

Lunds universitet  
Sociologiska institutionen

**Det sups mest i Skåne**  
- En kvalitativ studie om alkoholvanor

Mina Sandberg  
Kandidatuppsats: Uppsatskurs 15p.  
Vårterminen 2009  
Handledare Bo Isenberg

## **Förord**

När jag började min research inför uppsatsskrivandet var jag inställd på att den skulle handla om Malmö stads nöjesliv, ur ett historiskt perspektiv. Detta grundades i mina funderingar över hur staden förändrats i utbud och tillgänglighet av uteställen och hur försäljningen av alkohol tas som en given del av nöjeslivet idag. Ganska snart gled jag in på attityder till alkoholkonsumtion och syfte och frågeställningar växte fram den vägen.

Vid ett par tillfällen under denna process har personer jag diskuterat ämnet och uppsatsen med undrat om jag var nykterist eller på något sätt radikalt negativ till alkohol. På detta svarade jag ”absolut inte” eftersom jag gillar både öl och vin och antagligen inte alltid håller mig till de rekommendationer som Socialstyrelsen eller Livsmedelsverket satt upp.

Jag är dock medveten om att en viss kritisk ton lyser igenom texten, men det som kan tolkas som en negativ attityd till alkohol är snarare samhällskritisk sarkasm.

Slutligen vill jag tacka min handledare Bo Isenberg som jag inledningsvis tyckte var överdrivet kritisk men som uppenbarligen visste mycket mer än jag om uppsatsskrivande.

Tack också till Kaspian som stannade kvar i min mage tills uppsatsen var färdig.

Mina Sandberg

## **Abstract**

Mina Sandberg

Det sups mest i Skåne – en kvalitativ studie om alkoholvanor

Kandidatuppsats: Uppsatskurs 15p.

Handledare Bo Isenberg

Vårterminen 2009

**Bakgrund:** Alkoholkonsumtionen har ökat markant i hela Sverige sedan inträdet i Europeiska Unionen 1995 då Sveriges alkoholpolitikens förutsättningar förändrades eftersom alkoholmonopolet stred mot EU:s öppna marknadsprinciper. Ökningen i konsumtionen har varit störst i södra Sverige eftersom det är i den regionen, nära övriga Europa, som alkoholens ökade tillgänglighet märkts av mest. Eftersom Systembolagets försäljning också har ökat under denna tid, skulle konsumtionsökningen även kunna kopplas till andra faktorer än en ökad införsel av alkohol från utlandet. Vi dricker inte bara mer utan även oftare och Sverige har gått ifrån att vara ett typiskt spritland till något som skulle kunna klassas som ett vinland, då vinet tagit över som favoritdryck. Det som är intressant för min uppsats är att undersöka hur alkoholkonsumtionen förändrats i takt med attityder och förhållningssätt till alkohol, i förhållande till en ökande tillgänglighet.

**Syfte:** Jag har kvalitativt undersökt hur alkoholkonsumtionen ser ut för sex personer, uppvuxna och bosatta i Malmö för att med utgångspunkt i teorier av Zygmunt Bauman (2001: 2007) och Pierre Bourdieu (1992) om konsumtion och identitet analysera dessa berättelser.

**Slutsats:** Gemensamt för de sex berättelserna är upplevelsen av att alkoholens närvaro i samhället har ökat, liksom konsumtionen – framförallt vindrickandet, som blivit en mer naturlig del av vardagen. Jag tolkar detta som ett uttryck för en mer övergripande ökning i konsumtion, i det som Bauman (2001: 2007) beskriver som ett konsumtionssamhälle. Detta konsumerande av symboler kan med Bourdieus teori om habitus kopplas till alkoholens symbolvärde i vår kultur.

**Nyckelord:** Konsumtion, samhälle, identitet, alkohol, status, EU

<u>Innehållsförteckning</u>	<u>Sidan</u>
<b>1. Inledning</b>	<b>1</b>
1.1. Syfte och frågeställningar	2
1.2. Avgränsningar	2
1.3. Definitioner	2
<b>2. Bakgrund</b>	<b>3</b>
2.1 Det svenska samhällets alkoholhistoria	3
2.2 EU:s alkoholpolitik och Sveriges folkhälsopolitik	5
<b>3. Tidigare forskning</b>	<b>6</b>
3.1 Ur ett EU perspektiv	8
<b>4. Metod</b>	<b>8</b>
4.1 Den kvalitativa metoden och hermeneutiken	8
4.2 Tillvägagångssätt	9
4.3 Intervjuer och urval	10
4.4 Övrig materialinsamling	10
<b>5. Teoretiskt perspektiv</b>	<b>11</b>
5.1 Varför teori?	11
5.2 Klassteori	11
5.3 Konsumtionssamhället	12
<b>6. Resultat och analys</b>	<b>13</b>
6.1 Attityder till alkohol	13
6.1.1 Om dryckespreferenser, mängd och alkoholens sociala roll	13
6.1.2 Om den ökade tillgängligheten	16
6.2 Analys	18
<b>7. Några egna reflektioner</b>	<b>22</b>
<b>Referenser</b>	<b>24</b>

## 1. Inledning

Idag dricker den svenska befolkningen nästan 10 liter ren alkohol per år och person, en konsumtionsökning på 25-30 % mätt från tiden då Sverige blev medlem i den Europeiska unionen 1995 (SoRAD 2009; Boman 2006). Detta är en kraftig ökning och något som kan tolkas som en förändrad inställning till alkoholen och dess roll i vår kultur.

Den största konsumtionsökningen under denna tid har skett i södra Sverige, en utveckling som kan knytas till det geografiska läget nära Danmark och Tyskland (Region Skåne 2005; SOU:2004:86 kap. 6) och troligtvis även till mer övergripande förändringar i våra konsumtionsmönster och attityder.

Det är inte bara i mängd som konsumtionen förändrats över tid, även våra smakpreferenser ser annorlunda ut. Svenskarnas huvudsakliga alkoholdryck var länge brännvinet, som tillverkades och konsumerades fritt fram till början av 1900-talet, då restriktioner infördes. Ölet har sedan 1960-talet varit en svensk favorit och Sverige beskrivs fortfarande som ett före detta spritland, numera ölland (Andréasson 2002: 31-34). På senare år har vinet vunnit mark och är idag den mest konsumerade drycken i Sverige (SoRAD 2009), något som lett till diskussioner om Sverige gått ifrån att vara ett ölland till ett vinland?

Även om Sveriges spritkonsumtion minskat så har ökningen i konsumtionen av öl och vin fått totalkonsumtionen av alkohol att stiga under 2000 talet, med undantag för de senaste 3 åren då trenden stannat av något (SoRAD 2006; 2007b: 2008b). Trots detta dricker vi mycket mer idag än för 15 år sedan, alkoholforskning och hälsomedvetenhet till trots - varför?

Anledningarna till att vår alkoholkonsumtion ökar och minskar kan vara flera, anledningar som skiljer sig åt individer och grupper emellan. Hur vi dricker, vad vi dricker och varför har förändrats flera gånger igenom den svenska alkoholhistorien och kommer troligtvis att fortsätta så.

Att trender kommer och går kan tolkas som en reaktion på övriga samhällsförändringar då våra prioriteringar förändras i förhållande till kulturella normer och strukturer omkring oss. Alkoholen, liksom andra berusningsmedel, har igenom historien använts av olika grupper i olika kulturer och haft olika betydelse beroende på vilken mening dessa grupper tilldelat den. Bourdieu (1992) och Bauman (2001; 2007) diskuterar symbolvärden i samhällets olika skikt

och hur vi ser på alkohol kan tolkas med hjälp av deras teorier om klass, symboler och identitet.

### **1.1 Syfte och frågeställningar**

Det övergripande syftet med uppsatsen är att kvalitativt undersöka attityder till alkohol bland sex personer uppvuxna och bosatta i Malmö. Fokuset är på Malmö Stad, eftersom det är i denna region, tillsammans med övriga Skåne, som den mest dramatiska ökningen i landet skett. Jag har valt att undersöka dessa attityder genom att utföra sex kvalitativa intervjuer om alkoholvanor, för att sedan med hjälp av etablerade samhällsteorier om konsumtion och identitet tolka resultatet. Intervjupersonerna är män och kvinnor mellan 23 och 58 år, bosatta i Malmö Stad. Dessa personliga berättelser om konsumtion och förhållningsätt till alkohol har bidragit till uppsatsens frågeställningar som är följande:

- Vilka attityder till alkoholkonsumtion finns bland Malmös befolkning?
- Hur har dessa attityder påverkats av den ökade tillgängligheten av alkohol som EU medlemskapet bidragit till?

### **1.2 Avgränsningar**

Att avgränsa ett ämne som alkoholkonsumtion är mycket svårt, då de finns flera intressanta infallsvinklar och tänkbara anledningar till, och synsätt på, den alkoholkonsumtion vi har idag. Förändrade alkoholvanor har noterats i hela samhället, inom en del grupper har den varit mer dramatisk än i andra (Folkhälsorapport 2009; Region Skåne 2005:42) liksom den har haft olika effekt inom olika grupper. Jag väljer att samla in mitt empiriska material ifrån sex personer i Malmö Stad med olika bakgrund, ålder och kön för att förhoppningsvis få sex olika perspektiv på hur alkoholkonsumtion och attityder till alkohol kan se ut.

Mitt intresse gäller alkoholkonsumtionen i Malmö Stad, framförallt under tiden från Sveriges inträde i Europeiska Unionen 1995, eftersom det är här och under dessa år som vi sett den, för idag, mest betydande ökningen i konsumtionen av alkohol (SoRAD 2006; 2007b; 2008b).

