

Den skotska identiteten – Nu till rabatterat pris

Kulturell kommodifiering och
identitetsskapande

Louise MacRae

Vårterminen 2024
Handledare: Magnus Ring



Lunds universitet
Sociologiska institutionen
Avdelningen för sociologi

Titel: ”Den skotska identiteten – Nu till rabatterat pris”

Författare: Louise MacRae

Handledare: Magnus Ring

Kandidatuppsats SOCK10 15hp

Sociologiska institutionen, vårterminen 2024

Uppsatsen har i syfte att belysa skotska lokalbefolkningars upplevelser av kommodifiering i deras närområde till följd av screen tourism, med särskilt fokus på hur detta påverkar deras kulturella identitet. Studien undersöker huruvida kommodifiering och kommersialisering upplevs ha en effekt på autenticiteten av kulturella symboler och ting som blivit varor för turiskonsumtion. Undersökningen genomfördes med kvalitativ metod, genom en observationsstudie och intervjuer med fyra olika individer med erfarenheter av kulturell kommodifiering i deras lokala område. Intervjuerna genomfördes med en semi-strukturerad metod, för att möjliggöra för mer frihet i samtalen. Uppsatsens teoretiska ramverk bygger på tre teorier för att kunna reflektera kring de teman som studien belyser. Dessa är Giddens struktureringsteori, etnosymbolism baserat på Leiths skotska neo-nationalistiska perspektiv, och Buntens teori för självkommodifiering. Dessa teorier bedömdes relevanta för att besvara frågeställningen i relation till identitetsskapande och självkommodifiering, samt förstå fenomenet utifrån det nationella perspektivet. Resultaten och analysen visar på att kommodifieringen av skotsk kultur är omfattande, men saknar makten att på ett avgörande sätt förändra den skotska identiteten för lokalbefolkningen. Skotsk identitet upplevs därmed så konkret och djupt rotat hos individerna att kommodifieringen inte kan påverka dess autenticitet, och det görs en tydlig skillnad mellan den egna identiteten och personen som kommersialiseras till turister.

Nyckelord: självkommodifiering, identitetsskapande, screen tourism, kulturell identitet

Innehållsförteckning

1.1 SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNING	1
1.2 BAKGRUND.....	1
1.2.1 <i>Screen tourism</i>	1
1.2.2 <i>Kulturella arv</i>	2
2. TIDIGARE FORSKNING.....	3
2.1 KOMMODIFIERING AV PLATSER	3
2.2 TURISTERNAS FÖRVÄNTNINGAR.....	4
2.3 SCREEN TOURISM I SKOTTLAND.....	5
3. TEORI.....	6
3.1 GIDDENS.....	6
3.2 LEITH	7
3.3 BUNTEN	9
4. METOD OCH MATERIAL.....	11
4.1 METODVAL	11
4.1.1 <i>Hermeneutik</i>	12
4.1.2 <i>Deduktion</i>	13
4.2 GENOMFÖRANDE.....	13
4.2.1 <i>Urval och avgränsningar</i>	13
4.2.2 <i>Observation</i>	15
4.2.3 <i>Intervjuer</i>	16
4.2.4 <i>Bearbetning av data</i>	16
4.3 METODREFLEKTION OCH BEGRÄNSNINGAR	17
4.4 KVALITET	18
4.4.1 <i>Validitet</i>	18
4.4.2 <i>Reliabilitet</i>	19
4.5 ETISKA ÖVERVÄGANDEN	19
5. RESULTAT OCH ANALYS.....	20
5.1 KOMMODIFIERING AV KULTUR.....	20
5.1.1 <i>Den skotska kulturen</i>	20
5.1.2 <i>Självkommodifiering</i>	22
5.2 EFFEKTER PÅ DEN KULTURELLA IDENTITETEN	26
5.2.1 <i>Identitet och autenticitet</i>	26
5.2.2 <i>Samhälleliga förändringar och konsekvenser</i>	29
6. SLUTDISKUSSION	31
6.1 SLUTSATSER	31
6.2 AVSLUTANDE REFLEKTIONER OCH FRAMTIDA FORSKNING	33
7. REFERENSLISTA	34
8. BILAGOR.....	36
8.1 BILAGA 1.....	36

1. Inledning

1.1 Syfte och frågeställning

Syftet med denna uppsats är att undersöka hur kommodifiering av den skotska kulturen upplevs av individer i relation till deras uppfattning på sin egen kultur, identitet och omgivning. Mer specifikt fokuserar uppsatsen på hur denna kommodifiering sker inom ramen av screen tourism, det vill säga när människor åker till platser som har varit en inspelningsplats eller porträtteras i film och media. Med syftet i beaktning kommer följande frågeställning att besvaras;

Hur upplevs kommodifiering av skotsk kultur, genom screen tourism, på den kulturella identiteten av skotska invånare?

1.2 Bakgrund

I detta kapitel kommer två aspekter som har en direkt koppling till kommodifiering att beskrivas för att ge en inblick i dess påverkan på uppsatsens teman. Dessa är screen tourism och kulturella arv, som båda används i uppsatsen för att konkretisera den uppfattade mediala och kulturella påverkan på identitetsskapande.

1.2.1 Screen tourism

Screen tourism definieras som en genre av turism vars lockelse grundar sig i mediala skildringar av en plats. VisitScotlands (2022, 2) enkätresultat visar att en stor majoritet av turistbranschen anser screen tourism är förmånligt för inkomstgenerering. Screen Scotland, den nationella organisationen som driver all verksamhet som rör Skottlands film och tv industri, publicerade en rapport i juni 2022 som redogjorde för de effekter som produktionen haft på landets socioekonomiska läge. Enligt deras beräkningar har screen tourism genererat 55 miljoner pund och 1220 heltidstjänster inom landet (VisitScotland, 2022, 15).

Enligt VisitScotlands undersökning var 700 000 av fritidsbesökarna influerade att välja Skottland som resmål till följd av ett TV program om landet (VisitScotland, 2022, 3). De

exemplifierar screen tourisms betydelse med effekten som filmen Braveheart, som släpptes 1995, hade på dess filminspelningsplats 'the National Wallace Monument' i Stirling, där besökarantalet ökade från 80 000 till drygt 200 000 följande år (VisitScotland, 2022, 15).

Ett samtida exempel på screen tourism i Skottland är Outlander, en bokserie publicerad 1991 av författaren Diana Gabaldon som inkorporerar historisk fiktion, romantik och fantasy. 2014 baserades en tv-serie vid samma namn på bokserien, som följer Claire Randall, en engelsk kvinna som reser tillbaka i tiden till det jakobitiska upproret 1745 i Skottland där hon tvingas gifta sig med den skotska krigaren Jaime Fraser. Sedan franchisens expanderings har en trogen fanbase formats, som reser till Skottland för att bevittna och uppleva platserna som de sett i serien. Fenomenet har kommit att kallas för "The Outlander Effect" (VisitScotland, 2022, 1). VisitScotland analyserar denna effekt via datainhämtning från deras hemsida, och uppgav att Outlander-sidan erhöll drygt 1 miljon visningar 2015, och har sedan dess landat på ett genomsnitt av en halv miljon per år (VisitScotland, 2022, 2).

Den breda variationen på inspelningsplatser har inneburit att effekterna av "Outlander effekten" har fördelats över hela Skottland. Statistik på besökarantal fastställer att screen tourism har en positiv effekt på många turistmål, och inte endast destinationer som redan ansågs populära innan serien släpptes. I sin analys kan VisitScotland rapportera att majoriteten av turistresmålen har sett en betydande ökning på besökarantal mellan 2013 och 2019 (2022, 9).

Outlander fans tenderar att resa tillbaka till turistmålen ett flertal gånger, och det har även skapat ett intresse för att utforska deras egen härkomst. Utöver detta är deras publiceringar av bilder och recensioner på sociala medier positivt i marknadsföringssyften. VisitScotland bedömde att de ekonomiska effekterna av screen tourism är lönsamma, och förväntades växa ytterligare under kommande år till följd av intresset som har genererats från "The Outlaw King" och "Mary Queen of Scots" (2022, 13).

1.2.2 Kulturella arv

Något som är vanligt återkommande inom screen tourism är förekomsten av kulturellt arv. Kulturella arv kan ses som en konkretisering av mänsklig historia genom artefakter, traditioner, språk, ritualer och kunskap som går i arv från generation till generation (Wagner, 2023). I sin grund är det en reflektion av vilka vi är, vart vi kommer ifrån och de erfarenheter

som har format våra samhällen. Att bevara och skydda sitt kulturella arv blir en viktig aspekt i främjandet av vår känsla av identitet, både gentemot oss själva, och vår omgivning (Wagner, 2023, 1915). Detta har blivit ännu viktigare i takt med att digitaliseringen har möjliggjort för en bredare tillgång till främmande kultur, framför allt sedan COVID-19 pandemin skapade ett större intresse för interaktiva upplevelser över nätet (Wagner, 2023, 1916). Detta för med sig utmaningar i relation till dataintegritet, hållbarhet samt representation och äganderätt av kulturella artefakter. Samtidigt är det omöjligt att stanna utvecklingen, och frågan om skyddandet av kulturarv ligger i att hitta en balans mellan bevarandet av det förflutna och övergången till dess framtid (Wagner, 2023, 1921).

Digitaliseringen har inneburit en övergång som gjort producenten beroende av konsumenten, vilket har resulterat i en överskridning av den traditionella relationen till utbud och efterfrågan (van Hooland, Boydens och Rodriguez, 2011, 711). Problematiken uppstår då det huvudsakliga syftet, att möta konsumentens behov, riskerar att skapa varaktiga konsekvenser på det kulturella arvet. En av de viktigaste aspekterna med historiska och kulturella arv är att bevara dem för framtida generationer, och när arvet förändras eller manipuleras enligt samtida trender görs en otjänst gentemot autenticiteten av arvet. Det kortsiktiga tankesättet att uppnå konsumentbehov hotar kulturarvets inbördes värde och legitimitet (van Hooland, Boydens & Rodriguez, 2011, 711). Snabbmatskedjor, souvenirbutiker och andra byggnader som konstrueras på historiska och kulturella platser i syfte att locka och nöja turister, bär därmed med sig risken att förminska autenticiteten av platsen i sig.

2. Tidigare forskning

Detta kapitel inleds med tidigare forskning om hur platser kommodifieras i syfte att locka turister. Det följs sedan med tidigare forskning om hur turister inte är införstådda på det verkliga samhälle de besöker. Slutligen benämns tidigare forskning om hur det skotska samhället har påverkats av screen tourism.

