



LUNDS UNIVERSITET

Hemmet som en symbol för status.

- *En studie om huruvida status, klass och identitet porträtteras i TV-programmet*

Vem bor här?.

Lunds Universitet

Institutionen för kommunikation och medier

Medie- och kommunikationsvetenskap

C-uppsats

MKVK04 Hötterminen 2021

Författare: Josefine Gustafsson

Handledare: Fredrika Thelandersson

Examinator: Gustav Persson

Abstract

This essay examines how status and identity is portrayed in SVTs TV-program *Vem bor här?*. The purpose of this study is to show how status is portrayed in the various homes in the program, and how the home functions as an arena for self-representation. The essay is based on a qualitative text analytical method, which is rooted in the semiotic tradition of interpreting sections from the program. The content is analyzed on the basis of Bourdieu's class and social theory as well as Goffman's theory of self-representation and self-identity. The essay also discusses Sveriges Television's (SVT) role in the context in terms of whether the actor is involved in advocating or reinforcing ideals and whether the fact that the program is part of a large television production is important for the result. The study shows that homes and interior design can function as a tool for asserting their social status and self-presentation, and that the fact that homes have been studied in the context of a television production has an impact on the result. The study also shows that the home functions as an arena for self-presentation because one has the opportunity to make active choices in highlighting or hiding objects in the home that could lead to a certain perception. Status in the home is depicted through status symbols, which require a recognized economic and social value in order for them to be able to influence an individual's social status. The results also show that the presence of status symbols differs depending on the style and character in which the home is decorated.

Keywords: *Status, Identity, Statussymbols, Taste, Ideal, Selfrepresentation*

Innehållsförteckning

Abstract	1
Innehållsförteckning	2
1. Inledning och bakgrund	4
1.1 Syfte och frågeställning	5
1.2 Tidigare forskning	6
1.2.1 Hemmet som identitetsskapande	6
1.2.2 Makeovers och Reality-TV	7
1.2.3 Det ideala hemmet	7
1.2.4 Att konsumera sig till social status	8
2. Teoretiska utgångspunkter	9
2.1 Bourdieus samhällsteori - Smak, Habitus, Fält	10
2.2 Goffman	11
2.2.1 Självframställning	11
2.2.2 Statussymboler	13
3. Studiens genomförande	13
3.1 Kvalitativ textanalys	14
3.2 Semiotik	14
3.3 Material och urval	15
3.4 Kritisk reflektion	16
3.5 Vem bor här?	17
4. Analys	17
4.4 SVT som aktör	18
4.1 Den moderna lyxen	20
4.1.1 Hotellkänslan	20
4.1.2 Rolexklockan	21
4.1.3 "Jag får en känsla av att man ofta äter take-away i detta kök"	22
4.1.4 Sällskapsrummet	23
4.1.5 "Detta hem måste tillhöra en högt uppsatt chef..."	24
4.1.6 Barnrummet - en förlängning av den övriga fasaden?	26
4.2 Det retroinspirerade hemmet	27
4.2.1 Musik som ett uttryck för den personliga identiteten	27
4.2.2 Originalitet eller reproduktion?	29
4.2.3 Hemmet som stannat i tiden	29
4.3 Där gammalt möter nytt	30
4.3.1 Det svenska folkhemmet	30
4.3.2 Att skapa en personlig stil	31
4.3.3 Kunglig historia - kulturell vinning?	32
4.3.4 Kollektivet	32

5. Slutdiskussion	34
6. Litteraturlista	36
6.1 Artiklar	36
6.2 Tryckta källor	36
6.3 Elektroniska källor	38

1. Inledning och bakgrund

Bostaden, som tidigare inneburit ett tak över huvudet och en värmande plats, bär idag på mycket fler betydelser. Inredningsprogram, inspirationskonton på sociala medier såväl som inredningsmagasin vittnar om att det finns ett stort intresse för hem och inredning. Detta intresse har vuxit sig allt större med åren, att ha ett estetiskt tilltalande hem i enighet med idealet verkar vara viktigare nu än någonsin. En tidigare undersökning från Happy Homes (2011) visade att svenskarna anser att det ur en statussynpunkt är allra viktigast att ha ett tilltalande och fint hem, på andra plats kom ett välavlönat jobb och på tredje plats en högklassig bil.

Vi har sett flera goda exempel på inredningsprogram i de svenska tv-tablåerna, som “Äntligen hemma”, “Bygglov” och “Grand designs” - alla med inriktning på design, inredning och livsstil där det genom olika medel ska ske en förbättring av det redan befintliga hemmet. Denna uppsats kommer att ha sin utgångspunkt i reality och livsstilsprogrammet *Vem bor här?* som är producerat av Sveriges television. Fem deltagare, som är främmande för varandra ska besöka varandras hem för att para ihop rätt deltagare med rätt hem. I prispotten väntar tio tusen kronor till den som lyckas gissa flest rätt. Deltagarna får basera sina gissningar på hemmets stil och karaktär, samt på deltagarnas yrkestitlar och till viss del personlighet och utseende (Svt 2021).

Smak och stil är något som är personligt präglad, vi har exempelvis tydliga preferenser i vad vi tycker om för typ av mat, vad vi har för favoritfärg eller om föredrar hund eller katt. Men när det kommer till hem och inredning anpassar vi tycke och smak efter trender och vad som är “inne” för stunden. Att hålla sig uppdaterad med det senaste visar att man har “rätt” typ av smak och stil vilket är statushöjande (Ulver-Sneistrup, 2011:176). Sociologen Pierre Bourdieus verk *Distinction* (1984) innehåller en rad empiriska undersökningar som visar att den personliga smaken kan ses som ett uttryck för en persons livsstil och sociala position. Med denna vetenskap finner jag det intressant att studera hur stilistiska och personliga val av inredning i hemmet skulle kunna säga om en individs sociala status och identitet. Förr var det vanligt att man föddes in i en viss status, idag är det betydligt vanligare att man skapar den själv (Ulver-Sneistrup, 2011:9).

1.1 Syfte och frågeställning

Syftet med denna studie är att bidra till förståelse för huruvida hemmet relaterar till status, klass och identitet. Det empiriska materialet i denna studie utgörs av avsnitt från tv-programmet *Vem bor här?* som är ett av flera hem- och inredningsprogram som konkurrerar om utrymme i tv-tablåerna. Renovering, inredning och design står för det huvudsakliga innehållet. Programmen är tänkta att inspirera och vägleda tittarna till att uppnå ett hem i linje med idealet. Vi matas med föreställningar av att det är viktigt att ha ett estetiskt tilltalande hem, och att ett fint hem ger höjd status. Det ökade intresset för hem och heminredningsprogram gör att det ligger ett värde i att betrakta dessa program för att få en förståelse för vilka underliggande budskap som sådana program uttrycker. *Vem bor här?* handlar om att främmande personer ska observera varandras hem för att sedan gissa vilket hem som tillhör vem. Det finns med andra ord en uttalad relation mellan hemmet och personlig identitet. Jag ställer mig därav frågande till vilken funktion hemmet fyller i fråga om social status och självframställning, och vilka motiv som kan tänkas ligga bakom val av inredning och stilistiska drag i hemmet. Jag ämnar att besvara följande frågeställningar:

- Hur skildras status i hemmen i programmet *Vem bor här?*
- Hur fungerar hemmet som en arena för självframställning?

1.2 Tidigare forskning

Nedan presenteras en sammanställning av de mest värdefulla artiklar och avhandlingar som jag har kunnat finna inom ramen för mitt studiefält. Status, klass och identitet är i sig väl efterforskat inom medieforskningen. Jag hade dock förväntat mig att finna mer material som behandlar dessa i kontexten av hem och heminredning. Delar av den tidigare forskning som ligger till grund för denna studie är av det äldre slaget. En möjlig faktor skulle kunna vara att intresset för hem och heminredning inte var fullt lika utvecklat som det är idag. Jag har dock utgått från att den forskning jag kunnat finna går att applicera på ett mer modernt, visuellt analysmaterial.

1.2.1 Hemmet som identitetsskapande

En anledning till att jag valt att studera programmet *Vem bor här?* är för att deltagarna är okända för de som observerar hemmet. Hemmet får fungera som ett uttryck för den personliga identiteten, vilket gör att inredning och stilistisk karaktär kan vara avgörande för hur de andra deltagarna uppfattar ägaren. Forskning visar att hemmet inte endast har en praktisk betydelse, utan fungerar som en plats för att skapa, upprätthålla eller hävda sin personliga identitet (Reimer & Leslie, 2004). Man har möjlighet att göra aktiva val i hemmet i syfte att framställa sig själv i en önskad riktning. Genom att fatta beslut om vad som ska framhävas och vad som ska döljas har man möjlighet att styra andras intryck. Reimer & Leslie (2004) menar att många använder sina hem som ett sätt att uttrycka en viss levnadsstandard inför andra. Ofta inreder man sitt hem efter en sådan standard som man själv önskar att vara en del av.

Hemmet har även kommit att bli en plats där man har möjlighet att visa på kreativitet och personlighet genom sin inredning. Man är noga med att följa de trender som råder, samtidigt som man vill sätta en personlig prägel på sitt hem som ett sätt att personifiera inredningsstilen. Det måste dock finnas en balansgång. En inredning som är allt för utstickande kan verka avvikande eftersom det finns bestämda ideal som man bör förhålla sig till (Reimer & Leslie 2004). Reimer & Leslie (2004) betonar att hemmet bör inredas konsekvent för att en sådan intrycksstyrning ska lyckas. I ett hushåll som delas med andra krävs ett gemensamt beslut kring de estetiska valen. I det fall det råder en inkonsekvent stil i hemmet riskerar intrycksstyrningen att misslyckas (Reimer & Leslie 2004:186-189). Rydberg-Mitchell (2001) visar att möbler och inredning är bärare av estetiska och

sentimentala värden, och att det därmed finns en personlig anknytning till hemmet. I sin avhandling används en psykoanalytisk teori för att beskriva soffans affektionsvärde. Hon menar att man skapar en relation till möbler som blir avgörande för hur man väljer att planera sitt hem. Den personliga anknytningen till möblerna kan grunda sig i tidigare erfarenheter och relationer till möblerna, därav kan både val av soffa och placeringen av soffan berätta något om en individs tidigare erfarenheter och tankemönster (Rydberg-Mitchell, 2001).

1.2.2 Makeovers och Reality-TV

Min analys har sin utgångspunkt i reality- och livsstilsprogrammet *Vem bor här?* vilket kräver en förståelse för den genre som programmet tillhör. Man ser att hem och inredningsprogram tar en allt större plats inom denna genre, vilken ämnar att skapa ett innehåll som ska ligga så nära verkligheten som möjligt. Det finns en transparens i sådana program som tillåter oss att se den "råa" verkligheten. Rosenberg (2006) menar att inredningsprogram inom denna genre ofta karaktäriseras av att privatpersoner med hjälp av experter ska förnya och förbättra sitt hem (Rosenberg 2008). Programmen går ofta ut på att en familj ska få hjälp med att förändra sin livssituation. Genom experternas hjälp ska de återfå glädjen, vilket förmedlar en bild av att ett fint hem verkar vara vägen till lycka. Man är nogga med att dokumentera hur hemmet sett ut före förändringen, för att sedan visa det färdigställda arbetet. Tittarna får ta del av husägarnas positiva reaktioner när de svart på vitt får se hur experterna har förvandlat hemmet. Rosenberg (2008) menar att sådana program är en direkt uppmaning till konsumtion, då dem förmedlar att alla estetiska beslut måste baseras på vad som är trendigt och vad som överensstämmer med marknadens krav (Rosenberg 2008). Även Chambers (2020) instämmer i att aktörer matar oss med ideal och utgör en central roll för hur vi värderar hemmet. Det har aldrig varit lika lättåtkomligt som nu att jämföra sitt eget hem med någon annans (Chambers, 2020:84-87).

