

**Lunds universitet**

**Sociologiska institutionen**

**Kandidatuppsats: SOCK07, 15p**

# **- Nuets nomader -**

Konsumtionens betydelse för ungas identitetsskapande

*En studie om konsumtion som stratifierande faktor*

**Johanna Printz**

**Handledare Jan Olof Nilsson**

**VT 2023**

## Abstrakt

Titel: Nuets nomader - Konsumtionens betydelse för ungas identitetsskapande

Författare: Johanna Printz

Kurs: Kandidatuppsats Sociologiska institutionen Lunds universitet: SOCK07

Omfattning: 15 högskolepoäng

Termin: VT 2023

Handledare: Jan Olof Nilsson

.....

**Syfte:** Syftet med denna uppsats är att beskriva hur unga skolelever förhåller sig till konsumtion samt att undersöka hur deras identitetsskapande är kopplat till detta. Vidare vill jag studera hur olika grad av valfrihet blir en vattendelare och en samhällelig stratifieringsapparat. Vad gör det med människan när konsumtion övergår i konsumism och på vilket sätt påverkas människors självbild av det moderna samhällets flyktighet och eviga otillfredsställelse.

**Metod:** För att få möjlighet att undersöka ungdomars upplevelse av konsumtion och identitetsskapande har jag valt att använda mig av kvalitativ metod, närmare bestämt av semistrukturerad intervju. Syftet med denna metod är att nå djupare förståelse kring identitetsskapande i det moderna samhället.

**Frågeställning:** Hur upplever unga betydelsen av konsumtion för deras identitetsskapande och på vilket sätt kan konsumtionsetiken utgöra en stratifierande faktor.

**Resultat:** Respondenterna beskriver att de är medvetna om och tvingas förhålla sig rådande normer i en social kontext. De vill visa och definiera sin särart och personlighet, till viss del genom konsumtion, men beskriver även att de inte gärna vill sticka ut för mycket från gruppen. Den rastlöshet och osammanhängande känslan i sitt identitetsskapande som Bauman menar att den moderna människan upplever, har jag dock inte funnit hos dessa ungdomar.

**Nyckelbegrepp:** Konsumtion, Konsumism, Identitetsskapande, Inkludering, Exkludering, Otillräckliga konsumenter, Ideala konsumenter, konnässör, stratifiering.

## Innehållsförteckning

1. INLEDNING	
1.1 Introduktion.....	5
1.2 3 Problemformulering och syfte .....	7
1.2 Frågeställningar.....	7
1.3 Tidigare forskning. ....	8
2. TEORETISK BAKGRUND	12
2.1 Konsumtionssamhället enligt Zygmunt Bauman.....	12
2.2 Identitet i den flytande moderniteten.....	14
2.3 Självet som ett reflexivt projekt.....	16
2.4 De tre konsumenttyperna enligt Bauman.....	19
3. METODOLOGI	21
3.1 Metodologiska överväganden.....	21
3.2 Semistrukturerad intervju.....	22
3.3 Studiens genomförandefas.....	23
3.4 Urval.....	24
3.5 Metodkritik.....	25
3.6 Validitet och reliabilitet.....	26
4. RESULTAT OCH ANALYS	28
4.1 Bakgrund – Individualism eller kollektivism.....	28
4.2 Konsumtion och konsumtisk kultur.....	29
4.3 Konsumtion för trygghet.....	32
4.4 Kategoriserande av konsumenttyper.....	33
4.5 Det reflexiva identitetsskapandet.....	36

5. SLUTDISKUSSION	39
5.1 Framtida forskning .....	39
5.2 Avslutande Diskussion.....	40
Referenser.....	41
Intervjuguide.....	43

## 1. INLEDNING

Vi lever i en senmodern epok där vi främst blir till genom att agera som goda konsumenter, i ett konsumtionssamhälle som kräver av oss att jaga efter nya byten, att konsumera för att nå en omedelbar tillfredsställelse. Människan i ett konsumtionssamhälle befinner sig enligt Polsk-brittiska sociologen Zygmunt Bauman i en "flytande" tillvaro där vi i en "pointilistisk tid" ska försöka konstruera oss själva, bygga oss en egen social identitet. Som konsument ställs vi inför en mängd val, men, menar Bauman, vi har inte valet att låta bli att välja, att konsumera.

Dessutom förväntas vi skapa oss själva genom de konsumtionsval vi gör, så det gäller att även konsumera "rätt" och helst ligga före alla andra, att vara först. Det kan skapa en stress och en otrygg känsla för den konsumerande individen. En konsument är en individ som genom att betala med pengar tillskansar och använder sig av olika varor för att lyckas tillfredsställa sina behov (Bauman, 2008). En god konsument bidrar till samhällsekonomin genom att konsumera så ofta och mycket som möjligt och räknas därmed som en god samhällsmedborgare (ibid.)

Jag vill med denna studie undersöka hur unga i dagens samhälle förhåller sig till och upplever konsumtion, samt hur deras identitetsskapande är knutet till detta.

För att få insyn i hur eleverna verkligen tänker och känner kring sin konsumtion och vilken betydelse den har för deras identitetsskapande har jag valt att använda mig av kvalitativ metod.

I mitt sökande efter respondenter stötte jag på problem som till slut gjorde att jag fick fokusera på enbart elever från en skola. Jag har gjort intervjuer med fem elever i en skola i ett socioekonomiskt utsatt område i Malmö för att kunna studera deras tankar och känslor i ämnet.

Utgångspunkten för denna studie är Zygmunt Baumans teori om arbete, konsumtion och identitetsskapande. Med Baumans böcker *Arbete, konsumtion och den nya fattigdomen* (1998), samt *Konsumtionsliv* (2007) som grund vill jag söka kunskap om hur unga i Malmö förhåller sig till konsumtion, samt hur deras självbilder påverkas av deras möjligheter att bli "ideala konsumenter" i en tid som innebär svåra tider ekonomiskt för många, men där vissa grupper står tryggare och kan fortsätta konsumtionskarusellen mer eller mindre i samma takt som tidigare.

Jag kommer även ta avstamp från Anthony Giddens bok Modernitet och självidentitet (1991). Mot bakgrund av några centrala utgångspunkter inom dessa nämnda teorier kommer jag att studera en grupp elever som just slutat nian i ett socioekonomiskt utsatt område.

Nyckelbegrepp:

*Konsumtion, Konsumism, Identitetsskapande, Inkludering, Exkludering, Otillräckliga konsumenter, Ideala konsumenter, pointillistisk tid.*

## **1.1 Problemformulering och syfte**

Vi lever idag i ett samhälle där konsumtion har blivit en stark identitetsmarkör och där det är själva konsumtionen som blir en slags tröskel eller gräns för social stratifiering.

Syftet med denna studie är att få en inblick i hur unga tänker och känner kring konsumtionens betydelse för deras identitetsskapande samt för deras upplevelse av inkludering/exkludering i olika grupper i samhället. Mer specifikt är jag intresserad av vad som händer med människan och hennes känsla av självet i ett samhälle där konsumtion övergår till konsumism. Är konsumenten alltid ensam och hur påverkas vår självbild när konsumtionstakten ställer sig i vägen för all samordning och integration (Bauman, 1998, s. 50)? Jag kommer under rubriken Teori gå igenom dessa begrepp för att försöka klargöra och öka förståelsen kring detta fält.

## **1.2 Frågeställningar**

- \* Är konsumtionen central för en känsla av identitetsskapande för unga i dag?
- \* Vilken betydelse har konsumtion för social stratifiering?
- \* Vad händer när konsumtion övergår i konsumism?
- \* Hur påverkas känslan av inkludering/exkludering för den ideala vs den otillräckliga konsumenten?

### 1.3 Tidigare forskning

För att samla in information och kunskap kring tidigare forskning har jag som portal använt LUBsearch samt Google Scholar för att finna vetenskapliga artiklar och dokument. Konsumtion är ett brett ämne och jag har försökt avgränsa mängden dokument genom att använda flera sökord såsom; consumption, identity, students, inclusion, exclusion, stratification.

Genom mina sökningar har jag funnit tre olika huvudsakliga forskningsområden som är av intresse för denna studie, forskning kring identitet, forskning kring konsumtion som en stratifierande faktor, samt studier där konsumtion kopplas ihop med social inkludering/exkludering.

Forskning kring den konsumtion vi i västvärlden ser idag, där många av samhällsmedborgarna ser det som en slags rättighet och en självklarhet med konsumtion som sker långt över det nödvändiga och livsuppehållande, verkar ha vuxit fram under industrialiseringen under 1900-talet. Samma tid där vi enligt Bauman gått från produktionssamhälle till konsumtionssamhälle.

Jag intresserar mig för hur olika ekonomiska förutsättningar sätter begränsningar för konsumtionen och vilken upplevelse av inkludering/exkludering dessa ekonomiska ramar för med sig för den enskilda människan. Det verkar dock som att mer empirisk forskning behövs för att vidare undersöka och skapa mer kunskap kring hur stark ungdomarnas bakgrund har på konsumtion (Ekström 2011: 45–49; Dominguez Luis V, Page Albert L, 1981). För att begränsa denna studies omfattning har jag valt att närmare undersöka individens socioekonomiska bakgrunds påverkan på upplevelsen av konsumtion som identitetsskapande.

Konsumtion som forskningsområde utgår ofta från ekonomiska och psykologiska perspektiv, men jag valt att mestadels söka information kring tidigare forskning inom sociologins fält, för att avgränsa bakgrunden något. Dock berör dessa områden oftast varandra i någon mån.

