



Ramsø & Wowk

Blogger om kommunikation, medier og arbejdsliv



Kære læser,

Alt godt får en ende. Vi blogger ikke længere her på ramsoewowk.dk, men har stadig masser af meninger i andre sammenhænge. Hvis du vil i kontakt med én af os, så find vores data i "kontakt". Vi lader lige blogindlæggene stå lidt endnu. I 2014 vil du stadig kunne finde blogindlæggene her på siden, ligesom du er velkommen til at kontakte os, hvis du har spørgsmål eller kommentarer.

Mange hilsener

Birgitte og Regine

Om Ramsø & Wowk

Vi skriver om kommunikation, medier, PR, arbejdsliv og ledelse. Både når det er godt, dårligt, lige i skabet, utroværdigt, sjovt, tragisk eller bare tankevækkende. Til daglig arbejder vi som henholdsvis freelancejournalist og PR-rådgiver. Men vi er sammen om at lave denne blog, undre os og forstå verden og løse opgaver for kunder.

Om Birgitte Ramsø



Birgitte Ramsø

Jeg har arbejdet med kommunikation og journalistik i forskellige roller hele livet.

Som journalist, redaktør, redaktionssekretær, kommunikationskonsulent, pressemedarbejder og underviser. For Dansk Magisterforening, Rambøll, Videncenter for Arbejdsmiljø, på CBS og RUC, før jeg blev freelance journalist i 2008.

Her skriver jeg til mange medier især om det, som inspirerer til et godt arbejdsliv: Arbejdsmiljø, arbejdsmarked, ledelse, psykologi, kompetenceudvikling og karriere. Men også andre emner som sundhed, socialstof fx ADHD, kultur og livsstil, medier og medieudvikling, klima og energi, samt politik.

Jeg er cand. comm. fra RUC i kommunikation og engelsk og skrev specialet Mixed messages om den britiske udgave af bladet Cosmopolitan – og er stadig fascineret af bladenes blandede budskaber.

Bag mit rolige gemyt gemmer der sig en stærk vilje til altid at stikke spaden ét stik dybere ned i analysen af, hvad der er galt, når noget skurrer.

Læs også mere på min eget website: www.birgitteramsøe.dk

Om Regine Wowk



Regine Wowk

Jeg har arbejdet med kommunikation, presse, karriererådgivning, undervisning i jobsøgning og alt muligt andet på CBS, i Folketinget, i H:S (Region Hovedstaden) og hos Dansk Magisterforening.

I 2005 blev jeg selvstændig kommunikationsrådgiver. I begyndelsen mest som tekstforfatter og projektleder. Efter adskillige års learning by doing er jeg i dag PR-ekspert og kommunikationsrådgiver.

Som cand.phil. i litteraturvidenskab (skrev speciale om Kafka) har jeg en forkærlighed for den analytiske, teoretiske og tænksomme tilgang.

Men når tingene spidser til eller tiden er knap, træder den upolerede esbjergensiske cut-the-crap fornuft i karakter, kombineret med et vist temperament, så pas å! Ellers får I noen å æ' høj!

Læs også mere på mit eget website: www.wowk.dk

Foto: Camilla Hey

HVAD SNAKKER VI OM?

analyse anmeldelse arbejdsliv aviser bureaukrati bøger

dameblade **debat** email employer branding ferie forskning følelser
jobannoncer Jobsøgning **journalistik** karrierestrategi koder
kommentar **kommunikation** kompetenceudvikling
koncepter kontrol **kultur** kvalitet kvinder kærlighed køn **ledelse**
læsere **medier** museum mænd nyheder politik **PR** PR-branchen
produktivitet psykologi rollemodeller senior skiferie sport **talent** tillid

Birgitte Ramsø Thomsens blogindlæg:

Voksne mobber i medier og på arbejdspladser

dec 14th, 2012 | By [Birgitte](#) | Category: [Arbejdsliv](#)

Synes godt om Du og 4 andre synes godt om dette.



Vi forlanger, at børns skoler er mobbefri, men lukker øjnene for den mobning, som finder sted på vores egen arbejdsplads, i medierne og på Facebook.

Ret rystende nye tal kom i denne uge fra spørgeskemaernes højborg: Det Nationale

Forskningscenter for Arbejdsmiljø. 12 procent har været udsat for mobning på jobbet inden for det seneste år. Og ikke mindre end 29 procent – næsten hver tredje af os – har været vidne til mobning.

Og der menes vel at mærke “rigtig” mobning, defineret som længere tids udsættelse for negative handlinger, man ikke kan forsvare sig imod. For samme undersøgelse skelner nemlig mellem “almindelige” skænderier eller konflikter på arbejdet. Dem er der i øvrigt 16 procent, der har deltaget i indenfor den seneste måned før besvarelsen. Mobning er typisk næste trin, når de mellem menneskelige konflikter eskalerer.

De fleste dog har dog oplevet mobning sjældnere end månedligt, men alvoren i tallene skal man stadig ikke tage fejl af. Fornemmelsen af fare – og dermed risikoen for negativ stress – kan sagtens holdes i live af drypvise overgreb, som finder sted over længere tid. Og mobning er dræbende for et arbejdsliv og ødelæggende for den enkeltes selvværd, hvis det finder sted i længere tid. Det er for længst bevist.

Det er paradoksalt, at mobning reelt finder sted i det omfang, når vi ellers er de første til at gyse over, hvordan børn behandler syndebukken i klassen og forlange mobbepolitik på skolerne.

Men børn falder jo aldrig særlig langt fra de voksne i stammen.

Tabloide og sociale medier fører an i mobning

Når både tabloide og sociale medier fører an i den fælles samtale om kendte og især politikere, på en måde, der i den grad tangerer mobning, er det måske på tide at indføre mobbefri zoner. Tag bare Uffe Elbæks exit, hvor folkestemningen angiveligt vendte i løbet af en eller to dage. Eller måden Thor Møger blev buhet ud og ad på Facebook. Omtalen af statsministeren. Uanset evt. substans i sagerne er der sket et skred i, hvordan det nu er i orden at omtale/mistænkeliggøre/nedgøre andre mennesker.

Og jeg tror desværre, at vi tager den manglende respekt og empati med os ind i vores arbejdsliv. Og alle andre relationer.

Mobning er tabu på arbejdspladsen

Men spørger man arbejdspladserne vil det typisk være tabu. Her mobber vi nemlig ikke. Derimod kan der på arbejdspladsen sagtens være “fokus på trivsel”, frugtkurv og løbeklub. Og alligevel foregå ting i krogene eller i det åbne, som af ofret opfattes som gentagen chikane. De fleste ved godt, det foregår, som tallene antyder. Som en arbejdsmiljørepræsentant i en industrivirksomhed sagde til mig for nylig, da jeg interviewede ham: “Voksne mænd kan bare være så lede ved hinanden”.

Men vi definerer ikke altid, hvad der sker som mobning. Nogle gange ses mobning som konflikter/skænderier/faglig uenighed af den ene part: Den anden er også bare så irriterende, øretæveindbydende, langsom, udygtig, provokerende, forkerte på den –

fortsæt selv – at han/hun faktisk selv er ude om det.

En mobbeforsker fortalte mig engang: Det er i praksis noget, som ingen vil tale om. Det er en ubekvem sandhed.

Men hvis der skal gøres noget ved det – på arbejdspladserne – er det, ifølge forskning, helt essentielt at ikke bare HR-organisationen eller medarbejderudvalg, men også ledelsen, iværksætter en decideret handlingsplan – eller mobbepolitik – om man vil. Det skal især fremgå helt tydeligt, hvordan man definerer mobning, håndterer klager, sanktionsmuligheder overfor mobberne, støtte og vejledning, mediation og mægling.

Og så kunne man håbe, noget lignende kunne gøre sig gældende for de mobbeofre, som finder sig selv på forsiden eller på Facebook. Det handler om langt mere end nye regler for, hvordan man bringer dementier eller berigtigelser af ukorrekte historier, som et enigt Folketing vedtog at stramme op på.

Det handler om, hvor grænserne er for, hvordan vi taler til og om hinanden. Og de grænser tager børnene også med i skolen.

Af Birgitte Ramsø Thomsen

LÆS MERE:

De nyeste tal fra Det nationale forskningscenter for arbejdsmiljø – december 2012:

Skænderier eller konflikter, mobning og seksuel chikane på arbejdspladsen

Det kan arbejdspladsen gøre: Lav en handlingsplan mod mobning – fra kampagnesitet Forebyggmobning.dk

Tags: arbejdsliv, forskning, kommunikation, medier, mobning

Fra Bogforum 2012: Genopfind dig selv, prøv noget nyt og smalltalk med tema

nov 13th, 2012 | By [Birgitte](#) | Category: [Arbejdsliv](#)

Synes godt om Du og 8 andre synes godt om dette.





Stephen Bruyant-Langer (tv) taler om sin bog "Din næste karriere - Headhunterens guide til livslang succes" med Niels Lunde.

Undertegnede – og medblogmakker Regine Wowk – var til Bogforum 2012 i fredags – nu i Bellacentret. God plads – også til at opleve nogle af de nyere bøger inden for mit område: arbejdsliv, karriere og ledelse og alt det, der falder indenfor den brede paraply.

Læserne skal heller ikke snydes for nogle indtryk fra messen. Her er det første punktnedslag:

Headhunter – alias ekspert inden for executive search – den engagerede Stephen Bruyant-Langer talte om sin bog "Din næste karriere – Headhunterens guide til livslang succes" med Niels Lunde.

VI ER MERE ENS END VI TROR

Selv om Bruyant-Langer plejer at færdes på de matlakerede ædeltræsgulve på direktionsgangene ligner de overvejelser, han og topledere gør sig om deres liv og karriere i høj grad hinanden – og alle andre menneskers.

Han skriver selv i forordet til bogen: "Vi deler alle sammen den samme frygt og den samme tvivl. Vi vil alle elskes, vi frygter alle ensomheden. I min erfaring er essensen af vores ønsker og vores liv det samme".

Derfor tillader han sig at generalisere, og bogen er derfor heller ikke kun henvendt til ledere. Den "anviser en vej ud af den blindgyde, vi alle fra tid til anden ender i. Uanset om vi er topledere, mellemledere eller menige medarbejdere".

SKRIV DINE TANKER OG MÅL NED

Og kort fortalt handler det om at genopfinde sig selv. Starte på en frisk. "Du har selv rådighed over 40 % af din lykke", refererede karriererådgiveren.

Og rådede tilhørerne til at skrive deres målsætninger ned, for det skrevne ord forpligter dig. Så kan du bedre genoptage tankerækken, næste gang du rammer en form for livskrise.

