

‘Synes godt om’

Nutidens unge – og forælderrollen
Kreative unge mellem selvtillid og selvværd

Moderne ungdom



Unge køber symboler der bekræfter egen kultur

Unge og generationer – et resume

- *Den klassiske ungdom* - parat til
- **Generation X: 1980'ernes selvoptagne generation** - ny optimisme og tro på den enkeltes egne valg.
- **Generation Y: 1990'ernes og 2000'ernes ambivalente unge** – Valget i sig selv gives betydning – kan være svært - rastløshed
- **Generation Z: 2000'erne og 2010'ernes kommunikative unge** – *handlingsorienteret netværkere*

Unge rum

- **A. Du skal selv vælge**
- **Selvstændighed og egne valg som centralt omdrejningspunkt i opdragelse af unge**
- **B. Unge opsøger kanter – del af identitet. Selvforståelser der af og til udfordrer det etableredes kanter**
- **C. Reaktion: Gør som de andre – du bliver måske marginaliseret (= måske farligt)**
- **D. Et grundlæggende paradoks. 'Kant' som identitetsstrategi – kender eller fornemmer 'det normale'**

Paradoks

- **Selvstændighed – du skal selv vælge**
- **Hvorfor gør du ikke som de andre**
- **Mange valgmuligheder**
- **Og disciplinering – højere karakterer, kortere SU, begrænsede jobmuligheder mm**

Det serielle liv

- **Dyrker den individualiserede selvforståelse – skal selv give ting betydning, uafhængigt af kirke og parti – og andre autoriteter**
- **Lever mere og mere i serier, f.eks. Kultur i serier: TV-serier, festuger osv.**
- **Rigdom og civilisation demonstreres via: butikskæder, designervarer, logo-genkendelser, brand-logikker, konsulentord**

Det serielle liv – det hippe

Den 'rigtige' hippe

Etablerer identitet gennem afstand til det medieformidlede hippe – man er på ved at være anderledes. No logo.

Fokus på netværk, uddannelse, kultur – og om at spise rigtigt

det ideal – man skal helst være på

Ved Fokus på den 'rigtige' skole, uddannelse, arbejde og projekter – og den flade mave

• Eller ved det ekstreme der ikke kan styres – drukturen - nydelses og forbrugskultur

Dynamik i selvstændigheden

- **Viden om det serielle nødvendigt**
- **Medproducenter af det 'hippe'**
- **Muligt via interaktivitet**
- **'synes godt om' - logikken som deltagelse i hverdagen**

Unge pejlemærker

- **Det offentlige – flere valg**
- **Markedet – fornemmelse for æstetikens muligheder**
- **Familien – rigide regler og terapi**
- **Den økonomiske krise og disciplinering**

Velfærdsstaten

- **Solidaritetspligten om at nyde og betale**
- **Omfordeling – hvis du har problemer**
- **Fællesskab med fælles ansvar**
- **Et stærkt fællesskab**
- **Deltagelse og medbestemmelse**
- **Kulturelt engagement**

Velfærdsstaten

- **Professionalisme og service**
- **Med ledere i spidsen**
- **Fra rettighed/pligt til pligter** – og nogle rettigheder
- **Problemopfattelse: flere gamle, kronisk syge, færre hænder og færre ressourcer**
- **Problemløsning: Mægtiggørelse / bl.a. via teknologi og uddannelse**
- **Individuelle valg som prioritering af ressourcer**
- ***Individuel ansvarlighed***

Individuel ansvarlighed

- **Præmis: kan handle selv**
- **Horisont: skal handle selv**
- **Perspektivet: for konkurrenceevnen (staten)**
- **Motivation: egne interesser**
- **‘Tvang til frihed’**
- **Kompetenceudvikling**
- **Mægtiggørelse**

Velfærdsstaten

- **Velfærdsstaten reguleres ud fra økonomiske perspektiver - helhed**
- **Tvang til frihed – du skal vælge som bruger**
- ***Den forbrugeristiske medborger***
- **Individuel ansvarlighed – du skal selv være en del af velfærdsaktiviteterne**
- ***Frivillige***
- ***Mægtiggjorte – individuel ansvarlighed***

Medborgeridentiteter

Valgfrihed i den offentlige sektor

Enig

Uenig

God ide

Den liberale medborger

De unge:

19 pct.

Den tryghedssøgende medborger

De unge:

9 pct.

Ikke en god ide

Den forbrugeristiske medborger

De unge:

40 pct.

Den kollektive medborger

De unge:

32 pct.

