

EXAMENSARBETE

Hösten 2007

*Institutionen för beteendevetenskap
Sociologi*

Kamouflerad nationalism

Författare

Anders Johannesson

Handledare

Eduardo Naranjo

Abstract

Denna uppsats handlar om vilka nationalistiska kännetecken och egenskaper som en svensk söker för att identifiera en artefakt som svensk. Nationalismen är gömd i allt runt omkring oss. Allt från förskolepedagogiken och skattekontoret till kaffemuggen och lägenheten speglar i någon utsträckning de idéer som det svenska samhället är uppbyggt kring. Denna speciella stämning som är typisk svensk går även igenom i hur man som konsument ser på en svensk produkt eller vilka egenskaper hos en artefakt man letar efter för att avgöra om den är svensk. Uppsatsen undersöker hur ett antal personer i Kristianstad tänker kring svenska ting. Undersökningen är en kvalitativ studie i enkätform med öppna frågor och bildjämförelser. De teman som visar sig i enkäten följs sedan upp i intervjuer för fördjupning och breddning. Viktiga teman för respondenterna visar sig vara design, kvalitet och modernitet.

Nyckelord: Nationalism, svenskhet, design, kvalitet, modernitet

Innehållsförteckning

1. Inledning	3
1.1. Syfte	3
2. Nationalism och svenskhet	4
2.1. Nationalism	4
2.2. Kamouflerad nationalism.....	5
2.3. Modernismen som svenskhet.....	7
2.4. Vad är svensk kultur?.....	7
3. Metod	8
3.1. Metodval	8
3.2. Metodkritik	8
4. Enkätdesign	9
4.1. Utformning.....	9
4.1.1. Sakfrågorna	10
4.1.2. Block 1	10
4.1.3. Block 2	11
4.1.4. Block 3	11
4.2. Urval och genomförande.....	12
4.3. Resultat	13
4.3.1. Block 1	13
4.3.2. Block 2	14
4.3.3. Block 3:1	15
4.3.4. Block 3:2	15
5. Intervjudesign och genomförande	16
5.1. Redovisning	17
5.1.1. Moderniteten	17
5.1.2. Kvalitet	18
5.1.3. Design.....	19
5.1.4. Ursvenskt, modernt svenskt eller nusvenskt.....	19
5.1.5. Bilderna på tekannor.....	21
5.1.6. Bilderna på bostadsområden.....	22
6. Analys	22
6.1.1. Kvalitet.....	23
6.1.2. Modernismen.....	23
6.1.3. Design.....	24
7. Diskussion	24
Referenser.....	26
Litteratur	26
Bilaga 1	28

1. Inledning

Som född och uppvuxen i nordöstra Skåne har jag inte haft några närmare kontakter med främmande kulturer i min uppväxt. Med föräldrar från gränstrakterna mellan Blekinge och Småland nu boende utanför Kristianstad, med allt vad det innebär av historia med fejder mellan danskar och svenskar, har jag vuxit upp i en miljö med öppet synsätt men traditionellt homogen svensk praktik. Sedan har jag genom hela uppväxten av omgivningen, skolan och samhället blivit upplärd i vad det innebär att vara svensk och vad som är svenskt men på ett subtilt plan. Jag har åkt till äppelfestival i Kivik och sett lastbilar åka förbi med trycket ”Svensk frukt” på sidan, varit och handlat på IKEA och lärt mig känna igen de stildrag som förknippas så starkt med Sverige. Till slut kan man känna igen de subtila uttrycken och säga: - Det där *känns* svenskt. Men efter att inom sociologin ha kommit i kontakt med begrepp som nationalism och föreställd gemenskap kommer frågan: Vad består känslan av svenskhet av egentligen? Hur kan man på en mugg se att den är svensk trots att den inte är blå och gul eller har tre kronor på sig?

1.1 Syfte

Trots att Sverige har en rik variation av olika människor, kulturer och levnadssätt kan man åtminstone tillsvidare och jämförelsevis uppfatta Sverige som ett homogent land kulturellt sett. Det borde alltså finnas något gemensamt för produkter eller artefakter som man ser som svenska eller de egenskaper som man söker för att identifiera en produkt som svensk. Detta borde också vara identifierbart för alla personer som är bevandrade i svensk kultur; alltså om man bor i Sverige oavsett kulturell bakgrund.

Syftet med uppsatsen är att belysa vilka signaler och egenskaper som en i Sverige boende person söker för att identifiera en artefakt som svenskt.

2. Nationalism och svenskhet

2.1 Nationalism

Nationalism är en relativt ny företeelse. Före 1900-talet ägnades fenomenet föga uppmärksamhet inom forskningen men med dess ökande betydelse under 1900-talet har allt mer skrivits om fenomenet. Ernest Gellner är en av de tänkare som varit ledande i att beskriva nationalismen (Giddens, 2003:378). Han menade att nationalismen har sitt ursprung i den industriella revolutionen när den framväxande företagsamheten behövde ett effektivt sätt att organisera och leda samhället. Dessutom uppstod ett behov av kontakter utanför den traditionella samhällsramen som inte varit av samma utsträckning tidigare. Vidare menar Gellner att utbildningssystemet var en viktig del för att organisera och hålla samman samhället. Samtidigt är detta en av de svaga punkterna i Gellners framställning då det svårigen förklarar de starka känslor som nationalismen frambringar (Giddens, 2003:279). Nationalismen handlar om en gemenskap men den bygger inte på direkta kontakter ansikte mot ansikte inom till exempel en by eller på en gård utan mellan människor som aldrig träffats och kanske aldrig kommer att göra det (Anderson, 1991). Som alla gemenskaper som inte bygger på direkt kontakt (och kanske inte ens dessa) är nationalismen en gemenskap som är skapad, en föreställd gemenskap menar Benedict Anderson, men till skillnad från Gellner inte ur en negativ bemärkelse som ”falsk” eller ”fabricerad” (Anderson, 1991:21).

Ursprunget till det nationella medvetandet kan sökas i en av de tidigaste av de kapitalistiska marknaderna, boktryckarkonsten. Genom att kunna trycka böcker och enligt de protestantiska idéerna trycka på de språk som folket talade och förstod skapades en brygga mellan människor och man fick upp ögonen för att det fanns människor som man hade något gemensamt med långt utanför den egna stadens gränser. Detta bidrog dessutom till att minska styrkan av den föreställda gemenskapen som den katolska kyrkan utgjorde (Anderson, 1991). Sedermera uppstod ett behov av att låta personer som talade ett visst språk få tillhöra ett broderskap, en bestämd grupp, en föreställd gemenskap av personer med samma språk på en egen plats. Då på mitten av 1800-talet när en folklig språknationalism hade uppkommit på flera håll i Europa kunde en officiell nationalism utvecklas som en reaktion från främst aristokratin för att överbygga gapet mellan dem och den folkliga nationalismen. Genom den officiella nationalismen genomdrivs en nationalistisk indoktrinering genom allt som hör det

officiella till som utbildning och administration. Speciellt tydligt är detta i den politik som nya stater för i sitt nationsbyggande (Anderson, 1991).