2.1 Kommodifiering av platser

Lipovšek och Kesić (2015) argumenterar att det är ett aktivt val att upprätthålla illusionen av fiktion i den verkliga världen i syfte att locka turister till ställen som skildrats i litteratur, film och på tv. I samband med att publiken för dessa verk växer kopplas verkliga platser till deras fiktiva skildringar alltmer, och påhittade landskap, monument och berättelser får fäste i det

verkliga (Lipovšek & Kesić 2015, 105). Gestaltningen leder till en falsk porträttering av verkligheten, och kapitalistiska begär bidrar till en förändring av platsen i syfte att generera monetära vinster på bekostnad av deras autenticitet och värde som historiskt arv. Lipovšek och Kesić exemplifierar med souvenirbutiker, guideböcker, och andra typer av minnessaker som produceras och säljs med avsikten att kommodifiera dessa platser till sitt yttersta (2015, 106).

Turisten, eller konsumenten, är en delaktig faktor i kommodifieringen av platsen, och framställs som så fokuserade på sina intressen under sin vistelse att de inte uppmärksammar den påverkan de har på platsen och omkringliggande befolkning, genom degradering och förstörelse av kulturella och historiska platser (Lipovšek & Kesić, 2015, 108). Lipovšek och Kesić exemplifierar detta med den medeltida staden Sighisoara i Rumänien där Bran Castle, som har kopplingar till Dracula, är beläget. De hävdar att kommodifieringen av kulturen blir oundviklig när man ser gapet mellan slottets naturliga miljö och markörerna för konsumentism på området, som souvenirbutikernas oändliga antal vampyr-souvenirer som ska belysa platsens kopplingar till det litterära verket (2015, 109). Det är viktigt att särskilja på platsen som skildrats i media och den de har framför sig, och acceptera att det är en illusion som binder de samman (Lipovšek & Kesić, 2015, 111).

2.2 Turisternas förväntningar

I 'Balamory revisited: An evaluation of the screen tourism destination-tourist nexus' analyserar Connell och Meyer hur screen tourism har påverkat byn Tobermory på Isle of Mull, där barnserien 'What's the story in Balamory?' spelades in (2009). I artikeln framgår gapet mellan den förväntade, fiktiva platsen och det verkliga samhället turister möts av. Eftersom det endast är de visuella likheterna som blir tydliga för besökarna uppgav de känna sig besvikna när förväntningarna på serie-byn inte möttes av det lokala samhället. Detta framgick i en enkätundersökning som genomfördes på färjan till och från ön, där turister föreslog att vistelsen kunde förbättras genom att; "be more like the show", "be more realistic to the programme" och "make it like Disney" (2009, 204).

'The Balamory effect' är definitionen på det fenomen som lockar tittare av barnserien att besöka den verkliga by som användes som inspelningsplats. Effekten har haft både positiva och negativa reaktioner hos lokalbefolkningen. 75% av företagen i Tobermory har sett en

ökning av antalet turister som resultat av önskan att ”besöka Balamory” efter att ha sett programmet. Däremot har det skapat problematik då det begränsade utbudet av boenden och transport når sin kapacitet och de har svårigheter att möta efterfrågan (Connell & Meyer, 2009, 198).

69% av respondenterna berättade att de inte hade besökt byn om det inte var för dess roll i barnserien. Detta understryker antagandet att besökarna tillhör kategorin screen tourists (Connell & Meyer, 2009, 199). Det är även denna grupp som överlappar mest med de som uppger att de var otillfredsställda med deras besök till Tobermory (Connell & Meyer, 2009, 205).

2.3 Screen tourism i Skottland

Garrison och Wallace vetenskapliga artikel beskriver hur skotska, lantliga områden påverkas av inströmningen av turister till följd av screen-turismens expansion de senaste trettio åren. De hävdar att populärkultur har varit en viktig del i utvecklingen av den skotska turistindustrin sedan 1800-talet, men det var inte förrän Braveheart släpptes 1995 som media tourism, eller screen tourism, aktivt användes av nationella turistorgan för marknadsföringssyftet (Garrison & Wallace, 2021, 3). De rapporterar att filmen genererade nästan £15 miljoner i intäkter till den skotska ekonomin. Idag är det Outlander som fungerat som den främsta lockelsen för turister att besöka landet. Utöver att stärka Skottlands ekonomi har ”Outlander effekten” inneburit en kraftig ökning i turism, vilket har lett till att författaren Diana Gabaldon har blivit officiellt erkänd av VisitScotland för hennes bidrag (2021, 4). Studien baseras på empiriska fynd från skotska lantliga områden, bland annat Doune Castle och Glenfinnan Viaduct. Doune Castle har associerats med ett flertal mediala verk, såsom ”Monty Python and the Holy Grail”, ”Game of Thrones”, ”Outlaw King”, ”Mary Queen of Scots”, och ”Outlander”. Glenfinnan Viaduct är främst känt för sin medverkan i ”Harry Potter” filmerna, där den visas på resan eleverna tar till Hogwarts.

Garrison och Wallace förklarar att det massiva uppsving av besökare till dessa lantliga områden innebär problem för infrastrukturen, då platserna inte är anpassade för att ta emot och rymma ett så stort antal besökare. För dessa platser är parkering av transportmedel ett av de största bekymren. Det rapporteras vara svårt att möta de höjda turistnivåerna med infrastrukturella förändringar på så kort tid, framför allt då det medför risken för

landskapsförändringar och en påverkan på det kulturella arv som platsen blivit. Behovet upplevs så pass stort att the National Trust for Scotland, fastighetsskötarna vid Glenfinnan Viaduct, och turistcentret har valt att bygga nya parkeringar (Garrison & Wallace, 2021, 8). Garrison och Wallace lyfter även frågan över huruvida screen tourism kommer ha en alienerande effekt på lokalbefolkningen som blir bemött av stora och oväntade mängder turister i deras bostadsområde, som konsekvens av den ökande populariteten (2021, 10).

3. Teori

Uppsatsen söker att observera reflektioner kring identitet, därav har Giddens struktureringsteori bedömts vara relevant. Leiths forskning angående identitetsskapande inom den skotska nationalismen djupnar den teoretiska grunden för nationell och kulturell identitet. Slutligen tillämpas Buntens för att redogöra för hur självkommodifiering gestaltas inom turismsektorn.

3.1 Giddens

Giddens (1991) struktureringsteori handlar om hur individer reproducerar och påverkar samhällsstrukturer, och han använder begreppet regimer för att framställa hur makt struktureras inom en social kontext. Han hävdar att de är regelbundna, omedvetna rutiner som fungerar som självdisciplinerande processer som kontrollerar en individs vardagliga handlingar i förhållande till samhälleliga förväntningar. Regimerna formas efter sociala normer, men de är även grundade i personliga tendenser och motivationer (Giddens, 1991, 67). Enligt Giddens är 'dress' en viktig aspekt för att manifesteras och uttrycka sin självidentitet genom symbolik. Han använder dress som ett paraplybegrepp för alla stilistiska former av symbolisk representation och menar på att det är en viktig aspekt för att manifesteras och uttrycka sin kulturella självidentitet, både för att bekräfta den inför sig själv och representera den utåt (Giddens, 1991, 68).

Planering och organisering av ens liv är en central del i formandet av en självidentitet enligt struktureringsteorin. Det är genom att en kombination av reflektion över vår historia, och förberedelse inför vår framtid och livsriktning som vi kan skapa en djupare förståelse av oss själva (Giddens, 1991, 90). Ur ett historiskt perspektiv har det varit essentiellt för den egna överlevnaden att kunna anpassa sig till den föränderliga kontexten av ens lokala samhälle och fysiska miljö. Skapandet av nya, abstrakta system för den moderna människan att organisera

sig har förändrat förutsättningarna för att kunna knyta an till konkreta sammanhang. Detta medför risken att kunskap, kultur och makt förlorar sin anknytning till identiteten för den senare generationen (Giddens, 1991, 143).

Individens självförståelse och konstruktionen av deras identitet är nära sammankopplade till den sociala miljön som individen befinner sig i. Medan det är en självständig process att välja en riktning i livet kan den endast bli meningsfull genom reflexivitet inom ett bredare socialt sammanhang. Reflexivitet syftar här till processen av att reflektera över sin egen identitet i förhållande till yttre omständigheter (Giddens, 1991). Giddens argumenterar för att den moderna individen har en inbördes strävan efter kontroll som gör att man aktivt kommer att reflektera över sin roll i sociala miljöer på ett sätt som inte gjorts av tidigare generationer. Globalisering och teknologiska framsteg har därmed en direkt påverkan på hur individen uppfattar sig själv, vilket gör att den samtida självidentiteten har stora skillnader från den tidigare generationens. Det betyder dock inte att essensen av identiteten förändras eller tas bort, utan handlar i stället om att de normer identiteten lutat sig mot har skiftat. Denna skiftning har resulterat i en större frihet för individer att förstå och ifrågasätta sin roll i deras sociala kontext, och kan skapa en mer medveten och stadig identitet (Giddens, 1991, 153 f).

Giddens problematiserar medias överrepresentation av det som i vardagen uppfattas som ovanligt, till exempel döden, då det normaliserar en fiktion vars verkliga motsvarighet kan ha allvarliga psykologiska påfrestningar. Med detta vill han understryka att media inte kan förväntas vara en verklighetstrogen representation av vardagliga fenomen, även om media har ett visst inflytande i skapandet av sociala normer. Det är viktigt att förstå att detta inte är synonymt med att den mediala världen skulle vara en form av autonom "hyperverklighet". Oavsett hur ett fenomen eller socialt sammanhang porträtteras i media kommer det verkliga samhälle som den baseras på därför inte påverkas på ett avgörande sätt (Giddens, 1991, 32).

3.2 Leith

Leith (2012, 2022) analyserar hur identitetsskapande sker inom kontexten av den skotska nationalismen. Han hävdar att gränserna för vad som är skotskt, och vilka som tillhör den skotska nationen är strikta och grundade i familjära anknytningar. Att kalla sig skotsk och tillhöra den givna kulturen är en födelserätt som inte enkelt kan antas av utomstående (Leith,

2012, 149). Det är, enligt Leith, inte i syfte att vara exkluderande. Skotsk neo-nationalism är till skillnad från många definitioner av nationalism en socialt och politiskt accepterad nationalism (Leith, 2012, 3 f). Detta grundar sig i dess status som "civic" snarare än etnisk, och fokuserar mer på inkluderande processer än exkluderande (Leith, 2012, 4). Parametrarna för skotsk tillhörighet hävdas dock vara utan en systematisk politisk agenda, i alla fall i relation till etnicitet. Inom samtliga politiska partier förespråkas en inklusivitet, vilket hävdas vara en grundsten för den skotska individen (Leith, 2012, 87). Leith exemplifierar detta med en enkätundersökning gjord av Scottish Election Study (1997), där skotska medborgare efterfrågas deras åsikt på vad som krävs för att en individ ska räknas som skotsk. En majoritet av de svarande upplever att ha Skottland som födelseland, att vara bosatt i landet, och att ha ancestrala kopplingar vara av stor vikt för att vara "en äkta skotte" (Leith & Radowicz, 2022, 88).

