

Faksimil

Donald Broady, Svante Weyler & Brutus Östling,
”4 teser om ungdomskulturen”, pp. 12–16 i
Metodikveckan -79. Barn- och ungdomskultur,
Konstfackskolan, Teckningslärarinstitutet, Stockholm 1979

Utdrag ur ”Fyra teser om ungdomskulturen”, *Kritisk utbildningstidskrift*, nr 9, 1979, pp. 4–13. Publikationen *Metodikveckan -79* utgavs i samband med den årliga metodikveckan vid Teckningslärarinstitutet (TI), ett evenemang som samlade såväl skolans lärare och elever som andra med intresse för samhällskritisk undervisning. Från slutet av 1960-talet och under 1970-talet hade TI, med Gert Z. Nordström som ledargestalt, varit en miljö där progressiva rörelser haft tidigare och starkare fäste än på de flesta håll inom utbildningsväsendet. Ordet ”progressiv” ska uppfattas främst i politisk mening, det var minst av allt fråga om det slags pedagogisk progressivism som hyllade det fria skapandet och som sedan slutet av 1940-talet haft många tillskyndare bland teckningslärarna.

Hela publikationen, 111 sidor, finns i det fysiska arkivet.



SKIT



Metodikveckan-79

Barn- och ungdomskultur

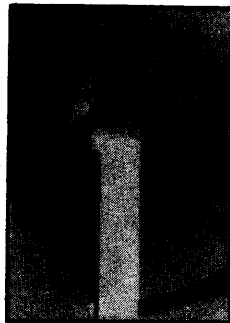
4 teser om ungdomskulturen

Utdrag från artikel i KRUT , 79.02.28

Vi misstror den moraliserande kulturkritiken. Dels förstås den värdekonservativa sorten somtar för givet att äldre kultur och den borgerliga kulturen alltid är det samma som bättre kultur. Men vi misstror också den sortens kulturkritik som pekar ut fördomar i veckopressen, rasfördomar i serierna, våldsdyrkan i B-filmerna, profitintressena i musikbranschen-och som sen gör halt! Och därmed inte uppnår stort mer än att avslöja vad de flesta-även kulturindustrins konsumenter-redan vet. Ivärsta fall hamnar kritiken i moraliserande över just dessa konsumenter.

Lösrivna ideologikritiska analyser av dåliga serier eller skräpfilmer är alldeles otillräckligt.

Ideologikritiska analyser besvarar inte frågan varför elever använder kulturindustrins produkter-och ändrar knappast deras konsumtionsvanor. Ty det är helt enkelt så att kulturindustrin bjuder ut lättåtkomliga varor som svarar mot elevernas omedelbara behov av gemenskap, kärlek, uppskattning, spänning, avgränsning av den egna gruppen...



Vår första tes är:

KULTURINDUSTRIN SKAPAR INGA "FÄLSKA" BEHOV UR TOMMA INTET; ISTÄLLET SUGER KULTURINDUSTRIN TAG I, FÖVRÄNGER OCH SLÅR MYNT AV FAKTISKT EXISTERANDE BEHOV.

Nöjer man sig med att racka ned på kulturindustrins usla produkter, så riskerar man att dels moralisera över dem som inte får viktiga behov tillfredställda på annat sätt; dels blir man blind för förklaringen till produkternas fömåga att fascinerar. Och därtill, om man inte ser att faktiskt existerande behov exploateras, missar man möjligheten att ta hänsyn till dessa behov när man försöker finna former att arbeta med ungdomar, former som verkligen är alternativ till-och inte något vid sidan av-vad de sysslar med på fritiden.



Jag har väl också varit ägg!



Vår andra tes är: KULTURINDUSTRINS PRODUKTER MÅSTE ANALYSERAS I SINA FUNKTIONSSAMMANHANG.

Flertalet ungdomar uppfattar musiken, i dess funktionssammanhang, som en del av "miljön". På diskoteken eller på en fest fungerar musiken ungefär som kläderna eller ölet - som inslag i bakgrunden, medan helt andra saker, som kamratkontakterna, spelet mellan killar och tjejer, är det intressanta. Därför blir det absurt att bedriva ideologikritik genom att låta eleverna sitta i rader i klassrummet och höra ABBA eller Baccara från skolans skraltiga grammfon.

