



LUNDS
UNIVERSITET

Sociologiska institutionen

Magisteruppsats: SOC 466, 30 hp.

Höstterminen 2007

Att vara Flashpacker eller Backpacker

Identitetsutveckling i Global tid

Författare:
Sylwia Murman
790402-0620

Handledare:
Marianne Gunnarsdotter Svenning

ABSTRACT

Författare: Sylwia Murman

Titel: Att vara Flashpacker eller Backpacker - *Identitetsutveckling i Global tid*

Magisteruppsats: SOC 466, 30 hp

Handledare: Marianne Gunnarsdotter Svenning

Sociologiska institutionen, Höstterminen 2007

Problem:

Det har vuxit fram en ny identitet inom resekulturen, flashpackern, som har sitt ursprung i backpackerkulturen. Denna identitet skiljer sig dock från den traditionella backpackern på olika plan. Jag antog mig att följa flashpackern jorden runt vilket resulterade i en fältstudie.

Syfte:

Syftet med denna undersökning är att diskutera identitetsförändringar inom resekultur, som sker när samhällets struktur förändras och en ny kontext uppstår.

Beskrivning av uppsatsens utgångspunkter och undersökningens uppläggning:

Uppsats inleds med en bakgrundsdel vars syfte är att ge en förståelse till terminologin. Här förklaras hur termen backpacker samt flashpacker och även eurocentrism och en nationell aspekt på backpacking. Den andra delen syftar till att ge en teoretisk förklaring till den förändrade samhällsstrukturen och en förändring i kontext som sker i Europa och Nordamerika. Denna del tar även upp förändringar i identitet då ett nätverksamhälle utvecklas. Identitetsdiskussionen innefattar även en diskussion kring mode och trend eftersom detta är ett viktigt inslag inom identitetsutveckling bland flashpackers. Det empiriska materialet som samlades in under en fältstudien presenteras i form av citat från intervjuer och observationer.

Slutsats/resultat:

Det har skett förändringar i samhällsstrukturen i takt med att globalisering utvecklats. Denna omvandling ger förutsättningar i livsstil till att en ny residentitet har kunnat växa fram.

Resultatet har blivit en globalt rörlig yuppie som kallar för flashpacker.

Nyckelord: flashpacker, globalisering, identitet, mode

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Sid

1. INLEDNING	4
1.1 Introduktion	4
1.2 Problemformulering	4
1.3 Syfte och ämnesval	5
1.4 Frågeställning	5
1.5 Metod	6
1.6.1 Observation	7
1.6.2 Intervju	8
1.6.3 Sekundärdata	9
1.6 Teoridiskussion	9
1.7 Disposition	10
1.8 Forskarroll	11
2. BACKPACKERS OCH FLASHPACKERS	11
2.1 Backpacker	12
2.2 Flashpacker	13
2.3 Yuppiesen blir global	13
2.4 Eurocentrism	14
2.5 Den nationella aspekten	14
3. GLOBALISERING OCH GLOBALISERINGENS KULTUR	15
3.1 Global transformation	15
3.2 Transnationell värld	15
3.3 Global medborgare	16
3.4 Identitet och nätverkssamhälle	17
3.5 Mode och identitet	18
4. FLASHPACKA I DEN GLOBALA ERAN	19
4.1 Global livsstil	19
4.1.1 En flashpacker som inte vill vara en backpacker	19
4.1.2 Tubtopp eller Thaibyxa – mode som symbol	22
4.1.3 Den mobila teknologin som symbol	23
4.1.4 getjealous.com	24
4.2 Globala konsekvenser	25
4.2.1 Matheese och fjianerna	25
4.2.2 Globalisering som en trend – Varför inte resa med stil	26
5. SAMMANFATTNING	28
6. ANALYS	29
7. SLUTSATS	31
7.1 Slutord	31
8. REFERENSLITTERATUR	32

8.1 Litterära källor.....	32
8.2 Elektroniska källor	33
9. INTERVJUER	33
10. INTERVJUMALL	34

1. INLEDNING

1.1 Introduktion

Att ta semester har blivit allt viktigare av olika anledningar. Bland annat används semestern för att komma bort från hektiskt arbetsliv och stressig vardag. Idag har semestern även fått en symbolisk betydelse där syftet är att komma bort från vår egen tidsuppfattning.¹ Som Torun Elsrud påpekar finns ett samband mellan samhällsutveckling och en viss tidsuppfattning. Därför blir det möjligt att resa bort från det som subjektet anser som sin egen existerande tidsuppfattning till en annan tid. En semester långt bort kan därför även symbolisera en resa i tid.

Samtidigt som allt fler värdesätter semestern allt mer sker det även förändringar på global nivå som påverkar individens livsstil och mål, där även en förändring i kontext inträffar. Vissa menar att det sker en epoksförändring där världen blir allt mer transnationell. I relation med den globala utvecklingen inträder även andra förändringar som medför en framväxt av en ny typ av invånare som är mer konsumtionsinriktad och globalt rörlig. Familjer satsar på att förbereda sina barn inför den transnationella världen genom att betala för skolor belägna i andra västerländska länder. Den unga delen av befolkningen tillhör en ny kategori av medborgare. Med ett större kapital till sin förfogan har de erövat ett domän som tidigare förknippades med lite kapital. Vad man har tjänat är ytterligare mobilitet. Resultatet har blivit en förmögen backpacker. Rörlighet ses som en lyx och semester symboliserar en välsignelse från vardagsstressen.²

~*~

1.2 Problemformulering

Under mitt fältarbete, januari 2007, intervjuade jag en kvinnlig resenär på ett hostel på Fijiöarna. Under samtalet sa hon plötsligt: *"Titta där, sådana flashpackers"*. Jag visste inte riktigt vad hon syftade på, så jag frågade vad det var för några men fick inget riktigt svar. Efteråt kände jag att jag inte kunde motstå att titta närmare på flashpackern och undersöka vem en sådan är. Snart flyttade jag in till ett sex bädd rum där fyra stycken irländska tjejer bodde. Anledningen till att jag valde att flytta in i just det rummet var att dessa hade blivit utpekade som flashpackers, och jag kom på så vis närmare denna spännande resenärskategori. De irländska tjejerna hade med sig enormt mycket accessoarer och massvis med elektroniska apparater fans med i resväskan, på deras jorden runt resa. En av tjejerna hade en galghängare på hjul med sig som man kunde fälla

¹ Elsrud (2004), 78

² Held, McGrew, Goldblatt, Perraton (1999), 10

ihop. Jag förstod inte varför de hade med sig så mycket olika elektroniska saker, men insåg att jag också hade det vilket har blivit vardagen för en resenär. Vad jag senare kom fram till var att de fyra irländska tjejerna, och kanske till och med jag själv, tillhörde en stor och utspridd grupp av resenärer som bara året innan, inte fanns som ett etablerat koncept. Detta var klart och tydligt en ny grupp av backpackers som jag antog mig att följa jorden runt.

~*~

1.3 Syfte och ämnesval

Denna uppsats har som syfte att diskutera identitetsförändringar inom resekultur, som sker när samhällets struktur förändras och en ny kontext uppstår. Tillvägagångssättet för att bearbeta resekulturen sker utifrån en presentation av empiriskt material som diskuteras i samband med globaliseringsteorier. Teorierna framställs främst av Ulrich Becks globaliseringsanalys, samt Manuel Castells analys om identitet inom globaliserig samt nätverkssamhällets framväxt.

Inom resekulturen existerar det olika resealternativ som olika typer av människor väljer beroende på livsstil och möjligheter. Dessa förändras och transformerar då samhällsstrukturer utvecklas. Därför blir kontextbeskrivning ett oundvikligt redskap för att analysera identitetsförändringar av denna sort. Denna uppsats kommer av den anledningen att nyttiga sig av en diskussion om kontexten som förklarar identitetsförändring.

~*~

1.4 Frågeställning

Jag vill främst undersöka om flashpackern vuxit fram som resultat av det nya transnationella samhället. För att utveckla denna tankegång har jag delat in min frågeställning i tre underfrågor:

För det första vill jag fastställa identitetsskillnader mellan backpackers och flashpackers genom att undersöka hur vistelsemiljö och beteende framträder främst bland flashpackers. Flashpackern har utvecklats från backpackern, därför är det nödvändigt att undersöka skillnader och likheter mellan grupperna för att fastställa att flashpackern har en egen identitet skild från backpackern.

För det andra vill jag undersöka vilken kontextuell bakgrund flashpackern har vuxit fram från, Jag vill lyfta fram denna aspekt främst utifrån ett teoretiskt perspektiv och belysa den nya kontexten som en följd av globaliseringens och nätverksamhällets framväxt.

Den tredje frågan är vilka konsekvenser flashpackerns framväxt har på global nivå? Frågeställningen syftar till att undersöka om flashpackerns vistelse medför förändringar för den lokala befolkningen eller den lokala sociala ordningen.

~*~

1.5 Metod

Den här undersökningen kommer att omfatta en etnografisk fältstudie som metodval. Jag har utfört en mobil etnografi som Georg Marcus framställer i *"Ethnography of the World System: The Emergence of Multi-sited Ethnography,"* där ett fokus på narrativ tagna ur världssystemet och en undersökning av världssystemens kontext är väsentlig att genomföra då transnationalitet och globalisering är en del av vår förståelse om samhällsstrukturer idag.³ Denna metodologi har utvecklats sedan 70-talet då en mer global syn på utveckling började träda fram. Marcus menar att anledningen till att man inte kan använda sig utav metoder som enbart tar hänsyn till en plats eller intar ett perspektiv är eftersom världen idag är global och transnationell.⁴ Den etnografi som Marcus presenterar är en multi-sited i sin karaktär vilket innebär att den utspelar sig på flera olika platser eller intar flera olika perspektiv. Fältstudien är redan multi-sited i sig enligt Marcus eftersom den använder både teori och empiri för att skapa en analys.⁵ Marcus nämner olika metoder inom denna etnografiska syn som är anpassade efter globalisering och den transnationella kontexten: *follow the people, follow the thing, follow the metaphor, follow the plot or story, follow the life or biography and follow the conflict.* Jag har följt Marcus riktlinje i denna uppsats och använt mig av metoden follow the people där jag följer subjektet på deras geografiska resa jorden runt.

