

E
X
A
M
E
N
S
A
R
B
E
T
E

Reflektionen i skyltfönstret

En kvalitativ studie om hur unga vuxna påverkas av ett konsumistiskt samhälle

Examensarbete inom ämnet Socialpsykologi
Nivå C 15Hp
Termin VT År 2010

Per Alverbratt
Johan Wiezell

Handledare: Anette Lundin
Examinator: Zaira Jagudina

Resumé

Denna studie utfördes med syftet att *skapa en socialpsykologisk förståelse utifrån ett symboliskt interaktionistiskt perspektiv för hur ett konsumistiskt samhälle påverkar åtta unga vuxnas identitet*. Studien vilar på en socialkonstruktionistisk grund och vänder sig till läsare inom den symboliskt interaktionistiska diskursen. Den metod som användes var kvalitativa intervjuer. Respondenterna var emellan 19 – 25 år. För att skapa förståelse i respondenternas utsagor användes främst George Herbert Meads (1976) symboliskt interaktionistiska teori om jaget och Zygmunt Baumans (2007) teorier om konsumtionssamhället. Respondenterna i studien upplever att konsumtionssamhället påverkar deras attityder, emotioner, livsstil och identitet. Studiens huvudsakliga slutsats är den att ett konsumistiskt samhälle utför en repressiv påverkan gentemot de unga vuxnas identitetsutveckling. De unga vuxna erbjuds att ge uttryck för sina jag i ett konsumistiskt samhälle som inte uppmuntrar dess medlemmar att reflektera över utförda konsumtionshandlingar.

Nyckelbegrepp: Konsumtion, identitet, livsstil, symbolisk interaktionism

Innehållsförteckning

1. Introduktion	2
1.1 Syfte och problemformulering	2
2. Tidigare Forskning.....	3
2.1 Individer som omedvetet påverkade av konsumtion.....	3
2.2 Konsumtion som identitetsskapande	4
3. Teoretiska utgångspunkter.....	4
3.1 I, Me och den generaliserade andre.....	5
3.2 Primär och sekundär socialisation.....	6
3.3 Livsstilar.....	7
3.4 Konsumtionssamhället	7
3.5 Emotioner som kulturellt konstruerade	9
3.6 Att ha eller att vara	10
4. Metod	10
4.1 Urval.....	11
4.2 Procedur	11
5. Resultat	12
5.1 Respondenternas definition av konsumtion och dess roll i samhället.....	12
5.2 Respondenternas upplevelse av den påverkan ett konsumtiskt samhälle har på deras livsstil	13
5.3 Respondenternas attityder gentemot konsumtion och upplevelsen om hur och när de skapades	14
5.4 Respondenternas upplevelse av den roll konsumtion har i deras liv samt dess känslomässiga konsekvenser.....	16
6. Analys	19
6.1 De unga vuxnas definitioner av konsumtion.....	20
6.2 De unga vuxnas upplevelse av sin livsstil som påverkad av en konsumtisk kultur	21
6.3 De unga vuxnas attityder gentemot konsumtion	24
6.4 Den fas av socialisationsprocessen som grundlägger de unga vuxnas dominerande attityder gentemot konsumtion.....	25
6.5 Det sätt på vilket de unga vuxna är påverkade emotionellt av att konsumera	26
7. Diskussion och slutsatser.....	28
Styrkor och svagheter.....	31
Framtida forskning	31
8. Referenslista.....	32

Bilag 1. Intervjuguide

Bilag 2. Arbetsfördelning

1. Introduktion

Världen är under förändring. Fenomen som flexibilitet, mångfald, differentiering, rörlighet, decentralisering och internationalisering är på frammarsch. Detta bidrar till att omskapa vår identitet, vår jaguppfattning och vår subjektivitet (Hall & Jacques, 1988). Världen står på tröskeln till en ny era. I denna era är den kapitalistiska ackumulationsprocessen en av de viktigaste drivkrafterna (Giddens, 1991). Vilka är följderna för den enskilda individen i ett samhälle som har vandrat från att vara ett produktionssamhälle till att bli ett konsumtionssamhälle? Klassiska teoretiker som Marx, Weber och Durkheim har berört konsumtionens påverkan på individen i sina arbeten men då med avsaknad av empirisk grund och med en tillförlitelse hos antropologiska observationer till att styrka meta-historiska idéer (Zukin & Maguire, 2004). Det finns ett behov av forskning kring konsumism och dess påverkan gentemot identitet i sociologisk och socialpsykologisk litteratur. Den forskning som har bedrivits har i huvudsak gjorts av antropologer och historiker och inte sociologer eller socialpsykologer, föreliggande studie har ambitionen att bidra till en förändring av detta.

Under de senaste decennierna så har postmoderna teoretiker ofta understrukt hur den individuella identiteten tar sig uttryck genom konsumtion (Wilska, 2002). Detta sker genom att individer formar sina livsstilar på ett sätt som möjliggör ett upprätthållande av identiteten i en konsumistisk kultur. Författarna till föreliggande studie ser ett behov av en djupare förståelse för individens livsvärld i konsumtionssamhället. Studien vänder sig till läsare inom den symboliskt interaktionistiska diskursen. Socialpsykologi handlar om förhållandet mellan individ och samhälle (Asplund, 1987). Den socialpsykologiska relevansen ligger därför i att skapa en förståelse för hur individen påverkas av ett samhälle där en konsumistisk kultur är rådande och vilka följder detta får för unga vuxnas identitet.

1.1 Syfte och problemformulering

Studiens syfte är att skapa en förståelse för på vilket sätt åtta unga vuxnas identitet är påverkad av det konsumistiska samhället i dagens Sverige. Hur kan deras utsagor tolkas

utifrån en social konstruktionistisk syn på samhället tillsammans med en symbolisk interaktionistisk syn på identitet?

Syftet genererar följande frågeställningar: Vilken är de unga vuxnas definition av konsumtion? Hur upplever de sin livsstil som påverkad av en konsumistisk kultur? Vilka attityder har de gentemot konsumtion? Under vilken del av socialisationsprocessen grundläggs de dominerande attityderna gentemot konsumtion? Vilka emotioner väcker det hos dem att konsumera respektive berövas möjligheten att konsumera.

2. Tidigare Forskning

Detta stycke tar upp tidigare forskning runt identitet och livsstil i relation till konsumtion. Först redovisas forskning kring identitet och livstilskonstruktion via konsumtion av Wilska (2002) och sedan forskning av Zukin och Maguire (2004) som påvisar hur individer upplever konsumtion i förhållande till identitet.

2.1 Individer som omedvetet påverkade av konsumtion

I artikeln *Me – A Consumer? Consumption, Identities and Lifestyles in Today's Finland* undersöker Wilska (2002) teorier kring identitet och livstilskonstruktion via konsumtion. Teorin har kopplats till och jämförts med empiri som genererats från enkäter om konsumtion och livsstil. Den teoretiska bakgrunden är baserad på postmoderna sociologiska antaganden om konsumtion och identitetsbildning i det moderna konsumtionssamhället. Till skillnad från många postmoderna teorier från de senaste decennierna där det grundläggande antagandet är att individer medvetet formar sin identitet via livsstilar som upprätthålls och ges uttryck via konsumtion menar studien att finska konsumenter inte medvetet tänker på konsumtionen som en viktig del av deras identitet. Författaren av artikeln menar att många konsumenter förmodligen är omedvetna som den konstanta påverkan som konsumtionen har i det postmoderna samhället och förleds därför till att tro att de är i kontroll av sin konsumtion. Artikelns relevans till föreliggande studie ligger främst i dess slutsats att den påverkan konsumtion har sannolikt inte är närvarande i individens medvetande, att individer påverkas

omedvetet. Författarna till föreliggande studie är intresserade av att söka en djupare förståelse av denna slutsats.

2.2 Konsumtion som identitetsskapande

I artikeln *Consumers and consumption* analyserar Zukin & Maguire (2004) konsumtion som ett institutionellt fält och hur konsumtion kopplar ihop ekonomiska och kulturella institutioner, storskaliga förändringar i social struktur och diskurser om självet. Nya teknologier, ideologier och leveranssystem skapar konsumtionsrymd i ett institutionellt ramverk format av sociala nyckelgrupper, medan individuella män och kvinnor upplever konsumtion som ett projekt för att forma och uttrycka identitet. Artikelns relevans för föreliggande studie ligger i dess tolkning att individer upplever konsumtion som ett formgivande uttrycksmedel för sin identitet. Föreliggande studie ämnar undersöka den påverkan den konsumtiska kulturen har gentemot unga vuxnas identitet. Sambandet ligger i huruvida detta kan styrka artikelns slutsatser gällande individens upplevelse av konsumtion.

3. Teoretiska utgångspunkter

De teoretiska utgångspunkterna nedan börjar med George Herbert Meads (1976) teori om skapandet av ett jagmedvetande genom den generaliserade andre samt en beskrivning av de olika faser som utgör en handling (Berg, 1992). Sedan följer en redogörelse av Berger & Luckmans (1966) syn på primär och sekundär socialisation. Därefter följer Giddens (1991) definition av begreppet livsstil och Lyons (1994) beskrivning av relationen mellan postmodernism och konsumtionssamhället. Detta följs av en sammanfattning av Zygmunt Baumans (2007) definition av konsumism och konsumtion och hur dessa krafter påverkar individen. Även tidens pointillistiska karaktär beskriven av Bauman (2007) förklaras därpå. Avslutningsvis redogörs Gergens (2007) syn på emotioner som kulturellt konstruerade samt för Erich Fromms (1976) två livsformer: *att ha eller att vara*.