Det här har kulturindustrin begripit betydligt bättre än de flesta kulturkritiker. Vi ser i dag allt mer medvetna försök att marknadsföra hela livsstilar, inte bara produkter.

På alla plan vävs inköpen samman med upplevelser. Inköpen blir upplevelser och butikerna förvandlas till "upplevelsescener".

När ungarna betalar sin biobiljett, hamburgare, eller skateboard blir de delaktiga i en livsstil. Också av det skälet är det felaktigt att göra lösrivna produktanalyser, exempelvis av Grease, den film som spelade in mest pengar förra året. Ty suget från amerikanskt sockervaddsfemtiotal handlar mindre om filmer som Grease, eller aktören John Travolta eller femtiotalet än om kulturindustrins försök att lansera en stadskultur - och svenska ungdomars behov av en stadskultur.



Minetrag



Vår tredje tes är:

SAMBANDET MELLAN SOCIALISATIONENS OLIKA OMRÅDEN MÅSTE ANALYSERAS:

De flesta ungdomars liv är splittrat mellan olika "områden" och institutioner i samhället; familjen, skolan, ungdomsgården idrotten, fiket osv. Barns och ungdomars socialisationsprocess innebär att upplevelser och erfarenheter från de olika områdena kopplas samman och i denna sammankoppling växer identiteten fram.

Det som i vårt perspektiv är viktigast är hur områdena skola och fritid hänger ihop. Skolan är en tvångsinstitution, fritiden fylls av frivilliga aktiviteter, varav en del faller inom det vi kallar "ungdomskultur".

Eleverna flyr skolan (ibland bokstavligen) och använder fritiden till att kompensera allt det man inte får tillfredsställt i skolan.

Många elever uppfattar skolan som meningslös. Så meningslös att vad som helst tycks vara bättre. Helst vill man ut och arbeta och ofta har eleverna paradoxalt höga förväntningar på vad arbetet ska ge.

Bilden av ungdomars socialisationsprocess blir fullständig först när vi kopplar samman de olika "områdena" i ungdomarnas liv. Det ligger nära till hands att

man som lärare då drar slutsatsen att det då gäller att i skolan föra in elevernas "fria" områden. Det är också den pedagogiska praktiken som brukar underförstås i slagordet "utgå från elevernas egna erfarenheter". Men det låter sig inte göras utan vanskligheter!

Eleverna har ofta en mycket klar uppfattning om vad som enligt skollag, tradition eller praxis ska behandlas i skolan, och hur detta behandlas. När det nu börjar att bli vanligt att läraren försöker överbrygga de objektivt existerande maktförhållandena i skolan (som eleverna ofta har en instinktiv känsla för) genom att i undervisningen ta upp teman från elevernas fritid, reagerar dessa ofta med stor misstänksamhet. Vi har hört flera lärare vittna om de misstrodda blickarna de fått från sina elever när de kamratligt meddelat att "idag ska vi kolla kvinnosynen i Starlet".

Misstänksamheten har fog för sig, för den pekar på den rävsax som den progressiva läraren sitter i: å ena sidan vet hon att skolan är en utbildningsapparat som i grunden bara tar hänsyn till det kapitalistiska samhällets behov; å andra sidan vill hon bryta igenom elevernas misstänksamhet mot henne som lärare för att sen just kunna visa på denna skolas sanna karaktär.

Alltså: om man anser skolan vara en tvångsinstitution, vars organisation sätter käppar i hjulet för en "bra" och "progressiv" undervisning, då är det inte helt självklart att man som lärare ska försöka dra in så stor del av elevernas fria liv i undervisningen! Gör man det så minskar man ju i motsvarande mån elevernas "fria" områden.



Vår fjärde tes är: BEHOVEN FÖRÄNDRAS HISTORISKT.

Det har inte alltid funnits ungdomar.