Ett exempel på användning av metoden follow the people är främst Malinowski använde i *"Argonauts of the Western Pacific"* där ett följande av subjekt sker då de rör sig geografiskt. Andra exempel på denna typ av studier kan vara migrationsstudier eller studier om arbetsmönster samt boendemönster i öresundsregionen. I denna uppsats följer jag turister som reser jorden runt på en, allmänt uttryckt, klassisk jorden runt resa. Denna resväg innebär besök i följande länder: USA – Nya Zeeland – Australien – Sydostasien (Thailand).

Jag har även skapat en multi-sited etnografi, inte enbart i geografisk mening utan även kontextuellt inriktad med insyn i olika perspektiv. Detta utfördes genom intervjuer på personer som har varit på något vis delaktiga i flashpackertypen. Detta har inneburit intervjuer med exempelvis lokalbefolkningen i olika länder eller personer som har arbetat inom turism på olika

³ Marcus (1986), 80

⁴ Ibid, 81

⁵ Ibid, 83

vis. Den etnografiska fältstudien i multi-sited form innebär en hel del olika moment och olika metoder i sig. Min metod har varit udda och omfattande med tanke på tidsintervallet. Under de åtta månader ute i fältet har jag använt olika former av observationer, intervjuer, samtal och deltagande aktiviteter. Jag har enbart använt den kvalitativa metodologin i denna uppsats. Denna metod ger möjlighet att komma närmare problematiken och låta subjektens röst komma fram. Personerna som jag har studerat har delat med sig av sina erfarenheter och funderingar kring den pågående resan, vilket är deras subjektiva syn på upplevelser. Det är den subjektiva delen av resan som är av intresse i fältstudien eftersom den berättar om identitet och hur denna skapas och tillhör en specifik grupp.

~*~

1.5.1 Observation

Som forskare observerar man ständigt, under intervjuer, på väg till intervjun eller i en kö. En observation kan även innebära en icke verbal kommunikation, en term som jag har hämtat från Elsrud forskning där hon beskriver observationen av backpackerkulturen i Sydostasien.⁶ Elsrud påpekar att det är viktigt att lägga märke till kläder, hårfrisyrer, matvanor, valda ställen att resa till, grupperingar, peircing, ansiktsuttryck och andra saker för att identifiera en viss grupp. Observationen kan därför skapa en förståelse för kontexten som denna grupp eller kultur lever inom. Metod med icke verbal kommunikation har varit en central del i denna uppsats för att identifiera en flashpacker. Vid observationstillfällena har jag observerat beteendemönster och sysselsättningar. Idar Magne Holme och Bernt Krohn Solvang beskriver i *"Forskningsmetodik. Om kvalitativa och kvantitativa metoder"* observationen som både öppen eller dold i sin karaktär. En öppen observation innebär att deltagaren är medveten om att denna observeras till skillnad från en dold observation där deltagaren inte har vetskap om att denna observeras.⁷ Jag har använt båda observationsmetoderna under fältstudien där en del observationstillfällen har varit deltagande och andra passiva. En deltagande observation innebär att jag själv har varit med på aktiviteter i observationssyfte. Exempel på en deltagande observation är bo eller resa på samma sätt som IP:n. Mestadels av tiden har målgruppen inte varit medvetna om min observation vilket var ett medvetet val från min sida. På så vis har jag kunnat observera en naturlig miljö. Observationerna har ägt rum i olika miljöer. En av de främsta observationsplatserna är i hostel, exempelvis i det gemensamma köket, internetkaffet, travel agency kontoret, incheckningsdisken, restauranger och tvättstugan. Vid många tillfällen har även observationerna ägt rum i utomhus-

⁶ Elsrud (2004), 48-50

⁷ Holme & Solvang (1991), 111

miljö, exempelvis på olika turist attraktioner eller under en resa till en annan destination som exempelvis flygplatser och på bussar eller tåg.

För att dokumentera de olika observationerna har jag fört anteckningar i en dagbok och i vissa fall har jag använt diktafon som verktyg.

Resultatet av observationerna har inneburit en förståelse i reskontext, vilket är en av grunderna till varför ett urskiljande av identitet existerar mellan backpackers och flashpackers.

~*~

1.5.2 Intervju

Intervjuer är ytterligare en metodform som har haft en viktig roll i denna fältstudie. Olika intervjuformer har varit användbara, från formella intervjuer till oformella samtal. Intervjuerna har varit strukturerade och semistrukturerade till ostrukturerade. Alla former har sina för och nackdelar men jag har försökt att anpassa varje metod till de unika tillfällena som ges. Holme och Solvang beskriver intervjutekniken som en metod vars flexibilitet står i centrum, till skillnad från den kvantitativa som är strukturerad i sin form.⁸ Ibland har det uppstått situationer under fältstudien då jag träffat en person och blivit tvungen att ta tillfälle i akt med att ställa upp en intervju på några sekunder. Det är enkelt att kritisera min metod, men samtidigt har jag samlat in mycket kunskap genom sådana tillfällen.

Att hitta personer till intervjuer har varit relativt enkelt. Jag har hela tiden befunnit mig nära subjekten och därmed även haft möjlighet till att göra ett urval. Urvalet som gjordes under fältstudien begränsades inte till en viss ålder eller till ett visst kön eftersom detta inte var relevant, utan jag fokuserade på att intervju flashpackers. I vissa fall har jag även intervjuat backpackers för att få en förståelse om motsatserna. En annan kategori av IP:n som jag har intervjuat är personer som arbetar inom turismbranschen på olika vis. Exempelvis hotellpersonal, restaurangpersonal, guider med flera för att få en djupare förståelse av industrin och utomstående syn på flashpackern. Jag har sammanlagt genomfört 20 strukturerade intervjuer samt lika många ostrukturerade och ett obestämt antal samtal som jag dokumenterat i dagboksform. Vid dokumentation av strukturerade och semistrukturerade intervjuer använde jag diktafon där jag senare transkriberade intervjuerna.

Intervjuerna har varit grunden för att få fram en narrativ förståelse av vad en flashpacker är och vilka samband denna identitetstyp har med globalisering och transnationalitet.

~*~

⁸ Ibid, 82

1.5.3 Sekundärdata

Under fältstudien har jag införskaffat mig kunskap rörande frågeställningen via internet och tidningar samt annonsering. Informationen har lett till att följandet av subjektet blivit möjligt i form av sökandet efter geografiska platser eller förståelse av flashpacker orienterad företagsverksamhet. Exempel på internet sidor som jag har haft stor nytta utav har varit www.getjealous.com och resedagboken för att nämna de viktigaste. Tidskrifter och broschyrer som har varit användbara har jag hittat på olika hostel eller på platser som förknippas med flashpackers. Speciellt annonser och annat reklammaterial har varit användbart eftersom sådant material ofta använder stereotypa förståelser och bilder av den målgrupp som den riktas till. Den stereotypa bilden kan man vidare använda för att förstå den studerande gruppen och dennes identitet.

~*~

1.6 Teoridiskussion

För att belysa identitetsförändringar utifrån förändringar i samhällsstrukturer är det angeläget att diskutera den utveckling som sker i de regioner som flashpackern kommer ifrån. Flashpackern är oftast från Europa och delvis från Kanada, därför vill jag diskutera utvecklingen som sker i dessa regioner för att belysa kontextförändringen. Stuart Hall menar att: alla människor skriver och talar utifrån en viss tid och plats. *"Allt vi säger är kontextuellt och därmed positionerat."*⁹ Ulrich Beck påpekar att sociologi handlar om att utforska vad mänskligt liv innebär i det fall som världen har blivit. Beck menar därför att sociologisk metod och sociologiska utgångspunkter borde analyseras utifrån den aktuella världsförändringen, därmed utifrån den aktuella kontexten.¹⁰ Av den anledningen främjas denna undersökning av en kontextanalys.

Det empiriska materialet som jag har samlat in grundas i teorier om globalisering, transnationella samhälle samt nätverk. Jag har främst använt Ulrich Becks bok, *Vad innebär Globalisering?* och Catharina Erikssons diskussioner i *Globaliseringens Kultur*. De två ovannämnda teorierna framhåller en viss samhällsförändring och diskuterar hur en sådan har påverkat samhället. Dessa teoretiker erbjuder även en förklaring till en kontextförändring som har börjat utvecklas sedan andra världskriget och fick sitt slagkraft i takt med den teknologiska utvecklingen. Det är

⁹ Eriksson, Eriksson Baas, Thörn (1999), 231

¹⁰ Beck (1998), 26

samhällsförändringens innebörd som jag vill använda för att förklara identitetsutvecklingen bland backpackers.

