



- en subkulturell trendsetter for mainstream?

Av Anne Myrstad, Høgskolen i Tromsø

Tegneseriefiguren Nemi er en ung kvinne i begynnelsen av 20-åra. Hun er kledd i svart og omgås mennesker i et urbant goth-miljø¹. Nemi er et utpreget nattmenneske som trives best på barer. Her kan hun sjekke opp gutter med tatoveringer, skjelle ut naive blondiner, røyke og drikke seg full. Men til tross for sine laster og tilhold i ett subkulturelt miljø, kan det synes som om Nemi er blitt en trendsetter for mange unge lesere – unge lesere som tilhører den massen Nemi selv tar avstand til, det såkalte mainstream.

Med utgangspunkt i Nemis popularitet vil jeg nettopp belyse hvorvidt Nemi kan betraktes som en trendsetter for mainstream. For å problematisere dette, vil jeg å se nærmere på Nemis identitet og identitetsutforming. Hvem er Nemi - og hvem er *de andre* hun kontrasterer seg mot? Videre vil jeg se på forholdet mellom subkulturer og mainstream – både i form av teoretiske betraktninger og empiri i form av tegneserien Nemi. Subkulturer har tradisjonelt vært dominert av innovative, unge menn. Jenter og kvinner er blitt sett på som passive vedheng i denne sammenheng. I lys av dette vil Nemi også være interessant i et kjønnets perspektiv.

Nemis identitet og identitetsutforming

Nemi er forskjellig fra alle andre. Hun passer tilsynelatende ikke helt inn i noen fellesskap. Dette visualiseres gjennom farger. Nemi er konsekvent tegnet i svart /hvit, mens hennes venner og resten av verden er i farger. Mer spesifikk er det Nemis klær og hår som er svart. Huden er hvit. Denne stilen kan forstås som et uttrykk for Nemis individualitet – hun ønsker å være seg selv, gjennom et ekspressivt, stilistisk uttrykk. Dette gjør henne unik og forskjellig.

Nemis individualitet kan på den ene siden sees i lys av en generell samfunnsendring. I løpet av de siste 40 årene har det vært et verdiskifte i den folkelige tankegang fra disiplin, plikt og lydighet til ekspressivitet – til 'å finne seg selv' eller 'å være seg selv' (Gullestad 1996:224). Verdiskiftet gjenspeiler valgmulighetene i utformingen av identitet. Individet må i større grad enn tidligere skape seg sin egen identitet. Den egenskapte identiteten manifesterer seg ofte i ekspressive uttrykk som eksempelvis innredning, klesstil, musikksmak, m.m.

¹ Gothmiljøet har hatt rykte på seg for å være mystisk og introvert. De har i følge Olsen (upublisert), en svært hvit og europeisk tilnærming til musikk - i motsetning til rockerne som har mer en "sort" musikkopprinnelse. I 1995 åpnet en egen Gothklubb i Oslo, men selve gothmiljøet eller gothmusikken har sitt utspring i post-punk miljøet i England i midten av 80-tallet.

Identitet kan videre forstås som de sider ved en selv man ønsker å få bekreftet av andre. Identiteter kan således være relasjonelle på mange ulike måter – definert i opposisjon og motsetning til noen mennesker og deres syn, og gjennom en direkte eller indirekte identifikasjon med andre (Gullestad, 1991). I lys av dette kan Nemis svart/hvit-stil, på en annen side, assosieres til et subkulturelt gothmiljø. I dette miljøet er klesfargen svart, mens sminken ofte er markant svart på hvit hud, liksminke. Hennes tilknytning til dette miljøet er blitt ytterligere forsterket gjennom Nemis egen cd-utgivelse. Cd'en består av mørk, tung og dyster musikk. Dette utgjør essensen i gothrocken. I tillegg foregår en del av Nemis virksomhet på gothbaren Gotham Night i Oslo. Ved å oppsøke mennesker som har en lignende identitetspakke som hun selv, bekrefter Nemi sin identitet. Gothmiljøet blir på denne måten Nemis identitetsbærende gruppe (Gullestad, 1996).