Vidare har jag funnit att mycket intressant forskning har gjorts kring de teman som är relevanta för denna studie är gjord för flera decennier sedan så jag har försökt att ha lite spridning i tid i de



vetenskapliga texter jag tagit del av från 80-talet fram till idag. Men även dessa skrifter utgår från tidiga ekonomer såväl som samtida ekonomiska historiker och sociologer som t.ex. Veblens verk om iögonfallande konsumtion som en betydande faktor för marknadernas expansion och tekniska innovationer från 1700 talet i västvärlden (Veblen, 1899). Men även Georg Simmel, Pierre Bourdieu och nationalekonomen Adam Smith refereras det till återkommande.

Under årens lopp tycks intresset stadigt ha ökat för att vidare studera hur konsumentbeteende påverkas av andra externa effekter som sociala normer, klasstruktur och socioekonomiska faktorer.

The acquisition and diffusion of consumer goods is driven by “The recognition and admiration of our fellow human beings”, as “to deserve, to acquire, and to enjoy, the respect and admiration of mankind, are the great objects of ambition and emulation”, (A.Smith, citerad in Social structure and consumption: on the diffusion of consumer good innovation; A. Istaller, B. Sanditov, 2005, s. 506).

Detta är ett citat från Adam Smith vars betydelse jag kan återfinna både hos Baumans böcker, men även i de vetenskapliga publikationer jag hittat när jag sökt efter bakgrund i tidigare forskning. Alltså, att drivkraften bakom utvecklandet av konsumtionsvaror kommer från det erkännande och den beundran vi människor vill förvärva, förtjäna och njuta av (Andreas Reinstaller och Bulat Sanditov, 2005). Det är föremål för strävan, ambition och försök till efterliknande, särskilt när det gäller konsumtionsvaror som har ”halvlång” hållbarhet så som smycken, byggnader, möbler mm (ibid). Olika sociala gruppers medlemmar iakttar och observerar andras konsumtionsmönster i samhället. De mest framgångsrika i samhället blir till en mall för andra konsumenter som jämför, utvärderar och imiterar eller förkastar. På så sätt kan social status manifesteras genom konsumtionsmönster utan att det sker någon mer direkt social kontakt. Dessutom har, enligt Bulat och Sanditovs studie, socioekonomiska faktorer så som övergripande värdesystem, eller disponibel inkomst, inverkan på de val som görs kring konsumtionsvaror och dess efterföljande legitimering (ibid). Detta sker genom en social övertalningsprocess och beror till stor del på konsumenternas heterogenitet.

I Social structure and consumption: on the diffusion of consumer good innovation har författarna utgått från två olika populationer där skillnaderna ligger i inkomst, beteende och social ställning; den ledande gruppen av höginkomsttagare samt hos underklassen (Reinstaller; Sanditov, 2005). De menar att agenter inom höginkomstgruppen försöker uppnå åtskillnad från de lägre sociala klasserna och åtnjuter någon slags välbefinnande baserat på att de antingen är lika eller gör sig olika sina "peers" eller kamrater/jämlingar. De menar vidare att det är sociala normer, vilka kan tänkas vara sociala mekanismer som i sin tur sanktionerar avvikelser från gruppens beteende.

Underklassen däremot beter sig annorlunda, men sammanhållning inom gruppen stöds även den av olika beteendemönster som delas av gruppens aktörer (ibid). Underklassens medlemmar känner tillfredsställelse utifrån antingen konformistiskt eller "snobbigt" beteende men skillnaden ligger i att de strävar efter och åtrår överklassens livsstilmönster. De söker efter att anpassa sig till och efterlikna den sociala eliten och dess konsumtionsbeteende. Detta är ett tema som känns igen från sociologer som Thorstein Veblen och hans "conspicuous consumption" eller iögonfallande konsumtion (Veblen, 1899). Reinstaller och Sanditov finner i sin studie att innovationer inom konsumtion sprids snabbast och mest effektivt i en social miljö med en mer jämställd klasstruktur. Alltså att samhällen med jämn klasstruktur, som tillåter mer beteendemässig variation, borde kunna uppleva ett mer dynamiskt och differentierat konsumentbeteende.

Det har gjorts en hel del forskning kring konsumtion i moderna samhällen och kring hur unga använder sig av konsumtion som ett medel för att uttrycka sin grupptillhörighet, smak och sin identitet på ett symboliskt plan. En stor del av den forskning som gjorts kring konsumtion finns inom det ekonomiska samt psykologiska fälten där man intresserat sig för vilka underliggande regler det faktiskt är som kommer att påverka konsumenternas beteende. Medan det från ett socialhistoriskt håll mer fokuseras på varifrån dessa konsumtionsbeteende kommer från. Östberg och Kaijser (2010) skriver om hur forskningen genom begrepp som kön, klass och etnicitet utgår från själva subjektet, istället för att titta på sociala strukturer i samhället. De menar att vi socialiseras eller fostras in en specifik konsumtionskultur beroende på vilken bakgrund vi har (ibid, s. 38, 44–45; Konsumtionsverket 2011, s. 38–41). I konsumtionsverkets rapport finns det

även att finna hur konsumtion och familjeliv hänger ihop, hur fattiga familjer ibland kan uppleva en stress och press på att konsumera för att leva upp till normativa konsumtionsmönster och därigenom vinna acceptans och social status i samhället. Deras möjlighet att lyckas med detta i tillräcklig utsträckning är dock mycket begränsad, liksom Bauman också konstaterar i *Arbete, konsumtion och den nya fattigdomen*, vilket gör att många kan uppleva en stark skam och alienation/bristande tillhörighet. Konsumtionens roll för individers upplevelse av inkludering eller exkludering efterfrågas även i konsumtionsverkets rapport. Där vill även jag med denna studie försöka bidra med mer kunskap och förståelse.

## 2. TEORETISK BAKGRUND

Jag kommer i denna studie att utgå från Zygmunt Baumans teori om konsumtionssamhället kontra konsumismens betydelse för människan. Även den brittiske sociologen Anthony Giddens teorier om modernitetens betydelse för skapandet av en självidentitet i den senmoderna epoken, samt om hotet om meningslöshet i det reflexiva projektet av att skapa en självidentitet kommer också att ligga till grund för mitt arbete, mina frågeställningar och analyser. Det är dessa två sociologers texter som kommer att utgöra en ram för analyserna jag kommer göra av det material som samlats in.

### 2.1 Konsumtionssamhället enligt Zygmunt Bauman

Bauman beskriver hur dagens konsumtionssamhälle har gått från att vara ett produktionssamhälle där långsiktig säkerhet sattes före mänskligt begär. I produktionssamhället skulle varor inte konsumeras och förbrukas omedelbart utan skyddas från värdeminskning och försämring. I produktionssamhället kunde det ses som klokt att investera i ädelmetaller och juveler för att binda pengarnas värde i något varaktigt (Bauman 2008, s. 37–39). Bauman skriver även om att arbete i produktionssamhället fyller en viktig meningsbärande funktion för människors överlevnad men också för deras självbilder. Arbeta eller gå under, alla som kan arbeta kan räknas som dugliga i någon mån men domen på de som faller utanför, sjuka, gamla, invalider blir hård och de räknas ut (Bauman 1998, s. 22–23).

Bauman menar att arbetsetiken hade som uppgift att motarbeta människornas känsla av att få sina behov tillfredsställda utan i stället premiera individens fortsatta strävan efter få mer framgång, nå längre. Att nöja sig med det de redan hade var omoraliskt i produktionssamhället (ibid). Därmed sågs arbetsetiken som lösningen för samhällets utveckling och framgång, men även för individen.

Samhällets fattiga utgjordes av de som inte har ett arbete, men de räknades som en slags industriell reservarmé (ibid, s. 10). Självklart så existerade konsumtion även i produktionssamhället. Konsumtion är något som vi alla ägnar oss åt i någon utsträckning,

planerat eller oplanerat (Bauman; 2008). Men, menar Bauman det är i själva tonvikten som skillnaden ligger. I produktionssamhället engagerades människor i första hand som producenter, i konsumtionssamhället finns vi till främst som konsumenter (Bauman 1998, s. 39–41). Vi konsumerar i dagens samhälle inte längre för att överleva eller bara klara av livets nödtröft, vi konsumerar för att jaga tillfredsställelse och lycka. För att kunna konsumera måste man ha en inkomst, en inkomst som helst ska öka. Med ökad inkomst stiger den relativa känslan av lycka till en viss gräns när individen inte längre har svårigheter att klara sitt uppehälle. Sedan fyller konsumtionen andra behov av att söka tillfredsställelse, konstruera sig själva och få korta lyckokickar.

I och med att produktionssamhället övergick i konsumtionssamhälle förändrades mycket och arbetsetiken kom att ersättas av konsumtionsetiken. I konsumtionssamhället förväntas människor åtrå och konsumera varor i ett så högt tempo som möjligt och varorna ska idealiskt sett ge omedelbar tillfredsställelse, en tillfredsställelse som bör upphöra så snart som varan kommit konsumenten till del. Detta menar Bauman sker genom att inte låta konsumenterna fokusera sitt begär på endast en produkt en längre tid. Bäst är det om konsumenterna är: "otåliga, impulsiva och rastlösa, och framför allt lättretliga och benägna att förlora intresset" (Bauman 1998, s. 42).

*Valfriheten reser konsumtionssamhällets stratifieringsstege och anger därmed också den ram inom vilken dess medlemmar, konsumenterna, skriver in sina livsambitioner - en ram som bestämmer inriktningen hos människornas försök att utvecklas och innesluter föreställningen om ett "gott liv" (Bauman, 1998, s. 50)*

Bauman menar att ju mer valfrihet man har, och utövar, desto högre upp i hierarkin kommer man vilket för med sig större allmän aktning och ökad självkänsla. På så sätt kommer inkomst och förmögenhet att spela en avgörande roll för hur väl en person kan spela sin roll som god konsument, men rikedomar i form av kapital blir av underordnad roll. Den primära betydelsen av inkomst har blivit att öka konsumtionsvalets räckvidd (ibid). Bauman beskriver hur produktionssamhällets arbetsetik har bytts ut mot estetik, etiken satte högst värde på goda avklarade förpliktelser medan estetiken istället drivs i första hand av sökande efter "den sublimes upplevelsen". Konsumenten bör ta varje tillfälle som ges att åtnjuta intensiva sensationer och

djupa upplevelser. Det enda val som konsumenten inte kan ta är att välja NÄR ögonblicket för upplevelsen eller sensationen ska äga rum (ibid, s. 52). Begäret är viktigare än tillfredsställelsen för konsumtionssamhällets fortlevnad.