1.2.3 Det ideala hemmet

Svt betraktas i denna studie som en aktör eftersom det är den kanal som producerar programmet *Vem bor här?* och därav ansvarar för den kontext vilken hemmen visas upp i. Stora aktörer har en opinionsbildande roll för vårt tycke och smak eftersom de sätter riktlinjen för vad som anses vara "inne" och "ute". Våra val av inredning och dekoration påverkas med andra ord av vilka trender och ideal som råder, och det är aktörerna som sätter

trenderna. Chambers (2020) menar att aktörerna förändras över tid och att det finns en koppling till samhällsutveckling. Krig och finanskriser är faktorer som förändrar opinionen eftersom det påverkar vårt förhållningssätt till hemmet. Ett exempel på vår tids stora aktörer är sociala medier. Applikationerna Instagram och Pinterest fungerar som stora inspirationskällor som sätter riktlinjerna för hur vi ska inreda våra hem (Chamers, 2020:1-5). Maria Perers (2020) bekräftar det faktum att det är samhällsskicket som avgör aktörernas roll. Hon har skrivit en avhandling som utforskar bilden av det ideala hemmet i Sverige mellan 50- och 60-talet. Perers (2020) erlägger ett kommersiellt perspektiv när hon studerar hur stora och välkända aktörer som IKEA och inredningsmagasinet Allt i hemmet samverkar med statliga institutioner för att skapa och främja en diskurs om det ideala hemmet.

Perers analyserar tänkbara samband mellan hemmet och sociala, politiska, kulturella och även ekonomiska aspekter. Studiens resultat visar att aktörerna utgör en betydande faktor för hur individer väljer att inreda och utforma sitt hem (Perers, 2020). Det finns bakomliggande faktorer som gör att vi väljer att konsumera vissa produkter och väljer att avstå från andra. Våra val påverkas dels av våra personliga smakpreferenser, men även av rådande trender och ideal (Perers, 2020:1-5). I mitten av 1900-talet var Sverige det land med sämst standard i hushållen sett till övriga Europa, för att sedan år 1970 vara det land där man satsar som mest på bostadsbyggen och börjar driva projekt som "God bostad" med syfte att medborgarna skulle kunna ha råd med en bra bostad genom bostadslån (Perers, 2020:1-4). I takt med att bostadsfrågan aktualiserades så började även olika aktörer visa på funktionella sätt att inreda sitt hem. Perers lyfter magasinet Allt i hemmet som en av de mest inflytelserika aktörerna. Genom olika, inspirerande reportage ville man vägleda svenskarna i hur de skulle dekorera och inreda sina hem för att skapa en trivsamt miljö i bostaden (Perers, 2020:336). Även IKEA har haft ett stort inflytande i hur svenskarna valt att inreda sina hem, idag ser vi företaget som en viktig del av den svenska kultren. Det finns i stort sett åtminstone en IKEA-möbel i varje svenskt hem (Perers, 2020:337-338).

1.2.4 Att konsumera sig till social status

Tv-programmet *Vem bor här?* betraktas i studien som ett sammanhang där deltagarna framhäver sina ägodelar och tillgångar. Både Sahir & Nasir (2021) och Ulver-Sneistrup (2008) menar att heminredning och dekoration är en del av en konsumtionskultur som innebär att vi konsumerar för att förbättra eller förändra det ursprungliga läget. Både rent

stilistiskt, men också psykologiskt. Många väljer att konsumera lyxiga och trendiga varor för att kompensera för sitt psykiska lidande. Det ligger ett välbefinnande i att äga varor och visa upp dem för andra, eftersom bekräftelsen från andra kan stärka självkänslan (Sahin & Nasir, 2021:2-7).

Ulver-Sneistrup (2008) har skrivit en doktorsavhandling om konsumtionskultur och sambandet mellan status och konsumtion. I studien intervjuades medelklasskvinnor i både Sverige, Turkiet och USA med syfte att undersöka hur smak gällande inredning och dekoration tar sig uttryck i deras hem. I avhandlingen läggs fokus på att undersöka motivet till att man väljer att konsumera inredning och dekoration. Ulver-Sneistrup (2008) lyckas identifiera ett samband mellan konsumtion och en personlig strävan efter att uppnå en högre social position. Det visar sig att värdet i hemmet sitter i estetiken, och att det är därför det har kommit att bli så viktigt att ha ett estetiskt tilltalande hem. Man konsumerar inredning och dekoration i syfte att uppnå en tillfredsställelse i att äga det senaste på marknaden (Ulver-Sneistrup, 2008:176-177). Konsumtionen handlar dock inte enbart om en önskan att äga varorna i sig, utan att kunna visa upp dem för andra för att visa att man hör till en viss standard. Anledningen är enkel: *“hög status ger privilegier, låg eller ingen status ger inga privilegier”* (Ulver-Sneistrup, 2012:8). Statuskonsumtion handlar alltså även om att konsumera varor i syfte att klättra högre upp i den sociala stegen. Varor kan fungera som en symbol för en specifik livsstil, och värdet ligger i de sociala vinster som kommer med att visa upp varan inför andra (Sahin & Nasir 2021).

2. Teoretiska utgångspunkter

I detta kapitel introduceras de teoretiska ramverk som kommer att tillämpas i analysen. Under detta avsnitt ges en beskrivning av uppsatsens två teman: status och identitet. Dels förklaras Bourdieus teori kring social status och hur status förankras genom socialisation och sociala strukturer, så även Goffmans syn på status i relation till statussymboler. När det kommer till identitet så ges en övergripande introduktion till Goffmans teori om självframställning i fråga om att uttrycka och bevara sin identitet genom ett framträdande.

2.1 Bourdieus samhällsteori - Smak, Habitus, Fält

För att kunna undersöka hur klass och status tar sig uttryck i *Vem bor här?* behövs relevant och fungerande litteratur. Bourdieu visar att det finns ett samband mellan en individs smakpreferenser och sociala position i samhället. Musiksmak, klädstil och matpreferenser är några få exempel på sådana ting som undersökts i hans verk *La distinction* (1984).

Undersökningarna visar att vissa smakpreferenser är förtrogna till den dominanta samhällsklassen och andra till arbetarklassen. Det innebär att somliga smakpreferenser ger högre status än andra (Bourdieu, 1984:9-11). Bourdieu menar att sociala strukturer skapas av människors likheter och olikheter vad gäller ekonomiska, sociala och kulturella levnadsförhållanden. Alla människor föds in i olika strukturer där vi formas in i ett system av dispositioner. Detta system formar vår syn på omvärlden och ligger till grund för vad vi uppfattar som smakfullt. Bourdieu kallar detta för habitus. Uppväxten, skolgången och familjrelationer har inverkan på vårt habitus eftersom dessa faktorer har varit med och format oss in i en viss struktur (Broady, 1998:13-14). Bourdieu förklarar habitus som en *strukturerande struktur*. Det innebär att strukturen uppkommer ur sociala förhållanden, som sedan upprätthålls och reproduceras genom att individen delas in i sociala klasser - vilket i sin tur också utgör en form av struktur (Broady, 1998:16-18). Begreppet habitus skulle kunna användas som ett argument för att beskriva varför vi lever som vi gör och fungera som en naturlig förklaring till våra personliga ekonomiska, sociala och kulturella förutsättningar. Bourdieu menar att individen inte är beroende av sitt habitus, men att det kan fungera som en riktlinje för hur man senare väljer att leva genom att göra aktiva val för att upprätthålla eller förändra sin sociala position (Bourdieu, 1984:165-167). Ur detta avseende ställer jag mig frågande om och isåfall hur val av inredning, stil och karaktär i hemmet kan fungera som ett sätt att hävda eller upprätthålla sin sociala status. En annan intressant aspekt är om val av heminredning genomsyras av en individs habitus, det vill säga om inredningen förmår att berätta någonting om en individs sociala, ekonomiska och kulturella erfarenheter.

Samhället består av olika sociala fält som individer verkar inom. Inom fälten sker en ständig konkurrens om att besitta den högsta positionen inom sitt specifika fält. Man använder kapital som konkurrensmedel. Stora mängder kapital ger ett stort *symboliskt kapital*, vilket är eftersträvansvärt. Det symboliska kapitalet betraktas i många fall som ett mer övergripande kapital i Bourdieus teori, i själva verket är det ett symboliskt kapital som avgör en individs sociala position (Broady, 1998:13-14). Kapitalen värderas olika beroende på fält. Mitt

studieområde skulle kunna sägas falla inom "Hem och inrednings-fältet". Den som har ett estetiskt tilltalande hem i linje med vad som anses vara idealet skulle besitta ett stort symboliskt kapital. Höga mängder ekonomiskt kapital är att föredra eftersom ett ekonomiskt kapital mäts i form av fastigheter, pengar och materiella tillgångar (Broady, 1998). En individ har möjlighet att omvandla sitt ekonomiska kapital till ett kulturellt kapital och tvärtom. En sådan omvandling kan fungera som en strategi för att förstärka eller förbättra sin sociala position (Broady, 1998:13, 46-47). Bourdieus kapitalbegrepp fungerar som verktyg för att beskriva hur olika former av tillgångar förstärker, förändrar eller förbättrar en individs sociala position inom fältet. Möbler och inredning kan ur Bourdieus teoretiska ramverk förstås som tillgångar som uttrycker en individs kapitalinnehav. Det är mängden kapital som påverkar en individs symboliska kapital. Exempelvis skulle tavlor, konstverk eller akademiska diplom i hemmet kunna fungera som bevis på ekonomiskt välstånd, eftersom de uttrycker ett sådant värde (Bourdieu, 1984). Sådana symboler skulle också kunna berätta någonting om individens kulturella kapital. En individ som har en akademisk utbildning, som kan tala för sig och bemästrar finkulturen har ett stort kulturellt kapital. Kapitalet är förtroget med den dominanta samhällsklassen. Ett stort kulturellt kapital ger inträde i vad Bourdieu kallar för maktens korridorer, vilket innebär att man befinner sig i sådana miljöer där man fattar stora beslut som har inverkan på samhället i stort (Bourdieu 1984: 252). Bourdieu talar även om ett socialt kapital som handlar om en individs sociala krets och relationer. En stor umgängeskrets eller en större familj bevisar att man är social och omtyckt av andra, vilket i ett annat sammanhang skulle förbättra en individs sociala position. Kapitalets värde är med andra ord helt beroende av fältet. Vad som är ett fördelaktigt kapital i ett fält behöver nödvändigtvis inte vara det i ett annat (Broady, 1998:13).

