

Alkoholparadiset

– En studie om svenska turisternas syn på alkohol i
Thailand

The alcoparadise

*– A study about swedish tourists way of thinking about
alcohol in Thailand*

Maria Björkholts Svedén

Ida Lind

Handledare: Johan Bergstedt
Lars Kvarnström

Sammanfattning

Vårt syfte är att undersöka turisters syn på alkohol på semestern i Thailand. Detta undersöker vi genom att genomföra intervjuer och koppla samman det med litteratur. Vi gör en diskursanalys på våra intervjupersoners utsagor då vi inte värderar sanningshalten i deras berättelser utan det vi vill undersöka är varför de uttrycker sina åsikter och uppfattningar. För att kunna tolka intervjupersonernas syn är det viktigt att ha den turistiska blicken och den västerländska turistens privilegier i åtanke. På semestern är turisterna placerade i en annan miljö än vad de vanligtvis är. För att miljön och kulturen inte ska kännas allt för främmande för turisten skapas både en mental och geografisk turistbubbla. Det turisten ser och uppfattar på semestern påverkas av turistens tidigare erfarenheter och kunskap. Turistens kulturella bakgrund är annorlunda än thailändarnas. Detta gör att turister med den turistiska blicken uppfattar saker på ett annorlunda sätt på en destination jämfört med lokalbefolkningen. Vi kopplar även maktbegreppet till vår undersökning. Makt kan tolkas på många olika sätt. Turisterna kan bland annat ha ekonomisk makt samt kulturell makt.

I denna undersökning kommer vi fram till att det är viktigt att turistens förväntningar möts på semestern för att turisten ska känna sig tillfredsställd. Alkohol är en viktig komponent för våra intervjupersoner och huruvida turisternas alkoholvanor påverkar lokalbefolkningen har de olika åsikter om. Det finns undersökningar som visar att svenskar dricker mer alkohol på semestern. Våra intervjupersoner håller med om att deras konsumtion ökar på semestern. Detta på grund av bland annat billigare pris, ökad tillgänglighet och en känsla av ledighet och frihet på semestern. Våra intervjupersoner har förståelse för att alkohol har stora konsekvenser på ett samhälle, både i positiv och negativ bemärkelse.

Innehållsförteckning

Inledning	1
Syfte och frågeställningar	1
Avgränsning	2
Metod	3
Urval	4
Diskursanalys	4
Bakgrund	6
Alkohol	6
Turismens bakgrund	9
Forskningsläge	11
Teoretiska utgångspunkter	14
Den turistiska blicken	14
Den västerländska turistens privilegier	14
Makt	16
Undersökningens resultat	18
Alkoholen och turismens kultur	18
Ekonomiskt perspektiv	21
Ansvar och makt	23
Alkoholkulturens konsekvenser	27
Avslutning	34
Avslutande reflektioner	34
Källförteckning	36
Tryckta källor	36
Internetkällor	38
Muntliga källor	38
Bilaga 1	40

Inledning

I den här studien kommer ni att få möta åtta individer som alla har besökt Thailand någon gång under de senaste åren. Vi kommer att undersöka hur turister uppfattar sin egen påverkan på en destination och hur semestern påverkar turisten. Är turisternas alkoholvanor annorlunda på semestern jämfört med hemma och vad beror det i sådana fall på? Vi kommer även lyfta fram om våra intervjupersoner anser att deras kultur och alkoholvanor påverkar Thailand.

I dagens samhälle har turismen blivit en väldigt stor industri. Turismen i sig har många följder som påverkar destinationslandet på många olika sätt. Alkohol har blivit en stor del av turisternas semester och blivit en del av det turistiska paketet. Vi har valt att undersöka alkoholens påverkan på en destination. Alkohol kan ha många olika effekter för enskilda individer, grupper och samhällen. Dessa effekter kan vara olika beroende på hur samhället ser ut och vad lokalbefolkningen har för syn på alkohol. Denna syn tror vi kan påverkas av att det kommer många turister med annorlunda alkoholkultur till en destination. Vi vill därför välja en destination som många turister reser till där deras kultur är väldigt olik turistens.

Vi valde detta ämne för att det är ett ämne som alla kan relatera till. Alla turister stöter på något sätt på alkohol på semestern. Vi väljer att skriva om Thailand men Thailand är bara ett exempel och det som vi behandlar i studien går även att applicera på andra länder. Det finns en del tidigare forskning om ämnet. Men det som gör vår uppsats unik är att vi lyfter svenska turisternas perspektiv på alkohol på semestern. Vi vill lyfta fram våra intervjupersoners historier och upplevelser och koppla detta till den tidigare forskningen som finns. Detta för att stärka eller ifrågasätta den existerande forskningen. Innan vi genomförde våra intervjuer var vi oroliga för att våra intervjupersoner inte skulle vilja prata om ämnet alkohol då det kan ses som moraliskt fel och tabubelagt att vara berusad. Det ville vi undvika genom att berätta för intervjupersonerna innan intervjun att de skulle vara anonyma i vår uppsats.

Syfte och frågeställningar

Turister dricker i regel mer på semestern än vad de gör hemma. Det gör att de för med sig en högriskkonsumtion till semesterorten. Syftet är att undersöka svenska turisternas syn på betydelsen av alkohol på semestern i Thailand och hur deras medvetenhet ser ut kring att deras annorlunda alkoholkonsumtion påverkar lokalbefolkningen.

Frågeställningar:

- Vad är viktigt för turister på semestern?
- Hur upplever turisterna att den västerländska alkoholkulturen påverkar Thailand?
- Hur påverkar turismen turisternas egna alkoholvanor?
- Vilka konsekvenser uppfattar turisterna att alkohol har i ett samhälle?

Avgränsning

Vi har valt att göra en geografisk avgränsning till Thailand. Thailand använder vi som exempel i vår undersökning men företeelsen finns även i andra länder. Vi valde Thailand för att det är ett vanligt turistmål för svenskar och kulturskillnaderna mellan Thailand och Sverige är relativt stor vilket gör att turisterna lättare kan se skillnader. Det är svenskars syn på alkohol under sin semester i Thailand som vi undersöker.

Med turism kommer många följder och vi har försökt att hålla oss till ämnet alkohol även om det hänger ihop med mycket annat som till exempel sexturism. Vi har valt att inte gå in djupare på följderna för att det då skulle bli en för omfattande undersökning. Vi har istället valt att avgränsa oss till maktrelationen mellan svenska turister och thailändarna och hur maktrelationen visar sig. I studien behandlar vi även vilka konsekvenser alkohol har på ett samhälle.

Metod

Vi har genomfört en kvalitativ studie med totalt åtta stycken intervjuer. Vi valde att göra en kvalitativ studie för att den behandlar inte informationen numeriskt eller sammanställer statistik utan går istället på djupet och behandlar ett specifikt ämne mer ingående.¹ Eftersom vi utgår från våra intervjupersoners åsikter och uppfattningar är den djupgående kvalitativa intervjuemetoden mest relevant för oss. Våra intervjupersoner var mellan 20-50 år och de hade gjort olika typer av resor till Thailand. Intervjuerna kretsade kring frågor om deras uppfattning av Thailand och dess lokalbefolkning samt frågor om deras alkoholvanor på semestern, vad som påverkar deras konsumtion och hur de tror att deras konsumtion påverkar Thailand. Sju utav våra åtta intervjuer var semi-strukturerade, den andra var en strukturerad intervju. Detta på grund av att en utav våra intervjupersoner (Helena) inte hade tid att träffas i verkligheten och fick då frågorna skickade på mail. En strukturerad intervju har förutbestämda frågor och tas upp i en bestämd ordning medan en semi-strukturerad intervju har förutbestämda ämnesområden men frågorna kan ändra ordningsföljd beroende på intervjupersonernas svar eller reaktioner.² Fördelen med att frågorna skickades på mail är att Helena fick längre tid att tänka på frågorna och fundera på sina svar. Våra andra intervjupersoner träffade vi i verkligheten och det gav fördelar som möjligheten att ställa följdfrågor samt göra om ordningen i intervjuformuläret om vi ansåg att det behövdes. Även kroppsspråk, betoningar och en persons utstrålning kunde vi väga in i vår tolkning av våra intervjuer. Varje intervju var mellan 20-35 minuter långa och vi spelade in dem med hjälp av en diktafon. Hela intervjuerna transkriberades efteråt och kopplades samman med vår litteraturstudie. Vi har samlat sekundärdata från flera olika forskare och författare. Eftersom detta är sekundärdata är det viktigt att vara källkritisk och grunda deras resultat i flera olika källor. Vi anser att vi inte behöver vara lika källkritiska till våra intervjupersoners utsagor då vi inte behandlar det som fakta utan endast som åsikter. Våra intervjupersoner kanske inte alltid talar sanningsenligt, vi kan bara anta att de talar utifrån sina egna tankar och åsikter. Det är omöjligt att veta om man får en helt sanningsenlig berättelse. Vi har valt dessa metoder för att få tillgång till primärdata genom våra intervjuer samt jämföra och relatera detta till sekundärdata i vår litteraturstudie.

¹ Steinar Kvale *Den kvalitativa forskningsintervjun* Studentlitteratur. Lund. 1997. S.36

² Maria Björklund & Ulf Paulsson *Seminarieboken* Studentlitteratur. Lund. 2012. S.70

Urval

Det kravet vi hade när vi valde ut våra intervjupersoner var att de skulle ha besökt Thailand under de senaste tio åren. Vi ansåg att det var lättast att gräva där man står och tog därför kontakt med personer som vi kände som antingen själva hade varit i Thailand eller kände någon som hade varit där. Ingen åldersavgränsning gjordes då vi inte ansåg att åldern var relevant för vår undersökning. Alla har någon slags relation till alkohol oavsett ålder. Intervjupersonerna har av integritetsskäl försetts med andra namn i arbetet. Forskningsetik och att skydda intervjupersoner av integritetsskäl är viktigt att ta hänsyn till när man skriver om personliga åsikter och uppfattningar som kan uppfattas som känsliga ämnen.³ Nedan följer en kort beskrivning av våra intervjupersoner.

Unni – 54 år, reste till Thailand år 2008 på chartersemester tillsammans med familjen och familjens vänner.

Matilda – 22 år, reste till Thailand år 2015 för att backpacka med fyra tjejer som hon träffade på ett reseforum.

Joakim – 24 år, har varit i Thailand flera gånger mellan år 2010 – 2014. Alla gånger har han rest tillsammans med en eller flera kompisar för att backpacka.

Martin – 23 år, reste till Thailand år 2015 för att möta upp två kompisar och backpacka.

Emma – 24 år, reste till Thailand år 2012 tillsammans med sin kusin för att backpacka och träffa släkt och vänner.

Sara – 29 år, reste till Thailand år 2006 tillsammans med ett kompisgäng för att backpacka runt i Thailand.

Caroline – 42 år, har varit i Thailand fyra gånger mellan åren 1998 – 2013. Alla dessa resor har varit med familjen på chartersemester.

Helena – 26 år, reste till Thailand 2011 med ett kompisgäng för att backpacka.

Diskursanalys

Vi har valt att göra en diskursanalys på vår undersökning. Diskurser finns överallt och kan uttryckas på olika sätt som till exempel i text och tal men även på outtalade sätt som till exempel bilder och hur vi rör oss. Det viktiga när man gör en diskursanalys handlar inte om informationen i text eller tal är sann eller falsk utan diskursanalytikern vill ta reda på vad de

³ Vetenskapsrådet. <http://www.vr.se/etik/expertgruppporetik.4.44482f6612355bb5ee780001147.html> senast uppdaterad: 2009-08-26 hämtad: 2016-01-23

ger för uttryck och uppfattningar.⁴ Människor strävar ständigt efter att fastställa sakers betydelse och vissa betydelseuppfattningar blir så vanliga att vi behandlar dem som sanningar eller normer. Diskursanalysen går ut på att kartlägga och undersöka denna strävan och dessa betydelseuppfattningar.⁵ Vi använder oss av en diskursanalys när vi analyserar våra intervjupersoner. Vi värderar alltså inte sanningshalten i våra intervjupersoners berättelse då det inte finns något sant eller falskt i personers uppfattningar och åsikter. Det vi vill undersöka är varför de uttrycker dessa åsikter och uppfattningar.