I sin bok *Arbete, konsumtion och den nya fattigdomen* citerar Bauman även Mark C Taylor och Esa Saarinen: "begäret begär inte tillfredsställelse. Tvärtom begär begäret begär" (ibid s. 43).

Övergången till konsumtionssamhälle har gjort de nya fattiga till "otillräckliga konsumenter" och utgörs inte längre enbart av arbetslösa, utan även av de med lågbetalda arbeten som trots att de har heltidsjobb inte lyckas tjäna tillräckligt med pengar för att prestera som konsumenter och mata samhällets konsumtionsapparat. Det är genom konsumtion som individen kan konstruera sig själv, genom känslan av att alltid kunna göra val. Men det gäller även att ständigt vara flexibel att ständigt vara redo för vad framtiden har att erbjuda (ibid, s. 46–47).

## **2.2 Identitet i den flytande moderniteten**

Genom Ricardo Petrella visar Bauman i *Arbete, Konsumtion och den nya fattigdomen* (1998) hur både varor och tjänsters kraftigt reducerande livslängd skapar prekära, flyktiga och otrygga förhållanden, så som flexibla, tillfälliga jobb och deltidsanställningar. Att skapa sig en egen identitet måste precis som dagens arbetsmarknad även den vara av flexibel karaktär (Bauman, 1998).

Bauman beskriver hur individen som blivit fullfjädrad konsument upplever att den inte kan komma ifrån konsumtionssamhällets mönster, mekanismerna för samhällstypen verkar vara oundvikliga och naturgivna, detta trots att de har den relativa makten att välja eller välja bort (Bauman, 1998). Han menar att det krävs dagligt konsumerande av samhällsutbudet för att skapa sig en identitet, en social position och det som kan räknas som ett meningsfullt liv i konsumtionssamhällets sfär (ibid, s. 44).

Bauman skriver om en idealtyp som han kallar för konsumism. När konsumtionen i samhället tar

över den viktiga roll av meningsfullhet och skapande av sociala roller som arbetet hade i produktionssamhället uppkommer enligt Bauman konsumism vilket han beskriver kastar om ordningen mellan behov och tillfredsställelse så att en längtan efter tillfredsställelse föregår och är långt större än behovet. På så sätt finner konsumenten njutning av att konsumera nya upplevelser och varor som hen inte visste om att de fanns. Det är jakten på nya oerövrade och spännande sensationer som lockar. Han menar att konsumenten inte bara blir förförd av marknaden utan även aktivt söker att bli förförda. Konsumenten kastas på så vis från lockelse till lockelse, vilket han ser som ett internaliserat tvång (Bauman, 1998).

Han ser konsumism som en sorts socialt arrangemang som skapas när vardagliga mänskliga behov och begär har omvandlats och gjorts till ”den viktigaste drivkraften i samhället, en kraft som samordnar systematisk reproduktion, social integration, social stratifiering och mänsklig individuation” (Bauman, 2008, s.36).

Bauman menar att det gäller för individen att ständigt hålla sig öppen och redo för vad framtiden kan föra med sig, ständigt vara beredd att både ändra sina konsumtionsmönster och sin personlighet för att hålla så många alternativ som möjligt öppna. Detta skapar något som Bauman kallar för en känsla av att tiden är pointillistisk, bygd på ett antal lösryckta punkter eller händelser som inte längre är någon båge eller röd tråd.

”Det skulle kanske vara riktigare att tala om självidentitet i plural: livsbanan för de flesta individer kommer förmodligen att vara översållad med bortkastade och förlorade identiteter” (Bauman 1998, s.47). Bauman beskriver hur det på detta sätt finns en slags resonans mellan dessa beskrivna egenskaper hos konsumtionsvaror och den kluvenhet eller ambivalens som oron kring identitetsskapande ger (ibid).

Normen har som enda syfte att genom den ”fria viljan” stänga ute alla andra alternativ än det som gynnar normen (Baumann 1998, s. 48). Men, menar Bauman, det vore förödande att utestänga varje människas möjlighet till val, det skulle innebära att göra slut på konsumenten hos människan (ibid). Han menar med det att den normativa regleringen stör konsumtionsmarknaden och därmed är dysfunktionell för det konsumtionsinriktade samhället. ”Ett samhälle av

konsumenter blir förbittrat över alla begränsningar av valfriheten, över varje inskränkning av potentiella konsumtionsobjekt, och manifesterar denna förbittring genom att villigt stödja de mest avreglerande åtgärderna” (Bauman, 1998, s. 48).

Ett av de mest framträdande dragen hos det moderna konsumtionssamhället är konsumenterna kommodifieras och själva förvandlas till varor. En vara måste marknadsföras på marknaden och på så sätt kan individen använda sig av konsumtion för att marknadsföra/skapa sig själv som säljbar vara i samhället (Bauman, 2008). Detta är en tidskrävande och kostsam aktivitet och om man misslyckas att göra sig till en attraktiv vara gör det dig till en otillräcklig konsument och det kan leda till skamkänslor (ibid). Skam och rädsla blir så en drivkraft för att vidare jaga estetiska attribut och upplevelser. Att långsiktigt snickra på sin identitet lockar inte längre eftersom det ständigt krävs nystarter samt öppenhet för hur vinden blåser och vilka nya trender som gör sig gällande (ibid).

### **2.3 Självet som ett reflexivt projekt**

Det är svårt att undvika det existentiella perspektivet om vi vill definiera vad självidentitet är. Sociologen Anthony Giddens har intresserat sig för dessa frågor och skriver om hur människan skapar sig själv i det moderna samhället.

Giddens skriver i sin bok *Modernitet och Självidentitet - Självet och samhället i den senmoderna epoken*, att självidentitet är: ”Individens reflexiva tolkning av självet mot bakgrund av hans eller hennes biografi” (1997, s. 276). Han menar att skapandet av identitet är pågående processer, eller individuella projekt som inte är givna eller statiska, utan ständigt är under utveckling och förändring genom livets lopp (ibid). På så sätt blir självidentitet en slags historiebeteckning och hur väl vi lyckas i detta projekt beror på hur väl vi lyckas skapa och upprätthålla berättelsen om oss själva. Berättelsen internaliseras sedan och blir till verklighet genom interaktion med andra individer (Giddens, 1997).

Självidentitet innehåller ett reflekterande över självet, med utgångspunkt från den sammansatta



kunskap som individen samlar på sig om sin egen person. Han menar att vi för att kunna få en känsla av vilka vi är även behöver skapa oss en uppfattning om vart vi är på väg och hur vi blivit det vi är.

Enligt Giddens ärver vi inte livsstil i det senmoderna samhället, utan vi måste själva göra individuella val, vilket påminner om Baumanns teori kring identitetsskapande i konsumtions-samhället där vi skapar oss själva genom medvetna konsumtionsval. Traditioner har blivit mindre viktiga för vårt identitetsskapande i den senmoderna epoken och vi har skaffat oss alltmer reflexiva identiteter för att lättare kunna vara redo för att ändra riktning, kunna göra revideringar och stöpa om historien om oss själva, bättre anpassa oss till den föränderliga omvärlden.

Giddens ser ”självets reflexiva projekt” som en dynamisk process av meningsskapande, vilket vi mer än någon gång genom historien sysselsätter oss med (ibid). Giddens beskriver att den senmoderna människan präglas av tre övergripande frågor rörande identitetsskapande: Vad ska man göra?, Hur ska man handla? och Vem ska man vara? (Giddens 1997, s. 89) Dessa frågor, menar han, besvarar vi var och en av oss antingen genom vårt sociala beteende eller diskursivt i någon mån. Vidare beskriver Giddens hur den moderna människans identitetsskapande påverkas av att samhället blivit allt mer globaliserat och flytande i tid och rum. Individen behöver inte längre i samma utsträckning befinna sig på den plats eller vid den tidpunkt där den konsumerar utspelar sig. Globaliseringen påverkar den enskilda människan i sitt identitetsskapande genom att kräva av individen att själv välja och ta ansvar över det stora flödet av olika intryck, produkter och upplevelser som hen konsumerar (ibid). Förr definierades vem du var och hur du skulle leva av historiska strukturer och sociala positioner medan det i det senmoderna samhället ligger på individens ansvar att själva sälla, välja och forma sin självidentitet.

Det moderna samhället betonar och utlovar en nästintill outtömlig valfrihet, vilket gör skapandet av självidentitet till just en reflexiv process (Giddens, 1997). Identitet kan förstås som en självvald historieskrivning och är enligt Giddens fullständigt nödvändig för att individen ska kunna känna en trygghetskänsla i den globaliserade moderna världen, samt en tillit till sig själv.

Giddens beskriver vad psykologen Janette Rainwaters skriver om hur man kan betrakta vad självet är; ett reflexivt projekt som individen ytterst ansvarar för, vi är så att säga inte de vi är, utan det vi gör oss till (Giddens 1998, s.95; Janette Rainwater, Self-therapy, 1989, s.9). Med det sagt är inte självet att betraktas som innehållslöst eller tomt, det finns menar hon psykologiska processer som formar oss, men utöver dessa, är vilka vi kommer att bli beroende av individens ”rekonstruerade ansträngningar”. (Giddens 1998, s. 96).