Du skal også tillade dig selv at blive usikker og prøve noget nyt. Bruyant-Langer er selv begyndt på boksetræning. "Det var godt nok lang tid siden jeg havde sjippet. Jeg står der som en klump. Hele den der følelse af usikkerhed og inkompetence, det er jo svært, men det er rigtig sjovt, når man så først har lært det".

REGISTRER DET NYE

Learning agility – læringsspændstighed – er en evne til at agere hensigtsmæssigt, første gang man møder noget nyt. Midaldrende mænd er ikke så gode til at registrere, når der sker noget nyt i deres liv.

"De ryster lidt på hovedet, hvis der sker noget nyt og fortsætter som intet var hændt."

Men headhuntere ved, at det er den faktor, som sikrer potentiale og fremtidig vækst. Den evne kan du godt træne. Og noget af det handler om at bevæge dig uden for de samme kredse, de samme typer mennesker og medier, du plejer at udsætte dig for.

"Vær nysgerrig og sæt dig i en position, hvor du bliver udfordret. Her er kunsten fantastisk. Musik og kunst giver jo lykke i sig selv og udfordrer dig på sanserne".

Han delte også et lille trick: Hav altid et lille tema, som du godt kunne tænke dig at snakke med folk om. "Jeg havde selv i to år det arabiske forår som tema. I stedet for at snakke om vejr og sport."

Alt i alt: Make it happen. Overfør planlægning og struktur til dit liv som domæne. Som Churchill sagde: "History will be kind to me for I intend to write it".

Af Birgitte Ramsø Thomsen

[Læs et udsnit af bogen "Din næste karriere" her på Lindhardt & Ringhofs website](#)

Tags: arbejdsliv, karrierestrategi, psykologi

Arbejdspladser overser ældres talentpotentiale

apr 19th, 2012 | By [Birgitte](#) | Category: [Arbejdsliv](#)

Synes godt om Du og 3 andre synes godt om dette.



Mange talenter – både medarbejdere og ledere – opnår først det fulde udbytte af deres talentpotentiale, når de er godt oppe i årene – også over 50 og 60. Men alligevel er det kun de yngre og sultne talenter, som virksomhederne vælger ud og plejer i talentprogrammer.

Hvorfor? Erhvervspsykologen Stig Kjerulf forklarer i Birgitte Ramsøs artikel i Djøfbladet, hvordan ledelsen mistolker de ældre medarbejdere og opfatter deres signaler og prioriteringer, som om at de er hoppet i hængekøjen og ikke rigtig gider mere.

Det er spild af talent. Men desværre arbejder ingen virksomheder i Danmark bevidst med at nurse de lidt ældre talenter.

[Læs hele artiklen i Djøfbladet – her med interessante kommentarer: Masser af talent blandt de 50+](#)

Læs også artiklen om, hvordan adm. direktør Charlotte Jepsen selv fik lov at udvikle sig gennem et givende parløb med Claus Hjort Frederiksen, og om hvordan hun selv har arbejdet med at spotte – også ældre – medarbejdere med potentiale og få dem til at blomstre gennem nye rammer.

[Læs hele artiklen i Djøfbladet: Flid, ambitioner og en inspirerende chef – find denne artikel i bunden.](#)

Tags: arbejdsliv, forskning, ledelse, psykologi, senior, talent

Når speltmødrene møder karrierekvinderne

mar 14th, 2012 | By [Birgitte](#) | Category: [Ledelse](#)

Synes godt om 7 personer synes godt om dette. Vær den første af vennerne.



Betina Rennison, lektor på CBS, har skrevet bogen "Knæk kønnets koder", som udkom 8. marts på kvindernes internationale kampdag. Men pointen er ikke, at vi skal grave os længere ned i skyttegravene – snarere tværtimod. Vi længes efter en mere nuanceret diskussion – også i medierne.

Betina Rennison giver efter en gennemgang af et hav af kilder – bl.a. artikler i medierne og blogindlæg – en forskningsbaseret kortlægning af, hvilke forskellige "koder" (argumenter og grundlæggende antagelser) vi bruger i debatten. En af hendes pointer er, at vi taler i forskellige koder og roder rundt i problem og løsningsmodeller uden at være bevidste om det.

Vi spurgte efter et overtegnat formiddagstræf på CBS (medarrangeret af Gyldendal Business) bl.a. ind til mediernes rolle i en ofte unuanceret og tilspidset debat:

Hvordan behandler medierne spørgsmålet om kvinder i ledelse?

- Medierne er jo med til at reproducere kamppositioner. Medierne lever jo af dramaer. Der er for og imod bare den bedste gode historie. Og det er gennem medierne, vi fodres med historier om kvinder i ledelse og køn i det hele taget. Så det er jo en fed historie, når speltmødrene møder karrierekvinderne og når rødstrømperne og blåstrømperne støder sammen.

Så har vi oppositionerne mod hinanden. Og medierne spørger også ofte, om der kan sættes navne – altså på personer – på de forskellige koder.

Men min pointe er: Lad os lade være med at have den aktørkamp – her har vi DI, her har vi Kvininfo. Vi er jo heldigvis mere mangfoldige end som så.

Og selv medierne er jo ved at være trætte af den karikatur. I Lorry i går (7.marts), sagde journalisten: "Åh, hvor er det befriende at få nogle nuancer ind i debatten. Det vil vi i medierne efterhånden gerne snart vise."

Jeg tror også medierne er parat til en mere nuanceret debat. Træk den væk fra aktørerne, og erkend at vi som aktører kan trække på de forskellige koder. I stedet for at præfabrikere en opfattelse af den anden.

Du skriver i din bog, at den biologiske kode, hvor vi taler meget om forskellen på mænds og kvinders "naturlige" evner og funktioner, har været på vej frem et stykke tid?

- Jeg betegner den både som reaktionær og revolutionær. Det er modbevægelsen som altid kommer: I mange år har man set køn som kultur og sociale konstruktioner. Vi kan bare ikke rumme kompleksiteten – køn kan være dit og dut og dat.

Og i vores hverdag møder man måske arketyperne rigtig meget. Så er det rart at reducere det hele til et spørgsmål om biologi. Så falder rigtig mange ting på plads for os.

Bevægelsen kommer fra USA og har godt fat derovre. Den har været fy i mange år pga. socialkonstruktivismen, og så er den kommet mere ind – måske fordi vi begynder at fokusere mere på kroppen. Også på grund af renæssancen i neurovidenskaben på mange fronter – den har også sat sig på kønsdebatten. Det handler om hormoner og hjerner.

Så laver man mere eller mindre videnskabelige undersøgelser om, hvilken forskel der fysiologisk og neurologisk er på mænd og kvinder. Og laver den slutning, at "The brain gives the mind"; fordi man interesserer sig for forskellige ting, bliver nogle ledere og andre gør ikke.

I nogle kredse er disse teorier "stuerene" og i andre ikke.

Er det den vej, det går nu?

- Min grundpointe er, at der ikke lige nu er nogen af de fem koder, som er dominerende. Eksklusionskoden (som mener, at kvinden bliver holdt udenfor) har også fået vind i sejlene med fx Protocols undersøgelse Snublesnore om ledelsen som præget af fodboldmetaforer og Inge Bernekes bog "Kvinde kend din karriere" (artikel i Djøfbladet) . Og Frihedskoden (vi skaber selv vores muligheder) er hele empowerment-bevægelsen og selvledelse.

Betina Rennison er en af de toneangivende forskere inden for mangfoldighedsledelse herhjemme med titler om indvandrere og om polyfon ledelse.

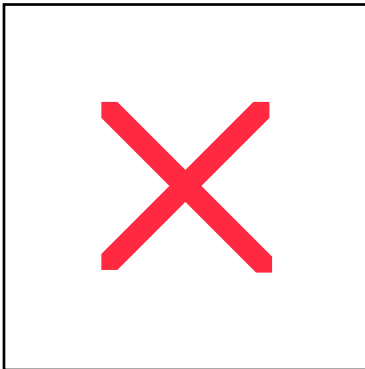
Læs mere om Betina Rennisons bud på koder i Djøfbladet nr. 06/2012, i Birgitte Ramsøs artikel:

Kønnetts koder + Kvoterne kommer fra EU (s. 16-17)

Er det OK at tegne en neger?

maj 21st, 2013 | By Birgitte | Category: Kommunikation

Synes godt om Du og en anden synes godt om dette.



Eller hvor interkulturelt intelligente er vi egentlig i Danmark? Hvis andre nationaliteter bliver stødt over sjove tv-negre i "blackface" og tegninger af grumme kioskejere med anden etnisk baggrund, er det så bare dem, som intet fatter. Eller fatter vi også selv lidt mindre, end vi tror.

Kan nogen huske en måned tilbage til røret om børnebilledbogen Mustafas Kiosk, hvor det svenske forlag måtte undskylde den krænkelse, udgivelsen fra 2002 pludselig forvoldte i Sverige. Kritikere mente, den var "racistisk" og "islamofobisk".

Stor var den danske hovedrysten og øjenhimlen. Inklusive min egen.

Hold da kæft. Igen et eksempel på svenskere og al deres humorforladte "politisk korrekthed" helt uden sans for den særlige poetiske ironi, som den i øvrigt ret hippie-autonome og erklæret antiracistiske Strid er dansk verdensmester i. Et selvmål var min reaktion.

Sagen vækker også minder om dengang tegneseriealbummet "Tintin i Congo" blev fjernet fra et svensk bibliotek pga. sit angiveligt racistiske indhold.

Dokusoapen "Sort arbejde" beskyldes for racisme

Der har ikke været samme socialmedierøre om DR's dokusoap "Sort Arbejde", som i 8 programmer i foråret har fulgt et nigeriansk par, som driver et rengøringsfirma i København.

Men her ligger også en historie, som ligner:

I en fast blog på Udenrigsministeriets hjemmeside angriber en amerikansk, herboende 'interkulturel konsulent' og journalist Barrett Clemmensen Powell tv-serien. Hun er mere

end almindeligt forarget over især seriens introsekvens med humoristisk tegnefilm af to sorte rengøringsfolk, tegnet i "blackface" i 1940'ers tegneseriestil.

Og tidligere har hun på bloggen været efter det samme i forhold til en reklame for energidrikken Cult Shaker Zulu, som også viste en tegnet afrikaner med spyd, leopardskind og kannibalknogle i håret.

Powell har taget – well – de sort/hvide briller på i sin afstandtagen og hun bruger ikke de subtile, kulturrelativistiske skyts: Danmarks brug af "blackface" i tv og reklame er ikke spor sjovt. Det er racistisk og nedværdigende. Danmark burde skamme sig, og det burde ikke være tilladt, mener hun.