Michael Foucault var en fransk filosof som intresserade sig mycket för diskursanalys. Foucault använde sig utav två begrepp för att beskriva hans metoder; genealogi och arkeologi. Den arkeologiska metoden handlar om att forskaren, likt en arkeolog, undersöker lager för lager av samhälleliga "sanningar" tills forskaren kan få en förståelse av problemets historiska normer. Genom denna metod skapar sig forskaren en översikt av vilka normer som har funnits under olika tidsperioder och kan då med hjälp av historiens samhällsutveckling och vetenskapliga förändringar få ett nytt perspektiv på samtida problem och fenomen. Den genealogiska metoden handlar om att förstå vilka relationer diskurserna har till varandra. Foucault utvecklar i ett geologiskt arbete en teori om makt och kunskap. Han sätter makten i fokus och anser att makten inte tillhör bestämda individer eller grupper som utövar sin makt över passiva subjekt, utan makten är det som skapar vår sociala omvärld. Foucault menar att makt och diskurs är tätt sammankopplade och diskurser skapar de identiteter vi har och den kunskap vi har om omvärlden. Begreppen makt och kunskap påverkar alltså "sannings bilden" eller normerna och eftersom det är omöjligt att kliva ur sig själv som subjekt så är det omöjligt att nå fram till en riktig sanning.⁶ I vår analys använder vi oss mest av den genealogiska metoden. Detta på grund av att vi analyserar individer med olika kunskap och uppfattningar om världen. Vi jämför våra olika intervjupersoners diskurser och uppfattningar för att se vilka samband de har till varandra. Diskurser likt den turistiska blicken, som vi kommer gå in på närmare senare i texten, menar att det inte går att komma fram till någon universell sanning eftersom alla individers uppfattningar om saker är olika på grund av den egna personens bakgrund och erfarenheter.

⁴ Janicke Andersson "Diskurs" i Josefina Syssner (red) *Perspektiv på turism och resande* Studentlitteratur. Lund. 2011. S.41

⁵ Marianne Winther Jörgensen & Louise Phillips, *Diskursanalys som teori och metod*. Studentlitteratur. Lund. 2011. S.32

⁶ Winther Jörgensen & Phillips. 2011. S.21

Bakgrund

Alkohol

I dagens samhälle är alkohol ett väldigt accepterat och utbrett fenomen. Jäst frukt var förmodligen sättet som våra förfäder upptäckte alkoholens berusningsmöjligheter.⁷ På 1500-1600 talet var alkohol ett sätt att tillföra kroppen kalorier som behövdes i många arbeten. Alkohol var därför en stor del av vardagen för många.⁸ Förr i tiden fanns det dock inte lika mycket restriktioner gällande alkoholkonsumtionen och alkoholen fick stora konsekvenser i samhället.⁹ I Falun bildades ett utskänkningsbolag år 1850 som skulle ordna brännvinsförsäljningen utan vinstintresse. Dock fanns det inga stadgar om hur bolaget skulle vara organiserade och hur vinsten skulle fördelas. Ett liknande bolag bildades i Jönköping år 1852 men det var utskänkningsbolaget i Göteborg som bildades år 1865 som kom att bli förebilden för bolagsinstitutionen¹⁰. Förr var det vanligt att man fick sin lön utbetalad i brännvin och detta var en utav orsakerna till att Sveriges alkoholproblem växte. Alkoholen blev ett hot mot folkhälsan, nationen och produktionen. I slutet på 1800 talet startades nykterhetsrörelsen. Grundtanken var att kontrollera alkoholkonsumtionen och därmed få arbetsduglig arbetskraft. Detta skulle gynna både individer, företag och samhället som helhet. År 1917 infördes det så kallade Brattssystemet i Sverige. Det innebar att varje medborgare fick en motbok där deras alkoholköp registrerades och de hade endast rätt till en begränsad mängd alkohol varje månad. Brattssystemet innebar att alkoholpolitiken blev mer restriktiv. Dock så var det många som ville att alkoholen skulle förbjudas helt i Sverige.¹¹ Det ledde fram till att det gjordes en folkomröstning år 1922 där nykterhetsrörelsen tappade en del av sin slagkraft och förlorade valet. Men än idag har denna nykterhetsrörelse en påverkan på den svenska alkoholpolitiken.¹² Grunderna för den alkoholpolitik som vi har idag fastställdes av riksdagen år 1977. Tanken var att minska den totala, allt för höga alkoholkonsumtionen och därmed begränsa alkoholens skadeverkningar. Detta mål skulle uppnås genom ett regelsystem som behandlar hanteringen av alkohol samt riktlinjer inom prispolitik och begränsning av

⁷ Lars Åke Augustsson *Globalkohol en bok om den internationella alkoholindustrin i dag*. Sober. 2008. S.53

⁸ Gunnar Wetterberg *Alkoholen, samhället och arbetslivet*. SNS. Stockholm. 2009 S.16

⁹ Sven Andreasson, Bengt Göransson, Jakob Lindberg, Svante Nycander, Gabriel Romanus, & Barbro Westerholm *Kris i alkoholfrågan – nya villkor för folkhälsa och välfärd*. Hjalmarsson & Högberg. Stockholm. 2001. S.11

¹⁰ Lennart Johansson *Staten, supen och systemet – svensk alkoholpolitik och alkoholkultur 1855-2005*. Brutus Österlings bokförlag symposion. Eslöv. 2008. S.71

¹¹ Susanna Hedenborg & Lars Kvarnström *Det svenska samhället 1720-2014 – böndernas och arbetarnas tid*. Studentlitteratur. Lund. 2010. S.271

¹² Hedenborg & Kvarnström. 2015. S.196

tillgängligheten genom att ha statligt alkoholmonopol.¹³ Försiktighet och restriktivitet har varit ledord när det gäller Sveriges alkoholpolitik.

Hur tillgänglig alkoholen är påverkar hur, när och hur mycket alkohol som konsumeras. Även kultur i form av sedvanor, traditioner och ideologier spelar roll.¹⁴ För de ledande multinationella företagen ligger alkoholens huvudsakliga värde i den image som de blir associerade till. De säljer inte bara en produkt utan det är även värderingar, kultur och en livsstil som säljs. Det finns även alkohol från lokala märken men skillnaden är att de globala märkena riktar in sig på dem som vill identifiera sig med en livsstil som ses som positiv. Ord som internationell orientering, utsökt smak och rikedom är ord som förknippas med de globala märkena. ”Den primära produkten är själva upplevelsen.”¹⁵

Tidskriften ”Alkohol och narkotika” skriver om monitormätningar som gjordes mellan 2001 och 2013. Dessa monitormätningar mätte hur den svenska alkoholkonsumtionen såg ut i landet, både den registrerade och den oregistrerade. Den registrerade konsumtionen betyder den alkohol som köps på systembolaget, restauranger och i livsmedelsbutiker medan den oregistrerade är den alkohol som förs in i landet genom resor, av smugglad sprit, hemtillverkad alkohol samt alkohol som är köpt via internet. Den registrerade och den oregistrerade alkoholen sammanställs för att få en bild av hur den totala alkoholkonsumtionen ser ut i Sverige. Under år 2013 var vin den alkoholdryck som svenskar drack mest av. Därefter kom starköl och sedan sprit. På fjärde plats kom folköl och därefter cider. Den totala alkoholkonsumtionen mellan åren 2001 – 2013 var som högst under 2004. Mellan 2004 och 2013 har totalkonsumtionen minskat med 7 procent även om det skedde en ökning mellan 2012-2013. Konsumtionen år 2013 är 12 procent högre än vad den var år 2001.¹⁶ Dessa siffror är för konsumtionen i Sverige. Det som konsumeras av svenskar som befinner sig utomlands på semester är alltså inte medräknat i dessa siffror.

Det är en lång väg från en affärsidé till att varan hamnar på hyllan. ”Commodity chain” är ett begrepp som betyder varukedja och är hämtat från företagsekonomi. Detta begrepp beskriver dynamiken och maktförhållandena i den globala alkoholhandeln. En ”commodity chain” är ett

¹³ Peter Axelsson *Sanning och konsekvens om EU och alkohol*. Sober. 1994. S.5

¹⁴ Augustsson. 2008. S.53

¹⁵ Augustsson. 2008. S.60

¹⁶ Björn Trolldal & Håkan Leifman ”Alkoholkonsumtionen i Sverige 2001-2013” i tidningen *Alkohol & Narkotika*. CANs tidskrift. Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning. Nr 5/2014 s.10

nätverk som länkar ihop de producenter, leverantörer, distributörer och tjänsteföretag som behövs för att utveckla, tillverka och marknadsföra en viss produkt. Det finns två olika typer av ”commodity chain”, antingen är kedjan driven av en producent eller så är det driven av en beställare. Den producentdrivna kedjan består av ett producerande företag som styr produktionen hos underleverantörerna. Den producentdrivna skapar värdefulla nätverk och allianser med andra företag. De producerar sin egen vara och kompletterar den med hjälp av underleverantörer. Medan den beställningsdrivna ”commodity chain” innebär att ett företag utvecklar en produkt men tillverkar den inte själva. Beställaren har alltså lagt en beställning som produceras hos de underleverantörer som beställaren väljer. Dessa leverantörer är oftast de som tillverkar produkten billigast och de är oftast lokaliserade i låglöneländer. I båda dessa kedjor handlar det om att utveckla nya produkter och sälja dem till de köpstarkaste konsumenterna.¹⁷ Dessa låglöneländer som får ta hand om olika företags beställningar är bland annat Thailand. Dessa länder går miste om en ekonomisk inkomst som skulle kunna vara mycket större. Ett exempel kan vara att en etikett till en flaska tillverkas i Thailand och skickas sedan till ett annat land där allt sätts samman för att sedan säljas i Thailand igen men den största vinsten av försäljningen går tillbaka till det företaget som äger produktidén.

Alkohol är en social företeelse där många kan uppleva en känsla av gemenskap. Alkohol kan även ge känslan av frihet och modet att öppna upp sig och knyta nya vänskapsband. Alkoholindustrin genererar även mycket pengar och den relativt höga alkoholskatten bidrar med pengar till landet där alkoholen säljs. Alkoholindustrin med alla dess underleverantörer skapar även många jobb. Men alkohol är inte bara positivt utan kan även leda till många olika typer av problem, både fysiska, psykologiska och sociala. Några utav de akuta fysiska problem som kan uppstå är försämrad reaktionstid, olyckor och skador från slagsmål. Akuta psykologiska problem kan vara försämrad känslomässig kontroll vilket kan leda till självmord. De sociala akuta problemen kan vara jobbproblem, våld inom familjen, rattfylla och kriminalitet. Dessa akuta problem kan leda till kroniska problem som till exempel skilsmässa och ekonomiska skulder samt psykologiska problem som demens, hallucinationer och försämrat korttidsminne. Fysiska problem och sjukdomar som till exempel hjärnskador, leverskador, stroke, hjärtsjukdomar, högt blodtryck och olika typer av cancer kan även vara följder för dem som dricker mycket alkohol.¹⁸

¹⁷ Augustsson. 2008. S.52

¹⁸ Griffith Edwards “Alcohol policy and the public good” I tidskriften *Addiction* Vol.92. 1997. S.2