3.1 I, Me och den generaliserade andre

För att skapa en socialpsykologisk förståelse för hur konsumtionssamhället påverkar identiteten har vi valt att utgå ifrån symbolisk interaktionistisk teori. Dess grundläggande syn är att det medvetna jaget skapas genom en social process (Mead, 1976). I föreliggande studie bidrar teorin till att förstå den påverkan som ett konsumistiskt samhälle har på unga vuxnas identitet.

Den symboliskt interaktionistiska teorin bygger på begreppen jagmedvetande, I, Me och den generaliserade andre (Berg, 1992). Jagmedvetandet grundläggs genom interaktion med den generaliserade andre. Den generaliserade andre är en symbolik för samhället som en abstrakt person som består av det institutionella nätverk vilket påverkar alla människor. Detta nätverk består av familj, religion, utbildning, ekonomiska och politiska institutioner. Skapandet av personlighet kräver ett nära umgänge med den generaliserade andre. Detta genererar ett jagmedvetande vilket ger människans flytande tillvaro en fast grund. Det är människan som subjekt som konstruerar den generaliserade andre, det är hans samhälle men ändå den objektiva struktur han lever i.

Det finns ett dialektiskt samband mellan I och Me, de båda förutsätter varandra och kan därför inte existera utan varandra. I kan genom rollövertagandet se världen med den andres ögon och på så sätt skåda sin Me. Rollövertagandet är nyckeln för människan att bli medveten om sig själv och därmed till uppkomsten av jagmedvetandet. Till I knyts begrepp som subjektivitet, frihet, innovation, oförutsägbarhet, aktivitet och närvaron i det tidsliga rummet. Till Me knyts begrepp som objektivitet, bundenhet, rutin, förutsägbarhet, passivitet och dåtid (Berg, 1992).

Utifrån Meads filosofi fästs vikten vid att en handling inte utgörs endast av det synliga beteendet utan skall beaktas som ett system bestående av flera olika faser (Berg, 1992). Faserna som utgör handlingen är perceptions-, impuls-, manipulations- och fullbordansfasen. Dessa faser skall inte ses som fristående utan påverkar varandra hela vägen, vilken del som helst kan få kontakt med vilken annan del som helst. Desto meroreflekterad en handling är desto mer likt en rät linje rör sig handlingen från perception till fullbordan. En av faserna kan även vara dominerande, så som perceptionsfasen då en människa njuter av en bedårande

utsikt. Endast denna bild kanske ligger i medvetandet, vilket innebär att människan kan vara omedveten om var det vackra ligger i den utsikt hon ser. Hon är medvetlös, helt upptagen i stunden. En i högre grad reflekterande handling däremot rör sig i ett mer komplext mönster genom de olika faserna. Reflektion är nödvändig för information att bearbetas till kunskap, kunskapen kan i sin tur bearbetas till visdom. Förmågan att kunna hålla handlingens faser klara för sin inre syn är sannolikt en nödvändighet för att kunna fungera smidigt på den sociala arenan (Berg, 1992).

3.2 Primär och sekundär socialisation

De social konstruktionistiska teorin berörande primär och sekundär socialisation kommer här att redovisas samt innebörden i begreppet de signifikanta andra. Detta då det berikar studien genom att möjliggöra försök att relatera respondenternas konsumtionsmönster som grundlagda i något av de respektive socialisationsfaserna samtidigt som primära omsorgspersoners påverkan eventuellt kan skönjas.

Det socialkonstruktionistiska synsättet menar att verkligheten så som vi uppfattar den är socialt konstruerad. Denna uppfattning av verkligheten bildas, vidmakthålls och legitimeras genom socialisation (Berger & Luckman 1966). Individen går igenom primär socialisation under barndomen, genom vilket han blir medlem i samhället. Den sekundära socialisation som följer är den process som leder en redan socialiserad individ in i nya sektorer av hans samhälles objektiva värld. Den primära socialisationen är oftast den som är viktigast för en individ. Detta innebär att sekundär socialisation bör likna den grundläggande strukturen i primär socialisation.

Varje individ föds in i en objektiv social struktur inom vilka ramar han samspelar med signifikanta andra som till viss del formar hans socialisation. Dessa signifikanta andra är hans genom tvång, deras definitioner av hans verklighet uppställs för honom som en objektiv verklighet. Därmed är han född inte enbart in i en objektiv social struktur utan även en objektivt social värld, som de signifikanta andra modifierar medan de förmedlar den. De signifikanta andra väljer ut aspekter av den i överensstämmelse med sin egen placering och även i kraft av sina egna individuella biografiskt rotade idiosynkrasier. Barn övertar

signifikanta andras roller och attityder, dessa internaliseras och blir på så sätt deras egna (Berger & Luckman 1966).

3.3 Livsstilar

Jaget genomgår en enorm förvandling i den postmoderna världen, som reflexivt organiserad, genomsyrad av abstrakta system och där omorganisering av tid och rum ersätter det lokala med det globala (Giddens, 1991). Ju mer postmodern den miljö är som individen rör sig inom, desto mer berör livsstilen själva kärnan i självidentiteten, både dess skapande och återskapande. Livsstilar kan beskrivas som rutiniserade praktiker, där rutinerna införlivas i klädvanor, matvanor, handlingssätt och umgängesmiljöer. Dessa rutiner är reflexivt öppna för förändringar utifrån jagets rörliga karaktär. De beslut en individ tar varje dag bidrar till att skapa och upprätthålla dessa rutiner. Dessa val är inte bara beslut om hur man ska handla utan också vem man vill vara. Föreliggande studie har som en underliggande del i syftet att undersöka konsumtionssamhällets påverkan av unga vuxnas livsstil och utgår från definitionen av begreppet som beskrivet ovan.

3.4 Konsumtionssamhället

David Lyon (1994) menar att konsumism är kärnan i det postmoderna samhället. Konsumismens uppsving i samhället var språngbrädan för de postmoderna förhållandena som råder i dagens samhälle. Det postmoderna samhället förknippas och beskrivs som ett samhälle där konsumtion dominerar samhällsmedborgarnas vakna liv och det postmoderna samhället är analogt med konsumtionskultur. Konsumism och skapande av behov och begär står i en central position i det postmoderna.

Konsumism är en typ av socialt arrangemang som är resultatet av en omvandling från vardagliga, permanenta och så att säga regimneutrala mänskliga behov och begär till den viktigaste drivkraften i samhället (Bauman, 2007). Denna kraft som samordnar systematisk reproduktion, social integration, social stratifiering och mänsklig individuation spelar även en väsentlig roll i den individuella och den kollektiva självidentifikationens processer och i individens val av livspolitik. När konsumtionen tar över den centrala roll som arbetet spelade i

produktionssamhället inträffar konsumism. Konsumism är en egenskap hos samhället, till skillnad från konsumtion som främst är ett drag och en syssla hos enskilda människor. Konsumtionssamhället står för det slags samhälle som gynnar, uppmuntrar eller förstärker valet av en konsumistisk livsstil och livsstrategi samtidigt som det motsätter sig alla kulturella alternativ. I ett sådant samhälle är anpassning till de konsumistiska kulturens regler det enda godkända valet, ett villkor för medlemskap (Bauman, 2007).

Behovet av personlig autonomi, självdefinition, autentiskt liv omvandlas till behov av att äga och konsumera de varor som erbjuds på marknaden (Bauman, 1989). Över tid omvandlas varornas framträdande bruksvärde, men inte bruksvärdet självt. Detta leder till att ägandet av varor ger konsumenten en tillfällig lindring men ger samtidigt en konstant behovsfrustration. Marknaden skapar en klyfta mellan mänskliga behov och individuella önskningar. Den otillfredsställelse som marknaden skapar, den fruktan, ångest och känsla av personlig otillräcklighet som den framkallar utlöser det konsumtionsbeteende som är ett måste för dess överlevnad. Bauman (2007) har reviderat Descartes cogito med syfte att anpassa den till rådande förhållanden, ”Jag shoppar därför finns jag till som subjekt”. Författarna till denna studie finner Baumans analys av konsumismen berikande i den aspekt att den belyser skapandet av specifika emotionella tillstånd hos individen samt dess orsak. Intresset ligger i att finna en koppling eller eventuellt en utebliven sådan mellan ovanstående analys och våra respondenters utsagor samt koppla det till en symbolisk interaktionistisk syn på identiteten.

I det flytande moderna konsumtionssamhället upplevs tiden av dess medlemmar som pointillistisk, inte cyklisk eller linjär som den varit för medlemmar av andra kända samhällen (Bauman, 2007). Denna tid utmärks av dess rikedom på avbrott och diskontinuitet. Intervall som skiljer successiva punkter från varandra och bryter förbindelserna mellan dem. Pointillistisk tid utmärker sig för sin inkonsistens och brist på sammanhang snarare än kontinuitet och konsistens. Denna tid sprängs eller pulvreras i en mängd eviga ögonblick, händelser, tilldragelser, tillfälligheter, äventyr, episoder, separata fragment, varje fragment reducerat till en punkt. Det den moderna konsumismen kan sägas utmärka sig för mer än något annat är sin förmåga att omförhandla betydelsen av tid. Tillfredsställelse hos dess medlemmar ligger i omedelbar njutning, i kontrast mot det tidigare produktionssamhällets löfte om långsiktig säkerhet (Bauman, 2007). Föreliggande studie är intresserad av huruvida

ovan beskrivna tidsuppfattning kan skönjas i respondenternas utsagor samt vilken eventuell påverkan den har på deras identitet.