En annan teoretiker som visade sig användbar i denna analys är Manuel Castells och hans teorier presenterade i: *Power of Identity*, och *Nätverksamhällets Framväxt*, där författaren diskuterar identitet och hur denna påverkas av den globala förändringen samt nätverksamhällets framväxt. Detta teoretiska resonemang ger en bakgrund till hur identitet förändras i en kontextförändring samt hur nätverkssamhällets framväxt bidrar till en sådan förstärkt identitet. För att ytterligare belysa flashpackeridentiteten och berika diskussionen om vilka skillnader som existerar mellan flashpackern och backpackern använder jag Fred Davis bok *Fashion, Culture and Identity*. Modet och trend är ett viktigt redskap inom identitet för flashpackerkulturen och därför blir det viktigt att ta upp denna del i deras liv.

Teorierna som jag använder har medfört att en analys, där sammankoppling av teori och empiri sker, har blivit möjlig. Teorierna förklarar hur identitetsutveckling sker medan det empiriska materialet framhäver narrativa episoder i IP:s liv som därmed även är en del av deras identitet.

~*~

1.7 Disposition

Uppsatsen är indelad i tre huvuddelar. Den inleds med en bakgrundsdel vars syfte är att ge en förståelse till terminologin som används i uppsatsen. Här förklaras hur termen backpacker används samt hur flashpacker termen ses från min sida. Jag diskuterar även eurocentrism och en nationell aspekt på backpacking. Eurocentrismen och nationaliteten ger en viktig förståelse om hur turism av denna sort ser ut och vem som är flashpacker.

Den andra delen syftar till att ge en teoretisk förklaring till den förändrade samhällsstrukturen och en förändring i kontext som sker i Europa och Nordamerika. Denna del tar även upp förändringar i identitet då ett nätverksamhälle utvecklas. Identitetsdiskussionen innefattar även en diskussion kring mode och trend som identitetsskapande fenomen samt ger en inblick i hur samhällsstrukturen består av en konsumtionsinriktad identitet.

Den tredje huvuddelen i denna uppsats presenterar det empiriska materialet som samlades in under en fältstudie som varade i åtta månader på olika geografiska platser. Denna del innefattar både intervjumaterial som presenteras i form av citat och observationer. Den avslutande delen omfattar en sammanfattning och en analys där frågeställningen besvaras, samt en diskussion kring problematiken sker.

~*~

1.8 Forskarroll

Det går aldrig att komma ifrån den subjektiva bild man har av samhället. Man har ett bagage av erfarenheter med sig som styr ens val av ämne och de man väljer att framställa i sin forskning. Denna uppsats hade fått en annan karaktär om jag inte haft ett intresse för globalisering, identitet och turism. Även den etnografiska undersökningens inriktning är präglad av mina intressen och åsikter vilket är svårt att undkomma som forskare. Denna problematik har jag försökt att bearbeta i tre olika steg:

1. Medvetengöra problematiken om min egen kontext och diskurs i uppsatsen, vilket skapar en medvetenhet om situationen.
2. Genom att prata med lokalbefolkningen på de olika platser som jag vistades på under fältarbetets gång om hypotesen och frågeställningen. Detta fick effekten av att jag fick en mer ifrågasättande och distanserad uppfattning. Tänkesätten som exempelvis fijianerna hade, vars åsikt om globalisering, marknadsföring eller nätverksamhälle skiljer sig från vår, gav en bredare bild av olika perspektiv och åsikter vilket gav mig distans från mitt eget subjekt.
3. Den tredje och den viktigaste metoden jag använde för att distansera mig från min egen diskurs och kontext var att använda mig av en teoretisk bakgrund. Det är teorin som är fältforskarens vapen mot subjektiviteten. Och det är teorierna jag har använt för att skapa en analytisk bild av problemställningen. Givetvis har även detta varit en utmaning att inte riskera en helt teoretisk uppsats, utan att skapa en balans mellan IP:s röst och teorin.

~*~

2. BACKPACKERS OCH FLASHPACKERS

För att en analys av flashpackers skall bli givande vill jag först definiera backpackertypen för att senare använda definitionen i kontrast till flashpackertypen. Torun Elsrud diskuterar i boken *Taking time and making journeys* att det är genom en kontrastförstärkning som ett jag skapas.¹¹ I detta fall ett flashpacker jag. I denna definition kommer jag att framföra en bild av backpackern som är tagen från Elsruds definition.

~*~

2.1 Backpacker

Den generella förståelsen av vad en backpacker är grundas i förståelsen att det är en person som reser med ryggsäck samt är en självständig resenär vars resebudget är liten. Resorna är ofta längre och kan vara från några månader till flera år. Resorna är inte organiserade och ofta händer det att backpackers inte organiserar boende eller transportbiljetter förens de anländer på destinationen eller skall utfärda sin resa.¹² Denna generella bild stämmer inte alltid överens med alla backpackers eftersom skiljelinjerna är vaga mellan olika resekategorier. Elsrud tar hjälp av Eric Cohans förklaringsmodell på turism för att skilja olika resenärstyper åt. Cohan menar att ju mer rekreativ inriktad en turist är ju mer nöjd och bekväm är denna i sin hemmiljö och kultur. Vidare delar Cohan in resetyperna i ”*over diversionary*”, ”*experiential*”, ”*experimental*” och ”*existential*”. Den sistnämnda innebär att man är beredd att söka efter en plats som man kan bosätta sig på och tillhöra. Ofta är det lösdrivare eller personer som känner att de inte hör hemma någonstans.¹³ Backpackern hamnar i slutet på denna lista vid *experimental*. I denna uppsats kommer uttrycket traditionell backpacker användas då jag syftar till den ovannämnda kategorin.

Elsrud diskuterar även en annan viktig insyn om att det existerar en generell uppfattning om att man genom backpacking är bättre än en charterturist inom olika punkter. En av de viktigaste påpekande skillnaderna är att man anser sig vara mer autentisk resenär eller att man upplever resan mer autentiskt som backpacker. Graden av autenticitet mäts i hur nära man kommer den lokala kulturen. Enligt backpackers kan man endast komma nära en kultur genom en icke-organiserad resa, det vill säga på egen hand.¹⁴

Hierarki förekommer inte enbart mellan charterturister och backpackers utan det existerar även en hierarkisk ordning inom backpackergruppen. Därför blir skiljelinjerna inom backpack-

¹¹ Elsrud (2004), 28 - 33

¹² Ibid, 26

¹³ Ibid, 31

¹⁴ Ibid, 28

ing mer komplexa. Skiljelinjerna kan handla om ålder, kön eller kapital mätt i erfarenhet samt risktagande. Det sistnämnda innebär att man är en bättre backpacker om man tar större risker¹⁵ samt ju längre tid¹⁶ man har rest.¹⁷

~*~

2.2 Flashpacker

Under de senaste åren har en undergrupp av backpackers utvecklats som disponerar helt andra mål, normer och värderingar. Det strukturella skalet är det samma med ryggsäck och även längd på resan, men innehållet är avsevärt åtskilt från den traditionella backpackern. Denna utveckling har pågått under en viss tid och är ett mellanting som man inte kunde benämna tidigare. Idag när man tydligare ser kontrasterna mellan den traditionella backpackern och den nya kategorin har den fått namnet flashpacker. Uttrycket flashpacker har funnits i ca två år, enligt de som arbetar med backpackers. Gruppen fick namnet flashpacker från ordet flash¹⁸, som härstammar från engelskans slanguttryck flash och indikerar att man har en dyrare stil eller konsumerar dyrare saker. Uttrycket myntades i Australien.

~*~

2.3 Yuppisen blir global

För att göra en konkret åtskillnad mellan flashpacker och backpacker kan man använda 80-talets yuppisen som i liknelse till flashpackern har samma mål och livsstil.

Yuppie är en sammanskrivning av ”*young urban professional*” som kom att bli ett begrepp använt under 1980-talet i samband med en föryngring av den brittiska och amerikanska, välbetalda yrkeskåren, framför allt inom finanssektorn. Det handlade om att klä sig på ett speciellt sätt med kläder i strikt kontorsmässig stil. Det fanns också tillbehör som var viktiga, t.ex. mobiltelefoner, bärbara datorer och klockor från Rolex. Vissa restauranger, barer och nattklubbar som inriktade sig just på en kundkrets som tillhörde denna livsstil och blev därför tillhåll för många yuppies. Dessa ställen var ofta dyra. Det var inte ovanligt att vissa satsade på denna livsstil trots

¹⁵ Ett större risktagande kan innebära farligare och mer avlägsna destinationer, där hjälp inte finns om sådan skulle behövas vid exempelvis sjukdom. Elsrud s. 78

¹⁶ Man har skilt i olika undersökningar på långtidsresenärer och kort-tids resenärer, där de förstnämnda är mer än ett år och senare under ett år. Det har t.ex. funnits en hierarkisk ordning mellan olika backpackers grupper där man mäter status efter risktagande som fara och udda destinationer samt längd. Elsrud s. 60

¹⁷ Elsrud (2004), 28

¹⁸ Inom det svenska språket finns ett slanguttryck *flashig* taget från engelskans *to flash* eller att visa upp.

att de egentligen inte hade råd med detta. Under 1990-talet började denna livsstil tonas ner och det ansågs mer förfinat att visa professionell framgång på ett mindre iögonenfallande sätt.¹⁹

Flashpackern är lik en yuppie eftersom båda grupperna har identiska värderingar, mål och krav på sin omgivning. Skillnaden är att flashpackern är en geografiskt rörlig person. Den främsta likheten mellan grupperna är att det inte är kompetensen som spelar roll utan den *flashiga* utsidan, i kontrast till backpackern som vill åstadkomma erfarenhet och kunskap genom sin resa. Min syn och förståelse om flashpackern blir därför att den är ett mellanting mellan

backpackern och yuppisen. Där flashpackern har yuppisens beteende inom levnadsstil och mål men tagit backpackerns metod och blivit globalt rörlig.

