

# Magtfulde ord



Af Eva Secher Mathiasen,  
psykolog og formand for  
Dansk Psykolog Forening

Da vi på Grundlovsdag for et par uger siden satte vores kryds på stemmesedlerne til folketingsvalget 2019, sagde vi samtidig farvel til en valgkamp, som var noget anderledes, end den har været i mange år. Nye partier stillede op for første gang, flere havde meldt sig som statsministerkandidat. Men også retorikken og tonen i den offentlige debat under valgkampen var noget, mange lagde mærke til. Den var til tider meget hård.

Under valgkampen hørte vi fortællinger om børn, der var kede af det, når de kom hjem fra skole, fordi kammeraterne i klassen havde diskuteret valgkamp og hvem, der mon skulle sendes ud af Danmark, afhængigt af valgets udfald.

Vi så politiske debatter på tv, hvor der ikke blev holdt igen med skældsord eller hårde ytringer; politikerne eller gæsterne imellem. Medierne selv bidrog til en hård tone ved ofte at fokusere på konflikterne og de grovkornede synspunkter uden samtidig at give samme plads til det nuancerede og mindre kontroversielle uden så meget drama. Så der var ikke megen plads i den politiske og offentlige debat til at skabe gensidig forståelse eller kunne sætte sig ind i andres situation eller position. Sagt på en anden måde, var der sparsomt med mulighed for at blive klogere, hjulpet af mediedækningen. Med lyspunkter iblandt, selvfølgelig. Og tak for det.

I vores forening var vi flere, der lagde mærke til den uforsonlige tone. Psykologer fortæller, hvordan de under valgkampen oplevede et stigende antal klienter, som reagerede med angst på den hårde retorik, der udfoldede sig i debatten. En retorik, man ikke kun så i de politiske debatter, men også i den offentlige debat i samfundet mere generelt. Andre psykologer har givet udtryk for bekymring for, hvad

den offentlige debat betyder for den psykiske sundhed hos nogle af minoritetsgrupperne i Danmark, der i særlig grad har været genstand for noget af debatten – og nogle har peget på, at effekten af den offentlige debat kan sammenlignes med at blive udsat for verbal, psykisk vold for visse befolkningsgrupper.

Den bekymring har man oplevet andre steder i verden for nyligt. For tre år siden stod Storbritannien over for valget om, de skulle blive i eller forlade EU. Det udviklede sig til en folkeafstemning, der efterlod den britiske befolkning i dyb splittelse – en kløft var opstået mellem dem, der havde stemt henholdsvis 'stay' og 'leave', mellem unge og ældre, statsborgere og immigranter; mellem etniske befolkningsgrupper, socioøkonomiske klasser og folk med forskelligt geografisk tilhørsforhold. Dengang bad den britiske psykologforening psykologer i hele Storbritannien om at fortælle, hvordan de havde oplevet folkeafstemningen set fra et psykologfagligt perspektiv, og de britiske psykologer fortalte, hvordan de havde set frustreret til, mens kampagnen kørte afsted, fordi retorikken i debatten påvirkede deres klienter og kvalte ethvert rum for medleven eller empati befolkningen imellem. I dag, tre år senere, er denne kløft i det britiske samfund ikke blevet smallere. Det kommer ikke mindst til udtryk ved, at det politiske system er på randen af sammenbrud, og landet stadig ikke er blevet enig med sig selv om at få landet en fælles Brexit-aftale.

Også i Danmark har vi længe set konturerne til en kløft i befolkningen. Kigger man tilbage på de seneste års offentlige debat, står det klart, at vi meget længe har brugt tid på at problematisere, generalisere og tale hinanden ned – men ikke lige så meget tid på at lytte, anerkende, nuancere og finde fælles grund. I mange år har debatten handlet om problemerne med udlændinge, flygtninge og borgere med anden etnisk baggrund end dansk – versus de 'gamle' danskere. Den har også handlet om problemerne med borgere uden for arbejdsmarkedet og på

overførselsindkomster – versus borgere i arbejde. Eller om problemerne i de såkaldte udkantsområder af landet – versus livet i byerne og hovedstaden. Fortsæt selv listen.