2.2 Goffman

2.2.1 Självframställning

För att undersöka hur hemmet skulle kunna fungera som en arena för självframställning krävs litteratur och teori som tar fasta på hur självrepresentation och intrycksstyrning fungerar i praktiken. I Goffmans kanske mest kända verk *Jaget och maskerna* (1959), erläggs ett dramaturgiskt perspektiv för att förstå självidentitet och konstruktionen av *självet*. Kortfattat handlar det om att en individ har möjlighet att forma sin identitet genom ett framträdande, där man genom olika medel styr sin omgivning mot en önskad uppfattning (Persson,

2020:10-12). Jag kommer att använda Goffmans teoretiska ramverk för att förstå hur hem och heminredning fungerar som ett verktyg för att uttrycka en självupplevd eller önskad identitet. När vi kommunicerar och interagerar med andra människor går vi in i en roll som vi konstruerar efter vår självupplevda identitet. Vårt beteende och agerande är beroende av det sammanhang och den kontext vi befinner oss i (Persson, 2020:12-15).

Goffman använder begreppen främre region och bakre region som ett sätt att beskriva ett framträdande. Den främre regionen är den plats där framträdandet sker och där man blir dömd och bedömd av sina åskådare. Den bakre regionen är den plats där man kan "vara sig själv" eftersom det inte finns någon publik som observerar. Goffman menar att vi människor fungerar så även i vårt vardagsliv (Goffman, 2020:170). Det finns en scenisk aspekt i framträdandet som kan fungera som en förstärkning av konstruerandet av självet. Man använder sig av en fasad som ett sätt att sända ut signaler för hur man vill att omgivningen ska uppfatta en. Goffman menar att självidentifikation är en viktig komponent och att många är villiga att gå långt för att uppfattas på ett önskvärt sätt. Det är enkelt att skapa en fasad, men utmaningen ligger i att övertyga sina åskådare om att det man förmedlar är äkta. Om fasaden brister riskeras identiteten att bli ifrågasatt (Goffman, 2020:326-327). En av fasadens viktigaste delar är scenmiljön, vilken består av olika former av teckenutrustning (Goffman, 2020:72). I analysen betraktas möbler, inredning och dekorativa prylar som teckenutrustning, vilka fungerar som verktyg för att upprätta en fasad. Eftersom deltagarna i programmet *Vem bor här?* är okända för varandra kan de endast bilda sig en uppfattning utefter den konstruerade fasaden och de få intryck som de får av de andra deltagarna.

Genom att identifiera och analysera scenmiljön och teckenutrustningen i de olika hemmen i *Vem bor här?* kan jag få en större förståelse för hur individen kan använda olika medel för att konstruera en önskad eller självupplevd identitet. Jag betraktar Goffmans teori som värdefull för mitt studieobjekt eftersom den ger mig verktyg för att kunna beskriva huruvida hemmet relaterar till personlig identitet. I analysen betraktar jag deltagarnas uppvisande av hem som ett framträdande, där själva hemmet utgör scenmiljön. Goffman menar att man genom ett idealiserat framträdande kan klättra uppåt i samhällsskiktet. I det övre skiktet finns den "rätta" sortens framträdande. För att lyckas med denna klassresa behöver man skaffa sig rätt teckenutrustning och använda denna utrustning på rätt sätt i sitt framträdande.

Teckenutrustningen bör bestå av sådana statussymboler som uttrycker materiellt välstånd, Goffman kallar denna form av klassresa för social rörelse (Goffman, 2020:88-89). Genom att identifiera sådana statussymboler får jag en djupare förståelse för vilka värden som hemmet

uttrycker. Teorin möjliggör även en djupare insikt i teckenutrustningens roll i fråga om självframställning. Genom att definiera inredningens underliggande värden kan jag även få en förståelse för de motiv som kan tänkas ligga bakom val av inredning, karaktär och stil i hemmet.

2.2.2 Statussymboler

Goffman talar om statussymbolik och hur status rangordnas på en prestigeskala beroende på hur nära den individuella statusen närmar sig det ideal som fastställts för en viss status. Status och statussymboler är beroende av sammanhanget. Vad som anses vara status i en viss kontext måste nödvändigtvis inte anses vara status i en annan. Statussymboler kan identifiera en individs sociala position, men det är hur pass nära individen utför sina plikter i enlighet med de ideala normerna som avgör mängden status, inte nödvändigtvis rangen av befattning eller ett familjeärv (Goffman, 1951:294-295). Rikedom symboliseras genom uppvisning, flådiga hem och dyra smycken är en indikation på att personen som äger dem har så pass mycket tillgångar som krävs för att köpa symbolerna, vilket i sig innebär en viss social status. Goffman menar att det finns en problematik i hur marknadsvärdet för dessa symboler fastläs. En symbol kan exempelvis ha ett betydligt större värde i det fall den är unik och inte kan reproduceras i sin originalitet, utan endast kopieras. I detta fall sätts värdet på föremålet enligt de sociala vinster och förmåner en individ får av att äga och visa upp symbolen för andra (Goffman, 1951:298). Mot bakgrund av denna teori kommer jag att studera statussymboler i hemmet utifrån Goffmans perspektiv. Teorin kommer att ge mig en bättre förståelse för hur inredning och dekoration kan fungera som symboler vilka bär på underliggande krafter. Teorin har de verktyg som krävs för att jag ska kunna identifiera och definiera statussymboler i programmet *Vem bor här?*. På så vis har jag möjlighet att kunna uttala mig om hur status tar sig uttryck i hemmen. Statussymboler är även intressant att studera mot ljuset av självframställning och personlig identitet, eftersom statussymboler kan användas som en strategi för att upprätthålla en önskad social status gentemot andra (Goffman, 2020:88-89).

3. Studiens genomförande

Detta avsnitt kommer att redogöra för val av metod som har gjorts i syfte att kunna besvara mina frågeställningar, följt av en redogörelse för material som har använts och urval som har gjorts. Jag kommer att reflektera över mina val ur ett mer kritiskt perspektiv för att visa på en medvetenhet kring möjliga konsekvenserna som följer med mitt val av metod. Slutligen ges en övergripande presentation av *Vem bor här?* för att ge läsaren en bättre förståelse för programmets disposition och det innehåll som kommer att analyseras.

3.1 Kvalitativ textanalys

För att kunna besvara mina frågeställningar om hur status och identitet representeras i *Vem bor här?* kommer en kvalitativ textanalytisk metod att tillämpas. Jag kommer att närma mig mina frågeställningar genom att betrakta programmet som en text. Genom att studera textens komponenter avser jag att finna värdefulla insikter som tillåter mig att ge en mer djupgående beskrivning av fenomenet i min analys. Det finns ett värde i att bryta ner en text i olika tematiska och kategoriska indelningar. Först då har man möjligheten att studera texten på en specifik nivå och utläsa ny information (Østbye et al. 2004:71). Texten kommer att brytas ner utefter teman och karaktäristiska drag i hemmet för att visa på programmets huvudsakliga innehåll. Genom att göra en tematisk indelning av hemmen utefter karaktär och stil kommer jag att kunna visa på olika mönster av representation i programmet och sedan studera dem mot ljust av en bredare samhällskontext (Ledin & Moberg, 2010:194-197). Som forskare eftersträvas ett resultat som har en inomvetenskaplig relevans och kumulativitet. Den ämnar att ge ett bidrag till den forskning som redan finns (Åkerström, 2014:252). Jag ämnar att uppnå en inomvetenskaplig relevans genom att studera ett nytt fenomen mot bakgrund av tidigare forskning inom ämnet. Man har kunnat fastställa att hemmet kan uttrycka värden som social status och att hemmet kan relatera till personlig identitet. Det jag intresserar mig för är huruvida hemmet relaterar till status och identitet i kontexten av ett hem och inredningsprogram. På så vis kan jag bidra med kunskap till det redan existerande forskningsfältet. Studien har även en utomvetenskaplig relevans eftersom jag ställer frågor till materialet som är betydelsefull ur ett bredare, samhällsligt perspektiv. Min förhoppning är att kunna bidra med ny kunskap kring hur identitet och sociala strukturer i form av status och klass skildras i mediala framställningar.

3.2 Semiotik

I denna studie har jag valt att angripa mitt material genom ett semiotiskt tillvägagångssätt. Semiotik är läran om tecken och texter där man studerar en texts uppbyggnad i syfte att blottlägga dess underliggande betydelser och värden som inte omedelbart kan betraktas. På så sätt har man möjlighet att nå en djupare förståelse för hur olika tecken producerar en mening eller ett sammanhang (Gripsrud, 2011:145-146). Jag ämnar att ställa frågor till texten utifrån teoretiska perspektiv och begrepp genom att betrakta det som jag rent visuellt ser när jag studerar avsnitt av programmet. Genom ett semiotiskt angreppssätt har jag möjlighet att svara på frågor om hur olika typer symboler i hemmet skapar mening och sammanhang. Syftet med studien är att undersöka huruvida hem och inredningsdetaljer är bärare av underliggande värden och betydelser som berättar någonting om personlig identitet och social status. Med hjälp av ett semiotiskt angreppssätt kommer jag att kunna nå en djupare nivå av kunskap kring symbolernas betydelser. I analysen kommer jag att identifiera symboler i de olika hemmen, genom att se till dess denotativa betydelse, det vill säga beskriva det rent visuella och abstrakta. Eftersom jag ämnar att studera hur symbolerna relaterar till status och identitet, kommer jag att se till symbolernas konnotationer, det vill säga dess kulturella associationer. Att göra en semiotisk analys handlar om att bryta ner en text för att sedan sammanfoga den, på så vis kan jag få en fördjupad förståelse för symbolernas betydelsebärande element (Fogde, 2010:179-182). Jag kommer även att se till den kontext som symbolerna uppträder i, eftersom sammanhanget har betydelse för tolkningen (Bignell, 2002:7-8). Jag ser till symbolernas yttre kontext genom att ställa frågor om hur symbolerna uppträder, placeras och används i programmet (Fogde, 2010:181).

3.3 Material och urval

Materialet som kommer att analyseras i denna uppsats består av den senaste säsongen av SVT:s reality och livsstilsserie *Vem bor här?*. Programmet har sänts i flera säsonger, vilket innebär att det hade kunnat vara ett alternativ att även inkludera tidigare säsonger. Anledningen till att jag valt att endast studera den senaste säsongen beror dels på att det var den som fanns tillgänglig på plattformen just då, men främst på grund av att jag ville analysera ett så modernt och nutida material som möjligt. Trender vad gäller heminredning och dekoration är i konstant förändring. Att välja en säsong som ligger närmast i linje med den tid som denna uppsats författas ger en mer rättvis bild av hur status och identitet skildras

i hemmen utifrån de trender och inredningsstilar som råder för närvarande. Säsongen har tidigare sänts på TV och har funnits tillgänglig på Svt:s streamingtjänst från 1 april 2021 till och med 27 november 2021. Som student har jag dock fått obegränsad tillgång till materialet på SVTs arkivdatabas via Lunds Universitet, vilket har gjort att jag inte påverkats av dess otillgänglighet på Svt Play efter sista datum.