3.5 Emotioner som kulturellt konstruerade

Det finns en generell uppfattning att emotioner är människan naturligt givna, en del av den mänskliga naturen (Gergen, 2007). Utifrån detta synsätt finns det inte mycket människan kan göra åt känslor som ilska, svartsjuka eller hat. Människan är därmed genetiskt betingad att känna det som kommer naturligt varvid dessa känslor är ursprungligen belägna och spirande ur individens huvud. Gergen (2007) menar att det västerländska synsättet på vad som är basala emotioner eller inte kan liknas vid kulturell imperialism där andra kulturers uppfattningar reduceras till primitiv folktro. Helt nya möjligheter öppnas av ett perspektiv som ser emotionella uttryck som kulturellt konstruerade och utförda samtidigt som tendensen att undertrycka andras uppfattningar samt stagnera i sina egna undviks. Författarna till denna studie finner Gergens syn på emotioner som potentiellt berikande i relation till respondenternas utsagor. Detta eftersom teorin öppnar för en socialkonstruktionistisk tolkning gentemot respondenternas emotionella upplevelser.

Det finns komplexa sociala regler när vissa emotionella utspel är lämpliga att äga rum. En individ som bryter mot dessa regler kan inte vara en fullvärdig medlem i den rådande kulturen. Detta är av speciellt intresse eftersom en motsägelsefullhet kan skönjas i att samtidigt som det komplexa regelverket angående emotionella yttringar finns, är den dominerande uppfattningen att emotioner är biologiskt baserade. Det samhälle i vilket vi lever är fyllt med vardagliga situationer där emotionella yttringar är lämpliga endast i specifika sammanhang och ytterst olämpliga i andra. Ur detta synsätt är emotioner inte privata ägodelar hos individen, utan en tillhörighet av pågående relationer. Ilska och glädje är inte enbart din eller min, utan vår. Med detta i åtanke kan en depression inte vara en individuell åkomma, utan en individ utför depression som en kulturellt lämplig handling inom en kontext av relationer. Utifrån västerländsk kultur är det normalt för en individ att bli deprimerad vid ett misslyckande. Frågan är om det är den enda möjliga responsen. Misslyckande kräver inte depression som en biologisk respons. Inte heller är lustfyllda emotioner hemmahörande i biologiska responser, utan i våra relationer (Gergen, 2007).

3.6 Att ha eller att vara

Att ha och att vara är två fundamentalt olika livsformer, vars respektive stryka är avgörande för skillnaden mellan individernas karaktär och olika typer av samhällskaraktärer (Fromm 1976). Detta är två livsformerna, två olika attityder till jaget och världen, två olika karaktärsstrukturer, som bestämmande för en individs holistiska sätt att tänka, känna och handla. Nutidens konsumenter är definierbara med formeln: *Man är vad man har och vad man konsumerar*. Författarna till denna studie finner Fromms teori berikande då den möjliggör för en tolkning gentemot respondenternas utsagor som eventuellt hemmahörande i de respektive livsformerna.

Att vara är varandets livsform, ett förhållningssätt till livet där man inte gör saker för egen vinning, inte känner aggression, känner glädje med andra och sig själv (Fromm 1976). Detta innebär en levande och äkta gemenskap med omvärlden. *Att vara* är att se individer och objekts sanna natur, faktiska existens. *Att vara* är människans medfödda vilja, *att vara* är att ge, att älska, att vara oberoende, att vara aktiv, att vara nyfiken, att vara intresserad, att umgås, att drömma, och att känna en inre frid med detta. *Att vara* ger en känsla av välbefinnande. I varandet finns inga krav på att äga något eller ett krav på att få något. *Att ha* är ägandets livsform, vilket innebär att individens förhållande till världen präglas av individens önskan att ha och äga, att göra allt och alla, inklusive sig själv, till sin egendom. Kortsiktighet och omedelbar tillfredsställelse är symtom av ägandets livsform. *Man är vad man har och vad man konsumerar*. Om man ingenting har, är man ingenting (Fromm 1976)

4. Metod

Föreliggande studie vilar på en socialkonstruktionistisk grund och ser på identiteten utifrån det symboliskt interaktionistiska perspektivet. Kvalitativa intervjuer med semistrukturerad utformning har tillämpats vid genomförandet av denna studie. Detta då hermeneutisk vetenskapsteori ligger till grund för analysen av materialet. Ambitionen är att ta del av individernas livsvärld, att fånga en förståelse för den och skapa en tolkning av den (Hartman, 2004). Valet av intervjuer grundas på synen att vi skapar vår värld genom en gemensam

uppsättning kulturella symboler vilket ligger till grund för konstruktionen av världen. Genom att ställa övergripande frågor till respondenterna i denna studie har vi ämnat skapa en uppfattning av deras subjektiva bild av verkligheten. Följdfrågor har använts för att ytterligare fördjupa och nyansera respondenternas utsagor.

4.1 Urval

Ett bekvämlighetsurval har använts vid föreliggande studie och resulterade i åtta respondenter. Respondenterna är samtliga mellan 19 och 25 år och består av fyra kvinnor och fyra män. Motivet för detta åldersintervall är för att ämna fånga respondenter som har socialiserats in i en konsumistisk kultur under samma tidsperiod. Genom att sätta in andras tolkningar av världen i en historisk och kulturell kontext kan vi närma oss en djupare förståelse av den (Gergen, 2007). Respondenterna kan på denna grund antagas ha en likartad generaliserade andre vilket främjar syftet i föreliggande studie då författarna till denna studie ämnar fånga respondenter som lever under likartade samhällsliga förutsättningar.

4.2 Procedur

Intervjuguiden skapades genom att syfte och frågeställning översattes till tematiska konkreta intervjufrågor. Till dessa frågor skapades även förenklade frågeställningar som vid behov användes i intervjun. Respondenterna fick svara på samtliga frågor och lämpliga följdfrågor ställdes vid behov beroende på respondentens svar. Samtliga intervjuer genomfördes i en avskild miljö. Alla respondenter informerades att de skulle vara anonyma av etiska skäl. De fick även information om att de inte behövde besvara samtliga frågor och fick även avbryta eller ta en paus i intervjun om så önskades. Frågan ställdes till respondenterna huruvida det var accepterat att intervjun spelades in på en diktafon för att sedan transkriberas. Efter respondenternas medgivande fick de slutligen veta att det transkriberade materialet samt inspelningen skulle raderas respektive förstöras, vilket också har gjorts.

Meningskoncentrering och meningskategorisering (Kvale, 1997) genomfördes efter transkribering för att framhäva kärnan i respondenternas svar och lägga en grund inför stundande analys. De teman som skapats i resultatet är etablerade i relation till

intervjuguidens frågeställningar. Resultatet kopplas sedan till analysen med hänsyn till de frågeställningar som skapats utifrån studiens syfte.

5. Resultat

En summering av respondenternas utsagor kommer presenteras nedan efter den följd som intervjuguidens övergripande frågor innebär. Respondenternas utsagor presenteras under rubriker som ramar in den aktuella frågeställningen. Dessa kommer i analysen att kopplas till studiens frågeställningar.

5.1 Respondenternas definition av konsumtion och dess roll i samhället

Enligt majoriteten av respondenterna är den huvudsakliga innebörden i begreppet konsumtion att handla materiella objekt, att förbruka pengar. För respondent A är även nyttjandet av olika tjänster en del av konsumtionsbegreppet. Respondent C nämner att konsumtion innefattar möjligheten att stilla olika former av behov. Två respondenter avviker i sin beskrivning av begreppet konsumtion. Respondent B säger:

”För mig att konsumera, när jag tänker på ordet konsumera då tänker jag inte på vardaglig konsumtion då tänker jag mer på överflödig konsumtion. Jag ser det begreppet som något man inte använder, konsumtion är något så vardagligt i vårt, de händer varje dag för oss vanliga människor. Vi måste för att överleva handla och så vidare, så när jag tänker på konsumtion så tänker jag på något överflödigt. Konsumtionen som finns i västvärlden, så de min definition av begreppet.”

Den utsaga Respondent B gör visar på att han särskiljer två typer av konsumtion, en nöjesartad och en rutinartad. Även respondent E ser en likhet mellan begreppet konsumtion och ett överflöd. Rollen konsumtion har i samhället menar samtliga respondenter är väldigt stor. Respondent A säger:

”Får samhället att gå runt känns det som, för det känns som att hela samhället bygger på att man ska köpa saker och använda saker. Åh rollen är väl att få samhället att gå runt som jag sa.” Ovanstående uttalande fångar på ett representativt sätt samtliga respondenters synsätt kring rollen konsumtion har i samhället. Även för respondent G har konsumtion en central roll

i samhället då hon säger: ”Folk jobbar ju och tjänar pengar för att kunna konsumera och så”. Respondent H utvecklar detta resonemang då han uttrycker sin bild av vilken roll han skulle föredra att konsumtion har i samhället: ”Jag tycker istället att konsumtion ska vara att de erbjuder grejer som man behöver men inte att de menar att du ska ha det senaste modet. Nu är det mer som en aktiv försäljare känns det som och jag skulle vilja se det mer som ett ställe som man går till för att fixa grejer. Jag vill ta reda på själv vad jag vill ha.”

5.2 Respondenternas upplevelse av den påverkan ett konsumistiskt samhälle har på deras livsstil

Sex av de åtta respondenterna upplever att de blir påverkade i en hög grad av den roll konsumtion har i samhället. Respondent D menar att man möts av ett budskap som säger konsumera var man än vänder sig i samhället. Samtidigt menar han att detta budskap sker subtilt. Även respondent C poängterar den höga grad i vilken hon upplever sig påverkad:

”Men gud det gör man ju hela tiden. Eller det räcker ju att bara gå på stan och ta en fika så konsumerar du ju liksom, du köper kaffe, sen ska du gå på caféet, du ser en tröja, alltså det gör du ju hela tiden. Ständigt liksom, när du sitter framför datorn eller när du sitter framför tv'n är du ju påverkad av det, hela tiden i stort sett dygnet runt. Alltså omedvetet är du det.”