Idag visar sig nationalismen ofta i samband med idrottsevenemang där man hejar på sitt lag som är det samma som landet i nationsmästerskap. Denna nationalism, en slags "fotbollsnationalism", är övertydlig i sitt uttryck och användande av de nationalistiska symbolerna som markörer för nationalismen. Exempel på detta kan vara att man målar sig i landets färger eller viftar med flaggan (Ehn, 1993:213). I många länder är det vanligt med en övertydlig "flaggviftarnationalism" även i andra sammanhang än sport. Ett exempel är USA där nationalismen ofta tar sig uttryck i användandet av nationella symboler och frekvent användande av landets flagga. Till skillnad mot denna "flaggviftarnationalism" kan nationalismen visa sig på andra sätt än de uppenbara. Svenskheten består ofta i företeelser som inte har en direkt prägel av nationalistiska symboler. Alltså en motsats till den övertydliga "flaggviftarnationalismen", en istället kamouflerad nationalism (Ehn, 1993).

2.2 Kamouflerad nationalism

I boken "Försvenskningen av Sverige" skriver Billy Ehn (1993) om kamouflerad försvenskning. Han menar att en viktig del i en nationell gemenskap är de dagliga rutinerna, språket och de institutioner som alla i staten delar. Naturligtvis kan dessa rutiner inte skapa ett folk ensamt, mytologisk historia och retorik etc. är naturligtvis även de viktiga beståndsdelar (Ehn, 1993:236). Men dessa vardagliga rutiner skapar på så sätt en grund och en gemensam förståelseram för en nationalistisk idé att befästas i vardagen. Ett exempel är förskolan där man genom standardisering och likriktning av verksamheten över hela landet under 70- och 80-talen skapar en gemensam förståelsegrund för alla svenskar. Man skapade den "...svårdefinierade *stämningen* som påminde om stämningen på försäkringskassan, föreningssammanträdet eller tunnelbanan en vardagseftermiddag" (Ehn, 1993:244). En sådan stämning beskriver även Kati Laine-Sveiby i boken "Svenskhet som strategi" (1987), där en underförstådd och subtil mentalitet är verksam i styrelserum och på arbetsplatser; det är som om ingen styr verksamheten men arbetet ändå blir gjort.

För att återgå till förskoleexemplet kan vi se denna rationella inställning även här. Man driver verksamheten enligt de senaste vetenskapliga rönen hur ett barn ska uppfostras. Här finns inget flagghissande eller historieberättande om gamla svenska kungar, alltså ingen typisk

nationalistisk uppfostran till svenskar utan snarast en anti-nationell hållning. Svenskheten visar sig i stället som humanism och modernitet i uppfostran. Man uppfostrar barnen till ordningsamhet, tro på förnuftet, måttfulla känslouttryck och att undvika öppna konflikter (Ehn, 1993:244). Man kan lätt som svensk tro att barnen på så vis får en icke-nationalistisk uppfostran som passar alla men det är just dessa egenskaper som är det mönster som man som god svensk lever efter. Det typiskt svenska är i detta fall moderniteten och den rationella hållningen, man kan säga att det icke-kulturella och icke-nationalistiska är det typiskt svenska. Barnen blir uppfostrade till svenskar, men nationalismen är kamouflerad till rationell barnomsorg (Ehn, 1993).

Svenskarna uttrycker moderniteten och moderniteten blir ett svenskt kännetecken genom att befolkningen uttrycker den. Moderniteten går hand i hand med förnuftet. Speciellt starkt grepp fick detta tankesätt under 1950- och 1960-talen i Sverige. En framtidstro och tro på att förnuftet kunde hjälpa människan framåt. Med detta kommer en historielöshet, en syn på historien som oviktigt då gamla visdomar inte hjälper då man anser att man här och nu besitter alla de egenskaper som behövs för att lyckas med allt man tar sig för (Arnstberg, 1989:19). Historien ses som en epok där folket varit förblindat av traditioner och inte styrd på grundval av förnuft. På grund av denna förnuftstro ser svenskarna inte sitt handlande i vardagen som kulturellt; handlandet är i stället baserat på förnuftet och rationalitet. När svensken ägnar sig åt kulturella företeelser så är det i skymundan eller inom den privata sfären, inte i det offentliga livet, kulturen är en marginell del av tillvaron (Arnstberg, 1989).

Den grupp som bejaktar sin svenskhet är svenskamerikanerna, men dessa uttrycker nationalismen på ett amerikanskt sätt, det svenska skulle kunna vara vilken annan nationalitet som helst i förskingringen. Andra exempel på detta i USA är italiensk-amerikaner och tysk-amerikaner (Arnstberg, 1989). Precis som det i USA kan vara ett sätt att definiera ett amerikanskt uttryckssätt att bejaka en svensk nationstillhörighet, definierar en invandrare i Sverige det svenska genom att skilja sig från majoritetsbefolkningens handlingsmönster eller språk. Genom att avvika från ett förväntat beteende förstärks den kollektiva förståelsegrunden om det svenska (Ehn, 1993:263).

Arnstberg (1989) menar att svenskheten är svårutforskad. På grund av att den svenska kulturen i sig är antikulturell. Alltså den vänder sig bort från sådant som kan uppfattas som uttryck av kulturell natur. Han menar att den svenska kulturen är genomskådande och

diskvalificerar det som blir genomskådat. Alltså om svensken upptäcker att svensk kultur är kultur så upphör den att vara svensk kultur. För att inte genomskåda sin egen kultur går den inte heller att ta på allvar, därför måste den föras över till ett tankemässigt plan som inte gör den synlig i sig själv, utan bara synlig i konsekvenserna av handlande utefter den. En pragmatisk, rationell, logisk och vetenskaplig inställning (Arnstberg, 1989:84). Alltså raka motsatsen till "flaggvifternationalismen".