Både klesstil og musikk kan sees på som identitetsmarkører. I følge Olsen (upublisert), er dette viktige elementer i etableringen av subkulturelle stilarter. De ulike identitetsmarkørene ilegges ofte subtile meninger som integreres i et helhetlig tankeunivers (Lury, 1996:196). Dracula og vampyrer i tåkelagte landskaper synes å være viktige inspirasjonskilder for den svarte, mystiske stilen i gothmiljøet. Dette kommer til uttrykk gjennom flagrende velurkapper, liksminke og nattlig virksomhet. Disse elementene, samt den dyste musikken – blir ofte knyttet til budskapet "Happiness in Darkness". Altså, se det vakre i det dystre – finne lykken i de mørke og negative sidene i seg selv (Bergensavisen/puls, 05.02.03).

Identitet kan også defineres i opposisjon og motsetning til *de andre* eller de utenforstående. Kontrastering er således en grensemarkering mot fellesskap man ikke ønsker å tilhøre eller ønsker å bli identifisert med (Eriksen, 1994). I Nemis tilfelle er *de andre* massen eller det såkalte *mainstream*. Klassifisering av andre kan indirekte fortelle hvem Nemi ønsker å være, gjennom det hun ikke ønsker å være - '*nothing classifies more than the way he or she classifies*' (Bourdieu, 1990:132).

Hva og hvem er mainstream?

For Nemi manifesterer mainstream seg først og fremst gjennom unge, naive blondiner som er fans av popmusikk som Britney Spears og Shakira. Dette er såkalte "babes" som følger strømmen i stedet for å tenke selv. Disse unge blondinene er ikledd siste mote – gjerne iført korte topper som gjør mageregionen synlig. Menn i den samme kategorien kaller hun streitinger. De har klær og hår som er striglet, og er ofte strebere i form av studier eller travle jobber på reklamebyråer. De lytter til musikk som Oasis, Elton John og Wham. Musikksmak og klesstil blir på denne måten viktige identitetsmarkører – også når det gjelder klassifikasjon av *de andre*.

Nemis forståelse av mainstream er i tråd med hvordan samfunnsvitenskapen har definert denne massen. I sosiologiske analyser av ungdomskulturer har det vært vanlig å definere mainstream

som en motsats til subkulturer. Mainstream er blitt betraktet som 'det normale' innenfor den konvensjonelle majoritet - gjerne forbundet med kommersialisme. Mens subkulturer er blitt sett på som innovative alternativer til det samme kommersielle verdisystemet. Opposisjonen mellom mainstream og subkulturer har også generert andre dikotomier som homogen/heterogen, feminin/maskulin osv. I Thorntons (1995) analyse av klubb- og housekulturer i England, så de fleste ungdommene så på sin egen gruppe som heterogen og vanskelig å klassifisere, mens det generelt var enkelt å identifisere den homogene mengden de ikke ønsket å tilhøre. Et lignende eksempel, men med en snert av ironi, kan også spores i en Nemi- tegneseriestripe. To av Nemis venner sitter på bar og beklager seg over hvor lei de er av å bli møtt med fordommer på grunn av stilen. De blir enige om at det som er bra med undergrunnsmiljøene, er at de ikke dømmer folk etter hvordan de ser ut. I neste øyeblikk kommer en mann i dress inn i baren. Jævla streiting er vennenes kommentar til mannen.