Giddens skriver vidare hur människan i den senmoderna epoken just genom den stora mångfalden av valmöjligheter att följa trender, ändra livsstilar och konsumera produkter för vår självframställan, får liten eller ingen hjälp till att ha rätt förutsättningar att välja rätt. Detta kallar han för livspolitik. Vi måste välja och dessa val följer vi sedan, inte bara för att de gagnar oss utan även för att de ger oss ”en materiell inramning till självidentiteten” (Giddens 1998, s. 101). Det är i det högmoderna samhället inte längre möjligt att leva på sina lagrar, eller att utforma sina liv på samma sätt som sina förfäder. Det är enligt Giddens nödvändigt för individen att väga och utvärdera möjligheter mot det han kallar för risker. En del av valen blir vad han definierar som ”ödesdigra ögonblick”, alltså där individens val har kommit att bli en vändpunkt i dennes livshistoria. Det är just i dessa ödesdigra ögonblick som vi väljer en livsstil med allt vad det för med sig av möjligheter men även risker (Giddens, 1998). Han menar vidare att själva senmoderniteten i sig utgör risker och faror för den enskilda människan. Den senmoderna människan präglas av att ständigt vara i kris, vilket han ser som ett permanent tillstånd, då vi ständigt tvingas söka efter att finna oss själva. Varje individ skapar en egen ”portfölj” av riskbedömningar som är mer eller mindre uttalade, öppna eller rent av rutiniserade (Giddens, 1998).

*I högmodernitetens intensivt reflexiva miljöer blir det allt svårare att leva via 'autopiloten', och det blir allt omöjligare att skydda en livsstil från det generaliserade riskklimatet. (Giddens 1998, s. 152).*

Vidare beskriver Giddens hur exponeringen av möjligheternas oändliga rymd medför ångest hos människorna men denna kan inte enbart ses som negativ utan kan fungera som ett positivt och motiverande medel för individen inför nya initiativ.

Det kan låta dystert och väl tungt för människan att leva i detta senmoderna samhälle som tvingar den enskilde att ständigt återskapa sig själv och leva under ångest. Men, menar Giddens, människan kan finna tröst och styrka i det han kallar för ontologisk trygghet, vilket han definierar som den grundläggande trygghetskänsla som skapas tidigt i livet hos barnet i interaktion med vårdnadshavare och andra nära vuxna. Den ger barnet en känsla av kontroll genom att det finns en viss förutsägbarhet i det vardagliga livet. Den ontologiska tryggheten ger individen redan från barnsben en grundläggande trygghet och en tillitskänsla som kan fungera som en sköld mot utmaningar och motgångar senare i livet (Giddens 1998, s. 51). Dock menar Giddens att den ontologiska tryggheten inte utgör något totalt skydd för individen mot plötsliga eller svåra motgångar.

#### **2.4 De tre konsumenttyperna enligt Bauman**

Bauman urskiljer tre olika typer av konsumenter; den ideala konsumenten, den otillräckliga konsumenten samt konnässören (Bauman, 2008).

Den ideala konsumenten är ombytlig, rastlös och ständigt på jakt efter att konsumera nya varor och upplevelser. Konsumenten ska idealt aktivt tillskansa sig marknadens varor och ständigt falla för nya frestelser, men, menar Bauman, hen bör inte få uppleva sina behov som tillfredsställda utan ska ständigt känna begär (ibid). Den ideala konsumenten har gjort det till en konst att låta begäret gå före behovet och accepterar detta förhållande, hen är impulsiv, illojal, och undviker fasta förbindelser utan snarare ha en slags ”tills vidare klausul” inskriven i alla sina förbindelser (Bauman, 1998).

Den otillräckliga konsumenten däremot är den konsument som saknar tillräckliga ekonomiska medel för att kunna upprätthålla de normativa konsumtionsmönstren i samhället (Bauman, 1998). Utan pengar utestängs individen från den bredd av valmöjligheter som konsumtionssamhället utgörs av, därmed saknas möjligheten att bygga sitt livsprojekt genom konsumtion. Deras möjligheter att förändra sina liv och påverka sin framtid är även de mycket

begränsade.

Eftersom konsumtionssamhället rangordnar människor främst efter deras ekonomiska tillgångar så räknas dessa individer som avvikande och misslyckade. Detta kan således skapa skam och skuldkänslor hos denna grupp och påverkar deras sociala ställning (ibid).

I konsumtionssamhället, som är uppdelat efter möjligheterna att fritt kunna göra val, står konnässören högst upp i "stratifieringsstegen". Denne utför inte i samma utsträckning spontana köp utan försöker att utnyttja valmöjligheterna på konsumtionsmarknaden på bästa sätt genom att vara påläst och insatt. För konnässören är det viktigt att lägga ner tid på att välja rätt och göra upplysta val. Själva valet i sig blir så att säga viktigare än det konsumerade (Bauman, 1998).

### **3. METODOLOGI**

Detta avsnitt redogör för de metoder jag valt att använda i detta arbete. Först beskriver jag studiens avgränsningar och metodologiska överväganden, sedan val av metod för insamlande av empiri och därefter studiens process där jag beskriver hur jag arbetat med urval och insamlande av empiriskt material. Avslutningsvis behandlar jag metodkritik.

#### **3.1 Metodologiska överväganden**

I denna studie har jag valt att lägga fokus på vad skolungdomar själva upplever att konsumtion har för betydelse för deras identitetsskapande och möjlighet att känna tillhörighet till olika grupper.

Den senaste tiden av lågkonjunktur, höga elpriser och ett krig som rasar i Europa har det skrivits mycket om människors ekonomiskt utsatta och prekära situation, om skolelever som inte har råd att äta ordentligt hemma utan går hungriga och skolor som ser till att ordna med frukost till hungriga elever. Samtidigt går många stora företag med stora vinster och många verkar kunna fortsätta sina gamla vanliga konsumtionsmönster utan att nämnvärt påverkas av de svåra tiderna. Därför var min grundtanke att göra intervjuer på en skola i ett socioekonomiskt utsatt område med låg medelinkomst, samt på en skola i ett område med hög medelinkomst för att kunna jämföra konsumtionsmönster och upplevelse av inkludering/exkludering i grupperingar inom skolan samt i samhället i stort.

Min grundtanke var således att kunna studera vilken inverkan konsumtion har på den samhällsliga stratifieringen för att på så sätt undersöka om det finns skillnader mellan olika grupper av unga och deras upplevelse och tankar kring konsumtion och identitetsskapande. Jag stötte dock på svårigheter att få skolor som ville ställa upp. Resultatet blev att jag enbart fått tillgång till empiri insamlad på en socioekonomiskt utsatt skola. Detta faktum samt studiens begränsade storlek har således gjort att mitt material blivit mer fokuserat kring konsumtion,

identitetsskapande och ungas upplevelse av inkludering och exkludering, samt kring det som Bauman kallar otillräckliga-, ideala konsumenter och konnässörer.

Utifrån min teoretiska referensram och med beaktande att jag är intresserad av att nå förståelse baserad på mina intervjupersoners egna perspektiv i ämnet så har jag valt att utgå från en kvalitativ ansats då jag har funnit att det är mest lämpligt eftersom informanternas egna tankar och upplevelser inte kan mätas på annat sätt. Jag har i denna studie en deduktiv ansats där jag vill testa av ett antal olika delar hos några av de mest centrala teorierna som figurerar kring konsumtion, konsumism och identitetsskapande.

### **3.2 Semistrukturerad intervju**

”Samtalsintervjuer ger goda möjligheter att registrera svar som är oväntade. En av de stora poängerna är också möjligheten till uppföljningar.” (Esaiasson m.fl, 2012, s. 251). Det är en av de stora fördelarna med mitt metodval och de passade således mitt syfte, nämligen att verkligen få en uppfattning kring ungdomarnas egna upplevelser. Jag valde mer specifikt att göra semistrukturerade intervjuer för insamlande av empiri. På så sätt kan jag få en mer djupgående diskussion och analys i ämnet. Jag vill helt enkelt ge rösten åt ungdomarna att själva fundera och förklara sina tankar och känslor.

Samtalsintervjuer kan vara ett bra val för att få möjligheten att få oväntade svar och trådar som går att följa upp, då intervjupersonen har chans att vidareutveckla sitt resonemang. Det är vidare önskvärt att dessa intervjuer görs med en för forskaren okända personer (Esaiasson m.fl. 2012 s.251). På grund av den tids- och resursbrist denna studie har, samt för att kunna nå djupare rent kvalitativt, har jag valt att göra några få djupare intervjuer i stället för många grundare. Genom att undersöka ungas tankar och känslor kopplade till konsumtion vill jag söka förståelse i ämnet, eller som Max Weber kallade det, Verstehen (Weber, 1978)

Intervjun är vanlig som metod inom kvalitativ forskning. Det är en betydelsefull metod på så sätt att forskaren som intresserar sig för att studera uppfattningar, erfarenheter, åsikter och känslor

ges möjlighet att beskriva och förklara olika sociologiska fenomen. På så sätt är den djupgående samtalsintervjun mest fördelaktig på grund av sin förmåga att nå människors uppfattningar och upplevelser från sina egna liv (Alvehus, 2013; Denscombe, 2009).

Bryman & Bell (2017, s. 454) beskriver semistrukturerade intervjuer som att forskaren gör frågorna tematiserade, ofta med en intervjuguide som grund, vilket även jag valt att använda i denna studie. Semistrukturerad intervju ger forskaren större möjlighet att vara följsam, att anpassa sina frågor utifrån de svar som intervjupersonerna ger och då den som blir intervjuad blir lika styrd kan det även resultera i en större variation i svaren (ibid.) Enligt Denscombe (2016, s. 266) kan semistrukturerad intervju med fördel användas när studien, som i detta fall, är av mindre storlek eftersom det är mycket tidskrävande att spela in och transkribera många intervjuer.