Endvidere: Tv-programmet har et racistisk budskab. Den portrætterer hovedpersonerne som behårede aber, titlen "Sort arbejde" antyder, at rengøring er for sorte mennesker, ikke hvide. Ved at producere denne statsstøttede (DR-)dokumentar, har Danmark som land vist at vi mener, at sorte ikke er mennesker, men derimod ikke-menneskelige primater i mennesketøj. Det er nedværdigende og nedsættende racisme. Det er "hate-speech".

Kritik er kulturel misforståelse

I de to debattråde, som følger i kølvandet på blogindlæggene, giver både udenlandske og danske kommentatorer hende ret. Enkelte danskere prøver at antyde, at både intentionen og opfattelsen af den type billedmetaforer i Danmark er helt anderledes end i USA. At der ikke er nogen intenderet eller opfattet racisme i den.

Den holdning deler jeg. Faktisk var intentionen vel lige modsat: nemlig at vise indvandrere, som lige præcis modbeviste stereotyperne i en ellers betændt debat: arbejdsomme, lovlige, ambitiøse iværksættere med intentioner om vækst mm.

Jeg har også mere end svært ved at genkende tv-udsendelsernes indhold og budskab i Powells beskrivelse (men jeg har dog ikke set dem alle). Tværtimod er det nigerianske par nærmest blevet knuselsket fra første program af den kommentatortype, som gerne vil finde eksempler på, hvor lavt arbejdsmorale er sunket blandt de danskere, som burde stå i kø til rengøringsjobbene, og hvor svært det er at være selvstændigt erhvervsdrivende i Danmark. Og det er den debat, som DR2 har ønsket at skabe med programmet, som stationen har tænkt som "humoristisk og samfundskritisk". Det ser man bl.a. på hjemmesiden, hvor debatsspørgsmålet er: "Er danskerne dovne?".

Altså en kulturel misforståelse af ret store dimensioner.

Blackface krænker – og det bør DR2 vide

Men tilbage står påstandene om brug af blackface = racisme og blinker. Det er tydeligt, i hvert fald efter at have læst debatten, at brug af den type billeder føles krænkende for mange. Blackface er tabu i USA.

Den diskussion går tilbage til 60'erne, hvor man i USA pillede de karikerede sorte ansigter af plakaten og siden i hvert fald 1980'erne er kritikken også poppet op med jævne mellemrum i Europa, som har brugt blackface, gerne af sorte børn, til at sælge alle former for produkter.

Af forståelige, historiske grunde har Europa ikke haft de helt samme konnotationer knyttet til brug af blackface. I hvert fald i Danmark handler racismedebat om andre emner.

Men er uvidenhed så en god undskyldning?

Jeg vil vove den påstand, at de visuelle troldmænd i den danske reklame og tv-grafikbranche i høj grad roder rundt i den store gryde med USA-inspirerede kulturelle billeder og nogle gange kommer op med ting, som bliver støvet af og brugt, fordi de "minder om noget" og ser smarte ud, uden at den kreative klasse er helt klar på de lag af kulturelle medbetydninger, der følger med.

Pt. er trenden at gribe tilbage til reklamekulturens boom-periode i 40'erne, 50'erne og 60'erne. Men man risikerer altså også at rive nogle brændenælder med op. Ting som i dag opfattes som både racistiske og ikke mindst sexistiske. Og så er det ikke altid nok at servere dem med en tyk glasur af dansk ironi. Selvfølgelig kan vi hævde, at det jo kun er rettet til et indforstået dansk publikum. Men den undskyldning holder ikke i den globale og interkulturelle virkelighed. Det er ikke særligt smart at bruge billedsprog, der er fornærmende, når intentionen nu er en helt anden – som den er i dokuserien.

En definition på kulturel intelligens er, at man får de reaktioner, man forventer, igen og igen over tid.

Hvis vi bliver overraskede, når vi står i et kultursammenstød som det ovenstående, skal vi til at udvide vores viden om, hvad der betragtes som nedsættende i andre kulturer.

I de to tilfælde med brugen af blackface, burde de kreative hoveder have haft mere generel viden om, hvad der opfattes som racisme, og bremset ideerne allerede på konceptplanet. Det er dårlig kommunikation, hvis man får den modsatte reaktion end forventet. Eller træder en masse potentielle kunder over fødderne.

Vi skal ikke omskrive historien

I tilfældet med Tintin i Congo, er jeg ikke enig i, at tegneserien bør fjernes. Vi skal ikke som med romanen 1984's Sandhedsministerium i en evig kamp med fortiden slette, forbyde og udskrive "upassende" stykker fiktion. Tværtimod skal vi præsenteres for det, og så samtidig bringes til at forstå, hvordan det var et udtryk for den tids fordomme og holdninger. Og at vi er et andet sted i dag.

Og Strids billedbog er jo netop et udtryk for en art ligestilling. Både kioskmanden og fortællerens skaldede og dillede etnisk danske far bliver jo på den famøse side i bogen præsenteret som groteske karikaturer.

Hvis vi ender et sted, hvor kun den "herskende klasse" kan udsættes for andet end skønmaleri, har vi indført censur i et misforstået ønske om at beskytte minoriteter. Det bliver vi alle sammen både kulturelt fattigere, mindre forstående og meget mere angste af.

PS: Og en anden sag om nogle tegninger, beregnet til hån, spot og latterliggørelse, kommer man også i tanker om. Der er blevet sagt ultrameget for og imod og lige i midten og det er ikke den diskussion, jeg ønsker at genoplive. Men her var intentionen – i modsætning til de ovenstående eksempler – jo netop at udfordre et tabu.

PPS: Min væsentligste anke mod TV-dokusoapen "Sort arbejde" er i øvrigt hele den aura af comedy, som dokusoaps i øjeblikket skal spindes ind i. Intro, speak, klipning, musik demonstrerer, at vi befinder os i et humoristisk underholdende univers befolket af lidt komiske mennesker, hvis meget jordnære bekymringer om en lukket bankkonto og besvær med rekruttering, vi åbenbart skal smile lidt ad. Men det, man faktisk oplever, modsiger hele komik-præmissen: Det er virkelighed og alvor – og fortæller en hel del, om hvordan vores samfund og arbejdsmarked har ændret sig på meget kort tid.

Mere information:

Bliv klogere på, hvad blackface er – og hvordan holdningen ændrede sig: <http://en.wikipedia.org/wiki/Blackface>

Læs evt. selv blogindlæggene og kommentarsporet her (udprintet fylder de 19 sider):

Om Zulu Shaker reklamen: <http://blogs.denmark.dk/barrett/2013/01/31/blackface-in-denmark-and-america/>

Om Sort Arbejde dokumentarserien: <http://blogs.denmark.dk/barrett/2013/03/06/blackface-in-denmark-and-america-part-2/>

Sort Arbejde kan ses her (det sidste afsnit lidt endnu):

<http://www.dr.dk/tv/program/sort-arbejde/>

Af Birgitte Ramsø Thomsen

Tags: debat, dokusoap, kommunikation, racisme, tegneserier, tv

2 COMMENTS TO "ER DET OK AT TEGNE EN NEGER?"



Peace and love siger: □22. oktober 2013 kl. 15:26 □Tak for jeres blogg artikel. Jeg vil vove her nogle random, løse tanker og reaktioner til atiklen. Er det ok at tegn en neger? Vi har slået fast her i DK at det er ok at tegn præcis hvad man har lyst til. Vi har ytrings frihed og ikke selv censur. Det vil jeg personligt ikke give køb på. □Er det krankende at tegn en neger? Det kan det godt være. Jeg er selv "neger"- sort, og fra tid til andet oplever det ubehag som er nødvendig hvis man vil være med mens etniske dansker leger, eksperimenterer og udvikler deres etniske bevished. Det er ligesom en slags opvækst. Så man vælger ikke nødvendigvis at se det som racisme- selv om det er det i bestemt tilfæld. □Det er en fejl at tror at opgøret med blackface er og var en fjern amerikanske fenomen. Blot lidt research vil vise at blackface karikaturen var temmelig udspreddt også her i europa og i Nazi tyskland hvor den var andvent for at ydmyge, underholdning og latterliggørelse af det sort ikke mindst hvor jazz musik oplevede stigende popularitet også blandt nazister□Meget kun siges om blackface men jeg tror debatten om etniske bevished handler i stor omfang lige så meget om danskernes opfattelse af sig selv. Her vide jeg ikke om vi skal har en sociolog eller psykolog på banen for at diskutere danskernes kollektiv selvopfattelse i forhold til andre etnisk grupper og minoriteter. Jeg trives her i danmark og holder rigtig meget af dansker og mit dansk liv men dermed er lidt kritik også orden. □Set fra mit øjne kan man danne noget af et billede af den dansk selv opfattelse ud fra det der kommer frem i kultur debat, media og pressen- et land der stadig er ved at find ud af om den er en nation af kæmper og modstands folk eller om vi simpelthen var bare besat af tyskland. Punktum. Der kommer revuderinger af den fortid hele tiden. Det er tilladt men i min dansk dannelse har jeg set adskillige programmer og serie- Matador, krønikken, osv og har smagte de hyggelig nostalgia og længsler og søgen efter hvem er man som dansker. □Jeg har set hvordan dansk ung rejser ud til verden og vender hjem igen med billeder og dias af sig selv flankeret af glad sort børn. Det billeder siger mange ting om hvordan vi betragter verden som en slags baggrund for os selv og hvad vi selv vil sige om os selv- hvor vi har været og hvem andre enlig er i forhold til hvem vi selv er (eller synes vi er) i verden. □Efter har nydt krøniken og Matador og så meget andet så savner jeg nu den drama serie der sætter fokus på Slave handel historie selv om for danskere og hvide folk kan det være svært at betragte i længde. En virkelig hård kig på hvad det vil sige at være en nation af slave handler og hvad det vil sige at være en slave- en sort slave. Jo, vores skole elever får adskillige tur til poland og tyskland for at lære om Nazisternes onde handlinger mod jøder men det med slave handel er ikke så skarp i fokus selv om dens betydning fro danmark er så vigtig. Her taler jeg ikke Nissernes Ø og andet blødgørelse af den historiske realiteter, men rigtig slave handle eller- i danmarks sag- slave fragt. black face må også ses i en historisk sammenhæng inklusv danskernes egen. □Det gælder om at forstå.□Svar □