Det kan videre virke som om unge kvinner eller såkalte babes er overrepresentert i Nemis mainstream. Dette kan tolkes i retning av at Nemis mainstream er kvinnelig eller innehar egenskaper som tradisjonelt har vært forbundet med kvinner. Kjønnliggjøringen av mainstream er i følge Thornton (1995) blitt forstått i forhold til hvordan subkulturell kapital erverves. Subkulturell kapital er ikke noe man lærer på skolen – det er et 'ekstra pensum' som må læres på fritiden. Tradisjonelt sett har gutter brukt mer tid og penger på aktiviteter i fritiden – eksempelvis som å kjøpe- og lytte til musikk eller å lese i musikkblader. Jenter har i større grad brukt tid på å gjøre det bra på skolen – noe som også har vært med på å forme deres identitet. Jenter identifiserer seg dermed i større grad enn gutter med den konforme populærkulturen. I tillegg hevder Thornton at når ungdommer snakker nedsettende om en annen kultur blir den ofte karakterisert som feminin eller jentete. Den andre kulturen blir devaluert som passiv og imiterende. Som en kontrast blir autentiske subkulturer skildret i kjønnskøytrale eller maskuline termer.

I den senere tid har imidlertid Thornton (1995) funnet det nødvendig av å tegne opp et mer nyansert bilde av mainstream - et bilde som i større grad ivaretar kompleksiteten i en økende grad av kulturelt mangfold. Thornton påpeker blant annet medias betydning for forestillingen av mainstream. Nettopp fordi mainstream ofte blir assosiert til forbruk og konsum som tabloidpressen nærer oppunder – eksempelvis nevner hun "Top of the Pop". Denne listepopen finner vi også igjen i Nemis mainstream når det gjelder musikksmak. Dette er musikk som er svært tilgjengelig – musikk man ikke aktivt trenger å oppsøke, fordi den blir kringkastet i alle tenkelige medieformater. Dette medieskapte mainstream fungerer som en viktig kilde for orientering i ungdommens sosiale verden – selv om den objektivt sett ikke eksisterer. Mainstream utgjør på denne måten et parameter for bedømming av kulturelle verdier (ibid), hvor mainstream fungerer som et symbolsk uttrykk for normalitet (Olsen, upublisert).

Fra subkultur til normalitet

Nemifiguren har i løpet av få år utviklet seg fra å være en endimensjonal outsider til å bli en selvbevist og reflektert kvinne med kritisk blikk både på subkulturer og allmennheten. Selv om det fortsatt er mye fyll og uteliv på single Nemi, synes det som om hverdagens trivialiteter har fått større plass i livet hennes. Hun er også blitt mindre dyster til sinns, noe som gjør henne lettere tilgjengelig for andre enn svartkledde folk. Nemi har med andre blitt mer normalisert enn det hun var i sin opprinnelse.

Nemis 'normaliserende' utvikling kan forstås fra ulike sider. For det første er kvinnen bak Nemi, Lise Myre, blitt eldre. Nye krav og forpliktelser øker som regel i takt med alder og modenhet. At voksenlivets realiteter også har innhentet Nemi kan derfor settes i sammenheng med Lise Myres eget ståsted. Denne gjenspeilingen blir ytterligere forsterkes ved at det er flere parallelle trekk mellom Nemi og Lise Myre (Dagbladets helgemagasin, 27.01.03).

Nemis normaliserende trekk, kan på en annen side, være en strategi for å utvide Nemiseriens tilhengerskare. Altså, gjøre identitetspotensialet større for å øke salgstallet. Innenfor subkulturelle musikkmiljøer ville en slik kommersialiserende prosess blitt betegnet som "selling-out". "Selling-out" kan bli forstått som å selge et internt produkt til utenforstående. Overført til Nemis verden kan dette betraktes som å selge et goth-produkt til andre, utenforstående som ikke har tilhold i et subkulturelt gothmiljøet. Produktet fjernes således fra sin opprinnelse for å tilpasses et større marked. Faren ved en slik prosess er at produktet kan miste sin autenticitet eller ekthet og bli en likegyldig vare.

Hvis dette er i ferd med å skje med Nemi, vil hennes subkulturelle posisjon være i fare. Autenticitet er i følge Thornton (1995), en viktig del av det som blir betraktet som subkulturell kapital. Masseproduserte produkter står i kontrast til denne ektheten, fordi de av subkulturelle miljøer blir betraktet som det motsatte – noe falskt og uekte. I tillegg kan Nemis kvinnelige kjønn være med på å redusere hennes subkulturelle troverdighet. Dette fordi subkulturelle miljøer i stor grad er dominert av unge menn. Imidlertid kan Nemis kjønn også bli oppfattet som hennes styrke. I kraft av å være kvinne kan hun være mer refleksiv i forhold til det subkulturelle.