Sænke skatterne

Det offentlige som identitetsmarkør

- **Individuel ydelse**
- **Skat - som betaling?**
- **Service – ikke et udtryk for fællesskab**
- **Ikke øje for en særlig etos – *det offentlige***
- **Ansatte som nøglefigurer – til hvad?**
- ***At få det hele til at glide – terapeuten***

Jeans

Økonomi i jeans

Arbejds løn 1% (fattige arbejdere)

Fabrikker 13% (design / danskere ejer / aktier)

Transport og skatter 11%

Markedsføring 25% (den kreative klasse)

Detailhandel 50% (servicesektoren)

Arbejdsmarkedet

Symbolanalytikere

**Velfærdsteknologi og
mægtiggørelse**

Information - kontrol og adgang

Fødevarer med kvalitet

Servicemedarbejdere

Laver alt det vi ikke kan nå

Marginaliserede

Pejlemærker

- **De kreative jobs – kreativitet og innovation**
- **Dialog med ‘synes-godt-om-generationen’**
- **Skabe ‘fortællinger’**
- **Skabe opmærksomhed på scenen**

Den hippe vinder

- **Vinderen – den der klarer sig godt i ‘synes-godt-om’-universet**
- **Den hippe – den der er på forkant**
- **Muligheder for at gøre en forskel**
- **Kan spejle sig i vinderen**
- **Målrettet jagt efter optimering**
- **Vinderen er ‘vejen’ ud af krisen**

Den seje taber

- **Demonstrerer selvstændighed ved afstand til krise(forståelsen)**
- **På trods holder de hovedet oppe – man kan jo ikke tabe noget**
- **Skralder – containere og samfundet**
- **Målrettet jagt efter afstand og autonomi**

Bagsiden

- **Dem der ikke kan vælge**
- **Dem der ikke kan udfolde deres valg**
- **Svag på netværk, udseende, køn, kompetencer fra opvækst og skole mm**
- **Opsøger det nemme**
- **Og nye scener for at indhente det tabte**

Unge s identitet

- **Handlingsorienteret netværker**
- **Handlingsorienteret – vil selv gøre noget**
- **Interaktiv – ‘synes godt om’ dynamikker**
- **Bevæger sig mellem det ‘hippe’**
- **Netværk – man er med når man er med**
- **Mangler ofte stabile spilleregler for samspillet med andre**

Selvstændighed mellem flygtighed og forandring

- **Fremmer viljen til at agere**
- **Åbner for kreativitet**
- **Fremmer viljen til at overskride grænser og det man plejer**
- **Åbner for innovation – med netværk og nye muligheder**
- **Udfordrer grænser, fordybelse og kontinuitet**

X-factor

... hvorfor beskytter du ikke dit barn mod den her slags ting. Det er et overgreb. Altså for fanden. Du er hendes advokat. Du skal gå ind og sige om det er forsvarligt at sende hende ind her. Du skylder hende en undskyldning. Det er fandme dit

Datteren vil til x-factor – to mulige reaktioner:

a. Nej, det skal du ikke. (Autoritet og faste normer)

b. Hvor hyggeligt – vi tager med derind. Vi får en fest ud af det og støtter dig (Kammerater)

Hverdagens centrifuge – en pointe

Den daglige livsform:

- **Flere valg**
- **Færre forpligtelser**
- **Uafhængighed af tid og sted**
- **Tidsbegrænsede, funktionsbestemte fællesskaber**

Forældre – med projekter

- **Fokus: arbejde, kommunikation og hjemmet**
- **Ingen kedsomhed – ingen autoritet**
- **Oplevelsesbaseret omsorg – ikke opdragelse (indlæring af forpligtelser)**
- **Skematiske og ‘fornuftige’ regler**
- **Bekymring og terapi**
- **Nye kønsroller: konsulenten (far) og servicemedarbejderen (mor)**

Kønsroller

- **Intimiteten giver nye rollemuligheder – *på Paradise Hotel***
- **De stærke og udadvendte (aggressive) piger – køn som magtstrategi**
- **De indadvendte og følsomme drenge**
- **Pigerne fylder institutionerne**
- **Drengene bliver hjemmegående..... ?**

Forældrerollen

- **Mor – som veninde**
- **Far – som legekammerat**
- **Forældre – baseret på regulering via regler og terapi**
- **Perspektiv – undgå bekymring ved at få tingene til at glide**
- **Styrke – åbenhed for gode råd**
- **Svagthed – mangler kultur til at vurdere dem**

Det serielle liv – religiøsitet?

- **Er unge (os alle) af og til bange for vores egen skygge – individualitet uden holdepunkter**
- **Serierne: Katedral med åbenbaringer, mulighed for at være på forkant, ritualer, opstigninger, noget man kan tro på**

Et mønster – og en balance



‘Synes-godt-om-samfundet’

- **Demokrati som manifestationer og marketing**
- **Politik som individuelle valg af service**
- **Individuel ansvarlighed – støttet af staten**
- **Masser af politiske aktiviteter**
- **Del af en fortælling – hvor ‘jeg’ er tilstede – synes godt om.....**