

Tweens – konsumtionskulturens barn¹

För en tid sedan var jag och några kollegor från Salts och EFS rikskansli på konferens i Danmark. Konferensen arrangerades av de nordiska inremissionernas barn- och ungdomsnätverk (NIMBU), och en av talarna var ungdomsforskaren Søren Østergaard. Østergaard berättade bland annat om den generation som med ett engelskt uttryck brukar kallas för ”tweens” och som befinner sig i åldersspannet 9-12 år – med viss marginal åt båda hållen. Eftersom vi som var där upplevde att mycket som han sa var relevant även för som är aktiva i den kristna barn- och ungdomsverksamheten, vill jag i denna artikel dela med mig av vad han hade att berätta. Jag har även kompletterat med några egna reflektioner, samt med ett antal källhänvisningar till Østergaards böcker.²

En tweens vardag – några ögonblicksbilder

Det första som kan behöva sägas är att tweens sedan en tid tillbaka har börjat framstå allt mer som en grupp i sin egen rätt – alltså som en distinkt fas mellan barndom och ungdom. Enligt Søren Østergaard räknar man i Danmark med att den traditionella barndomen i dag upphör vid ungefär åtta års ålder. Till de konkreta uttrycken för detta hör att de flesta som befinner sig i detta åldersspann inte längre ”leker” med varandra. I stället ”umgås” de eller ”hänger” med sina vänner.

Även de arenor som man gör detta på skiljer sig från vad som var fallet när dagens vuxna var på väg in i tonåren. De tre arenor som man som tween tillbringar huvuddelen av sin tid på är nämligen inte bara hemmet och det offentliga (skola, fritids och liknande) – utan också den virtuella världen. Och det som är viktigt att påpeka är alltså att *alla* dessa arenor uppfattas som lika verkliga. Man ”använder” inte internet, utan man *lever* på den arena som datorer, mobiler och surfplattor förser oss med.

Viktigt att påpeka är också att var och en av dessa arenor har sina olika spelregler, och att man som tween är van att spela olika ”roller” beroende på vilken arena man för tillfället befinner sig på. En överblick av vad som skiljer en tweens vardagsrelationer 2012 jämfört med för några decennier sedan kan se ut så här:³

Ungdomsliv på 80- och 90-talet

Ofta i grupp

Oorganiserade aktiviteter

Tät kontakt mellan yngre och äldre

Få och väldefinierade sociala roller

Yngre lärde sig att leka av de äldre

Varierade aktivitetsformer

Ungdomsliv anno 2012

Färre grupper, mer tid för sig själv, fler bekanta men lika många vänner

Organiserade aktiviteter

Mer tillsammans med jämnåriga

Många vänner i olika rum – även virtuella

Lärande genom jämnåriga, äldre syskon eller genom att själv vara brukare

Mindre variation i aktivitetsformer

Søren Østergaard sa att den tid som man rent fysiskt umgås med andra människor har minskat med ungefär 50 % jämfört med för 25 år sedan. Av dem som varje dag umgås med sina kompisar efter skolan säger åtta av tio att de brukar mötas även i det virtuella rummet. Samtidigt var han

¹ Denna artikel bygger på mitt föredrag ”Sänd” på EFS och Salts årskonferens i Örnköldsvik 130510.

² Søren Østergaard är ledare för *Center for Ungdomsstudier* och har (själv eller tillsammans med andra) skrivit ett antal böcker om barns och ungas kultur och attityder, däribland *Betweenagere* (2008), *Børneliv version 2.0* (2013) och *Problemet med venner er, att de jo alltid giver én ret* (2013).

³ Nanna Muusmann & Søren Østergaard, *Problemet med venner er, att de jo alltid giver én ret* (Ungdomsanalyse.nu 2013), 41.

noga med att påpeka att ensamheten inte har ökat i samma takt som mötena IRL (in real life) har gjort. Den virtuella världen uppfattas ju – som sagt – inte som mindre verklig än den fysiska världen. Dessutom ägnar man sig faktiskt åt ungefär samma saker när man umgås i den virtuella världen som man tidigare gjorde i den fysiska. Till exempel spelar man samma spel.