Nemis normaliserende utvikling kan også sees i lys av mobiliteten mellom subkulturer og mainstream. Olsen (upublisert:12,17,18) hevder at det over tid skjer en utflating eller en uthuling av subkulturer, dvs. innholdet i subkulturer "spises" opp av en mainstream-stil og berøves dermed det unike i sitt uttrykk. Gjennom slike prosesser endrer stiltrekkene karakter fra å være uttrykk for alternative subkulturelle tilknytninger til å være "normale" i den forstand at de er årets mote. Olsen begrunner dette med at kles- og moteindustri retter seg inn på spesielle stilretninger. Dette gjøres ved at designere inspireres av stiltrekk fra subkulturer og gatemoter. På denne måten produseres en stilmessig normalitet gjennom opptak av stiltrekk fra subkulturer inn i "mainstreammoten" (op:cid). Subkulturer blir således viktige trendleverandører for moteindustrien.

I en av tegnesterstripene illustreres nettopp denne prosessen. Nemi er i en klessbutikk, hvor hun prøver en kort, svart minikjole i velkjent Nemistil. Hun spør ekspeditrisen om hun ikke ser litt vel dristig ut i kjolen. Ekspeditrisen svarer at det er slik moten er i år. Kommetaren får imidlertid Nemi til å stoppe kjøpet av kjolen. I en annen stripe møter vi Nemi som ekspeditrise i en platebutikk. Hun står og drømmer om at det for en gang skyld skal komme en person å be om en eneste bra plate. I neste rute kommer en ung mann og spør etter "Essence of Wounds" av Lamented Soul. Nemi smiler, endelig en kunde som har greie på musikk. Men før Nemi går og henter plata tenker hun seg om. Dette er hennes musikk! Skal denne kunden komme å kjøpe skiva og spille den for resten av vennene sine og så skal de spille den for alle sine venner og før man vet ordet av det blir skiva spilt på radioen også liker alle den. Da må i tilfelle Nemi finne noe annet å like. Etter betenkning svarer derfor Nemi – den skiva har vi ikke.

Sistnevnte historie viser et konkret bilde av den sosiale logikken i nyutvikling av subkulturer. Etter hvert som subkulturene innhentes av massene tvinges det fram nye innovasjoner og nisjer. Dette fordi subkulturer hele tiden ønsker å distansere seg fra det etablerte markedet (Thornton, 1995). På denne måten er musikk og motebransjen med på å drive fram en pluralisering av samfunnet nettopp gjennom å gjøre det subkulturelle normalt (Olsen, upublisert:18). En ytterligere konsekvens av en slik prosess er at stil løsriver seg fra samfunnets stratifiserte skjema, hvor det i følge Bourdieu (1979) er de dannede som har vært toneangivende i forhold til smak. Dette fører videre med seg at markedet blir mer horisontalt, og beveger seg bort fra symboliseringen knyttet til hierarkier (Olsen, upublisert:20).

Uthuling og utflating av subkultur kan også spores i gothmiljøet. DJ.sjef og bookingansvarlig, Nikolai Kleppe, ved Dominion Goth Club i Bergen, forteller at tidligere risikerte gothrokerne å bli jaget gjennom byen. Mens nå er andre folk blitt mer tolerante – stilen er blitt mer stuert. Han hevder videre at Lise Myhre og Nemi har vært en viktig bidragsyter til denne utviklingen (Bergensavisen/puls 05.02.2003). Utsagnet kan tolkes i retning av at Nemi har bidratt til en stilmessig normalisering av det norske gothmiljøet, og i sådan måte en trendsetter for normaliteten. Dette blir ytterlig forsterket ved at flere unge jenter kan observeres i flagrende kapper og svartfarget hår. Det kan også synes som om Nemi har vekket jenters interesse for tegneserier - en interesse som i stor grad også har vært dominert av menn.

