



Vincent Hendricks: “Teknologien har nedbrudt grænserne”

Af: Rasmus Højbæk, erhvervspsykolog,
Videncenter for God Arbejdslyst

Videncenter for
God Arbejdslyst | **krifa**

Vincent Hendricks: “Teknologien har nedbrudt grænserne”

Du er aldrig alene, og du er altid tilgængelig. Du er altid på arbejde, og du er altid online. Du har altid alle muligheder, men du har sjældent kontrollen. Teknologien er kommet både brusende og snigende, og ifølge professor i filosofi Vincent Hendricks har det medført en række ubevidste vilkår i tilværelsen, et autonomitab hos individet og udviskede grænser mellem arbejds- og privatlivet.

Af: Rasmus Højbæk, erhvervspsykolog ved Videncenter for God Arbejdslyst

Teknologi er en dobbeltsidet mønt. Der er ingen tvivl om, at vores hverdag og liv er blevet både nemmere og mere rigt på baggrund af teknologien. Men har vi været gode nok til at stoppe op og forholde os til, hvad vi reelt er blevet en del af, og hvad vores liv efterhånden er styret af? Vi har sat professor i formel filosof og leder af Center for Information og Boblestudier ved Københavns Universitet Vincent Hendricks digitalt i stævne til en snak om teknologiens indtog på arbejdsmarkedet, den allestedsnærværende smartphone samt resultaterne fra Videncenter for God Arbejdslysts seneste undersøgelse om danskernes digitale vaner¹.

Ingen er digitalt indfødte

“Det er vigtigt at huske på, at vi alle er digitalt nyfødte. Vi har haft ufattelig kort tid til at lære, hvad teknologien er og kan, og hvordan vi bruger den. Og ikke nok med det – den ændrer sig hele tiden.” Sådan responderer Vincent Hendricks på vores hypotese om, at de unge, der er vokset op med en smartphonen i hånden, da må være milevidt foran de ældre generationer, når vi taler om, hvordan vi forholder os til brugen af teknologien. Men ifølge Vincent Hendricks er udfordringen nok i virkeligheden den samme for alle aldersgrupper: “Det at have teknologi som en komplet integreret del af vores liv, er en fuldstændig ny virkelighed, som vi har en ufattelig kort erfaringshorisont med. Tænk på, at vi som homo sapiens har brugt over 250.000 år som art på at forfine sproget, vores relationer og vores dialog. Smartphonen har eksisteret i under tyve år. Vi bevæger os med de første spæde skridt ind i en helt ny og ukendt dannelsesproces.”

“Smartphonen har eksisteret i under tyve år. Vi bevæger os med de første spæde skridt ind i en helt ny og ukendt dannelsesproces.”

I Videncenter for God arbejdslust har vi spurgt de danske lønmodtagere om deres digitale vaner og brug af teknologi i og uden for arbejdstiden². Her tegner der sig et billede af, at de yngre aldersgrupper, især de 18 til 29 årige oplever sig mere stressede grundet deres telefon, mere afhængige af deres telefon, men også mere bevidst om deres forbrug af telefonen end de ældre aldersgrupper. Men ifølge Vincent Hendricks skal vi passe på med at sammenligne aldersgrupper, når vi taler om teknologisk forståelse og bevidsthed, da vi måske taler om to forskellige niveauer: “De ældre skelner i langt højere grad mellem de analoge og digitale virkeligheder. De er vokset op med et før og et efter. Det er de unge ikke, og derfor er de også markant mere digitale og har altid levet i opmærksomhedsøkonomien.”

Opmærksomhedsøkonomi:

Vores opmærksomhed er en ressource vi som forbruger betaler virksomheder med, for til gengæld at modtage information. Ofte en information vi ikke har bedt om, men som stadig tiltrækker vores opmærksomhed i form af reklamer, tilbud, skjulte annoncer og spam.

1) Altid På - en undersøgelse af danskernes digitale vaner, Videncenter for God Arbejdslust, 2021

2) For mere information om undersøgelsen, se Faktaboks på side 6.

“ De ældre skelner i langt højere grad mellem de analoge og digitale virkeligheder. De er vokset op med et før og et efter.

“There is no such thing as a free lunch”

Det har længe været en udbredt forståelse, at hvis noget her i samfundet var gratis, så var du selv "varen". Forstået på den måde, at der i bagenden af en gratis frokost altid vil ligge en forventning om en modydelse eller vennetjeneste. Men den ligning er i den digitale tidsalder blevet ændret til at gå på, at du ikke længere blot er varen, men det "efterladte, afpillede kadaver"³. Et kadaver der til stadighed konstant høstes og udnyttes for den ressource, eller valuta om man vil, som vi mennesker nu spytter i økonomien: Vores opmærksomhed. Det er denne tankegang, der ligger til grund for, hvad man i dag omtaler som opmærksomhedsøkonomien.

