

Ungdomskultur

Henrik Friis Madsen, adjunkt i musik og statskundskab, Frederiksværk Gymnasium og HF

SA0077 

Hvad er en ungdomskultur? Svaret må naturligvis være, at det er en kultur, som er opstået blandt unge, eller i hvert fald bliver dyrket af unge. I sociologien definerer vi oftest kultur som et fælles sæt af holdninger, normer, væremåder, værdier og mønstre af social adfærd. Denne definition kan i nogen grad også anvendes om visse ungdomskulturer. Fx er hip hop-kulturen præget af fælles tøjstil, fælles musikstil, fælles indforståede slang-udtryk, normer, attituder osv.

De forskellige grupperinger af unge kan have flere eller færre fælles normer, holdninger og attituder, eller måske blot have musiksmag eller tøjstil til fælles. Ungdomskulturer med stærke fælles normer og tilhørende tøjstil, musik, attituder og sproglige udtryk, der på synlig vis skiller dem ud fra andre unge, kan også betegnes som *delkulturer* eller *subkulturer*, alt efter om de ser sig selv som i et modsætningsforhold til det omgivende samfund. Eksempler på subkulturer er hiphoppere, autonome, christianitter, ungdomsbander etc. Andre ungdomskulturelle strømninger deler alene musiksmag, tøjstil eller interesse for fx fodboldhold (supporterkulturen). De har ikke nødvendigvis noget til fælles på andre områder og er heller ikke imod eller udfordrende over for det omgivende samfunds kultur. De må derfor i højere grad betegnes som delkulturer.

Der er imidlertid tale om æstetiske fællesskaber med bestemte ydre kendetegn som tøj, musik, sproglige udtryk eller andre synlige fænomener. Ungdomsforskeren Niels Ulrik Sørensen kalder disse ydre kendetegn for *æstetiske markører*. De æstetiske markører skaber et tilhørsforhold indadtil og afgrænser samtidig den pågældende kultur fra andre kulturer/trends.

I denne tekst betegner "ungdomskultur" både sub-kulturerne og kulturen blandt unge i samfundet i det hele taget. Indtil for 10-15 år siden var det let at se forskel på disse to fænomener. Det er blevet noget sværere de senere år.

SA0078 

Ungdomskulturernes opståen

Ungdomskulturernes historie er forholdsvis kort. Indtil årene efter anden verdenskrig var der ikke noget, som hed ungdomskultur. Det opstår først, når "ungdommen" kommer til at betegne en bestemt epoke af livet med særegne træk, som tilfældet er med børne- og voksentilværelsen. Indtil 1950'erne var man i det traditionelle industrisamfund nærmest vandret lige fra barnetilværelsen ind i voksenårene. Ungdomstiden var med andre ord mest præget af en stræben efter at nå voksentilværelsen, helst så hurtigt som muligt.



Mobiltelefon, øl og afslappet tøj er væsentligt. Foto: Gunvor Vestergaard.

På landet kom man ud at tjene som 12-årig eller tidligere for at starte en voksentilværelse. I byerne gjaldt det læreplads og indtjening, så man kunne skabe sig sin egen tilværelse som voksen med egen bolig til familien, som for de flestes vedkommende blev stiftet langt tidligere end i dag. Alt fokus i livet var en fremadstræben mod den etablerede og "normale" voksentilværelse. Alle personlige succeskriterier blev målt i forhold til denne, og den var centrum for identitetsdannelsen hos den enkelte. Ofte var målene for den enkeltes voksentilværelse styret af, hvad forældrenes beskæftigelse havde været, og pigernes fremtid var måske den mest veldefinerede som kommende husmødre.

Fra slutningen af 1940'erne skete der en voldsom økonomisk vækst i USA. Den vestlige verdens genopbygning efter anden verdenskrig banede vejen for et amerikansk eksperteventyr, og industrien og økono-

mien blomstrede. Fra 1950 til 1960 steg gennemsnitsindkomsten hos en amerikansk familie fra 1526 dollars til 2788 dollars. Det var især den hastigt voksende hvide middelklasse, hvis indkomst voksede dramatisk i disse år.

Familiernes stigende økonomiske frihed smittede af på de unge. De kunne blive boende hjemme længere, fik råd til at tage længere uddannelser og behøvede ikke med det samme vælge karriere og skabe sig grundlag for hus og hjem. Desuden kunne de nu bruge deres spareskilling på sig selv, og hvad de umiddelbart måtte have lyst til. Det var en helt ny situation for ungdommen, der nu i lige så høj grad som at tænke på fremtiden kunne begynde at "leve i nu'et" som unge.

