

Svenska seniorer i Spanien

En kvalitativ intervjustudie om hur svenska
fritidshusägare uppfattar sin identitet i Spanien

Av: Lizzie Kytölä & Nikoleta Koszewnik

Handledare: Gustaf Onn

Södertörns Högskola | Institutionen för naturvetenskap, miljö och teknik

Kandidatuppsats 15 hp

Turismvetenskap C | VT 2022



SÖDERTÖRNS HÖGSKOLA | STOCKHOLM
sh.se

Förord

Ett stort tack till alla respondenter som har ställt upp för intervju som med engagemang och vilja har berättat om sina erfarenhet och upplevelser av att vistas i Spanien. Vi är tacksamma för den tid som avsatts för att ställa upp på en intervju. Vi vill även tacka vår handledare Gustaf Onn för ett bra stöd och betydelsefull feedback under hela arbetsprocessen.

Den här studien har skrivits och genomarbetas tillsammans av studenterna Lizzie Kytölä och Nikoleta Koszewnik. Båda studenter är gemensamt ansvariga för samtliga delar.

Juni 2022

Abstract

Opportunities to travel and move between the national borders in the world are increasing. Swedes who buy second-homes in Costa del Sol are looking for a better climate, cheaper living costs and spend up to several months at a time in Spain. Previous research shows that problems linked to defining one's own identity occur when individuals continuously travel between homes in different countries, which is also partly dependent on the treatment that they receive as Swedes abroad. This study aims to investigate how Swedish individuals' identity is affected by owning a second-home in Spain. Through interviews with eight seniors, the phenomenon of identity, linked to owning a home abroad, was investigated. The empirical material was analyzed using thematic analysis and compared with previous research. Social identity theory and place identity are two important factors and theories that are used in this study. They stand as crucial premises when discussing the studies of people's perceived identity. The results of this study show that Swedes generally do not identify themselves as locals in Costa del Sol. Simultaneously, many feel a strong sense of belonging and consider their home in Spain to be as much "at home" as the home they reside in Sweden. As for perception by the local inhabitants, all respondents state that they are mainly met with kindness, although a few occasions are mentioned when they have experienced particular xenophobia against international second-home owners in Spain as a community. For further research, the authors propose a study of younger generation second-home owners, as well as a deeper qualitative study of the connection between place affiliation and the feeling of "feeling at home" among Swedish homeowners abroad. Furthermore, studies of other destinations in Spain would be of interest, together with jurisprudence in Spain as a factor for choosing Spain as a second-home country.

Keywords: Costa del Sol, second-home tourism, residential tourism, identity, seniors.

Sammanfattning

Möjligheter till att resa och förflytta sig mellan nationella gränser i världen blir allt fler. Svenskar som köper bostad i Costa del Sol söker efter ett varmare klimat, billigare levnadskostnader och spenderar upp till flera månader åt gången i Spanien. Tidigare forskning visar att problematik kopplad till uppfattning av sin egen identitet förekommer när individer kontinuerligt reser mellan hem i olika länder, vilket delvis också är beroende av det bemötande man får som svensk utomlands. Den här studien syftar till att undersöka hur svenskars identitet påverkas av att äga en bostad i Spanien. Genom intervjuer med åtta seniorer undersöktes fenomenet identitet, kopplat till att äga bostad utomlands. Det empiriska materialet analyserades med hjälp av tematisk analys och jämfördes med tidigare forskning. Social identitetsteori och platsidentitet är två viktiga faktorer och teorier inom denna undersökning. De verkar som centrala utgångspunkter vid diskussion, inom studier av människors upplevda identitet. Resultaten för denna studie visar att svenskar generellt inte identifierar sig som lokalbor i Costa del Sol. Samtidigt känner flera en stark platstillhörighet och anser sin bostad i Spanien vara lika mycket "hemma" som den bostad de äger i Sverige. Samtliga respondenter uppger att de främst bemöts av vänlighet från lokalbor i Spanien, men nämner även tillfällen där de upplevt en viss främlingsfientlighet mot internationella fritidshusägare i Spanien som grupp. För vidare forskning föreslår författarna en undersökning med yngre generations fritidshusägare i Spanien, men även en djupare kvalitativ studie av sambandet mellan platstillhörighet och känslan av att känna sig hemma, bland svenska bostadsägare utomlands. Vidare föreslås studier av andra destinationer i Spanien samt hur juridiska faktorer påverkar val av Spanien som land för att köpa fritidsbostad.