Den valda säsongen innehåller åtta avsnitt, med en längd mellan 58-60 minuter vardera. Samtliga av dessa avsnitt har analyserats och agerar analysmaterial i denna uppsats. I varje avsnitt deltar fem olika deltagare som visar upp sina hem för varandra, vilket innebär att jag totalt sett har studerat 40 olika hem i serien. Dessa hem utgör det empiriska materialet i denna undersökning. Jag har dock tagit ställning till vilka delar av programmet som ansetts relevanta att lyfta fram för att svara mot studiens syfte. Mitt främsta fokus har varit att notera inredningsdetaljer och stilistiska drag i hemmen. Jag har även valt att inkludera vissa av deltagarnas uttalanden, utseenden och yrkesroller för att förstärka, tydliggöra och underbygga resonemang om huruvida hemmet relaterar till status och identitet.

3.4 Kritisk reflektion

En allmän kritik som riktas mot kvalitativa studier är att kunskapen som produceras är beroende av kontexten som den studerats i, och att det därför finns svårigheter i att kunna bidra med mer generell kunskap (Ekström & Larsson, 2010:17-18). Ambitionen med denna studie är dock att djupgående studera ett fenomen för att sedan kunna bidra med ny kunskap till forskningsfältet. Jag undersöker hur status och identitet representeras i ett specifikt tv-program i syfte att bidra med ny kunskap på ett mer samhälleligt, övergripande plan. Texten som studeras produceras i ett visst sammanhang och inom ett visst perspektiv, vilket sedan tolkas utifrån mina personliga referensramar. Det går därför inte att antyda min roll som forskare och skribent är passiv eller neutral. En kvalitativ textanalytisk metod kräver dock en personlig tolkningsförmåga (Ekström & Larsson 2010:18-19). När jag studerar symboler utifrån ett semiotisk angreppssätt så kan tolkningen komma att färgas av mina individuella och kulturella erfarenheter. En annan individ skulle möjligen ha tolkat symbolerna annorlunda, vilket hade kunnat ge ett annorlunda resultat. Även Fay (1996) betonar att det ligger en utmaning i att studera någonting utan att det färgas av våra upplevelser och fördomar, eftersom vår tolkning grundar sig i ett individuellt och konceptuellt schema som utgör ett slags ramverk för hur vi uppfattar världen (Fay,

1996:72-74). Jag betraktar mitt empiriska material med medvetenhet, öppenhet och ansvar för att motverka eventuell partiskhet och personliga antydningar i den mån det är möjligt.

3.5 Vem bor här?

Reality-serien *Vem bor här?* följer en tydlig disposition i samtliga avsnitt. Programmet inleds med en presentation av staden som de befinner sig i, sedan får deltagarna träffas och dela med sig av sina tankar och förväntningar inför rundturerna. Programledaren informerar deltagarna om deras ålder och yrkestitlar, mer än så får varken tittarna eller deltagarna veta. Tittaren får en kort förhandsvisning av hemmet som ska besökas innan deltagarna anländer, sedan visas en mer detaljerad rundvandring i hemmet. Som tittare får man följa de övriga deltagarnas observationer och tankar. Efter att ha fått observera de olika hemmen ska deltagarna försöka gissa vem som bor vart. När de nått den sista anhalten så ska hemmets ägare avslöjas genom att deltagarna visar upp ett fotografi av hemmet som de äger. Den deltagare som har lyckats koppla samman rätt deltagare med rätt hem vinner en prissumma på tio tusen kronor. I det fall flera deltagare gissat rätt, delas summan lika mellan vinnarna.

4. Analys

De olika hemmens stil och karaktär varierar, därför har jag valt att analysera materialet utifrån en tematisk indelning där hemmen kategoriserats utefter deras övergripande karaktär och stilistiska kännetecken vad gäller inredningsstil. Hemmen är uppdelade utefter följande tematiska indelningar: “Den moderna lyxen”, “Det retroinspirerade hemmet” och “Där gammalt möter nytt”. Med tanke på att hemmen visas upp i kontexten av en tv-produktion och utgör ett slags ramverk för studien, så analyseras till viss del Svts roll under avsnittet “SVT som aktör”, mot bakgrunden av tidigare forskning som visat att större aktörer har makten att skapa och förstärka den idealiserade bilden av hemmet.

4.4 SVT som aktör

För att få vara med som deltagare i programmet *Vem bor här?* behöver man skicka in en personlig ansökan. Svt väljer sedan ut de ansökningar som de finner intressanta för programmet (Svt, 2021). Det framgår dock tydligt i ansökan att de söker efter personer som

har ett särpräglad och unikt hem. Det framgår även att den som ansöker bör besitta ett genuint intresse av inredning.

“Vi söker deltagare till en ny säsong av Vem bor här? som bor häftigt, annorlunda, knasigt, coolt, stilrent eller bara har sin helt egna stil”. (Svt, 2021).

Man skulle kunna tolka Svts uttalande som att man inte intresserar sig för att ge utrymme i programmet för personer med alldagliga hem. Hemmet bör vara unikt och intresseväckande. Det är dock inget som förvånar, med tanke på att hemmen ska vara en del av ett underhållningsprogram. Sveriges television är en kanal med en dominerande ställning, den är statligt finansierad vilket gör att allmänheten betraktar kanalen som förnuftig och tillförlitlig. Kanalen har historiskt sett präglats av en politisk produktionslogik med syfte att bilda och informera folket. Idag ser man dock att innehållet blivit mer kreativt såväl som kommersiellt (Edin, 2006:54-57). Det är aktörerna som sätter ramverket som vi förhåller oss till (Chambers, 2020) I fråga om inredning fungerar aktörerna som inspirationskällor som talar direkt till vårt undermedvetna begär av bekräftelse och tillfredsställelse och driver oss mot en önskad konsumtionsriktning (Peters 2008). Man skulle kunna fråga sig om deltagarna som äger hemmen i programmet *Vem bor här?* faktiskt bor i enighet med hur hemmet visas upp i TV. Det är svårt att fastställa i vilken grad hemmen är “tillgjorda” för att passa i programmet som förväntas betraktas av en stor mängd tittare. Ett innehåll som för tittaren verkar förtroget med det verkliga livet är ofta redigerat och vinklat för att försköna innehållet (Murray & Ouellette, 2004:57-59). Med anledning av att Svt sällar ut specifika hem som platsar i programmet, så skulle man kunna utgå från att hemmet i regel redan är stylat och estetiskt tilltalande. Säkerligen både putsas och fixas hemmen lite extra inför inspelningsdagen, men förmodligen inte i den grad att man möblerar eller dekorerar hemmen för inför den specifika inspelningsdagen. I programmet delar deltagarna med sig av personliga berättelser och känslor gentemot sina hem. Berättelserna gör att man får uppfattningen av att hemmen är designade och dekorerade med omsorg, vilket innebär att det finns en personlig och psykologisk anknytning till hemmet (Rydberg-Mitchell, 2001). I vissa fall beskriver deltagarna den personliga och kreativa processen som verkställt hemmet, vilket kan tolkas som att Svt inte har varit delaktiga i hemmets stil och inredning.

Det primära syftet till varför man som deltagare väljer att medverka i programmet verkar vara att visa upp sitt hem för en stor publikskara. Det faktum att programmet är ett

tävlingsprogram hamnar i skymundan. Det råder ingen vidare tävlingsanda bland deltagarna i programmet, möjligen för att vinstpengarna i programmet endast uppgår till tio tusen kronor. Prispengarna verkar med andra ord inte vara den huvudsakliga anledningen till varför man väljer att ansöka till programmet. Det visar sig särskilt i det fall där fler än en deltagare står som vinnare. Pengarna fördelas då lika mellan de segrande deltagarna. Flera av gångerna väljer dock den även den ensamma vinnaren att splitta sin vinst med resterande deltagare. Det går att tolka som att den ekonomiska biten inte varit drivkraften i att man valt att medverka i programmet. Det är deltagarna och hemmen i programmet som är det centrala innehållet. Mycket fokus ägnas åt att göra gällande för vilka yrkesroller som deltagarna har. Vem som har vilken yrkesroll vet man inte säkert, men av det utbud som finns så skulle majoriteten av deltagarna kunna klassas som hög eller medelinkomsttagare (Schedin 2012). Flera av de yrkestitlar som presenteras i programmet kräver, åtminstone sett till hur utbildningssystemet ser ut idag, en högskoleutbildning eller motsvarande, vilket också förutsätter en högre lön (Schedin, 2012:58). Stora mängder ekonomiska tillgångar är att betrakta som symboliskt inom hem och heminrednings-fältet, eftersom det krävs vissa ekonomiska förutsättningar för att kunna skapa ett estetiskt tilltalande hem (Bourdieu, 1984). Man kan ur detta avseende resonera kring om Svts rekrytering av deltagare är ett medvetet val för att visa på en viss standard i programmet, det skulle också kunna handla om att det är medel och höginkomsttagare som har de ekonomiska förutsättningar som ofta krävs för att för att renovera och skapa ett estetiskt tilltalande hem. Att renovera sitt hem innebär ofta att flera beslut i vad som får synas och inte har tagits, man har möjligheten att göra aktiva val för att skapa en tilltalande atmosfär (Reimer & Leslie, 2004).

Det finns en föreställning om att det är kvinnor som ska ta hand om hemmet, och när det kommer till inredning och dekoration av hemmet så har det visat sig vara kvinnor som värdesätter ett estetiskt tilltalade hem i högre grad än män (Chambers, 2020:47). I programmet upplevs dock en jämn fördelning mellan kvinnor och män, inget av könen dominerar bland deltagarna. Möjligen beror detta på att Svt är en public service-kanal, vilket kräver att programutbudet ska spegla mångfalden (Edin, 2006:55). Det växande intresset för hem och inredning talar dock för att det har kommit att bli mer av ett allmänintresse. Statistiken bekräftar detta resonemang, enligt Svensk mediamätning (2018) var *Vem bor här?* bland topp 10 mest sedda program under april månad år 2018. Statistiken visar att programmet placerats i topp 5 såväl som bland kvinnor som män (SMM 2018).

4.1 Den moderna lyxen

De hem som faller under denna kategori har flera gemensamma drag vad gäller inredning och stil. Det finns en karaktär i dessa hem som gör att de upplevs som lyxiga och majoriteten är renoverade på ett sätt som ligger i linje med vad som upplevs som trendigt och modernt. Ett genomgående tema för dessa hem är stuckatur, högt i tak, och påkostade materialval vilket skapar den lyxiga karaktären i hemmet. Nylander (1999) menar att arkitekturen utgör en viktig del av bostadens värde och bör betraktas som någonting konstnärligt. I dessa hem har man inte bara renoverat för funktionalitet utan även för att uppnå en estetisk tillfredsställelse i bostaden. Stuckatur är ett exempel på en arkitektonisk detalj som är av stor betydelse för bostadens karaktär, det är en detaljbearbetning som var vanlig i de finare storstadslägenheterna under 1800-talet. I dessa lägenheter bodde ofta familjer av överklassen (Nylander, 1999:12-13).