Dette nye "mellemstadium" mellem barn- og voksentilværelsen, "teenage"-årene, kaldte på nye normer og roller, tøjstil, musiksmag etc., der kunne give teenageren en identitet, som adskilte ham eller hende fra forældre-

generationen og dens normer. Oprøret mod forældrenes normer var fra starten hovedindrediensen i teenage-kulturerne.

Industrien var ikke sen til at udnytte mulighederne hos den nye købedygtige målgruppe, og spekulere i det ungdomskulturelle tomrum. Blue jeans, brylcreme, milkshakes, hamburgere, biler, Coca-Cola og tyggegummi var alle nye massefremstillede produkter, der sammen med rock'n' roll-musikken og singlepladen, bærbare pladespillere og transistorradioer, koncertbilletter og biografbilletter til ungdomsfilm med musik- og filmidoler, ungdomsmagasiner etc. var målrettet og aggressivt markedsført specifikt over for den nye købedygtige ungdomsgeneration.

SA0079 

Pludselig var ungdommen blevet en særlig og idealiseret del af livet, som skulle opleves, nydes og udlevs på sine egne præmisser. Og industrien tilbød som noget helt nyt de unge en "færdigsyet" livsstil, hvis kulturelle symboler kunne købes for penge. Nødvendigheden af at have penge, ikke til at bygge hus og stifte familie for, men til at deltage i ungdomskulturen på lige fod med kammeraterne gennem køb af musik, tøj, mad og forlystelser, blev af største vigtighed for de amerikanske unge. Og penge var der tilsyneladende nok af hos de amerikanske teenagere i den hvide middelklasse. I 1956 havde en teenager i USA gennemsnitlig 10,55 dollars om ugen at bruge løs af, hvilket svarede til en gennemsnitlig husstandsindkomst for en amerikansk familie blot 15 år tidligere.

Som i de fleste ungdomskulturelle strømninger stod musikken i centrum for den nye teenage-kultur, der udvikledes i 1950'erne. Den sorte rhythm'n' blues-musik var i slutningen af 40'erne blevet populær blandt både sorte og hvide unge i storbyerne, og den senere rock'n' roll-musik opstod i mødet mellem denne stilart og hvide stilarter

som country & western, hillbilly, bluegrass etc. Musikken var oprørsk, provokerende og antiautoritær i både lyd og tekst, og passede derfor fortrinligt som lydspor for en ungdomsgeneration, der stræbte efter en egen identitet gennem afstandtagen til det etablerede.

Rock 'n' roll-generationen, som 50'ernes amerikanske teenage-kultur også er blevet kaldt, havde hermed fattet smag for en ny musikalsk strømning, der i sit udgangspunkt ikke var kommercielt opfundet (dvs. udviklet af producere i pladestudier med henblik på salg til et bestemt publikum/målgruppe), men som lynhurtigt blev kommercialiseret af pladeselskaberne. Sidstnævnte kom derved til at blive en del af den nye "ungdomsindustri", forstået som industrikomplekset inden for mode, fødevarer, elektronik etc., der tilsammen udgjorde produktionen af produkter målrettet mod det nye teenage-marked. Denne ungdomsindustri har lige siden dens opståen i denne periode på godt og ondt været bærende i udbredelsen af nye ungdomskulturelle og musikalske trends.

Siden 1950'erne har vi set en stadig stigende mangfoldighed af ungdomskulturer, der både har afløst og inspireret hinanden. Mange af disse er opstået som subkulturer, dvs. udenfor det kommercielle marked. Men lynhurtigt er de blevet opdaget som trends, kørt igennem "kommercialiseringsmøllen" og gennem musik-, reklame- og modeindustrien blevet til et forholdsvis ensartet og bredt lanceret produkt. Brede masser af unge har kunnet tage forskellige fænomener til sig, som et ungdomskulturelt og identitetgivende koncept uden i øvrigt eller på forhånd at være en del af det ungdomskulturelle miljø, hvori den pågældende trend er opstået, endsige kende til baggrunden for dens opståen. Et eksempel er punk i 1980'erne, der startede som oprør og efterhånden blev mode. Når en ny stilart eller trend opdages af modeindustrien, lanceres den med andre



THERE IS NO LOVE IN THE WORLD

Graffiti er for nogen en del af moderne ungdomskultur. Foto: Peter Kamp Knudsen/Systeme 2008.

ord som et salgsprodukt i en modificeret og standardiseret form. Således tømtes dens symboler, dens æstetiske markører, for den oprindelige kulturelle mening. I stedet indgår den nu som bestanddel i det svimlende udbud til massekulturen.