Det hävdas att det är i vardagliga handlingar som en nations kultur reproduceras och därigenom även den nationella identiteten bevaras. Ett sätt att göra detta är genom ethnosymbolism, eller etnosymbolism, som enligt Leith spelar en central roll för identitetsskapande i modern tid. Etnosymbolism hävdar att symboler, såsom emblem, kläder och språk, används för att projicera, konkretisera och föra vidare nationella identiteter utifrån deras historiska värden (Leith, 2012, 1). Etnosymbolism fungerar även som ett perspektiv för att analysera en nations kulturella utveckling över en längre period, och kan därför möjliggöra för djupare förståelse för varför särskilda symboliska uttryck erhåller en högre status inom den nationella och kulturella identiteten (Leith & Radowicz, 2022, 70). Det blir därför centralt att förstå sig på hur en nations historia ser ut för att kunna dra rimliga slutsatser kring befolkningens nationella identitet (Leith & Radowicz, 2022, 70).

Det har diskuterats huruvida tartan¹ har en koppling till specifika skotska klaner. En teori som lagts fram är att de designades av en engelsman på tidigt 1700, och först delades upp bland klanerna vid ett senare skede. Detta påstående har dock ifrågasatts av ett flertal akademiker, som hävdar att det grundar sig i en missförståelse i analysen av Skottlands historia. De anser att även om detta påstående hade varit korrekt, hade 200 år varit tillräckligt för att räknas som tradition (Leith & Radowicz, 2022, 76 f). Leith argumenterar för att förkastandet av tartans

¹ Tartan syftar till det mönster av sammanlänkande horisontella och vertikala ränder som är vanligt förekommande i den skotska högländskulturen, och ett kännetecken för "The Highland Dress" (Scottish Tartan Museum)

klanspecifika koppling riskerar att förminska och urvattna dess betydelse, vilket hade gjort ett stort avtryck med tanke på det vis tartan idag anses vara en av de tydligaste markörerna för "skotskhet" (Leith & Radowicz, 2022, 77). En annan central del av den skotska kulturen är dess landskap. Den skotska naturmiljön har blivit ett kännetecken för nationen, och fungerar väl för att bevara både kulturell identitet och locka turister. Eftersom den är så viktig för den skotska identiteten är det även något som behöver skyddas för att inte förlora sin kulturella status (Leith, 2012, 76). Etnosymbolism belyser även en förståelse för individers attityd gentemot sig själva inom kontexten av deras nationella tillhörighet, och vad som kan räknas som en mentalt "imagined community". Genom etnosymbolism kan därför en djupare förståelse skapas i relation till hur individer, och grupper, ger symboler ett implicit värde för uttryckandet av deras identitet (Leith & Radowicz, 2022, 71).

Dessa uttryck av symbolism, trots viktiga för den skotska kulturens bevarande, resulterar också i stereotyper och falska porträtteringar i film och media. Då symboler lyfts för att skildra en sann historia, blir de även klassiska markörer, som inte anses behöva representeras i den rätta kontexten för att vara skotska. Att använda sig av tartans och gaeliska uttryck fungerar därför för att övertyga tittare att vad de tittar på är autentiskt, när resten av handlingen, platsen eller andra detaljer porträtterar en falsk bild av Skottland (Leith, 2012, 2). Varken det historiska eller samtida Skottland får utrymme i dess mediala skildringar, där det redan har skapats ett narrativ som övertygat tittare om vad som är "skotskt".

3.3 Bunt

Bunt (2008) utvecklade en teori för "självs-kommodifiering" i relation till arbetare inom den kulturella turismsektorn. Hon analyserar hur psykologiska faktorer och de mediala normerna, utöver de yttre marknadskrafterna, har en avgörande effekt på individens självkommodifiering. Processen för självkommodifiering beskrivs som de olika sätt en individ konstruerar en identitet som går att marknadsföra som en vara, samtidigt som hen strävar efter att undvika den implicita konsekvensen av alienation² (Bunt, 2008, 381). Konstruktionen av denna kommodifierade identitet innebär ett påvisande av kulturell uniformitet och själv-exotifiering som "the Other"; en kulturell identitet som inte tillhör den sociala normen inom västerländska samhällen (Bunt, 2008, 381).

² Alienation definieras utifrån ett marxistiskt perspektiv som en samhällelig företeelse som innebär att människans naturliga strävan att uppnå självförverkligande genom arbete hindras av det kapitalistiska systemet, och att arbetet blir en yttre och främmande aspekt för den alienerade arbetaren. (Nationalencyklopedin)

Upptäandendet som “the Other” är en kritisk del av den kulturella turismen för att behålla skenet av den skilda men välkomnande kulturen. Enligt Bunten är processerna för självkommodifieringen flexibla och personliga. Turistarbetaren, menar Bunten, har skapat sig en kommodifierad identitet som gör hen på många sätt bättre rustad för att hantera interaktionen med turister än en civil individ, som öppet och omedvetet delar med sig av den egna kulturen (Bunten, 2008, 382). Hon skiljer även på det hon definierar som den kommodifierade personan, det vill säga den “karaktär” arbetaren utstrålar till utomstående, och den verkliga individen bakom som inte ser sin kultur som en kommoditet. Det blir därmed ett tydligt gap mellan den överdrivna rollen som porträtteras och den sanna identiteten som finns inom varje arbetare (Bunten, 2008, 382). Hon förklarar drivkrafterna bakom den kommodifierade personan som en av två alternativ; viljan att erhålla de materiella, politiska eller sociala förmånerna som medför, däribland ekonomisk lönsamhet, eller ett självbedragande, där individen blundar för sin egen alienation, på grund av de dominerande sociala normer som främjar kommodifieringen (Bunten, 2008, 384).

Ett av de stora problemen med självkommodifiering ligger i skillnaden mellan vad som anses lämpligt att kommodifiera och vad som förblir heligt eller privat. Det skapas en oklarhet i vad som är tillåtet att dela med utomstående, framför allt när det är för ekonomisk vinning, och i huruvida en kultur ens kan anses vara en kommoditet (Bunten, 2008, 384). Problematiken blir dubbelsidig i och med att det som efterfrågas högst av allt är autenticitet. Turisten vill ha tillgång till kulturen för att uppleva den i dess autentiska tillstånd, som oundvikligt blir störd genom processen av kommersialisering (Bunten, 2008, 385).

Bunten redogör för att självkommodifiering inte är ett statiskt tillstånd för individen, och kan skilja sig stort från person till person beroende på erfarenheter och inställning. I relation till frågan om autenticitet hävdar hon att det är osannolikt att de individer som utför handlingar i linje med självkommodifiering skulle anse det leda till någon form av oäkthet som individ, och inte heller skulle de se sig själva som objekt för kulturell kommodifiering (Bunten, 2008, 385). För att kulturen ska kunna kommodifieras till turisternas önskemål måste den omkonstrueras och förenklas för turistkonsumtion. Detta görs traditionellt genom främjandet av stereotyper som turister är förberedda på, och därmed också lättare kan acceptera. Den kommodifierade kulturen blir därmed något standardiserad, för att försäkra att turisternas förväntningar blir uppnådda och lättare kunna marknadsföra kulturen tvärkulturellt (Bunten,

2008, 386). Turistarbetaren försöker skydda sin egen identitet genom ett gränsdragande mellan den och den kommodifierade personan, för att försöka undvika känslor av alienation eller nedbrytning av den autentiska identiteten (Bunten, 2008, 389).

Bunten förklarar att argument kan göras för att konstruerandet av den kommodifierade personan kan ge individen en känsla av inflytande och kontroll över representationen av sin egen identitet. Det är sällan som turisten får en fullständig förståelse för vad den kulturella identiteten faktiskt innebär. Samtidigt är parametrarna för hur individen kan presentera sig begränsade, om syftet att få återkommande kunder och försörja sig ska kunna uppnås (Bunten, 2008, 385 f).

En turistnärvaro kan även ha positiva effekter för kulturen som helhet, genom bevarandet av kulturella traditioner som annars riskerar att försvinna som konsekvens av globalisering (Bunten, 2008, 384 f) Den etniska, eller lokala identiteten, genomgår processer för standardisering från yttre krafter, och behovet att bevara det unika och identifierbara för kommersialisering kan fungera för att stärka identiteten för lokalbefolkningen (Bunten, 2008, 385).

4. Metod och material

Detta kapitel illustrerar studiens metodval och forskningsansats, för att sedan redogöra för studiens genomförande, vilket inkluderar urval och avgränsningar, observationsstudien, intervjuer, och bearbetning av data. Sedan följer en metodreflektion, en diskussion kring studiens kvalitet utifrån dess validitet och reliabilitet, och slutligen etiska överväganden.

4.1 Metodval

Kvalitativa studier baseras ett kunskapsteoretiskt, eller tolkningsinriktat, angreppssätt, vilket innebär att fokuset handlar om att skapa en förståelse av en social verklighet ur kontexten av dess deltagares upplevelser (Bryman, 2011, 341). Eftersom denna studie har syftet att förstå individers inställning och upplevelse av kommodifiering i deras lokalsamhälle, är en kvalitativ metod bäst lämpad för att resultatet och analysen ska baseras på deras perspektiv.

4.1.1 Hermeneutik

Hermeneutik definieras som tolkning av texter, mer specifikt tolkning av dess mening och centrala teman. Medan den klassiska hermeneutiken syftade till religiösa, juridiska och litterära texter inkluderar det idag även samtal och handlingar. Den hermeneutiska metoden möjliggör för analyserandet av intervjuer som texter, och tillåter forskaren att erhålla en djupare förståelse för de kontextuella tolkningar som kan dras från intervjun (Kvale & Brinkmann, 2014, 74).