2.3 Modernismen som svenskhet.

Som framgått ovan kan svenskheten betraktas som modernism, rationalitet och förnuftstro. Den svenska moderniteten är starkt förknippad med folkhemstanken och hela det batteri av idéer och institutioner som är en del av framväxten av efterkrigstidens Sverige. I alla industriländer rådde en stark nationalism och fosterlandskärlek med tillhörande intresse för nationella symboler, historiska händelser och personer (Isaksson, 2001). Statsminister och ledare för Socialdemokraterna vid tiden före och under andra världskriget var Per Albin Hansson. Under hans ledning började socialdemokratin använda nationalistiska anspelningar, detta var något som tidigare var förbjudet för borgerligheten som under denna tid använde en aggressiv nationalistisk retorik, så nationalismen i vänsterns uttryck kan ses som relativt mild i förhållande till det. Till det nationalistiska fanns även "folk"-begreppet tätt kopplat. Detta lyckades socialdemokratin överta av borgerligheten och föra in i sin egen retorik och myntade begreppet *folkhemmet* med dess framtidsvision (Hall, 2000).

2.4 Vad är svensk kultur?

Karl-Olov Arnstberg (1989) tar upp ett intressant exempel där ett antal lärare skulle diskutera ett hypotetiskt scenario där Sverige hade utsatts för kärnvapenattack och en grupp svenska flyktingar hade hamnat i ett flyktingläger i Turkiet. Frågorna rörde sig kring vad som är svensk kultur, vad som är viktigt och vad som utmärker en svensk grupp människor. Lärarna delades upp i olika grupper. En grupp bestod av hemspråklärare med invandrarbakgrund. En annan grupp bestod av lärare utan direkt invandrarbakgrund. När man sedan jämförde vad de båda grupperna kommit fram till under diskussionen visade det sig vara stora skillnader. Lärargruppen utan invandrarbakgrund diskuterade språket, traditioner, religion och framförallt hur samarbetet med turkarna skulle fungera och vilka regler man ville slippa följa etc. Hemspråklärargruppens diskussion sammanfattades i stället i att en samförståndsmodell

skulle gälla och alla politiska oenigheter skulle tonas ner. De menade också att det skulle bildas en kommitté med olika arbetsgrupper som hade ansvar för olika områden som kunde bli viktiga, exempelvis kultur, olika sorters hälsovård och kontakter med myndigheter. Alltså den tänkta svenska flyktinggruppen skulle fortfarande vara mycket väl organiserad enligt hemspråkslärarnas tankar.

Alltså svenskt är inte bara de uppenbara sakerna som traditioner eller språket utan även en sådan abstrakt idé som det sätt som olika saker brukar organiseras i landet. ”Svenskt är det som förekommer och är vanligt i Sverige, **oberoende** av om det förekommer någon annanstans” (Arnstberg, 1989:35).

3. Metod

3.1 Metodval

För att genomföra en samhällsvetenskaplig studie krävs att man tar ställning till om studien ska få en kvalitativ eller kvantitativ ansats. En kvantitativ studie börjar oftast med en hypotes som genom en undersökning med vanligtvis fasta svarsalternativ och många respondenter, oftast en enkät, kan beläggas eller falsifieras, generaliseringar kan oftast göras. En kvalitativ undersökning har ofta explorativ karaktär som en förberedande studie för att undersöka fältet, ett sätt att gå in i forskningsprojektet på. Men en kvalitativ undersökning, som oftast genomförs i intervjuform, ger vanligtvis mer rik data som bättre kan hantera frågor som kräver förklaringar och tolkningar som exempelvis hur en person uppfattar en situation. Alltså utgår kvalitativ forskning från hur aktören uppfattar och tolkar situationen. Detta skriver bland andra Alan Bryman om i *Kvantitet och kvalitet i samhällsvetenskaplig forskning* (1997).

Jag har valt en kvalitativ ansats på undersökningen eftersom jag inte har något, förutom min egen förförståelse, att bilda mig hypoteser ifrån och för att förutsättningslöst kunna undersöka fältet. Dessutom ligger fokus i undersökningen på hur aktören tolkar fältet.

3.2 Metodkritik

Ett av de mest klassiska problemen med kvalitativa undersökningar är studien av den mexikanska byn Tepoztlán där två forskare kom fram till två vitt skilda bilder av byns liv

(Bryman, 1997:92). Detta visar på hur olika tolkningar kan vara sanna även om de till synes motsäger varandra, ett uttryck för komplexiteten i samspelet mellan människor.

Ett underliggande tema i många böcker om samhällsvetenskaplig forskningsmetod (Denscombe, 2000, May, 2001, mfl) är att problemen som uppkommer oftast är kopplade till forskarens person. Antingen det gäller de val som tagits i samband med forskningen, att välja en fråga framför en annan, en tolkning framför en annan eller i en intervju följa upp en tankegång eller en annan, eller i det sätt som forskarens uttryck eller attityd på något sätt påverkat respondenter eller aktörer. Eller att tolkningen av en situation eller ett uttalande blir olika beroende på om man är man eller kvinna. Detta är naturligtvis något som varje person som utför en undersökning måste vara medveten om och förhålla sig till för att påverka undersökningen så lite som möjligt.

4. Enkätdesign

För att skapa en grundläggande bild av hur aktörerna uppfattar svenskhet i produkter inleds den empiriska delen av undersökningen med en enkät. Enkäten används även som ett ramverk att utgå ifrån för att kunna göra en fördjupning med intervjuer senare, detta skriver bland andra Denscombe om (2000:134). För att förutsättningslöst kunna skapa en bild är det viktigt att de svarande inte är låsta av fasta alternativ. Därför formulerades huvuddelen av frågorna i en öppen form. Enkäten är alltså utformad som en strukturerad intervju i enkätform, alltså en kvalitativ ansats på en vanligtvis kvantitativ metod.

Det ramverk som enkäterna bidrar med till intervjuerna består av den grundläggande formen, intervjuerna utgår från samma frågor som finns i enkäten. Dessutom tas ett antal nyckelord och teman tillvara från enkäten för att undersökas närmare i intervjuerna.

4.1 Utformning

Enkäten är uppbyggd av tre huvudblock med en eller fyra frågor i varje block. Före de tre huvudblocken kommer en fråga om kön och en fråga om ålder på den svarande. Totalt omfattar enkäten nio frågor på två sidor. Sju frågor behandlar ämnet och av de är fyra öppna frågor (se bilaga 1).

4.1.1 Sakfrågorna

De två första frågorna finns med för att kunna bestämma om svaren på de andra frågorna har någon uppenbar skillnad beroende på kön eller ålder.

Frågan om vilket kön den svarande är utformades med en kryssruta för kvinna och en kryssruta för man. Rutan för kvinna placerades först för att bryta med traditionen att sätta männen före kvinnorna (Trost 2001:65). Negativt med denna fråga kan vara att någon fråga egentligen aldrig ställts utan frågan i själva verket är underförstådd (se bilaga 1).