### **3.3 Studiens genomförandefas**

För att ha en mall som skulle ge varje intervju liknande förutsättningar har jag skapat en intervjuguide med de huvudsakliga frågorna och har därefter försökt vara flexibel och följa samtalet.

Jag har gjort fem enskilda intervjuer med elever som precis avslutat årskurs nio. För att eleverna skulle känna sig mer bekväma att svara på frågor jag ställde, samt för att lättare lyckas nå elever som ville ställa upp har jag valt att göra intervjuerna i skolans egna lokaler efter skoltid. (Halkier, 2009).

Då eleverna alla är under 18 år har jag behövt få vårdnadshavarnas godkännande att deras barn får delta i studien. Detta är något som ställt till en del problem, när det visat sig att många av elevernas föräldrar varit skeptiska till undersökningar och valt att tacka nej. Det var många elever som ville delta men som inte fick tillåtelse av sina vårdnadshavare. Några tackade först ja och ändrade sig i sista stund, så jag har haft mycket bortfall.

Intervjuerna spelades in, vilket både föräldrar och eleverna själva redan från början varit

informerade om. Detta var nödvändigt för att kunna göra korrekta och exakta transkriberingar. Jag har valt att göra samtliga intervjuer med flickor för att undvika kön som en extra faktor att jämför i min analys, inte för att jag specifikt intresserat mig för enbart hur just flickor upplever konsumtionens inverkan på deras identitetsskapande. Detta då studiens storlek är väldigt begränsad och avgränsningar nödvändiga.

Varje intervju tog mellan 25 och 45 minuter att genomföra och innan jag startade inspelningen informerades eleverna ännu en gång att deras medverkan är frivillig och att de när de vill kan avsluta, samt att materialet kommer att behandlas helt konfidentiellt.

Samtliga elever samlades i ett angränsande rum där de fick vänta och sedan kallade jag in en efter en till ett enskilt rum där intervjuerna genomfördes.

### **3.4 Urval**

För att göra denna studie och samla min empiri behövde jag avgränsa och göra ett urval. Malterud (2009) skriver att strategiskt urval vill försöka belysa forskarens problemställning. Då jag hade för avsikt att undersöka konsumtion som en stratifierande faktor ville jag göra strategiska val av skolor från olika områden i Malmö.

Ett av de två huvudsakliga vägar att gå för att göra sitt urval är genom en så kallad tvåstegsurval, genom att först välja ut en specifik organisation eller grupp och först därefter välja individer (Ahrne och Svensson m.fl. 2014).

I denna studie började jag med att välja ut två olika skolor kopplat till antal elever som avslutat sina grundskolestudier med grundläggande behörighet, den ena skolan med högt antal behöriga den andra med lågt. Men som jag tidigare nämnt slutade det med att jag enbart fick kontakt med en socioekonomiskt utsatt skola, som har haft problem med låg andel behöriga efter avslutade studier och där flera elever har så dåligt ställt hemma att skolan organiserat så att de kan komma och äta frukost innan skolan börjar.



Därefter har skolan själva frågat eleverna om vilka som velat delta och sedan har vårdnadshavarna i sin tur avgjort om de fått delta eller inte. Relativt många elever var intresserade av att delta men flera av dessa fick inte tillåtelse av sina föräldrar. Det har även förekommit några vårdnadshavare som i sista stund ändrat sig och sagt att deras barn inte får delta. På detta sätt har jag inte kunnat göra ett fullständigt slumpmässigt urval och jag har inte heller kunna styra över vilka mina intervjupersoner blev.

Jag har i efterhand fått vetskap om att samtliga elever som jag intervjuat tillhör skolans lilla klick av högpresterande och ambitiösa unga, vilket självklart kommit att påverka mitt material samt denna studies analys. Mer om detta i under rubriken Resultat och Analys.

### **3.5 Metodkritik**

En av intervjuens nackdelar är enligt Ahrne och Svensson m.fl. (*Handbok i kvalitativa metoder* 2014, s. 56) att den kan ge forskaren en begränsad bild av det studerade fenomenet, vilket måste tas i beaktning vid analys och gärna kompletteras med fler metoder. Denna studie hade med fördel kompletterats med t.ex. en kvantitativ enkätundersökning som genom ett obundet slumpmässigt urval kunnat ge mer insikt i ungdomars konsumerande. En annan möjlighet hade varit att genomföra observationer på den skola där mina intervjupersoner gått för att se mer om hur den vardagliga interaktionen ser ut.

Att de intervjuade är så unga som 16–17 år kan ha inverkan på deras förmåga att se sig själva i en större kontext som konsumenter i ett konsumtions-samhälle och kunna analysera sina egna beteenden och tankar kopplat till detta. Kanske hade jag lättare kommit åt det komplexa kring identitetsskapande om jag i stället valt en äldre grupp? I *Handbok i kvalitativa metoder* (2014) refererar författarna till den norska sociologen Katrine Fangen som skriver om de problem som finns med att kunna tolka människors utsagor, det är inte givet att dem man samtalar med faktiskt gör det dem säger och att det alltså finns bäring i deras utsaga som är kopplat handling. (Ahrne och Svensson m.fl. 2014, s. 56). Därför hade det varit av intresse att även faktiskt kunna

observera de intervjuade elevernas egentliga handlande. En sådan utvidgning av studien hade även ökat dess generaliserbarhet.

Utöver detta ska tas i beaktning forskarens egna tolkning av det sagda, utifrån förståelse och position (ibid.) Det finns även en viss risk att respondenten anpassar sitt svar till den hen tror är det önskvärda svaret. Men med en väl utformad och kontrollerad intervju och där forskaren försökt minimera informantens och forskarens eventuella påverkan, kan intervjun ge god inblick i den intervjuades verklighet (ibid.).

### **3.6 Validitet och reliabilitet**

Reliabilitet och validitet är ett slags kvalitetskriterier som båda är kontroversiella mått just inom den kvalitativa forskningen. Validitet i en studie är ett sätt att försöka ta reda på hur trovärdig och överförbar studiens resultat är. Validitet hänvisar, som ett positivistiskt kriterium, till något som kan anses sant, som i någon mån går att beskriva i ord och som står i förhållande till en stabil social realitet (Anne Ryen, 2004, s.138). Ryen delar upp validitet i två delar, intern validitet och extern validitet. Den interna validiteten mäter i vilken mån de kausala påståendena kan finna stöd i en viss kontrollerad studie och där forskarens uppgift blir att avvisa de olika hot som finns för påståendena (ibid.). När en forskare kan visa på en mer djup förståelse av det fält hen undersöker så kommer även tron på de olika orsaker hen angivit öka (ibid.).

Extern validitet menar Ryen vidare, är ett mått på om ett visst orsakssamband kommer visa sig stå gällande även i andra miljöer, alltså kunna ses som generaliserbart (Ryen, 2004).

Att jag konstruerade en intervjuguide med frågor som ställdes till alla medverkande var en del i min strävan efter att uppnå god validitet, det vill säga att studien faktiskt mäter det den utger sig att mäta (Esaiasson, 2012, s.63). Mallens frågor har utformats efter denna studies syfte samt efter att försöka nå de svar som jag söker. Jag har till exempel valt att i största möjliga mån undvika att tala om konsumtion och identitet som begrepp och i stället frågat om vad det är för saker de vill köpa/handla/shoppa, samt formulerat frågor kring hur de väljer att uttrycka vilka de är och hur

man är en bra person. Dock använder jag i konsumtion och identitet i löpande i texten under arbetets gång och trots att detta kan anses ha olika betydelse och hävdas påverka studiens resultat har jag valt att använda ett enklare språk för att ungdomarna ska känna sig bekväma och avslappnade.

Reliabilitet visar hur konsistenta intervjupersonernas svar är. Kommer ungefär samma resultat att uppnås om forskaren gör om studien eller om en annan forskare genomför en liknande studie? Det är svårt att uppnå en hög reliabilitet inom kvalitativ forskning eftersom de sociala faktorerna ständigt är föränderliga. Detta gör att det är svårt att verkligen veta i vilken mån studien kan anses replikerbar (Bryman 2011, s.352). Denna studie grundar sig i en social kontext och respondenterna befann sig under datainsamlandet i en skolmiljö och det är svårt att kunna påvisa huruvida en annan liknande studie skulle nå samma resultat. Studiens reliabilitet kan därmed inte styrkas. Istället visar en kvalitativ studie likt denna, hur en särskild betydelse av en specifik social aspekt såg ut vid just den tidpunkt när intervjuerna ägde rum (ibid).

Jag har vid denna kvalitativa studie varit mer intresserad av bakomliggande resonemang, tankar och processer hos de jag har intervjuat. Därför blir reliabilitetsbegreppet annorlunda än vid en kvantitativ studie och också svårare att uppfylla.

För att försöka öka min studies reliabilitet har jag utformat en mall med frågor innan intervjuerna startade. Alla dessa frågor ställdes till samtliga respondenter. Utöver dessa frågor ställdes följdfrågor och ibland gjorde avstickare från intervjuguiden utifrån de svar som gavs.

Att intervjuerna spelades in och sedan transkriberades i sin helhet gör att reliabiliteten ökar något.

## **4. RESULTAT OCH ANALYS**

Jag har valt att sammanföra resultat och analys till ett avsnitt för att löpande kunna analysera min empiri. När jag sedan bearbetade mitt empiriska material framkom fem olika teman som bildar rubriker nedan i min analys.

### **4.1 Bakgrund, individualism eller kollektivism**

De fem intervjuade flickorna är födda i Sverige men har samtliga invandrarbakgrund. Deras föräldrar av olika anledningar alla kommit till Sverige för att börja ett nytt liv. De bor alla, med ett undantag i socioekonomiskt utsatta områden och tillhör de något mindre privilegierade samhällsklasserna och flera av dem kommer från olika religiösa familjer. Att jag nämner dessa faktorer har att göra med att resultatet av analysen från den empiri jag samlat in till viss del motsäger det förväntade resultat, samt för att jag intresserar mig för huruvida respondenternas bakgrund spelar in.