Det er en bekymrende udvikling. For en sådan retorik og debatform gør intet godt for sammenhængskraften i et samfund, den udpeger ingen løsninger på de udfordringer, vi står med nu og vil stå med i fremtiden, og den graver grøfter mellem mennesker frem for at bygge broer.

En krigerisk, devaluerende og udskammende debat gør os til et svagere samfund mod de udfordringer, vi står overfor.

Overalt i Europa ser vi i denne tid den samme bekymrende udvikling spille sig ud – og få fornyet kraft især i forbindelse med demokratiske valg, som vi lige har oplevet i Danmark. Det kunne virke som om, modsætningerne i befolkningen aldrig har været større. Og baggrunden for den hårde retorik er selvfølgelig forståelig: Stigende økonomisk ulighed, frygt for hvad fremtiden vil bringe og voksende mistillid til, om de etablerede politiske systemer og partier kan løfte den tunge opgave at styre samfundet gennem en udfordrende tid, hvor verden kan synes mere uforudsigelig og usikker end længe, også for den enkelte borger.

Løsningerne ligger ikke lige for. Men vi kan begynde med at huske hinanden på, at de fortællinger, vi skaber sammen og om hinanden, har meget stor magt. Også i en valgkamp. For vores fortællinger om, hvem vi er, og hvem de andre er, er med til at forme, hvordan vi møder andre og selv bliver mødt. Derfor er de så vigtige – de ord, vi bruger om hinanden. Det er dem, der skaber kløfter. Men også fællesskab. Og det er derfor også dem, der i sidste ende bygger det samfund, og som vores børn og unges fremtid bliver bygget på.

Ord er meget virkelige. Ord skaber vores tanker og de sandheder, vi lever efter. Brug dem med nænsomhed. ●

# P

Psykologernes  
fagmagasin

Nr. 6 | 2019 | 5. årgang

Magasinet udgives af Dansk Psykolog  
Forening og udkommer 12 gange om året.  
Medlem af Danske Medier

Dette nummer: 15. juni  
Næste nummer: 20. juli

Redaktion  
Ulrikke Moustgaard, redaktør  
Heidi Strehmel, bladsekretær/annoncer  
Ansvarshavende ifølge medieansvarsloven:  
Claus Wennermark  
Kontakt: p-magasin@dp.dk

Dette nummer  
Forside: Oscar Grønner  
Trykplag: 11972  
ISSN 2445-6322: P (print)  
ISSN 2445-6330: P (online)  
Design og layout: Laura Silke  
Tryk: Jørn Thomsen Elbo A/S

Annoncer  
Job- og produktannoncer:  
DG Media  
T: 3370 7694  
epost@dgmedia.dk  
(skriv "P-magasin" i emnefelt)

Rubrikannoncer  
Heidi Strehmel, bladsekretær  
T: 3525 9706, p-magasin@dp.dk

Announcedeadlines  
Nr. 7: 12.06 (produktannoncer) & 01.07  
(job- og rubrikannoncer). Udgivelse: 20.07  
Nr. 8: 10.07 (produktannoncer) & 29.07  
(job- og rubrikannoncer). Udgivelse: 17.08  
Nr. 9: 14.08 (produktannoncer) & 02.09  
(job- og rubrikannoncer). Udgivelse: 21.09

Abonnement  
1.465 kr + moms  
p-magasin@dp.dk

Udgiver  
Dansk Psykolog Forening  
Stockholmsgade 27  
2100 København Ø  
T: 3526 9955  
www.dp.dk

Trykt med vegetabiliske farver på  
miljøgodkendt papir.

Artikler i P udtrykker ikke nødvendigvis  
Dansk Psykolog Forenings synspunkter.