~*~

2.4 Eurocentrism

Det existerar en västerländsk kontext om den ”*fria vita mannen som väljer att resa runt*” där denna beresta person har en lyx att röra sig fritt över gränser. Elsrud diskuterar resonemanget utifrån Jonas Frykman och Orvar Löfgren som menar att förståelsen kring den ”*fria vita mannen som väljer att resa runt*” härstammar från 1700 – och 1800 talet då den rika bourgeoisie inne hade lyxen att separera fri-tiden och arbets-tiden. Fri-tiden var något som inte alla hade, och bourgeoisie kunde utnyttja denna till resor och visiter.²⁰

Catharina Erikssons har liknande syn på dagens globala samhälle, vilket är att det fortfarande styrs av ett kolonialt tänkande.²¹ Enligt den eurocentiska utgångspunkten är det kolonialismen som har präglat våra identiteter, både som de koloniserade och som kolonisatörerna och därför existerar den inom det globala perspektivet.²² Elsrud understryker att det inte är så lätt att frigöra sig från sina kulturella koder vilket även är den grundläggande faktorn till varför lokalbefolkningen blir *den andra* i kontrast till backpackern.²³

~*~

2.5 Den nationella aspekten

Jag vill lyfta en nationell aspekt inom backpacking där majoriteten av backpackers och flashpackers är vita européer där Storbritannien är den mest representativa. Backpackers från länder

¹⁹ <http://sv.wikipedia.org/wiki/Yuppie>

²⁰ Elsrud (2004), 29

²¹ Eriksson, Eriksson Baas, Thörn. (1999), 16

²² Ibid, 14

²³ Elsrud (2004), 26

utanför Europa existerar likaså, men även är den vita resenärer överrepresenterad. Nästintill alla europeiska länder är multikulturella i sin karaktär och därför kan man förvänta sig att backpackers och flashpacker har samma fördelning. Men däremot så speglas detta minimalt bland backpackers och flashpackers. Som exempel kan man nämna destinationen Nya Zeeland och Australien där majoriteten av backpackers och flashpackers i dessa regioner var personer från Storbritannien eller Kanada. Trots detta var det ytterst få som hade indisk, asiatisk eller afrikansk nationalitet.

~*~

3. GLOBALISERING OCH GLOBALISERINGENS KULTUR

3.1 Global transformation

Man kan konstatera att den Europeiska och västerländska kontexten befinner sig i en förändringsfas där varor, kapital och symboler förflyttas i obrutna strömmar över jordklotet. Även människor rör sig fritt över gränser.²⁴ I detta kapitel skall jag teoretiskt förklara hur och varför detta sker.

Med tiden har en friare handel utvecklats och fler lagar och institutioner därefter som WTO och Världsbanken för att underlätta denna typ av vidareutveckling. David Held påpekar att den globala handeln som pågår nu är den mest avancerade rent historiskt då delar av världen befinner sig i en industrialiseringsfas, medan det i Europa och Nordamerika sker en avindustrialisering. Den globala handeln medverkar i en global ekonomi som i sin tur har lokala påverkningar. Förändringarna i det ekonomiska systemet innebär inte bara samhällsstrukturella förändringar utan även förväntningar för individen. Utvecklingarna kan exempelvis innebära större speciella kunskaper och en anpassningsförmåga samt en mer flexibel inställning.²⁵

En förklaringsmodell på hur det globala samhället ser ut är Containerteorin. Den innebär att staternas gränser inte är lika tydliga som innan utan att företag och marknaden samt nätverk sträcker sig över nationalitetsgränserna.²⁶ Vinstmaximeringen är en viktig drivkraft för denna utvecklingen. För att förtydliga resonemanget presenteras tre huvudrum inom denna teori, centrala rum, semiperiferi, och periferi. Europa och Nordamerika räknas till det centrala rummet utifrån ett ekonomiskt perspektiv. Många nya regioner blir rikare då världsmarknaden investerar i dem, men detta system alstrar enorm fattigdom i andra delar.²⁷

~*~

3.2 Transnationell värld

Ulrich Becks utgångspunkt i *"Vad innebär globalisering?"* är att världen har blivit allt mer transnationellt. Transnationella organisationer har växt fram som McDonalds, Världsbanken, knarkkarteller eller katolska kyrkan. Dessa medför olika transnationella problem som klimatförändringar, narkotika eller AIDS. Men det existerar även transnationella begivenheter som VM eller krig. Relationer har blivit mer transnationella då gemenskap kan utvecklas och bibehållas

²⁴ Eriksson, Eriksson Baas, Thörn (1999), 13

²⁵ Held, McGrew, Goldblatt, Perraton (1999), 187

²⁶ Beck (1998), 42

²⁷ Ibid, 54

enklare över nationalgränser och fört samman människor genom religion, vetande experter, livsstil, släkt, politiska band eller konsumtionsvanor. Faktum är att den transnationella strukturen har förändrats helt, vilket innebär att arbets- och produktions former, banker, kapitalströmmar, tekniskt vetande skapar och stabiliserar handlings- och krissammanhang.²⁸ Det har även skapats olika transnationella subpolitiska grupperingar som utför politiskt arbete på global nivå. Exempelvis Greenpeace, Amnesty International Världsbanken, Nato EU osv. Beck menar att den teknologiska utvecklingen är en orsak till att denna utveckling har blivit möjlig.²⁹

Uttrycket transnationella rum används som ett huvudargument för den nya kontextens framväxt och innebär att nationen inte enbart finns inom nationen utan sträcker sig utöver nationsgränserna. Ett exempel på detta är Afrika som inte är en kontinent utan ett koncept som existerar utanför kontinenten Afrika.³⁰ Ett annat exempel är amerikanska mexikaner eller mexikanska amerikaner.³¹ Becks syn på utvecklingen går ut på att det sker en kulturell globalisering så väl som en ekonomisk. Detta kallas även för en McDonaldisering av världen där det sker en homogenisering av kulturer.³² Symboler som är globala växer fram och skapar samma globala identitet oavsett kulturell bakgrund.³³ Den nationella identiteten försvagas samtidigt som de globala symbolerna skapar en starkare identitet. Beck diskuterar utifrån Baumans argument där han menar att globala symboler skapar en gemensam identitet, vilket utvecklas vidare i kapitlet *identitet och nätverksamhället*.³⁴ Apadurai diskuterar att det finns en global kulturindustri av symbolvärldar som har lett till att identiteter och kulturer inom nationalstater har suddats ut.³⁵

~*~

3.3 Global medborgare

Manuel Castells diskuterar att nationalstaten har ändrat karaktär, från suveränitet till en global aktör. Samtidigt som nationalstaten ändrat sin karaktär har utvecklingen och satsningen på teknologi och framförallt mobil teknologi medfört underlättningar i kommunikation och nätverkande.³⁶ Följderna av den teknologiska utvecklingen är ett globalt flöde av personer, varor, symboler och information vilket är möjligt till hjälp av internet där rörlighet i tid och rum kan

²⁸ Ibid, 58

²⁹ Ibid, 57

³⁰ Ibid, 47

³¹ Ibid, 48

³² Ibid, 52

³³ Ibid, 71

³⁴ Ibid, 85

³⁵ Ibid, 112

³⁶ Castells (2001), 307

uppnås.³⁷ Vår livsstil har ändrats till en nomadlivsliknande där vi konstant är på resande fot via bil, tåg, flygplan, telefon eller internet. Det är ett transnationellt liv eller en transnationell livsstil som har utvecklats.³⁸ Den nya typen av medborgaren har även förbindelser med flera geografiska platser där det är vanligt att man känner sig hemma i olika miljöer och kulturer.³⁹ Castells diskuterar detta resonemang och menar att de nya globalinriktade företagen behöver kompetent personal.⁴⁰ Samhället består av transnationella företag som vill ha transnationellt förberedda personer som arbetskraft.⁴¹ Därför lockar enskilda länder till sig kapital i olika former som exempelvis människor och know-how.⁴²

Ett exempel på att nya krav ställs på medborgare kan visas genom Berlins flygplats och där informationsrösten i högtalarna kommer från en anställd på LAX. Det är en globalarbetsmarknad som medför speciella kunskaper på anställda. Ett annat exempel är taget från SVT nyheter den 19 november 2007. Arbetsförmedlingen anser det är rimligt att byggarbetare skall ta ett jobb utomlands annars får de sänkt a-kassa. Byggarbetarna tycker kraven är orimliga eftersom de inte är beredda att vara ifrån sina familjer. Familjens intresse hamnar efter företagets intresse, en utveckling vilket utgör ett hot mot den patriarkalinriktade familjestrukturen samtidigt som det förekommer en kontextförändring för individen.