Frågan om födelseår utformades enkelt även den. För att undvika problem med hur gammal man är om den svarande exempelvis fyller år om en månad valdes ordet "ålder" bort. Att använda färdiga klasser, exempelvis 21-25 år, 26-30 år, valdes bort för att undvika problemet med var gränsen ska dras mellan olika åldersgrupper. Färdiga kategorier kan vara ett problem när enkäten senare ska tolkas och skillnader kan gömma sig inom klasserna. De svarande kan också få ett intresse att dölja sin ålder och väljer medvetet fel klass. Dessutom går det utan större problem att skapa klassindelning trots att en högre nivå på data väljs redan vid insamlandet, därför valdes ordet "Födelseår" (Trost 2001:66). Negativt med denna fråga kan vara samma som förra frågan, att själva frågan är underförstådd.

4.1.2 Block 1

I block 1 ingick endast en fråga. "Vad kännetecknar en svensk produkt?". Frågan är ställd för att se den svarandes allmänna tankar kring svenskhet i produkter. Frågan placerades före de mer specifika frågorna i block 2 och 3 för att inte underförstått handla om specifika produkter så som "kött". Ett problem som kan uppkomma är om de svarande väljer att hoppa över denna fråga i början för att svara på de "enklare", mer specifika frågorna som kommer senare, på så sätt förloras till viss del också det öppna angreppssättet som är en fördel med att ha frågan före de specificerade frågorna. Problemet kan delvis förklaras av den höga abstraktionsnivån som frågan ligger på och den öppna formen den är ställd i, av vilket inget är särskilt vanligt i enkäter.

4.1.3 Block 2

I block 2 ingår två frågor. Den första frågan ”Skulle ursprungslandet spela någon roll för dig om du skulle köpa kött?” ställdes för att positionera den svarande inför nästa fråga. Frågan ställdes som ”om du skulle köpa kött” för att få med möjligheten att någon som vanligen inte köper kött, ex. vegetarianer, skulle kunna svara på frågan. Ett problem med frågan är att olika grupper av länder kan vara olika viktiga exempelvis kan länderna i EU vara likvärdiga för vissa svaranden. Likaså kan problem med tolkningen av frågan i betydelse att köpa kontra att veta vara problematiskt. Den svarande kan vara intresserad att veta varifrån köttet kommer men utan att det påverkar valet att köpa köttet.

Fråga två i block 2 är en öppen fråga. ”Vad tycker du skiljer kött tillverkat i Sverige från kött tillverkat i andra länder?”. Denna fråga ställdes för att få ett konkret exempel på en svensk produkt som kan jämföras med liknande produkter från andra länder. Ett problem med denna fråga är att den kan inverka negativt på de andra svaren. Friheten för tanken kan så att säga låsas vid kött, livsmedel eller kvaliteter som är typiska för dessa produkter när de svarande ska svara på de andra frågorna.

4.1.4 Block 3

Block 3 består av två delar med liknande utformning. Varje del består av två bilder och två frågor. I den första delen visar bilderna två tekannor och i den andra delen visar bilderna två bostadsområden (se bilaga 1).

I den första delen ställdes frågan: ”Vilken tekanna ser ut att vara svensk?”. Bilderna delvis valda för att testa om svenskhet förknippas med modernitet eller allmoge. Tekanna ett är av modern design och tekanna två är äldre i sitt uttryck. Ett problem med frågan är att den svarande kan förstå frågan som att han/hon ska peka ut den *svenska* tekannan och att det på så vis skulle finnas ett rätt svar. Alltså missförstår frågan och pekar inte ut den som *ser svensk ut*. Bilderna kan också vara partiska då det kan anses uppenbart vilken som ska se svensk ut. Båda tekannorna är japanska.

Fråga två: ”Varför ser den svensk ut?”. Problem kan uppstå på grund av de andra frågorna som begränsar tankarna kring just denna produkt.

Den andra delens första fråga: "Vilket bostadsområde ser ut att vara svenskt?". Samma problem som i första delens första fråga.

Andra delens andra fråga: "Varför ser det svenskt ut?". Bilderna delvis valda för att testa om svenskhet förknippas med organisation eller oorganisation. Bostadsområde ett ser mer organiserat ut än bostadsområde två. Samma problem som andra frågan i första delen. Dessutom i ännu högre grad problem med att frågan kan vara ledande med tanke på val av bilder. Bostadsområde ett är finländskt och bostadsområde två är svenskt.

4.2 Urval och genomförande

Urvalet ska ha samma karakteristika som populationen, vilket fås av ett sannolikhetsurval eller ett slumpmässigt urval, detta är viktigt för att kunna göra statistiska generaliseringar på populationen (May, 2001). Eftersom denna enkät inte mäter åsikter eller egenskaper som ska kunna leda till generaliseringar spelar urvalet mindre roll. Urvalet som används i undersökningen är det som Trost (2001) betecknar *bekvämlighetsurval*. Trots de nackdelar som detta innebär med osäkerhet om huruvida urvalet motsvarar populationen eller ej kan detta anses acceptabelt då resultatet av enkäten inte ska användas till generaliseringar och inte presenteras statistiskt utan användas för att kvalitativt analysera teman. Av denna anledning har det inte heller varit av central betydelse att få ett så stort antal svar som möjligt. Ett visst mått av hänsyn till urvalet har dock tagits och respondenter från flera olika sociala miljöer och bakgrunder har tagits med. Respondenterna har hämtats från fabriksmiljö, skolmiljö och fritidsaktivitetsmiljö. Vuxna personer i olika åldrar, både kvinnor och män, totalt 22 stycken. 10 av de svarande var kvinnor födda mellan 1947 och 1986 med median 1967. 12 av de svarande var män födda mellan 1940 och 1988 med median 1971.

Genom att författaren i största möjliga mån försökt vara med och i vissa fall kunna förtydliga uttryck och frågor i enkäten har svaren kunnat bli utförliga trots den relativt komplexa frågeställningen. Enkäten kan därför som tidigare nämnts användas som ett slags förinterjuver till intervjuerna och effektivt kunna fungera som en tema- och kunskapsgrund till intervjuerna. Genom detta har även problemet med bekvämlighetsurvalet som Trost (2001:31) beskriver, där ett frågeformulär med många öppna frågor endast blev besvarat av de som var mest entusiastiska till ämnet och därför snedvrider urvalet, till stora delar undvikits.

4.3 Resultat

Enkäten gav 22 svar. Ingen tydlig skillnad i svaren mellan män och kvinnor eller personer i olika åldrar har observerats.

