



Bullshitfilteret - forsinket, men engasjerende foredrag i anledning kvinnedagen

Det var en lydhør forsamling som fylte Huset på Feda da Flekkefjord Soroptimistkubb arrangerte sitt årlige åpne møte med tema relatert til kvinnedagen. Forfatter av boken «Bullshitfilteret», historiker, og NRK medarbeider Oda Faremo Lindholm var invitert for å snakke om økende depresjon blant ungdom, som hun relaterte til en markedsdrevet krystallisering av uoppnåelige kjønnsideal. Nye uformelle og ufiltrerte typer media angriper ungdom direkte, uten et samfunnsfilter som kan gi dem perspektiv til utopiske fremstillinger.

Hvorfor synker selvbildet til unge jenter? Fordi en konstant strøm av suksess og skjønnhet følger dem i lommen uansett hvor de går. Hva handler dagens jag etter perfektion egentlig om? Salg. Hvorfor retursjeres modeller til å bli enda mer «perfekte» enn de allerede er? Mer salg. Rosabloggere kan personifisere denne rollen, og dermed få stor makt i uregulerte reklameregimer. Resultatet er en paradoksal blanding av likestilling og stereotypiske kjønnsroller. Dette var spørsmålene Oda Faremo Lindholm gav oss svar på i foredraget hun holdt på Huset onsdag kveld.

I 2014 kunne Ung Data vise til en betydelig økning av depressive symptomer blant ungdom. Deres undersøkelser viste at blant ungdom i alderen 13 til 16 år hadde 24% depressive symptomer i form av angst, stress og tomhet. Jentene var overrepresentert. Funnene viste i tillegg at depresjon ikke lenger var korrelert med typisk problematferd, men at gruppen nå er mer sammensatt.

Lindholm mener at medieverdens flom av uoppnåelige kroppsidealer underbygger denne bekymringsfulle økningen i depresjon blant ungdom. Ungdommen opplever et prestasjonsjag der de skal mestre alt og ha kontroll hele tiden. Dette er selvfølgelig umulig å realisere. Med et gjennomsnittlig ufiltrert engasjement i sosiale media på 10 timer i døgnet, kan et realistiske verdensbildet lett vaskes bort. Resultatet er en generasjon av ungdom med en lav grad av mestingsfølelse, stor usikkerhet, og et selvbilde under ekstremt press.

Dagens ungdom er første generasjon som har vokst opp i en mediehverdag der digitale verktøy trykker all verdens informasjon inn i lommene på dem hele døgnet. Utvalget er enormt, med tusenvis av fritt tilgjengelige aviser, blader, reklamer, blogger og sosiale media. Man skulle tro at det enorme utvalget skulle bidra til et stort mangfold, men det motsatte har skjedd. Unge jenter flokker rundt et fåtall blogger. De blir tiltrukket av de mest populære bloggernes retusjerte og overdrevent spennende liv.

Problemet er at bloggerne opererer i en kunstig nærhet. De er tilsynelatende helt vanlige jenter som likevel har oppnådd et perfekt kjønnsideale. Det er lett å glemme at blogging er en mikroskopisk arbeidsgruppe: færre enn 20 bloggere har en god årslønn. Men for markedet er blogger en attraktiv annonseplattform. Bloggernes produkt er lesernes tillit. Sminke, klær, ferier, drikkevarer, hoteller, mobiltelefoner, datamaskiner, blader, og all verdens andre konsumprodukter med rask forbrenningstid pakkes inn i denne tilliten og presenteres som en selvskreven livsoppskrift. Slik setter samspillet mellom media og forbruksvarer dagens ungdom under et ekstremt press.

Et hovedpunkt i denne salgsstrategien er en krystallisering av stereotype kjønnsroller. Guttene blir fremstilt i aktive roller som skal redde verden, mens jentene tilskrives en passiv rolle i en luksurorientert konsumtilværelse. Lindholm viste bilder av T-skjorter til små jenter med påskriften «future fotballers wife» og bikinitopper til 7-åringer med innlegg. Denne seksualiseringen retter seg direkte inn på unge selvbilder, og er en effektiv reklamestrategi. Ved å åpne gapet mellom kjønnene, utvides markedene og kjønnsprodukter kan komme inn som løsningen på mangel på oppmerksomhet og menneskelige relasjoner. Attraktivitet, seksualitet, og identitet kan kjøpes.

Oda Faremo Lidholm avsluttet med å oppfordre foreldregenerasjoner til å bli mer bevisste signalene vi sender. Det er ingen tvil om at «perfeksjonerte idelaler» preger helsen vår negativt og underbygger depresjon, nedsatt selvbilde og spiseforstyrrelser. Men protestene må også komme fra ungdommen selv. Samfunnet mangler et fellesskapelig ungdomsopprør, og ungdommen går i stedet løs på seg selv. Misnøyen må orienteres ut av den enkelte og rettes mot systemet som reduserer mangfoldig ungdom til et sterotypet kjønnsbilde.

Mariann Hetland, Flekkefjord soroptimisklubb, ledet den etterfølgende debatten. Andre deltakere var Thale Log Skage, Sylvia Imhof Bakke, og Inge Svege. Thale stilte som representant for ungdommen, Sylvia er helsesøster på Moi og Inge er psykolog tilknyttet videregående skole. Alle kjente seg igjen i bildet Oda skisserte. Å være fra minder steder gir ingen sikkerhet, tvert imot, da det finnes få subkulturer som kan fungere som sikkerhetsnett. Salen var engasjert og stilte mange spørsmål. Til slutt måtte Mariann sette strek for at det også skulle blir tid kaffe, frukt og kaker.