

G-17

PROFIL **Tekst:** Kristine Hovda **Foto:** Krister Sørbø

Jesper Juul mener vi
har oversett henne
altfor lenge. Selv er
psykolog Anne-Lise
Løvlie Schibbye (77)
mest opptatt av at vi
skal se barnet. G-17

- **Vi har en smertefull historie** når det gjelder hvordan vi har behandlet barn. Barn har blitt mistrodd, utnyttet og definert av voksne, og tross i alle våre framskritt og ideer om barns rettigheter, står utfordringene i kø. Med all vårkunnskap og alle våre ressurser, burde vi ha kommet lenger.

Når psykolog Anne-Lise Schibbye lot seg overtale av Jesper Juul til å stille til intervju, var det fordi hun ville benytte sjansen til å si noe om det som hun regner som sitt grunnleggende og viktigste prosjekt - nemlig våre holdninger til barn. Hvordan tenker vi på barn? Hvordan, dypst sett, møter vi barn? Og hva slags konsekvenser har det?

- Tendensen jeg ser rundt meg er at vi behandler barn som objekter og ikke som subjekter. Med dette mener jeg at vi har en holdning der vi ikke er åpne for barnas egne opplevelser av sin hverdag, sine liv. I stedet står vi utenfor med svar og med løsninger. Vi definerer, diagnostiserer og medisinerer - alt i håp om å få velfungerende, rolige barn som vi kan takle. Men spørsmålet vi - som samfunn og som individer - må stille, er: Til hvilken pris? Hva slags mennesker vil disse barna bli hvis de gjennomgående blir behandlet som objekter?

Løvlie Schibbye tenker at vi må romme barnet. Med dette mener hun at vi må, tross dårlig tid og hektiske dager, skape det rommet som trengs der vi lytter til barn, der vi tar dem på alvor basert på deres egne premisser, der vilar dem få komme fram med sine egne beskrivelser av sine liv. Vi må finne tid til å stoppe opp og spørre barna hvor de er, hvordan de opplever sin egen uro, sine liv. Kort sagt: Hvordan det er å være dem.

- Hvis et barn opplever seg som et subjekt, blir lyttet til og akseptert, skjønner det at hei, jeg har en mulighet til å påvirke min verden. Det gir en mulighet til verdighet. Og det gir barnet tilbake troen på seg selv.

22 | **MAGASINET** | 5. september 2009

Anne-Lise Løvlie Schibbye

Født: 23. juni 1932.

Familie: Gift, ett barn.

Norsk psykolog, tidligere førsteamanuensis ved Universitetet i Oslo. Forfatter av blant annet «En dialektisk relasjonsforståelse» (2002) og «Livsbevissthet» (2006).

I stedet er det lett for oss voksne å definere hva som er normal utvikling.

- Noen barn er raske på noe og seine på andre ting. Det er ikke ett barn i verden som passer inn i skjemaene vi har laget for normal utvikling. Vi trenger å gi barna tid og rom til å utvikle seg i deres eget tempo, gi dem varm omsorg og anerkjennelse der de er. Men fordi det ikke er nok kunnskap, blir foreldrene desperate etter å finne ut hva som er i veien med deres barn. Da kan en diagnose virke betryggende.

I arbeidet med å oppdatere 2.utgaven av boka «En dialektisk relasjonsforståelse», har Schibbye blitt mer opptatt av hjerneforskning. Her har hun fått bekreftet sine tanker om viktigheten av å behandle den andre som et subjekt.

- Spedbarnets tidlige hjerneutvikling er avhengig av den kjærligheten og anerkjennelsen de får fra mor og far. Gjennom ansiktsbevegelser formidler vi at vi rommer barnet, at vi tar det på alvor, at vi forholder oss til det som et annet menneske. Igjen handler det om å se den andre som subjekt.