Värt att notera är samtidigt att internet för 9 av 10 ungdomar i dag är en helt och hållet föräldrafri zon. För den äldre generationen är det också viktigt att förstå att man som tween inte har samma förhållningssätt till nätet som sina föräldrar. 50 % av alla 9-13-åringar har visserligen ett eget FB-konto – däremot *skriver* man inte så mycket där; i stället kommunicerar man samtidigt som man ägnar sig åt annat. En annan skillnad är att man sällan använder sig av e-mail. Den internetkommunikation man uppfattar som viktigast sker ofta via MovieStar och andra hemsidor som föräldrarna inte ens känner till!⁴

Konsumenter ut i fingerspetsarna

En av de mest utmärkande egenskaperna hos dagens tweens är att man tänker och fungerar som *konsumenter*. Dels utmärks man av att man konsumerar samma produkter som sina äldre syskon, och ofta även sina föräldrar. Man har också för vana att se på TV-program som är producerade för en publik som kan vara dubbelt så gammal som en själv – till exempel *Simpsons*, *South Park* och *Paradise Hotel*.

Detta är alltså en av de faktorer som gör att generationsgränserna i dagens samhälle har kommit att suddas ut. Som någon har sagt: Många av dagens *föräldrar* försöker se ut och bete sig som tonåringar, medan många av dagens *barn* försöker se ut och bete sig som vuxna.⁵

Men det finns fler dimensioner i detta med att vara och fungera som konsument. En av dessa är att man hela tiden är inställd på att ”bygga sitt eget varumärke”. Man har ansvaret för att skaffa sig ett CV som hjälper en att ta sig fram genom livet, och den grundläggande frågan i många av ens vardagliga beslut är: ”What’s in it for me?”

Detta innebär att vardagen för många tweens upplevs som väldigt kravfylld. Man ska hela tiden vara på helspänn, hela tiden arbeta på sitt CV. Och det, i sin tur, leder till att relationen till föräldrarna får en delvis annan laddning än den hade i generationen innan. När jag var liten var det ”FF” (föräldrafritt) som var den stora hägringen. Men för många av dagens unga är det faktiskt bara när man är med sina föräldrar som man kan slappna av på djupet! Då behöver man nämligen inte längre ta ansvar för allt som händer, utan kan överlämna detta ansvar på de vuxna.

Här är det samtidigt en sorg som kommer in i bilden för många tweens, nämligen den att vuxenvärlden hela tiden tycks vara ”on the move”. Att det helt enkelt är svårt att få någon verklig kontakt. Därav den längtan efter äldre mentorer som både jag och mina kollegor i den nordiska gemenskapen möter i den unga generationen. Det finns en längtan efter vuxna som tar sig tid att lyssna. Allra helst ska det vara någon som man inte står i en direkt beroendeställning till. Alltså inte en lärare (som ska sätta betyg på en) eller en förälder (som bestämmer över en). Far- och morföräldrar kan för vissa spela en sådan roll. Eller bästa kompisens föräldrar. Eller en ungdomsledare i kyrkan.⁶

Konsekvenser för det kristna ungdomsarbetet

Och då är vi inne på konsumtionskulturens konsekvenser för det kristna ungdomsarbetet. En konkret sådan är nämligen att det som tidigare var så inne med ett ”kravlöst häng” på ungdomsgruppen är betydligt mindre efterfrågat i dag. Som tween har man ofta precis så mycket oorganiserad fritid som man vill, så om man går med i en aktivitet vill man att den ska

⁴ För fortsatt läsning om tweens internetvanor och umgängesformer, se Kirsten Grube & Søren Østergaard, *Børneliv version 2.0* (Ungdomsanalyse.nu 2013), 13-41, 109-120.

⁵ Se särskilt Carl Hamiltons omtalade bok *Det infantila samhället. Slutet på barndomen* (Prisma 2004). Se även *Problemet med vänner er, att de jo alltid giver én ret*, 19-30.

⁶ Se vidare *Problemet med vänner er, att de jo alltid giver én ret*, 48-63.

tillföra något viktigt till en själv. Man vill också att den ska upplevas som genomtänkt och professionell.⁷

En viktig fråga för oss som kyrka kan utifrån detta uttryckas med orden: *Vad är vårt unika mervärde? Vad kan vi ge som man inte lika gärna kunde ha fått någon annanstans?* En viktig del av svaret på denna fråga måste rimligen ha att göra med vår kristna tro. Det unika mervärdet med våra barn- och ungdomsgrupper i kyrkan måste helt enkelt vara att man där har möjlighet att lära känna Jesus Kristus! Att det är en tydlig skillnad mellan fritidsgården och ungdomsgruppen, mellan scoutkåren i Scouternas regi och scoutkåren i kyrkan.