Utsagan från Respondent C visar att hon upplever sig påverkad av en konsumistisk kultur. Respondent B tror att ett konsumistiskt samhälle framförallt påverkar människor med låg självkänsla på ett negativt sätt men upplever sig själv som moderat påverkad. Respondent A upplever inte att hon är påverkad på ett speciellt sätt, men kan se att människor blir påverkade på många sätt. För egen del kan hon uppleva att hon blir hetsad. Denna hets kan få som följd att hon upplever sig vilja konsumera i större utsträckning än vad som är rimligt. Följande uttalande gör respondent H:

”Jag tycker inte jag blir påverkad alls av det egentligen känns det som. Jag kan ju påverkas en viss del mot det skulle jag säga men jag vet inte, det är inte så jättemycket. Men det är väl snarare att jag ser på reklamen och skapar ett behov själv. Det är en cool grej den vill jag ha, men skulle jag inte veta att den fanns så skulle jag inte vilja ha den, det är väl egentligen det.”

Respondenten uttrycker att han tar del av reklamen i samhället för produkter och tjänster, men poängterar att behovet att konsumera mynnar utifrån han själv. Respondent B upplever sig bombarderad av det konsumistiska samhällets budskap men anser att inte att det styr hans livsstil. Han tillägger att denna upplevelse av att inte vara påverkad kan vara enbart en illusion som han lever i. En annan åsikt som respondent C lyfter fram är att konsumtionen styr en stor del av hennes vardagliga liv, det finns ett starkt samband mellan det konsumistiska samhället och hennes livsstil. För respondent A är relationen mellan det konsumistiska samhället och hennes livsstil uppenbar, detta eftersom valet av vad att konsumera baseras på hennes livsstil. Respondent F är ser sitt konsumtionsmönster som präglat av den utseendefixering som är ett naturligt inslag av livet i den ålder han befinner sig. Respondent E beskriver konsumtionssamhällets påverkan på sin livsstil:

”För när jag och min sambo ska göra någonting, då tänker jag direkt att vi åker till IKEA eller något annat. Jag vill hela tiden utveckla mitt hem och handla kläder när jag känner mig nere, så då vill jag ut och shoppa. Men så, jag vet inte nätet har ju påverkat att man kan handla hemma så när man är nere då går man ju lätt ut och det kan jag tänka mig att många dit på faktiskt. Jag tror bara det blir värre och värre med överkonsumtionen.”

Utsagan från Respondent E visar på att hon upplever att konsumtion spelar en central roll i att förhöja sin sinnesstämning och att hon upplever ett materialistiskt behov.

5.3 Respondenternas attityder gentemot konsumtion och upplevelsen om hur och när de skapades

Respondent C belyser att individer mår oerhört bra av att konsumera, detta förutsatt att de ekonomiska medlen finns för att konsumera. En positiv syn gentemot konsumtion har även respondent A som önskar att hon kunde konsumera mer än vad hon gör. Detta trots att hon känner att hon konsumerar mer än hon borde. Respondenten yttrar följande:

”Alltså, det känns som att man är så genomsyrad av hela konsumtionen. Hela samhället är så och det är så himla svårt att säga något om det för då ser man vad har man för attityd till hela samhället på nåt sätt. För det är sådan stor del. Det är svårt att vara emot hela konsumtionen, för då är man emot hela samhället känns det som.”

Vidare beskriver respondent A hur hon upplever en märklig känsla över det faktum att hon blir beroende av konsumerade objekt och tjänster helt i onödan och detta på kort tid. Samtliga respondenter uttrycker liknande tankar kring konsumtion som en källa till personlig förnyelse. För respondent E kan en känsla av irritation infinna sig när hon iakttar vad hon upplever som en slösaktig omgivning. Hon blir upprörd av detta faktum men beskriver sin egen attityd till konsumtion som sund. Respondent E anser även att konsumtion kan bidra till att människor blir deprimerade på grund av ekonomiska bekymmer. Till skillnad mot föregående respondenter ger respondent B en annorlunda beskrivning av sin attityd gentemot konsumtion:

”Jag kan speciellt nu på ålderns höst, jag är ganska ung fortfarande men jag får lite annan syn på detta när jag blivit några år äldre. När jag var tonåring tänkte jag inte på det men nu tycker jag nästan det har blivit lite obehagligt. När man ser hur den otroliga konsumtionen som vi har i samhället hela tiden, det är som det aldrig finns något stopp. Jag förstår inte, man behöver inte ha den nyaste Tv:n för att bli lycklig men många tror så och det blir att man konsumerar mer och mer. Det blir liksom en ond cirkel, medan man ser på vissa människor som knappt har mat för dagen, då ser man ju liksom hur meningslös konsumtion är och att vi kunde använda de pengarna för att göra de bättre för andra människor. Så tycker på jag andras konsumtion. På min egen konsumtion, jag kan ibland när jag köpt någonting så kan jag känna, man får ju alltid när man köpt någonting ett visst glädjerus. En kick, men efter ett tag så förstår man ju, varför köpte jag det för, totalt meningslöst. Jag köpte det för att köpa, sådant kan hända ofta när man till exempel ska gå i klädfärer, till exempel när jag ska köpa ett par byxor men det blir alltid att jag köper något mer. Sedan när man går ut så vet man inte varför man köpte det, men det blir så automatiskt. För att det är väl att vi är så materialistiska så man bara vill ha mer.”

Ett liknande resonemang för respondent H och respondent G. Respondent D delar även denna form av attityd men tillägger utöver detta att ur en miljöaspekt är den formen av slit och släng kultur som konsumtionssamhället förespråkar förödande. För respondent F svärtas attityden gentemot konsumtion på ett negativt sätt på grund av att han har en djup insikt i det ekonomiska spelet som ligger bakom konsumtionssamhället. Respondent C slår fast att i samband med att människan lär sig behärska språket skapas ett ha-begär. Att uppväxtens påverkan är dominerande för attityden gentemot konsumtion bygger respondent B vidare på. Han menar att hans föräldrars icke-materialistiska värdegrund gjort att han förhåller sig mer intellektuellt orienterad mot livets glädjeämnen. För respondent G har barndomen präglat

hennes attityd till konsumtion, men hon menar även att hennes agerande inte alltid varit i linje med denna attityd eftersom hon överlag funnit sig i en ekonomiskt gynnsam position.

Respondent A menar att föräldrars påverkan är det som grundlagt attityden gentemot konsumtion, men hon belyser även att hänsyn bör tas till kvalitén på relationen som finns mellan föräldrarna och barnet. Vidare tar hon i beaktande att interpersonella relationer påverkar hennes förhållningssätt i vuxen ålder samtidigt som samhället spelar en roll då det blivit mer orienterat mot konsumering av teknik produkter. Respondent E berättar att hennes barndom inte innehöll några stora inslag av konsumistisk kultur utan först under skolgången i tonåren öppnades intresset för att konsumera. I likhet med detta men med fokus på umgänget med vänner berättar respondent H hur hans åsikter formats: ”Mina observationer av samhället gör att jag får en negativ bild av det. Det blir att man påverkas av ens kamraters åsikter, man snackar mer om det och sedan får man en starkare bild av det. Jag vill tillägga att jag inte tagit till mig en annans åsikt, utan skapat dem med mina kamrater.” För respondent D har jobbet spelat en stor roll i att påverka hans attityder gentemot konsumtion, detta då han arbetat i många år som säljare. Yrket har gjort att han blivit mer reflektiv runt konsumtion.

5.4 Respondenternas upplevelse av den roll konsumtion har i deras liv samt dess känslomässiga konsekvenser

För respondent B har inte konsumtion en signifikant roll i hans liv. Han upplever sig kunna stå utanför de modeflugor som reklamen försöker sälja till potentiella kunder. Till kontrast mot detta upplever respondent F att konsumtion spelar en central roll i livet med hänsyn till att han är mån om sitt utseende samt att det är en källa till att må bra. Han poängterar även att den roll konsumtion har i hans liv inte påverkat hans identitet men däremot hans livsstil. En liknande utsaga gör respondent E som menar att konsumtion fyller ett behov av att se bra ut samt känna sig väl till mods. Respondent E yttrar även följande:

”Sen gillar jag smycken och tjafs och sedan ser man det här på Haiti liksom, då blir det sådana kontraster och det kan jag må dåligt av det blir ju mycket kontraster men man ska ju inte ha dåligt samvete för man har pengar. Jag är ju säker på att man inte blir lyckligare för man har pengar kan jag ju säga i långa loppet.”

Respondent D uttrycker sin upplevelse att nöje är den primära roll konsumtion har i hans liv, men att han även kan se att kläder och kommunikationstjänster tar en plats i sammanhanget. Respondent G uttrycker sin upplevelse av de känslor som konsumtion väcker hos henne: ”Det beror nog på vad man konsumerar, alltså kläder lägger jag mycket pengar på och då känner jag ju att yes vad gött, och då blir man ju glad. Sen i slutet av månaden får man ju ångest, kort glädje som går över i ångest för att man handlar för mycket.”