Turismens bakgrund

Nationalencyklopedins definition av turism är ett besök någonstans utanför sin vanliga miljö som varar mer än 24 timmar och max ett år. De menar att det huvudsakliga syftet med vistelsen inte ska vara något arbete som betalas av någon på platsen. Denna definition är dock problematisk för att den utesluter dem som gör korta visiter som inte kräver någon övernattning vilket betyder att de som besöker något turistmål i närheten av där de bor inte räknas som turister. Definitionen inkluderar dock de som besöker en destination utan att ha en turistisk avsikt som till exempel mässbesökare, affärsresenärer och konferensdeltagare.¹⁹ För att förklara vad turism är på ett enkelt sätt så handlar det om en rumslig förflyttning mellan ”hemma” och ”borta”. Dock är begreppet ”turism” mer komplicerat än så. Denna relativt enkla förflyttning för även med sig krav och konsekvenser i form av turisternas krav på service och turisternas påverkan på platser.²⁰ Turismen innebär ekonomiska, ekologiska och sociala konsekvenser. För att uppnå en hållbar turism är det viktigt att väga in alla dessa konsekvenser.²¹

På 1600 talet var det näst intill omöjligt att resa för nöjets skull, det var bara en mycket begränsad elit som hade den chansen. På 1800 talet reste adelsmän från norra Europa runt i utbildningssyfte. De studerade kulturen på de olika platserna de reste till och tanken med dessa resor var att lära och utbilda sig, resorna gjordes inte i underhållningssyfte.²² The Grand Tour, som den rituella bildningsresan där man var ute efter det pittoreska kom att kallas blev allt vanligare under 1700- och 1800 talet. Det pittoreska handlade om nostalgi och romantik och om en vy var sevärd eller inte. Dessa resor var inte bara geografisk förflyttning utan också en resa inuti sig själv. Under denna tid slog även besöken till kurorter igenom. Överklassen reste till sådana ställen för att vila och bada och dessa resor gjordes i hälsans tecken.²³ Thomas Cook är en viktig person i turismens historia, det sägs att det var han som anordnade den första sällskapsresan år 1841. Det var en utflykt med tåg och efter det fortsatte han med att arrangera resor. Ungefär 120 år senare, på 1960 talet, slog chartern igenom med stor

¹⁹ Josefina Syssner & Lars Kvarnström ”Det turistiska fältet och dess aktörer – en introduktion” I Josefina Syssner & Lars Kvarnström (red) *Det turistiska fältet och dess aktörer*. Studentlitteratur. Lund. 2013 S.14

²⁰ Andrew Holden *Tourism studies and the social science*. Routledge. London. 2006 S.11

²¹ Magnus Bohlin & Solveig Böhn ”Hållbar turismutveckling” i Magnus Bohlin & Jörgen Elbe (red) *Utveckla turistdestinationer – ett svenskt perspektiv*. Liber. Malmö. 2007. S.77

²² Jennie Dielemans *Välkommen till paradiset – reportage om turistindustrin*. Atlas. Stockholm. 2008. S.13

²³ Dielemans. 2008. S. 14-15

kraft.²⁴ En av de viktiga förutsättningarna för att chartern skulle kunna slå igenom är den betalda semestern. Den började under tidigt 1900 tal med att arbetarna fick vara lediga ett par dagar. År 1938 lagstiftade Sverige att löntagarna var garanterade två veckors semester. Denna lagstiftning var tänkt att gynna Sverige och arbetstagarna eftersom arbetarna skulle kunna vila upp sig och kunna återkomma till arbetet med återhämtade krafter och på det sättet förhindra arbetsrelaterade skador. Det var viktigt att arbetarna utnyttjade sin semester på rätt sätt och inte arbetade på andra ställen under sin semester. På denna tid rekommenderades det att åka till kurorter och vila upp sig för att kunna återvända till jobbet med nya krafter som då skulle gynna företaget och hela samhället. Den lagstiftade semestern utökades under efterkrigstiden och år 1978 hade de rätt till fem veckors semester.²⁵

²⁴ Dielemans. 2008. S.20

²⁵ Lars Kvarnström & Josefina Syssner "Staten och det turistiska fältets förutsättningar" I Syssner och Kvarnström (red) *Det turistiska fältet och dess aktörer*. Studentlitteratur. Lund. 2013. S.65-67

Forskningsläge

I dagens läge finns det mycket forskning som behandlar ämnet alkohol och ämnet turism. Det finns dock inte lika många som handlar om båda ämnen och dess påverkan på varandra. Vi utgår från tre stycken artiklar som behandlar ämnet alkoholturism men med lite olika vinklar.

Artikeln ”Impacts of tourism on drinking and alcohol policy in low and middle-income countries: A selective thematic review” skriven av Jenny Cisneros Örnberg och Robin Room belyser effekterna av dryckesmönstren hos turister från högkonsumtions- och höginkomstssamhällen i låg- och mellaninkomstssamhällen, där gapen i ekonomi och kultur mellan dessa länder blir uppenbara.²⁶ Det stora konsumerandet av alkohol på semestern har en stor inverkan på landet där semestern tar sin plats. Det sker en ökad konsumtion bland speciellt ungdomar som arbetar inom turismsektorn och tillgången till alkohol för turister är bred vilket fungerar som en inkörsport för den globala alkoholindustrin. När nationella och internationella policys skapas måste de ta hänsyn till den negativa alkoholpåverkan som turism medför.²⁷ Alkoholkonsumtionen hos turister på semestern bidrar till ekonomisk vinst för värdlandet men det bidrar också till hälsoproblem och sociala problem. I artikeln skriver författarna om hur turister uppför sig på semestern och vad de lämnar för avtryck på semesterstället. Det författarna kommer fram till i artikeln är att turism är en stark kraft i världen då den ökar det internationella förståendet och ökar den ekonomiska utvecklingen. Det finns även mörka sidor av turismen och både nationellt och internationellt bör dessa konsekvenser minskas. När det kommer till alkohol handlar det om hälsorisker och olycksfall bland annat och väldigt ofta ignoreras problemen. Dessa problem är förutsägbara men kan också förebyggas men det betyder då att handlingsfriheten av kommersiella intressen störs.

Sara Heine har för Schyst resande skrivit rapporten ”Happy Hour i paradiset - om alkohol och turism i Thailand, Kambodja och övriga världen” som framlägger hur den ökade turismen påverkar konsumtionen av alkohol för lokalbefolkningen i värdlandet. I rapporten kan man läsa om hur turism är en orsak till ökad alkoholkonsumtion.²⁸ Studier från både Sverige och andra länder har visat på att turisterna dricker mer på semestern och för därmed med sig högriskkonsumtionen till värdlandet och tillgängligheten på alkohol blir större även för

²⁶ Jenny Cisneros & Robin Room “Impacts of tourism on drinking and alcohol policy in low and middle-income countries: A selective thematic review” I tidskriften *Contemporary drug problems* Vol.42 nr.2. 2014. S.147

²⁷ Cisneros & Room. S.145

²⁸ Sara Heine *Happy hour i paradiset – om alkohol och turism i Thailand, Kambodja och övriga världen*. Schyst resande. 2010. S.5

lokalbefolkningen. Anledningarna till detta är att turisterna vill ha en festlig stämning på semestern och att alkoholen oftast är billigare samt att de har lättare att släppa loss utomlands.²⁹ Turister kopplar oftast ihop semester med att lämna sin vardag och resandet och alkoholen blir ett attribut för något mer än vad det egentligen är.³⁰ Globalisering, turism och ekonomisk tillväxt bidrar till förändrade alkoholvanor.³¹ Betydelsen av alkohol på semestern har att göra med vilken typ av resa man gör och vilket resesällskap man har.³² I rapporten skriver även författaren om hur turistindustrin säljer in semesterresor genom att locka med alkohol. Alkoholreklamen finns överallt, på flygplatserna och i flygbolagens tidningar, just för att semester är så associerat med alkoholen och det är inte ovanligt att man välkomnas med en drink vid ankomsten till sitt resmål.³³ I rapporten kommer Heine fram till att den växande turismen har bidragit till den ökande alkoholkonsumtionen men att det är svårt att mäta hur stor ökningen är då det saknas tillförlitlig statistik. I och med sin ökade alkoholkonsumtion tänjer turisterna på gränser på semestern det kan lämna stora avtryck på semesterstället. I och med den ökade turismen och deras efterfrågan av alkohol har försäljningen och lättillgängligheten på destinationer ökat.³⁴

I artikeln "Destination drinking: Toward a research agenda on alcotourism" beskriver David Bell begreppet "alkoturism" och hur det kan definieras på olika sätt. Man kan resa för att dricka, dricka för att resa eller dricka medan man reser och så vidare. Bell har alltså slagit ihop två forskningsområden; alkoholstudier och turismstudier. Han menar att turism är oundvikligen kopplat till alkoholkonsumtion och ibland i oerhörda mängder. Alkohol har blivit en del av "turismpaketet". Ett sätt att förstå turisternas samband med alkohol är att se semestern som en tidsbegränsad flykt från det "normala" livet, en chans till att släppa loss, testa något nytt och vara någon annan. Turistens vilja att testa något nytt och utforska gränser kopplas ofta samman med äventyrsturism men viljan att släppa loss kan även kopplas ihop med berusning. Alkohol blir alltså ett svårt socialt problem i och med känslan av att reglerna inte är lika starka utomlands måste turisterna kunna väga mellan känslan av att känna frihet och att känna ansvar. Alkoholrestriktioner riskerar att förstöra partykänslan och därmed

²⁹ Heine. 2010. S.9

³⁰ Heine. 2010. S.10

³¹ Heine. 2010. S.6

³² Heine. 2010. S.10

³³ Heine. 2010. S.5-10

³⁴ Heine. 2010. S.49-50

minska antalet besökare och inkomster från turisters pengar.³⁵ Alkoholkonsumtion möjliggör en trygg och ytlig förbindelse med andra. Alkoholturism skapar en öppenhet för nya erfarenheter hos konsumenterna och även en form av experimentell och värdslig konsumtion. Turister kan ofta tycka att alkohol underlättar för sociala interaktioner med de kulturer de besöker. Att dricka alkohol kan vara ett sätt för turisten att förstå och vilja delta i lokala alkoholkulturer.³⁶ Turisten kopplar samman sin semester med alkohol och kan då efter hemkomsten dricka någon typ av alkohol som personen kopplar till sin semester och då få minnen tillbaka från sin lediga tid. Alkoholturism kan ha alkohol som huvudsyfte som till exempel ölfestivaler i Tyskland eller ha en stor del av semestern som att många kan uppleva att det är ett måste att besöka en irländsk pub och dricka irländsk whiskey när de är på Irland. Sammanfattningsvis kan man säga att Bell har undersökt många samband mellan alkohol och turism. Det finns olika syften till att dricka alkohol på semestern, vissa har det som huvudsakligt syfte genom att åka på en partyresa medan andra har alkohol som ett socialt inslag på sin semester. Bell menar att platsen, alkoholen och kulturen har ett samband och att dessa skapar mening för turisternas betydelse av semester.

Den första artikeln "Impacts of tourism on drinking and alcohol policy in low- and middle-income countries" behandlar vad turisters dryckesmönster har för effekter på semestern. Den andra artikeln "Happy hour i paradiset" tar upp hur turister påverkar lokalbefolkningens konsumtion och den sista artikeln handlar om hur alkohol är en stor del av semestern och att det kan karaktärisera ett land. Det vi har gjort är att slå ihop alla dem här tankarna och se det från turisternas perspektiv. Den sista artikeln behandlar hur västerländska turister besöker andra västerländska länder. Den ekonomiska standarden i destinationslandet är alltså då ungefär den samma som deras hemland. Vi undersöker istället maktrelationerna som skapas när en västerländsk turist besöker ett land med lägre ekonomisk standard. Ur svenska turisters perspektiv undersöker vi vad alkohol och västerlänningarnas kultur har för påverkan i ett låginkomstland. Vi anser att denna vinkel inte har lyfts fram i tidigare forskning och vill därför fylla denna lucka. Dessa artiklar anser vi vara relevanta för vår undersökning då vi använder oss av dessa för att kunna stärka våra intervjupersoners upplevelser och berättelser.