I lys av dette er Schibbye særlig opprørt over studier som viser hvordan markedskrefter og media i USA kynisk

utnytter barn. Barn er nåtidens og framtidens konsumenter og det er snakk om enorme pengeverdier. Allerede i seks månedersalder kan de gjenkjenne logoer, og det gjelds å sikre deres lojalitet til merkevaren.

- Barns hjerner blir skannet mens de ser på produkter og på reklame. Målet er å finne ut hva som skaper størst hjerneaktivitet for så å kjøre dette videre i markedsføring. Således skapes lydige og trofaste konsumenter, tro mot en merkevare. Vi vet også at de observerer hvor mange ganger barn blunker i løpet av tv-innslag. For å holde oppmerksomheten deres klipper de fortene og fortene, noe som igjen påvirker unge hjerner. Noe forskning antyder sammenheng mellom slike inntrykk og diagnoser som ADHD.

Som Schibbye påpeker kan ikke foreldre alene beskytte barn mot dette. Reklamen finnes over alt, og rask klipning er ikke bare forbeholdt reklamen, men er gjennomgående også på norsk barne-tv. Hva kan vi så gjøre?

- Jeg tror vi må skille mellom to nivåer. Det ene er hva vi kan gjøre i det daglige. Her kan tross alt foreldre bidra mye, både ved å jobbe med egne holdninger og være seg bevisst hvilke markedskrefter de jobber mot. Det kan

også være tema på foreldremøter hvordan foreldre sammen kan jobbe for å redusere dette presset. Men dette er også et samfunnsproblem. Her handler det om å opprettholde reguleringer i forhold til markedsføring rettet mot barn, og det handler om å spre kunnskap slik at politikere kan gjøre sitt til å begrense denne utviklingen.

Noe annet Schibbye brenner for er barns rett til å leke.

- Markedet i dag renner over av produkter som skal stimulere barn. Barn utsettes for alt fra pedagogiske riktige filmer til avanserte leker. Men det er for eksempel ingen forskning som påviser at barn som har lært noe tidligere enn skolealder får noe igjen for dette seinere. Med all vår gode vilje og våre ambisjoner på barns vegne, risikerer vi å frata dem deres egen viktigste læremåte - nemlig leken, sier hun og påpeker at det er et kommersielt mål å gjøre barn mer og mer avhengige av produkter for å leke:

- Det er vanskelig å leke «Star Wars» uten lyssverd, vanskelig å leke prinsesse uten Disney-produkter. Således begrenser vi barns fantasi og skaper kunstige behov for produkter og ting. Foreldre er også under et massivt press. De vil selvfølgelig det beste for sine barn. Barna

skal ikke føle seg utenfor på skolen, de skal ha fine leker å vise venner, de skal ha sett filmer for å ha den riktige referanserammen. Slik er vi alle fanget i dette vanvittige spillet. Men vi kan slåss mot det. Jeg tenker at vi må skape en dugnadsånd der vi alle må påta oss et ansvar. Foreldre, barnehagepersonal og politikere må sammen verne om barns rett til å være barn, sier Schibbye.

Hun understreker at barn trenger å leke, å skape forestillinger selv.

- De bruker leken som et sted der de bearbeider opplevelser. Vi vet at lek er viktig for utviklingen av intelligens, moral, sosial kompetanse og selvfølelse. Barns verden er lekens verden, og den vi må ikke ta fra dem. Videre må vi hele tiden være oss bevisst våre holdninger. Vi må interessere oss for barnas egen opplevelse - i familien, i barnehagen, på skolen. Vi må ikke forklare dem hvordan de bør ha det, eller påtvinge dem våre tanker om hva som er normalt. I stedet må vi romme dem, lytte til dem og verdige dem. Bare på den måten legger vi grunnlag for mennesker som kan romme oss, lytte til oss og verdige oss. ●

kho@dagbladet.no

«Vi definerer, diagnostiserer og medisinerer - alt i håp om å få velfungerende, rolige barn som vi kan takle.»