~*~

3.4 Identitet och nätverkssamhälle

Stuart Hall diskuterar i, ”*Questions of Cultural Identity*”,⁴³ Foucaults syn på diskurs och identitet och menar att man borde fokusera på diskussionen kring diskursen som subjektet existerar inom, inte själva subjektet.⁴⁴ I modern tid med globalisering i fokus blir utvecklingen av subjektet vanligt. När ett subjekt kommer i kontakt med en ändrad omgivning förändras och utvecklas subjektet. Detta sker eftersom den sociala kontakten, dvs. samhället i sig, och synen på sig själv förändras.⁴⁵

Hall diskuterar vidare de grundläggande mekanismerna för konstruktionen av subjektets identitet och menar att identitet förstärks när man påpekar skillnader istället för likheter. Erkännandet är en annan identitetskonstruktion som ett resultatet av vad *den Andre* förväntar sig eller

³⁷ Held, McGrew, Goldblatt, Perraton (1999), 27

³⁸ Beck (1998), 102

³⁹ Ibid, 100

⁴⁰ Castells (2001), 307 - 308

⁴¹ Beck (1998), 91

⁴² Ibid, 17

⁴³ Hall (1996)

⁴⁴ Ibid, 14

⁴⁵ Ibid, 4

vill se i subjektet. Det är subjektet som söker efter ett erkännande av *den Andre* för att utvecklas. Därmed formas subjektet efter grupp beteendet. Erkännandets utveckling blir därför beroende av om man marginaliseras och exkluderas eller om man etableras och inkluderas. Om man etableras in i en grupp eller exkluderas blir man erkänd eller inte.⁴⁶ Det är enligt denna förståelse, menar Hall, som man för övrigt även kan förstå den koloniala erfarenhetens traumatiska karaktär och eurocentrismen. Dessutom är identitet historiskt bunden vilket innebär att den ständigt förändras.⁴⁷

Castells menar att dessa identiteter är materiellt sammanlänkande, det vill säga med en gemensam historia, språk, geografi och miljö. Under sådana omständigheter där globalisering inträffar eller annan samhällsförändring sker finns förutsättningar till att en viss del av befolkningen kan utveckla nya subjekt och identiteter. Det vill säga att man konstruerar ny mening omkring den projekterande identiteten.⁴⁸ Följden blir att den nya samhällsstrukturen ger potens till social förändring.

~*~

3.5 Mode och identitet

Mode är en viktig del inom flashpackerkulturen eftersom mode och trend främst används för att urskilja sig från den traditionella backpackern. Mode hör samman med konsumtion vilket även är ett tydligt inslag i den nya globala eran.

Fred Davis diskuterar i sin bok ”*Fashion, Culture, and Identity*” sambandet mellan mode och gruppidentitet.⁴⁹ Utifrån Davis resonemang besitter identitet den egenskapen att den kan utvecklas för att skapa nya undergrupperingar eller subkulturer. Anledningen till sådana förändringar kan vara en samhällsutveckling inom teknologi, ekonomi, ideologier, politik etc.⁵⁰ Det är kontextens förändringar som är en viktig faktor till varför identiteter förändras. Davis förklarar sambandet mellan identitet och samhällsutveckling utifrån att se mode och kontext som ett samband där dessa två är beroende av varandra.⁵¹ Det vill säga att trenden avgör vilka kläder och andra konsumtionsvaror som konsumeras av subjektet. Trenden är också beroende av en kulturell kontext där kulturen och samhället har en avgörande del i vilka varor som säljs. Trendiga varor har ett symboliskt värde och används av subjektet för att urskilja sig från andra grupper

⁴⁶ Ibid, 79

⁴⁷ Eriksson, Eriksson Baas, Thörn (1999), 233

⁴⁸ Castells (1999), 65

⁴⁹ Davis (1992), 17

⁵⁰ Ibid, 17

⁵¹ Ibid, 8

och på så vis skapa en identitet.⁵² Mode beskrivs av Davis som en slags spegel som visar vart man kommer ifrån, vilken kultur man tillhör, eller vilken grupp man inte tillhör, speciellt när man befinner sig utanför sin egen kultur.⁵³ Mode skapar även kontraster och motsatser där en gruppidentitet inte kan existera utan den andra gruppens tillvaro.⁵⁴

~*~

⁵² Ibid, 21

⁵³ Ibid, 14-15

⁵⁴ Ibid, 16

4. FLASHPACKA I DEN GLOBALA ERAN

I detta avsnitt vill jag presentera de empiriska material som jag har samlat in under åtta månader på fältet i samband med studier om flashpackers. Majoriteten av de intervjuade kom ifrån Europa där Storbritannien var den mest representerade. Det fanns en del från Brasilien och Sydafrika, men det var vita medborgare från dessa regioner. Det var oftast från en medelklassfamilj.

~*~

4.1 Global livsstil

4.1.1 En flashpacker som inte vill vara backpacker

En stor inspirationskälla för flashpackers har varit guideboken Lonely Planet.⁵⁵ Den har varit användbar för att hitta rätt ställe att bo men även restauranger eller barer. När jag själv tittade igenom Lonely Planet Australien, Nya Zeeland samt Fiji kunde man tydligt se hur författarna skiljde åt på flashpackerorienterade och backpackerorienterade platser eller hostel. De förstnämnda lade större fokus på inredningsförklaringar, den centrala punkten, service och uteställen runtomkring till skillnad från de backpackerorienterade där man ville få fram sevärdheter, aktiviteter och att det är tyst och tillbakadragande.

Det finns olika anledningar till varför en person reser som flashpackers, men den generella anledningen är bekvämlighetsfaktorn och att man har kapital för det. Det kostar mer att resa som en flashpacker i jämförelse med backpacking vilket diskuteras längre fram i detta kapitel. Andra anledningar till att resa var att träffa andra människor och att hålla kontakt med dom.

“To meet other people and have fun... and to see other places in the world.”⁵⁶

Ett annat uttalande löd:

“Yes I met so many new friends /.../ we use e-mail and maybe Myspace to keep in touch /.../.”⁵⁷ “We wanted to go round the world ... it’s like ...instead of going to one destination we go for longer time to many places.”⁵⁸

⁵⁵ En reseguidebok med inriktning på backpacking.

⁵⁶ Från intervju: Kvinna, 22 år. Hawaii 2006-12-12

⁵⁷ Från intervju: Kvinna, 21 år. Hawaii 2006-11-03

⁵⁸ Från intervju: Kvinna, 21 år. Hawaii 2006-11-03

En jorden runt resa har ersatt resor till en destination. Detta gör man för att träffa andra människor som gör samma sak som en själv. Men även för att vara borta en längre tid på fler destinationer.

*"I travel because I wanted to do this before I figure out what I want to do. We have talk about it when we where still in school (gymnasium) and now we are doing it. /.../ we worked a little bit in Australia as well. "*⁵⁹

Många ser resandet som en del av livet, eller något man borde göra innan yrkeslivet. Det finns dock många olika sätt att resa på och en viktig anledning till valet av att resa som en flashpacker är av bekvämlighetskäl.

*"I just pay and that's it. I don't want to run and find stuff... I'm only here for a short while. "*⁶⁰

Många av de intervjuade påpekade att de inte skulle stanna så länge på en destination, därför valde de att exempelvis köpa redan organiserade grupprundturer. En annan orsak är att man har mer pengar att spendera än en traditionell backpacker och därför höjs även standarden och tjänsterna.

*"We eat out all the time, ... Almost all the time. And it's different kind off food, depending on the hour of the day or what we want to eat /.../ At home we eat out a lot to, but not every day. "*⁶¹

En flashpacker kan ha råd att äta ute tre gånger om dagen, shoppa på dagen och gå ut på krogen på kvällen. En uträkning på hur mycket en flashpacker spenderar under en genomsnittlig dag kan variera mellan 700 kr till obestämd summa.

En av anledningarna till varför man väljer att resa jorden runt är för att destinationerna stämmer överens med de intressen man har.

*"I got the cheapest ticket. It's five destinations and the choice were cities ... So I wanted to go to Australia /.../ "*⁶² *"I always wanted to visit Sydney and Melbourne... But also Los Angeles and New York "*⁶³

⁵⁹ Från intervju: Man, 18 år. Hawaii 2006-10-28

⁶⁰ Från intervju: Man, 20 år. Nya Zeeland 2007-03-10

⁶¹ Från intervju: Kvinna, 20 år. Australien 2007-04-22

⁶² Från intervju: Man, 23 år. Fiji 2007-01-15

⁶³ Från intervju: Kvinna, 19 år. Hawaii 2006-11-10

Storstäder är viktiga destinationer för flashpackertypen. Majoriteten av de intervjuade flashpackers uttryckte ett intresse förorstäder. Det fanns olika anledningar till intresset, men huvudorsakerna var de metropola egenskaperna som lockade. Bland annat har arbetstillfällena och uteliv en betydelse inom val av ort, men även konsumtion och sökandet efter en viss typ av människor som även de väljer sådana destinationer. Denna attityd gäller dock enbart till västerländska länder. Det är säkrare och mindre omständligt att resa inom och till västerländska städer. I Thailand och på Fijiöarna vill man bort frånorstäder och konsumtion för att uppleva strandliv.

”That’s what Thailand is famous fore /.../.”⁶⁴

En annan förklaring löd:

”The ticket we got had a stop in Fiji ... so its going to be nice to get away from cities for a couple of days. There’s nothing else to do over there we heard... We will take a boat pass and go to all the small islands. I think there is suppose to be one that is including everything ... and I think its organising trips and things.”⁶⁵

Det höga värdet på strandliv är en västerländsk idé och många attraktiva orter för flashpackers är turisminriktade och utvecklade miljöer för detta ändamål.

”We want to go see Phi Phi islands and maybe Phuket ... and maybe to this full moon party island.”⁶⁶

Dessa var typiska flashpackerinriktade destinationer. Anledningen var de redan bekväma och välfungerande turistorter. En flashpacker spenderar mindre tid på en mindre utvecklad destination än i en metropolstad. Men detta betyder inte att man inte tar sig till naturen eller att man spenderar mindre pengar på denna sorts av aktivitet. Det är vanligt att en organiserad resa i naturen koster mer än en vistelse i staden.