Det som är intressant med svaren på frågorna i enkäten är hur svenskar uttrycker sig kring svenskhet i produkter. Hur man uttrycker sig speglar vad man tänker eftersom språket används för att konstruera uppfattningen av verkligheten och därigenom hur man sedan handlar eftersom handlingarna bygger på uppfattningen om verkligheten. Alltså om man köper svenskt kött finns bilden av vad svenskt står för speglat på köttet. Svaren på frågorna visar alltså bilden den svarande har av vad som utmärker svenskheten i produkten.

Texten har brutits ner till delar som sedan har kunnat inordnas i olika grupper av meningar och ord med samma betydelse eller syftande till samma område av vikt för den svarande. Vissa ord som de svarande har betraktat som viktiga, antingen genom att vara ofta återkommande eller genom ett begrepp som innefattar ett ofta återkommande tema, har sorterats ut som nyckelbegrepp.

4.3.1 Block 1

Det viktigaste begreppet från block 1 var ”kvalitet” ett begrepp som återkommer i över hälften av enkätsvaren. Man kan även härleda kvalitetsbegreppet till flera av de kommande kategorierna. Svaren har uteslutande haft en positiv eller neutral klang, inget svar har haft en negativ antydning.

Produktens utseende

Här återfinns uttryck för att och hur produkten är designad med ord som ”stramhet”, ”nedtonat” och ”enkelhet”. Dessutom ska designen vara funktionell och ”lätt att använda”.

Produktens innehåll

Här finns uttryck för att innehållet i produkten inte ska vara skadligt vare sig för människa eller natur, dessutom ska vad som ingår i produkten ska vara väl beskrivet i innehållsförteckningen. Att det finns ”garanti om den inte håller vad den lovar”.

Omständigheter vid tillverkningen

Denna kategori innehåller uttryck för att arbetsmiljön varit acceptabel för de personer som tillverkat produkten. Noggrannhet vid tillverkningen. Att produkten tillverkats på ett sätt som inte är miljöfarligt. Att utveckling och tillverkning skett i Sverige.

4.3.2 Block 2

På fråga två, fråga ett i block 2, svarade bara 3 personer att ursprungslandet inte spelade någon roll med det undantaget att en av de som svarade ”Ja” ansåg att informationen var det som var viktigast, alltså att veta varifrån köttet kommer är viktigt men utesluter inte köp. Frågan kan alltså ha varit för snävt ställd.

Ingen skillnad mellan svaren på andra frågan i block 2 kunde urskiljas i förhållande till fråga ett i block 2.

Viktiga teman:

Djurhållning

Här menar man att djurhållningen är bättre i Sverige och reglerna för bönder är hårdare.

Transporter

Detta tema är delat i två delar. Första delen går ut på att transporterna är kortare och därför skulle vara billigare, bättre för miljön och ge färskare kött genom kortare tid. Den andra delen utgår från att djuren har det bättre i svenska transporter både på grund av regler och på grund av tiden i transporterna är kortare.

Antibiotika

De svar som hamnat inom detta tema går ut på att svenska djur inte ges lika mycket antibiotika, speciellt för tillväxten. Bättre kontroll av detta i Sverige.

Kötthantering och smittor

Hantering av köttet anses vara bättre i Sverige. Ett svar kommenterar att med tanke på köttfärrsskandalen i slutet av 2007 kan man inte vara säker. Dessutom anses kontrollerna vara bättre i Sverige även kontroller av eventuella smittor.

Övrigt

Vissa anser sig inte se någon skillnad, någon nämner även pris. Någon säger sig märka skillnad mellan svenskt och utländskt kött och någon pekar på att känslan av att köpa svenskt kött är bättre.

4.3.3 Block 3:1

Del ett i block 3 består av frågorna om vilken tekanna som ser mest svensk ut och varför. Endast en av de svarande tyckte att tekanna två såg mest svensk ut. Detta med hänvisning till att den ser gammal ut och att materialet ser ut att vara järn som traditionellt är ett svenskt material. De andra svarade att tekanna ett såg mest svensk ut. Följande beskrivningar gäller tekanna ett.

Design

Detta var den huvudsakliga anledningen som togs upp, med inriktning på ord som ”stilren”, ”enkla linjer”, ”inget krimskrams”, ”slät”, ”mjuk form” och ”ren design”.

Ser ”vanlig” ut

Några svarande tyckte att tekanna ett liknar något som man kan köpa på IKEA och därför känns svenskt. Någon tyckte att den såg ”vanlig” ut och inte såg handgjord ut.

Övrigt

Här kan nämnas att några av svaren pekade på att keramik var svenskt. Att kanna ett ser ”modern” ut eller ser ut att komma från 60-talet. En svarande tyckte att tekanna två såg utländsk ut och valde därför tekanna ett.

4.3.4 Block 3:2

Del två i block 3 består av frågorna om vilket bostadsområde som ser mest svensk ut och varför. Alla de svarande valde här bostadsområde ett. Ett av svaren hade dock tillägget att båda områdena kunde vara svenska men byggda i olika tidsperioder.

Förort

De flesta svaren kan sorteras in under denna kategori. Flera har hänvisat till ord som ”förort”, ”massproducerat”, ”miljonprogrammet” och ”50-60-tal”. För att understryka de tidigare orden har följande uttryck använts: ”homogen bebyggelse”, ”många bostäder på liten yta”, ”lite natur”, ”opersonligt”, ”effektivt” och ”nedtonat”.

Grått och trist

Många av svaren kan även sorteras in under denna rubrik. Som speciellt utmärkande kan ordet ”kommunalgrått” nämnas. Även vädret togs upp som ett uttryck för det gråa i bostadsområde ett medan bostadsområde två ser ut av vara i solsken.

Bostadsområde två ser inte svenskt ut

Under denna kategori sorteras de svar som ansett att bostadsområde två inte ser ut att komma från Sverige utan vanligtvis från Spanien eller något annat sydeuropeiskt land.

Övrigt

Här kan speciellt nämnas att vattentornet på bild ett ansågs vara viktigt för att den bilden ser svenskt ut. Raka linjer och funktionell design är annat som nämns.

5. Intervjudesign och genomförande

För att fördjupa svaren i enkäten och följa upp vissa teman som togs upp där valde jag att genomföra två stycken semistrukturerade intervjuer om vardera ca 20 minuter. Den semistrukturerade formen valdes för att kunna vara öppen för de tankar och associationer som de intervjuade har men ändå kunna styra vilka ämnen som behandlas (Denscombe, 2000). Intervjuerna genomfördes i en miljö som den intervjuade kände sig hemma i men på ett sätt som undviker de störningsmoment som kan uppkomma i den intervjuades hem som Tufte (2002:100) beskriver, exempelvis familjemedlemmar som drar uppmärksamheten från intervjun.