³⁵ David Bell. "Destination drinking: toward a research agenda on alcotourism" I tidskriften *Drugs: education, prevention & policy*. Vol. 15 Nr.3. 2008. S.293

³⁶ Bell. 2008. S.296

Teoretiska utgångspunkter

Vi har valt att undersöka hur turisternas syn på alkohol på semestern ser ut. Detta gör vi genom att koppla våra intervjupersoners åsikter och tankar med John Urrys och Jonas Larsen förklaring till den turistiska blicken.³⁷ Människor ser på saker genom olika filter beroende på deras bakgrund, förväntningar och kunskap. Detta betyder att alla våra intervjupersoner är olika och har olika syn på världen på grund av deras erfarenheter och minnen. Det faktum att det är turisternas syn vi undersöker gör att vi måste ta hänsyn till den turistiska bubbla som turister ofta befinner sig i. Även om alkohol är det huvudsakliga ämnet vi undersöker har vi satt det i ett turistiskt sammanhang som gör att vi måste även undersöka den turistiska bubblan och den turistiska blicken för att nå fram till vårt ämne. Vi har även valt att koppla vårt ämne till maktbegreppet. Vi tror att det finns en koppling mellan att alkoholkulturen sprids och den västerländska makten. Vi vill analysera våra intervjupersoners svar för att se om de medvetet eller omedvetet utövar en form av makt på semestern.

Den turistiska blicken

Urry och Larsen beskriver att det finns en turistisk blick. Den turistiska blicken uppfattar inte bara en sak. Blicken letar alltid efter relationer till andra saker och sig själv. Människor ser på världen genom olika filter av idéer, förväntningar och kunskap. Dessa filter har skapats och påverkats av klasstillhörighet, kön, nationalitet, utbildning och ålder. Genom den turistiska blicken uppfattar man det man kan se, det man blir visad eller det man blir tvingad att se. Turisten kan alltså välja att se bakom fasaden eller att bara se till det som blir presenterat för dem på deras semester. Turistens blick är personlig och knuten till personens egna minnen och erfarenheter. Det finns alltså ingen bestämd turistisk blick utan den varierar i olika samhällen men också i olika sociala grupper och olika tidsaspekter. En persons blick kan förändras över tiden vilket gör att den kanske inte uppfattar saker likadant efter några år. Detta på grund av att personer utvecklas i takt med att erfarenhet och kunskap införskaffas.³⁸ Det är den turistiska blicken hos våra olika intervjupersoner som vi gör en diskursanalys på genom att analysera deras syn och uppfattningar på sin omvärld.

Den västerländska turistens privilegier

Varje år reser väldigt många svenskar till länder där etniska konflikter pågår för att åka på semester. Dessa etniska konflikter innebär stora problem för landet men behöver inte påverka

³⁷ John Urry & Jonas Larsen *The tourist gaze 3.0*. Sage. London. 2011. s.2

³⁸ Urry & Larsen. 2011. s.2

turismen i större utsträckning då turister kan vara isolerade från samhällets problem på sina semesterorter. Det finns olika anledningar till varför semesterresorna styr mot sådana länder. Västerlänningar har en rad privilegier som gör att man är beredd att spendera sin semester på dessa ställen där etniska konflikter pågår för att det man får på sitt semesterställe väger tyngre än konflikterna. Turisten vill ha sol, bad och billig shopping och då ser turisten förbi allt det andra som finns på dessa semesterställen. Privilegierna som en västerländsk turist har är framförallt den frivilliga mobilitetens privilegium, det selektiva seendets privilegium och den omedelbara sortins privilegium.³⁹ Den frivilliga mobilitetens privilegium syftar på att den västerländska turisten kan välja om den vill eller inte vill åka. Den västerländska turisten har stora förmåner i att kunna välja om, när och hur den vill resa, vilket inte alla människor i denna värld har. Vart den västerländska turisten har möjlighet att åka och kan åka till finns det mycket som avgör, pass och andra identitetshandlingar gör att turisten har detta privilegium. För andra som inte har den typen av identitetshandlingar är den frivilliga mobilitetens privilegium långt borta. Turismindustrin måste kämpa och konkurrera för att turisterna ska åka till olika ställen eftersom turismnäringen är så pass viktig i fattiga länder.⁴⁰ Det selektiva seendets privilegium avser att man kan välja det man vill se och ignorera det man inte vill se. Den västerländska turisten kan avskärma sig från till exempel politiska, ekonomiska och sociala situationer som föreligger på semesterstället de besöker. Den begränsade vistelsetiden kan vara den största faktorn till varför turister väljer att se eller inte se semesterställets samhälleliga kontext. Detta för att många turister tänker att de inte kan göra något för samhället och att de inte kan bidra till så stor skillnad när de är där.⁴¹ Den omedelbara sortins privilegium betyder att den västerländska turisten har möjligheten att kunna lämna en plats när den vill om någonting händer och turisten inte vill fortsätta sin vistelse. Detta kan då ske omgående om så turisten önskar eftersom den västerländska turisten har det privilegiet. Om något hemskt händer på en turistisk plats, som till exempel en naturkatastrof eller ett terrordåd, förlorar platsen sin mening för turisterna medan det fortsätter att vara en plats för vardag för lokalbefolkningen. Den västerländska turisten är privilegierad och kan ta sig hem från den förlorade platsen medan det måste fortsätta vara en vardagsplats för lokalbefolkningen, även om omständigheterna för ett vardagsliv försvåras i och med katastroferna. För turisten förlorar platsen sin legitimitet och mening, den turistiska platsen

³⁹ Josefina Syssner & Khalid Khayati "Veni, Vidi, Adios" i Mekonnen Tesfahuney & Katarina Schough (red) *Det globala reseprivilegiet*. Sekel. Lund. 2010. S.39-40

⁴⁰ Syssner & Khayati i Tesfahuney & Schough (red). 2010. S.40-44

⁴¹ Syssner & Khayati i Tesfahuney & Schough (red). 2010. S.44-47

erbjuder inte längre den turistiska näring som turisterna vill ha. Dessa privilegier bidrar mycket till att så många svenskar, och västerlänningar över lag, har chansen att semestra så pass mycket i länder där etniska konflikter pågår och det gör det enkelt för dem.⁴² Dessa turistiska privilegier gör att turisterna har möjligheten att stanna inom sin turistiska bubbla när de åker på semester. Turisterna stannar ofta inom den egna kulturella sfären under sin resa även fast avsikten med resan kan vara äventyr och att upptäcka nya saker. Detta kan bero på bland annat språksvårigheter, tidsbrist och begränsad ekonomi. Turisterna tenderar att stanna i en turistbubbla under sin semester. Det är en både fysisk och mental bubbla som förhindrar spontana kontakter med lokalbefolkningen. Exempel på den fysiska gränsen är de typiska turistfällorna som till exempel semesteranläggningen, hotell och restauranger. Den mentala bubbla som bildas hos turisterna i sitt tillfälliga besök på en destination kan innebära en befriande känsla från vardagens ansvar vilket leder till en känsla av att kunna utmana och manipulera de normer och värderingar som normalt sätt styr turistens liv.⁴³

Makt

Makt är ett begrepp som är svårt att definiera, det kan ses som en egenskap eller en relation. Makt som egenskap menar att en individ eller en grupp är mer eller mindre mäktig. Det betyder att som egenskap kan en individ eller grupp få sin vilja igenom gällande allt. Makt som egenskap blir därför lite problematiskt. Maktbegreppet är mer omfattande. Makt som relationsbegrepp beskriver inte en aktör utan beskriver istället relationen mellan aktörer. För att kunna tala om makt behövs det minst två aktörer och en handling. ”En aktör har makt över en annan med avseende på ett visst fenomen”.⁴⁴ En maktrelation syftar till att någon kan få sin vilja genom gentemot någon annan. Detta betyder att makt handlar om ett mänskligt, avsiktligt handlande och är ett socialt begrepp. Makt kan även beskriva en möjlighet. Som tidigare nämnt kan makt vara en handling. Men makt behöver inte utövas utan makt kan även vara en möjlighet att utöva makt, ett maktinnehav.

Makt kan beskrivas på många olika sätt. Dahlstedt beskriver att Robert A Dahls teori är att ”A har makt över B när denne kan förmå B att handla på ett sätt som B annars inte skulle göra”.⁴⁵ Dahlstedt beskriver även att Steven Lukes har ett synsätt på att maktutövning inte behöver

⁴² Syssner & Khayati i Tesfahuney & Schough (red). 2010. S.47-51

⁴³ Monica Hanefors & Lena Mossberg *Turisten i upplevelseindustrin*. Studentlitteratur. Lund. 2007. S.111-112

⁴⁴ Olof Petersson *Maktbegreppet*. Carlsson. Stockholm. 1987. S.9-10

⁴⁵ Magnus Dahlstedt ”Makt” i Josefina Syssner (red) *Perspektiv på turism och resande*. Studentlitteratur. Lund. 2011. S.171

handla om öppna konflikter utan att det mer går ut på att förhindra att konflikter uppstår. De öppna konflikternas frånvaro kan tolkas som ett manipulerat eller falskt konsensus.⁴⁶

De två centrala begreppen inom maktutredningen är demokrati och makt. Den gemensamma länken är autonomi. Demokrati innebär att det är gruppens autonoma beslut som har satt regler och normer för gruppens individer. Motsatsen är att någon utanför gruppen sätter reglerna vilket då kallas för heteronomi. Begreppet autonomi kan även ses på en individnivå vilket betyder att en individ kan själv ta beslut utan att vara underkastad någon annan. Begreppet autonomi blir därmed en fråga om makt. De sociala samordningsformerna bygger många gånger på indirekt makt. Det betyder att makt och kompetens har delegerats och överlåtit från en aktör till en annan. Hur mycket kontrolleras av uppdragsgivaren och vem har egentligen makten då en sådan överföring görs?⁴⁷

Dagens turism är utformad efter den västerländska turistens behov och preferenser. Allt ifrån boende till aktiviteter och produkter som säljs på destinationen är anpassade efter den västerländska världen. Turismen i världen har den västerländska turisten som förebild. I och med att de utgår från den västerländska världens perspektiv så har västerlänningarna därmed fått makten att påverka hur turismen ser ut.⁴⁸

I vår undersökning kommer vi att koppla maktbegreppet till turisternas ekonomiska och kulturella makt. Kan turisterna med sina pengar och sin kultur påverka thailändarna att agera på ett sätt som de annars inte skulle göra? Vi vill undersöka om maktbegreppet har betydelse för turismen.

⁴⁶ Dahlstedt i Syssner. 2011. S.172

⁴⁷ Petersson. 1987. S.21

⁴⁸ Mekonnen Tesfahuney "Vem är turisten?" I Mekonnen Tesfahuney & Katarina Schough (red) *Det globala reseprivilegiet*. Sekel. Lund. 2010. s. 111

Undersökningens resultat

Vi har delat upp undersökningen i olika teman, turismens kultur, ekonomi, makt och alkoholens konsekvenser. I dessa teman har vi vävt samman våra intervjupersoners berättelser med tidigare forskning, teorier och våra egna tankar.