Ovanstående utsaga beskriver väl hur flera av respondenterna upplever de känslomässiga konsekvenserna av konsumtion. Respondent F menar att upplevelsen av glädje i samband med konsumtion är beroende på en medvetenhet om att han inte lagt ut mer pengar än nödvändigt. Upplevelsen av ett ekonomiskt bra köp är för honom av fundamental vikt för att han ska uppleva behagliga känslor i sammanhanget. Flertalet av respondenterna skiljer på olika former av konsumtion, varav en mer rutinartad form som ej väcker positiva känslor utan snarare en upplevelse av tristess. Denna form innefattar typiskt konsumtion av mat och vad som bedöms vara praktiska förnödenheter. Den andra formen är av nöjesartat slag och innefattar de lustfyllda emotionerna som glädje och eufori. Här återfinns typiskt konsumtion av kläder och elektronik. Respondent H säger:

”Spänning i att leta efter varor och sedan införskaffa dem. Sådan konsumtion som jag måste göra tycker jag bara är jobbigt. Om det är något som jag är sugen på och har köpt tycker jag det är kul men det varar nog inte så länge utan är mer att jag har byggt upp en förväntan sedan när jag skaffat det så försvinner det. Ju mer tillfredsställd jag är med mig själv känner jag mindre att jag vill leta efter något att köpa, samma princip med att skaffa det. Jag känner det inte men många kan känna så att man avancerar till en högre nivå när man har konsumerat. Ju mer tillfredsställd jag är ju mindre behöver jag den här kicken. För det är ju liksom en spänningskick, men den kan lika gärna komma från ens egen person om man tycker om sig själv.”

Den beskrivning Respondent H ger visar på att en individs självkänsla påverkar graden av konsumtion. Respondent B utvecklar sina tankar runt emotioner och dess relation till konsumtion:

”Med min egen så kan jag känna, svårt att definiera men en form av, överraskning ibland av, vad hände här liksom? Vad var det som skedde när jag gick in i denna butiken? Jag brukar inte, jag brukar tänka logiskt vad ska jag med detta till? Och då brukar jag vakna till men om jag inte skulle

vakna till, tror jag att jag skulle vara mer inne i konsumtionssamhället än jag faktiskt är. Men det får jag nog säga att det är överraskning som jag förknippar med det. Även om jag har köpt en sak så är det en form av kort lycka som sedan följs av en överraskning och förundran. Andras konsumtion, svårt att definiera andras konsumtion, medelssvensson då om det skulle vara de andra, skulle jag säga att jag blir lite fundersam ibland. Att varför en stor liksom, varför måste ni köpa hela tiden? Mår ni bättre av det? Kanske inte ett sånt grovt ord som äckel men jag skulle vilja säga, kan jag känna ibland. Jag kan känna att det är så otroligt meningslöst, man skulle kunna använda de pengarna till något bättre än vad man faktiskt gör. Jag kan ju inte säga vad andra ska göra med sina pengar men man kan ju ändå tänka så.”

Respondent B ser konsumtion som utlösande till en initial känsla av lycka som sedan övergår till en förundran, samtidigt beskriver han mycket av konsumtionen i samhället som meningslös. När respondent G kontemplerar över vilka känslor som väcks vid tanken av att inte ha möjlighet att konsumera säger hon: ”känna att jag inte lever”. Vidare berättar hon om att ett tomrum skulle uppstå, en upplevelse av att inte ha något att sysselsätta sig med.

Respondent H benämner den potentiella upplevelsen av att inte kunna konsumera som en begränsning, men samtidigt en källa till befrielse. Detta eftersom han menar att han då skulle arbeta för att skapa känslor av välbehag utifrån sig själv och inte utifrån konsumtion. Ett liknande resonemang för respondent A då hon säger: ”Det skulle kännas ganska konstigt för man konsumerar ju hela tiden någonting samtidigt så skulle det vara skönt på ett annat sätt för den hetsen skulle försvinna men den skulle nog inte försvinna om jag var själv, samtidigt skulle det kännas tråkigt också men man skulle nog också vänja sig efter ett tag”.

Respondent C yttrar följande:

”Min först reaktion är, gud vad tråkigt. Vad tråkigt det skulle vara, tristess. Det hade blivit grymt tråkigt. Men sen menar jag, det finns ju flera saker i livet som skänker glädje. Det handlar ju inte bara om att köpa grejer heller men jag menar ett liv helt utan det hade inte blivit så jävla roligt. Det tror jag inte, men man har det runt omkring sig hela tiden. Om jag inte hade fått handla någonting hade jag nog blivit ganska olycklig. Men förstår du, det är ju det samhälle vi lever i. Det är uppbyggt på det. Hade jag levt under andra omständigheter så hade det kanske inte varit lika viktigt. Men jag bor i en storstad så det blir ju så, men hade jag bott ute i öknen och inte haft det runt omkring mig hela tiden.”

Den utsaga som Respondent C gör visar på att hon upplever de emotionella konsekvenserna av utebliven konsumtion som väldigt negativa i emotionell bemärkelse. En annorlunda syn på de känslomässiga konsekvenserna av att berövas möjligheten av att konsumera har Respondent D då han säger att han skulle klara sig bra utan konsumtion. En obehags känsla kan han skönja om han förbjöds nyttja de tillhörigheter han redan har, men inte gentemot att ej konsumera ytterligare. Respondent B yttrar följande på frågan om han skulle sakna de positiva emotioner han anser att konsumtion för med sig:

”Nej det tror jag inte eftersom jag sa tidigare konsumerar inte så mycket så när jag känner dessa känslorna då ofta för att jag känner att jag behöver det. Jag är lycklig ändå utan att jag känner det, så att jag tror inte jag skulle sakna det. Men visst jag ska inte sitta här och ljuga det är en speciell känsla när man köpt ett par böcker som man gillar och hämtar på posten, absolut. Det kan man inte ta ifrån men jag skulle kunna leva utan det”

Respondent B nyanserar med sitt uttalande om de emotioner som konsumtion väcker men markerar att han skulle kunna leva ett liv utan dem. Respondent F berättar att han skulle uppleva avsaknad av konsumtionsmöjligheter som besvärande för det finns mycket han inte skulle kunna leva utan. Men han tillägger även att människor i allmänhet inte har den medvetenheten som krävs för att se vad som pågår i konsumtionssamhället, han säger: ”Staten har lurat oss till att konsumera och vi tänker inte på det”

6. Analys

Nedan följer en analys där de teoretiska utgångspunkterna för denna uppsats kommer att sättas i relation till det empiriska materialet utifrån de aktuella frågeställningarna. Tolkningen av det empiriska materialet utgår från flertalet teorier med utgångspunkt av Meads (1976) begrepp I, Me, jagmedvetande, den generaliserade andre och attitydtagande. Vidare används för tolkning Berger & Luckmanns (1966) begrepp primär och sekundär socialisation samt signifikante andre. Baumans (2007) resonemang om pointillistisk tid samt konsumtionssamhället, Giddens (1991) syn på begreppet livsstil och Fromms (1976) begreppspår att ha eller att vara. Även Gergens (2007) diskussion angående emotioner som

hemmahörande i relationer tillsammans med Wilskas (2002) och Zukin och Maguiers (2004) forskning appliceras för att tolka det empiriska materialet.

6.1 De unga vuxnas definitioner av konsumtion

Alla respondenter uttrycker att konsumtion är en handling där materiella objekt införskaffas och att pengar spenderas, detta kan tolkas som att respondenterna beskriver en ha-attityd (Fromm, 1976) gentemot konsumtion då de uttrycker att konsumtion är just att sätta sig i ett ägande till objektet som konsumeras. Författarna till denna studie anser att denna attityd gentemot konsumtion som respondenterna uppvisar, utvecklas hos den enskilde medlemmen i ett samhälle med en dominerande ha-attityd. Respondenternas utsagor ligger väl i linje med Baumans (2007) beskrivning av ett konsumistiskt samhälle. Konsumtion menar Respondent A får samhället att gå runt, denna bild av konsumtion som den viktigaste drivkraften i samhället är grundläggande för ett konsumistiskt samhälle. När Respondent B pratar om en skiljelinje mellan basal konsumtion och överflödigt konsumtion finns där en likhet med den kontrast som kan skönjas mellan det moderna produktionssamhället och det postmoderna konsumtionssamhället. Produktionssamhällets uppskjutna tillfredsställelse kontra konsumtionssamhällets omedelbara njutning (Bauman, 2007). Den gode konsumenten förskjuter inte sina behov till framtiden likt medlemmarna i det långsiktigt trygghetsinriktade produktionssamhället gjorde, utan denne agerar i stundens infall gentemot sina begär.

Kortsiktighet och omedelbar tillfredsställelse är symtom av ägandets livsform (Fromm, 1976), vilket ligger väl i linje med konsumtionssamhällets påverkan gentemot sina medlemmar. Respondent G menar att människor i samhället arbetar för att kunna konsumera, ett synsätt som tyder på att viljan att konsumera ligger bakom drivkraften att arbeta. Rollen konsumtion har blir då den som grundläggande för en stor del av all form av inkomstgenererande yrkesutövning. En underliggande motivation hos samhällets medlemmar som får dess ekonomiska hjul att snurra. Eller uttryckt med ovanstående resonemang, produktionssamhällets medlemmar lärde sig att behovstillfredsställelsen inte skall skjutas upp till imorgon utan ageras gentemot här och nu (Bauman, 2007). Yrkesutövning fick en högre mening bortom den närvarande handlingen, den att möjliggöra framtida konsumtion. I den utsaga Respondent G gör ligger förutsättningen för det konsumistiska samhället.

