NORDIC YOUTH 2004

Ett projekt utfört av

MTV MUSIC TELEVISION

KAIROS FUTURE

I samarbete med

Carat

TeliaSonera

Sony Ericsson

Nordic Youth 2004

Undersökningen Nordic Youth 2004 är en omfattande studie av unga nordbors värderingar som har genomförts i samarbete mellan Kairos Future och ungdoms-TV-kanalen MTV. På det hela taget har ungdomar i de olika nordiska länderna väldigt liknande värderingar. Vår undersökning visar även att dagens unga tjejer är mer målinriktade och ambitiösa än killarna. Dagens unga är också professionella konsumenter och har inga problem att navigera i konsumtionssamhället. Samtidigt känner de sig stressade av den moderna teknikens möjligheter. Men det största problemet är att hinna med allt man vill göra. Därför har de ingen brådska att bli vuxna.

Nordiska ungdomar mer lika än de tror

På det hela taget har ungdomar i de olika nordiska länderna väldigt liknande värderingar. De har ungefär samma inställningar till vad ett bra liv innebär, hur ett bra arbetsliv ser ut, vad man vill göra i framtiden, etc. I några avseenden skiljer sig ungdomar från olika länder, men likheterna överväger skillnaderna.

Samtidigt tycker inte ungdomarna i de nordiska länderna att de är så lika varandra. Visserligen anser de flesta att man är ganska lik invånarna i sina närmsta grannländer, men någon tydlig nordisk värdegemenskap tycker de sig inte se. Vissa anser att likheterna med engelsmän och amerikaner större än likheten med de nordiska länderna i övrigt.

Tjejerna mer målinriktade än killarna

Traditionellt brukar killar sägas vara mer framfusiga och mer benägna att ta för sig. Resultaten från Nordic Youth 2004 ger dock anledning att revidera den bilden. Vår undersökning visar att dagens unga tjejer är mycket målmedvetna och ambitiösa. De är karriärinriktade och skulle gärna skaffa sig chefspositioner. De vill även ha möjlighet att resa runt och se världen. Samtidigt vill de heller inte göra avkall på umgänget med familj och vänner. På de flesta områden verkar tjejerna mer drivna och målinriktade än killarna.

Individualism på olika sätt

Dagens unga är utpräglade individualister och anser sig ha rättighet och möjlighet att forma sina liv efter eget tycke. Den personliga friheten och möjligheten att fatta egna beslut spelar mycket stor roll för dem. Detta gäller för både tjejer och killar. Däremot finns en intressant skillnad i vilka beslut tjejer och killar fattar. Tjejerna, som grupp betraktat, är ganska enhetliga i sina uppfattningar medan spridningen är betydligt större bland killarna. Tjejerna kan således sägas vara konformistiskt individualistiska, medan killarna är spretigt individualistiska.

Kommersialism som livsstil

Dessa ungdomar har vuxit upp i ett samhälle präglat av konsumtionssamhället och medierna, vilket bidragit till att forma deras värderingar. De är uppvuxna med ett konstant brus av kommersiella budskap omkring sig och har lärt sig att hantera det. Dagens unga är professionella konsumenter och låter sig inte imponeras i första taget. De är väl medvetna om att de är en attraktiv konsumentgrupp som alla försöker locka till sig. Men de är inte lättfångade.

Men dagens unga är inte bara kunniga konsumenter, utan hela deras världsbild är framvuxen i ljuset av konsumtionssamhället. På samma sätt som tidigare generationer beskrivit sig själva i termer lånade från Freud och Marx, beskriver sig dagens unga med begrepp lånade från marknadsföringsvärlden.

Materiellt överflöd men brist på tid

Ofta brukar kommersialism ses som synonymt med materialism, men dagens nordiska ungdom har utpräglat post-materiella värderingar. I stor utsträckning tar de det materiella välstånd för givet och för dem är inte pengar vägen till lycka. Lyckan ligger i att få uppleva saker och i att kunna förverkliga sig själv och sina idéer. Pengar och materiella ting är inga mål i sig själva utan medel för egen utveckling. För dagens unga är det tiden – inte pengarna – som är den stora bristvaran. De är omgivna av ett enormt utbud som pockar på deras uppmärksamhet och de har lärt sig att inte öda någon tid på sådant som inte intresserar dem. Detta leder till en intressant paradox; trots att de strävar efter att alltid vara tillgängliga, blir de samtidigt allt svårare att nå.