4.1.1 Hotellkänslan

När deltagarna besöker hemmen i denna kategori uttrycker flera av dem att det infinner sig en *hotellkänsla*. Möjligen grundar sig denna känsla i den sparsamma och enkla inredningen och för att det finns en avsaknad av personliga prylar. Badrummen verkar vara en plats där flera deltagare vittnar om hotellkänslan, de menar att det “*är som att checka in på ett lyxigt hotell*” eller att de upplever en “*spa-liknande*” känsla i badrummet. I ett av avsnitten visas ett hem som i programmet tilldelats namnet *Vackra våningen*. Detta hem utmärker sig på grund av att finns ett hemmaspa där man i badrummet installerat en ångbastu och ett bubbelbad.

Deltagarna beundrar även det generösa hemmagymmet intill badrummet. Att träna och på andra sätt ta hand om sin kropp värdesätts i den dominanta klassen då det finns en föreställning om att man uppnår en högre social position om det yttre anses vara vackert, inte minst bland kvinnor. Man investerar gärna i sådant som leder till en förbättring av sitt utseende (Bourdieu, 1984:204). Att utforma sina badrum på ett sätt som skulle kunna föra tankarna till ett spa skulle med andra ord kunna innebära att hemmets ägare vill uppfattas som hälsosam, men också att man är mån om sitt utseende, vilket på sikt skulle kunna stärka den sociala statusen. Badrummen är generellt sett opersonliga, däremot framhävs parfyper och sminkprodukter som ofta står prydligt uppgradade. Produkterna är i flera fall från lyxvarumärken som Chanel, Dior och Byredo, vilka skulle kunna vittna om en hög ekonomisk och social standard. Att medvetet placera dyra parfyper synligt för deltagarna skulle kunna uppfattas som ett estetiskt ställningstagande vilket skulle kunna fungera som en

strategi för att hävda och upprätthålla sin sociala position och framtoning (Bourdieu, 1984:103).

Hotellkänslan fortsätter att infinna sig när deltagarna får titta in i sovrummen. Sängarna är bäddade likt på ett hotell, ofta med lyxiga vita lakan och med fina lager av kuddar. Även här råder brist på personliga prylar, det finns ingenting som skulle avslöja personens intressen eller hobbies. Ett av hemmen utmärker sig dock på grund av en klädställning som står placerad vid ingången till sovrummet. Där hänger både designväskor och shoppingpåsar från Gucci, Chanel och Louis Vuitton, vilket ger ett intryck av att personen som bor i våningen har ett stort ekonomiskt kapital. Shoppingpåsar fungerar som ett sorts bevis för att personen konsumerar olika lyxvaror. I Bourdieus mening skulle man kunna betrakta varorna som maktsymboler vilka är en del av en dyrbar och prestigefull kultur. Att själv vara en del av denna kultur skulle kunna stärka det symboliska kapitalet (Bourdieu, 1984:280-282). Ur Goffmans resonemang om självframställning skulle det kunna handla om att personen har placerat väskorna och påsarna synligt för de andra deltagarna som ett sätt att förstärka och upprätthålla en önskad fasad (Goffman, 2020:88-90).

4.1.2 Rolexklockan

Andra exempel på statussymboler som förekommer i ett av hemmen är en väggklocka av märket Rolex. Den denotativa betydelsen skulle vara ett hjälpmedel för att hålla koll på tidpunkten på dygnet, medan den konnotativa betydelsen av klockan skulle kunna föra tankarna till lyx, rikedom och exklusivitet eftersom Rolex är ett lyxvarumärke med en prislapp på flera hundra tusen kronor. Klockan är med andra ord inte enbart funktionell, utan blir även statushöjande på grund av dess ekonomiska värde. Goffman menar att ett föremål är att betrakta som en statussymbol när symbolen kräver goda ekonomiska förutsättningar för att kunna ha den i sin ägo. Att framhäva statussymboler synligt för andra stärker även den sociala statusen eftersom det ger betraktaren vetskapen om att ägaren är förmögen (Goffman, 1951:297-298). Mängden statussymboler i de olika hemmen skulle kunna ses som ett exempel på konsumtionsbaserad status. I den mening olika symboler förknippas med en viss social status uppstår ett "ha-begär" som endast kan stillas genom konsumtion (Ulver-Sneistrup, 2012:63-65).

Klockan har även förmåga att berätta något om personens identitet, då vägghängda objekt kan betraktas som sociala och kulturella handlingar. Rydberg-Mitchell (2001) menar att det finns en underliggande strategi för hur man väljer att placera sina föremål på väggen. När man skapar en tavelvägg väljer man i de flesta fall att framhäva det fotografi som man vill att andra ska notera, övriga fotografier får en mindre framträdande placering. Vägghängda tavlor och personliga bilder fungerar som en slags berättelser och som en form av intrycksstyrning (Rydberg-Mitchell, 2001:82-83). Ur detta resonemang blir det tydligt att man genom rolex-klockans placering, såväl som i tidigare exempel med designerväskorna och shoppingpåsar har gjort ett medvetet val i att låta symbolerna kommunicera både ekonomiska och sociala värden genom att framhäva dessa.

4.1.3 “Jag får en känsla av att man ofta äter take-away i detta kök”

Köksdelen i hemmen av denna kategori är av varierande karaktär, ofta är de totalrenoverade och installerade med modern köksutrustning. Massiva kaffemaskiner och vitrinskåp med finare porslin är vanligt förekommande. Ett av hemmen särskiljer sig genom att det finns en avsaknad av både köksredskap och andra föremål som man normalt sätt finner i ett kök. Detta observerar även en av deltagarna som uttrycker att “*jag får en känsla av att man ofta äter take-away i detta kök*”, vilket skulle kunna innebära att framträdandet har misslyckats i det fall man har velat förmedla uppfattningen av att man besitter ett intresse av mat och matlagning. Scenmiljön är i den bemärkelsen ofullständig (Persson, 2020:11).

Köksöarna pryds ofta av färska örter och citrusfrukter vilket ger en känsla av att det lagas mycket mat i hemmet. Bland flera av hemmen skymtas även en vinkyl, vilket skulle kunna vittna om att det finns ett intresse för vin och finare drycker bland de som äger dessa hem. Hemmet “*Disponenta villan*” är särpräglad i denna kategori på grund av dess unika källarvåning. Där finns en massiv vinkällare med lyxiga viner och champagner vilket ger intrycket av att husägaren intresserar sig för finare drycker. Bland annat skymtas flera flaskor av Dóm perignon. Champagne är en exklusiv och finare dryck som är en smakpreferens i den övre samhällsklassen (Bourdieu, 1984:190). När ägaren till huset med den särpräglade vinkällaren avslöjas så påpekar hon att hon är nykterist, men att hon gillar “*viben*” som vinkällaren för med sig. Detta är ett exempel på där framträdandet inte stämmer överens med uppförandet och hamnar då i strid med varandra. Eftersom finare drycker ger status i Bourdieus mening skulle det kunna handla om att husägaren riktar ljus mot ett ideal som hör

samman med en högre status än den hon själv besitter. Denna fasad förväntas husägaren hålla genom hela framträdandet för att publiken ska övertygas av den sociala rollen (Goffman, 2020:76-77). Möjligen skulle deltagaren kunna ha en sambo som är intresserad av exklusiva drycker, men trots det är denna aspekt intressant att utveckla ur ett klassperspektiv, eftersom det skulle kunna visa att man är beredd att gå väldigt långt för att leva upp till de standarder som är kopplat till en högre samhällsklass. Detta skulle kunna ses som ett exempel på vad Bourdieu (1984) kallar för symboliskt våld, en sorts obalans eller rubbande av ordningen av maktstrukturer som sker genom handlingar och på symbolisk väg. Att anamma en livsstil och smakpreferenser som är förbundna till en högre klass som man själv inte tillhör är inte hållbart i längden, om du inte sedan tidigare genom habitus har erhållit de förhållningsregler som behövs för att leva upp till en viss status och klass. Habitus, som är med och formar smak och kapitalinnehav kommer så småningom att visa sin fulla rätt (Bourdieu, 1984:49).

4.1.4 Sällskapsrummet

I majoriteten av hemmen förekommer ett större sällskapsrum, trots avsaknaden av personliga föremål så är det detta rum som har störst potential att förmedla något personligt om hemmets ägare. I sällskapsrummen förekommer det olika former av konst på väggarna, såväl som skulpturer i betong. Rummens detaljer har en sällskaplig karaktär, schackspel, piano och drinkvagnar är vanligt förekommande. Noterbart är att det i samtliga hem finns en avsaknad av tv-apparat i sällskapsrummet, vilket skulle kunna tolkas som ett sätt att bortse från praktiska funktioner i strävan att uppnå ett mer estetiskt och tilltalande intryck (Bourdieu, 1984:21-23).

Soffmöblemanget är ofta arrangerat på ett sätt som förmedlar en känsla av att man sitter och konverserar mycket, eftersom soffor eller fåtöljer står placerade mittemot varandra. Soffans placering är inbjudande och förutsätter ett socialt umgänge, vilket skulle kunna innebära att deltagaren i fråga besitter ett stort socialt kapital vilket kan vara statushöjande (Broady, 1998:12-13). Placeringen skulle även kunna säga något om deltagarens personlighet. Soffan är en av de vanligaste möbler som finns i svenskarnas hem. Det är en möbel som inte enbart är funktionell utan som även bär på ett affektionsvärde som grundar sig i den personliga upplevelsen av möbeln. I det fall man i sin uppväxt har haft en soffa som stått placerad i det så kallade "finrummet" så har man möjligen inte samma upplevelse av soffan som en person

som är uppväxt med att soffan användes som en mer vardaglig möbel (Rydberg-Mitchell, 2001:90-91).

Soffans placering kan framkalla känslor av både avskildhet såväl som intimitet, beroende av den inställning till möbelen som man vuxit upp med. Förr var soffan i finrummet ingen möbel som man brukade till vardags, möjligen användes den endast vid finare tillställningar eller när man väntade gäster. I andra fall kunde soffan vara en plats där man dukade upp för fredagsmys, en plats för avkoppling och där man spenderade tid till vardags (Rydberg-Mitchell, 2001:92). Huruvida soffan placerades i barndomshemmet har en inverkan för hur vi väljer att planera våra egna bostäder. Det faktum att flera av hemmen i denna kategori har ett finare sällskapsrum skulle kunna innebära att dessa deltagare själva är uppväxta med ett finrum och värdesätter därför detta i sina egna hem.

4.1.5 “Detta hem måste tillhöra en högt uppsatt chef...”

Hemmet som i programmet får namnet “*Bergshuset*” tillhör en egenföretagare och är särskilt utstickande. Enligt deltagarna bär hemmet på en karaktär som “*andas lyx och klass*”. En annan deltagare uttryckte: “*När jag klev in här så tänkte jag att wow, detta måste tillhöra en högt uppsatt chef på typ 60-talet*”. Detta bekräftar det faktum att uppfattningen om en individs sociala klass ofta baseras på yrkesroll och yrkets kvalifikationer (Bengtsson, Oskarson, Berglund, 2010:13). Att dessutom vara chef och befinna sig i en högt uppsatt position indikerar att man dels har vissa expertkunskaper inom området men också att man besitter ett visst inflytande över andra, en maktposition där man själv är överordnad och där medarbetare måste underordna sig chefen. En individ som besitter en sådan position har ofta goda ekonomiska förutsättningar (Bengtsson et al, 2010:13-14).