Imidlertid har de positive aspekter af kommercialiseringen ofte været overset. Den positive konsekvens af kommercialiseringen er naturligvis, at store grupper af unge herigennem får let adgang til forskellige identitetsgivende ungdomskulturelle koncepter, som de kan tage til sig og finde et fællesskab omkring uden nødvendigvis at skulle "melde sig ud af samfundet" eller gå den hårde vej at skabe en decideret model eller subkultur. Det giver altså mulighed for at manifestere sig kulturelt og gøre oprør i mere "trygge rammer" end dét at starte en ny subkultur i en baggård på Vesterbro eller i Los Angeles, og sammen med et par ligesindede være anderledes end alle de andre. Kun de stærkeste unge har gennem tiderne kunnet være "ice-breakere" og stå faddere til en helt ny kultur, med alt hvad

dette indebærer af fare for udelukkelse fra de daglige fællesskaber og fordømmelse fra familie, venner og samfund.

Subkultur og mainstreamkultur

Indtil begyndelsen af 1990'erne gav det god mening at tale om henholdsvis subkulturer og mainstream-kultur blandt unge. Subkulturerne betegnede de grupper af unge, der oplevede sig selv som værende i et modsætningsforhold til den dominerende kultur, og som derfor fandt sammen i kulturelle fællesskaber, hvor de dyrkede ganske bestemte normer, tøjstil, musiksmag etc. I 80'erne gjaldt dette punkerne, diskerne, heavyrock-erne m.fl., i 70'erne og 60'erne hippie- og flowerpower-bevægelsen, og i 50'erne læderjakkerne osv. Mainstream-kulturen betegnede den dominerende kultur, som var bestemt af mode-, musik- og reklame-industrien, og som de fleste unge dyrkede. Ofte var der tale om, at subkulturernes forskellige æstetiske markører langsomt, men sikkert blev optaget

i mainstream-kulturen. Punk-stilen blev fx tøjmode i 80'erne, og hippie-stilen i 60'erne og 70'erne. Subkulturene inspirerede med andre ord konstant mode- og musikindustrien, der kopierede dem, hvorefter nye subkulturer opstod, når de gamle var blevet til mode.

Ungdomskultur i senmoderniteten

Der eksisterer naturligvis stadig stærkt sammentømrede subkulturelle fællesskaber blandt unge, og der opstår hele tiden nye. Siden starten af 1990'erne er det imidlertid blevet sværere og sværere at skelne mellem subkultur og mainstream-kultur inden for ungdomskulturen, når man ser på de æstetiske markører. De unge i dag orienterer sig i et utal af fællesskaber i forhold til tidligere (grunge, brit pop, hiphop, skaters etc.), både som udøvende og som identificerende med den pågældende trend. Der kommer stadig nye trends i form af kommercialiserede subkulturer, og samtidig har revival- og retro-bølgen været i gang de sidste 10-15 år med stadig tiltagende styrke.

Det betyder, at alle de større ungdomskulturelle trends gennem tiderne nu fremstår som æstetisk-kulturelle valgmuligheder for de unge i den nuværende generation. Hvor man før fulgte enten modeindustriens snævre forskrifter for tøjstil og musiksmag eller valgte en bestemt subkultur med et sammenhængende "sæt" af tøjstil, musik, normer og attituder, er det i dag blevet "in" at finde sin helt egen stil ved at blande elementer fra mange forskellige udtryk, i særdeleshed inden for tøj-moden. Tidligere og nuværende subkulturelle og æstetiske udtryk blandes i et utal af kombinationer af både modeindustrien og af de unge selv, og næsten alt er tilladt, blot det er udtryk for en individuel stil hos personen. Det kan

derfor være svært at bruge begrebet "mainstream" i dag, da der er meget vide grænser for, hvilke kombinationer af fx tøj, man kan vælge til at sammensætte sit helt eget individuelle udtryk. De samme tendenser gør sig gældende inden for musikken.

Denne udvikling ligger i forlængelse af tendenserne i det senmoderne samfund. Hvor man før var enten punker, disker, heavyrocker eller til mainstream, kan man gå i streetwear og være til klassisk musik, lytte til technomusik om eftermiddagen, gå på salsatek om aftenen, tage til ska-koncert om lørdagen og i operaen om søndagen.

