen for, hvornår man er syg.

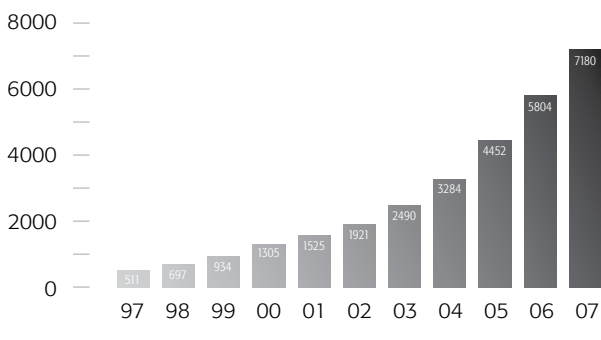
"En afgørende faktor er, hvor bredt diagnosen defineres. Altså hvor man sætter kriterierne for, hvad der er normalt, og hvad der er patologisk eller dysfunktionelt. Jo snævrere grænse for det normale - desto flere kan forstås som patologiske og dermed indicerede til medicin. Det vil sige, at medicinalindustrien har en interesse i så brede diagnoser som muligt", siger Thomas Brante og fortsætter:

"ADHD er jo en elastikdiagnose, den er konstant blevet udvidet gennem årene, og i dag er kriterierne meget løse. Nu kan man være hyperaktiv og impulsiv, men ikke uopmærksom – og alligevel få diagnosen.

Tidligere var det kun børn i de første skoleår, der kunne få diagnosen, og man mente, at de voksede fra den senest i teenageårene. I dag kan den gives til alle fra spædbørn til voksne, og man mener ikke længere, at det er noget, man vokser fra. Det giver grundlag for en livslang medicinering."

FAKTA OM RITALIN

Methylphenidat (Ritalin), antal børn (5-19 år) i behandling



Kilde: Lægemiddelstyrelsens Lægemiddelstatistik

Selv om det, som Thomas Brante siger, ikke direkte er medicinalfirmaer der bestemmer, diagnoserne, har de gode muligheder for at påvirke dem. Han peger på manualen Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorder (DSM), der udgives af American Psychiatric Association. I denne håndsbredde-tykke manual, som også danske psykiatere og den danske ADHD-forening refererer til, samles psykiatriske symptomer og diagnoser. Og den dikterer i høj grad, hvad der anerkendes som sygdomme inden for psykiatrien.

”En diagnose optages i DSM ved, at en gruppe psykiatere blandt andet ved håndsoprækning beslutter, om diagnosen skal godkendes eller ej. Det har ført til nogle diskutabile situationer. Eksempelvis blev homoseksualitet i 1952 godkendt til optagelse, men blev taget ud igen i 1980 - ikke på grund af videnskabelige fund, men på grund af politisk pres”, forklarer Thomas Brante.

Hvis man bladrer igennem DSM, er det også tydeligt, at mange diagnoser er kulturelt bestemte. På Filippinerne og i Malaysia kan man for eksempel lide af ’amok’, blandt de amerikanske indianere kan man have ’spøgelsessygdom’. Og også diagnoser som ’koffeinrelateret forstyrrelse’ er at finde i DSM.

”Pointen er, at der mangler videnskabelige, deduktivt definerede kriterier for diagnoserne. Alligevel er DSM mange psykiateres bibel, og den man referer til, når man skal udstede diagnoser og udskrive medicin”, siger Thomas Brante.

AUTHOR: TO BE DETERMINED

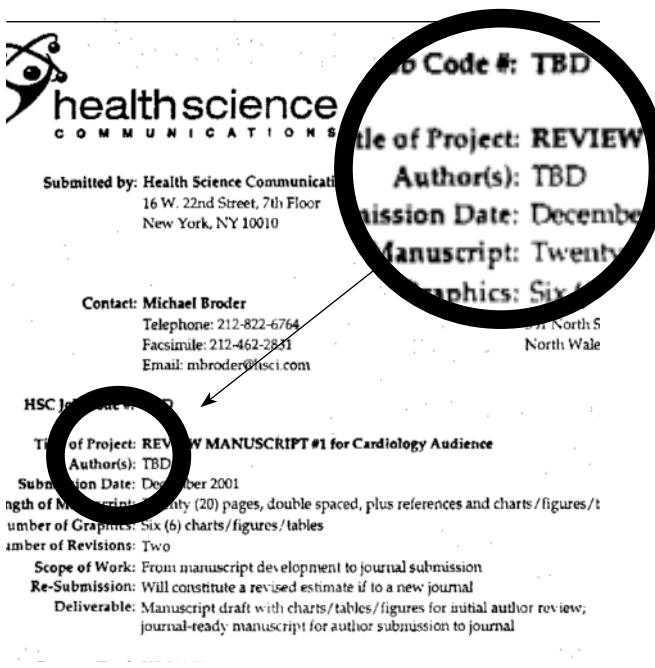
Medicinalindustrien skal imidlertid kunne legitimere medicinforbruget. De skal kunne fremvise dokumentation for, at deres præparater virker, og anerkendte forskere skal gerne blåstemple