Intresset gäller inte konsumenter som har ett diagnostiserat alkoholproblem eller missbruk. Jag är inte heller intresserad av de som avstår helt ifrån alkohol. Min undersökning gäller medelkonsumenterna - dem som beskriver sig själva som måttlighets- till riskkonsumenter.

### **1.3 Definitioner**

I detta delkapitel vill jag kort förklara de uttryck och mått som är återkommande i uppsatsen och som använts i intervjuerna för att mäta och beskriva alkoholkonsumtion.

Igenom hela uppsatsen används ordet *alkohol* i meningen alkoholhaltiga drycker så som vin, öl och sprit. Med *alkoholkonsumtion* syftar jag på den totala mängd alkohol vi dricker till vardags och till fest. *Totalkonsumtion* används i flertalet av de rapporter jag läst vid materialinsamlingen, begreppet sammanfattar den registrerade försäljningen från Systembolaget och restauranger och den oregistrerade alkoholen som köpts i utlandet samt den hemtillverkade.

Där alkoholkonsumtionen för befolkningen beräknas och statistikförs i de rapporter och databaser jag studerat används måttet liter 100 % ren alkohol. Den statistiska uppgiften i uppsatsens inledning betyder således att en genomsnittskonsumert dricker 10 liter ren alkohol per år. Detta motsvarar ungefär 106 liter öl, 45 liter vin eller 15 liter sprit (uträknat enligt rapport mått se SoRAD 2006b). Dessa mått används igenom hela uppsatsen om inget annat anges.

Rekommendationer kring alkoholkonsumtion bygger på omfattande forskning om dess fysiska och psykiska lång- samt kortsiktiga effekter. En svensk standarddrink eller standardglas är 12 gram ren alkohol vilket motsvarar ett glas vin (15 cl), en flaska starköl (33 cl) eller en drink motsvarande 4cl sprit blandat med alkoholfri dryck (Vårdguiden 2008). En riskkonsument är enligt svensk nationell standard en man som regelbundet dricker mer än 14 standarddrinkar eller en kvinna som dricker mer än nio standarddrinkar per vecka. Omräknat till daglig konsumtion är detta 2 respektive 1,3 standardglas och gäller alla åldersgrupper (SFI 2007).

## **2. Bakgrund**

I följande kapitel vill jag först göra en tillbakablick på alkoholen och det svenska samhället och ge några historiska exempel på hur våra attityder påverkats och påverkats av alkohol- och folkhälsopolitiska beslut. Efteråt ger jag en sammanfattning av hur EU:s alkoholpolitik förändrat förutsättningarna för den svenska alkoholpolitiken.

### **2.1 Det svenska samhällets alkoholhistoria**

Hur och vad vi dricker har förändrats i flera omgångar genom tiderna. Beroende på hur långt tillbaka man vill gå i den Svenska dryckeskulturen, finns det flera upp- och nedgångar i konsumtionsmönstren.

Vikingarna härjade mellan åren 800 – 1100 i stora delar av Skandinavien med omnejd och drycken var mjöd, en föregångare till det vi idag kallar öl, som hade en besk smak och en låg alkoholprocent. På en vikingafest var det inte ovanligt att en person drack 10-14 liter mjöd, en ansevärd mängd men alkoholhalten var låg (Carlsberg Sverige 2009).

Under medeltiden (ca år 1050 – 1520) drack vi i Sverige ett mjödliknande grumligt öl med rökig smak på endast 2-3 % alkohol. Konsumtionen låg på 3-5 liter per person och dag, ”eftersom maten var så salt” (Ibid.). Vin dracks vid denna tid bara i det allra högsta stånden eftersom det importerades och var mycket dyrt. Brännvinet kom först till Sverige på 1400 talet men det var inte förrän vi lärde oss att göra sprit baserad på säd ett par hundra år senare som det blev ”en dryck i var mans mun”. Hembruksbränningen spred ut sig över Sverige under 1700-talet och försöken från staten att kontrollera den ledde till att den omväxlande förbjöds och tilläts. Det fanns ett behov av skatteintäkter för att bekosta de dyra krigen som Sverige förde runt om i Europa under denna tid och ett 60-tal statliga brännerier startades runt om i landet, men hembränningen fortsatte (Systembolaget 2009a).

Under det tidiga 1800-talet uppskattades konsumtionen till 46 liter brännvin per år och person, vuxna som barn inräknade och antalet brännpannor i landet tros vara 175 000. 1800-talet blev ”supandets århundrade” vilket ledde till katastrofala folkhälsoproblem och reaktionerna från befolkningen fick de första nykterhetsrörelserna att starta upp i landet. Inte förrän år 1905 ligger all brännvinshandel under särskilda bolag som till största del är under statlig kontroll (Carlsberg Sverige 2009; Systembolaget 2009a).

Motboken var en bok för individuell ransonering, där alla inköp av alkohol registrerades. Den infördes 1917 under stora protester och byggde på ett orättvist system där en del hade större ransoner än andra och boken avskaffades 1955. Samma år slås alla lokala systembolag samman till ett – Nya Systemaktiebolaget, som skulle arbeta med ”positiva åtgärder” för alkoholkonsumtionen. ”Frihet under ansvar” var det nya, 21årsgräns infördes på systembolaget och alkoholkonsumtionen gick upp med 25 % på ett år (Ibid.).

1965 kom mellanölet som såldes i vanliga livsmedelbutiker. Den lägre alkoholhalten och lättillgängligheten tros ligga bakom den ökade alkoholkonsumtionen som blev följden och anledningen till att den slutligen förbjöds 1977 (Systembolaget 2009a; Nationalencyklopedin 2009).



Eftersom alkoholproblemen ökade under 1970-talet kom återigen befolkningsinriktade aktioner så som ”Spola kröken” kampanjen och andra nykterhetsprojekt igång. Detta bidrog till att alkoholkonsumtion återigen sjönk, fram tills början av 2000-talet (Systembolaget 2009a). Systembolaget har än idag monopol på att sälja alkohol till privatpersoner inom Sverige, deras affärsidé är att skapa kvalitet framför kvantitet i den svenska dryckeskulturen (Ibid.).

## **2.2 EU:s alkoholpolitik och Sveriges folkhälsopolitik**

Europeiska Unionen bildades 1952 och är idag ett samarbete mellan 27 medlemsländer (EU-upplysningen 2009a). Unionens grundläggande syfte är att öppna upp gränserna för personer, kapital, varor och tjänster och skapa en inre marknad:

”Genom att EU:s medlemsländer har antagit gemensamma regler för varor underlättas den fria rörligheten. Man säger att reglerna är harmoniserade på EU nivå. Tanken är att de gemensamma reglerna ska skydda liv, hälsa eller miljö” (EU-upplysningen 2009c).

När Sverige förhandlade fram sitt medlemskap i Europeiska Unionen, fann EU kommissionen att det svenska alkoholmonopolet på import, export, partihandel och tillverkning bröt mot EG-rätten. Vi fick behålla Systembolagets försäljningsmonopol under förutsättning att produkter från andra EU-länder inte diskriminerades. Vi behöll våra gamla införselbegränsningar fram tills 2004, då dessa togs bort för att anpassas till EU:s nya högre nivåer (Regeringskansliet 2009).

Varje medlemsland får själv sätta den övre gränsen för vilken mängd alkohol som anses rimlig för privat bruk. Den lägsta nivån för privat införsel bestäms av EU och är 10 liter sprit, 20 liter starkvin, 90 liter vin (varav högst 60 liter får vara mousserande) och 110 liter öl (EU-upplysningen 2009c). Denna mängd anses enligt EU standard vara rimlig för en persons privatbruk och åldersgränsen för införsel av alkohol är 20 år (Tullverket 2009).

Införselkvoterna är ett uppmärksammat ämne inför EU valet i juni 2009 och enligt en undersökning som Sydsvenska Dagbladet gjort bland de svenska kandidaterna tycker 67 % att Sverige bör ta tillbaka rätten att själv sätta de gränserna (Magnusson & Lönnaeus 2009).

Att alkoholkonsumtionen ökat till följd av dessa mycket generösa införselregler, är väl dokumenterat i statistiken. Siffror som Alkoholinförselsutredningen redovisat i sin utredning (SOU 2004:86) visar att i Skåne kommer knappt 30 % av den konsumerade alkoholen ifrån Systembolaget. 55 % av Skåningarnas alkohol är privat införd från andra länder eller vidare

såld i andra hand, denna nivå är högst bland alla län i Sverige. I kontrast visar äldre statistik, också redovisad i utredningen (Ibid.), att Skånes konsumtion från 1980 till mitten av 1990 talet låg något lägre än övriga landet.

Det preventiva arbetssätt som varit typiskt för svensk alkoholpolitik, har gått ut på att kontrollera och begränsa skadeverkningar av alkohol genom höga priser och begränsad tillgänglighet (Regeringskansliet 2009). Denna strategi har blivit svårapplicerad under de nya högre införselkvoteringarna som EU medfört och de nya förutsättningarna som skapats, tillsammans med Malmö Stads geografiska läge, har haft en stor effekt på Malmö Stads befolknings alkoholvanor (SOU 2004:86).