Med avstamp i Mead (1976) kan detta ses som att I är dominerande över Me hos den gode konsumenten i det konsumistiska samhället. Me utför inte den form av censur på I's handlingar som den gjorde på medlemmarna i det moderna produktionssamhället. Detta eftersom den generaliserade andres attityd i konsumtionssamhället, vilken införlivats i Me förhåller sig omvänt gentemot agerandet mot den omedelbara tillfredsställelsen som konsumtion ger. Detta kan tolkas i det uttalande Respondent C gör när hon menar att konsumtion handlar om att uppfylla olika slags behov. För Respondent H utövar rollen konsumtion har i samhället en form av passivisering på hans I genom sin ständiga närvaro. Hans önskan om att i större utsträckning själv kunna påverka vad som skall vara objekten för hans åtrå visar på hur hans I responderar och strävar efter en form av frigörelse från den organiserade andres attityder som antagits av och utgör hans Me.

6.2 De unga vuxnas upplevelse av sin livsstil som påverkad av en konsumistisk kultur

I den postmoderna miljö i vilken respondenterna lever upplever majoriteten av dem sig som påverkade i stor utsträckning av en konsumistisk kultur. När Respondent C beskriver sig som påverkad konstant av det konsumistiska budskapet i vad hon än företar sig och att det därmed styr en stor del av hennes vardagliga liv, kan detta tolkas utifrån Giddens (1991). Hennes livsstil vilken består av rutinerade praktiker är ständigt öppna för influenser och anpassning till en konsumistisk kultur. Hennes betoning på upplevelsen av att vara påverkad dygnet runt, detta delvis via elektroniska kommunikationsmedel ligger även i linje med Giddens (1991) syn på jaget som genomgående en enorm förvandling i det postmoderna genomsyrad av abstrakta system och en omorganisering av tid och rum ersätter det lokala med det globala. Vad Respondent C berättar tyder därmed på att hon lever i ett postmodernt samhälle. Enligt Lyon (1994) är ett postmodernt samhälle detsamma som en konsumtions kultur. Detta stärker författarna till denna studies uppfattning att respondenterna lever i vad som kan tolkas som en i hög grad postmodern miljö och därmed i ett konsumtionssamhälle.

Respondent H ser sig lite eller inte alls påverkad i sitt vardagliga liv av den roll konsumtion har i samhället, detta trots att han tar del av det som han upplever som det konsumistiska

budskapet regelbundet. Han tycker istället att de behov han upplever skapas utifrån han själv. Detta kan kopplas till Wilskas (2002) forskning som menar att många konsumenter är omedvetna om den påverkan som konsumtionen har i det postmoderna samhället och förleds därmed att tro de är i kontroll av sin konsumtion. Samma resonemang kan appliceras när Respondent B uttalar sig endast moderat påverkad av konsumtionssamhällets men att denna upplevelse kan vara enbart en illusion som han lever i. Här poängterar han en medvetenhet om eventuell underskattning från sin sida av det konsumtiska samhällets påverkan av hans livsstil, vilket är likartat med den slutsats som Wilska (2002) gör i sin forskning.

Den påverkan som flertalet respondenter beskriver utförs i den sociala processen i formen av den generaliserade andre (Mead, 1976). Detta influerar de individers beteenden som är involverade i denna process, vilket är samhällets sätt att utöva kontroll över beteendet hos dess individuella medlemmar. Genom detta sätt fungerar samhället som en bestämmande faktor i individens tänkande. När Respondent F uttrycker sitt konsumtionsmönster som präglad av utseendefixering, menar han att detta är en naturlig del av den tidsmässiga period i vilket hans liv befinner sig. Detta kan ses som ett uttryck för det sätt på vilket den självmedvetna individen tar eller anlägger de sociala attityder hos den aktuella grupp eller samhälle till vilken han hör (Mead, 1976).

Respondent A berättade under intervjun hur hon upplever att hon som ett resultat av den konsumtiska kulturens påverkan blir hetsad. Denna hets kan få till följd att hon upplever ett behov av att konsumera i större utsträckning än hon bedömer realistiskt. Utifrån detta kan en tolkning göras som kan kopplas till det sätt Bauman (2007) menar att konsumtionssamhället interPELLerar till sina medlemmar, det vill säga tilltalar dem, vädjar, ropar men också stör dem. Denna interPELLering kan skapa den hets som kan i sin tur ligga till grund för överkonsumtion. Det kan tydas med Respondents A uttalande i baktanke som att hennes I (Mead, 1976) sliter sig för ögonblicket lös från Me som när kommunikationen dem emellan återuppstår möjliggör för henne att reflektera över den potentiellt utförda handlingen och hennes motiv till att konsumera i en sådan utsträckning. En form av inre dialog återskapas dem emellan där I tillåts ta del av den konsumtionshets som nyss upplevts i formen av I, men som numera är en del av hennes Me där den införlivats. När individens två faser I och Me åter samspelar kan den

reflektera över tillvaron på ett subjektivt sätt (Berg, 1992). Detta tillåter individen att värdera den nyss utförda formen av handlande.

Respondent B berättar under intervjun om den känsla av överraskning och förundran som uppstår när han går ut från en butik och reflekterar över en nyss utförd konsumtionshandling, författarna till denna studie menar att han upplever denna överraskning när hans dialog mellan I och Me återuppstår. I relation till de fyra handlingsfaser (Berg, 1992) som utgör en handling tolkar författarna till denna studie att det är en form av icke-reflektiv handling som utförs i ovanstående exempel, vilken löper som en rät linje genom de fyra faserna. Detta i kontrast till en handling där I och Me för en aktiv dialog, vilket då möjliggör för handlingen att gå i en mer komplex bana genom de fyra faserna. Flera av respondenterna nämner under intervjuerna den form av upplevelse som ligger till grund för detta resonemang, upplevelsen att vara medvetslös, upptagen i stunden under konsumtionshandlingen för att sedan reflektera över den vid ett senare tillfälle. Anledningen till att flera av Respondenterna upplever liknelser till vad Respondent B kallar för förundran efter det att de har utfört en konsumtionshandling tolkar författarna till denna studie som följer: den icke-reflektiva process som löper likt en rät linje genom handlingsfaserna innebär att kunskap inte skapas hos individen och därmed inte heller visdom. Individen erhåller följaktligen inte kunskap utav konsumtionshandlingen och utvecklas därmed inte av tidigare konsumtionshandlingar. Detta eftersom Me (Mead 1976) inte införlivar nya attityder som resultatet av reflektion. Här anser författarna till denna studie att kärnan finns till den återkommande förundran som respondenterna upplever efter konsumtionshandlingen.

Respondenternas utsagor tyder på upplevelsen av en omedelbar tillfredsställelse under konsumtionshandlingen tillsammans med en bristande upplevelse av sammanhang efter det att handlingen är fullbordad. Detta kan relateras till Baumans (2007) syn att medlemmarna i konsumtionssamhället upplever tiden som pointillistisk. Den pointillistiska tidsuppfattningen möjliggör inte enbart för I att slita sig loss från Me och agera spontant, utan uppmuntrar till det menar författarna till denna studie. En pointillistisk tidsuppfattning ligger därför väl i linje med den nyss beskrivna processen. Författarna till denna studie menar att det är genom denna process som en pointillistisk tidsuppfattning primärt utför en påverkan gentemot

respondenternas livsstil och därmed deras identitet . Att identiteten berörs hänger samman med Giddens (1991) resonemang att i en postmodern miljö berör livsstilen identiteten.

6.3 De unga vuxnas attityder gentemot konsumtion

Den utsaga som Respondent C gör kan likt majoriteten av respondenternas utsagor tolkas som innehållande positiva attityder gentemot konsumtion. Människan mår enligt henne oerhört bra av att konsumera vilket kan tolkas utifrån Mead (1976), konsumtionssamhället kan beskrivas som erbjudande en dörr i den sociala ”strukturen” som släpper fram I. I får utrymme av Me att handla ”spontan”. Dessa sociala situationer då strukturen i Me är sådan att I tillåts fritt spelutrymme kan skänka individen några av de mest tillfredsställande upplevelserna. Den eventuella negativa konsekvens Respondent C kan se med konsumtion uppstår först efter det att hon blivit medveten om sina utgifter, det vill säga att Me har åter tagit plats i processen och I tillåts nu reflektera utifrån denna dialog över sina tidigare utförda handlingar. Det kan tolkas som att förutsättningen för individen att få möjligheten att uppleva dessa stunder av välmående i relation till konsumtion, måste vara den att hon har införlivat den generaliserade andres attityder i sitt Me. Alternativt uttryckt i relation till Gergens (2007) resonemang om emotioner som socialt konstruerade. Individen utför välmående i samband med konsumtion som en kulturellt lämplig handling inom en kontext av relationer.

Respondent A har även hon en positiv syn gentemot konsumtion, detta trots att hon upplever ett negativt beroende av konsumerade objekt och tjänster samt upplever sig konsumera mer än hon bör. Det framgår även under intervjun att hon upplever att negativa attityder gentemot konsumtion är en form av samhällskritik då konsumtion upptar en så stor plats i samhället och upplevelsen är att hon är genomsyrad av det. Den roll konsumtion har i samhället enligt Respondent A, kan liknas vid ett samhälle där en ha-attityd (Fromm, 1976) är dominerande. I (Mead, 1976) är individens respons för samhällets attityd som den framträder i hennes egen erfarenhet, hennes respons för denna organiserade attityd förändrar den i sin tur. Det är författarna till denna studies uppfattning att Respondent A påvisar med sitt uttalande att hon ej är benägen att kritisera samhällets attityd utifrån sitt I, vilket kan vara i linje med det faktum att hon har en önskan om att vara en konsumtionsstark aktör i samhället. Hennes uttalande kan tolkas på följande sätt, att kritisera den uppsättning attityder samhället innehåller utifrån

hennes unika tolkning som I, skulle kunna innebära att riskera åsidosättas som individ från samhället. Hon kan betecknas som ett Me under dessa omständigheter, en konventionell individ vars åsikter och idéer är de samma som övriga samhällsmedlemmar. Respondent B uttrycker i kontrast till Respondent A en form av kritisk hållning gentemot konsumtion och den konsumistiska kulturen när han menar att det skapar en ond cirkel av meningslös konsumtion. I är här den framträdande sidan hos jaget som svarar mot den organiserade attityd som återfinns i hans Me och representerar samhällets attityd. En person med utpräglad personlighet svarar mot den generaliserade andre på ett sätt som gör en signifikant skillnad (Mead, 1976). Med detta uttalande anser författarna till denna studie att Respondent B gör signifikant skillnad.