dokumentationen. Her spiller det øgede samarbejde mellem universitetsforskningen og medicinalindustrien – herunder forskningens stigende afhængighed af ekstern finansiering - en stor rolle. Det giver medicinalindustrien mulighed for - direkte eller indirekte - at styre forskningen og bestemme, hvad der publiceres.

Thomas Brante forklarer, at der i USA findes professionelle skriveagenter - eksempelvis Current Medical Directions (CMD), som forfatter videnskabelige artikler, der dokumenterer et præparats virkning, effektivitet og ufarlighed.

”Det foregår sådan, at et medicinalfirma udfører nogle undersøgelser og bearbejder dette materiale statistisk. Herefter sender de det til skriveagenturet, som skriver artiklerne sammen. Artiklerne kommer derved til at fremstå som uafhængig dokumentation frem for reklame. Derefter forsøger man at få en anerkendt forsker til at skrive under”

Man kan, som Thomas Brante siger, undre sig over, hvorfor forskerne går med til det. Status, anerkendelse, flere penge til forskning og mere berømmelse ser ud til at være nogle af grundene.



”Forfatter søges”. En artikel produceret af professionelt ghostwriter-bureau, der har sørget for titel, tidsskrift og artikel, men de mangler endnu at finde en anerkendt forsker, der vil lægge navn til. Author TBD står for ”Author - To Be Determined”.

Kilde: www.jama.com at University of Alabama

FAKTA OM RITALIN

- » ADHD er en forkortelse af Attention-Deficil/Hyperactivity Disorder. Det vil sige forstyrrelser af opmærksomhed, aktivitet og impulsivitet.
- » ADHD blev tidligere kaldt DAMP. Syv gange så mange drenge som piger får diagnosen.
- » Internationale undersøgelser viser, at fire-syv procent af alle børn på verdensplan har symptomer på ADHD.
- » Ritalin er den mest anvendte medicin. Stoffet øger mængden af signalstoffer i hjernen blandt andet dopamin. Stoffet er tidligere kritiseret for at øge risikoen for alvorlige hjerte-problemer. I USA er der rapporteret flere dødsfald. Herhjemme er ingen døde.
- » I Danmark indtager 11.203¹ børn dagligt deres dosis Ritalin, der skal gøre dem afslappede og lettere at være sammen med. I 1997 var tallet 520. Det svarer til en stigning på 2054 procent.
- » I USA medicineres 10% af alle 10-årige drenge for ADHD².

1) I alderen 5-19 år. Kilde: Lægemiddelindustrien. Lægemiddelindustrien oplyser ikke hvor mange børn i alderen 0-4 år, der får medicinen. I 2003 var tallet 38.

2) Nissen, S. (2006) 'ADHD drugs and cardiovascular risk', The New England Journal of Medicine, April 6.

"I vore dage måles forskerne i høj grad på antallet af artikler, de publicerer. Forskerens belønning er, at han – uden at røre en finger – kan øge sin publiceringsmængde betragteligt. Samtidig er risikoen for at blive opdaget meget lille. De kedelige konsekvenser af sådanne spøgelsesskriverier er selvfølgelig også, at der bliver rykket kraftigt ved videnskabens legitimitet og den akademiske uafhængighed."

Selvom medicinalindustrien spiller en central rolle i diagnose-boomet, medvirker en række andre aktører altså også: Psykiatere accepterer brede definitioner, og pressede universitetsforskere legitimerer på forskellig vis forbruget. Hertil kommer, ifølge Thomas Brante, forældre og skole, der er pressede på ressourcer, og som derfor higer efter en diagnose, der kan holde dem fri fra ansvar:

"Da der fortrinsvis angives biologiske årsager til ADHD – og det ikke ses som resultatet af en bestemt opvækst eller et dårligt skolemiljø – så befrier diagnosen skole og familie for ansvar og dårlig samvittighed – og udløser oven i købet finansiel støtte."