De intervjuade valdes ur den grupp som fått enkäten och hade på så vis en viss inblick i ämnet från början. Strukturen på intervjuerna styrdes av den ram som enkäten utgjorde och de teman och nyckelord som respondenterna tagit upp.

5.1 Redovisning

Redovisningen av intervjuerna kommer att göras med utgångspunkt i de teman som tas upp och skillnader mellan intervjuerna kommer att belysas. Framställningen blir en fallbeskrivning där empirin ”talar” genom citat ur intervjuerna (Nylén, 2005).

I det följande betecknar ”I1” den intervjuade i intervju 1 och ”I2” den intervjuade i intervju 2. ”F” betecknar intervjuaren som ställer frågorna.

5.1.1 Moderniteten

Den första intervjun uppehöll sig mycket kring på vilket sätt Sverige förknippas med modernitet och efterkrigstiden. I1 diskuterar att noggrannhet och organisation är något som känns svenskt och kommer från rationaliseringstankarna som kom med moderniseringen av samhället. Att produkter inte ”bara ser snygga ut” utan även fyller någon slags funktion. En design som är funktionell och användarvänlig nämner också I2.

I2: Inte är för mycket krokarna och böjarna som inte tjänar något syfte utan hellre raka linjer.

Att funktionalistisk design är något som kopplas till svensk modernitets glansperiod på 50-, 60- och 70-talen är något som I2 också nämner i samband med bilderna på bostadsområdena där bostadsområde ett presenteras som ett miljonprogramsområde där tydlig organisation råder, I2 säger: ”svensk organisation och byråkrati” och ”ordning och reda”. I1 menar att moderniteten i Sverige tog fart efter andra världskriget.

I1: Sverige hade det ju väldigt lätt efter andra världskriget att bygga upp sitt samhälle för att det inte hade raserats.

I1 säger att Sverige hade ett försprång gentemot andra länder in i moderniteten på grund av den ekonomiska situationen.

F: Är det därför du tror att moderniteten förknippas så starkt med svenskhet?

I1: Ja det tror jag. Det finns många företag och företeeser som skapades just på grund av att vi kommit så långt i den ekonomiska utvecklingen och just design och sådana företeeser som var stort i Sverige på 60- och 70-talet och framåt, att det har satt sin prägel på vad som är det moderna även i resten av världen. Att funktionalitet är något som då tillhörde framtiden och nu snarare tillhör nutiden.

Genom att vara i framkant i utvecklingen har alltså Sverige blivit förknippat med modernitet.

5.1.2 Kvalitet

Kvalitet är ett genomgående tema i båda intervjuerna. En svensk produkt är en produkt av hög och bra kvalitet antagligen till ett högre pris också.

F: Är kvalitet något som är genomgående för att svenska produkter ska uppfylla för att man ska kunna se dem som svenska?

I2: Ja, det är det tror jag. Jag funderar på det här i jämförelse med pris, en billig svensk produkt, det låter inte riktigt rätt kanske. För då tänker man att det har hänt någonting, det kanske är dåliga råvaror eller dålig tillverkningsprocess eller dålig kvalitet då. Så svenskt det är nog lite dyrt och kvalitet.

I1 menar att man i Sverige ”bygger saker för att de ska hålla” och att det i samhället finns en uppfattning, en norm att man ska göra saker noggrant och ordentligt.

I1: Samhället kan spela en roll i att fastställa den här normen av att kvalitité är något som man värdesätter i Sverige.

Kvalitetsaspekten har även andra sidor så som användarvänlighet, funktion eller säkerhet för människa och miljö. I1 säger att det som kännetecknar en svensk produkt bland annat är:

I1: ...att den inte är direkt miljöskadlig eller skadlig för hälsan för den delen, pålitligt, säkert.

I fråga om kött säger I2:

I2: ...man tror kanske ändå att svenska djur inte får så mycket antibiotika och mycket tillsatser varken i mat eller i medicin så att det kanske är mindre man får i sig av dåliga saker om man äter svenskt kött.

Man tänker även på de som har tillverkat produkten. En svensk produkt ska vara tillverkad under rättvisa arbetsförhållanden.

I2: ...om man då går ut i reklamen med att denna är svensktillverkad ... då är det nog viktigt att de som har gjort den inte har fått slavarbeta, annars känns det inte svenskt, då känns det osvenskt.

5.1.3 Design

Båda intervjuerna nämner hur produktens design ska se ut för att se svensk ut. I1 tänker på ”stilren” design och avsaknad av ”överflödiga detaljer”. I2 säger att produkten ska vara ”sparsamt designad”, men även renhet, tydlighet och enkelhet. De båda intervjuade nämner också olika företag som en bärare av svenska uttryck i design och kvalitet. I fråga om tekanna ett säger I1 att den skulle man kunna ”köpa på IKEA”, I2 nämner i sammanhanget ”Höganäs” som tillverkare av lergods föremål och ”svensk kvalitetsvara”.

5.1.4 Ursvenskt, modernt svenskt eller nusvenskt

När det kommer till frågan om vilken tidsepok som förknippas med svenskhet och uttryck för vad som är svenskt glider åsikterna isär mellan de båda intervjuade.

F: När vi ändå pratar om tidsålder finns det någon speciell epok eller tidsålder som förknippas mer med det svenska, att vara svensk eller en svensk produkt hämtar mycket inspiration från kanske en tidsålder för att beskriva sin svenskhet?

I2: Ja, om man går riktigt långt tillbaka och tänker någon tidsålder alltså gamla bondesamhället, det är svenska grejer och man går på museum: -Å, titta här ett gammalt svenskt skäcketrä eller en gammal fiol eller någon spinnrock eller något så där så tycker man kanske att det känns svenskt bara för att det tillhör det gamla bondesamhället och vill man ha inspiration i dag kanske man kan hämta det redan ifrån den tiden eller snapphanetiden, man tror att folk hade det på något speciellt

sätt. Men annars kanske mer femtiotalet när Sverige växte så himla fort, när det gick så bra för Sverige och allting rullade på i världens hastighet att man kanske tyckte att den designen som fanns då kanske skulle kunna spegla någon positiv svensk era då.

I1 håller på att det moderna är det svenska och efterkrigstidens idealgrund.

I1: Ja det är väl efterkrigstiden då, 50-, 60-, 70-talet när vi byggde upp Sverige från grunden, folkhemmet och stark ekonomisk utveckling.

I1 menar att tanken om noggrannhet, organisation och att produkter ska vara funktionella är något som kommer från "rationaliseringstanken som kom med moderniseringen av samhället". I1 menar att svenskar arbetar "våldigt hårt och pliktenligt" och att "man kommer i tid och man gör sina sysslor som man ska".