Kuckartz (2014) påminner om vikten av att inte minimera de yttre omständigheter som påverkar texten som analyseras. Det är därmed viktigt att reflektera över vilken roll forskaren tar i sitt arbete, vilken förståelse forskaren har för ämnesområdet innan intervjutillfället, och hur man skulle karaktärisera samtalet mellan forskaren och respondenten (Kuckartz, 2014, 19). En central aspekt av denna forskningsmetod är att påminna sig om att en text endast kan förstås om dess olika beståndsdelar analyseras i förhållande till helheten, och tvärtom. Det går därmed inte att skapa en djupare förståelse för den insamlade datan utan att reflektera över dess kontextuella innebörd. Materialet bör inte börja tolkas förrän det skapats en grundläggande förståelse och antaganden för vad som kommer hittas. Endast då ska texten läsas i sin helhet. Genom att ta sig an datan med ett öppet sinne kommer en bättre insikt över situationen som undersöks att skapas. Att sedan att gå tillbaka och läsa igenom materialet vid flera tillfällen, skapas en djupare förståelse för varje gång. Denna process kallas för den hermeneutiska cirkeln, eller som Klafiki hävdar, spiralen, då man inte återgår till sitt ursprungsläge utan för varje gång kommer ha mer kunskap och förståelse (Kuckartz, 2014, 19).

Eftersom tolkning är väsentligt för min förståelse av lokalbefolkningens uppfattningar av kulturell identitet lämpar sig den hermeneutiska metoden väl för uppsatsens syfte. Genom att tolka respondenternas åsikter och uppfattningar i den kontext de berättas, och under tiden även bilda en egen förståelse från den tidigare kunskap jag erhållit om fenomenet och kulturen ökar möjligheterna för en god analys. För att implementera det Kuckartz säger om relationen mellan helheten och beståndsdelarna, tolkar jag helheten genom respondenternas uppfattningar, samtidigt som jag genom förståelsen av helheten kan avgöra vilka delar av deras intervjuer som blir betydelsefulla.

4.1.2 Deduktion

Deduktiv teori utgår från att forskaren använder sig av befintlig kunskap och teori inom ett särskilt område och deducerar en eller flera hypoteser från detta. Dessa hypoteser ska sedan prövas genom empirisk forskning. Inom kvalitativ forskning blir syftet inte att bekräfta eller förkasta hypotesen, utan snarare att utveckla den och undersöka fenomenet för att skapa en djupare förståelse. Det som skiljer en deduktiv ansats från en induktiv är att det börjas med en utgångspunkt i befintlig teori och forskning, medan induktiv teori utgår från resultaten för att sedan koppla till teorier för analys. I praktiken är de sällan helt åtskilda, och även under en deduktiv forskningsansats kan induktiva aspekter spela in. Efter att hypotesen underkastats en empirisk undersökning ska forskaren reflektera kring hur de empiriska fynden och hans tolkning kan kopplas till den tidigare forskning och teori som startade processen (Bryman, 2011, 26).

I denna uppsats utgår jag därmed från tidigare forskning och teori inom området av kulturell kommodifiering, screen tourism och identitetsskapande, där grundhypotesen är att skotsk kultur har kommodifierats som ett resultat av screen tourism. Det jag vill undersöka vidare är hur det upplevs av lokalbefolkningar för att berika och utveckla denna hypotes med fler perspektiv.

4.2 Genomförande

Jag valde att basera denna uppsats på data inhämtat från intervjupersoner och en genomförd observationsstudie. Observationsstudien ansågs nödvändig för att få en reell förståelse av hur omfattande kommodifieringen är innan intervjuerna genomfördes. Culross fungerade väl som underlag för detta då det är en mindre by med geografiska och socioekonomiska likheter till Dornie, där två av respondenterna är bosatta. Jag kunde därför tolka deras åsikter om kommodifiering mer utförligt på grund av min förståelse av fenomenet i ett annat, liknande samhälle.

4.2.1 Urval och avgränsningar

Studien utgick från tre platser; Eilean Donan Castle, Culloden Battlefield och Culross. Eilean Donan Castle är ett av de mest besökta turistmålen i de skotska högländerna, beläget nära den lilla byn Dornie. Culloden Battlefield har varit ett känt kulturarv under lång tid, men skildras även i serien *Outlander*. Culross är en mindre by i kommunen Fife, som fått en stor ökning av

turister sedan dess porträttering i Outlander. Jag valde att avgränsa mig till dessa tre platser för att fastställa att mina resultat inte skulle bli för breda och därför öka möjligheterna att hitta samband. För att inkludera fler platser hade fler respondenter varit nödvändigt, vilket jag inte ansåg vara möjligt inom min tidsram.

Weiss (1994, 17) hävdar att det är mest relevant att använda ”panels”, eller paneler, i stället för samples i kvalitativa intervjustudier eftersom syftet är att få tag på information om ett specifikt fenomen, vilket ett slumpmässigt urval inte kan lova. Paneler definieras som personer som är unikt kvalificerade att vara informanter då de antingen är experter inom ett område eller kan räknas som vittnen till ett event (Maxwell, 2005, 88). Jag valde därför att kontakta individer som bodde och arbetade i närområdet av platserna jag undersökte, då de kan klassificeras som experter på det områdets utveckling och förändring.

För att försäkra att de har erfarenheter av platsen i dess olika skeden, krävdes det att respondenten varit bosatt där en längre tid. 10 år bedömdes vara ett lämpligt minimum för att intervjupersonerna skulle ha kunnat uppleva platsen i flera stadier av kommodifiering och kommersialisering. För att kunna uttrycka sig väl och trovärdigt om den skotska identiteten samt självidentitet bedömdes det nödvändigt att vara födda i Skottland. För att minska risken för att datainsamlingen ska bestå av en för heterogen grupp har jag ett stort åldersspann på respondenterna, som är födda mellan 1963 och 2004. Detta kan hypotetiskt innebära intressanta skillnader i perspektiv mellan generationer.

I tabellen redovisar jag samtliga respondenter utifrån alias, bostadsort, platsen som upplevt kommodifiering, vilken koppling platsen har till screen tourism, deras ålder, datum för intervjun och intervjulängden.

Alias	Bostadsort	Plats	Mediala koppling	Ålder	Datum	Intervjulängd
David	Dornie, Kyle	Eilean Donan Castle	Highlander, Made of Honor, The World is not Enough	19	23/03/24	19:35
Mary	Culross, Fife	Culross	Outlander	43	22/03/24	22:42
Stuart	Dornie, Kyle	Eilean Donan Castle	Highlander, Made of Honor, The World is not Enough	57	23/03/24	27:11
Anne	Culloden, Inverness	Culloden Battlefield	Outlander	59	24/03/23	19:04

4.2.2 Observation

Observationen genomfördes den 22 mars 2024 i Culross, Fife. Det gick ut på att jag gick runt i Culross under en dag och tog in byns byggnader, fysiska marknadsföring och personer. Under tiden antecknade jag mina tankar och fotograferade sådant jag bedömde vara effekter av screen tourism utifrån tidigare redogjorda forskningsunderlag.

Emerson, Fretz och Shaw (2011) rekommenderar att forskaren först reflekterar över sina egna känslor gentemot det hen observerar, sedan tar ett steg tillbaka och använder denna erfarenhet för att fråga andra hur de ser på situationen. Därifrån kan forskaren sedan dra väl grundade slutsatser över hens egen tolkning och kombinera detta med ytterligare perspektiv (Emerson, Fretz & Shaw, 2011, 25). Jag applicerade detta genom att först ta in platsen på egen hand och anteckna mina upplevelser, och sedan fråga ett antal individer i omgivningen om deras åsikt. Dessa individer var inte samma som de som senare intervjuades, utan var personer som befann sig på platsen under observationen. Jag behöll även dessa upplevelser i minnet för skapandet av följdfrågor under intervjuerna. Deras åsikter fungerade därför mer för att djupa min förståelse av fenomenet jag studerar, än som en separat datainhämtning.

4.2.3 Intervjuer

Intervjuerna genomfördes mellan den 22:a och 24:e mars 2024. Dessa intervjuer har genomförts individuellt för att respondenterna ska känna sig så bekväma som möjligt och möjliggöra för transparens. Tre av intervjuerna genomfördes i respondenternas respektive hem, medan en genomfördes på deras arbetsplats. Varje intervju spelades in, vilket minimerade störningsmoment av att anteckna under tiden och gjorde att jag kunde ha fullt fokus på vad respondenten sa, och således ha bättre förutsättningar för att ställa spontana följdfrågor. För att säkerställa konfidentialitetsnivån på uppsatsen raderas respektive ljudfil efter transkribering.

Innan utformandet av intervjuguiden hittade jag tidigare forskning inom ämnet av kulturell kommodifiering, för att skapa mig en förståelse av ämnet och kunna utforma relevanta frågor. Jag gjorde valet att genomföra semistrukturerade intervjuer, vilket gjorde att intervjuguiden främst skapades som en mall jag kunde förlita mig på. Detta val gjordes då semistrukturerade intervjuer öppnar upp för mer flexibilitet och lättsamma samtal är strukturerade intervjuer. Det blir mer naturligt för intervjun att ta sig an nya infallsvinklar och riktningar som kan visa sig vara oväntat relevant för forskningssyftet (Bryman, 2011, 413). I samtliga intervjuer uppkom situationer där följdfrågor ansågs nödvändigt för att utveckla förståelsen och ämnet. Intervjuguiden (se bilaga 1) fungerade därför mer som en allmän guide för intervjun, med de frågor som ansågs mest relevanta att utgå från. I skapandet av intervjuguiden började jag med frågor om respondenternas koppling till Skottland och en av de tre platser studien utgår från. Därefter övergick jag till frågor om vad de anser vara viktigt för den skotska identiteten, och på vilka sätt de känner anknytning till kulturen. Vidare utformade jag frågor för att ta reda på respondenternas inställning till kommodifieringen som sker, och hur det relaterar till autenticitet. Jag avrundade intervjun med att fråga dem om deras åsikt om kommodifiering som något kulturbevarande. Under intervjun kunde jag sedan, beroende på respondenternas svar, fokusera intervjun i olika riktningar baserat på vad de hade mest åsikter och information om.

4.2.4 Bearbetning av data

Tolkningsprocessen börjar redan under intervjun, i samtalet och förståelsen som skapas med intervjupersonen. Eftersom hermeneutisk metod använder sig av meningstolkning, betyder det att både det som sägs och inte sägs under intervjun blir av betydelse för analys. Kvale och

Brinkmann (2014) argumenterar för att det inte finns en allmän checklista för hermeneutisk metod, utan det är ett utvecklande av generella principer som möjliggör för den djupare förståelsen. Tolkningen avslutas först när kontexten av texten synliggjordes för forskaren (Kvale & Brinkmann, 2014, 252 f).