Konsumtion och konsumism, så som Bauman skriver om det i litteraturen som denna studie tar avstamp från, är, bör man veta, en slags weberiansk idealtyp. Han beskriver inte samhället så sådant det är, utan renodlar teoretiska begrepp och modeller till en förenklad typ som kan användas som verktyg för att studera och söka kunskap om den ”verkliga” världen.

Denna idealtyp är hos Bauman kopplad till det västerländska kapitalistiska systemet och det gör att den inte helt kan användas för att göra analyser om kontexten är en annan. I någon mån kan detta faktum förklara de avvikande resultaten i denna studie, då respondenterna visserligen är en del av det västerländska kapitalistiska systemet, men även har sina rötter i andra delar av världen samt i andra kulturella och sociala system.

## 4.2 Konsumtion och konsumistisk kultur.

Den insamlade empirin i denna studie visar otaliga prov på hur konsumtionssamhället utövar sin påverkan och makt över individerna i det. Samtliga respondenter vet att de måste förhålla sig till de rådande spelreglerna och förstår att konsumtionen inte bara är oundviklig utan även att det är genom konsumtion som de kan påverka sin sociala positionering i samhället.

*R5: - ”jag brukar försöka att inte tänka på vad andra ska tycka, men det är klart att folk brukar kommentera alltid. Det är många som gillar å kommentera på saker så där, ja; vilka skor du har, vilken väska du har, vilka konstiga kläder du har, varför ser du ut så där... men man lär väl sig att, att inte bry sig så mycket efter ett tag.”*

*R1: - ”och ja, man letar ändå efter en validation hos dem eller bekräftelse och så.. eeh klart man bryr sig men ändå, man ska vara säker i sig själv och därför kör jag lite på min egna stil och det jag är bekväm med..”*

Bauman (1998; 2008) beskriver hur konsumenten genom sin konsumtion kan köpa ingredienser till sin identitet. Att konsumera rätt blir ett sätt att investera i sitt eget sociala medlemskap. Respondenterna beskriver hur de ständigt är medvetna om att andra ser, bedömer och drar slutsatser utifrån kläder, produkter och smink. De anser alla att deras konsumtionsval visar på vilka de är som personer i någon mån.

*R2: - ”Jättemånga följer trendiga grejer, jag ska inte ljuga gör ju det också själv. Är något nytt å populärt, jag vill också ha det men, eeh, jag måste, jag måste också gilla det för att jag ska vilja ha det...om tex något rosa blir trendigt och jag gillar inte rosa, då ... Då vill jag inte ha det för det är ju inte den jag är. det skriker inte mig...”*

*R5: - ” Mmm, alltså det skulle ju kunna vara en del kläder och smink och sånt, som visar direkt ut vem jag är. för jag kanske inte klär mig direkt som varje person gör. Men sen e det om man inte tänker på konsumtion och sånt så är det väl också min personlighet och*

*sån som jag är. Men om en person som inte känner mig skulle se mig så är det väl rätt så mycket mina kläder som visar vem jag är och hur jag är som person.”*

Det blir även tydligt genom materialet att flickorna både vill visa vilka de är, definiera sig genom konsumtion men vill samtidigt passa in i gruppen och är noga med att inte sticka ut allt för mycket.

*R4: - ”Alltså du vill ju fortfarande kunna, du vill inte heller sticka ut på det sättet, du vill kunna vara som alla de andra, till exempel, om alla har till exempel iphone, då du vill ändå vara mer som dem å du vet att de kommer att peka ut dig och säga att du inte är som dem... men samtidigt jag vet inte...Jag försöker att inte bry mig så mycket”*

Samtliga respondenter förklarar att det känns särskilt viktigt med märken när det kommer till skor och framför allt mobiltelefoner.

*R5: - ” det är nog en rätt stor förväntan på att man ska ha en ny telefon och inte en sån här telefon från tvåusentretton, alla har typ iphone... det är en sån här grej, eller att man ska ha på sig fina kläder att dom ska vara helst nya gärna märke tror jag också att det ska vara, nya skor, fina skor, smycken och allt sånt”.*

Eleverna tycker själva att de ofta känner att de väljer konsumtionsvaror utifrån sin egna person och vad de gillar men de medger att både vänner, familj och kanske särskilt sociala medier har en stark inverkan över deras val.

*R1: - ”ändå faktiskt sociala medier, det ska jag inte ljuga, för att jag.., tex den här kjolen den fanns i svart, jag såg den i new yorker, eeh jag köpte den för att jag gilla den från tik tok. När jag såg den då kom jag på, just det, jag har ju sett den här och jag gillar den jättemycket, jag ska ha kjolen och sen så gillade jag den gröna också så i dagen efter så fixade jag den också” ...*

*- ”när man ser tex eeh en viss typ av abaya alltså en viss typ av slöja i sociala medier då tycker man eeh det här är det lite mer trendiga å, inte för att man försöker köpa det*

*trendiga utan, men för att man litar på att det är det bra, man ser folk använda det och så tänker man att det är det bra. ” (Men hon försöker ändå vara mer realistisk och väljer gärna de lite billigare alternativen).*

En av eleverna med muslimsk bakgrund beskriver skillnaden i bemötande som hon upplevde när hon valde att ändra sin stil från att ha haft kortare kjolar till längre kjolar och mer heltäckande kläder:

*R1: - ”då märker man att en viss del av respekt ökar, men samtidigt såå, eeh på en nivå ökar respekten mer eeh på en annan nivå anses man mer oskyldig och därför eeh judgeas man mycket snabbare...”*

*R1: - ” om nån ser mig med min slöja och så utan smink, som jag brukar ofta va. Då kommer dem, då har jag fattat att dem tror att jag är en bra människa. Ser dem mig med smink och lite annorlunda kläder, då kommer dem anse, eeh va heter det... inte dålig men, dem kommer klicka lite mera och de kommer tänka.. kommer inte döma den versionen av mig lika snabbt” (indirekt för att de inte har lika stora förväntningar på henne som person).*

Informanterna beskriver att det kan kännas skönt att låta deras yttre beskriva vilka de är och låta andra förstå vilken social gruppering de tillhör. Flera av dem har upplevt att de blivit annorlunda behandlade på grund av hur de klär sig.

*R2: - ” ändå ja, till exempel, jag som muslim.. Kläderna liksom beskriver vem jag är... för mig är kläderna, eeh... till exempel när har jag sjalen på mig.. då folk på gatan vet att jag är muslim, hon är muslim hon tror på detta å jag behöver inte förklara varför jag inte äter gris eller, ja, folk frågar inte saker som är uppenbart när jag har sjalen så kan de se hur jag är som person. Så det underlättar för mig. ”*

### 4.3 Konsumtion för trygghet

Enligt Baumans teorier om konsumtions-samhället konsumerar dess medlemmar i ett högt tempo för omedelbar tillfredsställelse och den ideala konsumenten ska söka efter ”den sublima upplevelsen” och åtnjuta intensiva sensationer (Bauman, 1998, s. 51-53).

*RI: - ” Eeh jag hade velat.. inte resa, vill jag väl inte direkt, men jag hade jättegärna velat se Mecka och Saudiarabien, Dubai och gärna kunna träffa mina kusiner i London lite mer... ”*

De ungdomar som jag intervjuat verkar inte tillhöra denna kategori konsumenter.

Respondenterna söker visserligen efter framgång genom högre utbildningar och fina arbeten, men verkar inte drivas av några större materiella framtida mål, eller stora förlösande upplevelser.

*RI: - ” ... jag kommer nog förmodligen att behöva en bil, om jag ska kunna studera arkitektur... sen tänker jag mig att, jag vill fixa ju min skincare rutin lite bättre, dem hade jag velat, liksom uppgradera vissa saker, eeh, vad mer hade jag velat ha?.. Det är liksom det, det är inte så mycket, det är bara lite såna småsaker som behövs, tänker jag mig”.*

När jag frågar henne om hur hon tänker att hon kommer vilja bo i framtiden utvecklar hon svaret:

*- ” nu när du säger det, de e klart att jag tänker mig ett hus, det hade jag velat, det är nog också ett mål liksom. Att flytta mina föräldrar till det och själv kunna flytta till en villa. (...) men jag vill kunna flytta mina föräldrar till ett eget hem, du vet där de kan få sin egen lilla villa. För att jag vill helst att det ska få vila och ta dem ur arbete och sen försörja dem och sen mig själv. Det är lite målet”*



- ”Till att börja med känner jag att jag, eeh, behöver studera. Jag behöver kunna studera och fokusera på just det, liksom att, självklart jobba e viktigt och ha pengarna bredvid e också viktigt å ta körkort och sånt. Men till att börja med är min studering det är det jag är fokuserad på. Att få en bra, att klara, komma ut gymnasiet med höga betyg, höga merit. Börja ett bra universitet, få en bra undervisning bra skolgång det är det jag fokuserar mest på.”

Just detta perspektiv kring att ändra sin livssituation för sig själv och sin familj genom flitighet och studier, återfinns hos samtliga respondenter i denna studie.

R5: - ”Hm Alltså jag vet inte riktigt. Det skulle jag säga är att jag är med mina vänner, med min familj och ha bra relationer med båda och kanske inte, inte bryr mig så mycket om vad andra tycker om mig eller saker jag gör - att bara, ja jag tycker att, ja det är nog bra att ha bra relationer med dom som är nära”

R4: - ” det är så hära, det e känslan av att mina nära mår bra, och så länge jag lyckas med mina mål, uppnå dom så är det, ja, det är det som är viktigast. jag vill komma in på Lunds universitet men om inte det då vill jag komma in på Malmös för jag vill bli psykolog för jag gillar att hjälpa andra och lyssna på deras problem”

Övergripande beskriver respondenterna hur de genom konsumtion vill uppnå trygghet, de vill kunna köpa det de behöver utan att oro sig för pengar men förklarar samtidigt att pengar inte är det viktigaste, det är familj och relationer som verkligen räknas.