Anne-Lise Løvle Schibbye (77), psykolog

Les mer om diagnostisering av barn på de neste sidene.

dette skal inn i arkivet under G-17.

Notater til intervju i Magasinet.

Hei Lasse - dette er rotete - tenkte å legge opp til en tradisjon på at barn ikke har vært (er) subjekter, og ende med konsumenten fra før de er født. som eksempel fra i dag.

All respons velkommen - på forhånd takk. Søsteren.

Gjennom historien har vi på forskjellige måter har sviktet barna. For å få et ståsted der vi kan bedre vurdere dette sviket, må jeg nevne en tanke om at barnet har vært sett på som et *objekt* eller en ting. Når jeg sier barnet som objekt i denne sammenhengen betyr det at barnet blir sett på som ikke å ha indre resurser, talenter, synspunkter og særlig ikke de riktige følelsene. "Det går ikke an å bli lei seg for det," sier vi, eller "Du har ingen grunn til å være sint". Slike budskap formidles med all den voksnes mektige stemme. Den voksne styrer, kontrollerer og bestemmer hva barns indre verden av opplevelse *er* og hva den *burde* være. "Ikke vær så sur," sier vi når barnet kanskje er redd, usikker, opprørt osv. Vi har alle selv vært objekter og fortsetter å være det også som voksne. Kanskje det er derfor vi ikke tenker over at vi det å definere andres opplevelse faktisk er en overkjøring. Vi tar det for gitt: sånn er det. Kirken har i mange sammenheng tatt over når barnet gror til. Eller myndigheter av forskjellig slag. Dessuten har vi velmenende kommentar fra omgivelsene: "Du er slik og slik.." "Du skal føle slik og slik ...". "Du er drømmer", "Du er urealistisk". "Du tar tingene for hardt" osv. Som subjekt har barnet nettopp et indre senter for opplevelse - av følelser, syn, resurser, fantasi, angster og gleder. Det vet selv hva det føler, og motsetter seg definisjoner av hvem de er.

I lys av tanken om barnet som objekt, kan vi huske at ideen var at de skulle sees (vite hvor de er) men ikke høres (de har jo ikke noe indre å dele). De skal disiplineres, dannes, påvirkes, temmes og defineres. Den voksne blir subjektet - og subjektets opplevelser og syn på barnet gjelder. Det kan se ut til at blitt oppfattet som noe uferdig som "vokser det hele av seg".

Gjennom historien har barn vært utsatte for en rekke større eller mindre overgrep: de har måttet arbeide lenge før kroppen var utviklet til slik aktivitet, de ble sent på farefulle oppdrag som å krype gjennom rør eller hull eller hva som deres kropp var liten nok til å klare. Mange har måttet passe mindre søsken i stedet for å leke osv. De ble krigere, og det å slå barn var lenge vanlig til og med anbefalelsesverdig. Når det gjelder småjenters opplevelser er grusomhetene grenseløse. Å ha sine nyfødte føtter bundet så hardt at kinesiske småpikers føtter ble misdannet: ikke fikk vokse og utvikle seg. Den dag i dag slåss vi mot kjønnslemlestelse og seksuelt misbruk (mye mer utbredt enn vi orker å ta inn over oss). Barn kidnappes, selges til prostitusjon. Listen er lang og opprørende.