Ét af kendetegnene ved det senmoderne samfund er, ifølge sociologen Anthony Giddens, den øgede individualisering. Unge, der vokser op i dag, får en unik mulighed for at "skrive deres egen fortælling" uafhængigt af traditioner, livsformer og fællesskaber, der tidligere satte vores liv i faste rammer. Men ifølge Niels Ulrik Sørensen er individualiteten også blevet et krav, som unge skal leve op til. Man kan altså som ung ikke længere "gemme sig" bagved en på forhånd fastlagt identitet, livsbane etc. Selv i de subkulturelle fællesskaber er individualitet en nødvendighed i dag.

Niels Ulrik Sørensen sammenfatter dette i to grundlæggende tendenser i nutidens ungdomskultur:

"I næsten alle de æstetiske fællesskaber gælder således en præmis om, at den enkelte unges status i fællesskabet afhænger af hans evne til at arbejde videre med fællesskabets æstetiske markører – det være sig tøjstilen, dansestilen, jargonen eller endnu bedre: musikstilen. Den enkelte unges status i fællesskaber afhænger med andre ord af hans evne til med udgangspunkt i den eksisterende æstetik at skabe sit eget. Fællesskaberne er altså med andre ord præget af en norm om individualitet, der vender sig mod, at massemedierne, reklamebranchen, modeindustrien, forbrugsmarkedet etc. bare

pådunder de unge noget". (Sørensen i "Ungdomsforskning" sept. 2006)

Desuden er det i langt højere grad blevet legalt at springe mellem de forskellige ungdomskulturer. Man kan, ifølge Niels Ulrik Sørensen, således være grunge-type det ene år, og britpopper det næste. Alle skift er dog ikke lige nemme, endsige mulige. Det skyldes, at der ikke alene er tale om æstetiske fællesskaber, men også om forskellige samfundssyn i de forskellige ungdomskulturelle fællesskaber.

"Valget mellem boyband-typerne og grunge-typerne har med andre ord også karakter af en art politisk statement."

Denne udvikling problematiserer i høj grad den tidligere opdeling af ungdomskulturen i subkulturer og mainstream-kultur. Ungdommens forskellige fællesskaber, såvel som de fleste ungdomskulturer, er særdeles flygtige i dag i forhold til tidligere, da et utal af forskellige fællesskaber fremtræder som valgmuligheder for unge i dag. Og da individualitet som før nævnt er et krav til de unge, er den konstante søgen efter dét at blive set og bekræftet i sin identitet et grundvilkår for unge i det senmoderne samfund.

Kommerialiseringen sætter rammer om det individuelle udtryk

"Trenden tilskynder lag-på-lag og individualitet. Det var konklusionen, da Bella Center i går lagde podium til Copenhagen International Fashion Fairs 29. åbningsshow. Her kommer en guide til næste sommers mest fremherskende looks.

Easy Delight: Dette look skal først og fremmest være løst, behageligt og føles afslappet. Tøjet henter masser af inspiration fra forskellige musikgenrer, men i modsætning til de senere års stramme rockjeans, lægges vægten nu på casual komfort. 1960'ere inspirerede blomsterkjoler i sprudlende farver gik igen på podiet mange gange.

Global Poetry: Som navnet antyder, betyder de etniske undertoner meget for dette look, der dog aldrig må være for tydeligt i sine globale referencer. Vest, øst, nord og syd mødes undseligt i det melerede, indfarvede eller dekorerede stof. Kjolerne har masser af fylde, og lag-på-lag-tendensen kan også ses her. Orange, okker og andre varme farver er fremherskende"

Kilde: Fra artiklen "Find den indre hippie frem – den bliver hip" af Tine Tholander, JP 9/8-07

Den amerikanske sociolog David Riesman lancerede efter anden verdenskrig begrebet "det gruppestyrede menneske" som en ny socialkarakter i det moderne samfund. Han mente, at hvor mennesket i det tidligere industrisamfund var "indrestyret", dvs. styret af de normer og forventninger, som det var blevet indpodet fra barndommen, så forholdt det sig afgangørende anderledes i det moderne samfund. Her foregik socialisationen af det enkelte menneske ikke længere kun i familien, men i ligeså høj grad i institutionerne, kammeratskabsgruppen m.v. Dermed er det ikke kun familiens forventninger til én som individ, man søger at leve op til, men i mindst lige så høj grad forventningerne fra alle de andre grupper, man som individ er medlem af. Angsten for udelukkelse fra fællesskabet er én af de stærkeste drivkræfter i socialisationen, også i familien. Og når socialisationen overgår til mange forskellige grupper, bliver det mindst lige så vigtigt for det enkelte menneske at føle sig accepteret i disse, som det er at

blive accepteret i familien. For det moderne menneske betyder dette, ifølge Riesman, at den konstante jagt på anerkendelse i de grupper, man som individ er en del af, bliver et grundvilkår. Mennesket søger altså i det moderne samfund konstant bekræftelse i de forskellige grupper og definerer sin egen identitet, status og selvværd ud fra denne bekræftelse. Og da dette grundvilkår er en realitet fra barndommen, fortsætter det sådan resten af livet, dvs. på arbejdspladsen, i fritidssammenhæng etc.