Under intervjun var tolkningen därmed redan påbörjad från start. Genom att under intervjun tolka respondenternas svar och utläggningar, samt skapa följdfrågor för att förstå deras innebörd utvecklades intervjuerna i den riktning som ansågs vara viktiga i förhållande till deras svar. Efter samtliga intervjuer var genomförda påbörjades processen av att transkribera dem. Detta gjordes flera gånger för att säkerställa att det inte hade blivit några feltolkningar eller att jag hade missat någon aspekt under den första transkriberingen. I efterhand tolkades även datan genom att analysera deras respektive svar i relation till den teori och tidigare forskning som låg till grund för min förförståelse, för att hitta återkommande teman och koppla teoretiska förklaringar till deras upplevelser.

4.3 Metodreflektion och begränsningar

Eftersom jag har antagit en deduktiv forskningsansats har jag förutbestämda teman som jag letade efter under studiens gång. Dessa teman var självidentitet, etnosymbolism och självkommodifiering. Kvale och Brinkmann förklarar hur ledande frågor har risken att begränsa omfånget för potentiella svar, exempelvis om frågor är ställda som ja/nej eller medför förutbestämda svarsalternativ (2014, 215). För att undvika att inskränka på respondenternas möjlighet att utveckla egna svar och tolkningar formulerade jag öppna frågor och lämnade gav dem tid att utveckla innan jag ställde en följdfråga eller gick vidare till nästa punkt.

Den hermeneutiska ansatsen anser jag passade väl till denna studie, då analysarbetet kunde pågå under hela tiden den utfördes och jag kunde kontinuerligt koppla datan till teorierna. Risken finns att en sådan ansats kan leda till förutfattade meningar om vad datan kommer att visa och det kunde vara svårt att hantera detta. Intervjupersonerna fick utrymme att berätta, utveckla och reflektera fritt under intervjun vilket styrde intervjuns riktning.

Ett begränsat antal respondenter kan även vara problematiskt, eftersom det kan resultera i en analys som inte blir tillräckligt djupgående för att ordentligt utforska ett givet fenomen.

Eftersom denna studies syfte är så nischat på mindre lokalbefolkningar och dess kopplingar till screen tourism, anser jag dock inte att det finns ett behov för generaliserbarhet.

Efter att ha genomfört min studie anser jag att intervjuerna, i kombination med observationen, har givit en tillräcklig mängd data att analysera för att kunna besvara uppsatsens frågeställning.

4.4 Kvalitet

Validitet handlar i det här fallet om att det man utger sig för att observera, är det som faktiskt observeras i studien (Bryman, 2011, 352). Reliabilitet handlar om att en studie ska vara konsistent och tillförlitlig (Bryman, 2011, 355). Dessa två kriterier används för att säkerställa kvaliteten på studiens resultat och genomförande. Nedan beskrivs studiens validitet utifrån dess trovärdighet och överförbarhet, och reliabilitet utifrån dess pålitlighet och objektivitet.

4.4.1 Validitet

Det finns inte ett korrekt tillvägagångssätt för att garantera validitet i kvalitativa forskningsstudier. Miles och Huberman föreslår ett flertal olika sätt att analysera källor för potentiell partiskhet eller förfalskande, däribland triangulering (Kvale & Brinkmann, 2014, 299). Triangulering syftar till att forskaren använder sig av flera typer av metoder eller datakällor under studiens gång för att försäkra validiteten på datan (Bryman, 2011, 345). Genom att hitta återkommande teman och teorier i mina intervjuer, min observation och befintlig teori, använder jag mig av triangulering för att säkerställa validiteten på studien.

I hermeneutiska tolkningar är validitet styrt av vilka frågor som ställs. Exempelvis kan forskningsfrågor resultera i upplevelsebetonade eller symtomatiska tolkningar baserat på deras utformande (Kvale & Brinkmann, 2014, 300). För denna studie var det av största vikt att skapa en förståelse för intervjupersonernas upplevelser, och upplevelsebetonade tolkningar var därför i fokus. Detta innebär att en respondents svar inte behövde vara grundade i statistiska fakta för att vara meningsfulla för studiens syfte.

Intern validitet bygger på att det ska vara rimligt och sannolikt att det material som studien bygger på är både riktigt och precist. Det studien utger sig undersöka ska även vara det som presenteras i det slutgiltiga resultatet (Kvale och Brinkmann, 2014). För att försäkra den

interna validiteten har jag redovisat mitt urval, metodval, materialval och min analysmetod utförligt. Jag har även reflekterat över resultatet och metodvalen, och argumenterat för dess trovärdighet.

4.4.2 Reliabilitet

Pålitlighet fungerar som ett mått för hur tillförlitlig en studie är ur ett granskande synsätt. Detta kan säkerställas genom att inkludera en komplett redogörelse av hela studiens genomförande (Bryman, 2011, 355). För att säkerställa pålitligheten av studiens resultat och slutsatser har jag därför utförligt förklarat tillvägagångssättet för studiens genomförande så att läsaren har tillgång till information om vart datan är hämtad, och kan skapa sig en egen uppfattning om sannolikheten av utfallet.

Reflexiv objektivitet definieras som strävan efter att vara objektiv, med förståelsen av ens egen ofrånkomliga subjektivitet. Enligt hermeneutisk metod kan endast korrekta och grundade tolkningar göras när forskaren har förutfattade meningar, som i sig möjliggör för forskarens förståelse. I stället för att ignorera dessa fördomar förklarar Kvale och Brinkmann att man i stället bör belysa dem och dra insikt från deras existens (2014, 292). Faktumet att en hermeneutisk forskningsmetod är baserad på tolkning gör det omöjligt att frångomma denna subjektivitet, men genom att vara medveten om detta och akta mig från att dra förhastade slutsatser eller vara ledande i min intervju kan jag trots allt säkerställa en grad av reflexiv objektivitet som gör studien reliabel.

4.5 Etiska överväganden

För att försäkra mig om att studiens genomförande var etiskt informerades samtliga intervjupersoner om studiens syfte och målgrupp för att kunna göra ett informerat val ifall de ville delta. För att försäkra konfidentialiteten och anonymiteten för intervjupersonerna har pseudonymer skapats för samtliga respondenter i denna uppsats, som framgår i tabellen under *4.2.1 Urval och avgränsningar*. Efternamn, smeknamn och klantillhörighet har censurerats för att inte ge någon indikation om vilken pseudonym som tillhör vilken person. Innan respektive intervju har respondenterna godkänt att det ska spelas in, och efter transkribering av respektive intervju raderades ljudfilen. Den enda person som haft tillgång till samtliga ljudfiler och transkriberingsutskriften är jag. Intervjupersonerna blev även införstådda på att

de hade rätten att dra sig ur när som helst, även efter intervjun. För att möjliggöra för detta erbjöd jag samtliga respondenter mina kontaktuppgifter.

5. Resultat och Analys

I följande kapitel redovisas resultaten från undersökningen, och vävs ihop med analysen för att besvara uppsatsens frågeställning. Det inleds med hur kommodifiering av kultur har utvecklats på platserna studien har valt att utgå från, samt en analys av vad som utgör den skotska kulturen. Därefter presenteras vilka effekter detta har haft på den kulturella identiteten, utifrån dess autentiska tillstånd och de samhälleliga förändringar som medföljt. De tre teman som uppsatsen utgått från; identitetsskapande, etnosymbolism och självkommodifiering analyseras genomgående i detta kapitel i relation till empirin.

5.1 Kommodifiering av kultur

Kommodifiering av kultur har delats upp i två avsnitt; ett som redogör för hur intervjupersonerna upplever och reproducerar den skotska kulturen, och ett som redogör för omfattningen av kommodifiering på valda platser.

5.1.1 Den skotska kulturen

Trots att samtliga intervjupersoner är födda och uppvuxna i Skottland, hade de inte helt synonyma föreställningar om vad som utgör den skotska identiteten. David, en ung man som växte upp i närheten av Eilean Donan Castle, men som numera bor i Sverige och tillhör den skotska diasporan, beskrev den skotska identiteten som väldigt nära sammankopplad med stolthet och nationalism. Han beskriver sig själv vara stolt över sitt skotska ursprung, och framför allt det historiska arv det medför. Personligen anser han inte sig vara särskilt nationalistisk, kanske på grund av att han inte längre bor i Skottland och inte hänger med i den politiska diskussionen på samma sätt som hans släkt gör. Stoltheten över sitt ursprung är däremot djupt rotat, då det genomgående under hans barndom var en viktig aspekt av hans identitet. Även efter att han hade flyttat till Sverige blev han ofta påmind av sina föräldrar och sin släkt att det var viktigt att vara stolt över sitt ursprung, och inte glömma bort sin kultur. Idag upplever han att det har blivit både mer och mindre viktigt för honom att känna en koppling till sin "skotskhet" jämfört med de som alltid bott i Skottland.

I guess both in a way, because it's more important for me since I'm not there that often and don't want to forget the roots that I belong to. But at the same time, I don't live there and have my own life in Sweden, so I am also a part of that culture.

David anser att deltagandet i traditioner och normer som råder i det skotska samhället spelar stor roll i bibehållandet av sin skotska identitet. En viktig aspekt i relation till detta är att ha sin egen kilt, mer specifikt en kilt gjord av tyg med mönstret som representerar den klan man tillhör. Kilten fungerar alltså som ett etnosymboliskt uttryck för kulturell tillhörighet. Han hänvisar till en familjemedlems bröllop han närvarade förra året, då alla män var klädda i kiltar i sina klaners färger. Enligt honom är det en av de starkaste traditionerna som levt kvar i de skotska högländerna, då det är ett sätt att signalera vilken klan man tillhör och att med stolthet representera den i offentliga och sociala sammanhang.

It's just something you do, and actually take quite seriously, at least where I am from. In my community you're sort of categorised by your clan. Not that they hold any particular meaning in that sense, but you're kind of known by your family, and the clan is an extension of that.

David förklarar själv att den släktliga representationen genom klansymbolism består i deras samhälle, och att det är en viktig del av deras kultur att påvisa denna i officiella sammanhang för att hylla sin kulturella tillhörighet och historia. David hävdar att han inte ser tartan som något särskilt heligt, och inte hade haft problem med att någon utomstående bar hans familjs tartan.