Möblemanget i detta hem är av skandinavisk design, flera av deltagarna känner igen konstverk på väggarna såväl som möbler från Bruno Mathsson, Wegner och Alvar Aalto. Att inreda med designmöbler har kommit att bli trendigt under 2000-talet, inte minst i Europa. Skandinavisk design är ett uttryck för att beskriva den design som skapas i Sverige, Finland, Norge och Danmark, där möblerna är av liknande karaktär och stil. Man värdesätter hantverket och använder sig av naturmaterial för att skapa enklare och estetiskt tilltalande möbler (Woodham 1997:56). Dessa möbler fick sitt genomslag under 1900-talet i syfte att höja kvaliteten och standarden i hemmen och i vardagslivet. Möblerna designades för

massproduktion där målgruppen var arbetarklassen. På grund av möblernas enkla design krävdes mindre arbetskraft för att tillverka dem vilket ledde till att både industrin och själva innovationen förlorade sitt värde (Woodham, 1997:56-60). Med tanke på att möblerna inte längre produceras i sin originalitet så skulle en sådan designmöbel idag kunna betraktas som en statussymbol i linje med Goffmans resonemang kring att reproduktion inte har samma värde som originalitet, vilket i sin tur påverkar marknadsvärdet som i detta fall stiger (Goffman, 1951:298). Den denotativa betydelsen är en möbel, men dess konnotativa betydelse skulle vara en exklusiv, dyr möbel vilket tillskriver möbeln ett socialt värde. Designmöbel är inte endast funktionell utan bär på underliggande ekonomiska och kulturella värden.

Flera av deltagarna tycker sig kunna ana vem som bor i de luxuösa hemmen och baserar ofta detta på ekonomiska förutsättningar utifrån yrkesrollen. Deltagarna gissar att det ovan beskrivna hemmet tillhör en av deltagarna vars yrkesroll är arkitekt, mycket på grund av hemmets estetik och dyrbara material vilket kräver vissa ekonomiska förutsättningar. Det är vanligt att observatörer skaffar sig ledtrådar om en person genom att se till den sociala miljön för att man sedan tidigare har en uppfattning om vilka personer som passar in vart och vilka som inte skulle kunna placeras i en sådan kontext. Vissa sociala roller har redan en etablerad fasad (Goffman, 2020:49).

Faktumet att huset visar sig tillhöra en kvinnlig entreprenör verkar chockera majoriteten av deltagarna, då man i slutet av avsnittet får vittna om att endast en deltagare har lyckats gissa rätt. Som tidigare nämnt baseras klass ofta på yrkesroll och löneinkomster, lönen avgörs i sin tur beroende på utbildning och yrkeserfarenhet (Schedin, 2012:57-58). En entreprenör är en yrkesroll som är bred och aningen svårdefinierad, det skulle kunna handla om en person som har startat ett eget företag, vilket inte per automatik säkerställer att inkomsten är hög. En arkitekt kräver däremot en utbildning vilket i många fall genererar en högre inkomst. Det är därför inte otänkbart att fler gissar att hemmet tillhör arkitekten snarare än entreprenören. Det visar sig dock att entreprenören arbetar som inredare och med "homestyling". Med denna mer detaljerade vetskap skulle möjligen deltagarnas gissningar kunnat se annorlunda ut, eftersom yrket kräver en gedigen kunskap och särskilda färdigheter i att skapa ett estetiskt tilltalande hem.

4.1.6 Barnrummet - en förlängning av den övriga fasaden?

I flera hem förekommer det ett eller flera barnrum. Noterbart är att dessa rum ofta följer samma stilistiska karaktär vad gäller färgskalor och inredningsstil som i övriga delar av hemmet, vilket ger uppfattningen av att barnet själv inte har varit delaktig i att inreda och dekorera sitt rum. Att dekorera barnrummet i samma karaktär som i det övriga hemmet skulle kunna vara ett avsiktligt sätt att upprätthålla och stabilisera fasaden. I det fall barnrummet skulle avvika från resterande rummen i hemmet skulle observatörerna kunna ställa sig tvivlande till framträdandet eftersom rummet inte stämmer överens med de förväntningar som sedan tidigare har byggts upp (Goffman, 2020:86-87).

Jag vill särskilt lyfta hemmet som i programmet går under namnet "Estetiska villan", där det i sällskapsrummet finns en mastig bokhylla fylld av olika former av litteratur, så är även fallet i barnrummet. Bokhyllan i barnrummet är fylld med klassiska verk av Astrid Lindgren, där skicken på böckerna varierar. Somliga ser ut att vara lästa flera gånger och består av äldre utgåvor. Astrid Lindgrens sagor skulle för någon som är uppväxt i en svensk kultur kunna konnoteras till barndom. Med tanke på de äldre utgåvorna och skicken på vissa böcker skulle man kunna få uppfattningen av att föräldrarna till barnet har växt upp med sagorna och låtit barnen ärva dessa. Förekomsten av de klassiska verken skulle kunna vittna om att föräldrarna gör aktiva val för att deras barn ska intressera sig för litteratur och som en uppmaning till att skaffa sig kunskap. Detta resonemang bekräftas av en anatomi-docka som står placerad på fönsterkarmen i barnrummet. En sådan docka används ofta i medicinska utbildningssyften snarare än som en leksak för barn. Anledningen till att dockan får ta plats i barnrummet skulle kunna vittna om att någon av föräldrarna har en akademisk bakgrund inom medicin eller att det i familjen finns ett intresse för biologi och anatomi. Det skulle även kunna vara så att någon av föräldrarna har en akademisk bakgrund, vilket skulle kunna överföras på barnet genom habitus. Att vara bildad och utbildad föder ett kulturellt kapital vilket är eftersträvansvärt då det ger en viss legitimitet. Barn som växer upp i en familj med akademiska föräldrar tenderar att få bättre förutsättningar för att lyckas i skolorna (Bourdieu, 1984:139-140). Det skulle också kunna handla om att dockan och litteraturen, i linje med Goffmans teori om självframställning, har placerats som en del av teckenutrustningen för att leda de andra deltagarna mot denna uppfattning då en utbildning kan verka statushöjande.

4.2 Det retroinspirerade hemmet

Under denna kategori faller de hem i programmet som har en så kallad "Retrostil". Stilen utmärker sig av färgglada kulörer, designklassiker i teak, olika samlarobjekt och detaljer som speglar en tid från 50, 60 och 70-talet. Hemmen i denna kategori är personliga på så vis att man valt att framhäva prylar som skulle kunna säga någonting om deltagarens identitet. Man lyfter gärna fram sådana detaljer som kan verka "udda" för att uppnå en lekfull karaktär i hemmet.

4.2.1 Musik som ett uttryck för den personliga identiteten

Ett gemensamt drag för denna kategori är intresset för musik och populärkultur. I bokhyllorna blandas serietidningar med självbiografier av Zlatan såväl som böcker av deckargenren, författade av Lapidus och Läckberg. I flera av hemmen finns det en vinylspelare med tillhörande vinylskivor, mestadels bestående av musik från 80-talet eller inom jazz-genren. Vinylskivorna är ofta ett föremål som deltagarna försöker använda för att lista ut vilken person som kan tänkas bo vart. Musik och musiksmak är förtroget med klasstillhörighet, åtminstone sett till Bourdieus undersökningar av smakpreferenser i det äldre franska samhället. Popmusik har en lägre status i jämförelse med klassisk musik, vilket är förtroget med ett kulturellt kapital. Att gå på konserter av klassisk musik skulle kunna ses som en smakpreferens av den övre klassen. Modernare musik har dock inte förutsättningar för att betraktas som någon vidare kulturell uppvisning i jämförelse med att gå på teater eller att besöka museum (Bourdieu, 1984:10-11).

Idag är musiken mer lättillgänglig och betydligt mer vidsträckt vilket gör att det är svårt att fastställa vem som bor vart baserat på vilka vinylskivor som spelas hemma. Musik är dock kulturellt präglad och olika musikgenrer skulle kunna förknippas med en viss kultur. I ett av hemmen möts deltagarna av väggar fyllda av fotokonst av nakna kvinnor och pinuppor, som samsas med tavlor föreställande rockbandet "Sex pistols". Deltagarnas reaktioner är blandade när de granskar fotokonsten. Någon uttrycker att det finns en "*maskulin känsla över lägenheten*", en annan tycker att det är "*häftigt*" och "*vågat*".

Varje klass har sin egen referensram när det kommer till estetik, populärkulturell konst är dock något som tilltalar arbetarklassen i högre grad än överklassen, som föredrar mer legitima former av konst (Bourdieu, 1984: 32-33). Arbetarklassen tenderar att bedöma

estetiken baserat på dess funktioner. Värdet av ett fotografi bestäms utifrån det personliga intresset, eftersom det först då anses betydelsefullt (Bourdieu, 1984:34-35). Fotografiet av "Sex pistols" skulle med andra ord endast bära på ett värde för den som är insatt eller intresserad av musikgenren. Samtliga deltagare valde att gissa att det var en deltagare med tatueringar och piercingar som bodde i det maskulina och rockiga hemmet. Möjligen för att hårdrock skulle kunna konnoteras till en "tuffare" kultur. Det skulle även kunna bero på deltagarens tatuerade armar. För somliga skulle den konnotativa betydelsen av tatueringar vara hårt, tufft eller aggressivt. För andra skulle den indirekta betydelsen av tatueringar kunna vara konstnärlighet och kreativitet. Tatueringar bär på både kulturella och sociala värden, även om tatueringar är betydligt mer förekommande och socialt accepterat i dagsläget, så skulle fördomar kunna vara en anledning till att deltagarna väljer att gissa att den tatuerade killen måste vara den som tycker om hårdrockskultur och pinuppor.

Inom denna kategori försöker deltagarna para ihop rätt person med rätt hem baserat på yttre faktorer. Man gissar exempelvis att det färgglada och lekfulla hemmet tillhör deltagaren som bär färgglada kläder. Eller som ovan, man gissar att den tatuerade killen måste bo i hemmet där väggarna pryds av hårdrocksmotiv. I majoriteten av fallen visar sig detta stämma, det tycks vara enklare att sålla ut potentiella ägare av hemmen inom denna kategori. Det skulle kunna bero på att hemmen är mer personligt utformade, men också för att deltagarna är mer uttrycksfulla i sin personliga stil och visar mer av sin personliga identitet i hemmet. Att deltagarna gissar rätt skulle kunna bero på att det är enklare för deltagarna att acceptera teckenutrustningen i personens hem och i framträdandet eftersom det möjligen överensstämmer med de fördomar och förväntningar man har skaffat sig redan innan framträdandet äger rum (Goffman, 2020:105-106).