Ulrik Gutt-Nielsen siger: □11. juni 2014 kl. 01:30 □Jeg har produceret serien, men af uransaglige grunde ser jeg først denne spændende blog ordentligt i dag. Har tidligere set den pågældende, amerikanske forargede blog og deltaget i debat, men desværre ikke kommenteret her. Først er det korrekt, at seriens formål er at kaste

lys på en gruppe mennesker i Danmark, der trods danske pas og arbejdsindsats betragtes som udlændige og som har svært ved at føle sig godt tilpas her. Der er faktisk ikke en eneste anden tv-serie i hele Danmark, som har to sorte hovedpersoner i hovedrollerne. Det er mit håb, at min serie kan vende denne udvikling. Men udover, at jeg da er stolt over at tilhøre den kreative klasse i din optik, så må jeg dog pointere at vi godt udmærket er klar over “de lag af kulturelle medbetydninger, der følger med”, når vi bruger blackface-intro og outro-sekvensen. Selv musikken er valgt. Den stammer fra en anden serie (En stor familie) om en typisk dansk arbejdsplads og det er vores series hoved-location jo slet ikke. □ For den almene dansker, der er målgruppen for serien, spiller det på sorte Sambo, Tintin, Disney, strudsen Rasmus og hvad der ellers huserer af bedaget underholdning om “negere”. Der kan grines. Ikke zappes. Men dernæst, når seriens hovedpersoner optræder, skal der tænkes over det. For tegningerne illustrerer netop den antagelse, den fordom og de billeder vi har af sorte, når vi ser dem og griber efter vores punge og tegnebøger når de går forbi dig i metroen. Det er den måde Loveth og Collins oplever at de ses på. Det er vores billede af dem, vi ser. Uden dem, ville serien efter min overbevisning “blot” være en morsom, tragisk, og sandfærdig serie om Danmark anno 2013. Jeg synes tegningerne er originale og på sin plads. Det har fornærmet især sorte, men det er OK. Deres forargelse er letforståelig. Men intentionen med tegningerne er debat om race, en debat danskerne tager for sjældent, jvf. netop ovenstående blog. Glæd jer til sæson 3 (hvis den går i gennem.) □ [Svar](#) □

Stave fejl og manler florere

jan 29th, 2013 | By [Birgitte](#) | Category: [Kommunikation](#)

Synes godt om Du og 21 andre synes godt om dette.





Hvorfor kan de mennesker i medier og reklame, som er ansat til at skrive tekster til tusinder, hverken stave, sætte tegn eller forstå, hvad de skriver om? Det er ikke godt nok.

Det er et kendt og klassisk problem – faktisk siden skriften blev opfundet – at sæderne er i forfald, verden er af lave, og at folk fand’me hverken kan stave, sætte komma eller la’ vær.

Men alligevel. Det er nu som om, det bliver værre og værre.

Det, som slår mig mest med undren, er, hvor ringe den skriftsproglige kapacitet faktisk er i nogle professioner og job, hvor en af de væsentligste kvalifikationer burde være at kunne skrive en nogenlunde fejlfri tekst. Fx de mennesker, som i kraft af deres stilling forfatter tekster, der hver dag ses af mange tusinde mennesker.

Forstå mig ret. Jeg er ikke ude på at baske til de mennesker, som er født ordblinde og derfor har særlige vanskeligheder. Eller udvide brokken til de fejl, som ”almindelige” mennesker laver på egne Facebooksider eller i sms’er. Fred være med dem. Jeg går efter dem, som burde kunne det, der ligger i deres opgave.

TV-skiltemalerne

Jeg undrer mig, hver gang jeg får forvildet mig ind i TV-nyheder eller Sport.

Jeg undrer mig over, at man ikke anser det for en væsentlig kvalifikation for de typer, som indtaster skilte, at de bare er korrekte 99 ud af 100 gange. ”Gullerodscentralen” står der.

Antallet af fejl i de løbende nyhedstekster, som nogle gange garnerer både nyheds- og

sportsudsendelser, er horribelt. Tekst-TV er ikke bedre: "Ville du give 299 for en julekaldender fyldt med gratis vareprøver – formegentlig ikke," lød det i december på DR.

Særligt slemt har det været i de københavnske S-tog, hvor nyhedsformidlingen på TV-skærmene består af én eller halvanden sprogligt radbrækket sætning, som sagtens kan indeholde 3-4 sproglige fejl ad gangen.

Er det godt nok for store medier, som lever i kraft af deres troværdighed?

Undersatte undertekster

Der findes en del gode danske tekster af film og TV. Der findes også en meget stor gruppe mennesker, gymnasieelever – hvad ved jeg, som er hyret ind som tekster og dagligt mishandler og misforstår både forlæg og det danske sprog. Her vil jeg godt indstille de danske tekster til Mad Men, sæson 1 på dvd, til prisen som mest *clueless* oversatte serie til dansk – nogensinde. Denne tekst brillerer ved gennem en hel serie ikke at have fattet, at serien foregår i et reklamebureau, hvilket ellers er svært at overse. Account executives oversættes som chefrevisor. Ikke bare én men mange, mange gange og resten af teksterne er på bundniveau hermed. Propfuld af stave- og forståelsesfejl.

Jeg er ikke klar over, om uhyrlighederne fortsætter i de næste sæsoner, for jeg har ikke haft nerver til at se dem med tekster på. Eller rettere – jeg har valgt at købe den originale version uden danske tekster. Men det danske selskab bag oversættelsen burde skamme sig.

Ejendomsmæglerannoncer

Ejendomsmæglerannoncer har faktisk opfundet et parallel-sprog til korrekt dansk. Her hedder det helt konsekvent ikke patriciervilla (fra patricier = privilegeret borgerskab i det gl. Rom), men Patricia-villa. Den kan være filset, men sjældent det korrekte filtset (= slebet med filt). Her findes også stavemåder som fasader, gedin, lieberalt erhverv (måske inspireret af liebhaver?), stråtægt, standart.

Og ikke bare rummene, men også de faste ejendomsmæglervendinger bliver delt op i to, hvor der burde være ét: gå afstand, anvendelses muligheder, ny istandsat.

Der vil sjældent være overensstemmelse mellem tillægsordet og et navneord i flertal. Derimod vil det hedde afhøvlet gulve eller nymalet vægge.

Jeg ved ikke, om medarbejdere, der har fået over 10 i diktat i skolen, kommer på ejendomsmæglernes særlige kursusbank for at aflære de korrekte stavemåder. Men jeg tror det.

Det bestyrker bare ikke professionens anseelse, at man i sin markedsføring ikke behersker de mest almindelige ord inden for eget fagområde.

Lav dog en stavetest!

Jeg synes, der er to problemer. For det første, at der er så mange, som – formentlig uden at have en ordblinde-diagnose – bare staver og skriver ufatteligt ringe. Og det har mange årsager – bl.a. et skolesystem, som er holdt op med at stille krav og give feedback i den retning. Og nogle generationer, som er udsat for alt for lidt korrekt, varieret og ”svært” skriftligt sprog. Når man erstatter litteratur og avislæsning med TV og Facebook, så har det bl.a. den konsekvens.

Det andet problem, som der formentligt godt kunne rettes op på, er, at denne type job besættes med så skriftligt svage og usikre medarbejdere. Lav dog en test med almindeligt forekommende ord inden for branchen, før sprogpasserne bliver sluppet løs! Eller brug stavekontrollen. Eller ligefrem – læs korrektur!

Det burde være hurtigt og nemt at udpege dem, som bare ikke skal sidde med hænderne på tasterne og fri adgang til masserne. Men det kræver også, at man/de ansvarlige/udgiverne/arbejdsgiverne synes, det er vigtigt, at produktet har en vis minimumskvalitet. Nogle mindstekrav. Nogle standarder. Uden t.

Har man ikke det – som nu – er signalet, at det hele er lige meget. Det betyder ikke det fjerneste.

Konsekvensen er, at ingen efterhånden aner, hvordan korrekt dansk skrives, fordi de ustandselig bliver præsenteret for nye fantasifulde bud. Konsekvensen er så også, at man undergraver sin egen position som professionelt medie eller virksomhed.

Det er muligt, at det kun er sprognørder som mig, der krummer tæer. Jeg fortæller mine børn hver gang, der er noget på skærmen eller i skolebøger eller i e-mails fra lærerstuderende, der er forkert. Det stavepoliti har de så – heldigvis – ikke med sig hele livet.

Men jeg synes, det er på tide, at alle vi, der mener, det ikke er skideligegyldigt, *outer* alle de dårlige eksempler, der findes. Vi skal ikke bare lade være med at orke, sukke, slukke og lukke øjnene, mens vi bliver i tvivl om den Retskrivningsordbog, vi ser for vores indre blik.

Hold de ansvarlige op på, om der findes kvalitetsstandarder for deres medie eller deres produkt. Og stem så med fødderne, klikkene, medlemskabet, indkøbskurven, blogindlægget, statusopdatering etc.

PS: Den seneste fundet i dagens avis: Firmaet Scan-Lekven Design, som laver reklametryk: ”Kvalitetskontrol: Send Deres firmalogo, og få en gratis prøve.”

Af Birgitte Ramsø Thomsen

Tags: annoncer, ejendomsmæglere, kommunikation, medier, reklame, stavfejl, undertekster

Management by email: Sæt det uformelle nærvær i system – også når I ikke ses på jobbet

maj 11th, 2012 | By [Birgitte](#) | Category: [Kommunikation](#)

Synes godt om 4 personer synes godt om dette. Vær den første af vennerne.



Stresser indboksen dig med alt for mange og for korte, uforståelige mails fra kolleger og den ledelse, som du sjældent ser? Spejder du forgæves efter det vigtige svar på den vigtige mail – og bruger din energi på at spekulere over, hvorfor den ikke er kommet. Kan en tilsyneladende neutral mail fra en vigtig person have nogle formuleringer, som hele dagen – og natten med – bliver ved med at nage dig? Her er 5 gode råd om den lette og svære kommunikation via email.

Mail som kommunikationsform dominerer arbejdslivet – og arbejdstiden. Management by email bliver derfor stadig mere udbredt – især på de flere og flere arbejdspladser, hvor ledelse og medarbejdere er geografisk adskilt en stor del af tiden. Op til 80 % af ledere leder medarbejderne gennem de emails, de sender. Ledelse kan derfor gå hen og blive den måde, lederen mailer på.

Men i betragtning af, hvor lang tid vi bruger på de mails, bruger vi ikke tid nok på at tale om, hvordan vi bruger mails. Det var en af erhvervspsykologen Mads Schramms pointer

ved et arrangement i Selskab for Arbejdsmiljø, jeg deltog i i denne uge.

God mailkommunikation kræver tillid

En af pointerne ved emails er, at det kræver – tillid. Med emails er vi henvist til kun at tolke på de konkrete ord, ordvalg og handlinger. Og vi tolker på alt – også ikke-handlinger. Den svarmail, der ikke kom. Den del af spørgsmålet, som ikke blev besvaret.

Den del af isbjerget, som er skjult, handler om alle de gode grunde, intentioner, tanker og følelser. Det er alt det, vi ser, når vi ses IRL. De små bemærkninger, som viser vores personlighed, og den hyggelige snak ved kaffeautomaten. Det er den måde vi lærer hinandens sprog at kende.