#### **4.4 Kategoriserande av konsumenttyper**

Att identifiera vilka av de tre konsumentgrupperna respondenterna tillhör låter sig inte göras helt lätt. Ingen av respondenterna skulle kunna anses som konnässörer, de har helt enkelt inte de

förutsättningar som krävs för att kunna konsumera fritt, ”rätt” och kunna utnyttja konsumtionsmarknadens alla valmöjligheter.

Ej heller skulle jag vilja benämna dem som ideala konsumenter då de inte visar prov på den otålighet och rastlöst sökande efter nya produkter och upplevelser, vilket är denna konsumenttyps kanske främsta egenskaper. Dessutom visar respondenterna på ett mer samlat och planerat konsumerande, verkar känna sig tillfreds med det de har möjlighet att köpa och undviker inte fasta förbindelser som Bauman skriver (1998). Tvärtom talar de alla om att det viktigaste är några få nära relationer med familj och vänner som kan utvecklas fortlöpande.

*R1: - ”Faktiskt inte, eeh, nej. Jag handlar själv, inte.. väldigt mycket... det e mera att, när det behövs, då köper jag och tex när det kommer till mera skor och mobiler då köper jag inte förrän ett helt år eller två, tre år har gått på mobiler och så. Eeh och jag försöker att inte slösa mycket, det är också att jag tänker på familjesituationen. Eeh vi har ju mammas inkomst och sen pappa är ju arbetssökande så han får ju bara ändå låg inkomst. Och då försöker man vara liksom ändå realistisk inte be om mycket pengar och ändå vara sparsam och det är därför jag aldrig gillar att gå ner under 1000 (pengar på sitt sparkonto) för då tänker jag att utifrån att det behövs så har jag själv att betala för i stället för att be om pengar (...). Det är ju ändå ett bekvämt liv det ska man inte klaga på, så jag kan ju köpa det jag behöver.”*

*R5: - ”Hmm, Alltså jag vet inte riktigt. Det viktigaste för mig skulle jag säga är att jag är med mina vänner, med min familj och ha bra relationer med båda och kanske inte, inte bryr mig så mycket om vad andra tycker om mig eller saker jag köper...eller eeh, gör - att bara, ja jag tycker att, ja det är nog bra att ha bra relationer med dom som är nära”*

När jag frågar respondenterna vad de vill ha möjlighet att göra eller uppleva verkar de inte direkt ha några storslagna mål med sublima upplevelser som den rastlöse konsumenten i det moderna samhället ska vilja uppnå, så som Bauman och Giddens beskriver det. De är mest inriktade på sina studier och vill ha en egen familj så småningom.

*R1: -.. ”jag hade velat ha en eeh... exempel Som en flicka då tänker jag mig, jag hade velat haft en Laser-session, de det är inte sånt man tänker på , vilket är chockerande, då hade man inte behövt raka sig så hade man, sparar man energin.... Eeh jag hade velat.. inte resa, vill jag väl inte direkt, men jag hade jätte gärna velat se Mecka och Saudiarabien, Dubai ” (samt träffa kusinerna som bor i london lite oftare).*

*”jag tänker mig, när jag kollar fram då ser jag att jag, jag har gjort mig själv stolt.. jag har fått uppnå dem resultat jag vill, jag har studerat på Lunds universitet, vilket också är ett mål, faktiskt. ”*

Till sist vill jag även avskrivna mina respondenter som otillräckliga konsumenter av den anledning att de verkar ha tillräckliga ekonomiska medel genom sina familjer för att till viss del kunna upprätthålla samhällets normer. De känner själva att de faktiskt har möjligheten att påverka sina liv och kunna köpa de konsumtionsvaror som de behöver för leva ett ”gott liv” (Bauman, 1998 s.50) och de känner inte skam eller skuld känslor som den otillräcklige konsumententent kan känna över just sin otillräcklighet (ibid).

*R1: - ”Det är ju ändå ett bekvämt liv det ska man inte klaga på, så jag kan ju köpa det jag behöver. ”*

*R4: - ”jag brukar spara (barnbidraget) så att när jag behöver då kan jag använda det men annars är det typ så här... mat eller kläder eller om jag går ut med vänner så är det så här mat. Eller så frågar jag min mamma om hon kan swisha mig, så brukar jag swisha mig. Jag brukar oftast ha pengar till det ja...till det jag vill ha. När jag behöver kläder, då brukar mest mina föräldrar köpa ”*

Återigen vill jag påpeka att Baumans teorier bygger på idealtyper och därför ska användas som sådana vid studier och analys kring samhälleliga fenomen, de kan inte anses vara direkt överförbara till det verkliga livet. Därför passar mina respondenter inte riktigt in i någon av de tre konsumenttyperna jag här nämnt. Trots detta är konsumenttyperna till hjälp för att se konsumtionsmönster och analysera empiri.

#### 4.5 Det reflexiva identitetsskapandet

Giddens skriver om skapandet av självet som en pågående process, eller historiebeteckning som inte är given eller statisk. Hos studiens respondenter har jag upplevt en medvetenhet och en tydlig riktning eller båg i deras skapande av sig själva.

En av respondenterna sticker ut något jämfört med de andra. Hon bor i ett område som är högre ansett än de andra, sticker ut i skolan med sin klädstil, ska gå estetiskt gymnasium och har lite annan typ av förebilder än de övriga. Hennes svar passar bättre in mot min teoretiska referensram och hon känner att hon inte riktigt passar in i den miljö där hon går i skolan och upplever att hon blir annorlunda behandlad ibland p.ga. sin klädstil:

*R5: - "...när jag var yngre så hade jag väldigt samma stil som alla andra, jag klädde mig likadant, det var inte så mycket man tänkte på för det var inte jag som klädde på mig, det var mina föräldrar. Men sen så när jag började utveckla min egna stil som var lite annorlunda... Det här e lite konstigt, så fick man kommentarer, eeh... någon frågade om jag var självmordsbenägen på grund av kläderna jag hade på mig, vilket jag tyckte det var väldigt bisarrt och konstigt. Alltså jag har lite mer, rätt mycket svart på mig, rätt mycket så här brunt, det är väldigt mörka färger, jag har inte så mycket vitt eller märkeskläder, det är på den lite mörkare sidorna av kläder och stilar och då blir, därför blir det så här, vill du dö? Och, eeh Nej!..."*

Det här visar på att hon har gjort val som definierar henne och bygger på hennes "rekonstruerade ansträngningar" (Giddens 1998, s. 96), eller den självvalda historiebeteckning som Giddens menar är nödvändig för att individen ska kunna känna sig trygg och tillitsfull i det moderna globaliserade samhället (ibid).

Det som Giddens definierar som "ödesdigra ögonblick", alltså val som individen gör vilka blir en vändpunkt i dennes liv kanske i större utsträckning sker i ett senare skede i livet för de flesta. Respondenterna är fortfarande väldigt unga, bor hemma och lever i någon mån under vingarna

på sina föräldrar. Kanske kan det vara så att de stora avgörande valen inte kommit ännu? Huruvida respondenterna lever under ångest eller finner tröst i en ontologisk trygghet, den mest basala grundläggande tryggheten från barndomens första år, är svårt att fråga om och svårt att utläsa (Giddens 1998, s.51). Dock tycker jag mig finna en slags trygghetskänsla hos flickorna och en slags tillit till att det kommer gå väl, mycket baserat på deras bakgrund. Jag upplever det som att deras identitetsskapande bygger vidare på det som deras föräldrar har banat väg för, i en historieberövning som blir deras egen.

Flera av respondenterna förklarar att deras främsta förebilder är deras föräldrar eller syskon. När jag frågade om de har några särskilda förebilder, som de ser upp till fick jag svar som;

*R2: - ” till min syster, stora syster och mamma, det är bara dem två. Alltså att hon har lyckats i skolan å börjat i universitet å allt detdära. Alltså jag vill ändå kunna göra allt det dära, som hon har gjort. Å speciellt såhåra, med mamma så är det ju också för att hon har kommit till ett nytt land, alltså såhåra fått oss att ändå komma in i ett nytt land, hjälpt oss att komma in i skolan, lärt sig.. börjat jobba, utan familj och grejer. Alltså det är ändå såhåra, wow! Det är därför det känns för mig... om jag inte försöker i skolan, så känns det ändå så här onödigt att hon kom hit. Fattar du?”*

*R1: - ” med islam, e det såklart profeten, man vill ju kunna uppnå levlarna av godhet ååå självklart, men annars är det min mamma. Hon har varit stark kvinna, hon har kämpat genom svåra tider i sitt liv, å hon har ändå hamnat på en bra plats, gett min lillebror och mig ett bra hem där vi är bekväma, får det vi vill ha, det vi önskar oss, vi har liksom resor och evenster och födelsedagar... å det eee, trots att pappa är arbetsökande och låg inkomst så har hon lyckats det är det jag vill uppnå, att vara en stark kvinna som inte ger upp”*

*R4: - Mina föräldrar, jag tänker såhär..det är såhåra jätte fascinerande, hur de har flyttat hit, till ett helt annat land och ändå uppnått det, de har fått de dem har fått, dem har lyckats, basically..*

Giddens beskriver att människan i den senmoderna epoken inte kan ärva livsstil utan tvingas att

skapa en egen utifrån en mängd olika val. Nog måste vi välja mycket, men utifrån de svar jag fått på mina intervjufrågor i denna studie undrar jag om inte en hel del av respondenternas val är sprungna ur ärvda faktorer som klassidentitet, ideal och smak. Flera av respondenterna beskriver också att de känner ett visst tryck hemifrån att de ska lyckas förvalta de grundförutsättningar som föräldrarna skapat åt sina barn.