FORFALD IKKE TIL REDUKTIONISME

Da Foucault havde skrevet Galskabens historie, stod læger i kø for at invitere ham indenfor på sindssygehospitalet for at vise ham, at sindssygen faktisk eksisterede. Thomas Brante er også blevet tilbudt at se ADHD-børnene på video. Og han betvivler da heller ikke, at der findes børn og voksne med symptomer, der kan beskrives som ADHD. Heller ikke, at de ikke har symptomer, som kan måles i hjernen, eller at piller nogle gange kan være den bedste behandling.

"Men det betyder ikke, at man kan slutte, at ADHD stammer fra en fejl i hjernen – eller at den er medfødt. Det er simpelthen en logisk fejlslutning. Hvis man søgte andetsteds, kunne man givetvis også finde mange andre sammenhænge: sociale, ernæringsmæssige, relationelle, psykiske, omgivelserne i skolen, lærere og forældres stressniveau, mængden af sukkerindtag etc."

"Vi lever i en tid, hvor det biologiske menneskesyn er dominerende. Neuropsykiatrien ligger godt i forlængelse heraf, og så har vi tilmed fået teknologi, der kan måle den. PET-skannere er for eksempel blevet et meget udbredt måleinstrument. Og det synes man er mere interessant end en psykologisk samtale. Derfor er det også bemærkelsesværdigt, at man stadig ikke har kunnet finde et gen eller andet biologisk, der dokumenterer dette," siger Thomas Brante

Han fremhæver, at hans budskab er, at man ikke må forfalde til reduktionisme – og tro, at man kan finde én forklaring på fænomenet. Man må i stedet søge at finde modeller, der kan integrere biologiske, psykologiske og sociologiske teorier, forklaringer og fakta.

"En diagnose som ADHD må ikke ses som en forklaring på, hvad der er galt, men som en beskrivelse af nogle symptomer," slutter Thomas Brante. ■

Af Marie Fugl
mafu@dpu.dk.

LÆS MERE: Thomas Brante: Den nye psykiatri: eksemplet ADHD i Gunilla Hallerstedt (red.): "Diagnosens Magt".

THOMAS BRANTE



Thomas Brante. Professor ved sociologisk institut, Lunds Universitet.

www.sociologi.lu.se

NYE BØGER MODTAGET PÅ REDAKTIONEN

TANGO FOR TO

Helle Bjerresgaard (red.)

Bogen handler om forholdet mellem teori og praksis i lærerprofessionen. Bogen beskriver og analyserer et tværinstitutionelt skoleprojekt, hvor lærere samarbejder på tværs af professionsgrænser for at kvalificere læreruddannelsen og de studerendes læring i praksis.

DAFOLO

SOCIAL MESTRING I BØRNEGRUPPER

Liv Vedeler

Børns indbyrdes forhold har betydning for deres sociale læring. Det er omdrejningspunktet for denne praksisbog om udvikling af social mestring i børnegrupper. Med afsæt i Antonovskys mestringsmodel kommer bogen ind på sprog og kommunikation, sociale færdigheder i legegrupper, konflikter og konfliktløsningsstrategier samt social mestring – også hos børn med særlige behov.

AKADEMISK FORLAG

BEDRE BESLUTNINGER I SKOLEN

Per Byrge Sørensen og Steen Dam

Bogen er tænkt som en hjælp til skoleledere, tillidsrepræsentanter og andre af skolens ansatte samt rådgivere i organisationer til at navigere sikkert gennem hverdagens beslutninger. Love og andre regler stiller en række krav til disse beslutninger – som skal tilgodeses i samspil med psykologiske relationer og sund fornuft.

DAFOLO

PORTFOLIO I ET LÆRINGS- OG UDDANNELSESPERSPEKTIV

Birthe Lund (red.)

I antologien præsenteres de muligheder og udfordringer, der ligger i at introducere portfolio-metodikken ud fra såvel praktiske som lærings- og uddannelsesteoretiske betragtninger.

Forfatterne beskriver undersøgelser af og erfaringer med brug af portfoliometodikken i dens forskellige afskygninger. Herunder digitale portfolier i form af lærings- og præsentationsportfolier, der giver undervisere mulighed for at dokumentere deres undervisningsmæssige kompetence.