Det er derfor, det er bedst, hvis vi i det mindste af og til kan mødes fysisk, for det skaber relationer og tillid. Og nogle gange erstatte mailen med telefonen, som giver en lidt mere personlig relation. For det går nemlig langt nemmere galt, hvis tilliden mangler.

Ting læses negativt: Budskaber og information og i lige så høj grad mangel på information tillægges skjulte dagsordener. Dårlige cirkler opstår – mistillid avler mistillid og fordømmene trives. Arbejdsglæde bliver til arbejdslede og “retfærdig” harme, og produktiviteten falder.

Mail opfattes mere negativt end deres intention

Et af problemerne er, at emailkommunikationen mangler alt det positive, som ros, feedback og uformel snak i kaffepausen kan give. I sin natur er meget emailkommunikation negativt ratet, for vi kommunikerer mindre om business as usual og mest om de opgaver, hvor der er problemer eller udfordringer, der skal løses, viser Mads Schramms undersøgelser.

Der er faktisk en negativitetseffekt indbygget: Mails opfattes mere negativt end intenderet. Og effekten er endnu større, hvis den kommer fra en leder. Og større, hvis den kommer fra en mand end en kvinde. Kender man hinanden godt og har tillid til hinanden, udlignes den.

Løsningen kan være at sætte al det positive og uformelle, som en hverdag tæt på hinanden automatisk giver, i system, siger Mads Schramm. Og det kan faktisk godt lade sig gøre, selv om man ikke ses særligt ofte – fx pga. forskellige arbejdssteder.

Her er 5 gode råd til at få mere tillid og bedre relationer – på distancen

Vis transparens – fx ved at lederen har en åben kalender, så alle kan følge med.

Korte, venlige bemærkninger – og smileys! har en effekt J. Fx bare et “Tak for mødet”.

Husk at pleje relationerne, ligesom hvis I mødes fysisk. Hvem er fx lige kommet tilbage fra barsel?

Lav virtuelle fejring af gode resultater med deltagelse af teams forskellige steder – med lyd, video og Tegn&Gæt konkurrencer. Det virker – for det skaber relationer.

Og luk hurtigt ned for mailkommunikationen og fortsæt et andet og mere personligt sted, hvis der kommer meget vrede og sure mails. Den slags har det med at eskalere.

Jeg vil læse mere i: Mads Schramm og Søren Diederichsen: "Virtuel Ledelse – hvordan skaber du resultater, synlighed og nærvær, når du leder på afstand?" - Dansk Psykologisk Forlag 2011

Af Birgitte Ramsø Thomsen

Ill: Image: Stuart Miles / FreeDigitalPhotos.net

Tags: email, følelser, kommunikation, ledelse, tillid

Og sporten: Der er så meget man ikke forstår... (2)

apr 27th, 2012 | By Birgitte | Category: Medier

Synes godt om 7 personer synes godt om dette. Vær den første af vennerne.



Sport handler om følelser. Men hvorfor er der kun det ene køns foretrukne følelsecirkus, som har høj status, penge og medietid?

Jeg har aldrig helt forstået det med sport. Eller rettere – jeg har altid undret mig over professionel sports relativt høje status i samfundet. Den enorme popularitet. De afsindigt mange penge. Sports store andel af mediernes indhold. Den alvor og seriøse

professionalisme, der lægges for dagen, når analytisk begavede kommentatorer og hære af mediefolk med den allernyeste teknologi bruger oceaner af tid og penge på noget som dybest set er helt igennem fiktivt. Iscenesatte symbolske "slag", som ingen reel betydning har for ret mange menneskers liv.

SPORT HANDLER OM FØLELSER

Indtil det for få år siden gik op for mig, hvorfor sport er vigtigt. Især for mænd. For det er procentuelt mestendels mænd, som holder milliardindustrien i gang. Mænd som spiller og konkurrerer og mænd, som betaler for at se på.

Mange mænd udlever deres følelsesliv igennem sport. Ikke den del, som foregår IRL, og som kan være skidebesværligt. Men i sporten er der instant adgang til at gennemgå – symbolsk og på sikker afstand – alle de rene menneskelige og basale grundfølelser: kærlighed, glæde, overraskelse, frygt, vrede, sorg etc. Man kan gennemspille vinder- og tabscenarier, inde og ude af gruppen – alt hvad der definerer menneskelivet.

Sport kan for nogle være den bedste, reneste, mest begejstrings- og nogle gange depressionsfremkaldende måde af opleve liv på.

Fred være med det, siger jeg. Hvis prisen for en sund emotionel sjæl i et (mande)legeme er nogle (ofte mange) aftener foran fodboldskærmen eller nogle sommeruger spenderet i stuen foran Tour de France, Wimbledon, OL, VM, EM ... så er den sikkert værd at betale.

Kvinder holder også af sport. Men mange kvinder udlever de samme følelser og skaber identitet gennem en række andre medier – muligvis mere forskelligartede og forskellige fra kvinde til kvinde end sporten, som kan være et social og kulturel samlingspunkt.

SPORT ER COOL

Men nu til min største undren.

Den handler om status. Den er nemlig ingenlunde spor ens for de to køns forskellige valg af medier, hvor de via iscenesatte følelseseksplosioner opnår katarsis. Eller hvad der nu sker.

Kort fortalt er SPORT helt OK. Det er seriøst. Det er big business. Det er breaking news. Det kan rydde en sendeflade. Og optager en stor del af den til hverdag, selv når der kun er helt diminutive historier at fortælle. Det er ikoniske mennesker på grønsværen, cyklen og løbebanen. Det er nogle gange episke historier om mænds storhed og fald, sejre og nederlag. Man(d) må hvad sport angår brøle, skrig, grine og fælde en tåre – uden at nogen kan mistænke en for at være en kende for emotionel.

Man kan uden at blinke bruge sportsmetaforer især i erhvervslivet, hvor sportens værdier nærmest er smeltet sammen. Ingen topperhvervsmand uden han træner til et maraton og

snart også helst en ironman. (Det skriver Regine Wowk om her: [Om sportsmetaforer, arbejdsliv og ledelse \(1\).](#))

ROMANTISK TRIVI ER LATTERLIGT

Derimod: Mange kvinders medier til udforskningen af følelser bliver betragtet som bare – lidt latterlige og ynkelige. Triviallitteratur (som det hed i gamle dage), romantiske komedier, chick lit, soap og reality shows, gossip, dameblade mm. Kig på listen og prøv offentligt at vise stolthed af at være fan af noget i de genrer. Bærer man med stolthed favorittudefilmen på blusen, som man kan bære “sit” fodboldhold?

Men det handler dybest set om det samme behov. På universitetet i 90'erne havde forskerne gang i en slags statusmæssig oprejsning af massemedierne og i de år handlede det om at kvindelige mediebrugere per fiktiv stedfortræder bearbejdede følelsesmæssige problemer i deres liv. Og det var fint nok.

Den akademiske fejring af, hvordan kvinder som mediebrugere tog magten til sig og selv definerede, hvordan de brugte “deres” medier, har vist aldrig rigtig spredt sig til mainstream.

I kønskampen om fjernbetjeningen i familien og i kampen om programlægningen på TV-stationerne er det stadig sporten, som har højstatus.

Og tænk hvis sporten blev behandlet på samme måde som de lidt “underlødige” medier, som har særlig appel til kvinder. Som om sport også var et semifiktivt univers, befolket af mennesker reduceret til stereotyper, et univers som har meget lidt berøring med, hvad der i øvrigt foregår af vigtige ting i samfundet. Utænkeligt.

Det eneste, der bliver latterliggjort i den forbindelse, er – kvinder – som jo åbenbart er så sprogligt underfrankerede, at de ikke forstår, at man også kan bruge simple metaforer i sportens verden. Og jo, jeg kan da godt se, at den dumme blondinebimbo i Oddsets i øvrigt meget kreative reklamer er karikeret. Men alligevel. Det er jo bare heller ikke sjovt, hvis nogen ikke også synes, det er en lille smule sandt.

Men det forekommer ikke sandt. Jeg kender flere kvinder, der deltager, nyder at opleve og er vidende om sportsgenren, end der er mænd, som færdes hjemmevant i de genrer, som har feminine konnotationer.

VÆK FRA DRENGENE MOD PIGERNE

Vi er nogle, der kender offside-reglen. Men jeg kunne også godt tænke mig lidt mere respekt for det andet hold, og at der blev udvist lidt mere fairplay i redigering og programlægning. Hvorfor behøver det være drengene mod pigerne? Lige nu er det stadig det maskuline foretrukne følelsescirkus, som dominerer. Måske i stedet vi vil have godt af nogle medieformer, som engagerer vores følelser som mennesker, ikke som mænd

(macho sport) kontra kvinder (lyserøde kvindekanaler med bingoreklamer).

Men der er jo så meget, man ikke forstår.

Af Birgitte Ramsø Thomsen

PS: Hvis du heller ikke helt har fattet det, så læs mere om mænd, sport og identitet (og følelser) af Hans Bonde: Den store mandlige sportscyklus

Illustration: Ambro / FreeDigitalPhotos.net

Tags: følelser, kvinder, køn, medier, mænd, sport

Efterlyses: Nyt intelligent dameblad eller måske bare mere ambitiøst og varieret indhold

mar 7th, 2012 | By Birgitte | Category: Medier

Synes godt om Du og 2 andre synes godt om dette.





Kvinder kræver intelligente dameblade. Måske skulle redaktionerne flytte øret lidt tættere på græsrodderne, i stedet for at fortsætte med trætte koncepter og kig i ægte- og klædeskabet hos en snæver rollemodelselite.

Journaliststuderende Maria Arndt ramte en nerve, da hun i november kaldte dameblade for fordummende. Berlingske-blogger mm. Anne Sophie Hermansen fulgte trop og erklærede sig enig i, at et blad som Euroman passende kunne være forbillede. Ukritisk tomsnak, siger Katrine Hornstrup Yde om bladene i Information.

Damebladene er bare lidt lir i frikvarteret

Flere redaktører tog (dame)bladet fra munden og optrådte med de klassiske forsvarspositioner: Det er bare et frikvarter, siger chefredaktør Lizl Rand. Og bladene viser jo alligevel kun en del af hvem, vi er – argumenterer redaktionschef Dorthe Kandi i Femina.

Og ellers er standardargumentet: Hvis du ikke gider læse dem, så lad dog være. Det er der så også flere og flere der gør, viser de hårde oplagstal.

De hårdeste kritikere er for øvrigt altid dem, der ikke kender til mediet – højst fra frisøren eller lægens venteværelse. Men at dømme efter reaktionerne på nettet og andre steder, er vi flere, af dem, der rent faktisk også kan finde på at købe og læse bladene (og nogle gange skrive i dem), som er enige om, at der er noget at komme efter i kritikken.