På frågan om det kan finnas olika sorters svenskhet i produkter där influenserna hämtas från en annan tidsålder än folkhemsepoken, så som ett bondesamhälle svarar I1:

I1: Jag tror att man får definiera svenskhet utifrån vad det är just nu och om det var någonting som kändes typiskt svenskt då 1920 till exempel så hör det ju hemma i den tidsepoken. Annars skulle man ju kunna räkna en massa saker som typiskt svenska.

I2 väljer istället att under intervjun utveckla resonemanget och ser svenskhet både i bondesamhället och i det moderna efterkrigssamhället men ser även en utveckling av det rationella folkhemmet till att bli mer individcentrerat. I samband med bilderna på bostadsområdena säger I2 att bostadsområde ett har en tydlig organisation och ser ut att vara ett miljonprogram, 60-talsområde. I2 fortsätter med att koppla organisationen till hur det var i skolan på den tiden jämfört med nu och ser att skolan blivit mer individcentrerad.

F: Känns det svenskt eller osvenskt, det här om man flyttar fokus till individen istället för den här gruppindelningen.

I2: Ja, eftersom jag uppfattar att Sverige är så idag måste jag nästan säga att det är ju svenskt det också, annars stämmer det ju inte riktigt. Det kanske inte stämmer med en äldre uppfattning om Sverige som organiserat, byråkratiskt och så men det stämmer ju bra med svenskheten idag som det ser ut i samhället och i skolan och på många håll.

F: Men uppfattar du det som att det fortfarande är väldigt organiserat eller uppfattar du det som att det har blivit mer oorganiserat?

I2: Nej jag tycker nog det fortfarande är rätt organiserat, man får minsann inte göra som man vill även om det är väldigt individcentrerat.

5.1.5 Bilderna på tekannor

Båda de intervjuade tyckte att tekanna ett var den som såg mest svensk ut av tekannorna. Båda nämner också den stilrena designen, avsaknaden av onödiga utsmyckningar och funktionaliteten.

I2: ... handtaget är användarvänligt att hålla i, man bränner sig inte på värmen.

I1 säger att tekanna två inte ser ut att höra hemma i Sverige utom möjligtvis i ett "förmodernt sammanhang" till skillnad från tekanna ett som I1 ser som modern. I2 tycker att båda ser nyttillverkade ut men båda ser ut att vara av en äldre modell, alltså I2 ser ingen av tekannorna som en helt modern modell. I2 nämner också att "kotten" på toppen av tekanna två är en av detaljerna som får den att se utländsk ut. I1 nämner också utsmyckningen på tekanna två som skiljer sig från den subtila på tekanna ett.

I1: Medan tekanna två har en väldigt detaljrik utsmyckning som inte direkt fyller någon egentlig funktion förutom den just bildliga funktionen.

Med tanke på materialet i kannorna anser I1 att lergods nog är mer lättarbetat än metall och I2 tycker att metall inte känns lika "hemma i Sverige".

5.1.6 Bilderna på bostadsområden

Båda de intervjuade valde bostadsområde ett som det som ser mest svenskt ut. I1 menar att ”man har ju sett sådana bostadsområden i Sverige”, miljonprogramsbygge, relativt billiga och ”de fyller ju sin funktion som bostäder”. I2 lägger först märke till det ”tråkiga” vädret på bild ett och menar att på bild två är sol och vita fasader, byggt på en kulle ser det ut att komma från Grekland. I1 säger också att vädret spelar roll för vilket av bostadsområdena som ser svenskt ut och att bostadsområde två inte ser svenskt ut och nämner tornet på bild två och byggstilen i etapper på kullen.

I1: att det byggs i olika höjdnivåer och det känns mindre svenskt eftersom det verkar vara ett besvärligare sätt att bygga på än det raka enkla. Man har lagt ner mer tid på design än den primära funktionen att inhysa människor.

Både I1 och I2 tycker att vattentornet på bild ett ökar på känslan av att det är ett svenskt område. Både I1 och I2 tycker att bostadsområde ett ser tråkigt och grått ut.

F: Ser det lite tråkigt ut också kanske?

I2: Ettan ja, fy tusan.

F: Är det typiskt svenskt, tråkigt och grått?

I2: Ja det kan det nog vara ... det måste inte vara det men visst.

Både I1 och I2 tycker att område ett ser ut att vara byggt på 60-talet. Område två tycker I1 ser ut att vara byggt på 80-talet och I2 anser det vara från ”idag”.

6. Analys

Genom empirin har jag försökt klarlägga vilka egenskaper som konsumenten läser in i en svensk produkt och vilka egenskaper som kännetecknar en svensk produkt i konsumentens ögon. Man kan säga att konsumenten projicerar nationella uttryck på produkter eller ser en produkt genom den nationalistiska tankefigurens glasögon. Den stämning som Ehn (1993) skriver om som finns överallt i det svenska samhället visar sig i den bild konsumenten har av produkten har det visat sig. Att förnuftstro och rationalism, alltså grundpelare i en modern tankefigur, tar sig uttryck i produkter genom användbarhet och funktionalism. Samma

grundidé som styrde förskolan till att uppfostra barnen till humanism och förnuftstro visar sig i konsumentens bild av en svensk produkt som kontroll av farliga ämnen och rätt till sunda arbetsförhållanden.

Följande områden har jag kommit fram till är viktiga i respondentgruppens bild av vad som kännetecknar en svensk produkt.

6.1.1 Kvalitet

Kvalitet är ett begrepp som återkommer ofta i både enkäter och intervjuer. Man menar att en svensk produkt har hög kvalitet. Enkäterna visar i Block 1 och med mer specifikt i Block 2 att kvalitet kopplas till produktens innehåll. I Block 1 nämns att innehållet inte ska vara skadligt för människa eller natur, i intervjuerna nämns detta av I1. I Block 2 återkommer detta tema tydligt med svar att man inte tror att svenska djur får lika mycket antibiotika, detta visas även tydligt i intervjuerna där I2 nämner att man som konsument av svenskt kött antagligen får i sig färre skadliga ämnen. I enkäterna tas även transporter och djurhållning upp i Block 2 som exempel på att svenskt kött skulle vara bättre för djur och natur. I1 nämner att kvalitet är något som värdesätts högt i samhället och rationaliseringen i samband med moderniseringen av samhället är en av orsakerna till att exempelvis noggrannhet och pliktuppfyllelse i arbetet är viktigt i Sverige.