AALBORG UNIVERSITETSFORLAG

ATMOSFÆRE I PÆDAGOGISK ARBEJDE

Søren Dupont og Ulla Liberg (red.)

Udgangspunktet for bogen er, at man skal kende den gode atmosfære for at savne den og være med til at forandre og skabe den. Der gives et bud på, hvad der er med til at skabe den gode atmosfære, når man arbejder professionelt med børn og unge.

AKADEMISK FORLAG

PORTFOLIO I DAGINSTITUTIONEN

Göran Krok og Maria Lindewald

Forfatterne sætter fokus på, hvordan man på en enkel måde kan komme i gang med portfolio og knytte den til det arbejde, der allerede udføres i institutionerne. De viser også, hvordan man kan begrænse og fokusere portfolioarbejdet, så det gøres overskueligt i dagligdagen.

DAFOLO

LEDELSE OG SAMARBEJDE

Gunilla O. Wahlström

Bogen har lederen og gruppen i fokus, ligesom den præsenterer en række konkrete værktøjer til blandt andet konflikthåndtering. Indholdet konkretiseres af beskrivende, personlige oplevelser.

DAFOLO

PSYKOLOGISK PÆDAGOGISK ORDBOG

Mogens Hansen, Poul Thomsen og Ole Varming

Den 16. udgave indeholder omkring 9.700 psykologiske og pædagogiske begreber. Ud over disse fags centrale ordforråd er der medtaget begreber fra tilstødende fagområder som antropologi, etik, etnologi, filosofi, kriminologi, medicin, psykiatri, sociologi og statistik.

HANS REITZELS FORLAG

ANVENDT RETORIK

Julie Fabricius og Thore Roksvold

Bogen viser, at de grundlæggende principper for kommunikation, som de blev formuleret i den klassiske retorik, ikke har ændret sig. Sammenhængen mellem klassisk retorik og moderne kommunikation kan give den mundtlige formidling et nyttigt perspektiv, og den kan styrke traditionsbevidstheden hos alle, der ønsker at kommunikere effektivt.

AKADEMISK FORLAG

LÆSEVEJLEDNING I PRAKSIS

Hanne Møller Pedersen

Bogen indeholder konkrete metoder og værktøjer til styrkelse af elevens læseforståelse og udvidelse af ordforrådet. Desuden behandles de særlige problematikker, som knytter sig til danskundervisningen af tosprogede børn.

DAFOLO

EN NY SOCIOLOGI FOR ET NYT SAMFUND

Bruno Latour

En grundlæggende udfordring af eksisterende sociologiske teorier i traditionen fra Durkheim til Bourdieu – og den første samlede fremstilling af Bruno Latours ideer og det, der er blevet kendt som Aktør-Netværk-Teori.

AKADEMISK FORLAG

ANERKENDELSE I PRAKSIS

Lis Møller

Hvad er anerkendelse, og hvad skal der til for at skabe gode og ligeværdige relationer? I bogen indtager forfatteren forskellige relationsorienterede metoder og supervision for at besvare spørgsmålene. Det teoretiske fundament baseres især på den norske forsker og psykolog Anne-Lise Løvlie Schibbyes arbejde, og de mange pointer relateres til en række praksisfortællinger fra forskellige pædagogiske sammenhænge.

AKADEMISK FORLAG

FAMILIE OG BØRN

Lars Dencik, Per Schultz Jørgensen og Dion Sommer

Med udgangspunkt i den modsætning mellem kontinuitet og forandring, som forskningen i familieliv og familieformer afdækker, beskriver og diskuterer bogens forfattere betingelserne for familiens liv i det nye årtusind. Hvad betyder de store forandringer i det moderne samfund for den måde, vi lever på? Hvilke konsekvenser har de for familiestrukturen og for familiens indre liv, og hvilke tendenser tegner der sig for familien i fremtiden?

HANS REITZELS FORLAG

"Gennemsigtighed" og "klarhed" er hos dig blevet til misbrugte ord.
Du har brugt dem ofte. Du må finde nye ord for dem.
Med klarhed mener du *uafvendelighed*.
Med gennemsigtighed mener du *afkald på skyer*.

ELIAS CANETTI, URETS HEMMELIGHEDER, OPTEGNELSER 1973-1985.