### 3. Tidigare forskning

Enligt Jarl Backman, som skrivit om forskningsprocessen många steg (1998:66), är syftet med denna del av uppsatsen att, på ett sammanfattande vis, ge en överblick av kunskapsläget inom det valda området, i detta fall alkoholkonsumtionen och de attityder som ligger bakom den, i Sverige och framförallt Malmö. Jag väljer att sammanfatta de källor som jag använt och de rapporter som legat till grund för uppsatsens problemformulering varav de flesta tar sig an Sveriges alkoholkonsumtion från 1990-talet och framåt. Den huvudsakliga forskning jag hittat och tagit del av är kvantitativ. Som jag ser det kan denna tidigare forskning grovt sammanfattas i tre delar

- Statistik över den totala alkoholkonsumtionen redovisat efter alkoholsort och anskaffningssätt
- Rapporter om alkoholkonsumtionsmönster i olika samhällsgrupper och de problem detta bidrar till inom Sverige och inom Europeiska Unionen
- Utvärdering av handlingsplaner och projekt för att minska alkoholkonsumtionens skador i samhället

Lagen (2001:99) om officiell statistik § 3 säger att objektiv statistik ska finnas allmänt tillgänglig för privatpersoner, forskning och utredningsverksamhet (SCB 2007). Dessa statistiska register underlättar för nationella utredningar och befolkningsinriktat folkhälsoarbete. 25 myndigheter delar på ansvaret för Sveriges statistikförning och Socialstyrelsen, som är en del av Socialdepartementet, har ansvarsområdet Hälsa och sjukvård (SCB 2007). De sammanställer årligen, på uppdrag av regeringen, en Folkhälsorapport där

levnadsförhållanden, sjukdomsutveckling och olika faktorer som påverkar vår hälsa redovisas och analyseras (Socialstyrelsen 2009).

Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning (SoRAD) är ett tvärvetenskapligt forskningscentrum som startade sin verksamhet 1999 och finns vid den samhällsvetenskapliga fakulteten vid Stockholms universitet. De utför på uppdrag av Regeringen månatliga befolkningsundersökningar för att uppskatta den oregistrerade alkoholkonsumtionen, inom ramen för Monitorprojektet som startade år 2000 (SoRAD 2008a). Deras mätningar läggs samman med den registrerade konsumtionen som Systembolaget regelbundet uppdaterar på sin hemsida. Denna försäljning står fortfarande för ca två tredjedelar av totalkonsumtionen i landet (SFI 2008) och tillsammans ger detta en bild av den totala konsumtionen.

SoRADs rapporter visar en ökning i alkoholkonsumtionen från början av 1990 talet till år 2004 då den kulminerade för att följande år, 2006 och 2007 minska något. Det var främst den från utlandet införda alkoholen och den hemtillverkade som minskade samtidigt som systembolagets försäljning ökade med 3 % 2006, 5 % 2007 och ytterligare 3 % 2008 (SoRAD 2007a; SoRAD 2007b; SoRAD 2008b). En rapport utgiven av SoRAD och författad av Håkan Leifman (2003) behandlar frågan om vem som dricker mest i Sverige (Leifman 2003) med fokus på tiden mellan 1990 och 2003. Det framkommer i rapporten att könsskillnader i alkoholkonsumtionen gradvis jämnas ut då kvinnornas alkoholkonsumtion ökat mer än männen ända sedan avskaffandet av motboken 1955 (Leifman 2003:93). Leifman påpekar att vi i Sverige har bra kunskap om alkoholkonsumtionstrender bland ungdomar mellan 15 och 18 år men att den för övriga grupper är bristfällig (Ibid:92).

Alkoholinförselsutredningen har sedan 2004 som uppdrag av Regeringen att kartlägga utvecklingen inom smuggling, privatinförsel och vidareförsäljning av alkohol, främst över gränsen till södra Sverige, där följdproblemen av de nya EU reglerna anses vara som störst. Deras kartläggning redovisas i Statens Offentliga Utredningar (SOU 2004:86).

Systembolaget (2009b) jobbar för att skapa en god dryckeskultur och vill med information om alkoholens skadeverkningar och risker ta sitt ansvar som landets största alkoholdistributör.

Utifrån rapporterna ovan framgår det i flertalet att Sveriges medlemskap i EU haft en stor inverkan på den svenska alkoholkonsumtionen som ökat till följd av de öppna gränserna och de nya högre införselkvoterna. Alkoholkonsumtionen sjönk mellan åren 1976 och 1996 för att sedan stadigt öka fram tills 2003 (SOU 2004:86:69) något som ledde till att myndigheterna

initierat de bevakningar och utredningar som bl.a. Alkoholinförelsetutredningen fick i uppdrag. De nya problem och utmaningar, som det folkhälsopolitiska arbetet i Sverige stått inför sen 1995, är den röda tråden i Sven Andréassons (2002) kunskapsöversikt *Den svenska supen i det nya Europa*. Här behandlas över ca 300 sidor olika aspekter av alkoholkonsumtion från preventionsstrategier till alkoholens roll i skola, familj, arbetsliv och samhällsklasser samt opinionsbildning. Enligt Socialstyrelsens Folkhälsorapport 2009 nådde totalkonsumtionen 2004 den högsta nivån sedan 1995, varefter den sjönk något åren 2006 och 2007. Statens Folkhälsoinstitutets rapport om det förebyggande arbetet 2007 visar att trots den 20 % ökningen av alkoholkonsumtionen (SFI 2008:12) har Sverige fortfarande en förhållandevis låg totalkonsumtion jämfört med övriga EU länder. Något som måste betraktas inom ramen för att EU har den högsta alkoholkonsumtionen i världen (Folkhälsorapport 2009).

### **3.1 Ur ett EU perspektiv**

Även inom EU som helhet finns folkhälsopolitiskt arbete och en undersökning som gjorts av Special Eurobarometer (2007) kartlägger de olika EU ländernas attityder till alkohol. Enligt undersökningen, tillhör Sverige de länderna med minst andel (0-15 %) helt ”avstående” från alkohol medan Italien skulle ha högst andel (40 %) avstående. Detta stämmer inte med andra undersökningar (Andréasson 2002) som visar att traditionella vinländer som de i södra Europa har en högre totalkonsumtion än Sverige. Denna motsägelsefulla uppgift uppmärksammas i rapporten och förklaras som kulturella eller religiösa anledningar till att en del självrapporter inte stämmer med verkligheten. Alkoholkonsumtionens genomsnitt för EU är 15 liter ren alkohol per alkoholkonsument (Andersson & Baumberg 2006:2), alltså ligger den svenska konsumtionen fortfarande lägre än genomsnittet.

## **4. Metod**

Syftet med metodavsnittet är att ge läsaren en möjlighet att bedöma mitt tillvägagångssätt och utifrån det resultatets rimlighet (Patel & Davidson 2003:131).

### **4.1 Den kvalitativa metoden och hermeneutiken**

Kvalitativ metod används ofta inom samhälls- och beteendevetenskaperna för att få en mer fördjupad bild av ett fenomen. Fenomenet som studeras här är alkoholkonsumtion, som främst beskrivs i statistiska siffror. Jag vill med valet kvalitativ metod få ett fördjupat individperspektiv på de statistiska uppgifterna om alkoholkonsumtion som jag tagit del av. Att

ger en ”rikare” eller ”fylligare” bild av den sociala verkligheten är den kvalitativa metodens kännetecken (Gubrium & Holstein 1997).

För uppsatsens intervjuer innebär detta val av metod öppna frågor, istället för de i förväg formulerade svarsalternativ som ofta används vid kvantitativt inriktad forskning. Syftet med en kvalitativ intervju är att få intervjupersonens egen berättelse i egna ord och intervjun tar sig formen av ett samtal där båda parter är medskapande (Patel & Davidson 2003:78).

Hermeneutiken är en existentiell filosofi som vill skapa en förståelse av den mänskliga existensen genom *tolkning* (Ibid:28). Inom denna vetenskapliga inriktning tillåts forskaren vara öppen, engagerad ta sig an ett forskningsobjekt utifrån den förförståelse man som individ har sedan tidigare. En förförståelse, eller de tankar som redan finns om det ämne som studeras, ses inte som ett hinder utan som en tillgång i tolkningsprocessen (Ibid:30). Min förförståelse och kunskap om ämnet alkoholkonsumtion baseras på min föreliggande folkhälsovetenskapliga utbildning, mina arbetslivs- och privata erfarenheter och förstås, mina egna subjektiva upplevelser av alkoholkonsumtion. Jag ser alkohol som en konsumtionsvara som kan förhöja livskvalité men som har stor potential att skapa problem för individ och samhälle. Jag vill, i hermeneutisk tradition, i min uppsats tolka och försöka förstå hur mina intervjupersoner tänker och handlar i förhållande till alkohol.

#### **4.2 Tillvägagångssätt**

Mitt arbetssätt kan beskrivas som *deduktivt* (Patel & Davidson, 2003:23). Det innebär i mitt fall, att jag efter att ha studerat litteratur, artiklar och rapporter om alkoholkonsumtion, identifierat ett problemområde – den ökade alkoholkonsumtionen - och förankrat ämnet i redan befintliga teorier om konsumtion, identitet och status. Teorier som sedan använts för tolkningar och analys av materialet, även om teorierna inte strikt testats kan tillvägagångssättet ändå ses som deduktivt.

Uppsatsens inriktning är *empirisk*, vilket betyder att det material som ligger till grund för uppsatsens resultat är baserad på erfarenheter jag gjort i forskningsprocessen. Empiriska erfarenheter och kunskap skapas genom observationer av verkligheten (Ibid:18), alltså genom studier av det statistiska materialet, som måste bedömas som en spegling av verkligheten samt de sex intervjuerna. Dessa har utförts hemma hos mig, hemma hos dem och/eller via telefon och tog mellan 45 och 60 minuter per person och tillfälle.

Mina frågeställningar har baserats på mina tidiga studier inom ämnet, för att sedan ändrat form och omfattning under forskningsprocessens gång, i samspel med det empiriska materialet, allteftersom jag fördjupat mig i ämnet.