4.2.2 Originalitet eller reproduktion?

Ett gemensamt drag som jag har kunnat identifiera inom denna kategori är att man gärna dekorerar med "udda" detaljer. Ett exempel på en sådan detalj förekommer i ett av hemmen som i programmet kallas för "*Det färgglada radhuset*" vilket går i en tydlig 50-talsanda. På kökshyllan har man placerat konservburkar med pilsnerkorv och tomatsåser från förr, möjligen har konservburkarna placerats som en del av teckenutrustningen för att förstärka fasaden. Problemet som skulle kunna uppstå här är förvrängning (Goffman, 2020:72-73). Det är inte säkert att observatörerna fullt övertygas av framträdandet, eftersom de är medvetna om

att hemmet försöker efterlikna en tidsepok som inte längre är aktuell. Det är svårt att avgöra om de äldre detaljerna är originella eller om hemmets ägare har konstruerat dessa för att uppnå ett retroinspirerat hem. Så gäller även möblerna, som ofta består av äldre designklassiker i teak, vilka mycket väl skulle kunna vara ärvda från en släkting eller familjemedlem som levde under årtiondet där dessa var mer av en standard i hemmen.

Möblerna skulle också kunna ha inhandlats i en second-hand butik, vilket mot slutet visar sig vara vanligt bland deltagarna inom denna kategori. Återigen blir Goffmans resonemang kring produktion och reproduktion relevant ur ett status-perspektiv, han menar att symboler som är unika har ett bättre marknadsvärde vilket också ger en viss status. En designmöbel som har fyndats i en second-hand butik skulle kunna konsumeras för att man förlitar sig på att vetenskapen om dess ursprungliga ekonomiska och kulturella värde kommer att medföra sociala vinster (Goffman, 1951:298-299). Om deltagaren istället har ärvt designmöblerna så finns det inget som tyder på att deltagaren har de ekonomiska förutsättningar som krävs för att köpa en sådan möbel, det skulle däremot kunna förmedla en uppfattning av ekonomiskt välstånd eftersom deltagarna i själva verket inte har någon vetenskap om hur möblerna har hamnat i hemmet.

4.2.3 Hemmet som stannat i tiden

När ägarna till hemmen presenteras mot slutet av avsnitten så uttrycker flera av deltagarna som äger ett retroinspirerat hem, att de lagt mycket tid och renoveringskostnader för att få till känslan av att hemmet har "stannat i tiden". Ur Goffmans dramaturgiska perspektiv skulle detta kunna ses som att deltagarna får en insyn i bakre regionen av framträdandet. Möjligen har de haft en vetenskap om att hemmet är renoverat, men de har inte med säkerhet kunnat fastställa detta. Det finns en plats mellan främre och bakre regionen som Goffman kallar för utsidan. Publiken är då utomstående och påverkas inte av vad som sker varken i den främre eller bakre regionen. Den bakre regionen är inte fullt lika privat och hemlighetsfull och gränsen mellan främre och bakre regionen börjar allt mer suddas ut, man föredrar öppenhet och ärlighet (Persson, 2020:31-32).

Att deltagarna bekänner att de har totalrenoverat sina hem för att det ska uppfattas som äldre skulle kunna ses som ett exempel där observatörerna är utomstående eftersom de får ta del av både främre och bakre regionen av aktörernas framträdande. Att låta publiken få ta del av

bakre regionen behöver nödvändigtvis inte ha någon större påverkan för själva framträdandet (Persson, 2020:31). Som tittare får man uppfattningen av att man renoverat sitt hem utefter det man själv anser är tilltalande, snarare än att följa rådande trender och ideal. Hemmen som visas i denna kategori skulle förmodligen inte falla alla i smaken eftersom de är så pass personliga och unika. Idag uppmanas vi till att experimentera och utforska vår identitet och det finns ett större utrymme att frigöra identiteten genom olika symboler och gestaltningar. Att hävda sin identitet och sin egen stil och design anses nästan vara viktigare än att hävda sin status. Ulver-sneistrup (2012) menar att det bör ses som ett "lekfullt porträtt" där den kulturella statusen har blivit viktigare än den sociala statusen. Alla har möjlighet att skapa sin egen stil, vilket gör att den kulturella statusen kan uppnås av alla oberoende av klass. Det är en sorts frigörelse från sociala strukturer och hierarkier - även om de på sätt och vis alltid har och kommer att existera (Ulver-Sneistrup, 2012:72-77).

4.3 Där gammalt möter nytt

Ett genomgående tema för hemmen av kategorin som jag valt att namnge "*Där gammalt möter nytt*" är att hemmens ägare verkar ha behållit detaljer som avslöjar att hemmet bär på en historia. Det är dörrar och fönsterkarmar med slitage som samsas med nedtonade och naturliga träslag. Inredningen i dessa hem går i en äldre, mer lantlig stil.

4.3.1 Det svenska folkhemmet

I hemmet "*Röda kåken*" finns en äldre vedspis som gör sig naturlig i den lantliga och enkla köksmiljön. Köksbordet består av ett klaffbord i trä, i fönstrena står pelargoner och en skomakarlampa. Dessa detaljer är utmärkande och dess konnotativa betydelse skulle för många svenskar vara ett gammalt, svenskt folkhem. Detta bekräftas utav en av deltagarna som uttrycker att "*hemmet förmedlar en känsla av att komma hem till mormor, eller Emil och Madicken*". Hemmet skulle kunna förmedla en uppfattning av att husägaren gjort ett försök i att skapa en känsla av att hemmet är original och till stor del orört.

Framträdandet brister dock på grund av att teckenutrustningen inte går i linje med det lantliga och äldre ideal som i övrigt förmedlas. Genomgående i hemmet pryder designtapeter av William Morris väggarna, vilket deltagarna är snabba med att notera. På en hylla framhävs även en modern högtalare, vilket ur Goffmans perspektiv skulle kunna störa framträdandet då det inte lever upp till de förväntningar av ett "gammalt" hus som byggts upp hos deltagarna

som observerar hemmet. Det är alltså när dessa förväntningar inte går observatörerna tillmötes som framträdandet störs (Goffman, 2020:63-64). Man får dock intrycket av att placeringen av de moderna komponenterna är ett medvetet val och en del av teckenutrustningen i scenmiljön. I detta hem har man varit precis lika mån om att behålla gamla komponenter som att låta nyare och modernare komponenter ta plats. Möjligen är denna balansgång en strategi för att hemmet inte ska uppfattas som för undermåligt, men heller inte för flådigt.

4.3.2 Att skapa en personlig stil

Hemmet "*Röda kåken*" visar sig tillhöra en kvinnlig försäljningschef, som berättar att hon tillsammans med sin sambo lagt tid och höga kostnader för att skapa ett lantligt hem, men att det stora nöjet har legat i att få möjligheten att skapa ett unikt och skräddarsytt hem utifrån deras personliga smakpreferenser vad gäller inredning och stil. Detta är ett vanligt svar bland deltagarna när frågan "*Vad är det bästa med just ditt hem?*" dyker upp i samband med att deltagarna avslöjas mot slutet av programmet. Det finns en föreställning av att hemmet är en plats som man själv bestämmer och utformar enligt personlig stil och smak. I enstaka fall stämmer detta, men likt Ulver sneistrups resonemang går det inte att förbise det faktum att det är marknaden som skapar referensramen kring vad som är att betrakta som hög status och vad som inte är det, däremellan finns ett visst utrymme för personliga val och individualitet vad gäller smak och stil i hemmet. Diskursen om det ideala hemmet har skapats av marknadssystemet som ger oss möjlighet att närma oss dessa ideal genom konsumtion. Att hävda att man själv skapat sin stil "*från grunden*" är en uppfattning som vi ofta har, men som sällan går att fastslå (Ulver-Sneistrup, 2012:59-61).

4.3.3 Kunglig historia - kulturell vinning?

Ett annat hem som faller under denna kategori är "*Slottsflygeln*", en äldre villa som likt tidigare hem består av slitna detaljer på fönster och dörrar. Inredningen består mestadels av naturliga materialval. På fönsterkarmarna står prydnader av hantverkskonst gjord i trä och keramik. Likt tidigare hem finns en lantlig karaktär med ett äldre kök med mycket växtlighet och nedtonade färger. Husägaren visar sig vara en skådespelare, som berättar att han köpte den gamla byggnaden i slitet skick, mestadels på grund av dess historia.

Husägaren berättar att hans hem tidigare varit ett bibliotek, där Marie Antoinette och Axel von Fersen förvarat brev som de växlat med varandra. Ägaren berättar att han har ett gediget intresse för historia vilket skulle kunna ge uppfattningen av att han är påläst och bildad. Att vara kultiverad är i Bourdieus mening att intressera sig för det litterära och konstnärliga, såsom skrivkonst och språkbruk. Att vara bildad ger ett högt kulturellt kapital vilket är eftersträvansvärt, framför allt inom det kulturella och akademiska fältet (Bourdieu 1984:4-5). Att deltagaren dessutom har en yrkesroll som skådespelare skulle kunna ses som ytterligare ett bevis för att han bemästrar den så kallade finkulturen. Teatern är att betrakta som finkulturellt i Bourdieus mening och har en stark anknytning till den dominanta samhällsklassen (Broady, 1998:13).

Yrkesrollen och intresset för historia kan dock inte ses som tillräckliga belegg för att kunna definiera husägarens innehav av kapital och samhällsklass. Bourdieu betonar vikten av en kvalifikation eller ett diplom som en garanti för att individen besitter den status och prestige som en akademisk utbildning medför (Bourdieu, 1984:137-138). Deltagaren skulle kunna ha ett intresse för historia utan att vara utbildad. Att vara skådespelare behöver per automatik inte innebära att man är en del av den legitima kulturen, såvida inte deltagaren skådespelar på "Kungliga Dramatiska Teatern" eller motsvarande. Sådan personlig information framgår inte av programmet vilket medför svårighet att definiera och identifiera personens identitet och sociala status.

4.3.4 Kollektivet

Det mest särpräglade hemmet i denna kategori är "*Gamla fabriken*" där en kvinnlig journalist huserar. Hemmet är en före detta fabrikslokal som har renoverats till en lägenhet, fasaden och ytterdörren är av plåt och liknar en garageport. Detta hem utmärker sig på grund av dess enkelhet, ingenting i hemmet verkar vara speciellt påkostat. Köket består av kokplattor och ett egensnickrat bord. En av deltagarna uttrycker att hon får känslan av att man har hämtat möbler från loppisar och ställt dit för att kunna leva och att ingenting "onödigt" finns i hemmet. Man har prioriterat det praktiska framför det estetiska vilket går i linje med Bourdieus resonemang om arbetarklassens preferenser (Bourdieu, 1984:20-21).

Hemmet består av flera sovrum, vilket gör att flera av deltagarna misstänker att hemmet är ett kollektivboende, denna uppfattning bekräftas av hemmets ägare mot slutet av programmet.

Det faktum att hemmet i själva verket är ett kollektiv och delas med flera andra personer skulle kunna innebära att personen inte själv styr över den stil som råder i hemmet, eftersom inredningen lika väl skulle kunna tillhöra de andra som huserar där. Denna boendeform skulle kunna ge uppfattningen att deltagaren besitter ett lågt ekonomiskt kapital, då man ofta väljer att bo i kollektiv för att sänka sina levnadskostnader. Det finns dock en möjlighet att deltagaren valt att bo med andra för att personen trivs i sociala sammanhang och föredrar att ha människor omkring sig, vilket istället skulle innebära att personen besitter ett större socialt kapital (Broady, 1998:13).