6.1.2 Modernismen

Intervjuerna och framför allt I1 behandlar moderniseringen av samhället. I1 ser att de egenskaper som efterfrågas i arbetet som plikt och noggrannhet är något som går igen i produkterna som exempelvis funktionalitet. Kopplingen mellan det moderna samhället med dess ideal och vad som är typiskt svenskt blir speciellt tydlig när de svarande kommenterar bilderna på bostadsområdena. I enkäten, Block 3:2, är ett viktigt tema att bostadsområde ett ser massproducerat ut, man hänvisar till att det ser ut som en förort i miljonprogramsstil från 50-60-talet, ”kommunalgrått” skriver en respondent. Både vädret på bilderna och vattentornet på bild ett ger känslan av ett typiskt svensk område anser både de intervjuade och respondenterna till enkäten. Samstämmighet fanns också om att funktionaliteten och de raka linjerna i område ett visade på svenskheten.

6.1.3 Design

Raka linje och enkelhet i designen var ytterligare en punkt där intervjuer och enkätsvar var samstämmiga. För att en produkt ser svensk ut pekades det på att designen var stilren i sammanhang med bilderna på tekannorna i Block 3:1. Endast en av enkätrespondenterna kopplade den till synes äldre mer detaljrika designen på tekanna två till att vara svensk. I2 nämnde dock att båda tekannornas design skulle kunna vara gamla. Materialet som tekannorna till synes är tillverkade i gav också skilda associationer någon ansåg att järnet kändes som ett traditionellt svenskt material medan någon annan tyckte att lergods var mer svenskt. I1 gav styrka åt synpunkten att tekanna ett ser mer modern och därmed svensk ut genom att anse att lergods är ett mer lättarbetat material. En svensk design anses genomgående i undersökningen vara enkel, nedtonad, stram eller ren. Funktionaliteten framhävs också som ett viktigt element i svensk design. I1 pekar på att detta är något som kan kopplas till rationaliteten i det moderna svenska samhället.

7. Diskussion

Fokus i denna studie har *inte* varit nationalismen som sådan utan förståelsegrunden den skapar i samhället som personer relaterar till och framförallt vilka egenskaper i produkt som en konsument ser i hänsyn till detta. Även om undersökningen är för liten för att dra några generella slutsatser om vad konsumenter läser in för egenskaper i svenska produkter ger det en fingervisning om vilken bild man relaterar till. Jag tycker man se att de idéer som efterkrigstidens samhällsbyggnad grundas på i högsta grad är verksamma i människors medvetande och känsla för det svenska.

Hade jag börjat arbetet i dag hade jag antagligen ägnat mer tid åt att granska även statusaspekten på ämnet, med tanke på att en överväldigande majoritet av svaren var antingen positiva eller neutrala i svaren (exempelvis ”hög kvalitet”, ”bättre kontroll” etc.). Har man en känsla av att en produkt som uppfattas eller utger sig för att vara svensk har högre status? Jag har i alla fall fått en känsla av att det är på det viset.

Undersökningen väcker betydligt fler frågor än den ger svar på. Här är några frågor som dykt upp under arbetets gång.

- Vilka egenskaper försöker en marknadsförare visa på genom att sälja produkten som svensk?
- Hur ser svenskars bild av svenska produkter ut i förhållande till hur personer i andra länder ser på svenska produkter?
- Har man liknande uppfattningar i andra länder om vad som utmärker det landets produkter?
- Finns det skillnader i uppfattningen om svenska produkters egenskaper i olika åldersgrupper, samhällsklasser eller invandrargrupper (eller för den delen andra maktstrukturer, hierarkier eller grupper)?
- Varför uppfattar människor en produkts egenskaper som man gör, speglar nationalistiska idéer, status etc.?

Referenser

Litteratur

- Ahrne, G., Roman, C. & Franzén, M. (2003). *Det sociala landskapet*. Göteborg: Korpen.
- Anderson, B. (1991). *Den föreställda gemenskapen*. Göteborg: Daidalos.
- Arnstberg, K-O. (1989). *Svenskhet – den kulturförnekande kulturen*. Stockholm: Carlssons.
- Bryman, A. (1997). *Kvantitet och kvalitet i samhällsvetenskaplig forskning*. Lund: Studentlitteratur.
- Daun, Å. (1998). *Svensk mentalitet*. Stockholm: Rabén prisma.
- Denscombe, M. (2000). *Forskningshandboken*. Lund: Studentlitteratur.
- Ehn, B., Frykman, J. & Löfgren, O. (1993). *Försvenskningen av Sverige*. Stockholm: Natur och kultur.
- Giddens, A. (2003). *Sociologi*. Lund: Studentlitteratur.
- Hall, P. (2000). *Den svenskaste historien – Nationalism i Sverige under sex sekler*. Stockholm: Carlsson Bokförlag.
- Isaksson, A. (2001). Per Albin Hansson – Fosterlandet, Folkhemmet och Svenskmannagärningen. I Johansson, A. (red.). *Vad är Sverige?* Stockholm: Prisma. S.227-252.
- Johannessen, A. & Tufté, P.A. (2002). *Samhällsvetenskaplig metod*. Malmö: Liber.
- Laine-Sveiby, K. (1987). *Svenskhet som strategi*. Stockholm: Timbro.
- May, T. (2001). *Samhällsvetenskaplig forskning*. Lund: Studentlitteratur.

Nylén, U. (2005). *Att presentera kvalitativa data*. Malmö: Liber.

Trost, J. (2001). *Enkätboken*. Lund: Studentlitteratur.

Bilaga 1

Hej!

Jag heter Anders Johannesson och läser Sociologi III på Högskolan Kristianstad.

Denna enkät är en del i ett arbete om nationella kännetecken, symbolik och svenskhet.

Alla svar kommer att behandlas konfidentiellt och inget som kan knyta dig personligen till dina svar kommer att presenteras i resultatet av undersökningen.

Får du inte plats att skriva allt du vill på en fråga så skriv gärna på baksidan.

Tack för att du vill delta i undersökningen.

Kvinna

Man

Födelseår

1. Vad kännetecknar en svensk produkt?

.....
.....
.....
.....

2. Skulle ursprungslandet spela någon roll för dig om du skulle köpa kött?

Ja

Nej

3. Vad tycker du skiljer kött tillverkat i Sverige från kött tillverkat i andra länder?

.....
.....
.....
.....

Vänd!

4. Vilken tekanna ser ut att vara svensk?



Tekanna 1



Tekanna 2

Tekanna nr.

5. Varför ser den svensk ut?

.....

.....

.....

.....

4. Vilket bostadsområde ser ut att vara svenskt?



Bostadsområde 1



Bostadsområde 2

Bostadsområde nr.

5. Varför ser det svenskt ut?

.....

.....

.....

.....

Tack för din medverkan!