Riesmans teori kan bruges som supplement til forklaringen på, hvorfor ungdomskulturerne opstod og fik stærk udbredelse i det moderne industrisamfund efter anden verdenskrig.

For de unge blev det nødvendigt med et stærkt tilhørsforhold til grupper uden for familien. Samtidig skulle disse grupper give den identitet, man før fik forærende gennem familie, traditioner m.v. Ungdomskulturerne indtil 1990'erne var også præget af nærmest familiære tilhørsforhold, hvor den enkeltes identitet både blev skabt og bekræftet gennem medlemskab af gruppen. Det er lettest at se, hvis man kigger på subkulturerne i denne periode, men også i mainstream-kulturen gjaldt det om at gå i netop det helt rigtige modetøj, høre den nyeste musik etc. for at blive bekræftet i den venne-gruppe, der dyrkede mainstream-kulturen. Med andre ord var det den gruppe, man var med i, der styrede og formede den enkelte unges identitet.

I det senmoderne samfund er det ikke længere nok at være med i en gruppe. Man skal også præstere en særlig individualitet, som skal fremstå tydeligt, hvis man vil tages alvorligt i gruppen og dermed være sikker på fortsat at være populær.

Den tyske pædagog Thomas Ziehe angiver tre forskellige reaktionsmønstre på denne virkelighed hos mennesker i senmoderniteten, nemlig subjektivering, ontologisering og potensering. Subjektivering betyder, at

man er yderst opmærksom på, hvad andre mener om én. Det er altså ikke længere nok selv at mene, at man er tilstrækkelig. Man har behov for hele tiden at få det bekræftet af andre også. I det traditionelle samfund foregik denne bekræftelse inden for familiens rammer, og den konstante søgen efter denne var derfor ikke noget, der kendetegnede individernes opførsel i sammenhængene uden for familien. I industrisamfundet søgte de unge medlemskab af en ungdomskultur, der kunne give dem et tilhørsforhold og en identitet gennem et koncept, som de kunne overtage eller identificere sig med. I det senmoderne samfund er det imidlertid op til det enkelte individ selv at skabe en synlig identitet, ikke mindst inden for gruppen, og derfor bliver den konstante kamp om opmærksomhed forstærket her.

Imidlertid er der stadig tale om, at man som ung orienterer sig mod fællesskaber med bestemte æstetiske markører, selvom man langt hyppigere blander disse og skifter mellem dem i forhold til tidligere. Det kan skyldes, at det er nødvendigt med tydelige pejlemærker til at navigere efter i en verden, hvor omskiftelighed og det personlige ansvar for ens egen identitet er grundvilkårene.

De autonome

De autonome grupper af unge opstod ovenpå resterne af BZ-bevægelsen i København i første halvdel af 1990'erne. Grupperne består af forskellige ungdomskulturelle strømninger, der har det tilfælles, at de opfatter sig selv som modkulturer i forhold til det omgivende samfunds kultur. Man forsøger at opbygge alternative måder at være sammen på og forholde sig kritisk til både de livsformer og kulturelle udtryk, der omgiver én. Blandt de autonome findes grupper af miljøforkæmpere, veganere, feminister, socialister og mange flere.

Fælles for de autonome grupper er, at de kæmper for oprettelsen af selvstyrende huse og områder, hvor det er brugerne, der sætter dagsordenen og bestemmer, hvad der skal ske og hvornår, uafhængigt af myndighederne og lovgivningen i øvrigt. Ungdomshuset på Jagtvej 69 var, indtil det blev revet ned i marts 2007, et samlingssted for de autonome. Her planlagdes aktiviteter som demonstrationer, happenings, folkekøkkener, koncerter mm. Det ugentlige mandagsmøde fungerede som koordinationsmøde for ugens forskellige autonome aktiviteter, samt som beslutningsforum for brugen og driften af huset.

Mandagsmødet afholdes stadig hver uge, på Det Frie Gymnasium på Nørrebro.

Ontologisering betegner den søgen efter et "sikkert holdepunkt" i en verden, der synes usikker og præget af konstant forandring. Derfor ser vi stadig tilsyneladende rendyrkede ungdomskulturelle "koncepter", som fx skater-kulturen, grunge-kulturen etc, hvad enten disse er kommercielt skabte eller udtryk for en subkulturel tendens. Disse udvikles til stadighed som en art politiske statements med "tilsyneladende grundholdninger" til det omgivende samfund.