Noen av disse uhyrligheter har sammenheng med samfunn som klart og tydelig og uten motforestillinger formidlet at du må være lemlestet, ha små føtter, arbeide i fabrikk, sitte stille på pulten å høre på læreren og være lydlig. Heldigvis er vi kommet litt lenger i dag, men egentlig utrolig kort når vi tenker på hva forskningen på barn, inkludert spedbarn og små barn har avdekket. Det er et stort rom mellom liv og lære her. Dessuten ser vi av og til det mest utrolige - et barn som myrdes av sin stefar. Han får 8 års straff. _Alvdal

Medisinsk behandling av ADHD barn kan være et slags misbruk - en fallitt-erklæring i forhold til å romme barn - da mener jeg akseptere og prøve å forstå at barnet som kan ha en for høy hjernesekvens og/og eller et ujevnt utviklingsmønster. Og forstå at barnet trenger omsorg, trøst, avledninger og forståelse - kort sagt anerkjennelse og hjelp ut fra *sin* egen subjektive opplevelse, ikke piller. Vi har ikke resurser til å tilby disse barna hjelp i form av psykoterapi, rådgivning og støtte til foreldre. Vi er over-ivrige når det gjelder å diagnostisere barn - ofte som om de var ferdig utviklet og lik en voksen voksn - det er jo en skam, egentlig. Barn er i utvikling. Deres hjerne utvikles dag for dag, og forskere vet nå at varm omsorg og anerkjennelse bidrar positivt til denne utvikling. Kjærlighet har den største betydning - det har kloke mennesker ofte sagt. Nå støttes det av forskningen. Kjærlighet betyr at vi ser og opplever barnet som et subjekt -

vi henvender oss til deres opplevelsesside og verdsetter den. Da lærer de også selv å anerkjenne andre.

Vi har ikke arbeidet oss ut av gamle ideer om barn. Selv om de fleste ikke slår barna sine i dag, er vi nok fortsatt preget av fortidens tro og normer. Mange tror for eksempel at barn dannes og formes utenfra og inn. Vår oppgave er å oppdra, disiplinere, forklare hva som er riktig. "Du må sitte ved bordet til du har spist opp maten", er et ganske vanlig innspill for å oppdra til tilpassning til samfunnet. Det er en typisk subjekt-objekt holdning.

Historien om utnyttelse av barn fortsetter.

Positive innspill kan handle om å skape et riktig fysisk miljø for barn, men dersom den grunnleggende holdningen er at barnet er et objekt, kan vi frata barna det indre liv de trenger for å skape et barn med selvrespekt og selvaktelse - som har tilgang til sine følelser og som kan hevde sine syn. Det hjelper ikke om . et riktig ikke i et samspill hvor deres indre verden stadig får plass i foreldre-barn dialogene. Altfor sjelden undrer vi oss over hvordan barnet egentlig ser sin verden, inkludert hvordan de ser på oss.

Foreldre ikke skal henges ut. Vi har alle blitt behandlet som objekter. I vårt samfunn i dag er det en enorm påkjenning å ha et hyperaktivt barn. I det hele tatt - det er vanskelig å være foreldre. Vold ser ut til å ha et stort element av "arvelighet" i seg, for eksempel. Vi har selv blitt overkjørt på en eller annen måte, og risikerer lett å være foreldre på måter som egne foreldre. Poenget er vel at vi som samfunn ikke har klart å se hva barnet og familien trenger! Et eklatant, lysende eksempel er at barnehager, skoler ikke har fått førsteplassprioritet. At skolebarn puster inn dårlig og av og til farlig luft i falleferdige bygg. At utdanning av barnehagepersonalet ikke er tilstrekkelig, og for å dekke behovet stues personal og barn inn i forlatte kontorbygg - hele dagen. Ikke minst sier lønningene klart og tydelig fra om at samfunnet ikke setter pris på lærernes innsats. Dette samfunnet og våre politikere er ikke så moderne og oppdaterte på barn og seg selv som voksne sammen med dem. Av og til føler jeg at vi er i steinalderen.

Barn blir jo også utsatte med alkoholiserter eller andre stoffmisbrukende foreldre. Hele familien trenger hjelp.

