

# I shop therefore I am

Anmeldelse af Benny Lihme

Harvard-psykologen og bugtaleren (!) Susan Linn er ikke en verdensfjern elfenbensforsker. I hendes bog "Consuming Kids – The hostile takeover of Childhood", der nu er kommet på dansk, optræder hun således i et af de indledende kapitler som "muldvarp" (eller som den tyske journalist Günther Walraff) på den femte årlige konference for markedsføring overfor børn på et hotel i New York. Ikke mindst den kyniske målrettethed i forhold til det følsomme segment "tweens" (de 6-12 årige "in between" børn og teenagere) var denne konferences og branchens fokus.

Da Linn ikke er skolet i marxistisk vare- og reifikationsteori, endsig den mere psykologiske del af den unge Marx og hans teori om fremmedgørelse (fra den kærlighed, venskab og leg Linn ellers bekender sig til), bliver det altovervejende til en moralsk, men absolut velbegrundet indignation over den mangel på etik og social ansvarlighed, der inklusive psykologer og antropologer præger markedsføringstænkning, branding mm overfor børn helt fra de er nyfødte. Det er jo så enkelt: børn, er dem der har mindst, og som derfor let kan bringes til at ønske sig mest.

Susan Linn's kapitel "Varemærkede babyer" er i dette perspektiv noget af en hård nyser. Ikke sandt, hospitaler der omdeler gratis "Teletubby Gift Packs" til børn født samme dag! En grovkornet version af forfatterens hovedfokus: varer målrettet børn og som er knyttet til et eller andet medieprodukt. Her "Teletubbies"-videoerne, men også det ellers økologisk rene alternativ "Harry Potter" har solgt ud og er blevet til et kommercielt brand i selvsving langt fra bøgernes knitrende sider.

Også kapitlerne om den seksualisere(n)de dukkeindustri produkter, markedsføring af usund og fedmeepidemisk mad inkl. McDonalds uhyrlige milliardomkostninger til markedsføring osv. er tankevækkende læsning. Lissom der er godt med Dr. Phil-kalorier i kapitlet "En forbruger i familien. Plageriet som faktor og andre mareridt". Ikke mindst i et samfund som det danske, hvor børnene qua de dobbeltarbejdende forældres placering på arbejdsmarkedet er overladt til kollektive systemverden opdragelsesordninger, kan det

## FORBRUGERBØRN VARERNES EROBRING AF BARNDOMMEN



SUSAN LINN  
INFORMATIONSFORLAG

Susan Linn:

### **Forbrugerbørn.**

*Varernes erobring af  
barndommen*

Informations Forlag.

296 s. Kr 268,-.

virke lidt absurd at påberåbe sig forældrenes afgørende aktiver i børnenes "forkerte" valg af dette og hint. Børnene er jo da åbenlyst mere børn af tiden end af deres forældre. Dvs de er mere til stede i triangeln andre børn-offentlige yngelplejemedier/marked end de er i forældrenes direkte påvirknings regi. Så når Susan Linn oplever, at bl.a. de store selskaber bombarderer hendes børn med budskaber, der underminerer hendes anstrengelser udi forældrekunsten, kan man da kun føle med hende.

Professor, dr.pæd. (!) Birgitte Tuft fra Handels(!)højskolen i København har skrevet et noget distanceret og refererende

dansk forord. Hun er tilsyneladende bange for at blive opfattet som en moraliserende slyngveninde og sympatisør med forfatteren og dennes politiske krav om at sætte en stopper for markedsføring over for børn – og er da også fra andre sammenhænge kendt for at spise brød til og lade tingene køre deres glade gang bare folkeskolen tager sig af opbygning af børnenes modstandskraft i form af undervisning i mediekundskab, billed- og pornomodstandsgørende læsning osv (stakkels samspilsramte skole, der skal tage sig af så mange risikofaktorer, at der knapt bliver tid til at forbedre PISA-scoringerne).