Click-baits i nyhedsrubrikken, sponsoreret indhold på Instagram, korte reklamer i starten af YouTube-videoen og skjult markedsføring i din Facebook algoritme. Alt sammen købt og betalt af virksomheder, som vil sælge dig et produkt på en platform, som gør, hvad den kan for at fastholde din opmærksomhed.

Telefonen blev skabt med det formål at kunne kommunikere på afstand - at kunne skabe forbundethed over distancen. I dag har vi smartphonen, som efterhånden er alt andet end blot en telefon. Det er blevet et digitalt overflødhedshorn, som konstant arbejder for at fange din opmærksomhed - ikke smartphonen i sig selv, men de programmer og apps, som du bruger: Facebook, Instagram, nyheder osv. Og det lykkedes de

i høj grad med - også når du er på arbejde. I vores undersøgelse ser vi, at 12 procent af de danske lønmodtagere ofte eller hele tiden bruger deres arbejdstid på ikke-arbejdsrelaterede ting.

“Det er en forretningsmodel, som er lånt fra kasinoerne, og som i princippet handler om at gøre folk afhængige af deres produkt.” Så simpelt forklarer Vincent Hendricks det og fortsætter: “Mobilen er blevet alles enarmede tyveknægt. Vi smider opmærksomhed i, og ud kommer et skud dopamin. Et skud vi blot vil opleve igen. Og så har vi afhængigheden - lidt forsimplet og karikeret” Så når vi går på arbejde, bliver vi konstant udfordret og lokket af, at det enten vibrerer i lommen, eller notifikationerne lyser op på telefonen ved siden af os. Og vi kan simpelthen ikke lade være med at tjekke. Men hvad gør det ved vores effektivitet og produktivitet i det arbejde, vi reelt burde lave? Vi bør især være opmærksomme, når vi netop kan se i vores undersøgelse, at 71 procent af de danske lønmodtagere i et vist omfang har deres telefon fremme i løbet af arbejdstiden.

“ Mobilen er blevet alles enarmede tyveknægt. Vi smider opmærksomhed i, og ud kommer et skud dopamin. Et skud vi blot vil opleve igen. Og så har vi afhængigheden - lidt forsimplet og karikeret.

Alt andet end arbejde



Hver 8. af de danske lønmodtagere bruger ofte eller hele tiden deres arbejdstid på ikke-arbejdsrelaterede ting.

Autonomen er væk

Som med enhver anden afhængighed, så kan man i lang tid tro, at man har kontrol over forbruget. Men med vores smartphone-afhængighed, tyder noget på, at vi ikke har nået at stoppe op og overveje, hvordan vi forbruger - eller måske endda misbruger teknologien. 18 procent af de danske lønmodtagere, som har deres telefon fremme i arbejdstiden, har slet ikke overvejet, at de har den fremme. Derudover har 34 procent slet ikke forholdt sig til, hvornår deres telefon må forstyrre

3) Zuboff, Shoshana: The age of surveillance capitalism, 2019



dem i løbet af arbejdstiden. "Folk tror per default at deres autonomi er intakt – også i brugen af deres telefon. At de har kontrol over det. Men faktum er bare, at telefonen er blevet en naturlig forlængelse af vores legeme. Og ligesom vi bevæger vores hænder og arme uden at tænke over det, så tjekker vi nu telefonen, uden at vi er bevidst om det", fortæller Vincent Hendricks.

Autonomitab, manglende bevidsthed og opmærksomhedsøkonomi risikerer at være en farlig cocktail for arbejdsmarkedet. Når vi arbejder, får vi løn for at tilbyde en service til en arbejdsgiver. Om den service er fysisk eller kognitiv, så afhænger vores produktivitet og effektivitet af vores ressourcer, tilstedeværelse og opmærksomhed. Men i den digitale tidsalder risikerer

telefonen at vinde alle tre dele, og hvad er det så, vi reelt får løn for? Er din telefon tilgængelig for dig, så er det vigtigt at huske på, at den i dag er skabt med det formål at fange din opmærksomhed. Den blinker, lyser, bipper, vibrerer og gør alt den kan, for at rette dit fokus mod den. Væk fra dit arbejde og væk fra alt andet.

For det samme gør sig nemlig også gældende i privatlivet. Næsten fire ud af ti danske lønmodtagere er ofte eller hele tiden tilgængelige for deres arbejdsplads, når de har fri. Bemærkelsesværdigt er det, at kun hver fjerde af dem – ifølge vores undersøgelse – får løn for at være det. "Teknologien har nedbrudt skellet mellem arbejdslivet og den private sfære, og karet af tilgængelighed er flydt over begge veje" kommenterer

“ Teknologien har nedbrudt skellet mellem arbejdslivet og den private sfære, og karet af tilgængelighed er flydt over begge veje.