### 4.3 Intervjuer och urval

Två intervjuer utfördes i början av uppsatsarbetet och har bidragit till problemformuleringen och frågeställningens utformning. Senare i uppsatsarbetet har dessa två intervjuer gjorts om för att bättre överensstämna med de övriga 4 och fördjupade innehållet i det tidigare materialet. Intervjuerna har baserats på en intervjuguide om alkoholvanor, dryckespreferenser och hur attityder och förhållningssätt till alkoholkonsumtion eventuellt förändrats över tid och i förhållande till den ökade tillgängligheten som noterats i Skåne regionen (se bilaga 1).

Urvalet av intervjupersoner har skett genom att jag valt ut sex personer mellan 23 och 58 år, som jag kom i kontakt med genom bekanta som vidarebefordrat min förfrågan angående frivilliga till en intervju om alkoholvanor. Jag valde sex personer i olika åldrar för att få en varierad bild av alkoholvanor från olika tids- och åldersperspektiv. Personerna har själv beskrivit sig som måttlig, medel eller riskkonsumenter.

Materialet från dessa intervjuer kan inte generaliseras till samhället i övrigt, utan måste ses som individuella berättelser. Intervjuerna ger en mer nyanserad bild av hur den konsumtion som det statistiska materialet beskriver, kan se ut, vilket är en av fördelarna med den kvalitativa metoden.

### 4.4 Övrig materialinsamling

Övrig insamling av material har skett via samhällsvetenskaplig litteratur i kombination med studier av statistiska källor, främst via statliga och kommunala myndigheters hemsidor som nämnts i tidigare kapitel. Denna teknik kallas *triangulering* och innebär alltså att information om ett ämne, i mitt fall alkoholkonsumtion, samlas in från flera källor där fenomenet yttrar sig, ”för att ge en så fyllig bild som möjligt” (Patel & Davidson 2003:104).

Ett alternativ för uppsatsen hade varit att smalna av fokuset ytterligare, från Malmö stad till en mer specifik grupp, t ex medelålders kvinnor, en grupp där det skett en intressant förändring i alkoholkonsumtionen den senaste tiden. Men för mig är det mer intressant att undersöka attityder i olika åldrar, även om det kanske varit lättare att analysera en mer homogen grupp. Skeenden i specifika grupper i samhället sker dessutom inte isolerat, utan är ett resultat av

mer övergripande strukturella krafter som påverkar hela befolkningen, därför valde jag den blandade gruppen intervjupersoner.

## 5. Teoretiska perspektiv

Här presenteras några samhällsteoretiska perspektiv på klass, identitet och konsumtion som jag valt eftersom de kan vara användbara i en diskussion om de förändringar i alkoholkonsumtionstrender som observerats.

### 5.1 Varför teori?

”Traditionellt sett är en teori ett system av antaganden eller satser som beskriver den del av verkligheten som är studieobjektet” (Patel & Davidson 2003: 21-22). Med ”traditionell” avses ofta de naturvetenskapliga områdena som lättare kan förklaras av en enda bred teori. Inom human- och beteendevetenskaperna kan istället flera olika teorier tänkas förklara samma sak på olika sätt (Ibid:22). Det går därför inte att identifiera en ”sann” teori som beskriver varför vi människor beter oss som vi gör i olika sammanhang. Mitt val av teori grundar sig i min förförståelse att alkoholkonsumtion hänger samman med övriga konsumtionsmönster och att alkohol symboliserar någonting utöver sitt värde som dryck. Detta mynnar ut i två huvudteorier.

### 5.2 Klassteori

Pierre Bourdieu, en fransk professor och sociolog, ger oss i *Distinktion* (1992) en djupgående redovisning av sina livsstilsundersökningar bland den franska medelklassen. Vi får ett mer komplext perspektiv på vad de sociala klasserna i samhället kan bygga på, än den traditionella klassteorin av Karl Marx, där analysen vilar på fördelningen av det ekonomiska kapitalet. Kapital i Bourdieus mening har ett symbolvärde som liksom pengar kan förvärfvas, ackumuleras och användas i utbyte mot annat som erkänns värde inom en grupp. Även om Bourdieu inte i första hand talar om det ekonomiska kapitalet, menar han inte att pengar är utan betydelse för individens handlingsutrymme, men han väljer en annan teoretisk modell för att förklara skillnader mellan grupper. Bourdieus kapital delas in i symboliskt, kulturellt och socialt kapital, det är framför allt *det symboliska kapitalet* jag använder mig av i min analys av intervjuerna. Symboliskt kapital kan vara nästan vad som helst som värderas inom en viss grupp (Bourdieu 1992: Broady kap.3). Text så måste expertis inom en viss bransch, värdesättas av övriga inom den branschen, för att det kapitalet ska ha något värde. Därför beskrivs det som symboliskt, det står för någonting utöver sig själv. Oavsett kapitalform kan



dessa värden ackumuleras och förkroppsligas i ett *habitus* (Broady 1991: 43-44). Habitus kan översättas till det förhållningsätt vi lägger oss till med som ett resultat av våra upplevelser i livet, något som vi visar i de val vi gör, vår livsstil, smak och förväntningar på livet (Broady, 1991: kap. 2).

För min problemformulering kring alkoholvanor blir detta en intressant utgångspunkt eftersom hur vi dricker och vad vi dricker kan tolkas som en del av vårt habitus. Förebilder, eller referensgrupper som vi väljer att identifiera oss med påverkar vårt habitus (Broady, 1991 kap 2.1.1). Våra vanor och preferenser är enligt Bourdieu en smaksak som är starkt förankrat i vår position i den samhälleliga hierarkin och som vidareproduceras inom olika samhällsklasser (Bourdieu, 1992: 177-178). Ett av Bourdieus (1992) exempel på habitus är hur matpreferenser skiljer sig åt mellan arbetarklass och medelklass i Frankrike. Han menar att arbetsfördelning, könsroller, tidsprioriteringar och familjestruktur påverkar vilka maträtter som lagas och därför föredras av personer uppvuxna i det hemmet (Ibid:185-187). Det är medvetenheten om dessa skillnader, eller distinktioner, som driver oss människor till att uttrycka vad vi gillar och ogillar, identifierar oss med eller tar avstånd ifrån (Ibid.).

### 5.3 Konsumtionssamhället

”Konsumtionsbeteendet gör oss till individer” skriver Zygmunt Bauman och Tim May (2001:207), vad menar han med det? I sin bok *Konsumtionsliv* (2007) behandlar Bauman de problem vi står inför i ett samhälle där allt har blivit en vara som marknadsförs, säljs och konsumeras, även vi människor ”kommodifieras”(Ibid:125). Enligt Bauman är identiteter flytande, ofullständiga projekt som tvingar individer att definiera sig själva och hitta en nisch på konsumtionsmarknaden där vi kan passa in (Ibid.). Han menar att den frihet att göra egna livsval, som vi i västvärlden anser oss ha, i själva verket blivit en skyldighet. Våra så kallade valmöjligheter är dessutom, redan i förväg, bestämda och begränsade av marknadens utbud och att välja att *inte* definiera oss själva blir alltså det samma som att ge upp vår frihet (Ibid. kap 3). Vi konsumerar symboler och objekt för att definiera för oss själva och omvärlden vem vi är, eller rättare sagt vem vi vill vara. Utbudet av livsstilar är stort och för pengar kan vi, via symboler, köpa oss en identitet som marknaden erbjuder (Bauman 2001:207; 2007:125).

Alkoholkonsumtion kan ses som en del av vårt identitetsskapande då t ex, alkoholreklam säljer en bild av en livsstil som kopplas till en viss alkoholsort. Alkohol kan i detta sammanhang tolkas som ännu en produkt i konsumtionssamhället och konsumtionsökningen en följd av Sveriges inträde i Europeiska unionen, ett samarbete vars främsta prioritering är ett fritt flöde



av varor, kapital och tjänster. Eftersom den kapitalistiska ekonomin och dess marknad bygger på en ständigt ökande omsättning, är en tillfredställd konsument en fiende till produktion och konsumtion – ”köpivern får aldrig mättas” (Ibid:208). På samma sätt kan konsumtionssamhället inte överleva utan den konsumistiska kulturens ”överflöd och slöseri” (Bauman 2007: 99).

## **6. Resultat och Analys**

Först vill jag kort presentera mina intervjupersoner och därefter redovisa utvalda delar av materialet från de sex intervjuerna, i form av citat som diskuteras i förhållande till det övriga materialet i uppsatsen. Jag redovisar citaten från intervjuerna enligt de teman som varit mest framträdande i intervjuerna – attityder till alkohol, så som dryckespreferenser och alkoholens sociala roll samt upplevelsen kring alkoholens ökade tillgänglighet. En sammanfattande analys utifrån relevanta teorier kommer avslutningsvis. Jag inser att dessa sex personer inte kan ses som representativa för Malmös befolkning och dessa åsikter om alkohol måste förstås som personliga. Men varje individs uttryck om och handlingar i ett samhälle är inslag i ett större sammanhang, vilket styrs av ett förhållande av inbördes beroende (Ibid:16). Därför är resultatet relevant i sammanhanget och varje intervjupersons åsikt är en icke slumpmässig del av det samhälle som analyseras.

### **6.1 Attityder till alkohol**

Mina sex intervjupersoner är helt anonyma och benämns inte med namn utan refereras till med kön och ålder efter varje citat, samtliga är födda och uppvuxna i Malmö där de är bosatta även idag.

- Kvinna 23 år, deltidsarbetande i kulturbranschen
- Man 27 år, butiksbiträde
- Kvinna 33 år, studerande
- Kvinna 42 år, sjuksköterska
- Man 57, anställd inom försvaret
- Kvinna 58 år, personalrekrytering

#### **6.1.1 Om alkoholkonsumtion, preferenser och alkoholens sociala roll**

Att det finns en stor tillgänglighet av alkohol i Malmö råder det inga tvivel om med hänvisning till dessa intervjuer och föreliggande statistik. Samtliga intervjupersoner har märkt

en ökning i konsumtionen av alkohol i samhället i stort och några av dem kan relatera det till sin egen alkoholkonsumtion.