I en tankevekkende kronikk peker Magne Raundalen på (Dagbladet, 8. aug. 2009) at det ikke er lenge siden barn skulle rises. Dette avspeiler også våre holdninger til barn. Raundalen peker på at Hallesby (teologiprofessor, kjent predikant og skribent) herjet landet med sin skremmel. "Den som sparer sitt ris, hater sin sønn" Foreldre kan velge sine straffemetoder, men alle skal føre "til samme resultat for, nemlig at dets egenvilje skal bøyes!" (sitat hentet fra Raundalen).

Vi har hatt en kirke som i lengre tid har skremt barn. Bilder av det helvete de skulle til når de var "slemme" (en merkelapp satt på dem utenfra), satt dypt i sinnet. Jeg har møtt noen av disse barna som voksne i psykoterapi, og skremmelsbildene og minnene om fysisk straff har fulgt dem.

Nå må vi selvsagt understreke at vi har kommet lenger. De fleste slår ikke lenger sine barn. Dessuten er det forbudt ved lov. Intet sted i bibelen stå det at barn skal slås for å bli kvitt den ondskapen de har i seg. Ifølge Raundalen fikk barneombudet først tidligere i år biskopen til å slå dette fast! De fleste prester ville vel i dag også motsette seg tanken om at barnet er født som syndefullt. Hallesby til tross.

Kommersialiseringen av barndommen.

En amerikansk rapport fra amerikanske "media education foundation" drar opp noen skremmende vyer angående utnyttelse av barn. Det er nå 52 millioner barn under tolv i USA. For amerikansk foretningsverden representerer dette enorme økonomiske muligheter. Noe de er i full gang med å utnytte. Marketfolkene vet at

barn har enorm kjøpekraft. Barn kjøper for 40 billioner hvert år. Dessuten influerer barn direkte voksne kjøpere - dette beløper seg til uhyrlige 700 billioner dollar per. år. Barn er som svamper, åpne og engasjerte. Markedet vil ikke bare ha deres oppmerksomme, men deres loyalitet og jeg hadde nær sagt kjærlighet. Når det gjelder TV reklame er de uhyre utspekulerte. De vil overbevise barn om at det handler om å kjøpe om å få ting som reklamen på subtile måter sier de må ha. Ikke bare for å ha, men for å være akseptert - være som de andre, være coole.

Filosofien til markedsgruppene er å få tak i barna så tidlig som mulig, så ofte som mulig, og med så mange innkjøpsmuligheter som mulig. De formes til å bli livsvarige konsumenter.

Barn lures til å bli opphengt i sukker - reklamene for produkter som sukkerdekkede frokostblandinger.

Barn henter selvaktelse utenfra - ved å ha alt det de kan få tak i. Markedfolk spiller på barns behov for å ha tilhørighet, for tilknytning. Det er masse mer eller mindre skjult reklame på produkter - til g med melk. Noen er klart laget for å gå til hjertet på barna. Drikk denne melken og alle de andre melkene og du er elsket. Barn trenger stabilitet, mickey mouse, osv. og knytter seg "personer" og også tegnefilmkarakterer. Når dette skal assosieres med melk eller kjeks eller frokostblandinger spiller de på barnas tilknytningsbehov for å tjene penger. Målet er å komme innenfor barns hjerne og plante budskap der som styrer deres behov for produktene.

Reklame tar seg inn via internett, særlig videospill, på mobilen osv. mye foreldre ikke vet om. Skoler får utstyr med logos på som de tar i mot. Slik kommer kommersialiseringen inn i klasserommet. Sponset utdanningsmateriale. Reklameselskapene bruker alle metoder for å finne ut hvilke produkter påvirker barn, og derfor øker forbruket og selskapene og deres arbeidsgivere hover inn penger.

De studerer psykologisk forskning og anvender det for å påvirke barn. De observerer barn overalt, og legger merke til hva de ser ut til å like. De filmer barn hjemme for å se hva slags produkter de foretrekker såper, shampoo osv. De filmer

barn som snakker med sine venner. De ber barn være slø og si ting om venners preferanse uten å si fra. Det gjelder også å holde foreldrene uvitende om alt dette. De har til og med scanned hjerner (MRI) for å se hva som lyser opp inne i hjernen i forhold til hvilket stimulus.