Alkoholen och turismens kultur

Alkohol har olika betydelser för olika människor. Anledningen till att dricka eller att inte dricka alkohol kan vara olika beroende på tillfället, sällskapet och personens egen bakgrund och värderingar. Även om det finns personer som väljer att ta avstånd från alkohol går det ej att undvika det faktum att alkohol är ett utbredd fenomen i det svenska samhället. Många svenskar förknippar oftast alkohol med positiva attribut som fest, glädje och avkoppling men alkohol har även många negativa konsekvenser som till exempel ökade olycksfall, missbruk, sjukdomar och kriminalitet.⁴⁹

När Europa kolonialiserade världen började alkohol att exporteras över hela världen och i och med det introducerades en ny alkoholkultur. Alkoholkonsumtionen har blivit betydligt större vilket medför många konsekvenser i ett samhälle.⁵⁰ Idag är turismen en av världens största industrier. Allt fler människor runt om i världen har tid och pengar för att resa inom sin region men även till destinationer längre bort. Chartern introducerades under 1950 talet och det var då starten för internationell semester för svenskarna. Idag är charter förknippat med hög alkoholkonsumtion. Enligt en studie som gjordes av TNS-Sifo på uppdrag av försäkringsbolaget Europeiska uppgav 60 procent att de drack mer på semestern.⁵¹ Varför människor tycker att det är mer okej att dricka mer på semestern än hemma finns det många olika orsaker till men det främsta är avkoppling, ha roligt och känna en lyx-känsla. Alkoholkonsumtionen har förstås att göra med vilken typ av resa man gör, sammanhang och sällskap, det är mycket som spelar in. I och med semestern släpper vi kontrollen och lämnar vardagen, det är även något som kan kännas igen vid förtäring av alkohol. I Sverige är alkohol starkt kopplat med firande och högtider. Anledningen för den stora konsumtionen där är oftast samma anledningar till att dricka på semestern, man vill slappna av och ha kul. Många internationella turismrelaterade företag använder sig av dessa anledningar för att

⁴⁹ Orvar Olsson *Alkoholpolitik, liv och hälsa – exemplet Sverige*. Sober. 1997. S.21

⁵⁰ Heine. 2010. S.4

⁵¹ Heine. 2010. S.9

marknadsföra alkohol tillsammans med sin egen produkt som en del av turistens upplevelse.⁵² Sveriges resebolag har dock på sista tiden varit försiktiga med att marknadsföra aktiviteter kopplade till alkohol på olika resmål. Detta för att det har uppmärksammats olyckor och händelser bland mycket ungdomar relaterade till just alkohol, vilket många svenska resebolag vill hålla sig borta ifrån.⁵³

Sedan år 1982 har turismen varit Thailands största inkomstkälla för utländsk valuta. Thailand var ett av de första länderna i Sydostasien där turismen snabbt utvecklades till en utav de största näringarna och turismen fortsätter att växa för varje år.⁵⁴ Våra intervjupersoner säger att det som är viktigast på semestern är bland annat fint väder, avkoppling, mat, nya upplevelser och sol och bad. Majoriteten av våra intervjupersoner säger att alkohol är en viktig komponent på deras semester men alkohol är inte det huvudsakliga syftet med deras resa utan det är mer som ett komplement. Joakim berättar att han såg många som reste till Thailand enbart för att festa. Som Bell beskriver kan alkoholturism se lite olika ut beroende på vilket syfte man har med sin resa. Alkohol kan vara både ett huvudsyfte eller ett komplement dock har alkoholen en stor roll i båda typerna av resor.⁵⁵ När våra intervjupersoner fick frågan varför de valde att åka till just Thailand så svarade de:

För att det är en stor hype över Thailand, alla är där och ska dit och jag vill väl se semesterparadiset. Det känns som att man ska åka dit. (Matilda)

(...) sen så känns även Thailand som lite av en metropol när man åker till Asien och backpackar. (Emma)

Matilda och Emma beskriver hur Thailand har ett gott rykte hos turister och att Thailand är någonting som många pratar om. Turismen medför både positiva och negativa konsekvenser. År 2007 besöktes Thailand av 14 miljoner turister⁵⁶ och sex år senare hade turismen ökat markant, år 2013 besöktes Thailand av 27 miljoner turister.⁵⁷ Turismen har medfört en

⁵² Cisneros Örnberg & Room. 2014. S.151

⁵³ Heine. 2010 S.10-11

⁵⁴ Solveig Mårtensson. Nationalencyklopedin

<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/thailand> Hämtad:2015-11-26

⁵⁵ Bell. 2008. S.296

⁵⁶ <http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/thailand> 2015-11-26

⁵⁷ <https://www.landguiden.se/Lander/Asien/Thailand/Turism> 2015-11-26

ekonomisk utveckling för landet. Denna snabba utveckling har medfört att majoriteten av thailändarna har fått högre levnadsstandard. Dock är det i Bangkokregionen som tillväxten har ökat som mest vilket betyder att skillnaderna i välstånd i de olika delarna i landet har ökat.⁵⁸ Denna tillväxt har lett till att de thailändare som turisterna möter är dem som bor och jobbar i de stora städerna och har service- eller försäljningsjobb. Många utav våra intervjupersoner uppfattade inte dessa personer som ”riktiga” thailändare utan de uppfattade dem som att de hade en fasad för turisterna. Så här säger Martin när vi frågar hur han uppfattade lokalbefolkningen:

Jag hade ju ingen kontakt med den här riktiga lokalbefolkningen utan det var ju dom här säljarna som stod på gatan och promota saker. (Martin)

Att veta sin egen identitet och vem man själv är anses vara viktigt. Termer som ”identitetskris” och ”att försöka hitta sig själv” är väldigt vanliga i dagens samhälle. Människor som inte anses ha hittat sig själva utan spelar en roll och har en mask utåt ses som falska och blir ofta inte omtyckta. Medan de människor som vi gillar anses vara äkta och autentiska människor.⁵⁹ En individ kan bara existera i ett socialt och kulturellt sammanhang. Därför krävs det att vi känner till ”andra” för att lära känna oss själva och för att vi ska veta vilka ”de andra” verkligen är måste vi veta vilken kultur de lever i.⁶⁰ Vad beror det på att våra intervjupersoner inte ser thailändarna som ”riktiga” thailändare? Kan det bero på att turisterna har en bild av hur Thailand och thailändarna ska vara och att denna bild av ett fattigt Thailand inte alltid stämmer i de stora turiststäderna. För att turisterna ska uppfatta någonting som autentiskt är det viktigt att upplevelsen möter turistens förväntningar. Turistens förväntningar påverkas av vem turisten är samt vad personen har för bakgrund och värderingar. Även media och intryck från släkt och vänner påverkar. Som nämndes tidigare, för att lära känna någon annan måste man veta vilken kultur de lever i. Detta kan bli svårt för turisten om de upplever att destinationens kultur är för lik sin egen. I de stora turiststäderna i Thailand är det mesta väldigt anpassat efter turisterna. Det kan upplevas som att Thailands kultur har blivit undantryckt. Denna anpassning efter de västerländska turisterna har förmodligen gjort så att

⁵⁸ <http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/thailand> 2015-11-26

⁵⁹ Charles Lindholm *Culture & identity – the history, theory and practice of psychological anthropology*. McGraw-Hill. New York. 2001. S.4

⁶⁰ Lindholm. 2001. S.10

turisterna på deras besök inte upplever att de thailändare som jobbar i turiststäderna inte är ”riktiga” thailändare på grund av att de är för anpassade efter den västerländska kulturen.

Ekonomiskt perspektiv

Emma bodde tillsammans med några thailändare på sin semester som visade henne runt i området. Då uppmärksammade hon en skylt som de översatte åt henne.

På någon utflykt så fanns det något fält med en skylt där det stod pineapple typ tusen bath och sen så under så stod det på thailändska och då var det typ halva priset. Så allting är ju lite utformat för att tjäna pengar på turisterna. (Emma)

Emma beskriver hur thailändarna har lärt sig att dra nytta av turismen. De vet att turisterna har pengar och är villiga att betala mer eftersom turisterna ändå anser att det priset som de betalar i Thailand är lågt jämfört med vad de får betala hemma. Turismen är både positiv och negativ för landets ekonomi. Det positiva är att det kommer dit turister som är villiga att spendera pengar vilket genererar vinst för landet. Det negativa är att det uppstår ett ekonomiskt läckage. Detta läckage uppstår dels på grund av att turisterna ställer krav på att de ska köpa in vissa märken. Sara beskriver konflikten som uppstår när turisterna vill ha importerade varor som de känner igen vilket gör att thailändarna köper in dessa varor men tjänar tyvärr inte särskilt mycket pengar på det. Så här beskriver Sara konsekvenserna som uppstår när turisternas vanor gör att thailändarnas ekonomi drabbas.

Sen är det väl ekonomin. Det skulle dom kunna lägga på annat, alltså välfärd eller allt möjligt sånt men istället så väljer dom att köpa in ganska dyr alkohol och importera för att vi turister vill ha ett visst märke som vi är vana vid, som jag till exempel, Bacardi breezer eller Smirnoff ice. Vilket gör att dom köper in det för ganska dyra pengar och får inte så stor förtjänst för det heller som dom kanske skulle ha fått men det är för att de vet att jag skulle inte betala mer än vad jag gör hemma. Så det är ju också en konsekvens. (Sara)

Sara beskriver hur turistens förväntningar på att vissa märken och produkter ska finnas gör att värdlandet importerar dessa varor även fast de inte gör någon vinst på det. Den västerländska

alkoholkulturen påverkar Thailand på ett negativt sätt när man ser det från ett ekonomiskt perspektiv. Eftersom turismen har blivit så stor i Thailand är det oundvikligt att turismen inte skulle påverka landet. När vi frågar våra intervjupersoner om de tror att Thailand har påverkats av turismen så svarar Emma:

Absolut. Det känns som att det är på ett negativt sätt. Det känns som att i början när folk reste till Thailand så var det det här vackra stället dit alla ville och så. Och nu känns det som att folk åker bara dit för att bo på dom här flashiga hotellen som ägs av, alltså vad jag tycker känns som, ägs mestadels av västerlänningar och man vågar inte gå in och shoppa i den här lilla thailändska affären utan man går hellre till 7 eleven för där vet man vad man får och det känns som att även fast de tjänar säkert pengar så känns det ändå som att västerlänningarna har tagit över landet och det är nog ändå dom som får mest. (Emma)

Emma känner en oro över att turisternas pengar inte gynnar Thailand så mycket som det skulle kunna göra. Hon tror att mycket av turismens ekonomiska vinst hamnar i västerländska fickor istället för hos värdlandet. Det uppstår ett ekonomiskt läckage när mycket av turisternas pengar återgår till ursprungsländerna eller lämnar aldrig turisternas hemländer. Detta beror på att turist-, hotell- och flygbranschen ofta har sin bas i andra länder än destinationslandet. Huvuddelen av det ekonomiska läckaget beror på tidigare nämnda branscher och företag. Men en del av de pengar som blir kvar i destinationslandet används till att köpa in utländska varor vilket då blir ett fortsatt läckage. Det ekonomiska läckaget blir som störst när turismen sker i utvecklingsländer. Anledningen är dels för att myndigheter och näringsliv inte själva har kapaciteten att bygga upp infrastrukturen som krävs kring turismen men också att dessa utvecklingsländer som har turismen som en av de största näringarna blir så pass beroende av turismen att de blir mer eller mindre tvingade till att göra det som de globala turistbranschen vill.⁶¹ Helena vill ha en mer positiv syn på turismen.

⁶¹ Mats Wingborg *Utsugning av vissna, guldkant för andra? – en studie av all-inclusive turism och den svenska turistbranschen*. Schyst resande. 2011. S.9-12

Ja! Jag tror att mycket av deras ekonomi ligger i oss turister. Man kan ju hoppas att de är vi som gör att de är trevliga, lyckliga människor utåt. Jag hoppas även att man bidrar till någon familjs ficka. (Helena)

Ansvar och makt

Det som Emma tidigare beskriver, att många turister bor på hotell som ägs av västerlänningar, är något som sprider sig mer och mer. I boken "Välkommen till paradiset" beskriver Jennie Dielemans hur lokalbefolkningen känner sig bortkörda av de stora hotellkomplexen och att det är hotellägarna som har pengar och makt.⁶² Makt kan beskrivas på många olika sätt. Dahlstedt beskriver att Robert A Dahls teori är att "A har makt över B när denne kan förmå B att handla på ett sätt som B annars inte skulle göra".⁶³ Vi applicerar detta på vårt fall som att "A" är västerlänningarna som har makten över thailändarna, "B". Vi ser det på detta sätt eftersom thailändarna har anpassat sig och tryckt undan sin egen kultur för att skapa en mer attraktiv miljö för turisterna. Turisterna får alltså thailändarna att agera på ett sätt som de inte skulle göra om turismen inte fanns i landet. De västerländska turisterna behöver alltså inte anpassa sig särskilt mycket efter Thailand utan det mesta är redan anpassat efter den västerländska turistens behov. Det kan vara till exempel menyer på svenska och importerad alkohol, allt blir serverat på ett silverfat och turisten har nästintill allting framför näsan och bekymrar sig inte över vart pengarna går. Dahlstedt beskriver även att Steven Lukes har ett synsätt på att maktutövning inte behöver handla om öppna konflikter utan att det mer går ut på att förhindra att konflikter uppstår. De öppna konflikternas frånvaro kan tolkas som ett manipulerat eller falskt konsensus.⁶⁴ Vi anser att Dahlstedts tolkning av Dahls och Lukes teorier går hand i hand när det gäller vårt exempel. Lukes beskriver den konsensus som har uppstått i Thailand mellan turisterna och thailändarna från turisternas perspektiv. Turisterna upplever ingen öppen konflikt när de besöker landet eftersom destinationen är så pass anpassad efter turismen. Vi vet dock inte om svaret skulle vara annorlunda om vi frågar en thailändare som kanske upplever sig borttryckt och maktlös av turismens utbredning.