Kollektivet skulle kunna verka avvikande i programmet, eftersom framträdandet gör motstånd mot de förutsättningar och förväntningar som normalt sett finns i de resterande hemmen som visas upp. Tidigare hem har alla varit spektakulära och estetiskt tilltalande på olika vis, vilket gör att man både som tittare och säkerligen som deltagare förvånas över den enkla och säregna stilen som detta hem präglas av. Det finns en obryddhet hos deltagaren i fråga som annars verkar vara ovanlig i programmet. Personen har aktivt sökt till programmet med vetskapen av att hemmet ska visas upp för en stor mängd tittare, och är förmodligen medveten om att hennes hem inte följer rådande trender och ideal.

Ofta lägger aktören tid på att förbereda sitt framträdande genom att dölja och rätta till fel och misstag som skulle kunna ha en ogynnsam effekt för fasaden som aktören strävar efter att upprätthålla (Goffman, 2020:96-97). Bristen av statussymboler i kollektivet skulle kunna innebära att man på grund av sociala eller ekonomiska skäl aktivt valt att inte statuskonsumera, eller att det helt enkelt finns ett bristande intresse i att leva upp till en standard som förknippas med status. Möjligen har man valt att acceptera att framträdandet ger intryck av lägre status eftersom statussymboler av välstånd kräver ett visst engagemang och arbete för att upprätthålla (Goffman, 2020:90-94). Vissa statussymboler är så pass svåra att förfälska att de helt enkelt inte kan användas av fel klass. Detta skulle kunna vara ett fall där personen måste ta hänsyn till sina inneboende restriktioner. Man inser sina egna begränsningar genom att inte använda eller visa på ekonomiska och sociala förmågor som man i själva verket inte har (Goffman, 1951:298-300).

5. Slutdiskussion

Det går att fastställa att man genom heminredning och dekoration har möjlighet att forma sin självframställning, samt att hemmet kan ses som ett uttryck för status. Efter att ha analyserat olika avsnitt av Svts program *Vem bor här?* kan jag konstatera att Svt välkomnar alla typer av hem i programmet, vare sig de är annorlunda, trendiga eller udda. Det är tydligt att varje kategori av hem har sina egna referensramar kring vad som är tilltalande ur ett inredningsperspektiv. I ett retrohem värdesätts en viss typ av vintage-stil, i kategorin "Där gammalt möter nytt" ser man att det ligger ett värde i att bevara en ålderstigen känsla, medan man i kategorin verkar vilja inreda med det nyaste inom trenderna. Därav vill jag påstå att Svt visar på olika kreativa sätt att inreda sina hem, och att tolkningen av vad som är estetiskt tilltalande till stor del utgår från deltagarnas personliga referensramar i hur de har valt att inreda hemmen. Det går inte att enbart fastslå att det är Svt som skapar riktlinjerna för vad som visas i programmet. Programinnehållet utgörs av deltagarnas personliga hem, vilka dem har inrett. Däremot är det Svt som klipper och redigerar programmet och har därmed en position där de kan styra vad som ska framhävas i programmet och inte.

Status i kontexten av hem och heminredning förknippas till stor del med ett ekonomiskt kapital. Det krävs dock att inredningsdetaljerna och möblerna har ett sedan tidigare erkänt ekonomiskt och socialt värde för att det ska kunna klassas som en statussymbol. Analysen visar att det finns en tydlig skillnad i förekomsten av statussymboler beroende på hemmets stil och karaktär i programmet. Inom kategorin "Den moderna lyxen" förekommer statussymboler i högre grad än i "Det retroinspirerade hemmet", där man istället valt att inreda sitt hem på ett sätt som säger någonting mer om ägarens personliga intressen. Designmöbler i teak kan dock sägas vara en återkommande statussymbol under denna kategori. I kategorin "Där gammalt möter nytt" förekommer statussymboler, fast genom diskretion, man väljer att inte skylta med statussymboler på samma sätt som exempelvis i hemmet med designväskorna och rolexklockan.

Efter att ha analyserat de olika avsnitten från programmet så kan man konstatera att hemmet även kan fungera som en arena för självframställning. Dels så har man möjlighet att skapa sin egen miljö där man gör aktiva val i att framhäva eller dölja föremål som skulle kunna leda till en viss uppfattning. Det som inte syns kan man som utomstående heller inte ha någon åsikt om. Det är tydligt att man inom kategorin "De retroinspirerade hemmet" har strävat efter att

skapa ett hem som speglar deras personliga intressen, dels genom att framhäva sin musiksmak, men också genom att visa vilka böcker man föredrar att läsa. Goffman menar att åskådarna endast kan tro på rollen som man förmedlat om man har lyckats upprätthålla den genom hela framträdandet. Efter min analys är jag dock inte helt övertygad om att fallet alltid är så. Man börjar se en trend i att låta hemmet vara en plats där kreativiteten kan komma till uttryck, hemmet har kommit att bli så pass personligt präglat att man som observatör verkar förlåtande om hemmet inte följer en genomgående karaktär. Snarare skulle det kunna ses som något konstnärligt och kreativt. Ett tydligt exempel ser vi i hemmet "kollektivet", där enkelhet och minimalism lika väl kan vara en genomtänkt inredningsstil som man vill förmedla, snarare än att uppfatta hemmet som undermåligt. Idag är det exempelvis trendigt att handla på second-hand. Trots goda ekonomiska förutsättningar väljer många att handla på sådana ställen för att det är karaktären och stilen man vill åt. Jag skulle vilja återkomma till Ulver-Sneistrups (2012) resonemang om att kulturell status börjar värderas högre än den sociala statusen. Jag tycker mig kunna se sådana tendenser vad gäller hem och heminredning, vilket får mig att fundera över Bourdieus relevans för modernare förhållanden. Samhället har förändrats mycket sedan hans empiriska undersökningar gjordes i 60-talets Frankrike, klasskillnaderna i samhället är inte fullt så abstrakta nu som de var då. Vid betoning av överklass så lägger Bourdieu mycket tonvikt på utbildning och kulturellt kapital, idag kan det räcka med ett stort ekonomiskt kapital för att få kalla sig överklass. Det kan exempelvis anses prestigefullt att man genom hårt arbete har lyckats med att klättra uppåt i samhällsskikten utan vare sig akademiska eller ekonomiska förutsättningar. Status bör inte endast ses som någon socialt konstruerat, utan något som vi faktiskt själva, genom olika medel kan förändra och påverka.

6. Litteraturlista

6.1 Artiklar

Birgitta Rydberg-Mitchell (2001) "Att bo med soffa - en möbels betydelse för bostadens planering och livet i hemmet".

Goffman, Erving: Symbols of Class Status. The British Journal of Sociology Vol. 2 Nr 4 (Dec. 1951) s 294-304.

Onus, Sahin & Suphan, Nasir. (2021). "The effects of status consumption and conspicuous consumption on perceived symbolic status". Journal of Marketing Theory & Practice.

Perers, Maria (2020) "Inside the Ideal Home - The Changing Values of Apartment Living and the Promotion of Consumption in Sweden, 1950–1970".

Rosenberg Clifford, Buck. (2011). Home Improvement: Domestic Taste, DIY, and the Property Market, Home cultures.

Reimer, Suzanne and Leslie, Deborah (2004). Identity, Consumption, and the Home. Home Cultures, 1(2), 187-210.

Ulver-Sneistrup, Sofia. (2008). Status Spotting- A Consumer Cultural Exploration into Ordinary Status Consumption of "Home" and Home Aesthetics. Lund Institute of Economic Research.

6.2 Tryckta källor

Bourdieu, Pierre (1984). Distinction.

Bignell, Jonathan (2002). Media Semiotics: An introduction. Manchester University Press, New York.

Bengtsson, Mattias, Oskarson, Maria & Berglund, Tomas (red.) (2010). *En fråga om klass: levnadsförhållanden, livsstil, politik*. 1. uppl. Malmö: Liber

Chambers, Deborah (2020). *Cultural ideals of home: the social dynamics of domestic space*. Abingdon, Oxon: Routledge.

Donald Broady (ed.), (1998). *Kulturens fält*. Daidalos, Göteborg

Edin, Anna (2006). *Sverigebilder : Om det regionala uppdraget och den regionala speglingen i svensk public service-television*. I Hammar, Björn (red.) *Medierade offentligheter och identitet*. Högskolan i Gävle

Ekström, Mats & Larsson, Larsåke (red.) (2010). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. 2. Uppl. Lund: Studentlitteratur.

Fay, Brian (1996). *Contemporary Philosophy of Social Science*. London: Blackwell.

Fogde, Marinette (2010). *Bildanalys*. I Ekström, Mats & Larsson, Larsåke (red.) (2010). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. 2. Uppl. Lund: Studentlitteratur.

Goffman, Erving (2020). *Självframställning i vardagslivet*. Studentlitteratur AB, Lund.

Gripsrud, Jostein (2011). *Mediekultur, Mediesamhälle*. Daidalos. Göteborg. 3 Upplagan.

Holme, Magne Idar & Solvang, Krohn Bernt (1997). *Forskningsmetodik, om kvalitativa och kvantitativa metoder*. Lund.

Ledin, Johanna. & Moberg, Ulla. "Textanalytisk metod". I Ekström, Mats & Larsson, Larsåke (red.) (2010). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. 2. Uppl. Lund: Studentlitteratur.

Murray, Susan & Ouellette, Laurie (2004). *"Reality tv - Remaking Television Culture*. New York University Press.

Nylander, Ola. (1999). *Bostaden som arkitektur*. AB svensk byggtjänst.

Persson, Anders (2020). *Introduktion till Erving Goffmans sociologi*. I Goffman, Erving (2020). *Självframställning i vardagslivet*. Studentlitteratur AB, Lund.

Woodham M, Jonathan. (1997). *Twentieth-Century Design*. Oxford University Press

Åkerström, Marja (2014). *Olika vetenskapsteoretiska perspektiv ger olika kunskap*. I Eksell, Jörgen & Thelander, Åsa (red). *Kvalitativa metoder i strategisk kommunikation*.

Østbye, H, Knapskog, K., Hellan, K. & Larsen, L. (2004). *Metodbok för medievetenskap*. 1 uppl. Malmö. Liber.

Ulver- Snestrup, Sofia (2012). *Status*. Liber AB Malmö

6.3 Elektroniska källor

Happy Homes (2011). "*Ett fint hem ger högst status*".

<https://www.mynewsdesk.com/se/happyhomes/pressreleases/ett-fint-hem-ger-hoegst-status-682706> (Hämtad 22-12-21)

Svensk Mediamätning (SMM). 2018. *Månadsrapport*.

https://mms.se/wp-content/uploads/_dokument/rapporter/tv-tittande/manad/2018/M%C3%A5nadsrapport_2018_04.pdf (Hämtad 30-11-21).

SVT. 2021. Publik och medverkan. "*Vill du vara med i vem bor här?*"

<https://shortaudition.com/vemborhar9> (Hämtad 26-12-21).