Vinkonsumtionen har ökat mer än någon annan alkoholsort i Sverige och det är den mest konsumerade alkoholsorten bland kvinnor enligt de statistiska undersökningarna som tidigare nämnts. Samtliga intervjupersoner vittnar om denna ökning i vinkonsumtion och upplever detta som ett tecken på en hälsosammare livsstil. Vinets positiva effekter på kroppen är välkända medans alkoholkonsumtionens skadliga mängder var mindre kända bland de intervjuade personerna.

- *En sak som jag tänkt på med vin är vilka vinexperter alla har blivit. Det räcker inte med att välja rött eller vitt vin, man ska veta årgång och druvrestrikt, helst ska det vara på flaska och inte i box – och har man en box ska den helst stå på en sådan där fin ställning eller hällas upp i karaff. Jag har absolut blivit mer kräsen med vilket vin jag dricker (Kvinna, 33 år).*
- *Ett par glas vin ska bara vara bra för oss över 50 år (Kvinna, 58 år).*

I Sverige stod vinet år 1960 för knappt 10 % av den totala alkoholkonsumtionen, år 2005 drack vi 3,9 liter vin per person och år, vilket motsvarade 38 % av totalkonsumtionen (Boman, Ulrika 2006). Förra året, 2008, steg den siffran till 40 % och det är främst kvinnor som dricker vin i Sverige medan männens konsumtion är jämnt fördelad över vin, sprit och öl, denna könsskillnad finns i nästan alla åldersgrupper (Folkhälsorapport 2009). På Systembolaget var det vinförsäljningen som mellan år 2008 och 2009 ökade mest av öl, vin och sprit (Systembolaget 2009c). Den främsta anledningen, som samtliga intervjupersoner uppger, till varför de dricker alkohol, är att det är gott. Sekundära anledningar uppgavs vara för att bli full eller för att slappna av.

- *Det är väl inte så farligt om man håller sig till vin och öl? Det är mer sprit som är skadligt... eller det känns så i alla fall. När vi går ut och festar dricker jag nog en flaska vin innan och ute på ställen brukar jag dricka starkcider, två – tre stycken och Rom och Cola. Under veckan dricker jag ofta ett glas vin till maten, inte alla dagar, men typ 3 dagar i veckan kanske (Kvinna, 23 år).*

Högkonsumenterna i Sverige är enligt Folkhälsorapport 2009 män mellan 20 och 24 år som dricker i snitt 20,3 liter ren alkohol per år, även kvinnorna i den åldersgruppen dricker mer än övriga kvinnor och 25 % av kvinnorna mellan 16 och 29 år har riskabla alkoholvanor. Att vi överlag dricker mer i yngre år kan bero på att vi ännu inte problematiserat vår alkoholkonsumtion och inte reflekterat över de eventuella skador den kan bidra till. Ofta är

baksmällan inte lika påtaglig och vi har troligtvis mer tid över till återhämtning än vi upplever oss ha senare i livet. Det verkar finnas en större acceptans för berusningsdrickande bland de yngre personerna, att vara full och bakfull är ingenting negativt utan snarare tvärtom. Att man dricker mindre i vissa åldrar har snarare med omständigheterna att göra än med personliga val, något som uttrycks i citatet nedan.

- *Jag upplever att vi över 50 år dricker mer än vi gjorde förr. Det är för att vi övertygat oss själva att vin är bra för oss och dessutom vi har bara oss själva att se efter. Man drack ju mindre förr, när barnen var små, då hade man liksom inte tid att var trött på morgonen* (Kvinna, 58 år).

Enligt statistiken (Folkhälsorapport 2009) finns det flest lågkonsumenter i gruppen kvinnor 30 – 49 år, då det är vanligt att det finns småbarn med i bilden. Alkoholens och framförallt vinets, eventuella skydd mot hjärt- och kärl sjukdomar har debatterats i ett halvt sekel och forskarna är ännu inte helt eniga (Systembolaget 2009c). Om 1-2 glas vin per dag, för de över 50 år, ska ha någon positiv effekt för hälsan förutsätter det att man inte dricker någon mer alkohol utöver den mängden, helst ännu mindre, speciellt för kvinnor (Livsmedelsverket 2009: Systembolaget 2009d). Att vi svenskar tagit till oss vinländernas dryckeskultur med mer vardagsdrickande uppmärksammas på systembolagets hemsida

*Lådvin, smuggelsprit, fri införsel av alkohol från utlandet, internethandel, alkoholisk och låtsascider - allt har bidragit till att svensken nu dricker mer än på hundra år. Vi har anammat öl efter jobbet kulturen, vin till vardags vanan och behållit vårt dricka sig full till helgen beteende* (Systembolaget 2009a).

Ofta underskattar vi hur mycket alkohol vi egentligen dricker och framför allt nedvärderar vi riskerna och vinklar sannolikheten för skador utifrån våra egna individperspektiv, vi bestämmer oss för en så kallad ”personlig risk” (Andreasson 2002: 218-219). Vi tar ofta till oss den information som passar in med de värderingar vi redan har och enligt Media och kommunikations professor Gunilla Jarlbro (se Andréasson 2003:216) är inställningen ”ett glas vin då och då är väl inte så farligt” sammanfattande för den svenska alkoholopinionen.

- *Alkohol finns ju med i de flesta sociala sammanhang, det är svårt att komma undan, tackar man nej till alkohol på en fest eller en middag så tror folk man är gravid eller att man kört bil dit* (Kvinna, 33 år).

Alkoholen beskrivs ofta som ”en social verksamhet, som bidrar till att vi umgås med andra människor”. Uppfattningar och attityder till alkohol överförs mellan människor via traditioner

och socialisation (Andréasson 2002:243). Att alkoholen är djupt rotad i vår kultur uttrycktes på flera sätt i intervjuerna. Att dricka alkohol är i Sverige mer vanligt än att avstå, vilket kan utläsas från EU kommissionens undersökning av attityder till alkohol i medlemsländerna (Special Eurobarometer 2007). Ett glas vin eller öl kan symbolisera ledighet, avslappning och frihet, en bild som förstärks av att alkoholen ofta förknippas med nöjen och sociala sammanhang.

- *Vi går ut för att festa, man dricker innan och ute, jag känner bara en person som inte dricker, men vi umgås inte så mycket med honom (Kvinna, 23 år).*
- *Mitt musikintresse spelar stor roll för min alkoholkonsumtion, jag är ju på musikpubar minst två gånger i veckan, då dricker jag några öl, det hör till (Man, 27 år).*

I intervjuerna framkom det att vid flera av de svenska traditionerna är alkohol något som tas för givet. Midsommar, jul, påsk, födelsedagar och större delen av lediga perioder, fram för allt sommaresemestern, involverar en högre alkoholkonsumtion än resten av året. Detta dryckesmönster finner även Håkan Leifman (2003) i en undersökning om alkoholkonsumtionen i Sverige månad för månad. Både antalet konsumtionstillfällen och berusningsdrickandet var som högst under juli och december månad enligt den rapporten.

- *När vi är långlediga dricker vi oftare, på sommaresemestern dricker vi var dag. Även över julen blir det mer alkohol än annars, men efter ledigheten går jag alltid tillbaka till helgdrickandet, det funkar inte med jobb och allt annat att dricka på vardagarna (Kvinna, 42 år).*
- *När jag är ledig firar jag med öl, speciellt om jag är utomlands, då dricker jag öl hela dagarna (Man, 27 år).*

### **6.1.2 Om den ökade tillgängligheten**

De som växte upp i Malmö under tiden innan EU och Öresundsbron, berättar om sina alkoholvanor som tidigt påbörjade, runt 13-15 års ålder, men mängderna som dracks var mindre och tillfällena färre än de som de yngre personerna i intervjuerna uppger. Åldern för alkoholdebuten är dock mer eller mindre den samma.

Så här minns två kvinnor sin alkoholkonsumtion under 1960 – 1980 talen

- *När jag var 15 år fanns det inte många ställen att gå ut på så vi hade "lyor". Det var billiga rivningskåkar som gick att hyra billigt. Där hade vi egna liveband och fester med våra kompisar. Om någon skulle över med båten till Köpenhamn kunde man be dem köpa med sig en flaska vin till kvällen (Kvinna 58 år).*
- *Jag gjorde som alla andra Limhamnsungar – tog båten över till Dragör där vi handlade alkohol, minns inte vad, men full blev jag! Det var ett vanligt helnöje bland mina vänner men det tog nog ett år innan jag drack alkohol igen (Kvinna 42 år).*

Systembolaget ses inte som ett problem eller hinder för införskaffandet av alkohol utan som ett mer exklusivt alternativ till s.k. "fulsprit" eller hemkört. Samtliga intervjuade har handlat alkohol utomlands och fört in till Sverige och flertalet berättade om regelbundna inköp via vidareförsäljare som kan ringas när som helst och leverera stora kvantiteter av alkohol.