På semestern stannar ofta turisten inom sin egna kulturella bubbla. Det kan bero på många olika saker som till exempel igenkänningsfaktorn och viljan att känna sig trygg. För att kunna hålla sig inom denna turistbubbla håller sig ofta turister inom en geografisk bubbla som kan

⁶² Dielemans. 2008. S.121-147

⁶³ Dahlstedt i Syssner. 2011. S.171

⁶⁴ Dahlstedt i Syssner. 2011. S.172

vara hotellanläggningen eller restauranger. Det bildas även en mental turistbubbla i form av en befriande känsla från vardagens ansvar vilket leder till en känsla av att kunna utmana och manipulera de normer som normalt sätt styr deras liv. Denna ansvarsfria känsla bildas på grund av att turisten endast är på platsen en begränsad tid och kan när som helst lämna destinationen vilket gör att de inte behöver möta några större konsekvenser av deras handlingar.⁶⁵ Turisterna känner sig ofta mer fria och ansvarslösa när de är på semester tillfälligt. Eftersom semestern är en tidsbegränsad flykt från verkligheten så blir det en chans för turisterna att släppa loss, tänja på gränser och få vara någon annan. Turistens vilja att tänja på gränser och testa på något nytt kopplas ofta samman med äventyrsturism men kan även ha en koppling till berusning. I och med denna känsla av vad semestern betyder för turisten påverkas turistens egna alkoholvanor. Detta blir ett svårt socialt problem då turisten måste kunna väga mellan sin egen semesterkänsla och känslan av ansvar för sina handlingar på semestern.⁶⁶ Vi ville ta reda på om våra intervjupersoner upplever någon skillnad i sin ansvarskänsla när de är på semester i Thailand.

Jag upplever att jag tar större ansvar i ett annat land. Detta för att man vet vad som är OK i sitt eget land. Det är inte i alla länder .. som man t.ex kan kissa ute och få en böter. I Thailand plockar dom in dig direkt.. sitta i ett fängelse i Thailand går nog inte att jämföra med hur det ser ut i ett fängelse i Sverige. (Helena)

Jag skulle vilja säga att jag tar ansvar men det gör man inte när man åker utomlands. Det är ju det att man har sparat ett helt år eller flera år och sen får man 7 dagar av lycka och då slänger man loss och bryr sig egentligen inte. Man tar faktiskt inte ansvar. Man använder toaletten och spolat och använder toapapper precis som överallt annars medan hade man tänkt till lite kanske man inte hade spolat efter varje gång för att de har inte så mycket vatten. Man kanske inte hade tagit en dusch på en halvtimme för att de har inte så mycket vatten. Man kanske inte hade stått och hållt ut vattenflaska efter vattenflaska med rent vatten utan man kanske hade sparat på den. Så nej jag tar nog inte ansvar när jag åker utomlands. Nu gör jag

⁶⁵ Hanefors & Mossberg. 2007. S.111-112

⁶⁶ Bell. 2008. S.293

det, eller nae jag gör nog faktiskt inte det. Men jag slänger inte skräp och sånt och jag tar alltid med från stranden i en liten påse och så där alltså dom vanliga sakerna. Men jag tänker nog inte på annat. Gud va pinsamt men så är det faktiskt om jag ska vara ärlig. (Sara)

Man kan väl välja och resa på ett bra sätt. Jag red inte på elefanter och sådär, så att det gjorde jag väl rätt i men man kan väl vara noga med vad man väljer för hotell och vart man äter och vem man ger sina pengar till.

Och inte gå på barer där tjejer åmar och sådär men vi hade väl inte så himla mycket koll på det. Sen gjorde väl vi inga dumma saker eller red på elefanter eller va på dom där barerna men det måste ju va negativt ändå att vi kommer dit och letar efter det billigaste vandrarhemmet man kan bo på och prutar ner saker på marknaderna och så vidare. (Matilda)

Helena påstår att hon tar större ansvar på semestern än vad hon gör hemma. Medan Sara tror att hon tar mindre ansvar när hon är i Thailand. Matilda menar att man kan göra aktiva val med sina handlingar och på det sättet välja hur mycket ansvar man tar. Den turistiska bubblan där turisterna känner sig fria och ansvarslösa är alltså någonting som alla inte vill relatera till. Vi tror att det kan bero på att våra intervjupersoner dels inte har kunskapen om vad som kan vara negativt för värdlandet och hur stor turismens påverkan faktiskt är av turisternas blotta närvaro. Det kan även bero på att våra intervjupersoner inte vill erkänna sina brister då det kan anses som moraliskt fel att inte ta lika mycket ansvar på semestern som man gör hemma. Olika personer kan även ha olika syn på hur mycket ansvar för ett samhälle som man bör ta. Handlar det bara om att plocka upp sitt skräp eller ska man som turist även ta ansvar för om man lägger pengar på aktiviteter som främjar olaglig verksamhet eller djurplågeri?

I Jennie Dielemans bok Välkommen till paradiset kan man läsa om en thailändsk tjej som kommer ifrån någon liten by i Thailand där hon levde under fattiga förhållanden och behöver pengar till sin utbildning. Hon flyttar till Bangkok där hon så småningom tvingas att börja prostituera sig. Därefter tar hon sig vidare till Phuket, Bangla road, och börjar jobba i en bar där det finns prostituerade, men hon är i den baren en ”vanlig” anställd som dock på eget bevåg kan ta emot kunder. Tjejen, som kallas Mint, beskriver hur turister antar att hon går att köpa bara för att hon jobbar i baren och på så vis kränker henne genom att anta att allt går att

köpas för pengar.⁶⁷ Här nedanför beskriver Emma att hon sett samma sak när hon besökte Thailand.

Alltså dom kan ju fråga vem som helst på gatan som är asiat om en lapdance. För att de bara tänker att det är klart att alla, om jag ger dom pengar så är det klart att alla skulle göra det. Och att dom liksom bidrar till det här med att det finns så många strippklubbar och att västerländska hotell är dom som får pengar och allt sånt. (Emma)

Både Emma och Dielemans beskriver hur turisterna anser att de har rätten att behandla de thailändska tjejerna hur de vill. Turisterna vet om att pengar är lika med makt och vet att de kan få det de vill ha med sina pengar. Här beskriver Emma ytterligare faktorer och tjänster som erbjuds på grund av turisternas pengar.

Jag är ändå ganska medveten om att inte typ dricka för mycket eller rida på elefanterna som skadar landet men de tjänar pengar på det så de har det ändå. Och jag är ganska uppmärksam på att det här med pingpong shows och allt äckligt som många andra vill prova på. Jag är inte så sugen på att göra det. Så det känns ändå som att det är bra att inte göra det för då kanske det faktiskt försvinner. (Emma)

Emma tror att efterfrågan styr marknaden. Dielemans menar ”att inte gå på en sexshow när man är i Thailand, det är som att resa till Paris och strunta i Eiffeltornet.”⁶⁸ Sexshower och prostitution kommer att finnas kvar så länge det finns ett intresse och efterfrågan fortfarande finns. Emma menar att om turisterna tänker lite mer på sina handlingar på semestern kan detta minska då målet är att inte bidra till sådant som enligt många absolut inte är accepterat i Sverige. Om inte turisterna skulle lägga sina pengar på till exempel sexshower så skulle den marknaden inte längre gå i vinst. Detta gör alltså att kunden, i det här fallet turisten, har makten till att påverka vad som ska finnas till försäljning på marknaden. Vi tror tyvärr att kunskapen inte finns hos alla turister om vad som är bra eller dåligt att lägga sina pengar på och hur stor slagkraft deras handlingar faktiskt har. Vår intervjuperson Joakim beskriver dock

⁶⁷ Dielemans. 2008. S.182-188

⁶⁸ Dielemans. 2008. S.196

en annan sida av samma problem. När han var ute på en bar i Thailand så var det en thailändsk tjej som tog för givet att han skulle gå hem med henne och köpa sex av henne. Det var dock inget som Joakim hade tänkt sig och ansåg inte att han hade visat några intentioner till att han skulle vilja göra det. Detta är ett annat synsätt på hur Thailand har påverkats av turismen och hur thailändarnas syn på turisterna även kan bli lite snedvriden och tror att alla turister tycker att det är normalt att köpa sex. När Joakim frågar den thailändska tjejen varför hon antar att han skulle köpa sex av henne så svarar hon: ”Men det är väl så man gör att man går hem med en västerlänning, det måste du väl förstå? Jag gör ju så för att få lite extra pengar.”⁶⁹ Turisternas handlingar påverkar alltså thailändarnas syn på turisterna. På samma sätt som turisterna drar alla thailändska tjejer över en kam gör även thailändarna detsamma om de manliga västerländska turisterna.

Alkoholkulturens konsekvenser

Mint från Thailand beskriver hur hon börjat dricka mycket och att hon är medveten om att hon dricker för mycket. Hon säger att hon dricker i baren, för kundernas skull.⁷⁰ Vi tolkar det som att Mints alkoholvanor har påverkats av turisterna eftersom hon säger att hon dricker för kundernas skull. Enligt TNS-Sifos undersökning som gjordes 2009, på uppdrag av försäkringsbolaget Europeiska, dricker 60 procent lite eller mycket mer på semestern än vad dom gör hemma.⁷¹ Enligt Tickets Novus-undersökning från 2013 dricker var tredje svensk mer på semesterresan än vad de gör hemma.⁷² Även alla våra intervjupersoner hävdar att deras alkoholkonsumtion ökar på semestern. Eftersom turisterna själva anser att de dricker mer på semestern än hemma är det en högriskkonsumtion som överförs till destinationens lokalbefolkning. Lokalbefolkningen som är ovana alkoholkonsumenter ser dock en ekonomisk vinst i alkoholkulturen vilket gör att de tar efter den. Sara har ett tydligt exempel på hur turisternas alkoholvanor har förts över på lokalbefolkningen.

Jag träffade faktiskt ganska mycket lokalbefolkning, varav en kvinna som var runt 50-60 år, hon satt och drack ganska mycket och började prata med oss. Och hon sa att hon ägde en massa salonger, det var nagelsalonger, det var fotvård, hårsalonger, massage. Och hon satt bara och drack och drack

⁶⁹ Joakim 2015-11-03

⁷⁰ Dielemans. 2008. S.188

⁷¹ Heine. 2010. S.9

⁷² Ticket.se, Pressmaterial TC Vinter 2013 <http://www.mynewsdesk.com/se/ticket-privatresor/documents/ticket-collection-vintern-2013-2014-30027> Senast uppdaterad: 2013-10-08 S.11

och drack och vi bara men du jobbar ju så himla mycket, du har ju massor olika företag. Hon sa att hon då hade fyra företag och hon hade från början haft nästan 20 stycken men på grund av att hon började dricka, för att hon kom in i det där, för att det var svenskar som var hennes kunder, hennes kunder var ifrån Skandinavien, och Europa överhuvudtaget egentligen. Dom bjöd alltid henne på alkohol och tillslut så har hon nu blivit alkoholist, så det har ju påverkat henne massor. (Sara)

Sara menar att turisterna har påverkat den thailändska kvinnan till att bli alkoholist på grund av deras egna alkoholvanor. I detta fall som Sara beskriver hade denna kvinna inget alkoholrelaterat jobb som till exempel restaurang- och barjobb är. Ändå blir hon påverkad av de västerländska turisternas alkoholvanor i den grad att hennes liv ändras drastiskt och hon blir alkoholist. Helena tror dock inte att turisterna personligen kan påverka lokalbefolkningen utan hon tror att det handlar om thailändarnas egna livsförutsättningar och vilket jobb de har. Hon tror alltså att det handlar om thailändarnas egen relation till alkohol som påverkar deras alkoholvanor.