Bauman (2008) skriver att "ansvaret för andra" i konsumtionssamhället har ersatts av "ansvar för sig själv" och "ansvar inför sig själv", men dessa respondenter känner uppenbarligen även ansvar för andra, sina föräldrar, sina yngre syskon och sina kommande barn. Kan det ha att göra med att de är uppväxta i en mer kollektivistisk tradition än den som Bauman och Giddens beskriver?

Så det verkar som att konsumenten inte i allt behöver vara så ensam som Bauman skriver och kanske den ökade konsumtionstakten inte i alla läger ställer sig i vägen för samordning och integration (Bauman 1998, s.50)?

## 5. SLUTDISKUSSION

Den här studien har jag tvingats begränsa på ett enligt mig otillfredsställande sätt för att den ska rymmas inom ramen för en kandidatuppsats och jag har fått resultat som skulle behöva långt över det dubbla utrymmet för analysavsnittet. Jag har även funnit det olämpligt att korta ner teoridelen eftersom jag anser att den presenterade teoretiska bakgrunden verkligen har varit av vikt för min förförståelse samt analys. Det finns så mycket mer information att studera och att dra slutsatser kring. Jag har efter intervjuerna samtalat med skolans studie och yrkesvägledare och därigenom fått djupare inblick i den aktuella skolans sociala strukturer och det har gett mig idéer och tankar om utvidgande av denna studie samt om vilka andra aspekter som skulle vara intressant att studera. Jag vill här sammanfatta och reflektera över denna studie, samt ge förslag på framtida forskning.

### 5.1 Framtida forskning

Som min ursprungliga intention var, anser jag fortfarande att det hade varit mycket intressant att jämföra den empiri jag samlat in med en annan mer högpresterande skola med unga som kommer från de högre ekonomiska skikten och som inte har invandrarbakgrund för att kunna undersöka vilka möjliga skillnader som skulle kunna finnas. Det hade kanske givit andra resultat bara om jag hade fått tag på några fler olika elever på den skola där studien gjorts, några av de elever som har svårare att lyckas i skolan, eller kanske skulle det ge lite andra svar om jag intervjuat pojkarna, eller några av de mer ”problematiska” barnen? Det finns så många möjliga faktorer att väga in.

För att vidare undersöka på vilket sätt, samt i vilken utsträckning ungdomars bakgrund har på konsumtion skulle det vara lämpligt med större kvantitativa studier och fler och djupare kvalitativa studier på olika skolor, gärna i olika delar av världen (Dominguez Luis V, Page Albert L, 1981). Att komplettera med observationer skulle också kunna ge information av värde. Att intervjuva elevernas föräldrar och skolpersonal skulle även det kunna ge en ytterligare inblick

i de ungas identitetsskapande kopplat till konsumtion. Vidare skulle det vara av intresse att se vilken inverkan religion kan ha på upplevelsen att skapa sig en egen identitet.

## 5.2 Avslutande diskussion

Att möta verkliga människor och lyssna till deras tankar och reflektioner och sedan försöka renodla det sagda och försöka finna verklig förståelse som kan sammanfattas och analyseras mot vedertagna teorier och antaganden är aldrig en lätt sak. Min insamlade empiri har ömsom bekräftat ömsom ställt mina teoretiska referensramar på kant och mitt material har fått mig att ta en annan riktning i min analys än vad jag väntat mig. Den rastlöse, nyckfulle konsumenten som lider av en flytande modernitet i en lösryckt, pointillistisk tid utan en känsla av att ha en röd tråd, en egen historisk grund, har jag inte funnit i de ungdomar jag intervjuat. De har i stället visat prov på tålmodig strävan att bygga vidare på sina personligheter och sin historia, ett visst lugn inför framtiden och en förvisning om att det är i nära relationer och band och genom kontinuitet som lyckan går att finna.

Huruvida respondenternas ålder har spelat in kan jag bara spekulera kring, kanske hade det gett mer väntade svar och en analys som bättre passade studiens teoretiska ramverk om jag i stället valt äldre, vuxna respondenter som kanske i högre utsträckning kunnat lägga märke till sina egna konsumentbeteenden i en större kontext och själva hunnit fundera över hur samhället påverkar deras identitetsskapande? Dock visar intervjuerna på hur ungas medvetenhet om samhällets normer och stratifieringsprocesser använder sig av konsumtion i sitt identitetsskapande, för att definiera sin särart, utan att sticka ut allt för mycket i det sociala spelet. Respondenterna tvingas förhålla och anpassa sig till givna spelregler men visar på motstånd mot det som Bauman menar är det mest framträdande draget hos dagens konsumtionssamhälle, att kommodifieras, att själv förvandlas till en vara som ska marknadsföras och göras säljbar på marknaden (Bauman, 2008).

Är en förändring av konsumenten på väg att ske, kommer samhällets medlemmar att återigen sätta de kollektiva värdena framför de individuella. Kommer människornas nära relationer att vinna över individualismens och självförverkligandets ensamhet?



## REFERENSER

Bauman, Zygmunt (2008) *Konsumtionsliv*. Göteborg: Daidalos AB

Bauman, Zygmunt (1998) *Arbete, konsumtion och den nya fattigdomen*. Göteborg: Daidalos AB

Giddens, Anthony. (1991: 2002). *Modernitet och självidentitet: Självet och samhället i den senmoderna epoken*. Göteborg: Daidalos AB.

Alvesson, Mats (2006). *Kunskapsarbete och kunskapsföretag*. Kristianstad.

Luis V. Dominguez, (Case Western Reserve University); Albert L. Page, (University of Illinois)  
*Use and Misuse of Social Stratification in Consumer Behavior Research*

*Konsumtionsrapporten 2022*: Jan Hagberg, Lena Hansson Ulrika Holmberg, Niklas Sörum  
(Göteborgs universitet, handelshögskolan, centrum för konsumtionsforskning)

Ekström, M. Karin m.fl. (2011) *Unga konsumenter – utsatta och kapabla*. Konsumentverket

Esaiasson, Peter m.fl. (2012). *Metodpraktikan*. Nordstedts Juridik AB. Stockholm

Kajser, Lars. & Östberg, Jacob. (2010) *Konsumtion*. Malmö: Liber AB.

Bryman, Alan. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Malmö: Liber AB.

Ryen, Anne (2004). *Kvalitativ intervju, från vetenskapsteori till fältstudier*. Malmö: Liber AB.

Alvehus, Johan. (2013). *Skriva uppsats med kvalitativ metod*. Stockholm: Liber AB.

Göran Ahrne och Peter Svensson m.fl. (2011). Handbok i kvalitativa metoder. Stockholm: Liber.

Denscombe, Martyn (2009). Forskningshandboken – för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna. Lund: Studentlitteratur AB.

Veblen, Thorstein. (1899). The Theory of the Leisure Class. New York, NY: Macmillan.

Weber, Max (1978). Den protestantiska etiken och kapitalismens anda. Lund: Argos.

## Intervjuguide

### Bakgrund:

- (Berätta lite kort om dig själv och din familj.)
- Var och hur bor du?
- Fritidsintressen?
- (Vad brukar du göra när du har skollov?)
- du egna pengar som du får använda fritt? Veckopeng/månadspeng?
- Vad använder du pengarna till i sådana fall?

### Identitet:

- Vad är viktigt för dig för att du ska uttrycka din personlighet? /vad är det som gör dig till den du är? (Saker, utbildning, yrke, pengar, boende, förmågor)
- Tycker du att man utifrån kläder och andra attribut kan se vilka värderingar och vilken livsstil en människa har?
- Brukar du tänka på vad andra ska tycka om hur du ser ut och vilka saker du har någon gång?
- Har du någon gång märkt att du blivit annorlunda behandlat p.g.a. exempelvis klädstil?
- Klär du dig eller beter dig olika beroende på situation och vilka människor som finns runt dig?
- Hur är det i skolan, finns det förväntningar kring att man ska ha vissa saker/märken/prylar? Hur känns det?

### Konsumism/Konsumtion:

- Kan du minnas när, vid vilken ålder du blev medveten om saker du ville ha/köpa
- Tänker du någon gång på vad andra ska tycka om hur du ser ut och vilka saker du har?
- Vad utlöser ditt köpbehov, vad får dig att vilja köpa något? (Sociala medier, vänner...)
- Vilken betydelse har dina klädval för hur andra uppfattar dig tror du?
- Vad är det viktigaste för dig när du väljer kläder?
- Vad vill du uttrycka med dina konsumtionsval?

- Hur viktigt är det vilket märke saker du vill köpa har?
- Tycker du att det kan vara svårt att välja rätt?

Vad ska man göra? / Hur ska man handla? / Vem ska man vara?:

- Vad kan man göra för att livet ska kännas kul och spännande/meningsfullt? Att bli lycklig?
- Om du tänker framåt på ditt liv, finns det några särskilda saker som du vill få uppleva/hinna göra?
- Är det några materiella saker som du hoppas kunna skaffa dig när du blir vuxen som du inte har nu. Tror du att du kommer kunna ha möjlighet till detta?
- Vad tänker du att pengar har för betydelse för dig genom livet?
- Hur ska du göra för att få tillräckligt med pengar till det du önskar köpa/uppleva/göra det du vill?
- Vad tycker du är att vara en bra människa, hur ska man vara?
- Har du någon/några särskilda förebilder) Varför?
- På vilket sätt tror du att du förändras beroende på vilka val du gör? Är det viktigt tex vad man jobbar med, vart man bor och vad man har för intressen?
- Hur ser du på framtiden?