- *Vi brukade ringa ett "svartnummer" och bestämma träff vid torget med en gubbe som kom med bil och sålde vodka, öl och tetrapackvin ur bagageluckan. Han hade ofta sina barn med sig i baksätet (Kvinna, 23 år).*

Tidigt 2000 tal var detta ett vanligt sätt att skaffa alkohol i kvinnans umgängeskrets, fram tills hon fyllde 18 år, då det blev lättare att få föräldrar eller syskon att köpa ut. Enligt införselutredningens sammanfattning av Malmöpolisens misstänkta vidareförsäljare i Malmö år 1998–2003 är det främst utlandsfödda män, 30-50 år som står för den verksamheten och i 43 % av de misstänkta fallen såldes alkoholen på gatan. 10 % av den misstänkta vidareförsäljningen i Malmö sker via livsmedelsbutiker (SOU 2004:86). I en intervju med 27 årig man beskrivs detta fenomen så här

- *Det fanns en livsbutik där man lite diskret beställde över disk – 3 flak öl tack! Det var inga problem (Man 27 år).*

Den svenska alkoholpolitiken som bygger på höga priser och begränsad tillgång har fått helt nya utmaningar sen Sveriges inträde i EU 1995 (Andréasson 2003:20). Under en övergångsperiod hade vi kvar existerande begränsningar för avgiftsfri införsel för att sedan 2004 använda samma regler som resten av EU. Sen medlemskapet i EU har Sveriges alkoholkonsumtionsvanor förändrats i mängd och form. Vi dricker mer i hela landet, främst eftersom vi dricker oftare, framförallt i södra Sverige (SOU 2004:86).

- *Vi brukade köpa hem backar med lättöl, förr... det var det man drack till vardags. Nu har vi kylan full med starköl från Tyskland – det kostar ju nästan samma! (Man 57 år).*

- *Jag var väl i 20årsåldern när vi började handla tyskt vin och öl, de flesta hade ett nummer i mobilen som vi ringde när som helst på dygnet, då kom de och levererade, ibland direkt till festen, hemkört, billigt och snabbt (Kvinna, 33 år).*

Utbudet av uteställen och antalet klubbar med alkoholtillstånd i Malmö beskrivs som färre på 1970 talet. Den begränsade tillgängligheten av alkohol i sociala sammanhang till följd, kan förklara varför alkoholen inte var lika mycket ett självklart inslag i utelivet, så som det är idag.

- *Vi gick till Klubb Bongo New Orleans som låg på Friisgatan, jag tror inte ens de sålde alkohol där... i alla fall var det inte därför vi gick dit. Alla de stora artisterna spelade där, jag såg både Jimi Hendrix och Frank Zappa (Man 57 år).*

Till systembolaget uttrycker de flesta i intervjuerna en ambivalent inställning, där alkoholmonopolet både uppskattas och kritiseras. På frågorna rörande Systembolagets funktion som kontrollerande distributör av alkohol och dess effekt på tillgängligheten svarade några så här

- *Jag vet inte riktigt vad jag tycker, det är trist att det måste finnas, samtidigt vet jag att det fyller en funktion. Som anställd inom sjukvården kan jag uppskatta den positiva effekten det har för folkhälsan, men jag tycker ändå det är lite tråkigt med monopol (Kvinna, 42 år).*
- *Jag brukade aldrig handla på systemet tidigare, det kändes för dyrt när det fanns billigare alternativ, men nu uppskattar jag deras välsorterade sortiment och det finns bra viner till rimliga priser (Kvinna, 33 år).*
- *Jag köper vin där ibland, det ska vara billigt och fruktigt, jag brukar gå efter deras cirkeldiagram, där ser man smakfördelningen, det är bra! (Kvinna, 23 år).*
- *Jag gillar systembolaget, man vet vad man köper till skillnad från när man köper hemkört, det är ordning och reda på systemet, de håller koll på vem som handlar och personalen vet mycket om sortimentet (Kvinna, 58 år).*

Enligt mätningar av svenskarnas inställning till Systembolaget och den svenska alkoholpolitiken, var 75 % av befolkningen positivt inställd till att alkohol skulle få säljas fritt i livsmedelsbutiker 1994 för att sjuka till 44 % 2004 (SOU 2004:86 kap.9). De senaste siffrorna visar att 60 % av befolkningen vill ha kvar det svenska alkoholmonopolet (Systembolaget 2007).

## 6.2 Analys

Syftet med uppsatsen är att undersöka och tolka attityder till alkohol genom att ställa upp två frågeställningar - vilka attityder till alkoholkonsumtion finns bland Malmös befolkning och hur har dessa attityder påverkats av den ökade tillgängligheten av alkohol som EU medlemskapet bidragit till?

Bauman och May (2001) ställer sig frågan vad det innebär att tänka sociologiskt? Kort sagt utmärks sociologin av att den ser ”varje mänsklig handling som en del av ett större sammanhang” (Ibid.2001:16). I min analys av de attityder till alkohol som kommit till uttryck genom intervjuerna vill jag använda detta synsätt, för att försöka förstå det empiriska materialet i ett större perspektiv.

Bauman och May (2007; 2001) diskuterar samhällsförändringar där den ekonomiska marknadens påverkan på människor står i centrum. I stora drag kan två motsägelsefulla intressen tydas ur det svenska samhället idag, där en begränsande alkoholpolitik och en obegränsad marknad, som EU bygger på, i form av lagstiftning vill regera i ett och samma land. Dessa samhällsförändringar har visat sig inte minst i förändrade levnadsvanor och konsumtionstrender där våra alkoholvanor förändrats i mängd och i dryckespreferenser (Andréasson 2003: 37-40).

De olika attityder till alkohol som uttryckts i intervjuerna skiljer sig mest mellan de som är över och de som är under 30 år. Detta kan tolkas som att det som värdesätts - det symboliska kapitalet - skiljer sig åt åldersgrupper emellan. Det gemensamma för samtliga är att spritkonsumtionen, som tidigare varit relativt hög, så gott som försvunnit och ersatts av vin och öl. Detta kan ses som en del av ett mer generellt dryckesmönster i vår kultur i Sverige idag, där vi delvis gått ifrån helgsupandet till en mer frekvent vardagskonsumtion, alltså en förändring i smak och vanor, vilket kan förstås som ett förändrat habitus, eller förhållningssätt till alkohol. Ett minskat helgsupande beskrivs endast av de tre äldre medan de yngre, som också tagit till sig ”den kontinentala dryckeskulturen” med afterwork och vin till maten på vardagar, samtidigt behållit eller ökat sin helgkonsumtion.

För att beskriva de europeiska länderna i studier om alkoholkonsumtion, delas de upp efter vilken typ av alkohol som generellt föredras - vin, öl eller sprit (Andréasson 2003). Sverige räknades länge till spritländerna tillsammans med Finland och Norge vilket ger en förnimmelse av kalla, hårda klimat och tunga industrisamhällen. Till vinländerna räknas



Grekland, Spanien, Italien, Frankrike och Portugal, länder som kan förknippas med sol, värme och en gemytlig kontinental livsstil. Att vin har tagit över som favoritdryck i stället för öl och sprit kan tolkas som ett tecken på förändrade attityder till alkoholens funktion, men även som en förändring i självuppfattning, både på individ- och samhällsnivå. Enligt Baumans (2007) teorier om identitetskapande genom konsumtion av symboler som tillhandahålls av marknaden, kan en skiftning från en alkoholsort till en annan förstås som ett medvetet val av identitet. Att belöna sig själv med ett glas vin har en annorlunda betydelse än det som det hårda supandet symboliserar, liksom champagne eller whiskey förknippas med en viss livsstil.

Vanor och normer överförs mellan människor och vi anpassar oss ofta efter rådande förhållanden eftersom vi är socialt anpassningsbara och alternativet – att gå emot strömmen – kräver mycket mer uppoffring. Även när vi väljer att gå emot strömmen gör vi det i förhållande till de alternativ som dikteras av de utomstående den egna gruppen, på detta sätt är vi alltid i någon mån, beroende av andra (Bauman 2001: 35). De intervjupersoner som växte upp i Malmö innan EU och Öresundsbron förhöll sig till de strukturer som styrde tillgängligheten av alkohol på den tiden. De gick ut på klubbar som inte serverade alkohol, handlade mellanöl och lättöl och köpte från resor hem de små mängder som tilläts på den tiden, liksom de nu, oavsett vad de tycker om den Europeiska unionen i övrigt, anpassat sina konsumtionsvanor efter de nya förhållandena med större tillgänglighet och mer liberala alkoholvanor till följd. Antingen de själva åker över till Bordershop och fyller bilen med alkohol eller om de väljer att handla via någon annan, så har dem alla handlat hem stora mängder vin och öl och medger att de dricker mer och oftare eftersom det finns så tillgängligt.

En fråga av sociologisk relevans är om det är individen som styr samhällets strukturer eller tvärtom. När det gäller Sveriges alkoholhistoria finns det flera exempel på hur människor missbrukat alkohol bara för att de kunnat, som om de flesta anpassar sig efter tillgängligheten även om detta sker i olika utsträckning mellan olika individer. Ett exempel på detta är då mellanölet började säljas i vanliga matbutiker 1965 och konsumtionen ökade kraftigt i Sverige.

För de tre personerna mellan 23 och 33 år som växt upp med den lättillgänglighet av alkohol vi har idag, verkar det vara en självklarhet att alkohol kan köpas och konsumeras när som helst. Den inställningen gäller inte bara den alkohol de snabbt kan beställa hem genom mobiltelefonen, utan de beskriver också ett mer liberalt förhållande till alkoholkonsumtion i övrigt. Även mängderna som konsumeras mäts i förhållande till en högre



”normalkonsumtion” i deras omgivning, vilken återspeglar deras egen konsumtion som relativt låg. Det finns alltid någon annan som dricker mer.

Enligt Bourdieu (1992) uttrycker vi vårt habitus, eller förhållningsätt till omgivningen genom de vanor vi lägger oss till med i form av intressen och konsumtionsvanor. Detta signalerar vilken grupp vi tillhör och Bourdieu (1992) menar att dessa ”subtila” statusmarkörer i form av vinsorter och andra symboler som vi väljer att identifiera oss med, inte är något annat än gränsdragningar mellan vem vi vill vara och dem vi inte vill associeras med. Distinktion, eller att utmärka sig, är vad det oftast handlar om enligt honom (Ibid.). Att de yngre personerna idag är mer noga med vad de dricker än ungdomar var tidigare och inte gärna förknippas med billiga viner eller hembränt kan tolkas som en ökad medvetenhet om vad dessa symboler signalerar.