Kyniske markedsfolk henter barnet inn som konsument, og da har de med tiden en voksen konsument .

Det du er, er det du kjøper. Ny mantra i en "brand new world.": "Du er det du har, Du er det du kjøper. Du er det du eier. En annen vinkling her er at hvis du ikke har det eller det, er du mindreverdige. Du er ingenting. "

Lykken blir knyttet til varemerker og "ting" assosiert med filmer, videoer osv.

Markedsfolk har gått så langt som å lære barn til hvordan de skal mase på foreldre. Du skal si "jeg vil ha det" mange ganger - til slutt gir foreldre opp.

Før ville barn bli sykepleier, flyver, eller lærer osv. Nå vil de bli rike og berømte og ha mange ting.

Lek og kommersialisering.

Kommersielle media endrer barns måte å leke på. Fri og ustrukturert lek vet vi at er avgjørende for kognitiv, fysisk, sosial og følelsesmessig utvikling. Og for at barna skal oppleve glede og utfoldelse. Nå finner vi at den tiden barn fra 6 til 8 leker kreativt har blitt betydelig redusert. Med barn som er fra 9 til 12 har kreativ lek minsket med 94 %.

Dette er alvorlig. Vi vet at kreativ lek er grunnlaget for læring, for kritisk tenkning, for problemløsning, for empati og følelsen av identitet, og ikke minst barns emosjonelle fungering. Det er også barns måte å skape mening i livet. De lærer dialog, samspill av forskjellig art, turtakning osv.

En hel generasjon barn vil aldri få følelsen av å kunne underholde seg selv, eller roe seg selv ned.

Media og kommersialiseringen har fratatt barn muligheter til å bli kreative. Alt er tilrettelagt, og de imiterer det som blir presentert, - de skaper ikke noe. De gulper opp igjen det de allerede har sett mens de bruker produkter som er basert på film eller TVshow.

En annen mørk side i vår konsumerverden er at media promoterer produkter som er helseskadelige ("junk food"). og oppmuntrer til passivitet i stedet for fysisk utfoldelse. Overvektige barn har fordoblet seg i de siste 20 år og overvektige tenåringer har tredoblet seg. 16 % av alle barn og tenåringer er overvektige: fire ganger så mange som i 1960-årene.

Førti ganger så av gruppen unge mennesker blir nå diagnostisert med bipolar disorder som for 13 år siden. Nesten fire og en halv million barn i USA er diagnostisert med ADHD (Attention Deficit Hyperactivity Disorder) og mange blir medisinert med ritalin - et stoff mot depresjon i voksne. Ett av tre barn som er født i år 2000 vil utvikle sukkersyke (diabetes). Hypertension i barn øker. Livstiden for barn i dag er kortere enn deres foreldre - den første nedgangen i moderne tid.

barna spiser gal mat tidligere og tidligere. Unge barn er for tykke for standard sikkerhetsseater. Barn som bruker media mye, var mer engstelige og deprimert enn de som ikke gjorde det.

Nok et poeng: barn får ikke lenger lov til å være barn. Tween. Barn vil gjerne bli større. Dette har markedsfolket grepet tak i. Det handler om å akselerere modning, for å tjene mest mulig på barna, tidligst mulig. Det amerikanske bladet 17 år leses ikke av 17-åringer, men av 10 -12 -13åringer. Manikyr og pedikyr er en hit for 5- åringer. Det finns sminke for 6-åringer.

Er ikke det foreldrenes feil? Nei - de klarer ikke dette alene. Trenger hjelp. *Vi er opp mot en 15 billioner dollar industri som arbeider dag og natt for å underminere foreldres autoritet.*

Vi ser i alt dette at det dreier seg om penger. Gjelder dessverre på mange punkter norske barn.