Stuart är också född i Dornie, och har varit bosatt där för majoriteten av sitt vuxna liv. Han delar uppfattningen om att det är viktigt att bära sin egen klans färger och mönster, då det är ett sätt att poängtera att man är stolt över sitt ursprung. Han anser dock att det hade varit fel om någon från en annan klan bar hans familjs tartan, då de har en egen historia och det hade känts något inkräktande att de skulle använda sig av hans. Samtidigt upplever han inte att det hade varit något som har en direkt påverkan på den skotska identiteten, utan snarare bara en missrepresentation av ens egen historia.

Tartan får ett etnosymboliskt värde (Leith, 2022) när det används som en manifestation av den skotska identiteten, och fungerar som ett bevis på en autentisk identitet. Den historiska

aspekten får stor betydelse här, eftersom de anser att det är ens koppling till historien som skapar stoltheten de vill förmedla vidare. Man ser även tecken på hur etnosymbolism har utvecklats över tid, i hur David flertalet gånger hänvisar till att särskilda handlingar och beteenden är förväntade och hyllade inom hans släkt, och därför även fått betydelse för hans generation. Tartan hävdas ha ett inbördes historiskt värde, vilket är varför även den fungerar för att manifesteras den samtida skotska identiteten där det inte längre är vardagsklädsel. Kulturella ting får ett värde som reproduceras över generationer, och när andra saker sållas ut blir det ännu viktigare att bevara dem för att identiteten inte bara ska ha en samtida betydelse, utan även en historisk anknytning.

Utöver tartan är klanvapen unika representationer som skiljer sig från klan till klan. Sådana emblem är förekommer ofta i souvenirbutiker, och beroende på vart butiken är belägen tenderar de specifika klanvapnen vara från de klaner som historiskt haft betydelse för området. Stuart berättar att ett sätt han valt att uttrycka sin kulturella tillhörighet är genom sina tatueringar, varav en av dem är hans klans emblem. På varsin sida om klanvapnet har han även två andra tatueringar, en som skildrar Eilean Donan Castle och en på en lokal bergskedja. Längs ena armen har han även tatueringar in sitt efternamn, omringat av keltiska knutar, som inom den keltiska kulturen symboliserar evighet och enighet. Genom Giddens (1991) definition av 'dress' kan detta förstås som ett exempel på en symbolisk representation av hans självidentitet och fungerar för att knyta an till hans kulturella tillhörighet. Hans beskrivning av tatueringarna visar på en stolthet inför sin kultur, och blir både en offentlig och privat konkretisering av hans identitet.

Utifrån det skotska neo-nationalistiska perspektivet (Leith, 2022) kan David och Stuarts inkluderande inställning till delandet av tartan förstås. Medan de rör sig mellan känslöstämningarna ambivalent och oberörd, anser de båda i det stora hela att det inte är en exklusiv rätt att bära klanens kilt, och även om det hade kunnat anses fel, hade det inte varit stötande. Denna inställning speglar de inkluderande och accepterande teman från den skotska neo-nationalismen.

5.1.2 Självkommodifiering

Culross är en mindre historisk ort med belägen i centrala Skottland (VisitScotland, 2024). De senaste åren har de fått ett massivt uppsving i antal besökare till följd av att tv-serien *Outlander* har filmat flera scener i byn. När man går runt i byns centrum möts man av

banderoller och skyltar på seriens huvudkaraktärer Claire och Jamie, främst kring byns souvenirbutik.

Mary, som arbetar på en souvenirbutik i byn, beskriver att effekterna av byns porträttering i *Outlander* har varit till största del positiva. Enligt henne kan det bli mycket arbete under högsäsong, men det är uppskattat i byn att turister väljer att besöka den lilla byn. Hon berättar även att det har reflekterats i butikernas marknadsföring och deras produkter.

I mean just look around the shop, half of what we sell is because of *Outlander*. We definitely didn't have pictures of Sam Keughan hanging on the walls before *Outlander* that's for sure. But it's what sells.

VisitScotlands (2022) enkät innehåller ett avsnitt döpt "Business best practice", som består av rekommendationer för företag som vill kapitalisera på deras geografiska koppling till en film eller tv-serie. Råden innefattar metoder för att belysa platsens relation till screen tourism med hjälp av interaktiva och engagerande berättelser, omfattande marknadsföring på sociala medier och på plats samt ge personalen kunskap om filmproduktionen som tagit plats för att kunna besvara turisternas frågor. De rekommenderar även att om man arbetar inom hotellbranschen är det lönsamt att fundera över hur man kan inkorporera kopplingar till screen tourism i gästernas boendeupplevelse (VisitScotland, 2022, 16). The Covenanter Hotel i Falkland, Fife, används som ett B&B i den första säsongen av *Outlander*. Det specifika rummet som används i serien är nu marknadsfört som Claires rum, och dekorerat med överkast i tartanmönster och ett medicin-kit för att spegla karaktärens roll i serien. Hotellets delägare Graeme Watson beskriver att de har anammat ett *Outlander* tema när de inkluderar dessa detaljer, för att turister ska känna en koppling till serien när de besöker deras verksamhet (The Washington Post, 2020). Denna klassificering av *Outlander* tematiserade saker är i själva verket ofta traditionellt skotska markörer, och samma klassificering hittas i souvenirbutiken i Culross. Mary beskriver hur de använder sig av skyltar och bilder för att påminna turister om kopplingen mellan produkterna och tv-serien.

Look at these rings for instance. They are Celtic rings, and you will find similar ones at any local jeweller. But this little sign saying they are inspired by *Outlander* makes them fly off the shelves faster than you'd believe.

It's just clever marketing at the end of the day. People fly here from all different kinds of countries, and they want a piece to take with them home. If they came because of Outlander, that's what they want to take with them.

Utifrån ett självkommodifierande perspektiv (Bunten, 2008) förstås att splittringen mellan den kommodifierade personan och den verkliga identiteten möjliggör för ett avståndstagande från att benämna sitt agerande som kommodifierande, som i fallet med Mary. Hon förklarar att "Outlander-benämningen" på ringarna endast är ett marknadsföringsknep, vilket tyder på att hon inte anser att den kulturella betydelsen har förändrats eller fråntagits genom att dess benämning som Outlander-tematiserad. Detta ställningstagande krävs för att hon ska kunna arbeta i turistmiljön och samtidigt behålla sin autenticitet som skotsk. Detta gör hon genom att framhäva Outlanders kommersiella syfte, men icke-existerande inflytande på den äkta kulturen. Ifall hon inte framhöll detta ställningstagande, hade det oavsiktligt inneburit att den egna identiteten också var föränderlig, vilket hade skapat känslor av alienation.

David växte upp i den lilla byn Dornie, som ligger precis intill ett av Skottlands mest fotograferade slott, Eilean Donan Castle. Slottet har använts som inspelningsplats för flera filmer, bland annat "Highlander", "Made of Honor" och James Bond filmen "The World is not Enough". Ungefär 50 meter från bron till slottet ligger deras souvenirbutik, som säljer ett stort antal produkter med tartan och klansymboler från de historiska klanerna i området. Personligen anser han att det inte är ett problem så länge det inte blir för vanligt.

If it becomes a mainstream thing to do that would probably damage the reputation or the tradition of wearing your own colours, but I think it's still so unheard of. Someone owning a plack with my family's tartan or shield on it doesn't bother me too much, even though it's a bit weird. I don't think it happens enough for it to change its true meaning.

När han frågades om sin åsikt på benämningen av kulturella markörer och traditioner som Outlander tematiserade, har han en mer negativ uppfattning. Medan han inte anser försäljningen av sådana varor som ett kulturellt hot, blir denna klassificering ett förminskande av den verkliga kulturen den ska skildra.

I'd say that's incorrect because Outlanders theme, well the theme itself is Scotland. It's just an odd way of calling something something else. I'd prefer if it were called Scottish themed because that's what it really is. I understand why they call it Outlander themed, but it's perhaps not as authentic and I guess it feels a bit more like a cash grab than honorary.

Davids perspektiv kan också förstås utifrån självkommodifiering (Bunten, 2008), eftersom han inte styrs av de sociala normer och motivationskrafter som påverkar en arbetare inom turistbranschen. Han berörs därför varken av viljan att behålla några förmåner eller den självbedragande faktorn, och kan i stället se på kommodifieringen med ett mer kritiskt perspektiv. Detta leder till att han upplever en lägre grad av autenticitet och kan erkänna effekterna av kommersialisering lättare än en arbetare kan. Davids upplevelse exemplifierar den oklarhet i vart gränsen ska dras för vad som är hedrande och vad som är utelämnande.

Hugh Allison, tidigare fastighetschef vid Culloden Battlefield, förklarar att de medvetet drar kopplingar mellan slaget som tog plats där och skapandet av USA som självständig stat, genom att belysa hur de ekonomiska konsekvenserna av upproret tömde de engelska och franska kassorna, och bidrog till att den engelska kungen George III krävde högre skatt från de amerikanska kolonierna (The Washington Post, 2020). Detta visar på ett avsiktligt val att kommodifiera den historiska platsen för att locka amerikanska turister genom att skapa en personlig koppling. På slagfältet i Culloden kan man hitta gravstenar med för att hedra klanerna vars medlemmar dog under slaget 1745. Allison berättar att dubbelt så många av besökarna frågar efter klanen Frasers gravsten som någon annan klan, på grund av den fiktiva Outlander karaktären Jamie Fraser (The Washington Post, 2020). Detta är ett tydligt exempel på hur Outlander effekten ter sig i verkligheten, och visar på en avsaknad av förståelse för skillnaden på den fiktiva serie de sett och den historiska plats de befinner sig på, likt hur Connell och Meyer beskriver turisterna som besöker Tobermory.

Anne, som har bott i Inverness i över 40 år, varav 10 av dem i Culloden, anser detta vara vanhedrande. Hon anser att det skapar en vilja att begränsa turisternas tillgång till historiskt och kulturellt viktiga monument när de inte respekteras. Detta är dock en orimlig förväntning, säger hon själv, eftersom det är för ekonomiskt lönsamt för företaget att marknadsföra dessa platser.

What people don't seem to understand is that these were real people. We don't mind the fascination with the culture in itself, but when you lack the understanding and respect to properly appreciate the place it feels intrusive.