Det går trender i det mesta som säljs och köps, trender som måste spridas för att kunna påverka konsumenterna (Bauman 2001: 204-205). Liknande den roll som cigaretten, rökt ur ett långt munstycke, symboliserade glamourstatus på 30-talet, är alkohol i olika former också en symbol – den representerar någonting utöver sin egentliga betydelse. Att vi dricker mer kan tolkas som en trend, där framförallt vinkulturen sålts in hos svenskarna. Tv-reklam för alkohol är i Sverige förbjuden, ändå ser vi alkoholreklam mellan programmen i en del kanaler. Detta är för att inom EU gäller ”sändarlandsprincipen” som i praktiken innebär att ett land där alkoholreklam är tillåtet kan sända program med alkoholreklam i Sverige utan att Sverige får lov att stoppa sändningen (EU-upplysningen 2009b). I den tryckta pressen är det däremot fritt fram för annonser och för vin recensenterna att betygsätta och rekommendera vilka viner som passar till vad och lättölsreklam är tillåten även i TV. Bilden av den underbara sommardagen i skärgården, dukade långbord och glada sällskap paras ihop med blåa ölmärken, klass 1 förstås. Att konsumera alkohol marknadsförs här som en del av en attraktiv livsstil, men man kan inte dricka vad, hur eller när som helst.

Symbolvärdet hänger ihop med en gemensam förståelse för vad som är värt att uppskatta och vad som inte är det, ett symboliskt kapital är enligt Bourdieu (1992) alltid beroende av att alla i gruppen värdesätter symbolen på samma sätt. I jämförelsen med cigaretten som statussymbol, där en kraftig svängning neråt i trenden skett de senaste åren, kan man kanske påstå att alkoholen just nu är uppe på en topp. Alkoholens positiva effekter på hälsan beskrivs gärna och ofta både i medier och av intervjupersonerna. Dessa positiva attribut som helt saknas hos cigaretten, kan förklara varför vinet förmodligen inte kommer att devalveras i

symbolvärde på samma sätt som tobaken gjort. Men de ökningarna i samhällskostnader som den höga alkoholkonsumtionen kan ge kommer förmodligen att påverka människors inställning till alkohol över tid, som de gjort tidigare i alkoholhistorien.

## 7 Några egna reflektioner...

Den begränsade tillgång och höga priser som svensk alkoholpolitik i teorin ska bygga på har ingen effekt i praktiken eftersom alkoholen i Malmö är både lättillgänglig och billig och inte kontrolleras av monopolet. Men den ökning av alkoholkonsumtionen som skett sedan inträdet i EU kan inte enbart förklaras av den oregistrerade konsumtionen eftersom även systembolagets försäljning har ökat sedan dess. En 20 % ökning av försäljningen sedan 1999 bara i Malmö och den trenden verkar inte stanna av, inte ens i ekonomiska kristider (Systembolaget 2009c; TT 2009). Enligt EU-barometerns undersökning (Eurobarometer 2007) skulle endast 13 % av svenskarna handla mer alkohol om priserna sänktes med 25 %. Trots det dyker det upp förslag på sänkt alkoholskatt för att göra privat införsel av alkohol mindre lönsamt. I en motion till regeringen om ”översyn av alkoholskatten” (Andersson, 2008/09: Sk268) föreslås en sänkning av alkoholskatten med motiveringen att ”smuggelsprit väller in landet”. Att svenskt alkoholmonopol och EU:s öppna marknad inte går att förena i ett och samma land är ganska uppenbart, frågan är bara vad som bör prioriteras – en utbredd marknad eller ett begränsande av alkoholskador? En ökande acceptans för alkohol hänger ihop med en ökad exponering och tillgång av alkohol och dessa växelverkar med varandra mot mer liberala alkoholattityder. Konsumtionen av alkohol är förstås inte så jämt fördelad över befolkningen som ett statistiskt genomsnitt kan antyda, en del dricker mer än andra och ungdomar och socialt utsatta grupper är de som påverkas mest av en ökad tillgänglighet av alkohol. Men som jag skrev inledningsvis, så sker inte saker i ett samhälle isolerat utan påverkas och påverkas av samhället i stort, ökningarna i konsumtionen av alkohol leder till alkoholskador på individer och samhälle och kostnaderna stiger med dessa, inte bara de finansiella. Olyckor och brott räknas till de indirekta alkoholskadorna och risken att drabbas gäller även de som personligen tar avstånd ifrån alkohol.

Den svenska befolkningen konsumerar idag, i snitt, 10 liter alkohol per år och person och en stor del av denna köps i andra länder för att undankomma svensk beskattning. Svenska samhället går alltså miste om skatteintäkter som borde gå till forskning och åtgärder för att begränsa alkoholens följdskador. Att öppna upp gränser för ett fritt flöde av varor är EU:s mål och en ökad konsumtion av dessa varor är en förutsättning för en kapitalistisk marknads överlevnad. Konsumtionssamhället driver på vår köplust och jag tror att vi konsumerar mer av

allting, inte bara alkohol, till följd. Tidigare i alkoholhistorien, i alla fall i Sverige, har folkhälsopolitiska åtgärder kommit då problemen brett ut sig på ett sätt som ansetts negativt för landet i stort. En insikt om potentiella skatteintäkter har också tidigare motiverat till reglering av alkoholtillverkning och försäljning, något som Sverige idag går miste om då stor del av alkoholen köps utanför Sveriges gränser. Pengar som i allra högsta grad kan behövas för att finansiera forskning och åtgärder för att begränsa de stora samhällskostnader som Sverige står inför till följd av vår ökade alkoholkonsumtion.

## Referenser

- Andersson, Jan, R. m fl. (2008) *Motion 2008/09: Sk268 Översyn av alkoholskatten* Motion till Riksdagen Sveriges riksdag, Dokument <http://www.riksdagen.se/webbnav/?nid=410&dokid=GW02Sk268> (2009-05-11)
- Andréasson, Sven (2002) *Den svenska supen i nya Europa – Nya villkor för alkoholprevention: en kunskapsöversikt* Stockholm: Gothia
- Backman, Jarl (1998) *Rapporter och uppsatser* Lund: Studentlitteratur
- Bauman, Zygmunt och May, Tim (2001) *Att tänka sociologiskt* 2a uppl. Göteborg: Korpen
- Bauman, Zygmunt (2007) *Konsumtionsliv* Göteborg: Daidalos AB
- Boman, Ulrika (2006) *Svenska folkets alkoholvanor under* Stockholm: Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning (SoRAD) Forskningsrapport nr. 39
- Bourdieu, Pierre (1992) *Distinction – A social critique of the judgment of Taste* London: Routledge
- Broadly, Donald (1991) *Sociologi och Epistemologi – Om Pierre Bourdieus författarskap och den historiska epistemologin* 2a uppl. Stockholm: HLS Förlag
- Centralförbundet för alkohol och narkotikaupplysning (CAN) *Alkohol Drogfakta* <http://www.can.se/Drogefakta/Alkohol> (2009-04-14)
- Carlsberg Sverige *Ölhistoria* Mat- och dryckeskultur <http://www.carlsbergsverige.se/Drycker/Matochdryckeskultur/Sidor/Visstedudetharomol.aspx> (2009-04-08)
- Euro barometer *Attitudes towards alcohol* Special EU barometer (2007) European Commission [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_272b\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_272b_en.pdf) (2009-04-22)
- EU-upplysningen *Frågor och svar om EU* Kort om EU (2009a) <http://www.eu-upplysningen.se/Kort-om-EU/Fragor-och-svar-om-EU/> (2009-04-30)
- EU-upplysningen *Tv-reklam* Konsumentfrågor; Reklam (2009b) <http://www.eu-upplysningen.se/Amnesomraden/Konsumentfragor-i-EU/Reklam/TV-reklam/> (2009-05-22)
- EU-upplysningen *Privatinförsel av alkohol och tobak* Fri rörlighet; Fri rörlighet för varor (2009c) <http://www.eu-upplysningen.se/Amnesomraden/Fri-rorlighet/Varor/> (2009-04-30)
- Fasföreningen (Fetal Alcohol Syndrome) *Frågor och svar* <http://www.fasforeningen.nu/> (2009-04-23)
- Folkhälsorapport 2009 Socialstyrelsen *Publikationer* (2009) <http://www.socialstyrelsen.se/NR/rdonlyres/2B5A6B25-2026-470C-A8BD-0E45AF95FAAA/13558/200912671.pdf> (2009-04-08)
- Gubrium, F. Jaber och Holstein, A. James (1997) *The new language of qualitative method* New York: Oxford university press
- Lag (2001:99) om den officiella statistiken *Svensk författningssamling (SFS)* <http://www.riksdagen.se/webbnav/index.aspx?nid=3911&bet=2001:99> (2009-04-30)

Leifman, Håkan (2003) *Vilka dricker mer alkohol i Sverige? En studie av konsumtionstrender bland män och kvinnor och olika åldersgrupper 1990 – 2002*. Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning (SoRAD)

<http://www.sorad.su.se/content/1/c6/05/05/80/bilaga1och2Rapport11.pdf> (2009-04-21)

Leijonhufvud, Jonas (2007-07-05) Alkoholreklam ökar kraftigt *Dagens Nyheter*

<http://www.dn.se/ekonomi/alkoholreklam-okar-kraftigt-1.723227> (2009-05-08)

Livsmedelsverket *Rekommendationer om alkohol* (2009)