Det handlar väl om vem du är i Thailand, vart du arbetar och hur mycket du är bland turismen. Givetvis om du äger barer, restauranger i Thailand och vi kommer dit så tror jag att de automatiskt dricker mer. Men de handlar nog om yrke jag tror inte att det är vi som påverkar dom att dricka mer alkohol. (Helena)

Alkoholproblem är inte endast problem för enskilda personer utan det blir även problem för samhället som helhet. Problemen som blir till följder av alkohol påverkar både enskilda personer och många stora institutioner och sektorer i samhället som till exempel polisen, regeringen och de beslutsfattande organen, skolan, vården och arbetsplatser. Alkoholen ger upphov till stora krav och kostnader för samhället.⁷³ En person som lider av alkoholproblem drabbar alltså inte bara sig själv utan även sin familj i form av att partnern eller barnen kan få psykologiska problem, vilket leder till att de presterar sämre i skolan eller jobbet vilket i sin tur kan leda till sociala och finansiella problem. Även allmänheten blir drabbad i form av olyckor på grund av rattfylleri eller slagsmål som startas på grund av fylla. Även kollegor kan

⁷³ Edwards. 1997. s.1

bli drabbade om en alkoholist inte utför sitt jobb ordentligt vilket kan leda till arbetsrelaterade olyckor. Samhället blir även belastat i form av välfärd, sjukvård, försäkringar samt polisutredningar och rättegångar.⁷⁴ Alkoholens problem och konsekvenser drabbar alltså inte bara en liten grupp av människor i samhället som kallas för alkoholister, utan det är ett stort hälsoproblem som drabbar hela samhället och påverkar många människors liv samt samhället som helhet. När våra intervjupersoner får frågan vad de ser att alkohol har för konsekvenser i ett samhälle så svarar de så här:

Det är väl lite olika... som typ allting, att vissa blir utanför samhället och ja, vissa tror jag till och med kommer in i samhället av det. (Martin)

Det har nog ganska mycket konsekvenser. Det är ju lätt o säga att det inte ska vara monopol så länge man har kontroll på sin konsumtion så det finns ju många som inte har det. Så länge som det funkar hos oss så finns det ju ändå, jag tycker ändå att det är lättillgängligt här med dom systembolag som finns. Men det är klart att det påverkar ett samhälle, det ser jag ju också på mitt jobb, dom som inte kan hantera det där, det påverkar jobbet och hur svårt det är att komma ur ett missbruk. Och det är klart att är det då lättillgängligt så är ju det mycket svårare och ta sig ur också och lättare att hamna i missbruk. (Caroline)

Caroline pratar om vikten av alkoholens lättillgänglighet. Lättillgänglighet kan ses på många olika sätt som till exempel antal försäljningsställen, öppettider, åldersgränser och priser. I de flesta europeiska länderna säljs alkohol på en relativt stor och fri marknad. Alkohol kan ge både lycka och problem, för vissa kan det till och med vara bra för hälsan. Hur ska man kunna balansera det bra med det dåliga och kostnaderna med fördelarna?⁷⁵ Man kan konstatera att priset på alkohol tillsammans med antalet försäljningsställen och dess öppettider bestämmer hur mycket en befolkning dricker och hur stora skadorna blir för denna befolkning. Det är dock svårt att säga exakt hur dessa tre faktorer samverkar med varandra.⁷⁶

⁷⁴ Edwards. 1997. S.3

⁷⁵ Edwards. 1997. S.1

⁷⁶ Orvar Olsson *Effekter av en restriktiv alkoholpolitik*. Kunskapsförlag. Sala. 2000. S.72

I Sverige har vi höga alkoholskatter vilket gör att priset på alkohol i Sverige är relativt högt.⁷⁷ Priselasticitet är ett uttryck som beskriver förhållandet mellan en prisförändring och hur konsumtionen då ändras. När priset på någonting höjs brukar även konsumtionen gå ner. Det finns även något som kallas för korselasticitet. Korselasticiteten visar hur prisförändringarna på en vara kan påverka konsumtionen av en annan vara. Till exempel om priset höjs på vinförsäljningen så minskar konsumtionen på vin men öl- eller spritförsäljningen kanske höjs istället.⁷⁸ När vi frågade våra intervjupersoner hur de tror att deras konsumtionsmönster skulle ändras om priserna i Thailand var lika höga som här i Sverige så svarade Sara så här:

Det tror jag faktiskt att det skulle göra. Det skulle inte bli... nu dricker ju jag bara dom dyra sakerna som Bacardi breezer och Smirnoff ice, men jag tänker på om jag skulle åka med familjen till exempel så tror jag att dom skulle ändra sina vanor, då kanske man inte köper fyra flaskor vin och sitter och blir dyngpackad på en middag utan då kanske man hade delat på en flaska vin istället. Det hade nog ändrat ganska mycket om priserna hade vart högre. Jag tror att vi svenskar också är alldeles för snåla när vi åker utomlands. Det ska vara billigt. Vi åker till Thailand dels för att det är billigt. (Sara)

Sara menar att det är viktigt för Thailand att ha billiga priser för att fortsätta vara konkurrenskraftigt. Om Thailand inte skulle anses vara billigt så skulle det inte vara ett lika attraktivt resmål. Men vad har då priserna för påverkan på vår konsumtion? I ett experiment som genomfördes i England sänktes serveringspriserna med 50 procent för att se om fenomenet ”Happy Hour” och sänkta priser har stor påverkan på alkoholförsäljningen. Experimentet visade att tillfällighetskonsumenterna ökade sin konsumtion markant. Deras konsumtion ökade mer än högkonsumenterna och de som inte hade tillgång till det lägre priset. När priset återgick till det vanliga priset minskade konsumtionen påtagligt för alla konsumenter.⁷⁹ I Sverige förekommer det inte någon realisation av alkohol på systembolaget, fenomenet ”happy hour” är inte vanligt i Sverige. Restauranger kan ha ”afterwork” eller andra

⁷⁷ Olsson. 1997. S.62

⁷⁸ Olsson. 2000. S.18

⁷⁹ Olsson. 2000. S.22

erbjudande där priset på vissa alkoholhaltiga drycker kan sänkas till en viss del.⁸⁰ Här beskriver Emma hur priset är avgörande för hur mycket alkohol hon dricker på semestern.

Alltså när man åker på semester så vill man ju oftast åka någonstans där det är billigt så att man kan liksom lyxa till det och ändå inte göra av med för mycket pengar. Jag hade ju absolut inte tagit den där ölen om den var dyr. Men om den kostar så här 5 spänn då beställer man ju in några till.

(Emma)

Emma håller alltså med om att låga priser ökar hennes konsumtion. Men det är inte bara låga priser som ökar försäljningen, även antal försäljningsställen påverkar konsumtionen. Det genomfördes försök i Göteborgs län, Bohuslän och Värmlands län där starköl även fick säljas i livsmedelsaffärer. Detta gjorde att försäljningsställena av starköl mångdubblades. Det ökade antalet av försäljningsställen ledde i sin tur till en ökning av försäljningen. Innan försöket inleddes såldes det 1,4 miljoner liter på det första halvåret 1967. Ett år senare när försöket var igång låg försäljningen på 13,5 miljoner liter på ett halvår. Försäljningen ökade alltså nästan 10 gånger.⁸¹ Detta försök avbröts dock den 14 juni år 1968 på grund av rapporter om ”överdriven och olämplig starkölkonsumtion inom försökslänen, inte minst bland ungdom”.⁸² En ökning av försäljningsställen ökar tillgängligheten, både i öppettider, närhet och utbud. Så här svarar Sara på frågan hur hon ser på att Thailand inte har alkoholmonopol:

Negativt och jag tycker att det är alldeles för lättillgängligt och jag tror att det skulle vara bättre om dom hade ett monopol så att dem kunde reglera tiderna på nätterna speciellt. (...) Så om man ordnar det så att de har starkare regler i Thailand också tror jag att det skulle bli lite mer ordning och reda. Jag tror att det skulle vara en fördel för thailändarna faktiskt.

(Sara)

Sara anser att strängare reglering är bra för lokalbefolkningen för att minska alkoholkonsumtionen och speciellt lättillgängligheten under natten. I Sverige är det 18 års gräns för att få dricka alkohol på barer och restauranger och 20 års gräns för att få köpa hem

⁸⁰ Olsson. 1997. S.62

⁸¹ Olsson. 2000. S.28-29

⁸² Olsson. 1997. S.58

alkohol från systembolaget. Denna åldersgräns finns för att minska alkoholkonsumtionen hos ungdomarna. Det har gjorts undersökningar i USA för att se vad som händer när man höjer eller sänker åldersgränsen på rätten att köpa eller dricka alkohol. Undersökningarna visar att det finns samband mellan en sänkning på åldersgränsen och en ökning med trafikolyckor i den yngre berörda åldersgruppen. Om åldersgränsen sänks till 18 år har undersökningarna även sett en ökning på drickande i åldrarna 16-17 år. Detta tros bero på att 18-åringar delar med sig till sina yngre kamrater. Det finns de som hävdar att regler skapar motreaktioner och att om man har en högre åldersgräns som till exempel 21 år så dricker ungdomarna mer när de väl får dricka. Statistiken för att de alkoholrelaterade dödsolyckorna och trafikolyckorna ökar i samband med en sänkt åldersgräns talar dock sitt tydliga språk.⁸³ Så här resonerar Unni kring alkoholmonopol och restriktioner:

Det är ju och mest negativt... om man tittar på överkonsumtion blir det negativt men annars så länge andra sköter det på rätt sätt så tror jag inte på förbud, den liksom grundtanken. Jag tror att ju mer vi förbjuder ju mer intressant blir det, så är min filosofi. (Unni)

I Sverige har vi alkoholmonopol vilket innebär att endast Systembolaget får sälja alkohol av starkare slag. I Thailand så finns det inget sådant monopol utan alkohol får säljas i vanliga livsmedelsaffärer. Den fria marknaden som finns i Thailand skapar marknadskrafter som gör att priserna måste hållas låga för att vara konkurrenskraftiga. Vanliga livsmedelsaffärer vill göra vinst på sin försäljning och försöker därför inte att minska den destruktiva alkoholförsäljningen. Hårdare regler och tydligare restriktioner i Thailand skulle riskera att förstöra semester- och partystämningen för turisterna och därmed minska antalet besökare och inkomster från turisternas pengar.⁸⁴ Systembolaget i Sverige har ingen konkurrent och har därför inget privat vinstsyfte. Den svenska alkoholpolitiken vill minska alkoholkonsumtionen och Systembolaget och dess monopol är en nödvändig förutsättning för detta.⁸⁵ Så här resonerar våra intervjupersoner kring alkoholmonopol.

Det finns både för och nackdelar med det. Fördelar är att allting är på samma ställe och just systembolaget har väldigt bra utbud och man får

⁸³ Olsson. 2000. S.55

⁸⁴ Bell. 2008. S.293

⁸⁵ Olsson. 1997. S.62

väldigt bra hjälp. Det är väl det. Och lite nackdelar, det är även en nackdel att allt är på samma ställe. Mycket svårare att ta sig dit. Och de kan inte sätta priser hur de vill, det är ju ingen sån här marknad efter efterfrågan.