~*~

4.1.2 Tubtopp eller Thaibyxa – mode som symbol

Både flashpackern och backpacker lägger stor vikt på kläder, men det existerar stora skillnader i stil. Skillnaden mellan grupperna ligger på samma nivå som i hemländerna. Flashpackern har

⁶⁴ Från intervju: Kvinna, 21 år. Hawaii 2006-11-03

⁶⁵ Från intervju: Man, 23 år. Fiji 2007-01-15

⁶⁶ Från intervju: Kvinna, 19 år. Nya Zeeland 2007-03-12

gärna märkeskläder eller i alla fall kläder som man lika gärna skulle kunna använda i Londons eller New Yorks fashionabla uteliv, medan backpackern vill ha så lite kläder som möjligt med sig och helst så lite påkostade kläder som möjligt. Detta är något som backpackers anser vara en livsstil och denna livsstil har de även hemma till viss del.

”Nah I don’t really care about that... I have what I have... it’s not the important thing. /.../ Well I maybe care more but ... I have a place where I can have them you know. And e em ... well no I don’t see myself as one of those that shop expensive clothes if that’s what you mean.”⁶⁷

Intervjuresultat påvisade även att kläder som kostar lite pengar är en symbol som syftar mot den västerländska konsumtionsinriktade livsstilen.

Det är en del av backpackerkulturen att skapa en identitet där man vill visa att andra saker än de materiella är viktiga, eftersom det existerar en uppfattning om att det ickemateriellt är mer autentiskt. I kontrast till flashpackern som anser att de materiella sakerna har betydelse. Jag vill lägga fram denna observation genom att presentera en iakttagelse gjord i Thailand. Nämligen att backpackern har thai byxa medan flashpackern har jeans eller tubtopp klänning. Ett annat exempel är att backpackers gör dreadlocks på Kosan Road i Bangkok. Båda beteendena anses vara väldigt o-thailändska utifrån thailändarna själva men har en stor betydelse för relationen mellan grupperna. Man anser att thaibyxa är ett sätt att komma närmare den autentiska thailändska kulturen. Medan tubtoppen visar att man inte är thailändsk trots att det finns fler thailändskor som har tubtopp än någon thailändare som har thaibyxor. Utifrån detta resonemang är det moderna och konsumtionsinriktade samhället inte autentiskt utan det är fattigdom och gammal kultur som thaibyxa symboliserar för thailändarna som föreställer det autentiska. Enligt backpackern blir flashpackern en symbol för en resenär som upplever en mindre autentisk kultur.

”They will never see the true Thailand ... they only party and are not interested in the culture.”⁶⁸

~*~

4.1.3 Den mobila teknologin som symbol

Utvecklingen av den bärbara teknologin har ett stort symboliskt värde för flashpackern eftersom den påvisar att man tillhör en mobil och modern generation. Den mobila teknologins framväxt

⁶⁷ Från intervju: Man 27 år. Fiji 2007-02-18

⁶⁸ Från intervju: Man 24 år. Thailand 2007-02-18

har skett i en snabb fart och är redan en etablerad livsstil. Flashpackers identifieras utifrån medhavande av mängden teknologi på resan. Det är inte kvaliteten på tekniken som är det viktiga i detta resonemang utan mobiliteten som symboliserar en viss lyx med att röra sig fritt utan restriktioner.

”Well i don’t know... But I take pictures with my camera, and upload them on my travel diary.. you know so everyone know where I am and what I do. Oh and I have my mp3 ... and.. Well it takes some space because everything has chargers and stuff.”⁶⁹

Ipoden har en stor betydelse. En Ipod har redan ett visst symboliskt värde utanför resekulturen, där den symboliserar dyr mobilitet. Den ingår även i identitetsskapande för flashpackertypen som en symbol för denna typ av resenär.

”I don’t know... I got my Ipod as a gift from my mom and dad. “It’s a good mp3 player /.../ I don’t know what I would do without it now.”⁷⁰

En annan symbol för mobilitet är laptopen. Det är många som har haft en laptop med sig, men inte lika många som jag förväntade mig. Anledningen är att det finns ett mer mobilt sätt att resa på och samtidigt ha internet tillgång, än att resa med sin laptop.

”It’s too much to carry, I might as well use cafes.”⁷¹

Internetcafé finns idag överallt, till och med i de minsta byarna i de fattigaste regionerna. Ett internetcafé är ett mer attraktivt val för en backpacker eller flashpacker då det blir lättare att röra sig. Men att ha en laptop var trots detta en viktig sak för vissa. När någon hade en laptop kunde man byta musik eller bränna foton samt byta foton utan att behöva e-maila dem.

Mobiltelefonen har varit ett mer användbart hjälpmedel.

”I have it to call, like if it’s an emergency so I can call home.”⁷²

Ofta kan man även köpa kontantkort, vilket många som jag intervjuade hade haft om de har stannat en längre tid på ett ställe.

⁶⁹ Från intervju: Kvinna, 20 år. Australien 2007-04-22

⁷⁰ Från intervju: Kvinna, 20 år. Australien 2007-04-22

⁷¹ Från intervju: Man, 22 år. Australien 2007-04-10

⁷² Från intervju: Kvinna, 24 år. Nya Zeeland 2007-03-02

*"Yes I do have a cell with me /.../ I work here so I got a prepaid ... but you know to call friends... I have to have a cell"*⁷³

Den teknologiska utvecklingen har medfört en rad olika bekvämligheter, men skapar även kontrast till den traditionella backpackern som ibland inte ens har kamera med sig. Att ha med sig mycket elektronik har varit en naturlig del av mina IP:s resevardag.

~*~

4.1.4 getjealous.com

Att ha en online resedagbok är ett idag ett självklart instrument för att ha kontakt med sin familj och vänner under resan och onlineverksamhet tar stor del av resenärens tid. Varje dag spenderas ca en timme på ett internetkafé. Varje tid på dygnet är internetcaféerna överfyllda och på eftermiddagarna måste man ofta köa under högsäsonger för att låna en dator.

*"Yes I use it a lot, it's something that reminds me of home I think ... And my life there."*⁷⁴

Generellt använder flashpackers samma onlinedagböcker som backpackers. Jag fann inga skillnader men vad jag uppmärksammade under intervjuer om internet och resdagböcker var att www.getjealous.com nämndes ganska ofta. Många använder denna sida som resedagbok eller vid sidan om sin resedagbok. Namnet antyder att någon skall vara avundsjuk på dig, och eftersom det är en reseblogg, och resedagbok så antyder namnet att åskådaren, som både kan vara resenär eller en ickeresande person, skall eller borde vara avundsjuk på författaren.

*"Emm.. Yes I think I do want people to be little bit of jealous. And if I look at my friends that have travelled ... Yes they want others to be jealous maybe /.../ It's just I am here and they are at home."*⁷⁵

Resan är en lyx och är något som man borde sträva åt att göra. Arbetsdagen blir ett verktyg för att ha en semester. Resenären känner en tillfredsställelse när andra känner avund och kallar en för lycklig.

"Not everybody can travel you know... later you have a family and you can't do it like

⁷³ Från intervju: Man, 19 år. Australien 2007-04-01

⁷⁴ Från intervju: Kvinna, 24 år. Fiji 2007-02-02

⁷⁵ Från intervju: Kvinna, 24 år. Fiji 2007-02-02

*this /.../ It's nice to do something that everybody wants to do... like to see the world.*⁷⁶

~*~

4.2 Globala konsekvenser

Flashpackers är en globalism i sig med en transnationell karaktär, som påverkar exempelvis fijiansk ekonomi genom att lämna kapital och påverkar fijianerna både genom symboler, ekonomi och åsikter. Därför finns även globala konsekvenser. En flashpacker påverkar den lokala kulturen på olika vis, till exempel genom materiella saker, konsumtion där lokalbefolkningen kan sälja varor och även kulturella påverkningar sker. På Fijiöarna utvecklades en vilja att ha en digitalkamera. Att ha en kamera värderas högre än andra elektroniska saker av fijianerna är ett tydligt inflytande från turismen. Men den lokala befolkningen är inte maktlösa i denna utveckling, utan har ett stort inflytande på prissättning och engagemang i turismbranschen.

~*~

4.2.1 Matheese och fijianerna

När jag vistades på Fijiöarna stannade jag en längre tid på ett hostel som låg avskärmat från allt förutom regnskogen och havet. Många av de som stannade där sa att tiden stod stilla just på denna plats. Vad jag lade märke till var det förhållande som besökarna hade till den främmande fijianska kulturen. Ägaren och hans dotter som var vita australiensare, medan de övriga anställda var svarta fijianer. Dottern hette Matheese och var 19 år. Matheese arbetade också på hostlet och hennes förhållningssätt till resenärerna skilde sig från fijianernas. Hon blev en naturlig vän och backpackers tog snabb kontakt med henne samt förlitade de sig på hennes lokala kunskaper. Matheese representerar även den nya generationen eftersom hon pendlar hur hon vill mellan Sydney, Melbourne och Fiji, samt att hon vid tillfälle ville studera på en annan destination. Men trots att gästerna spenderade mer tid med fijianerna var det sällan någon som tog kontakt med dem förutom då man ville ha en tjänst utförd. När jag ställde frågan om man hade någon kontakt med fijianer blev svaret:

*"They seem so busy so I guess never have time maybe."*⁷⁷

⁷⁶ Från intervju: Kvinna, 20 år. Fiji 2007-01-24

⁷⁷ Från intervju: Kvinna, 24 år. Fiji 2007-01-18

Men Matheese var mer upptagen än fijianerna. Hon kunde dock skilja mellan olika backpackers och visste vem som var backpacker och vem som var flashpacker, medan fijianerna tyckte att alla var samma.