Nyt intelligent dameblad er måske på vej

Nogle går endda så vidt, at de taler om at producere et "Intelligent Dameblad", har lavet en Facebook-gruppe og holdt 29/2 stiftende møde – desværre i Kvindehuset, hvilket åbenbart udelukker en interessant gruppe – mænd - fra at være med. Synd, for begge køns deltagelse ville kvalificere projektet.

Ideerne var mangfoldige, fremgår det af referatet. Og måske lidt som med Barack Obama i 2008 – og enhver ny kæreste: Man kan i startfasen læse hvad som helst ind i løftet om noget nyt og anderledes.

Nogle ting går dog igen: Kritikerne vil gerne have et blad, som taler til kvinder som intelligente mennesker, som har velskrevne og gennembearbejdede features, som er kritisk i forhold til tendenser, punkterer myter og som favner forskelligheden.

Og måske skulle bladredaktionerne – og de strategilæggende lag ovenover – prøve at flytte øret lidt tættere mod græsrodderne. Det er ikke sikkert et nyt blad kan overkomme alle ønsker på ønskesedlen – eller at der er økonomi i det, hvadenten det kommer på print eller net.

Same/same på linjerne i bladene hver uge

Men der vil givet være inspiration at hente til de eksisterende dameblade i Danmark, som, i min analyse, er rigtig gode til at følge et koncept og rigtig gode til at få siderne til at se lækre ud – men det er same/same der står på og mellem linjerne hver uge eller måned, så man kan blive helt imponeret over, hvor mange gange et tema kan varieres med ganske lidt forskel.

Og jeg vil mene at hele konceptet er lidt ude af sync med, hvad kvinder (også) vil have fra deres blade.

Kommer indholdet os ved? Not so much.

Bladene er generelt mindre gode til at præsentere artikler i form af interessante redaktionelle vinkler om de seje, spændende, kloge og dygtige kvinder, som kan findes overalt, bare ikke som rollemodeller i bladene:

I dem jeg typisk læser (Alt for Damerne, Femina, Eurowoman mm.) cirkulerer Tordenskjolds soldater – en snæver "elite" af mode-, design- og skønhedsprofessionelle iblandet nogle kulturkendisser, som på skift viser deres hus, sommerhus, butik, garderobe og skosamling, julepynt, smykker og makeupprodukter frem.

Er man noget så prosaisk som sygeplejerske eller lærer, kan man typisk findes på før/efter-siderne i makeoversiderne. Hvor rådet typisk er: op på nogle hæle, usandsynlige farvesammensætninger, farve i håret, og formaninger om straks at begynde et dyrt

hudplejeregime.

Så ligner man bedre rollemodelseliten, som typisk arbejder som designer, eller laver PR for mode og makeup eller er succesrig model. Og pudsigt nok er dem redaktionen i embeds medfører også må omgås til hverdag.

Eller man laver interview nr. 17 i den samme uge med ny "aktuel" skuespiller/sanger/tvvært, som skal tvinges til at mene noget om alt og ingenting, kærligheden, kvindeligheden og livet, uden at vide noget særligt om noget og uden at have noget særligt på hjerte.

Ekspertkildeer behøver generelt ikke anden troværdighed, end at de har slået sig op som "coaches". Kan man få dem til at skrive gratis, gør man det.

Der er selvfølgelig undtagelser. Og tak for dem. Men det store billede præges af den type tomgang, og jeg vil gerne se færre af dem.

Og mange flere af de kvinder og mænd, som brænder for noget, kan noget, har lært noget af deres fag, deres interesse og livet. Og de behøver ikke være særligt fotogene, kendte eller er under 30 eller 40 eller 50, bo i Københavnsområdet og have den personlige, tårepersende historie. Som kravene angiveligt er fra redaktionerne.

Skønhedsstoffet er for producenterne, ikke forbrugerne

Bladene er også mindre gode til på kerneområderne mode/skønhed/sundhed at stå op imod den uhellige alliance mellem magasin og annonceafdeling. Andre medier vogter nidkært – og med god ret – over de vandtætte skotter mellem redaktionelle valg og annoncørernes, som her også optræder som indholdsleverandørerne, interesser.

Helt grinagtigt bliver det, når der "testes" og "guides" og gives "overblik". Det er nemlig svært for en skønhedsjournalist at gøre, når alle leverandører skal tilgodeses, man intet kritisk kan skrive og "value for money" ikke må være et parameter.

Der er ingen forskel på skønhedsstoffet i bladene – og det som leveres i gratisbladene fra fx Matas og Magasin, som jo netop også bliver produceret med genbrugsstof fra de selvsamme købeblade.

Er forbrugeroplysende dækning af mode, skønhed og skønhedsprodukter en utopi i et dameblad? Eller har bladene bare lullet sig så meget ind i symbiosen, at de ikke engang tænker den tanke?

Budgetter til kvalitetsjournalistik er for lave

Et helt særligt problem i damebladene er det journalistiske ambitionsniveau. Der findes mange dygtige damebladsjournalister – mange af dem freelancere – men der findes også nogle arbejdsvilkår for i hvert fald sidstnævnte, som er nedbrydende for forestillingen om at producere indhold på højt niveau.

Budgetterne til artikler er diminutive – en fast pris på 3000 kr. til en freelancejournalist for et langt, bærende interview, er det seneste jeg har hørt. Det sætter rammen for, at det bliver, hvad der nu kan laves på nogle ganske få timer.

Gennemarbejdede features, hvor man følger personer eller sager gennem et langt forløb – som i Euroman eller de udenlandske kvalitetsmagasiner som Filter og Vanity Fair – glem det.

Jeg tror ikke på, at det er det, som bladene laver i dag, læserne allerhelst vil have.

Og det faktum at der ikke har været tilstrækkelig økonomi i de forsøg på lidt anderledes blade, som er gjort i de senere år: Nova og magasinet CV, som begge ikke stod distancen økonomisk, beviser ikke, at der ikke kunne være flere læsere at hente i en gentænkning af de eksisterende magasiners koncepter.

Forsøget med “Intelligent Dameblad” bliver spændende at følge og god vind til det – men det kunne være endnu mere spændende, hvis de eksisterende redaktioner turde at sprælle lidt mere i de fasttømrede koncepter, skabelonen for hvem, der må være kilder/rollemodeller, og opprioritere de udmagrede budgetter til kvalitetsjournalistik.

Som John Lennon sang det: “You may say, I’m a dreamer. But I’m not the only one.”

Birgitte Ramsø Thomsen lavede i 1994 sit speciale på cand.comm.-uddannelsen om den britiske udgave af bladet Cosmopolitan. Mixed Messages – Mixed Feelings. Og der er ikke så meget nyt under solen i den diskussion, selv om bladene, tiden og kvinderne er nogle andre.

Tags: analyse, dameblade, journalistik, koncepter, kvalitet, læsere, rollemodeller

Menstruationskommunikation: Happy Happy Always

sep 7th, 2012 | By [Birgitte](#) | Category: [PR](#)

Synes godt om Du og en anden synes godt om dette.



PR fra Always fortæller piger, hvordan de gør menstruationen til en periode uden bekymringer. F.eks. "ved at grine meget, smile til andre mennesker og føle sig tilfreds med sig selv."

Har du mødt en storgrinende kvinde for nylig? Som var rigtig tilfreds med sig selv? Så har hun nok haft menstruation.

I min postkasse er landet en kulørt lille publikation med titlen "Hjælp din datter gennem puberteten". Faktisk to: en til moren (jeg er nu i den alder) og én til datteren (hun er så også i den alder). Hvordan afsenderen er klar over det, ved jeg ikke lige. Men venligst sponsoreret af Procter & Gamble, som bl.a. står bag produktet Always. Så er kvindelige læsere med.

Som produktmarkedsføring er det jo ikke et dumt initiativ – og som en måde at få informeret sin datter om de praktiske forholdsregler, som den kvindelige fysik medfører, er det heller ikke så tosset med noget konkret information som et udgangspunkt. Så kan man jo selv vælge at uddybe med information om, at der også findes andre produkter.

Men der er også helt ny information for mig. Brochuren skal nemlig hjælpe mig med "at finde en måde at tale med din datter og hjælpe hende med at få en bekymringsfri, bekvem og måske endda behagelig menstruation. Det ønsker vi for jer begge to." På sidste side fortælles om websiden kun for piger "Beinggirl.dk" og subsitet Happy Island. Her kan pigen

“kommunikere med andre piger på girls-only-websiden, som piger elsker at gøre det og også finde ud af, hvordan man kan gøre menstruationen til en periode uden bekymringer. F.eks. ved at grine meget, smile til andre mennesker og føle sig tilfreds med sig selv. Have a happy period – always.”

Jeg kan se den kreative idéudvikling for mig. Konceptet er: Positivt! Positivt! Hvordan vender vi menstruation til det omvendte af, hvad det føles som i en alder af ca. 12 år. En blodig uretfærdig, pinlig besværlighed. Vi fortæller pigerne, at de skal beslutte sig til at grine, smile og føle noget andet, end de gør. Vupti.

Hvem der nu bare havde fortalt mig, at det var det, der skulle til, for alle de mange år siden. Så var jeg fløjet storgrinende og smilende og tilfreds gennem livet. Måske ikke altid – men i hvert fald de dage om måneden. Både med og uden vinger.

Et PS: Men sammenhængen mangler

Jeg prøvede også at kigge ind på “girls-only” websiden Happy Island. Hvordan de specifikt holder drengene ude, har jeg ikke lige gennemskuet. Til gengæld får jeg beskeden om websiden ikke findes mere, og at “festen er flyttet” til hovedsitet beinggirl.dk. Her synes jeg til gengæld, det var lidt svært at finde rådene, om hvordan man bliver ekstra glad og social, når man har menstruation.

Tværtimod stod der ting som (sic):

“Lad os være irrlige fra starten: det er ret hårdt at være teenager. Pubertet er hvad enten du synes det lyder spændende, eller du afskyr det, så er der ingen vej udenom. Men du kan da i det mindste forsøge det til at forblive stille og roligt som muligt.”

Og så kan man ellers læse helt ultrakorte tekster om emner som PMS, depression, jalousi og bumser.

Til gengæld var der på det danske site også overskrifter, grafik og linktekster mm på både tysk, hollandsk og norsk. Så det var da en glad pærevælling.

Af Birgitte Ramsø Thomsen

Tags: kommunikation, kvinder, markedsføring, PR

Anmeldelse: 5 irriterende ting ved Borgen

mar 12th, 2013 | By [Birgitte](#) | Category: [Anmeldelser](#)

Synes godt om Du og 10 andre synes godt om dette.



Jeg elsker House of Cards, The Hour, West Wing og The Thick of It. Jeg ville også gerne underholdes af Borgen.