(Martin)

Både och. Jag tror vi i Sverige har lite hårda regler. Jag skulle se att man kunde köpa en starköl i affären om man kunde uppvisa legitimation. De som blir i Thailand är ju att de inte har några skatter och alkoholen blir så billig. De tror jag inte på! (Helena)

Martin och Helena menar att det finns både för och nackdelar med det svenska systembolaget. Den främsta nackdelen som de lyfter fram är att det blir krångligare av bekvämlighetsskäl att endast ha ett fåtal affärer som säljer starkare alkohol. Alla våra intervjupersoner höll med om att det finns både för och nackdelar med strängare restriktioner gällande alkoholförsäljning. Vi uppfattade det som att de tyckte att det var bra att det inte fanns alkoholmonopol i Thailand på grund av egoistiska skäl som gör det lättare för turisterna att få tag i billig alkohol dygnet runt. Det gjorde deras semester smidigare. Men de såg även att det kunde ha negativa följder för thailändarna samt de som de benämnde som ”de som inte kan hantera alkoholen” i och med att lättillgängligheten blir större.

Avslutning

Denna studie har undersökt svenska turisters syn på alkohol och dess konsekvenser på semestern i Thailand. Vi har gjort en diskursanalys på våra intervjupersoners berättelser och kopplat samman detta med maktbegreppet och den turistiska blicken. Studien har kommit fram till att det är viktigt att turisternas förväntningar möts på semestern för att de ska känna sig tillfredsställda. Våra intervjupersoner säger att sol och bad, avkoppling samt nya upplevelser är viktigt på deras semester. Det finns även andra saker som är viktiga på semestern men som inte är det första som de tänker på när de får frågan. Våra intervjupersoner erkänner till exempel till att alkohol även är en viktig komponent på semestern även fast det inte var deras första tanke. Det är viktigt att deras förväntningar på dessa aspekter möts för att turisten ska uppskatta sin resa. Förväntningarna ser olika ut beroende på individens bakgrund och tidigare erfarenheter. Enligt undersökningar som har gjorts dricker turister mer på semestern än vad de gör hemma. Våra intervjupersoner håller med om att deras konsumtion ökar på semestern. Denna ökning beror på frihetskänslan som hör samman med semesterkänslan. Den västerländska alkoholkulturen som överförs till Thailand är därmed en högriskkonsumtion vilket påverkar thailändarna på ett negativt sätt. Våra intervjupersoner har blandade åsikter om huruvida deras alkoholvanor på semestern påverkar thailändarna eller inte. Turisternas alkoholvanor har även ett negativt ekonomiskt perspektiv eftersom Thailand behöver importera alkohol så att vinsten hamnar i andra länder. Om de västerländska alkoholvanorna inte skulle mötas på samma sätt genom att köpa in de varor de önskar skulle turisterna vara tvungna att köpa den inhemska alkoholen vilket skulle gynna landet betydligt mer. Men eftersom de västerländska turisterna har den ekonomiska makten så möts deras vilja. Våra intervjupersoner upplever att det finns både positiva och negativa konsekvenser av alkohol. De positiva konsekvenserna är de sociala aspekterna som känslan av gemenskap och öppenhet. De negativa konsekvenserna kan också vara sociala aspekter så som utanförskap men också fysiska och psykiska konsekvenser.

Avslutande reflektioner

Vi har fått höra många olika åsikter och tankar i våra intervjuer. Vi tror att denna bredd av åsikter dels beror på hur mycket kunskap intervjupersonerna har om vad deras handlingar har för konsekvenser. Turister behöver upplysas om hur deras handlingar påverkar en destination och dess lokalbefolkning. Om turister inte har kunskapen kan det inte förväntas av dem att de ska kunna göra bra moraliska val på semestern. Den turistiska makten som gör att thailändarna köper in varor som de inte tjänar på blir en ond cirkel. Turismen ger landet

pengar men för att turismen inte ska försvinna måste turisternas vilja uppfyllas.

Lättillgängligheten av alkohol i Thailand anser vi vara en negativ faktor som bidrar till den höga alkoholkonsumtionen som turisterna överför. Lättillgängligheten i Thailand gör att turisterna dricker mer och skulle tillgängligheten vara lägre så skulle även turisternas konsumtion vara lägre.

Källförteckning

Tryckta källor

Andersson, Janicke "Diskurs" i Syssner, Josefina (red) *Perspektiv på turism och resande* Studentlitteratur. Lund. 2011

Andreasson, Sven, Göransson, Bengt, Lindberg, Jakob, Nycander, Svante, Romanus, Gabriel & Westerholm, Barbro *Kris i alkoholfrågan – nya villkor för folkhälsa och välfärd*. Hjalmarsson & Högberg. Stockholm. 2001

Augustsson, Lars Åke *Globalkohol en bok om den internationella alkoholindustrin i dag*. Sober. 2008

Axelsson, Peter *Sanning och konsekvens om EU och alkohol*. Sober. 1994

Bell, David "Destination drinking: toward a research agenda on alcotourism" I tidskriften *Drugs: education, prevention & policy*. Vol. 15 Nr.3. 2008

Björklund, Maria & Paulsson, Ulf *Seminarieboken* Studentlitteratur. Lund. 2012

Bohlin, Magnus & Böhn, Solveig "Hållbar turismutveckling" i Bohlin, Magnus & Elbe, Jörgen (red) *Utveckla turistdestinationer – ett svenskt perspektiv*. Liber. Malmö. 2007

Cisneros, Jenny & Room, Robin "Impacts of tourism on drinking and alcohol policy in low and middle-income countries: A selective thematic review" I tidskriften *Contemporary drug problems* Vol.42 nr.2. 2014

Dahlstedt, Magnus "Makt" i Syssner, Josefina (red) *Perspektiv på turism och resande*. Studentlitteratur. Lund. 2011

Dielemans, Jennie *Välkommen till paradiset – reportage om turistindustrin*. Atlas. Stockholm. 2008

Edwards, Griffith "Alcohol policy and the public good" I tidskriften *Addiction* Vol.92. 1997

Hanefors, Monica & Mossberg, Lena *Turisten i upplevelseindustrin*. Studentlitteratur. Lund. 2007

Hedenborg, Susanna & Kvarnström, Lars *Det svenska samhället 1720-2014 – böndernas och arbetarnas tid*. Studentlitteratur. Lund. 2015

Heine, Sara *Happy hour i paradiset – om alkohol och turism i Thailand, Kambodja och övriga världen*. Schyst resande. 2010

Holden, Andrew *Tourism studies and the social science*. Routledge. London. 2006

Johansson, Lennart *Staten, supen och systemet – svensk alkoholpolitik och alkoholkultur 1855-2005*. Brutus Österlings bokförlag symposion. Eslöv. 2008

Kvale, Steinar *Den kvalitativa forskningsintervjun* Studentlitteratur. Lund. 1997

Kvarnström, Lars & Syssner, Josefina ”Staten och det turistiska fältets förutsättningar” I Syssner, Josefina och Kvarnström, Lars (red) *Det turistiska fältet och dess aktörer*. Studentlitteratur. Lund. 2013

Lindholm, Charles *Culture & identity – the history, theory and practice of psychological anthropology*. McGraw-Hill. New York. 2001

Olsson, Orvar *Alkoholpolitik, liv och hälsa – exemplet Sverige*. Sober. 1997

Olsson, Orvar *Effekter av en restriktiv alkoholpolitik*. Kunskapsförlag. Sala. 2000

Petersson, Olof *Maktbegreppet*. Carlsson. Stockholm. 1987

Syssner, Josefina & Khayati, Khalid ”Veni, Vidi, Adios” i Tesfahuney, Mekonnen & Schough, Katarina (red) *Det globala reseprivilegiet*. Sekel. Lund. 2010

Syssner, Josefina & Kvarnström, Lars ”Det turistiska fältet och dess aktörer – en introduktion” I Syssner, Josefina & Kvarnström, Lars (red) *Det turistiska fältet och dess aktörer*. Studentlitteratur. Lund. 2013

Tesfahuney, Mekonnen "Vem är turisten?" I Tesfahuney, Mekonnen & Schough, Katarina (red) *Det globala reseprivilegiet*. Sekel. Lund. 2010

Trolldal, Björn & Leifman, Håkan "Alkoholkonsumtionen i Sverige 2001-2013" i tidningen *Alkohol & Narkotika*. CANs tidskrift. Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning. Nr 5/2014

Urry, John & Larsen, Jonas *The tourist gaze 3.0*. Sage. London. 2011

Wetterberg, Gunnar *Alkoholen, samhället och arbetslivet*. SNS. Stockholm. 2009

Wingborg, Mats *Utsugning av vissna, guldkant för andra? – en studie av all-inclusive turism och den svenska turistbranschen*. Schyst resande. 2011

Winther Jörgensen, Marianne & Phillips, Louise *Diskursanalys som teori och metod* Studentlitteratur. Lund. 2011

Internetkällor

Solveig Mårtensson. Nationalencyklopedin
<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/thailand>
Hämtad: 2015-11-26

<https://www.landguiden.se/Lander/Asien/Thailand/Turism>
Hämtad: 2015-11-26

Ticket.se, Pressmaterial TC Vinter 2013,
<http://www.mynewsdesk.com/se/ticket-privatresor/documents/ticket-collection-vintern-2013-2014-30027>
Senast uppdaterad: 2013-10-08

Vetenskapsrådet.

<http://www.vr.se/etik/expertgruppforetik.4.44482f6612355bb5ee780001147.html>
Senast uppdaterad: 2009-08-26 Hämtad: 2016-01-23

Muntliga källor

Caroline 2015-11-05

Emma 2015-11-03

Helena 2015-10-30

Joakim 2015-11-03

Martin 2015-11-03

Matilda 2015-10-28

Sara 2015-11-04

Unni 2015-10-26

Bilaga 1

Intervjuguide

Kan du berätta lite om dig själv?

När åkte du på resan till Thailand?

Hur många gånger har du varit i Thailand?

Vad hade du för resesällskap?

Varför valde du att åka till Thailand?

Vad var dina avsikter med resan?

Hur upplevde du lokalbefolkningen?

Hur upplevde du landets kultur?

Upplevde du några kulturskillnader jämfört med i Sverige?

Upplever du att Thailands kultur har påverkats av vår västerländska kultur och i sådana fall på vilket sätt?

Vad är viktigt för dig på semestern?

Är alkohol en viktig komponent för dig på din semester? Varför? Anledning?

Vad är anledningen till att du dricker? (Sällskapsgrej, stämning, lugn, varva ner, bli någon annan, fly vardagen? Beror det även på tillfälle?)

Är anledning till att dricka alkohol olika beroende på vilket sällskap du har? (Kan du ge exempel?)

Hur skulle du beskriva dina alkoholvanor på semestern jämfört med vanorna hemma?

Är det annorlunda om du är hemma på semestern eller reser bort på semestern?

Hur ser du på att Thailand inte har alkoholmonopol?

Om priserna i Thailand skulle vara lika som i Sverige, tror du att ditt konsumtionsmönster skulle ändras?

Likadant om priserna i Sverige var lika billiga som i Thailand?

Skulle ditt intryck av semestern förändras om lättillgängligheten av alkohol inte var lika stor?

Skulle du fortfarande resa till Thailand om det inte fanns någon alkoholförsäljning där?

Varför, varför inte?

Hur tror du att lokalbefolkningens alkoholvanor påverkas av turismen?

Vad ser du att alkohol har för konsekvenser i ett samhälle?

Ser du olika konsekvenser beroende på om du är i Thailand eller hemma?

Vilket avtryck upplever du att du lämnar i Thailand?

Upplever du att turismen har präglat landet? På vilket sätt?

Upplever du att du tar samma ansvar för dina handlingar när du är på semester som när du är hemma?

Till slut...

Vad är ditt bästa minne av Thailand?

Skulle du vilja resa tillbaka igen?