En annan sida av detta med konsumtionsmentaliteten är att man egentligen inte är så inställd på att påverka människorna runtomkring sig. Om jag är ute efter att köpa byxor på H&M och märker att de inte har något som jag gillar är ju min naturliga respons inte att jag går till butikschefen och klagar. I stället går jag tvärsöver gatan till KappAhl för att se om de har ett bättre utbud där.

Och på samma sätt i andra miljöer. Som ung människa i dag är det naturliga i många lägen att man röstar med fötterna. Av detta skäl är det inte säkert att vi som ledare blir förvarnade om vi har någon i vår grupp som inte trivs eller som har frågor kring det som händer i kyrkan. Som konsument är man generellt tveksam till att ge feedback. Ofta gör man det i stället enkelt för sig och drar vidare till en annan butik.

Detta är något som vi har märkt även på våra läger i Salt. Trots att vi har stått på scenen och uppmuntrat människor att ställa frågor till våra själavårdare och samtalspersoner, och trots att vi har haft smågrupper varje dag, så har det flera gånger hänt att vi först *efter* lägret har fått veta att det fanns frågor och funderingar hos vissa av deltagarna. Saker som vi då inte längre haft någon möjlighet att reda ut.

En viktig dimension av detta handlar också om konflikträdsplan. Søren Østergaard berättade att det var ytterst sällan som de tweens de hade intervjuat tog upp frågor med sina jämnåriga som var att beskriva som känsliga eller kontroversiella. De vågade helt enkelt inte ta risken att bli utstötta ur sitt eget kompisgäng.⁸

Även detta kan vi förstås känna igen i vårt samhälle i stort. Sverige har under lång tid haft en ganska konflikträdd kultur. Men med curlinggenerationen⁹, och den i dag så utbredda oförmågan att göra skillnad mellan sak och person¹⁰, har detta mönster förstärkts. Åsiktsskiljaktigheterna har blivit svårare att hantera.

Samtidigt kan man kanske säga att detta område tillhör dem där vi som ledare har en av våra allra viktigaste utmaningar. Många ungdomar i dag saknar kontakter med andra människor – både jämnåriga och vuxna – som engagerar sig i deras liv på djupet. I väldigt många familjer finns vad Søren Østergaard kallade för en ”deskriptiv kultur”. Man håller varandra *informerade* om vad man gör och var man håller hus (till exempel via Facebook eller SMS) – men det är väldigt sällan som man pratar med varandra om sådant som är verkligt väsentligt: *Varför* gör du det du gör? Vad betyder det där *för dig*?

Mot denna bakgrund skulle jag vilja säga att en av våra viktigaste utmaningar som äldre, och då även som barn- och ungdomsledare, är att skapa miljöer där det kan formas en personlig kristen identitet, där det finns ett tydligt kristet innehåll i förkunnelsen men där det också finns en genuin nyfikenhet från ledarnas sida. Miljöer där det kan ställas ”varför-

⁷ Se vidare *Problemet med venner er, att de jo alltid giver én ret*, 89-98.

⁸ Se vidare *Problemet med venner er, att de jo alltid giver én ret*, 31-34, 48-63.

⁹ Begreppet ”curlinguppfostran” myntades av Bent Hougaard, och beskrivs av honom som att ”barnens väg blir sopad och slät och hålls fri från alla hinder, allting är bra och de små ska inte behöva tänka på annat än att, under bästa möjliga förhållanden, vara barn”. Se Hougaard, *Curlingföräldrar och servicebarn – en handbok i barnuppfostran* (Prisma 2004), 61.

¹⁰ För en analys av vilka orsaker som ligger bakom detta, se min artikel ”Det kristna budskapet i en narcissistisk tid” i *Ingång* nr 3 2001.

frågor” utan att de unga känner sig kontrollerade, och där det på så sätt skapas ett utrymme för en djupare reflektion.

I sådana miljöer tror jag att det finns goda förutsättningar för att tron ska få ett fäste som följer med även längre upp i åldrarna.

Olof Edsinger

Denna artikel var ursprungligen publicerad i Johannelunds skriftserie *Ingång* nr 4/13.