Selv finder jeg Susan Linn's forskningsunderbyggede bekymringer meget relevante. Hendes bog minder på mange måder om Neill Postman's økologiske TV-kritik fra 1985, "Amusing Ourselves to Death" – f.ex. kunne afsnittet om "eatertainment" (maden skal være sjov!) udmærket bære en overskrift som "Branding Ourselves to Death" (for god ordens skyld: med død mente Postman kognitiv død eller "hjernedød").

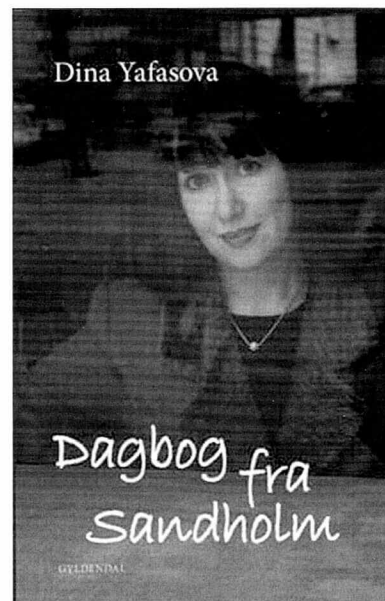
Susan Linn's bog er meget oplysende. Og selv om hendes tal og empiri er amerikansk, rammer den også den amerikaniserede udvikling her i landet, hvor ikke kun erhvervsliv men også regering jo gør det til en dyd at gå i takt med vort broderfolk på den anden side af Atlanten.

Der, hvor Susan Linn efter min mening kommer til kort, er hendes analytiske fixering på barndommen. Det er jo trods alt ikke børnene, der opdrager forældrene til at være super-shoppere. I spørgsmålet om hvad der kommer først, hønen eller ægget, må det alene af historiske grunde fastholdes, at det gør hønen altså. Hvis nogle af alle de ting Douglas Coupland så strålende tog op i den civilisationskritiske roman "Generation X", f.ex. at mindre kunne være en mulighed, blev realiseret af forældrene, ville

meget jo se anderledes ud også for børnene. Sagt på en anden måde, hvis Susan Linn havde tilsat bare et minimum marxistisk krydderi til hendes barndomsanalyser, ville kapitalismen og den forbrugende tingsliggjorte voksnes andel i analysen have fået mere plads. Og hendes forklaringsform ville have udvidet det teoretiske potentiale betydeligt.

\*) Jeg kan godt li' Susan Linn's dobbeltspil som både emotionelt oprørt forældre OG vel-dokumenteret forsker. Hendes politiske kampe imod markedsføringen overfor børn har da også p.t. medvind i USA, hvor virksomhederne ikke mindst efter Enron-skandalen er meget obs på deres sociale profiler. Efter denne anmeldelse var skrevet, blev det f.ex. meddelt, at sodavandsfabrikanterne i USA havde indgået en aftale med forskellige fedme-bekæmpende grupper og netværk a la

dem Susan Linn er med i, således at 35 mio amerikanske skole- og gymnasieelever fremover ikke vil kunne købe hverken Coca-Cola, Pepsi Cola eller lignende sødme produkter på deres skoler og gymnasier.



Dina Yafasova:

**Dagbog fra Sandholm.**

Gyldendal, 2006.

328 sider. Kr. 269,-.

*Dagbog fra Sandholm* er en smukt fortalt, men også meget smertelig beskrivelse af dansk flygtningepolitik i øjenhøjde. Udgangspunktet er den usbekiske journalist Dina Yafasovas kamp for pressefrihed i sit hjemland. Ikke en strid om kejserens eller Muhammeds skæg, men en kamp om retten til en reel pressefrihed, der afdækker korrupsion og magtmisbrug. Dette resulterer i trusler, forfølgelse og direkte undertrykkelse. Til sidst vælger hun at flygte i natens mulm og mørke. Hendes mand, der støtter flugten, og to børn bliver forladt i hjemlandet, mens hun søger mod tryggere mål. Dina Yafasova søger et land, hvor hun tror, at hun kan finde forståelse og



Barbara Kruger: "I shop therefore I am".