Återigen kan det ses hur självkommodifieringen (Bunten, 2008) upplevs olika av civila och individer som befinner sig inom den kulturella turistbranschen. För Hugh Allison är det en självklarhet att använda sig av kopplingen mellan historian och Outlander för att locka turister, medan Anne, som står utanför denna bransch, ser det som missgynnsamt för bevarandet av platsens historia. Allison måste i sin yrkesroll skilja på monumentets eget värde och dess roll i bevarandet av hans egen identitet, för att denna anpassning till amerikanska turister inte ska påverka honom själv. Anne, som civil individ, har inte genomgått denna kompartmentalisering vilket gör att hon inte är lika väl rustad för att hantera interaktionen med turister. Hon förväntar sig därför att monumentet ska behandlas med respekt utifrån dess historiska värde i stället för dess värde inom ramarna för screen-tourism.

5.2 Effekter på den kulturella identiteten

Här presenteras intervjupersonernas upplevelser av identitetsskapande, utifrån symbolik och autenticitet. Vidare redogörs det för vilka effekter de lokala samhällena har upplevt till följd av screen tourism.

5.2.1 Identitet och autenticitet

Frågan är huruvida den kommodifiering som har påvisats till följd av screen tourism har någon upplevd effekt på individens kulturella identitet. Mary hävdar att hon inte tror den har en egentlig påverkan på den skotska identiteten, eftersom det som faktiskt betyder något aldrig kan vara till salu. Klanmarkörer och liknande är bara representationer för sin tillhörighet, men den egentliga identiteten ligger inbördes och kan inte åstadkommas via ägandet av en viss tartan eller en kopp med klanmärket.

Being Scottish is in your blood, and it cannot be bought at some little shop when you're heading out of town. I'd say there are other things much more harmful, like those who dress up in kilts and such for Halloween. That will actually piss me off, because I don't see how that is honouring the culture. It's really just making a joke out of it, which is quite demeaning.

Utifrån ett struktureringssteoretiskt perspektiv (Giddens, 1991) kan man förstå att Marys uttalanden om skotsk identitet grundar sig i att kommodifiering och representation i media inte kan förändra den inbördes meningsfullheten av en särskild kultur eller social kontext. Det som utgör den personliga identiteten kan inte tas bort eller förändras avsevärt, vilket gör att problematiken kring vad som är lämpligt att kommodifiera således borde försvinna. Detta blir dock något motsägelsefullt eftersom teorin också utgår från att globaliseringen har en tydlig påverkan på faktorer av identitetsskapande. I en kombination med Buntens teori för självkommodifiering kan det förstås hur detta stämmer för Mary, som arbetar inom turistbranschen och vars egna gränsdragning av kulturell identitet har skapat förutsättningar för att skilja på kulturen som skildras, och säljs, och den autentiska.

Enligt Stuart är den nationella identiteten nästan synonymt med den personliga identiteten. Han berättar att en stolthet över sitt ursprung var något som var väldigt närvarande hos personer i hans omgivning sedan han var liten. En av de starkaste identitetsskapande faktorerna i Dornie är vilken familj, och således även vilken klan, du tillhör. Stuart förklarar att det finns flera familjer som tillhör samma klan, och därmed har samma efternamn, som honom i byn trots att de inte är nära besläktade. Sättet de skiljs åt är därför genom specifika smeknamn för respektive familj;

Everyone calls me Stuart (redacted). There are so many of us around here, it's how you differentiate between people. (Redacted) is gaelic for son of (last name/clan name). My son's nickname comes from ... the part of Dornie where he grew up. We all have these nicknames. Either it's derived from your father's name, your fathers work or where you live, and carries on for generations.

Stuart beskriver att systemet för att skapa dessa smeknamn är en gammal sedvana. Medan hans egna smeknamn härstammar från hans pappas förnamn, har många andra från samma klan, men andra familjer, smeknamn baserade på sina pappors yrken eller barndomshem. Det gemensamma för samtliga smeknamn är att de är en slangvariant på dess gaeliska översättning. The Act of Proscription är en lag som antogs av det brittiska parlamentet 1746 till följd av det jakobitiska upproret och fungerade för att kuva skotsk kultur och identitet genom att förbjuda bärandet av tartan och talandet av gaelic (Potočnik-Tople & Špenko, 2019, 83). I enlighet med Leiths argument om etnosymbolismens roll, kan

man begripa att bevarandet av det gaeliska språket, framför allt i vardagliga sammanhang, fungerar för att reproducera Dornies invånares kulturella kontext. Stuarts beskrivningar visar på hur systemet genom sin generationella reproduktion har stärkts till den grad att det blivit tradition. Han förklarar att det endast är de som har vuxit upp i byn som har dessa efternamn, vilket tyder på att den realiserar “äkta” kopplingar till området. Det används som en etnosymbolisk markör, som utan vidare förklaring tydliggör vilka som tillhör det lokala samhället. Den fungerar alltså för att realisera den släkt-gemensamma identiteten, men även den skotska.

När det kommer till de kulturella varor som souvenirbutikerna säljer, anser Stuart att det inte är något utöver det vanliga. Han förklarar att turismen fungerar som ett sätt för byns invånare att generera en inkomst, och att arbetsmöjligheterna i området inte är omfattande nog att de hade varit hållbart för samhället utan denna inkomstkälla. Enligt honom är det inte heller konstigt att vilja köpa produkter som har en kulturell koppling till landet eller platsen man besöker.

I always buy something when I'm abroad. Everyone wants a memento to bring home, a memory of the experience. I don't really think it matters if it's a clan crest from Eilean Donan Castle or a refrigerator magnet that reads 'Mallorca' ... When I buy souvenirs, I'm not under the impression that it actually entitles me to the culture. The culture in itself can never be bought if it's rooted deep enough.

Stuarts argument målar upp bilden av en kulturell identitet som inte kan påverkas av dess kommodifiering, då varorna som säljs fungerar som minnen från resan snarare än en väg in i kulturen. Faktumet att souvenirerna kan vara historiskt betydelsefulla, kommer aldrig vara ett bevis på egentlig tillhörighet, och därför är det inte något som kan förminska eller urvattna den skotska identiteten. Utifrån Giddens (1991) struktureringsteori kan det förstås att behovet att anpassa sig till kontexten av det lokala samhället, och det tillhörande maktskiftet, har förverkligats så att individen inte längre har exklusiv tillgång till sin kultur. I viss mån har det överförts på konsumenten, vilket har skapat ett behov för Dornies invånare att anpassa sig till turismens önskemål för att den kulturella identiteten ska kunna överleva. Samtidigt kan inte maktskiftet resultera i en total överföring där kulturen tappar allt värde. I enlighet med struktureringsteori kan man förstå Stuarts åsikt, då trots kulturens ökade synlighet och

tillgänglighet för konsumenten, blir de inte inbjudna i dess autentiska tillstånd, utan får observera den som åskådare.

David hävdar att kommodifieringen har både för- och nackdelar. På ett sätt genererar det inkomst, vilket är viktigt för dessa små samhällen som alltmer livnär sig på turismen.

Däremot ser han risker i om det skulle fortsätta utvecklas i den takt kommodifieringen gör nu. Han tror att efterhand skottar kan komma att känna sig mindre och mindre kopplade till sina rötter och sin historia, då den blir ersatt med fiktiva historier som får företräde. Samtidigt som detta är en risk, ser han möjligheter för screen tourism att spela en positiv roll i bevarandet och främjandet av skotsk kultur.

If you market it correctly and not as Outlander themed but for what it actually is, don't make any changes to the location and keep it as it's been for years. If you let that be the attraction, I think it could bring attention to Scottish history without changing or manipulating it in any type of way.

Hans uppfattning kring kommodifieringens positiva inflytande relaterar till Buntens (2008) argument för att en turistnärvaro kan hjälpa till att bevara kultur, där viljan att kommersialisera och därigenom bevara det autentiska blir viktigare än globaliseringens standardiserande effekter. För att detta ska fungera hävdar han att det är viktigt att kulturen kommodifieras utifrån sin autentiska historia och inte i enlighet med den mediala skildringen. Om benämningar fortsätter övergå från "jakobitiska" eller skotska till "Outlander-tematiserade", kan man dra slutsatsen att dess värde i förhållande till serien kommer att överväga värdet av dess ursprungliga betydelse.

5.2.2 Samhälleliga förändringar och konsekvenser

Slutligen återstår frågan huruvida platsen förändras till följd av dess skildring på filmduken. Byggande av restauranger, souvenirbutiker, boenden och liknande kan alla ha en påverkan på platsens egentliga betydelse och hur den upplevs av lokalsamhället. Enligt Mary upplever hon inte att hon känner någon negativ skillnad inför byn nu jämfört med hur hon upplevde den innan Outlander effekten.

I don't think my perception of the village has had any noticeable change. It's still home, I've lived here since I was a young girl and my feelings for the place won't

change because more people want to come visit it. Or, I mean, perhaps it makes me proud to be able to say that I am from here since it is now quite popular.

Culross inte har genomfört några större nybyggnationer eller renoveringar sedan dess skildring i Outlander, och dess förändringar i stort begränsas till innehåll i souvenirbutiker och marknadsföring. Detta kan därför hypotetiskt bidra till Marys upplevelse av att byn inte genomgått någon större förändring, då den förblir som den varit sen tidigare med undantag av dessa nytillskott under högsäsong.

Större skillnader kan hittas i området runt Eilean Donan Castle. David och Stuart beskriver att det har blivit en stor förändring under det senaste decenniet, både vid slottet och i den närliggande byn Dornie. En av de största förändringarna de beskriver är ökningen av semesterboenden i området. De hävdar att dessa stugor har byggts på tidigare grönområden, och att antalet gräsmarker och fria utrymmen upplevs ha minskat stort i jämförelse med hur området såg ut för tio år sedan.

... the hotels have been here for ages, but it probably wasn't until the last decade that the rest of us started getting in on the business side of things. Every road you turn down now you will find an Airbnb or a lodge for let. It's pretty much what you do around here to make money now.

I've even got family members who have sort of capitalised on the tourists. An uncle of mine has built small huts that you can stay in very close to the castle... The hotel owner that I worked for last year also had a few private huts that are separate from the hotel, for short term stays.

David berättar att det för två år sedan byggdes en ny drive-through restaurang tätt intill den lilla bron som går över till slottet, som livnär sig nästan exklusivt på turisterna som kommer på besök. Enligt honom är det största problemet med detta vart den är belägen, då den delvis blockerar utsikten till slottet från utsiktsplatserna.