6.4 Den fas av socialisationsprocessen som grundlägger de unga vuxnas dominerande attityder gentemot konsumtion

Flertalet av respondenterna beskriver hur deras attityder gentemot konsumtion grundlagts i vad som kan tolkas under den primära socialisationen (Berger & Luckman, 1966). Den utsaga Respondent C gör kan kopplas till att barn utvecklar en ha-attityd (Fromm, 1976) i samband med att de lär sig behärska språket, detta ligger i linje med Baumans (2007) resonemang om att barn skapar vad han kallar ett butiksberoende senast i samband med att de lär sig läsa. För Respondent G har hennes attityd till konsumtion grundlagts i perioden som infaller under primär socialisation. Även Respondent A uttalar sig under intervjun på ett sätt vilket kan tolkas som att den primära socialisationen ligger till grund för hennes attityd. Hon framhåller emellertid att kvalitén på relationen mellan föräldrar och barn spelar en signifikant roll i vilken utsträckning budskapet införlivas. Utifrån Berger & Luckman (1966) kan detta tydas som att individen internaliserar de signifikanta andras förmedling av verkligheten i varierande utsträckning beroende på kvalitén i relationen mellan de båda. Den utsaga Respondent A gör visar även på hennes uppfattning att den sekundära socialisationen kan innebära en modifikation av attityder internaliserade under den primära socialisationen på grund av den konsumistiska kulturen som är rådande i samhället samt via interpersonella relationer inom det.

Respondent E förklarade under intervjun att först under skolgången i tonåren öppnades intresset för att konsumera. Hennes utsaga tyder på att hennes Me (Mead, 1976) internaliserade sociala attityder under den sekundära socialisationen i kontakt med en konsumistisk kultur vilket i sin tur skapade ett konsumtionsbehov, detta utifrån attityder vilka ej internaliserats via signifikanta andra (Berger & Luckman, 1976) under den primära socialisationen. Utsagan från Respondent H visar också på att den sekundära socialisationen ligger som grund för attityder gentemot konsumtion, för han har de mynnat utifrån hans relationer med sina vänner. Även Respondent D beskriver vad som kan tolkas som att hans attityder gentemot konsumtion har skapats under den sekundära socialisationen.

6.5 Det sätt på vilket de unga vuxna är påverkade emotionellt av att konsumera

Samtliga respondenter beskriver under intervjuerna hur det som författarna till denna studie har valt att kalla *nöjeskonsumtion* väcker initiala positiva känslor hos dem. Detta i kontrast till en mer rutinartad form av konsumtion som inte väcker några specifika känslor förutom beskrivna känslor av tristess. De initiala positiva känslor som upplevs vid nöjeskonsumtion förbyts snart till vad flera respondenter beskriver som ångest. Ångesten mynnar enligt respondenterna ofta utifrån upplevelsen att de överkonsumerat i relation till deras ekonomi.

Baumans (1989) resonemang om hur personlig självdefinition omvandlas till behov att äga och konsumera varor kan appliceras till det Respondent H menar när han säger att konsumtion kan för individen leda till upplevelsen av att avancera till en högre nivå. En relation kan även kopplas utifrån den utsaga Respondent H gör till Zukin & Maguire's (2004) forskning som menar att individer upplever konsumtion som ett formgivande uttrycksmedel för sin identitet. Vidare kan den utsaga Respondent E gör om hur hon upplever ett konsumtionsbehov när hon känner sig nere, relateras till Baumans beskrivning av ägandet av varor som en tillfällig lindring men samtidigt upphov till konstant behovsfrustration. Den konstanta behovsfrustrationen som ska tillfredsställas via konsumtion, kan relateras till det behov av att se bra ut och känna sig väl till mods som Respondent E beskriver. Utebliven konsumtion utifrån den utsaga Respondent E gör skulle då kunna tolkas som leda till den känsla av fruktan, ångest och känsla av personlig otillräcklighet som Bauman beskriver (1989).

Med åtanke på Baumans (2007) reviderade tes ”Jag shoppar därför finns jag till som subjekt” kan den utsaga Respondent G gör relateras. Hennes konstaterande att utebliven möjlighet att konsumera skulle beröva henne känslan av att leva, upplevelsen av ett tomrum utan mening visar på den essentiella roll konsumtion spelar i hennes liv. En liknande utsaga gör Respondent C när hon berättar om den oerhörda tristess livet skulle fyllas av utan konsumtion, men hon poängterar även att dessa känslor sannolikt beror på det samhälle hon lever i. Utifrån Berger & Luckmanns (1966) resonemang om primär och sekundär socialisation kan Respondent C tolkas som beskrivande av emotionella tillstånd som är i grunden internaliserade under hennes uppväxt i samvaro med signifikanta andra. Utifrån synen att emotioner är socialt konstruerade (Gergen, 2007) kan detta tolkas som att i den utsaga Respondent C gör ligger en förklaring som visar på att de emotioner hon upplever är skapade ur hennes relationer i en kulturell kontext. Den upplevda tristessen vid utebliven konsumtion kan precis som de lustfyllda emotionerna förknippade med konsumtion ses som en kulturellt lämplig handling av en medlem i ett konsumtiskt samhälle. Författarna till denna studie tolkar det som att Respondent C har internaliserat den generaliserade andres attityder (Mead, 1976) vilka utgör en del av hennes Me, I svarar således gentemot Me och utför en lämplig emotionell respons mot den rådande situationen i relation till den kulturella kontexten.

Utebliven möjlighet till att konsumera beskriver Respondent H som en potentiell källa till befrielse, även Respondent A nämner en likartad syn då hon menar att hetsen som hon förknippar med konsumtion skulle försvinna. Författarna till denna studie tolkar respondenternas resonemang som att utebliven konsumtionsmöjlighet skulle mildra den påverkan Me (Mead, 1976) utför gentemot I. De attityder respondenterna har i relation till konsumtion som del av deras Me skulle inte längre binda upp I i samma utsträckning, I skulle därmed få möjligheten att agera mer fritt. Det är detta som är källan till den potentiella frihetsupplevelsen i relation till uteblivna konsumtionsmöjligheter som respondenterna beskriver menar författarna till denna studie.

7. Diskussion och slutsatser

Syftet med denna uppsats var att belysa den påverkan det konsumistiska samhället i dagens Sverige har på åtta unga vuxnas identitet och om det kan förstås med en social konstruktionistisk syn på samhället tillsammans med ett symbolisk interaktionistiskt perspektiv på identitet.

Författarna till denna studie anser att den primära påverkan det konsumistiska samhället i dagens Sverige har gentemot de unga vuxnas identitet är att det inte uppmuntrar dem att reflektera över utförda konsumtionshandlingar. Detta har i sin tur en repressiv påverkan gentemot deras identitets utveckling, hos den individ som inte reflekterar över sina handlingar pågår ingen identitetsutveckling. Detta på grund av att konsumtionssamhället stimulerar avbrott i kommunikationen mellan I (Mead, 1976) och Me på ett negativt sätt. De intryck som når I uppmuntras inte till att bearbetas i samspel med Me. Konsumtionssamhället erbjuder en dörr i den sociala strukturen där I uppmuntras att agera ”fritt”, denna dörr finns som en internaliserad attityd hos individens Me. Denna frihet är dock begränsad, det är en villkorlig frihet. Villkoren för att I ska få tillåtelse att agera impulsivt, frikopplat från Me finns skrivna i konsumtionssamhällets regler. En frihet bestående av att tillfredsställa ett aldrig sinande konsumtionsbehov, ett konsumtionsbehov som existerar som en del av de attityder som utgör Me och har internaliserats utifrån samspel med den generaliserade andre. De positiva attityder respondenterna uppvisar mot konsumtion är resultatet av en lyckad socialisering inom ramen för ett konsumtionssamhälle, ett samhälle som enligt respondenternas utsagor på alla sätt strävar efter att nå ut med sitt budskap till sina medlemmar eller de potentiellt blivande medlemmarna av det. Dessa positiva attityder gentemot konsumtion möjliggör för en pointillistisk tidsuppfattning (Bauman, 2007) där tillfredsställelse här och nu är av essentiell vikt. Respondenternas upplevda brist på sammanhang från det att konsumtionshandlingen ägt rum till det att de reflekterar över den och den upplevelse av förundran det väcker påvisar detta.