En dansk og velproduceret serie om skæringsfeltet mellem medier og politik med stærke kvindelige hovedpersoner. Som samtidig tager både de store politiske emner og de både evige og moderne private problemer op til debat. Med nogle af Danmarks bedste skuespillere – dejlige kvinder og lækre mænd. What's not to like?

Der er i hvert fald fem grunde til, at jeg alligevel bliver så underligt irriteret, når jeg sidder ved kakkelbordet.

1) BORGENS REPLIKKER ER BOVLAMME

De ting, der kommer ud af munden på skuespillerne, er ikke mundrette. Jeg misunder ikke

de ellers dygtige skuespillere den kamp, de må kæmpe med et manuskript, som har erstattet talesprog med teknokratisk skriftsprog, når det handler om politik. Og det gør det jo ofte.

I fortrolige samtaler med nære kolleger skal man høre stakkels Birgitte Nyborg udsige lange, lange tunge sætninger, såsom "Jeg har tænkt mig at handle på den baggrund", "Mit gæt er at han vil miste besindelsen og forhåbentlig handle irrationelt i den sidste del af valgkampen" og "Jeg vil angribe Kruse politisk i en meget hård tone". Spindoktor Katrine hvisker til sin nye love interest: "Jeg er kommet i besiddelse af nogle meget kompromitterende oplysninger om Kruse." Det er bare udpluk fra afsnit 29.

Ikke noget ukorrekt i sætningerne som sådan. Men mennesker taler ikke med hinanden på den måde. Højst når nogen skal fyres. Og den type konstruerede papirreplikker går ud over troværdigheden og står hele tiden i vejen for min indlevelse og identifikation.

2) FOR TÆT PÅ VIRKELIGHEDEN

Borgens manusforfattere insisterer på at anvende virkeligheden helt bogstaveligt som forlæg. Serien får nærmest karakter af en nøgleroman, men det er uden den pirrende chokeffekt. For vi kender jo historien og aktørerne i forvejen. De fleste vil genkende de debatter, der var i medierne for ganske nylig – og nu genopfører vi hele dramaet én gang til i Borgen.

Så kan seerne sidde og finde lighedspunktet: Nåh, ham englænderen er ligesom Helles mand Kinnock, Expressen er B.T., den nye programdirektør er ligesom ham Plummer og TV1 er DR, Frihedspartiet er Dansk Folkeparti og den politiske tv-debat udført som håndboldkamp en tro kopi af TV2's, og når Birgitte Nyborg river siderne ud og krøller modstanderens partiprogram sammen ved et valgmøde, er vi nogle, der godt kan huske, hvem der sidst gjorde det – og blev ristet. Begivenheder, institutioner og personer er for tæt på virkeligheden, til at vi køber præmissen om, at dette er "et fiktivt univers". I stedet bliver det en fiktiv kommentar til aktuelle begivenheder.

Det helt direkte forlæg virker forstyrrende for indlevelsen, for man har hele tiden travlt med at trække parallellen. Og 1-1-forholdet lægger serien vidtåben for den kritik for en bestemt politisk stillingtagen, der har ramt som en boomerang. Det er man helt selv ude om.

3) TELLING NOT SHOWING

Debatter om medieudvikling, seertal, public service, spindoktorer, negative politisk kampagner kører og har kørt i mange år. Men det føles undertiden som om projektets forfattere antager, at vi formentlig intet ved om disse fænomener, og nok heller ikke har særligt nemt ved at fatte noget. Så alt skæres ud i pap og stoveplade, hvilket i voldsom grad forstyrrer min indlevelse.

Jeg behøver heller ikke høre en embedsmand grundigt forklare mig og statsministeren, hvordan det lige er med Grønland vs Danmark i simplificeret Pixibogsstil. Brug gerne de

politiske konflikter til drivkraft i serien, men vi behøver kun at ane konturerne. Og hovedpersonerne skal ikke ustandselig udlægge teksten for hinanden i ord. Lad handlingen gøre det.

Informations Christian Monggaard har skrevet et glimrende indlæg om det på Kommunikationsforum: [Politik for Dummies](#)

4) MANGLER GREB OM STOFFET

Helt galt går det, når man fornemmer, at manusforfatterne ikke er fortrolige med det miljø, de prøver at skildre.

Som fx når bestyrelsesformand Birgitte Nyborg (hvordan gik hun lige dertil fra et helt liv på Borgen?) med tilstræbt langsom og korrekt engelsk diktion holder et belærende foredrag for medicinalvirksomheden i Asien, om at det faktisk er vigtigt, at medicinen, der skal godkendes, nu også bliver ordentligt testet. Lige præcis dette kan vel næppe komme som en overraskelse for en international medicinalvirksomhed?

Sjovest er det, når der er hip til mediebranchen og seertalsfiksering – her er hjemmebanefordelen tydelig. Jeg undrer mig mere over, hvordan det politiske liv på de glattest bonede gulve fremstilles. Er det fordi manus-forfatterne ved for lidt om jargonen? Om hvilke samtaler der føres?

En af den amerikanske serie The Wire's stærkeste kort er, at man kan høre – også uden nogensinde at have været der – at manusforfatterne har lang jobbaggrund i henholdsvis Baltimores politi, medier og skolevæsen. Det føles autentisk. Det gør Borgen ikke.

5) FOR FLADE FIGURER

Mennesker er sammensatte. Den politiske virkelighed er sammensat. Det er medievirkeligheden også. Men i Borgen? Not so much. Serien ville vinde ved at gøre karaktererne endnu mere tredimensionelle – vi kan godt tage det. At der er sprækker, modsætninger og drivkræfter ud over de mest indlysende som fx "cool spindoktorpige har problemer med worklifebalance" eller "ambitiøs politikerkvindes vil have magt uden at miste sig selv og sin integritet".

Mange af birollerne (med Søren Mallings hærgede redaktionschef Torben Friis som den lysende undtagelse) glimrer herostratisk som helt flade, sort/hvide klicheer og karikaturer: De søde, bekymrede børn. Den rare og følsomme arkitektmand. Den onde og hævnlystne chefredaktør.

Jeg synes, det er rigtig fedt, når DR og TV2 laver den slags "satsninger" – dyre egenproduktioner – hvor alle sejl er sat til. Men Borgen fejler for ofte – og fejlene finder sted allerede på manuskriptplan.

Af Birgitte Ramsø Thomsen

Tags: anmeldelse, Borgen, manuskript

Bond er tilbage – nu som menneske

okt 26th, 2012 | By [Birgitte](#) | Category: [Anmeldelser](#)

Synes godt om 8 personer synes godt om dette. Vær den første af vennerne.



Alt må ændre sig, for at alt kan forblive det samme. Genopstandelsen af James Bond i denne uge er – udover at være en af de bedre film i verdens længste filmserie – et lærestykke i, hvordan et filmbrand med stor kreativ kraft innoverer sig ud af en stillestående dødsspiral – og lander solidt på benene i det 21. århundrede.

Den udvikling var allerede begyndt med de to seneste Daniel Craig-film, som tog de første modige skridt:

Bond som kort og blond – og ikke som den høje, mørke, flotte fremmede? 007 med realistisk vold, som gør rigtig ondt? Med antydningen af rigtige menneskelige følelser?

Skyfall tager den udvikling adskillige skridt videre ved lige præcis at adressere de indvendinger et stadig mere medieblasert publikum nok kunne have mod et bedaget, eksotisk koncept, født under den kolde krig og med et Storbritannien med stormagtsdrømme som et stadig mere usandsynligt og irrelevant baggrundstæppe.

MI6 som almægtig stat i staten – med license to hvad som helst i imperiets navn? Ikke mere. Tværtimod ser vi M under ydmygende regeringshøring, truet på selvforståelse og eksistens.

MI6 som sikkerhedens højborg? Ikke mere. Krigen er flyttet helt ind i den udøvende magts kontorer – som vi så det i Oslo.

Det er et indlysende kunstgreb at tage agent 007 fra de eksotiske postkortlocations helt tilbage til udgangspunktet ved at placere en stor del af handlingen på det mest centrale – og grundlæggende sted i Storbritanniens centrum – Londons møgbeskidte undergrund – med hylende tog, vanvittige menneskemængder, knirkende rulletrapper, warts and all.

Og manden selv? Væk er den glatte, smokingklædte Actionman, som kvinder på uforklarlig og usandsynlig vis dåner på stribe for.

Bond er blevet til et menneske. Komplet med alkohol- og pillemisbrug, traumer fra barndommen, tvivl om sit karrierevalg og skuffelse over cheferne. Og lige præcis den udvikling tilfører hele øvelsen langt mere både ydre og indre spænding. For kan sådan en halvgammel, forslået starut på over 40, med grå stænk i skægstubbene overhovedet klare ærterne? Det kan han så – Daniel Craig har ikke tilbragt en del tid i fitnesscentret for ingenting.

Og kvinderne? Vi er på Hitchcocksk vis helt tilbage til antydningens kunst og basalsymbolikken. Et kys på skulderen, en knap, der løsnes. Og klip til fyrværkeri på nattehimlen. Well. Nye tider. Og som kvinde køber jeg 100 procent den tiltrækning, som den nye *softspoken* James Bond udøver.

De fantastiske Q-gadgets? Vi er helt tilbage til en old-school radiomodtager. “Hvad havde du forventet? En eksploderende fyldepen? Det bruger vi ikke mere”, er ordene fra den øretæveindbydende nye Q-supergeek. Og så alligevel ikke...

Alt er således forandret. Ny 007, ny M, ny Q, ny Money Penny, ny international status. Men det var også nødvendigt, for at 007-franchisen kan bevare interessen som andet end endnu en stiløvelse over MadMen-æraens værdier.

Skyfall har formået at adressere og indoptage al den kritik, man kan have mod 007-universet. Vende den ironisk i luften – og så alligevel give os alt både det vi forventede, noget helt andet – og mere til.

Det er ikke socialrealisme. Men det ligner virkeligheden nok, til at det bliver interessant.

Og selvfølgelig kommercielt. Ligesom samfundskritikken fra punk, grunge og andre modkulturer igennem tiden er blevet opsuget, gennemtygget og spyttet ud på markedet som mainstreamprodukter.

Diehard Bond-afficionados skal selvfølgelig nok trods hyl og skrig om enhver brud på traditionen møde op i billetkøen. Men med den nye linje fra instruktør Sam Mendes kommer vi andre også i biografen.

Af Birgitte Ramsø Thomsen

Tags: 007, anmeldelse, film, innovation

Buskappingen – eller endnu en feriefornærmet dansker

jun 7th, 2012 | By [Birgitte](#) | Category: [Verden](#)

Synes godt om Du og 4 andre synes godt om dette.



Danskere på ferie er rigtig hurtige til at kræve deres ret. Så måske er der efterhånden mere brug for gode råd om takt og tone, når virkeligheden ikke opfører sig som planlagt.