Forskellen fra for 10-15 år siden er måden, hvorpå de unge tager disse trends eller kulturer til sig. Der sker både en personlig udformning af kulturen hos den enkelte, samtidig med at de blandes, og at man hyppigt skifter mellem disse. At unge tilsyneladende hele tiden er på jagt efter noget nyt kan skyldes, at de forsøger at flygte fra den følelse af tomhed og usikkerhed, der kan knytte sig til individualiseringen.

Potensering handler om at kunne mærke, at man lever. Man søger intensitet i livet, og når den sammenhæng, man befinder sig i begynder at virke kedelig, skynder man sig videre. Samtidig bliver kravet om stadig "vildere" oplevelser, konstant at kunne mærke suset,

stadig større. Interessen for ekstrem sport, elastikspring, at rejse til stadig fjernere og mere farlige egne af verden, at feste igenem, at bruge stoffer osv. har aldrig været mere udbredt end nu. Også i musikken kan dette høres, ved stadig krav til nyskabelse, intensitet og dynamik i lydbilledet. Når en bestemt "kanal" ikke kan fastholde vores opmærksomhed, så zapper vi over på en anden. Dette forstærker konkurrencen mellem de mange udbud om at være intense og fantastiske og stimulerer igen potenseringen som reaktionsmønster hos den enkelte.

De hyppige skift mellem kulturerne kan imidlertid også skyldes, at det på længere sigt er svært at opretholde individualiteten i en gruppe, der er præget af ganske bestemte æstetiske markører.

Den konstante zappen mellem forskellige æstetiske og kulturelle fællesskaber er med andre ord både et forsøg på at sammensætte sin helt egen livsstil og identitet og resultatet af det konstante krav om intense oplevelser.

Den franske sociolog Michel Maffesoli har forsøgt at definere de senmoderne fællesskaber ud fra den flygtighed og foranderlighed, der karakteriserer dem. Hans teori er netop blevet brugt til at kritisere den skarpe skelnen mellem subkultur og mainstream-kultur, fordi dette forhold i dag er under konstant forandring.

Piratfesterne; spontanitet og potensering

I de seneste år er de såkaldte piratfester blevet populære blandt unge i København og flere større byer. Unge samles i større grupper om natten på offentlige steder i byen, fx under broer, på nedlagte virksomheder, i parker eller lignende, og holder improviserede fester uden myndighedernes tilladelse. Indbydelsen til de spontant arrangerede fester foregår via sms i timerne op til festen, og festerne ender som regel med at blive opløst af politiet.

”så’ der feeeeeeeeeest ...”

Piratfester, sms-fester, kald-sammen-fester. Nutidens unge nøjes ikke med at slukke lyset og kindkysse, når de går til fest. I de store byer er det seneste nye de såkaldte piratfester, der kan ende i deciderede gadekampe. Men også fester hjemme i privaten kan komme ud af kontrol, når lidt for mange får en sms om, at der er fest.

Niels Ulrik Sørensen er ungdomsforsker og ansat på Danmarks Pædagogiske Universitet. Han mener, at de store piratfester, som man her i landet fortrinsvis har set i København, rummer en form for ungdomsoprør:

”Man taler så meget om, at der ikke er noget oprør i de unge i dag. At de ikke vil forandre samfundet. Men det passer ikke, for mange bringer samfundet mindst lige så mange nye steder hen, som deres forældres generation gjorde i 1960’erne. Det sker bare individuelt eller i mindre grupper. Når de unge kalder sammen til piratfester i tomme bygninger, er det en manifestation over for et voksensamfund, som vil sætte rammer og begrænse dem. De vender ryggen til de dyre private klubber og diskoteker. De skaber deres eget, og når de bryder ulovligt ind i en tom bygning for at feste nogle timer, kan man se det som et oprør mod den private ejendomsret.”

Kilde: *Fyens Stiftstidende* 19. november 2006

Maffesoli kalder de fællesskaber, som individerne i senmoderniteten i stigende grad deltager i, for *neo-stammer* eller *vandrende masse-stammer*. Det er fællesskaber, der kun eksisterer kortvarigt og på basis af en oplevelse, som de sammen deler. Samtidig kan det være svært at afgøre, hvor meget deltagerne i fællesskabet egentlig har at gøre med hinanden personligt. En flok tilskuere til en superligakamp har fx, mens kampen står på, fælles fokus, engagement, ritualer og følelser. Det samme gælder for deltagerne i fodboldkampen, i et rockband under en koncert, hos et koncertpublikum, til en sms-fest

eller lignende. Deltagerne skifter hele tiden mellem de forskellige stammer. Udviklingen indenfor de elektroniske medier forstærker igen muligheden for sådanne fællesskaber, idet de giver mulighed for oplevelsesfællesskaber med langt større grupper af mennesker end tidligere, fx ved kommunikation på internettet eller ved, at vi alle har set den samme begivenhed på tv.