Observationen om Matheese berättar om ett förhållande på olika nivåer. Den visuella postkolonialismen var tydlig där den inspirerades från kolonialtiden med mörkhyade arbetare som serverade den vita besökaren. Man kan även urskilja det postkoloniala förhållningssätt mellan den vita ägaren och den svarta söderhavsinvånaren som arbetaren, där Matheese och hennes familj har markrättigheter och har anställda fijianer som arbetskraft. Men även backpackersens syn på den svarta arbetaren då vita européer representerar majoriteten av backpackers. Detta visas även genom de förhållningssätt som backpackers har med Matheese som fijianerna lade märke till. Dvs. att fijianerna var medvetna om att hon på ett enklare sätt kunde ta kontakt med gästerna. Matheese var inte alls intresserad av en nära kontakt med besökarna enligt henne själv eftersom hon blivit uppvuxen inom industrin. Trots hennes distanserade förhållningssätt anförtrorde och identifierade besökarna sig mer med henne än med lokalbefolkningen. Jag lade märke till detta i Sydostasien, men inte i Nya Zeeland och Australien.

~*~

4.2.2 Globalisering som en trend – Varför inte resa med stil.

Utvecklingen av semestern eller resandet som en lyx har fått konsumtionsinriktade konsekvenser där en hel industri har utvecklats för att anpassas efter flashpackern. Det finns redan ett kulturellt rum för flashpackern att vistas i, där man kan avskilja sig fysiskt från backpackern. Ett exempel flashpackerinriktade hostelkedjan Base Backpackers vars inriktning är flashpackers som kund.

Den redan existerande affärsidén, flashpackern, består av olika företag som säljer tjänster som inkvartering, resebyråer, barer, affärer, transportföretag osv. En personalchef för Base Backpackers i Sydney förklarade att anledningen till att ett företag vill inrikta sig på flashpackern är för att detta är en specifik kundkategori som har mer pengar att spendera än den traditionella backpackern. Främst syftar jag på hostelindustrin där vissa företag medvetet inriktar sig på flashpackers. Personal på Base Backpackers i Sydney säger:

”We also believe that this is how the future backpacker is going to be... What I mean is that more people are going to travel half organised then before. It is more comfortable that way. /.../ It's a change that we have noticed for some time.”⁷⁸

⁷⁸ Från intervju: Kvinna (australiansisk personal på Base), 30 år. Australien 2007-04-15

En receptionist på ett backpacker hostel säger:

“It was Base that first started to use that word flashpacker some year ago, and since then it’s been used by more and more.”⁷⁹

Flashpackerorienterade företag har noggrant valt ut platser, oftast i centrala delar av storstäder eller på attraktiva destinationer för uppbyggnad av hostel. Dragningskraften blir det geografiska läget, tjänsterna och sättet man reklamerar sig på.⁸⁰ Ett av metoderna för att separera sin kundkrets är att man dels reklamerar att man kan ordna all transport och aktiviteter åt gästerna och dels att man höjer priset en aning på sina tjänster. En annan strategi har varit modern inredningsdesign i västerländs stil som drar till sig flashpackers. Till skillnad från backpackers som uppskattar lokala designinspirationer. Många gånger har Base varit billigare än andra hostel medan andra tjänster varit dyrare. Men trots detta har inte en blandning av olika resenärstyper förekommit så ofta. Olika typer av resenärer har valt de hostel som passar deras förväntningar.

“I don’t like the people that stay at Base... like the people that stay in other places are more fun /.../”⁸¹

Säger en kvinnlig resenär som inte vill bo på Base och inte anser sig vara en flashpacker. Skillnaden mellan backpackers och flashpackers är en fråga om standard där flashpackern vill ha en levnadsstandard som påminner om den som finns hemma. Det finns även restauranger, barer, klubbar och till och med stränder där man inriktar sig på både backpackern och flashpackern som kundkategori, där man även separerar båda från varandra. Exempelvis så finns det vissa barer, restauranger eller stränder som flashpackers åker och andra som backpackers åker till.

“I choose my destinations both from what other people have told and Lonely Planet.”⁸²

En annan metod är att begränsa resmöjligheter. Ett exempel på detta är att en jorden runt biljett är avsevärt billigare om man stannar i Söderhavet i minst sju nätter, där Fiji är den ända direkta destinationen. De resterande kostar extra. På så sätt har British Airways i samband med Quantas

⁷⁹ Från intervju: Man (australiensisk personal på YHA), 28 år. Australien 2007-04-19

⁸⁰ Hostelkedjan Base Backpackers reklamerar sig bland annat med att ha tv i badrummet, bubbelpool på taket, nattklubb och resebyrå samt en modern inredningsdesign.

⁸¹ Från intervju: Kvinna, 21 år. Australien 2007-04-02

⁸² Från intervju: Kvinna, 19 år. Australien 2007-04-19

skapat en inkomstkälla för Fijiöarna som lokalt är en dyr destination i jämförelse med USA eller Australien.

~*~

5. SAMMANFATTNING

Denna uppsats har som syfte att diskutera identitetsförändringar som sker då kontext förändras. Som exempel har jag valt att diskutera en ny resenärsgrupp som kallas för flashpackers. Denna grupp är lik backpackern men ändå har den en egen identitet. Uppsatsen är baserad på empirisk datainsamling samt en teoretisk samhällsutveckling framställning och bearbetar följande frågeställning: Om flashpackern vuxit fram som ett resultat av utvecklingen av det nya transnationella samhället. Vidare belyses identitetsskillnaderna mellan flashpackers och backpackers, samt vilka konsekvenser flashpackerns framväxt har. Den tredje frågan handlar om kontextförändring, identitet samt mode och identitet.

Definitionen på flashpackern är att denna använder samma resmetod som backpackern. Skillnaderna mellan dessa två grupper kan man se i livsstil. Flashpackern är en mode och konsumtionsinriktad resenär som sätter höga krav på service och komfort under sin resa till skillnad från backpackern som söker efter en autentisk kulturell upplevelse där enkelhet förknippas med det riktiga. För att förklara utvecklingen av flashpackeridentiteten har jag använt Halls teoretiska utgångspunkt som förklarar hur identiteter har potential att utvecklas då samhällsstrukturer förändras.⁸³ Ulrich Beck diskuterar att en ny era inlett där transnationalism har skapat en ny kontext. Världen är mer global och styrs av globala aktörer som även har givit förutsättningar till en ny typ av livsstil och där med en ny typ av medborgare. Den nya medborgaren har en ny typ av livsstil som har skapats som ett resultat av globalisering och nätverksamhälle.⁸⁴ Det är denna kontextförändring, som Hall menar ger förutsättning för att nya identiteter kan utvecklas.

Flashpackern använder mode och trend på olika nivåer för att urskilja sig från backpackern. Trenden innebär inte enbart kläder utan val av geografiska platser, konsumtion av dyrare tjänster eller elektroniska symboler. Davis påpekar att trenden används för att förstärka och även skapa identitet,⁸⁵ vilket är ett tydligt inslag i flashpackerkulturen. Trenden har ett samband med konsumtion. För flashpackern har jorden runt resan ett symboliskt värde i sig, där denna symboliserar en lyx som inte alla kan få. Följderna med framväxten av flashpackern är bland annat att det har utvecklats en marknad som är inriktad på flashpackers, samt att lokala orter har fått en inkomst, exempelvis Fijiöarna. Följdriktigheterna är även en eurocentrisk syn på lokalbefolkningen där dennas identitet förstärks som den andre.

~*~

⁸³ Hall, (1996)

⁸⁴ Beck, (1998)

⁸⁵ Davis, (1992)

6. ANALYS

Syftet i denna uppsats var att påvisa hur en identitetsförändring sker när samhällsstrukturen förändras och därmed kontexten. Som exempel har jag använt resekulturen där en ny identitet har vuxit fram sedan ett till två år tillbaka. För att konstatera om flashpackeridentiteten har vuxit fram som ett resultat av den nya globala och transnationella samhällsstrukturen finner jag förklaring i Stuart Halls och Fred Davis resonemang om att identitet har möjlighet att skapas och förändras när samhällsstrukturer förändras.⁸⁶ Identiteten kan förändras eftersom denna skapas utifrån den omgivande kontexten. När det sker kontextförändringar skapas möjligheter till identitetsförändringar. En av de viktigaste anledningarna till att en flashpacker identitet har vuxit fram är en ökad förmögenhet. Allt fler människor har en allt bättre ekonomi. Denna utveckling kan man notera inom konsumtion och att samhället i sig är mer konsumtionsinriktat. Flashpackern är en person som har en högre ekonomi än en backpacker och använder detta för att skapa en identitet som skiljer sig från backpackern. Anledningen till att det finns personer som inte vill vara associerade med backpackers är för att backpackern symboliserar lågbudgetresande. Flashpackern vill inte förknippas med budget delen av backpacking och därför finns det stora kontraster mellan grupperna. Därför finns även en inställning till att man vill äta ute varje dag. Konsumtionsinriktningen är stark bland flashpackers, och har inte enbart en materiell innebörd. Service och upplevelser är exempel på tjänster som konsumeras. Även här existerar det symboler som man väljer att associera sig med genom att exempelvis välja en specifik resebyråkedja.

Globaliseringen och nätverksamhället har skapat förutsättningarna, både genom den ekonomiska utvecklingen men även genom det globala tänkandet och den utvecklade globala kontexten, för att en identitet som flashpackern skall ha utvecklats. Det är de nya förväntningarna som har ställt krav på medborgaren vilket även detta har skapat ett nytt sätt att tänka på som den nya generationen ser som en vardag. Flashpackern lever inom denna livsstil och anpassar sig till den nya kontexten. Den nya medborgaren lever inom en global kontext och är en ny typ av konsument som företag anpassar sig till.