“Jeg går ikke ud af bussen. Vi har ventet længst – vi var her før alle andre”. Den spanske lokalbus er fyldt til bristepunktet, da en stemme på både dansk, engelsk og spansk gjalder ud. Og jeg synker skamfuldt ned i sædet. Ikke en sur og fornærmet feriedansker – igen.

For ferietiden nærmer sig. Og med den mediernes historier om, hvordan man gør ferien til en succes, får mest for pengene og undgår at blive snydt. For vi skal have, hvad vi har krav på, og forbrugerjournalistik og rejseankenævn står klar med henholdsvis råd og dåd.

Men måske kammer det lidt over med retfærdighedsansen for nogle af os. Sidste sommer blev jeg igen pinligt berørt over at være dansker. Dukkede nakken, tav stille og pillede dannebrogsmærket af den mentale rygsæk.

BUS HOLDT SOM GIDSEL

En tidlig morgen er familien på vej hjem fra ferie, ifølge busplanen har vi en lille time i en lokal bus mod lufthavnen i Barcelona.

Heldigvis er vi stået på i den lille spanske by, hvor bussen starter fra. For efter nogle stop er bussen stort set fuld. Men den nærmer sig nu et stoppested, som har cirka 50 håbefulde wannabe passagerer, utålmodigt ventende – de fleste med store kufferter.

Det er tydeligt for alle – inde og ude, at det ikke passer sammen. Udbuddet matcher ikke efterspørgslen; der er langt flere mennesker end ledige sæder. Det er højst muligt, at et par stykker kan komme med – og resten må se i øjnene, at de må vente til den næste bus.

De få ledige sæder er lynhurtigt fyldt. Men tiden går, og bussen kører ingen steder. Den er taget som gidsel. Af en smuk dansk kvinde i 30'erne, velklædt og med langt mørkt hår: Hun står oppe foran ved chaufføren og kræver sin ret. Sin ret til at hende og familien på ialt fire skal med den bus.

“Vi stod her først ved busstoppestedet. Det er ikke retfærdigt. Vi skal nå det fly. Vi skal med, og jeg går ikke ud,” lyder det pludseligt højt igennem bussen – på både dansk og engelsk og i mange variationer. Bussen kører ingen vegne.

En kvinde i stewardesseuniform ved siden af os begynder at kigge på sit ur. Hyppigt.

Buschaufføren og hans assistent og adskillige andre parlamentarerer med damen, der ikke bliver mindre skinger, da hun demonstrerer, at hun også taler spansk. Men stadig ikke forstår, hvorfor chaufføren må bede hende forlade bussen. Minutterne går. Passagererne omkring begynder nu at ryste på hovedet på adskillige sprog over den absurde buskapring.

Chaufføren ringer til busselskabet – og meldingen er åbenbart klar. Bussen må ikke køre med passagerer stående i midtergangen. Den rare buschauffør ser efter 20 minutters stilstand ud til at have givet helt op og stirrer ud ad vinduet. Det anfægter på ingen måde den danske dame, hvis mand og to mindre børn dog forholder sig påfaldende tavse, som de står på bustrappen.

Vi er også tavse. Har ikke særlig lyst til at blive identificeret som damens landsmænd – indtil det til sidst bliver for penibelt, og vi prøver at forklare hende, at hun holder en hel bus som gidsel, og en løsning kunne være at tage en taxi. Men det medfører blot følgende svada: “Så kan I stå af. Vi stod her først. Og hvad, hvis vi nu ikke har råd til en taxi?”

Til allersidst får damens mand halet hende ud, da den næste bus er ankommet. Og vores

bus kan fortsætte mod lufthavnen.

Vi undgår omhyggeligt at se hen på familien, da vi mødes igen i security-køen på vej til vores – heldigvis forsinkede – fly.

VI HAR ALTID RET

Hun kunne være et særtilfælde. En helt usædvanlig krampe uden situationsfornemmelse. Men jeg har mødt andre bulldozerlandsmænd udenlands i lignende situationer. Dem, som klager til hotelreceptionen – vedholdende og aggressivt – over, at suiten ikke er klar, når de nu selv er det. Dem, som går ud fra, at biludlejningen selvfølgelig prøver at snyde – og tager konfrontationen på forhånd.

Og jeg skammer mig altid lidt over at være dansker. For har al vores forbrugeroplysning og rejseankenævn vænnet os til, at vi altid har ret? Uanset omstændighederne. Og hvis vi ikke automatisk får det, vi forventer, så skal vi med alle midler og i enhver situation gøre alt for at få ret. Uanset hvem vi tramper på og støder ind i undervejs.

Og helt uden at kunne værdsætte god service, høflighed og fleksibilitet, når vi møder det. Jeg ville ønske, at medierne i år supplerede ”Kræv din ret”-vinklen med nogle artikler om, hvordan man får det hele til at glide lidt nemmere, når virkeligheden opfører sig anderledes, end man havde planlagt. Takt og tone, pli og konduite på ferien.

Min kørelærer plejede at sige, at i trafikken har man forkørselsret. Men ikke påkørselsret. Det burde også gælde for os danskere i ferietrafikken.

Af Birgitte Ramsø Thomsen

Illustration: <http://www.freedigitalphotos.net>

Tags: danskere, ferie, kultur, takt & tone

Skiferie i virkeligheden

feb 20th, 2012 | By [Birgitte](#) | Category: [Verden](#)

Synes godt om Én person synes godt om dette. Vær den første af vennerne.



Skiferie ligner hverdagen meget mere end vi har lyst til

Jeg elsker skiferie. Men mest tanken om den. Tanken om hele familien, der er aktive sammen i sneen. Røde glade kinder, knirkende frost og fortryllede skove.

I nordisk aftapning i romantiske fyrretræsbeklædte hytter med dyner af sne på taget. Blå himmel og solskin. Hygge og spil omkring pejsen. Rensdyrskind som varmer numsen, mens vafler med hjortronsylt og kakao indtages i autentiske fjeldhytter.

Eller alpevarianten tilsat lidt mere af det hele: Fortryllende spidse alpetinder, apfelstrudel, gullaschsuppe og rom i teen. Elegante carvingsving på nypræparerede pister med perfekt hældning, komfortable stolelifter med varme i sædet og musik i ørerne.

Pistekort studeres i de lange sommer- og efterårsaftener, prisen på liftkort chokerer, men ferien bestilles. 4, 5, helt op til 7 dage væk fra gråsnusket dansk vinter og hverdag.

Men virkeligheden kommer altid lidt bag på mig. En stor del af skiferieoplevelser har det med at minde om noget, man kender hjemmefra, og som man slet ikke har behov for at gentage i sin ferie.

Sved, blod og tårer

En helt særlig variant af kampsved opstår i skiudlejningen. Mærk hvordan sviden pibler ned ad ryggen under de alt for mange lag af tøj, som underligt nok ikke udviser de ønskede tekniske, åndende egenskaber i lige denne situation.

Mens du venter i halve timer på desparat at forsøge at tvinge dine eller børnenes fødder ned i skistøvler med 46 indstillingsmuligheder, som umiddelbart virker ca. 3 numre for små og hvor mindst to fingre bløder efter kampen.

Mærk hvordan man også kan svede om skinnebenene, mens man forsøger at køre Visakortet igennem, samtidig med at man med den ledige hånd holder styr på en families samlede arsenal af ski, støvler, hjelme, skistave, løse huer, vanter og tasker.

Kørerne

Ikke de lilla, hvor der står Milka på. Men køerne til liften. I de særlige uger, hvor vi alle har ferie og ved de særligt populære lifter – typisk dem som alle bliver nødt til at komme igennem for at komme videre fra byen til bakkerne. Eller de lifte som betjener de populære flade, grønne bakker som ikke kun små børn, men også de lidt mere uerfarne eller forsigtige foretrækker. Her er gode muligheder for at træne køkulturen og lære de små tricks, som forhindrer andre med mindre pli i at snyde foran. En skistav placeret strategisk foran eller en ski bagpå en ski. Så må man leve med, at skiskolerne har fortrinsret.

Ofte tager det langt længere tid at stå i kø, end det tager at køre turen ned.

Særlige varianter af kantinekøen opstår ved morgenmadsbuffetten på hotellet, ved check-in og check-ud. Her er det alles kamp mod alle. Hvem får først værelset eller hytten, så man undgår at hoppe på ét ben i pytten på de offentlige toiletter, mens man forsøger at skifte 3 lag tøj ud med andre 3 lag.

Moderæset

Vi bedømmer hinanden lynhurtigt. Og i skicirkuet er det ikke anderledes. Hvor nyt, dyrt og lækkert er dit tøj? Eller er det bare *so 1996*? Hvor udlejningsskramlede er dine støvler, er din skihjelm lejet eller købt. Er skibrillen fra det rigtige mærke. Eller vanterne. Men intet slår skiskoleguiderne. Intet er mere übercool og professionelt overskudsagtigt end en person iklædt det røde, funktionelle skisæt.

Ellers er det altid muligt at få en opdatering på, hvordan de seje skibumser og skichicks, ser ud i denne sæson i de dyre skibutikker. Eller de glittede destinationsmagasiner fyldt med billeder af offpiste ekvilibriste i landskaber, som slet ikke minder om de trafikproppede motorveje, du selv cruiser rundt på.

Børnekaos

Tilsæt en stærk lighed med vuggestue og børnehave ved afhentningstid. Overtrætte og overudfordrede børn har smidt sig i sneen, kundgør at de nu har tis ned ad benene og vil bare hjem, helt hjem. Eller skiskoleholdet, som står stille på bakken en halv eftermiddag, mens skilærerne leder efter det barn, som altid bliver væk.

Opkørt under nedfart

Og så er jeg slet ikke nået til, hvor svært det egentlig kan være at glide elegant ned ad bakken. Når modstanden bl.a. er egen mangel på teknik og skiform, ungdommelige pistefræsere og den særlige variant af opkørthed, som kan ramme sne udsat for både sol, temperaturer omkring frysepunktet og almindelig trængsel af skiløbere.

Skiindustri

Jeg elsker tanken om skiferie – men jeg kan godt undvære den fornemmelse af skistorindustri, der opstår, når så mange mennesker som muligt skal presses igennem tivoliet.

Hvor virkeligheden ligner pommers fritter, cola og pasta med kødsovs – helt ligesom hjemme.

Skiferien er i kondenseret miniformat en jagt på de der “Kodak”-moments.

Hvor alle i familien er glade og lykkelige med fjeld og sne i baggrunden. Men ligesom på mange andre ferier skal der slides hårdt for de små øjeblikke af fotogen lykke. I skiferien ekstra hårdt. Men aktiv ferie er det da.

Tags: ferie, skiferie