Vincent Hendricks på undersøgelsens resultater. Når vi går på arbejde, hiver og flår de sociale medier i os for at få os til at være "på" og online, – for at få os til at være til stede i de nye online sociale arenaer, hvor vi for alt i verden ikke må være fraværende. Og på samme måde trækkes vi mod den digitale verden, når vi burde være til stede med vores familier, børn eller sæsonafslutningen af Vild med Dans. Men faktum er bare, at vi "second screener"⁴, tjekker instagram og nyhedsfeed, og som undersøgelsen viser, så er vi også konstant på arbejde. Vi er alle steder halvt – og ingen steder helt.

Den sociale sutteklud

Om det er på arbejde eller i privaten, at vores opmærksomhed bliver flået i fra alle sider, så risikerer det at have nogle konsekvenser. På arbejdet bliver vores manglende bevidsthed om den delte opmærksomhed en risikofaktor for faldende effektivitet og produktivitet, da vores koncentration er afgørende for fordybelse og nærvær ift. både opgaver og kolleger. Men tilsyneladende er det blevet legitimt at have telefonen fremme og med dig overalt. Til møder, til frokost og i den spontane snak hen over kaffemaskinen.

Og grunden til, at vi efterhånden ikke tør lade telefonen passe sig selv, er ifølge Vincent Hendricks, at "... telefonen kan noget, som intet andet kan tilbyde. Den kan anerkende dig. Den kan underholde dig, når du keder dig, og den kan give dig et tilhørsforhold, når du er ensom". Telefonen skaber et socialt sikkerhedsnet, som vi kan lade os falde tilbage i, hvis vi oplever usikkerhed eller tvivl. En legitim social sutteklud, som vi alle konstant har inden for rækkevidde, når noget bliver kedeligt eller ubehageligt. Prisen er "blot" vores opmærksomhed, og den afledte konsekvens heraf bliver, at vores nærvær og omsorg for vores arbejdsopgaver, men især også for de mennesker vi omgås med, reduceres.

Skab og genvind opmærksomheden

Hele 62 procent af de danske lønmodtagere i vores undersøgelse giver udtryk for, at de i nogen, høj eller meget høj grad oplever sig afhængige af deres telefon. Samtidig svarer 56 procent, at de engang imellem, ofte eller hele tiden bruger deres arbejdstid på ikke-arbejdsrelaterede ting. Resultaterne fra undersøgelsen peger altså på, at mange danskere er mange andre steder end deres opgaver, når de er på arbejde.

Afhængighed af smartphonen



62 %

af de danske lønmodtagere i vores undersøgelse giver udtryk for, at de i nogen, høj eller meget høj grad oplever sig afhængige af deres telefon.

Men hvad gør vi ved de nye vilkår, autonomitabet og de udviskede grænser? Ifølge Vincent Hendricks opnår vi ikke nogen gevinst uden tab. Vi har fået en hel masse fra teknologien, men hvis vi ønsker at gøre op med nogle af disse negative følger, så vil det kræve, at vi giver afkald på noget af den tryghed og dopaminrus, som telefonen-afhængigheden har medført.

4) Et begreb der henviser til, at man har flere skærme kørende på samme tid. Fx sit fjernsyn og sin smartphone.



Første skridt på vej ud af et misbrug er at erkende problemet. "Først og fremmest kræver det, at vi skaber opmærksomhed om udfordringerne. Vi har brug for 'first movers' og dernæst 'second movers', der vil kæmpe for at skabe noget fælles viden og forståelse om de udfordringer, vi står med, hvilket vil kunne danne grobund for nogle nye fælles normer", anbefaler

Vincent Hendricks. Resultatet skulle meget gerne være, at vi på den lidt længere bane kan danne nogle nye teknologiske vaner, som ikke tilsidesætter medmenneskelig nysgerrighed eller stjæler vores koncentration fra det, vi er ansat til, eller fra de relationer og ting i livet, som er vigtigst for os.

"Altid På – en undersøgelse af danskernes digitale vaner" er en undersøgelse udarbejdet af Videncenter for God Arbejdslyst på baggrund af data indsamlet af analyseinstituttet YouGov. Vi har spurgt 2031 danske lønmodtagere, som har svaret på i alt 50 spørgsmål. Respondenterne er repræsentativt udvalgt på tværs af køn, alder, geografi, uddannelsesniveau og jobområder – alle er i aldersgruppen 18+, aktuelt tilknyttet arbejdsmarkedet og har mindst én leder over sig.