Et godt eksempel på det senmoderne samfunds flygtige neo-stamme-fællesskaber kunne være en musikfestival, hvor det, der kan synes som et intenst fællesskab blandt de individer, der deler den enkelte koncertoplevelse, straks opløses til fordel for nye og ligeså intense fællesskaber, når koncerten er slut, og publikummerne hver især myldrer videre i alle mulige retninger til de næste koncerttilbud.

Faste fællesskaber

Imidlertid synes denne flygtighed i de senmoderne fællesskaber også at give grobund for en mere intens søgen efter faste holddepunkter i tilværelsen for mange unge. Senmodernitetens karakteristika som individualisering, øget refleksivitet, adskillelse af tid og rum og udlejring af sociale relationer betyder, ifølge Giddens, at tilværelsen for den enkelte i senmoderniteten bliver præget af en ekstrem omskiftelighed i forhold til tidligere. For de sociale relationer mellem mennesker betyder dette to ting: For det første kan vi ikke tage for givet, at de sociale relationer, vi i dag indgår i eksisterer i morgen. Vi kan møde nye venner og tilbud om fællesskaber overalt, hvor vi kommer, vi kan blive trætte af vores ægtefælle og lade os skille, vi kan møde ny musik og nye kulturtilbud og skifte smag hvert øjeblik, det skal være, vi skifter oftere job og karriere osv. De sammenhænge vi indgår i, er altså langt lettere at bryde op fra og erstatte



Rave party. Foto: iStockphoto.com.

med nye end i det traditionelle og tidlige moderne samfund.

For det andet vælger vi i langt højere grad selv de relationer, vi indgår i i dag, end tidligere. Valget sker i høj grad på baggrund af, om vi føler, at de pågældende fællesskaber giver os noget, fx en identitet, en følelse af fællesskab, en anerkendelse af vores personlige kvaliteter, kærlighed, eller blot et vedvarende sus af oplevelser. Det er for vores egen skyld, at vi vælger at indgå i nutidens fællesskaber, både vores kærlighedsforhold, fritidsrelationer og i høj grad også vores arbejdsrelationer. Dette betyder også, at vi heller ikke kan tage andre mennesker for givet, fordi vi ikke kan vide, om de pludselig vælger os fra til fordel for andre i et nyt og mere spændende fællesskab.

På denne baggrund karakteriserer Giddens nutidens sociale fællesskaber som *rene forhold*, da de udelukkende eksisterer, så længe de giver mening og fuldt personligt

udbytte til deltagerne, hvad enten der er tale om et ægteskab, et interessefællesskab, en vennegruppe eller et jobmæssigt fællesskab. Dyrkelsen af de rene forhold kan igen ses som et udtryk for den individualisme, der præger det senmoderne samfund, ligesom den også kan ses i forlængelse af ontologiseringen.

Bagsiden af medaljen er imidlertid den usikkerhed, der er forbundet med, at vi aldrig kan vide os sikre på, hvorvidt de mennesker, vi omgiver os med, føler for eller deler vores liv og tanker med også vil være i vores liv fremover. Derfor bliver usikkerheden, især på forholdet til andre mennesker, endnu et grundvilkår i senmoderniteten, som den enkelte konstant må forholde sig til og søge at bekæmpe.

Denne sociale usikkerhed i senmoderniteten, som individerne selv skaber ved deres konstante valg og fravalg af sociale relationer, kan paradoksalt nok føre til, at kampen for at bevare de meningsfulde so-

ciala relationer bliver ekstra nærværende og vigtig. Den faste vennegruppe bliver for unge mennesker både et vigtigt holdepunkt i en tilværelse præget af tilfældigheder, og signalerer samtidig over for omverdenen, at man er et betydningsfuldt individ, fordi en gruppe af mennesker vælger at holde fast i relationerne til én.

I en artikel i tidsskriftet "Dansk Sociologi" (nr. 1, 2006) behandler forfatterne et forholdsvis nyt fænomen i det københavnske nattelev, nemlig de såkaldte "lounges", som fx VEGA's lounge på Vesterbro i København.