Tekniken möjliggör på gott och ont

Unga anser att den tekniska utvecklingen överlag har varit positiv för människan. Genom den har vi fått möjligheter som tidigare generationer inte ens kunde drömma om. Enligt de unga är tekniken grunden för samhällets utveckling och den löser många problem. Men den har också sina negativa sidor.

Den största nackdelen ligger i att vår användning av tekniken förändrar våra beteenden; den skapar behov. Eftersom det är socialt oacceptabelt att inte vara tillgänglig gör tekniken unga människor stressade. De flesta känner ibland behovet av att koppla ifrån, men skulle samtidigt bli väldigt irriterade om någon av vännerna skulle ha stängt av sin telefon. Många unga beskriver det som ett slags beroende. De kan även se att tillgängligheten har förändrat andra vanor. I de värsta stunderna har tekniken lett till att människors liv blivit ostrukturerade, men samtidigt ospontana. Man behöver inte bestämma sig för något i förväg. Med hjälp av tekniken har man möjligheten att ändra sina planer i sista sekund. Samtidigt blir man nervös om det ringer på dörren, eftersom ingen man känner längre kommer oanmäld.

Det sociala livet

Problemen med teknik- och medieutvecklingen ligger således inte i det konstanta bruset av kommersiella budskap som kommit i deras fotspår. Det kan man lätt ignorera. Istället ligger svårigheten i det man inte vill säga nej till: Vännerna.

Vännerna har nog alltid haft en stor betydelse för unga människor, men idag är möjligheterna större än någonsin att ständigt stå i kontakt med varandra. Nu finns det tekniska möjligheter att hålla ordning på ett umgänge på upp till 300 personer och att hålla sig underrättad om vad de har för sig. Men det tar tid. Mycket tid. Detta leder till en intressant paradox. I detta moderna och tekniskt avancerade samhälle har unga svårast att tillgodose de mest grundläggande behoven: mat och sömn. Man hinner helt enkelt inte äta och sova.

Unga har ingen brådska att bli vuxna

Dagens unga ser inte själva på sin ungdomstid som en vilsam tid utan ansvar. Istället upplever de att de lever ett hektiskt och inrutat liv med många krav. Främst är det sina egna krav de försöker leva upp till. De upplever sig inte bara ha *möjligheten* att styra sina liv, utan de har även *skyldigheten* – en skyldighet mot sig själva – att fatta rätt beslut.

Detta visar sig i ungas kluvna inställning till vuxenlivet. För unga innehåller ungdomstiden en frihet som man inte gärna vill förlora. Men friheten har också sitt pris i svåra val och stressen över att försöka hinna med så mycket som möjligt. Ungdomstiden är en period av frihet att kunna bli vad som helst, men frustration över att inte vara något. I vuxenlivet ser ungdomarna tryggheten i att ha funnit sig själv; att ha blivit den man vill vara. Men vuxenlivets ansvar har också sin baksida. Risken finns att man blir för trygg i sin tillvaro och slutar att utvecklas. Då förlorar man sin absolut viktigaste egendom; sin individualitet.

Om Nordic Youth

Undersökningen Nordic Youth 2004 är en omfattande studie av unga nordbors värderingar och har genomförts i samarbete mellan Kairos Future och ungdoms-TV-kanalen MTV. Denna studie ingår i en serie värderingsundersökningar vilka går under namnet *Dagens unga, Morgondagens vuxna*. Den har pågått sedan år 1989 och har i år genomförs för 14:e gången. Tidigare år har studien inriktat sig på svenska ungdomar, men i år omfattar den även de övriga nordiska länderna. Sammanlagt har över 4000 ungdomar från Sverige, Norge, Danmark och Finland besvarat frågor om hur de ser på sina framtida liv. Frågorna berör det mesta. Utbildning, intressen, arbetsliv och konsumtion är några av de teman som berörs.

Syftet med undersökningen är att kunna följa värderingsförändringar bland unga för att kunna få en bild av hur samhället kommer förändras på längre sikt. De värderingar som vi formar i ungdomsåren bär vi även med oss när vi blir äldre. Inom en inte allt för avlägsen framtid kommer dessa ungdomar att vara med och påverka samhället utifrån sina uppfattningar. På så sätt ger undersökningen en indikation om hur samhället kommer att förändras på sikt.