Compared to what I remember as a child it felt more like a historical monument, now you have to get through these shops and pop-ups before getting to the castle itself. It feels a lot more 'touristy' now than before

Den stora ökningen av kortsiktiga boenden och turistattraktioner i området har därmed en direkt påverkan på tillgängligheten på grönområden i byn. Det skotska landskapet har beskrivits som en av de viktigaste naturliga tillgångarna för den nationella identiteten (Leith, 2012). Om utgångspunkten är att landskapet ska spela en central roll i bevarandet av identitet, står urbaniseringen av lantliga områden i direkt konflikt med kulturell konservering. Kommodifieringen och kommersialiseringen kan därmed förväntas ha direkta konsekvenser på den kulturella identiteten, men upplevs mer som en ekonomisk möjlighet för den lokala befolkningen. De som definieras som turistarbetare expanderar därför, och gäller inte endast de som arbetar inom servicebranschen. Numera tillhör lokalbefolkningen denna kategori, då deras entreprenörskap har gett dem tillgång till turistinteraktionen i en ny roll än de tidigare hade. Därför kan deras uppfattningar också förstås utifrån Buntens (2008) teori om självkommodifiering, då de nu också behöver genomgå komplementariseringen som gör de något nonchalant, om inte positivt, inställda till förändringen av den skotska naturen för att uppnå kapitalistiska begär.

6. Slutdiskussion

I detta kapitel presenteras slutsatserna som har dragits från studiens empiri, en reflektion kring studiens genomförande och slutligen även potential för framtida forskning.

6.1 Slutsatser

Denna uppsats undersöker och belyser på vilka sätt skotska individers identitetsskapande upplevs påverkas av den expanderande kommodifiering till resultat av screen tourism. De valda sociologiska och kulturfenomenologiska teorierna syftar till att synliggöra hur screen tourism skapar nya sociala kontexter som lokalbefolkningar behöver förhålla sig till för att bevara det historiskt kulturella värdet på symboliska ting och identiteten som helhet.

Analysen visar på en kultur som realiseras genom deltagande i traditioner och ritualer, där etnosymbolism spelar en stor roll i dess manifestationen. Eftersom stolthet och en stark koppling till både nationens och den givna klanens historia lyfts som centrala aspekter av identitetens essens krävs ett bibehållande av symbolik i vardagen för att fortsätta reproducera den kulturella personan.

Resultaten tyder även på att kommodifieringen av den skotska kulturen kan ses som omfattande. Detta reflekteras både inom ramen för screen tourism, en “Outlander-stämpel” på klassiskt skotska ting och platser har haft enorma effekter för inkomstgenerering inom turismsektorn, och på den popularitet som klansymboler har i souvenirbutikerna. Samtidigt upplever majoriteten av respondenterna att den skotska kulturen är så pass stark att den inte kan förändras i samband med denna typ av kommodifiering, vilket visar på en stadig och grundad självidentitet som skiljs åt från den kommodifierade personan som turister får ta del av. Den splittring mellan den kommodifierade personan och den så kallade autentiska identiteten, framhävs som avgörande men också naturlig i bevarandet av skotsk kultur. Medan klanmarkörer och keltiska symboler fått en status som varor, har det inte inneburit att de förlorat sitt ursprungliga värde. Värdet ligger i dess symbolik snarare än tinget i sig, vilket gör att dess meningsfullhet bottenar i vem det tillhör och hur det presenteras. En personlig tatuering på klanvapnet kommer därför ha en annan betydelse än samma emblem som säljs i en souvenirbutik, och därför kan de kulturella markörerna existera i både den offentliga, kommersialiserade och den privata sfären utan att dess värde minimeras.

I analysen kan det fastställas att screen tourism har haft konkreta konsekvenser på det skotska landskapet, både i form av nybyggnationer i nära relation till turistresmålet och ökningen av semesterboenden för korttidsuthyrningar. Sådana landskapsförändringar teoretiseras ha en direkt påverkan på den kulturella identiteten, men uppfattas enligt respondenter inte ha en avgörande negativ effekt. I stället anser de det vara en naturlig reaktion till besökarantalet i området, som skapar goda möjligheter för inkomstgenerering för lokalbefolkningen. I stort anses denna utveckling i områden generellt sett inte ha särskilt stora negativa konsekvenser, då återigen den kulturella identiteten särskiljs från alla former av kommodifiering.

Det kan därmed konstateras att kommodifieringen av skotsk kultur genom screen tourism har haft påtagliga konsekvenser för det skotska samhället, men har en begränsad påverkan när det kommer till den kulturella identiteten. Resultaten har belyst en kulturell uppfattning av skotsk identitet som långvarig och på många sätt oföränderlig, åtminstone i relation till varufiering. Med en sådan stark, självständig och trygg process för identitetsskapande har kommodifieringen till största del inte lämnat avsevärda avtryck för den individuella skotten.

För att besvara frågeställningen, upplevs inte kulturell kommodifiering genom screen tourism inte ha haft en avgörande påverkan på den autentiskt skotska identiteten, utan endast format den kommodifierade personan.

6.2 Avslutande reflektioner och framtida forskning

Att denna uppsats utgick från identitetsskapande medför vissa svårigheter, då identitetsskapande sker på många olika sätt och kan vara djupt personlig. Det är också en process som sker omedvetet och inte kräver djupare reflektion hos individen, vilket gjorde att intervjuerna krävde att jag letade efter tecken på sådana processer utan att rakt ut fråga om hur en skotsk identitet reproduceras. Det var dock också det som gjorde att jag fann detta uppsatsämne så intressant, då det inte alltid är enkelt att själv identifiera hur en kulturell kommodifiering har påverkat ens självbild.

Berättelserna utgår från respondenternas egna narrativ, och har sedan tolkats av mig för att analysera dess relevans i förhållande till existerande teorier och tidigare forskning. Det, kombinerat med min förförståelse och uppsatsens riktning, bör hållas i åtanke för att få en korrekt förståelse av uppsatsens signifikans.

Uppsatsen är en mindre kvalitativ studie som har avsikten att belysa ett specifikt fenomen inom en specifik population, och är därför inte tänkt att vara allmängiltig inom ramen för kulturell kommodifiering. Resultaten och tankegångar som uppstår hos läsaren skulle kunna användas som en utgångspunkt för framtida forskning, men framför allt bidra till en djupare förståelse kring kulturell kommodifiering i relation till screen tourism som fenomen. För framtida forskning kan det vara intressant att utföra en längre och mer djupgående studie, som reflekterar mer över hur turisten och lokalbefolkningen samverkar i kulturens kommodifiering.

7. Referenslista

Bunten, A. C. (2008). *Sharing Culture or Selling Out? Developing the Commodified Persona in the Heritage Industry*. *American Ethnologist*, 35(3), 380–395.

<http://www.jstor.org/stable/27667498>

Bryman, A. (2011) *Samhällsvetenskapliga metoder*. 2 uppl.. Malmö: Liber

Emerson, R. M, Fretz R. I, Shaw, L. L. (2011) *Writing ethnographic fieldnotes* 2 uppl. University of Chicago Press.

Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press

Kuckartz, U. (2014). *Qualitative Text Analysis: a guide to methods, practice and using software*. Los Angeles: Sage Publications Ltd.

Kvale S, Brinkmann S. (2014) *Den kvalitativa forskningsintervjun*. 3 uppl. Lund: Studentlitteratur

Leith, M. (2012). *Political Discourse and National Identity in Scotland*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Leith, M., & Radowicz, J. A. (2022). *The Importance of Old and New Symbolism in Modern Scottish National Identity*. *Intercultural Relations*, 6(2(12)), 68–85.

<https://doi.org/10.12797/RM.02.2022.12.05>

Nationalencyklopedin, *Alienation* [online] Available at:

<https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/alienation> (Hämtad 14 Mars 2024)

Potočnik-Topler, J., & Špenko, T. (2019). *Film tourism as a tool of tourism development: The Representation of Scotland in the Outlander TV series*. *TIMS: Acta*, 13(2), 79-88. University Educons. <https://doaj.org/article/513cb587673a41e1bb4958b6c77f7feb>

The Scottish Tartans Museum and Heritage Center, Inc. (n.d.). *What is Tartan?* [online] Available at: <https://scottishtartansmuseum.org/education/what-is-tartan/>. (Hämtad 14 Mars 2024)

VisitScotland. (2022). *The Outlander Effect: Tourism*. [online] , pp.1–16. Available at: <https://www.visitscotland.org/binaries/content/assets/dot-org/pdf/research-insights/the-outlander-effect-tourism.pdf> (Hämtad 7 Mars 2024)

Visitscotland.com. (2024). *Visitor Guide - Accommodation, Things To Do & More*. [online] Available at: <https://www.visitscotland.com/info/towns-villages/royal-burgh-of-culross-p239441> (Hämtad 6 Maj 2024)

Wagner, A., de Clippele, M.S. (2023) *Safeguarding Cultural Heritage in the Digital Era – A Critical Challenge*. *Int J Semiot Law* 36, 1915–1923. <https://doi-org.ludwig.lub.lu.se/10.1007/s11196-023-10040-z>

Weiss, R. S. (1994). *Learning from strangers: The art and method of qualitative interviewing*. New York: Free Press.

8. Bilagor

8.1 Bilaga 1

Intervjuguide

Name:

Age:

Place of residence:

Do you live near a location that has been affected by screen tourism, if so which one?

Which tv-show/movie has been filmed there/claims to take place there?

How would you describe the Scottish identity?

What is your relation to traditional Scottish culture?

- Do you participate in traditions, have possessions with clans tartan, speak gaelic?

Do you feel a strong connection to being a part of your clan?

- Is it something you feel is important in your community? (to differentiate between which clans you belong to?)

Is the Scottish identity important to you? If so, why?

Has your experience of being Scottish changed in the last decade?

- Has it become less/more important to feel connected to your scottishness?

Have you noticed a difference in how this place is marketed to tourists since being represented in the media?

- For example that things that are inherently scottish are labeled as “outlander-themed” or “braveheart-themed”

What is your opinion on gift shops selling tartans and other clan symbols?

- Has the fact that it is so accessible for “outsiders” to buy into the culture changed the worth you place on it?

- For instance, does it lose its value when it is perceived as a commodity instead of an exclusive heritage?
- Has it had an effect on the way you perceive your own sense of belonging within the culture?

In your opinion, how has screen tourism affected you and your local community?

Has your perception or the value you place on the location changed, if so why?

- Do you believe it is a result of the increase in popularity, following the medial representation?

Do you believe that the commodification of Scottish cultural and heritage locations has any negative effects on the cultural identity of Scottish people?

How important is it for you to preserve the authenticity of Scottish culture and its heritage?

What measures do you believe are important to protect and preserve Scottish culture and its heritage?

Do you believe there is a way that tourism can play a positive role in the preserving and fostering of Scottish culture?