"Sammenlignet med mere danseorienterede natklubber er loungen ofte indrettet med store rummelige sofagrupper til 5-10 personer, hvor man kan nyde en elegant cocktail eller en importeret øl og more sig med sin vennegruppe. Der er ingen kunstig røg på loungen og belysningen er dæmpet, men dog tilpas kraftig til at blikket kan vandre mellem de glade og afslappede gæster i sofagrupperne. Substantivet, "a lounge", betyder et venteværelse, enten i en lufthavn eller på et hotel, mens verbet, "to lounge", betyder at slentre, drive eller slænge sig mageligt. Sammenholdes substantivet og verbet anes en betydning af at slappe af og nyde i en omskiftelig verden..."

I loungen mødes man med sine nære venner. Man tager altså ikke på lounge for at møde nye mennesker, men for at have det skægt og føle et fællesskab med dem man i forvejen er tæt på. På denne måde kan man få bekræftet, at vennegruppen stadig eksisterer, selvom hverdagen måske er præget af stærkt skiftende relationer til andre mennesker.

"Jeg har nogle venskaber, som er 18 år gamle, som er en del af mig. Så det er værd at holde fast i og skal ikke gå i glemmebogen på grund af forskelle i interesser [...] og jeg er utrolig heldig, for jeg ved, at det er de færreste, som har noget tilsvarende. Og det er byturen en del af. [...] Det er samværet.

Ikke nødvendigvis med alkohol, det at opleve hinanden knytter os indirekte sammen. Det at have folk om sig."

Ligesom andre unge, der går i byen med gamle venner, ser man her, at der sættes stor pris på vennegruppen, der betragtes som særligt velfungerende og værdifuld. Det kunne tages som et udtryk for en erkendelse hos informanterne af sen-modernitetens flydende natur, hvor venskaber og grupper ikke kan tages for givne, men løbende må konstrueres og bekræftes.

På denne baggrund kunne man hævde, at det stabile netværk bliver en eftertragtet, men skrøbelig resurse, hvorfor det måske bliver statusgivende at have ét. Ved at fremvise sig i en munter vennegruppe viser man, at man har noget særligt i en tid, hvor intet garanterer, at vennerne er der. Loungen tilbyder et rum i det senmoderne, hvor unge studerende kan forsøge at fremvise deres vennegruppe som særligt god, ligesom den tilbyder en ramme, der gør, at gruppens og individets bekræftelse af hinanden skaber integrerede fællesskaber. Dette gør man bl.a. gennem den iøjnefaldende fremvisning af socialitet og afslappethed.

SA0080 

Ungdomskulturene i forandring

Følgerne af senmodernitetens subjektivisering, ontologisering og potensering synes at være en senmoderne virkelighed med et særdeles komplekst grundlag for etablering af selvidentitet. Resultatet bliver, at individerne i højere grad orienterer sig i fællesskaber, der er præget af enten "rene forhold" eller af "neo-stammer". Især neo-stammerne har øjensynligt erstattet tidligere tiders stærke og entydige orientering imod henholdsvis sub-og mainstreamkultur. Samtidig ses en nærmest modsatrettet tendens,

hvor usikkerheden på fællesskabernes kontinuitet skaber grobund for en stadig mere intens søgen efter varige fællesskaber, der giver mening ud over det enkelte øjeblik eller den enkelte oplevelse. Sidstnævnte, eksemplificeret ved lounge-kulturen, kan ses som en modreaktion imod udviklingen af neo-stamme-kulturen og de rene fællesskabers dominans.

Billedet af ungdomskulturernes i det senmoderne samfund er derfor særdeles komplekst.

Ungdomskulturernes har med andre ord undergået en kvalitativ forandring de seneste 10-15 år. Der findes en generel trend, der handler om at sammensætte sin egen individuelle stil ved hjælp af både kommercielle og subkulturelle kulturudbud, hyppige skift mellem deltagelse i vidt forskellige neo-

stammer, samt søgen efter såvel rene forhold som kontinuitet i de sociale relationer. Samtidig ses stadig subkulturer, der udgør kernen i både nyskabelse og vedvarende vedligeholdelse af de kulturelle pejlemærker i senmoderniteten (fx "kerne-supporterne" i en fodbold-supporterkultur, de erklærede hiphoppere, ekstremt politisk aktive unge, dyrkelse af etnicitet etc. etc.). Men den hurtige kommercialisering gør det sværere at skabe og fastholde en subkultur som en subkultur. Og det er i høj grad hos subkulturerne, vi finder de nyskabelser, der giver byggestenene til den konstante selviscenesættelse og identitetsudvikling, der netop karakteriserer det senmoderne menneske.