Fra Storbritannia meldes det at Goth-stilen har lurt seg inn i moteblader og på catwalken. Ikke i form av tradisjonell gothstil, men i form av en cyber-gothstil. Her er svarte kapper byttet ut med selvlysende høyteknologiske mønstre på rosa plastklær. Den dystre og depressive musikken er byttet ut med techno og elektronisk musikk. Dette er cyber-goths som danser og hopper til industriell musikk, og ser nærmest ut som de har hoppet ut fra en eksperimentell Pokemon-episode (Dagens Næringsliv, april 2003). Denne utvikling av goth-miljøet kan være nok et eksempel på at stiltrekk fra subkulturer er innhentet av "mainstreammoten".

Konklusjon

Ved å belyse mobiliteten mellom subkulturer og det såkalte mainstream kan Nemi betraktes som en trendsetter, i den betydning at hun har bidratt til en normalisering, avmystifisering og feminisering av gothmiljøet. Hun har dermed vært en brobygger mellom det maskuline submiljøet og det feminine mainstream. Dette gjør Nemi til en gothheltinne og et forbilde for tegneserielesende jenter – og kanskje et kjærlighetsobjekt for tegneserielesende gutter. I kraft av sitt kjønn – som outsider i en maskulin subkultur – er hun i stand til å gjennomskue, være refleksiv overfor ulike sider ved det imagepregede gothmiljøet. Med andre ord ha klarsyn i et tåkelagt vampyrlandskap.

Referanser

- Bourdieu, Pierre (1990):** *In Other Words: Essay Towards a Reflexive Sociology*. Polity Press, London.
- Bourdieu, Pierre (1979):** *Distinksjonen – en sosiologisk kritikk av dømmekraften*. Pax Forlag A/S, Oslo.
- Eriksen, Thomas Hylland (1994):** Identitet, kap.3 i T.H. Eriksen (red.) *Flerkulturell forståelse*. Tano Aschehoug, Oslo.
- Gullestad, Marianne(1989):** *Kultur og hverdagsliv. På sporet av det moderne Norge*. Det Blå Bibliotek, Universitetsforlaget, Oslo.
- Gullestad, Marianne (1996):** *Hverdagsfilosofer*. Universitetsforlaget, Oslo
- Lury, Celia (1996):** *Consumer Culture*. Polity Press, Cambridge.
- Olsen, Bror (upublisert):** *Emosjonelle lanskap: Identitet og konsum – en økologisk modell av markedet*. Del av dr.grad ved Institutt for sosialantropologi, Det samfunnsvitenskaplige fakultet, Universitetet i Tromsø.
- Thornton, Sarah (1995):** *Club culture. Music, Media and Subcultural Capital*. Polity Press, Cambridge.

Andre kilder

- Bergensavisen/puls, 05.02.03. "Goth for alle" av Marte Bjørkelund.
- Dagbladets helgemagasin. 30.07.02. "Kaptein Nemi" av Sigmund Sørensen.
- Dagsavisen, 22. 06.00. "Alminnelighetens svartkledde Nemesis" av Mode Steinkjær.
- Nemi - Edgar Allan Poe, 2003. Egemont serieforlaget AS, Oslo.
- Nemi - Iskalde grøss, 2003. Egemont serieforlaget AS, Oslo.
- Nemi, høsten 2002. Egemont serieforlaget AS, Oslo.
- Monstre, 2002. Cappelen, Oslo.
- Carpe noctem, 2002. Bladkompaniet AS, Oslo.
- Nemi, julen 2001. Bladkompaniet AS, Oslo.
- Fri og grusom, 2001. Bladkompaniet AS, Oslo.
- Slem pike, julen 2000. Bladkompaniet AS, Oslo.
- Nemi, 2000. Bladkompaniet AS, Oslo.
- Nemi – CD