[http://www.slv.se/templates/SLV\\_Page.aspx?id=13947&epslanguage=SV](http://www.slv.se/templates/SLV_Page.aspx?id=13947&epslanguage=SV) (2009-04-21)

Magnusson, Erik. Lönnaeus, Olle (2009-05-08) Enade i kampen om spriten. *Sydsvenska Dagbladet*, s. A6-A7

Malmö Stad *En drogfri framtid* Miljö och hälsa; Folkhälsa (2009)

<http://www.malmo.se/miljohalsa/folkhalsa/tobakalkoholnarkotikaochdopning.4.33aee30d103b8f15916800086876.html> (2009-05-04)

Nationalencyklopedin *Mellanöl* (2009) <http://www.ne.se/sok/mellan%C3%B6l?type=NE> (2009-04-26)

Patel, Runa och Davidson, Bo (2003) *Forskningsmetodikens grunder* Lund: Studentlitteratur

Regeringskansliet *Alkohol* Detta jobbar departementen med; Sjukvård, hälsa, sociala frågor, socialförsäkring; Folkhälsa (2009) <http://www.regeringen.se/sb/d/2533>

Regeringskansliet *Lagrådsremiss* Alkoholreklam m.m. (2004)

<http://www.regeringen.se/sb/d/503/a/19265>

Region Skåne *Alkohol i Skåne* Tobak alkohol narkotika (2007)

<http://www.skane.se/templates/Page.aspx?id=135867> (2009-03-23)

Region Skåne *Folkhälsan i Skåne – regional strategi 2006 - 2009* (2005)

[http://www.skane.se/upload/Webbplatser/folkhalsa/dokument/folkhstrategi\\_jan06.pdf](http://www.skane.se/upload/Webbplatser/folkhalsa/dokument/folkhstrategi_jan06.pdf) (2009-03-23)

Region Skåne *Hälsoförhållanden i Skåne - Folkhälsoenkät 2004* (2005)

<http://www.skane.se/upload/Webbplatser/UMAS/VERKSAMHETER%20UMAS/Socialmedicin/Arkiv%20Soc.Med/halsofar04.pdf> (2009-03-23)

Socialstyrelsen *Folkhälsorapportering* (2009)

<http://www.socialstyrelsen.se/Amnesord/folkhalsa/Folkhalsorapp/index.htm> (2009-04-30)

Socialstyrelsen *Missbruk och beroende – bedömningsmetoder* Socialt arbete; IMS (2008)

[http://www.socialstyrelsen.se/Amnesord/socialt\\_arbete/IMS/specnavigation/Missbruk/bedomningsmetoder/](http://www.socialstyrelsen.se/Amnesord/socialt_arbete/IMS/specnavigation/Missbruk/bedomningsmetoder/) (2009-04-19)

SoRAD *Alkoholkonsumtionen i Sverige fram tills 2005* (2006a) forskningsrapport 39

<http://www.sorad.su.se/content/1/c6/05/05/80/SORADrapport39.pdf> (2009-05-06)

SoRAD *Internethandel med alkohol – Svenskarnas införsel av sprit- vin – och öl via internet* (2006b)

<http://www.can.se/documents/CAN/Utbildningar/Dokumentationer/Internet060616.pdf> (2009-05-06)

SoRAD *Alkoholkonsumtionen i Sverige fram tills 2006* (2007a) Forskningsrapport 48  
Stockholm: SoRAD <http://www.sorad.su.se/content/1/c6/05/05/80/RApport48.pdf> (2009-05-01)

SoRAD *Den totala alkoholkonsumtionen i Sverige 2007* (2007b)  
<http://www.sorad.su.se/content/1/c6/04/86/13/AlkoholkonsumtionenISverige2007.pdf> (2009-05-01)

SoRAD *Monitorprojektet*, Pågående projekt (2008a)  
<http://www.sorad.su.se/pub/jsp/polopoly.jsp?d=11330&a=47766> (2009-04-30)

SoRAD *Den totala alkoholkonsumtionen i Sverige under 2008- en preliminär skattning av registrerad och oregistrerad alkohol* (2008b) Stockholms universitet; Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning (SoRAD)  
<http://www.sorad.su.se/content/1/c6/04/86/13/Helarssiffrorna2008feb02.pdf> (2009-04-21)

SOU 2004:86 *Var går gränsen?* Delbetänkande av Alkoholinförelutredningen (2004)  
<http://www.regeringen.se/content/1/c6/02/82/39/aeaa0b83.pdf> (2009-03-23)

Statistiska Centralbyrån (SCB) *Sveriges officiella statistik*, Om SCB (2007)  
[http://www.scb.se/Pages/List\\_139368.aspx](http://www.scb.se/Pages/List_139368.aspx) (2009-04-30)

Statens Arkiv *Riksarkivet* (2009)  
<http://www.statensarkiv.se/default.aspx?id=2241&refid=1122>

Statens Folkhälsoinstitut *Sveriges elva folkhälsomål* (2009a)  
[http://www2.fhi.se/upload/ar2007/Rapporter%202007/elva\\_folkhalsomal.pdf](http://www2.fhi.se/upload/ar2007/Rapporter%202007/elva_folkhalsomal.pdf) (2009-03-23)

Statens Folkhälsoinstitut 2009B

Statens folkhälsoinstitut (2007) *Vad är riskbruk* Om hur riskbruk definieras  
[http://www2.fhi.se/templates/Page\\_10598.aspx](http://www2.fhi.se/templates/Page_10598.aspx) (2009-04-29)

Statens Folkhälsoinstitut (2008) *Det drogförebyggande arbetet i Sverige 2007* Rapport 2008:36 Östersund: Statens Folkhälsoinstitut

Strategisk utveckling Malmö Stad *Statistik* 2009-03-04  
<http://www.malmo.se/kommunfaktapolitik/statistik.4.33ace30d103b8f15916800028279.html>  
(2009-04-10)

Systembolaget *I huvudet på svenska folket* Alkoholen i samhället; alkohol och hälsa (2007)  
[http://www.systembolaget.se/AlkoholHalsa/Alkoholsamhalle/i\\_huvudet\\_pa\\_svenska\\_folket.htm](http://www.systembolaget.se/AlkoholHalsa/Alkoholsamhalle/i_huvudet_pa_svenska_folket.htm) (2009-05-08)

Systembolaget (2009) <http://www.systembolaget.se/> (2009-05-01)

Systembolaget *Systembolagets historia* (2009a)  
<http://www.systembolaget.se/Applikationer/Knappar/OmSystembolaget/> (2009-04-29)

Systembolaget *Vårt uppdrag* Om systembolaget (2009b)  
<http://www.systembolaget.se/Applikationer/Knappar/OmSystembolaget/vartuppdrag.htm>  
(2009-04-27)

Systembolaget *Systembolagets försäljning* (2009c)

<http://www.systembolaget.se/Applikationer/Knappar/OmSystembolaget/Statistik> (2009-04-20)

Systembolaget *Hur mycket är för mycket? Alkohol och hälsa* (2009d)

[http://www.systembolaget.se/AlkoholHalsa/Broschyr/hur\\_mycket\\_ar\\_for\\_mycket.htm](http://www.systembolaget.se/AlkoholHalsa/Broschyr/hur_mycket_ar_for_mycket.htm) (2009-04-21)

Systembolaget *Gravid och berusad Alkohol och samhället; alkohol och kvinnor* (2009e)

<http://www.systembolaget.se/AlkoholHalsa/Alkoholochkvinnor/graviditetBolaget.htm> (2009-04-23)

Tullverket *Alkohol från ett annat EU land* Alkohol (2009)

<http://www.tullverket.se/sokordao/a/alkohol/alkoholfranettannateuland.4.4ab1598c11632f3ba928000525.html> (2009-03-23)

TT nyheter 2009-02-16 [www.hd.se/innrikes/2009/02/16](http://www.hd.se/innrikes/2009/02/16) (2009-04-08)

Vårdguiden *Att begripa alkoholbegreppen* (2008)

<http://www.varldguiden.se/templates/Article.aspx?Articleid=7426> (2009-03-24)

## **6 Bilagor**

### **Intervjuguide**

Tema – Alkoholkonsumtion;

Förhållningsätt, attityder och tillgänglighet

**1. Ålder**

**2. Yrke/sysselsättning**

**3. Kön**

**4. Har du barn?**

I vilken ålder

**5. Dricker du alkohol?**

Varför

Hur ofta

Hur mycket

**6. Minns du din alkoholdebut?**

Mängd

Hur ofta

Var, med vem

Anskaffningssätt

**7. Under perioden efter EU medlemskapet 1995 ökade alkoholkonsumtionen i hela landet, främst i Södra Sverige och nådde sin kulmen 2004 – hur minns du din alkoholkonsumtion från den tiden?**

**8. Har du märkt av en ökad tillgänglighet av alkohol i Malmö över de senaste 10 – 15 åren**

**9. Hur skaffar du din alkohol idag?**

**10. Har du någon preferens i alkoholsorter?**

Varför

**11. Ser du några skillnader i din alkoholkonsumtion över året**

Säsonger, högtider, traditioner

**12. Vad är dina åsikter om alkohol och ungdomar idag**

**13. Vad anser du om alkohol och graviditet**



**14. Alkoholrekommendationerna i samband med amning har ändrats från nolltolerans till 1-2 glas vin per vecka, vad anser du om det?**

**15. Vad är din åsikt om systembolaget och dess funktion?**

Fungerar monopolet?

Om inte, fyller systembolaget något funktion?

**16. Det sägs att vi i Sverige tagit till oss mer kontinentala vanor, som att dricka oftare, håller du med om det?**

Vad tror du det beror på?

**17. Vinkonsumtionen har ökat mer än öl och spritkonsumtionen, är det något du har märkt?**

Vad tror du det beror på?