Den sociala grupp som vi kallar "ungdomar" uppstår i Sverige efter andra världskriget, och det hänger naturligtvis samman med att överklassen berövas sitt monopol på ungdomen. Det är självfallet inte någon slump att det sker just då; bl a de här politiska och ekonomiska förutsättningar spelar roll:



- Förlängningen av utbildningen till nioårig obligatorisk grundskola och sedan till (i praktiken lika obligatorisk) gymnasieskola. Utökningen av skoltiden har bidragit till att unga människor ur alla sociala klasser "hålls kvar" i ungdomen. Övergången från barndom till vuxenhet dras ut över en längre tid än tidigare.

- Både arbetarungdomen och skolungdomar börjar i takt med det ökade välståndet i familjerna få en egen ekonomi och inträder som starka konsumtionsgrupper på varumarknaden. De konsumerar dessutom "onyttigheter" som tidigare varit förbehållna överklassen: musik, restaurangbesök, mode (och så småningom: resor, bilar osv.)

Precis som uppfattningen om ungdomen är ett samhälleligt producerat - inte "naturligt" eller mänskligt" - fenomen, är ungdomskulturen samhälleligt producerad.

Utvecklingen sedan 60-talet har visat på en ny paradox: samma ekonomiska och utveckling som tidigare skapade "ungdomen" som ett slags frirum mellan barndom och vuxenhet, underordnar ungdomarna under ett nytt slags tvång. Frirummet stängs! Och marknadens herrar skyr inga medel tvärtom utnyttjar man listigt t o m resultat och parollerna från 60-talets ungdomsuppror-

Undervisningen ska ta hänsyn till elevernas erfarenheter och behov, så brukar formuleringen lyda. Kulturindustrin lever gott på att ta hänsyn till ungdomarnas omedelbara behov. För att kunna resonera om pedagogik, eller om ungdomskultur, måste vi få begrepp om hur dessa behov är beskaffade. En spännande fråga gäller behovens föränderlighet. Är ung-

domars behov idag annorlunda än för något eller några decennier sedan? Här kan vi kanske finna förklaringar till "skolans kris" och till kulturindustrins makt över själarna. Som föräldrar eller lärare gör vi ofta misstaget att (omedvetet) göra hågkomsterna från vår egen skoltid till förklaringsmönster.

Normdebatten, talet om "dom inte har respekt för något längre", är kanske ett symptom på reella förändringar och inte bara reaktionärt kvirr. Man får inte glömma att - vilket psykoanalytiskt orienterade påmint om alltsedan Siegfried Bernfeld på tjugotalet- lärare använder eleverna för att tillfredsställa sina egna behov, främst för att bekräfta sin uppfattning om sig själva. Därför tror vi att skolans kris delvis består i att eleverna helt enkelt vägrar att tillfredsställa lärarnas behov. Annorlunda uttryckt: att lärarnas och elevernas behov blir oförenliga. Som lärare har man idag, i och med den borgerliga bildningstraditionen och lärarauktoritetens sammanbrott, egentligen bara ett ideal att leva upp till: att vara en omtyckt lärare, och härvidlag behöver man för självkänslans skull bekräftelse från eleverna. Men en "narcicistisk" elevgrupp undflyr känslomässiga bindningar och har egentligen bara ett behov: att bli lämnade ifred.

Det viktiga är att vi progressiva lärare och andra, försöker analysera elevernas situation och deras behov och behovens förändringar. Det ger en bättre grund för pedagogisk praktik än de senaste årens mycket abstrakta prat om pedagogiska metoder.

Men marknadskrafterna har det mesta

av ungdomskulturen i ett stadigt grepp. Även om faktiskt existerande behov är själva förutsättningen för kulturindustrins framfart, så modellerar den dessa behov i sitt eget intresse. Ungdomskulturen är i hög grad kultur åt ungdomarna. Ta Aftonbladets bilaga UNG - men tänk på alla liknande massmediala ungdomsprodukter:

Deras beskrivning av ungdomskulturen

är som resor in i exotiska landskap - världsfärdssamhällets subkulturer. I bästa fall har beskrivaren/resenären ritat en karta över det underliga landet som hon kan visa upp när hon kommer tillbaka.

Ungdomarna känner inte till kartan.

Far och mor och kvarterspolisen och socialborgarrådet skäller på kartan.

Marknadsdirektören lär sig kartan
Plötsligt har KARTAN blivit identisk med ungdomskulturen. I någons intresse. Glöm inte det.