Författarna till denna studie anser att de emotionella responser respondenterna upplever i samband med nöjeskonsumtion utförs som en kulturellt lämplig handling i en kontext av relationer (Gergen, 2007), denna handling är internaliserad som en del av de attityder som utgör respondenternas Me (Mead, 1976). Nöjeskonsumtion blir då en handling vilket de utför för att uppleva lustfyllda emotioner och förhindra de emotioner av obehag som utebliven konsumtion innebär. Respondenternas yttranden anser författarna till denna studie åskådliggör att nöjeskonsumtion är den handling vilken är den främsta av symbolerna för ett autentiskt liv i konsumtionssamhället. Den upplevelse respondenterna delger om livet som trist, meningslöst och tomt utan möjligheten till konsumtion styrker denna uppfattning. Ovanstående resonemang ligger även till grund för synen på att konsumtionssamhället genomsyras av ägandets livsform (Fromm, 1976). En *att ha* attityd möjliggör för individens I (Mead, 1976) att bli förfört av en stark impuls gentemot omedelbar tillfredsställelse vilket resulterar i konsumtionshandlingen.

Baserat på utsagorna från respondenterna har författarna till denna studie uppfattningen att den gode konsumenten i konsumtionssamhället inte reflekterar över sin konsumtion under det att den äger rum, istället äger reflektionen rum efter konsumtionshandlingen. De positiva emotionerna som här uppstår förknippar individen främst med konsumtionens påverkan, de negativa emotionerna upplevs ofta med en ekonomisk rationalitet i åtanke. Det vill säga att de eventuellt negativa emotionerna förknippade med konsumtion upplever denne som sprungna ur sin ovarsamhet med pengar. Till själva konsumtionshandlingen associerar inte individen några negativa emotioner. Konsumtionssamhället som sådant bär i individens medvetande inte skuld för obehag i samband med konsumtion, det är individens ansvar. Det är författarna till denna studies uppfattning att detta tankesätt hos den enskilde individen är ett resultat av den påverkan konsumtionssamhället utgör i formen av den generaliserade andre. Genom denna process möjliggörs den klyfta mellan mänskliga behov och individuella önskningar som Bauman (2007) poängterar som närvarande i konsumtionssamhället. Detta eftersom det uppmuntrar individen att fortsätta söka lustfyllda upplevelser utifrån konsumtionshandlingen istället för alternativa handlingar. Det är även en starkt bidragande orsak till att konsumtionshandlingen fortsätter domineras av en rät linje genom handlingsfaserna (Berg, 1992), eftersom individen inte uppfattar någon anledning till att agera annorlunda i relation

till den. Denne är fortsatt medvetlös, upptagen i stunden under det att konsumtionshandlingen äger rum.

Den information konsumtionssamhället sänder ut till sina medlemmar bearbetas inte till kunskap hos den enskilde individen, den är avsedd att väcka ett icke reflektivt konsumtionsbehov. Den reflektiva processen i samband med konsumtionshandlingen är blockerad genom det impuls övervägande beteende individen uppvisar, detta är ett resultat av ett starkt konsumtionsbehov. Impulsfasen blir därmed dominerande bland de fyra handlingsfaserna (Berg, 1992) under konsumtionshandlingen, det är i kraft av dess dominans som I (Mead, 1976) dominerar över Me. Författarna till denna studie menar att denna form av icke reflektivt förhållningssätt gentemot konsumtion är fortsatt dominant hos individen efter det att konsumtionshandlingen ägt rum. Eftersom ingen kunskap skapas genom konsumtionshandlingen frambringas det ingen grund för individen att utveckla ett reflektivt förhållningssätt gentemot konsumtionssamhället. Wilskas (2002) forskning och dess slutsats att konsumenter förmodligen är omedvetna om den påverkan konsumtionssamhället har kan ges en djupare förståelse i ljuset av detta resonemang.

Konsumtionssamhället erbjuder en spegelblank yta för dess medlemmar att söka objekten för sin åtrå. För den gode konsumenten är skyltfönstret den lokalisering där en att ha attityd (Fromm, 1976) får sin fulla genomslagskraft. Den räta linjen genom handlingsfaserna påbörjas därmed på grund av den begynnande konsumtionshandlingen, I släpps fri av Me. Om den gode konsumenten på sin väg in i medvetlöshet skulle fokusera blicken djupare för att möta något annat än objektet för hans åtrå skulle han skåda sin egen reflektion. En reflektion som bär kraften att återuppväcka den sinande jagmedvetenheten som situationen bär med sig, en möjlighet att låta I och Me kommunicera under konsumtionshandlingen. Det är författarna till denna studies uppfattning att det ligger en symbolik i reflektionen i skyltfönstret. Medlemmarna i konsumtionssamhället skådar reflektionen ständigt utan att verkligen se den, de söker efter självförverkligande i konsumtion och inte i dem själva. Detta resonemang anser författarna till denna studie fångar och utvecklar Zukin & Maguires (2004) slutsatser i sin forskning att individer upplever konsumtion som ett projekt för att forma och uttrycka identitet.

Styrkor och svagheter

En svaghet med den genomförda studien är att Meads begrepp I och Me inte har jämförts med Fromms begrepp att ha och att vara. De olika teoretiska begreppsvärldarna som Mead och Fromm representerar har gemensamma beröringspunkter varför en jämförelse inte hade varit långsökt, fast det finns en rådande meningsskiljaktighet i perspektiv mellan Mead och Fromm. Givetvis kan också Fromms medverkande i form av hans idealtyper att ha och att vara också påläggas anmärkning då Fromm och hans begrepp inte faller inom symbolisk interaktionism eller socialkonstruktionism.

En påfallande stor styrka med den genomförda studien anser författarna till denna studie vara den överensstämmande bild som ges av respondenterna i resultatet. Den samlade bilden är i hög utsträckning enhetlig och undantagen lyser med några få undantag med sin frånvaro. De avvikande meningar som presenteras av respondenterna förhåller sig inte i opposition gentemot varandra utan är med större fördel uttryckt som nyansskillnader i uppfattning mellan respondenterna.

Framtida forskning

Att upprepa denna studie med flera respondenter skulle möjliggöra för en mer djup förståelse för hur konsumtionssamhällets medlemmar upplever sig påverkade av det. En sådan studie skulle även kunna frambringa en möjlighet för en djupare förståelse av hur den enskilde individens identitetsutveckling påverkas av ett konsumistiskt samhälle utifrån Meads (1976) symboliskt interaktionistiska teori. Studien skulle eventuellt även kunna ge socialpsykologin större kunskap om hur individen blir påverkad av stora samhällsfenomen.

För att få en nyanserad bild av fenomenet konsumtion och dess påverkan på identitet och livsstil kan kommande undersökningar vara av kvantitativ metod. En sådan studie kan exempelvis undersöka skillnader mellan kön, utbildning, etnicitet och inkomst. Detta kan med fördel göras genom att applicera Leon Festingers (1954) teori om social jämförelse.

8. Referenslista

Asplund, J. (1987) *Det sociala livets elementära former*.

Göteborg: Bokförlaget Korpen.

Bauman, Z (1989) *Legislators and Interpreters*. Blackwell publishers

Bauman, Z (2007) *Konsumtionsliv*. Göteborg: Daidalos

Berg, L-E. (1992). *Den lekande människan*. Lund: Studentlitteratur.

Berger, P & Luckmann, T (1966) *Kunskapssociologi*. Stockholm: Wahlström & Widstrand

Gergen K, R (1999) *An invitation to Social Construction*. Oxford: Sage publications Ltd

Festinger, L (1954) A Theory of social comparison process. *Human Relations*, vol 7 sid 117-140

Fromm, E (1976) *Att ha eller att vara?* Stockholm: Natur och kultur

Giddens, A (1991) *Modernitet och självidentitet*. Göteborg: Daidalos.

Hartman, J (2004) *Vetenskapligt tänkande*. Lund: Studentlitteratur

Hall, S & Jacques, M (1988) *New Times*. London: *Marxism today*

Kvale, S (1997) *Den kvalitativa forskningsintervjun* Lund: Studentlitteratur

Mead, G, H (1976) *Medvetandet, jaget och samhället* Lund: Grahns Boktryckeri

Zukin, S & Maguire, J (2004) Consumers and consumption , *Annual Reviews* sid.173-197

Wilska, T-A (2002) Me – A Consumer? Consumption, Identities and Lifestyles in Today's Finland. *Acta Sociologica* Vol. 45 sid 196-210

INTERVJUGUIDE

1. Vad innebär begreppet konsumtion för dig? (*Definition*)
2. Vilken roll anser du konsumtion har i det samhälle du lever i? (*Samhälle*)
3. På vilket sätt upplever du dig påverkad av den roll konsumtion har i samhället? (*Påverkan*)
4. Vilken relation ser du mellan rollen konsumtion har i samhället och din livsstil? (*Påverkan – Livsstil*)
5. Vad är din attityd till konsumtion? (*Livsstil – ID*)
6. Vilken roll spelar konsumtion i ditt liv? (*Livsstil – ID*)
7. Vilka faktorer tror du det är som ligger till grund för dina attityder till konsumtion? (*Socialisation*)
8. Under vilken period av ditt liv tror du dessa attityder grundades? (*Socialisation*)
9. Vilka känslor upplever du som förknippade med konsumtion? (*Emotioner*)
10. Vad ser du för eventuella känslomässiga konsekvenser av att berövas möjligheten att konsumera? (*Emotioner*)

Arbetsfördelning

Studiens röda arbetstråd är glad otvungenhet och broderskap. All teori och tidigare forskning har tillkommit under konsensus. Teori och metodlitteratur har författarna läst i avskildhet från varandra för att senare mötas och nå en ömsesidig förståelse för litteraturens innehåll.

Utdragna meningsutbyten föranledde hur författarna till studien kom att applicera teori och metod i dess pragmatiska uttrycksform. Via det empiriska material som författarna kom införskaffade i intervjuer och deras val av teori kopplades det samman, även detta i väl överlagda meningsutbyten. Uppsatsen är skriven i tvåsamhet för att nå en harmoniserad och enstämmig text.