Om Kairos Future AB och undersökningsansvariga personer

Kairos Future AB är ett fristående forsknings- och konsultföretag med cirka 25 medarbetare som specialiserat sig på studier av omvärlden och framtiden och dess konsekvenser för företag och organisationer. Vi arbetar med merparten av de största företagen, intresseorganisationerna och myndigheterna i Sverige och även på andra håll i Norden och internationellt. En av Kairos Futures kärnverksamheter är att bedriva strategiska studier kring värderingar, livsstilar och konsumtionsmönster. Kairos Future har också skrivit ett antal böcker som har relevans för denna studie. Dessa böcker inkluderar Morgondagens konsument, 70-talister, 80-talister, Morgondagens kvinna, Tjugo värdar, Morgondagens marknadsföring och Beyond Mobile.

Som en del i verksamheten genomför Kairos Future varje år hundratals föreläsningar för små och stora grupper. Ofta är syftet att väcka tankar, ge inspiration eller annorlunda infallsvinklar på välkända problem. Ibland är föreläsningen en del i en utbildning och kan handla om sakfrågor som morgondagens konsument, varumärken eller kompetensfrågor, eller inriktas mot metod och konsten att tänka. Vi skräddarsyr en föreläsning till snart sagt varje framtidsrelaterad frågeställning.

Denna undersökning om ungas värderingar har letts av Thomas Fürth, forskningsledare, Bernhard Lüthi, undersökningsansvarig och Pär Lundgren, statistiker på Kairos Future. Om du är intresserad av en fördjupad diskussion kring ungas värderingar eller söker en inspirerande föreläsning är du välkommen att kontakta oss på nedanstående adress:

KAIROS FUTURE

Om Thomas Fürth

Thomas Fürth, forskningsledare vid Kairos Future, författare till bl.a. 70-talisterna och 80-talisterna är en Sveriges mest erfarna föreläsare. Varje år håller han uppemot hundra förläsningar. Det vanligaste temat är kring ungas värderingar – Dagens Unga Morgondagens vuxna - och dess roll som morgondagens konsumenter, medborgare och medarbetare. Dessutom anlitas Thomas i många fall som föreläsare kring generationsskiften, värderingar och livsstilar. Ett vanligt tema är ”När 40-talisterna går och 80-talisterna kommer”. Föreläsningen kan inriktas mot hälsa, arbetsliv, konsumtion eller krav på offentlig service. Andra teman handlar om framtidens samhälle, ekonomi och arbetsliv. I framtiden kommer vi leva av att roa, oroa och ta hand om varandra. Olika barn leka bäst - om mångfald och kulturmöten i arbetsliv och samhälle, samt Staden/Regionen som en scen - om regioner och orters attraktivitet, krav och värderingar.

Du når Thomas på tel. 08 – 545 225 09 eller thomas.fuerth@kairosfuture.com

Om Bernhard Lüthi

Bernhard Luthi är seniorkonsult på Kairos Future. Han har bred erfarenhet av omvärlds- och framtidsfrågor samt strategiutveckling. 2004 ansvarade han för MTVs och Kairos Futures värderingsstudie om nordisk ungdom, Nordic Youth.

Vill du veta mer om vad som karaktäriserar dagens nordiska ungdom och vilka konsekvenserna är idag och framåt i tiden. Vad betyder det att tjejerna är så starka och målinriktade? Tiden blir en allt knappare resurs för ungdomarna och basala behov som mat och sömn kommer allt oftare i andra hand, ändå värderas hälsan allt högre som en förutsättning för ett gott liv. Hur kommer det påverka morgondagens arbetsplatser, familjebildande, samhälle och boende. Vad får ungdomarnas teknik- och kommunikationströtthet för effekter. Kommer vi få en generation som i allt större utsträckning väljer att koppla bort. Hur ska man i så fall kunna nå dem? Hur kommer framtidens alltmer professionella konsumenter agera och hur måsta man anpassa marknadsföringen och sina budskap.

Hör av dig till Bernhard om du vill veta mer på tel. 08 – 545 225 14 eller bernhard.luthi@kairosfuture.com

Kairos Future AB, Vasagatan 40, 101 36 Stockholm

Tel. 08 – 545 225 00

E-post: info@kairosfuture.com

Hemsida: www.kairosfuture.com

KAIROS FUTURE