Globaliseringsutvecklingen har även lett till en teknologisk utveckling som idag pekar mot en allt mer mobil teknologi. Utvecklingen inom mobil teknologi har varit en stor symbolisk betydelse för flashpackerns identitetsutveckling. Delas för att teknologin är en del av människans livsstil och vardag idag, men även för att den är mobil och därför användbar när man reser. För

⁸⁶ Hall (1996) och Davis (1992)

flashpackern finns vissa elektroniska saker som nästintill alla har, nämligen en Ipod. Identiteten är uppbyggd kring globala symboler som för olika kulturer samman på en global nivå. Flashpackern och Ipod är ett sådan exempel. Beck kallar det för transnationalism. Transnationalismen binder samman människor som annars inte har något annat gemensamt än symbolen. En person kan känna gemenskap med en annan person genom olika globala symboler som kläder, elektronik eller val av restauranger. Det är på detta vis som en flashpacker gemenskap har vuxit fram. Detta är ett positivt synsätt som pekar mot att man genom gemensamma globala symboler som ter sig utöver kulturella gränser kan skapa en gemenskap och kommunikation.

Konsekvenserna blir att en hel industri växer fram och existerar samt att denna i sin tur påverkar lokala ekonomier på global nivå. Bland annat finns flygbiljetter med speciella regler som påverkar lokala företag samt kundanpassade flashpacker hostel. Lokalbefolkningen har makten att prissätta sina tjänster, och i regel drar högre priser till sig flashpackers. Med globaliseringens utveckling har det skapats nya identiteter som har fått globala företags- och marknadsutvecklande konsekvenser. Dvs. en global utveckling med lokala konsekvenser, eller en utveckling på en plats i världen som påverkar helt andra lokal områden. Flashpackern blir därför en globalisering i sig och en ultimata global symbol där livsstilen/tänkandet, handlingen och konsekvensen är global. Globalisering och framförallt mobiliteten ses som en lyx som flashpackertypen är stolt över och visar gärna upp sin globala erövring.

~*~

7. SLUTSATS

Slutsatsen i denna undersökning kan summeras med att identiteter har möjlighet att utvecklas då samhällsstrukturer förändras. Resultatet visar att förändringar i den Europeiska samhällsstrukturen, där avindustrialiseras samt globalisering och ett transnationellt tänkande växer fram, ger förutsättningar till nya identiteter. Det finns en ide om att mobilitet är en lyx, därför ses även backpacking som en lyx. Uppfattningen grundas i att man har tiden och pengarna att ta sig runt. Inom globalism finns en kontextuell uppfattning om att man skall sträva efter att vara så rörlig som möjligt, eftersom det är den trendiga livsstilen. Av denna anledning kan utvecklingen av flashpacking blir en naturlig utveckling med tanke på den inriktning som den nya kontexten innebär. Förklaringen till varför fler inte har börjat backpacka istället finner man i den förändrade kontextens karaktär där konsumtion och olika globala symboler spelar en stor roll i identitetsskapandet. Symbolerna är en del av den nya livsstilen och den nya medborgarens identitet, vilket innebär att dessa symboler skapar en mening och förståelse om omvärlden och samhället för subjektet. Resultatet har även inneburit att en marknad för flashpackergruppen har vuxit fram på lokal nivå och därmed påverkar flashpackern lokala ekonomier runt om i världen. Framtidsvisionen kan vara att attrahera denna relativt ekonomiskt förmögna grupp till en viss lokal miljö som man har lyckats göra på exempelvis Fiji. Flashpackern är därför en global marknad som många olika aktörer deltar i.

~*~

7.1 Slutord

Resultatet i denna uppsats har medfört en generell förståelse för identitetsutveckling och dess samband med samhällets utveckling. Jag har noterat att den teoretiska bakgrunden och uppkomsten av flashpackers skulle kunna bli applicerbar i annan form av global analys. Om avindustrialiseringen skapar möjligheter för identitetsförändringar i Europa eller Nordamerika skulle detta även äga rum i de nyindustrialiserade delarna som Kina och Indien? Det hade varit intressant att undersöka om identitetsförändringarna i dessa regioner pekar mot samma riktning, dvs. mot en transnationell eller mer global identitet som styrs av globala symboler och en global kommunikation, eller om den utvecklas mot en nationell så som den gjorde när Europa inledde industrialiseringsfasen. Om fallet är det förstnämnda kanske man inte borde benämna dessa regioners samhällsutveckling som industrialiserad utan även de förtjänar en ny era med en ny benämning.

~*~

8. REFERENSLITTERATUR

8.1 Litterära källor

Beck, Ulrich. (1998): *Vad innebär Globalisering?* MediaPrint i Uddevalla AB

Castells, Manuel. (1999) *Power of Identity: Volume II*. International Limited: Cornwall

Castells, Manuel. (2001) *Nätverkssamhällets framväxt*. MediaPrint I Uddevalla AB

Davis, Fred. (1992): *Fashion, Culture, and Identity*. The University of Chicago Press, LTD
London

Elsrud, Torun. (2004): *Taking Time and Making Journeys*. Dep. Of Sociology, Lund University

Eriksson, Catharina. Eriksson Baas, Maria. Thörn, Håkan. (1999): *Globaliseringens Kulturer. Den Postkoloniala paradoxen, rasismen och det mångkulturella samhället*. Bokförlaget Nya Doxa: Nora

Hall, Stuart & Du Gay, Paul. (1996): *Questions of cultural identity*. London: Sage

Held, David. McGrew, Anthony G. Goldblatt, David. Perraton, Jonathan. (1999): *Global Transformations. Politics, Economics and Culture*. Polity Press: Cambridge

Holme, I. M. & Solvang, B. K. (1991): *Forskningsmetodik. Om kvalitativa och kvantitativa metoder*. Lund: Studentlitteratur.

Marcus, G. (1986): "Ethnography of the World System: The emergence of Multi-sited Ethnography." *Annual Review of Anthropology och Anthropology Through Thick and Thin*.

8.2 Elektroniska källor

www.getjealous.com

<http://sv.wikipedia.org/wiki/Yuppie>

9. INTERVJUER

Från intervju: Kvinna, 22 år. Hawaii 2006-12-12

Från intervju: Kvinna, 21 år. Hawaii 2006-11-03

Från intervju: Kvinna, 21 år. Hawaii 2006-11-03

Från intervju: Man, 18 år. Hawaii 2006-10-28

Från intervju: Man, 20 år. Nya Zeeland 2007-03-10

Från intervju: Kvinna, 20 år. Australien 2007-04-22

Från intervju: Man, 23 år. Fiji 2007-01-15

Från intervju: Kvinna, 19 år. Hawaii 2006-11-10

Från intervju: Kvinna, 21 år. Hawaii 2006-11-03

Från intervju: Man, 23 år. Fiji 2007-01-15

Från intervju: Kvinna, 19 år. Nya Zeeland 2007-03-12

Från intervju: Man 27 år. Fiji 2007-02-18

Från intervju: Man 24 år. Thailand 2007-02-18

Från intervju: Kvinna, 20 år. Australien 2007-04-22

Från intervju: Kvinna, 20 år. Australien 2007-04-22

Från intervju: Man, 22 år. Australien 2007-04-10

Från intervju: Kvinna, 24 år. Nya Zeeland 2007-03-02

Från intervju: Man, 19 år. Australien 2007-04-01

Från intervju: Kvinna, 24 år. Fiji 2007-02-02

Från intervju: Kvinna, 24 år. Fiji 2007-02-02

Från intervju: Kvinna, 20 år. Fiji 2007-01-24

Från intervju: Kvinna, 21 år. Fiji 2007-02-11

Från intervju: Kvinna, 24 år. Fiji 2007-01-18

Från intervju: Kvinna(fijiansk personal), 24 år. Fiji 2007-01-19

Från intervju: Kvinna(thailändsk personal), 29 år. Thailand 2007-05-18

Från intervju: Kvinna (australiensisk personal på Base), 30 år. Australien 2007-04-15

Från intervju: Man (australiensisk personal på YHA), 28 år. Australien 2007-04-19

Från intervju: Kvinna, 21 år. Australien 2007-04-02

Från intervju: Man(fijiansk personal), 35 år. Fiji 2007-01-28

Från intervju: Kvinna, 19 år. Australien 2007-04-19

10. INTERVJU MALL

Jag har inte haft en specifik intervjumall utan den har varierat beroende på land, frågeställning och situation. Men jag vill ändå presentera vissa frågor som har varit relevanta för denna forskning. Frågorna som presenteras nedan är ett urval och exempel på vilken typ av frågor som jag ställde. Frågorna ställdes oftast på engelska, och i vissa fall på svenska beroende på vilken nationalitet IP kom ifrån. Jag presenterar frågorna på svenska eftersom de var skrivna på svenska vid skapandet av intervjumall.

- Varför valde du att resa jorden runt?
- Hur länge planerar du att resa?
- Vilka destinationer vill du besöka?
- Vad har du fått ut av resandet?
- Vad förväntar du dig att få ut från resandet?
- Vad gjorde du innan du reste?
- Vad planerar du göra när du kommer hem?
- Hur tar du reda på vilka hostel du vill bo på?
- Har du mycket elektronik med dig?
- Har du rest innan? – i så fall, ser du skillnader?
- Hur mycket spenderar du på nöjen?
- hur väljer du restauranger, eller ute ställen?
- Vilka hemsidor använder du mest?
- Har du en resedagbok på nätet och i så fall vilken?
- Hur mycket tid spenderar du på internet?
- Hur tar du dig runt lokalt?
- Hur väljer du vilken resebyrå du vill åka med?
- Sätter du ut foton på internet för andra att se? Och i så fall varför?