Nyckelord: Costa del Sol, fritidshusägare, bosatta turister, identitet, seniorer.

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1 Bakgrund	1
1.2 Problemformulering	3
1.3 Syfte och frågeställningar	3
1.4 Avgränsningar	3
1.5 Definitioner	4
1.5.1 Identitet	4
1.5.2 Fritidshusägare	4
1.5.3 Bosatta turister	4
1.5.4 Seniorer	4
1.6 Disposition	5
2. Metod	6
2.1 Kvalitativ metod	6
2.2 Intervjuer	6
2.2.1 Genomförande	7
2.3 Tematisk analys	7
2.4 Urval	9
2.5 Etiskt ställningstagande	10
2.6 Käll- och metodkritik	10
3. Teoretisk bakgrund	12
3.1 Tidigare forskning	12
3.2 Teoretisk referensram	15
3.2.1 Social identitetsteori	15
3.2.2 Platsidentitet	16
4. Empiri & Analys	17
4.1 Intervjuer	17
4.1.2 Teman	18
5. Diskussion	30
6. Slutsats	33
Referenslista	
Bilagor	

1. Inledning

Under de senaste åren har det blivit allt lättare för människor att resa och bosätta sig i andra länder. Att vara berest och uppfattas som en person som sett sig om i världen ger även i dagsläget en hög social status i samhället (Gössling, Cohen & Hibbert, 2018). Bland nordeuropéer har intresset växt för framförallt destinationer i södra Europa, som sedan länge är förknippade med turism och fritid (Torkington, 2012). En sådan destination är Costa del Sol, den spanska solkusten, som redan under 1960- och 1970-talet blommade upp och började ta emot stora mängder turister. Costa del Sol beskrivs ofta som en destination som varit skapat för resor, både fritidsturism och bostadsturism, mer än någon annan turistdestination (O'Reilly, 2009, s. 190). Med betydligt lägre priser för hus blev solkusten därför snabbt en oas för bland annat briter, som önskade köpa sommarbostäder eller spendera det kalla halvåret i ett varmare klimat. Destinationen blev sedan även populär bland skandinaver, som köper semesterboende vid kusten eller flyttar ner i hopp om bättre livskvalitet (Torkington, 2012). I dagsläget är majoriteten av de utländska bostadsköpare i Spanien briter, med totalt 7560 köpare under andra halvåret 2021. Bostadsköpare av svenskt ursprung räknade under samma period var 2906 individer. Men trots att de svenska köparna var betydligt färre i antal, betalade de det högsta genomsnitts priserna per kvadratmeter (2 752 €/m²) jämfört med alla andra nationaliteter (CIEN, 2021).

Den stora migreringen och internationella flödet av människor i Europa har i många fall lett till allt mer suddiga kontraster mellan vem som är turist, semesterfirare, utlänning, migrant och lokalinvånare (Jacobsen, Selstad & Nogués Pedregal, 2009; Cohe & Lugosi, 2022). Denna studie ämnar därför åt att undersöka hur de svenska bostadsägarna i Costa del Sol ser på sin egen identitet.

1.1 Bakgrund

Faktorer som globalisering, uppkomst av informationsteknologi, prisvärda och utökade transportmöjligheter, fler semesterdagar och tidig pensionering har skapat allt fler förutsättningar för människor att köpa fritidsbostad utomlands (O'Reilly 2009, s. 199). Kopplat till den nuvarande pandemin av Covid-19 har även möjligheter som arbete hemifrån uppstått för många individer och intresset för fritidsboende har därmed ökat (Müller, 2021). Bland nordeuropéer har intresset främst växt för destinationer i södra Europa, som sedan länge förknippas med turism och fritid (Torkington, 2012). Beslutet att köpa bostad utomlands motiveras ofta av livsstilsfaktorer relaterade till livskvalité. Dessa faktorer berör bland annat klimat, kultur och bekvämlighet. Ekonomiska motiv är också mycket betydelsefulla, då migrering från välutvecklade länder till mindre utvecklade länder ofta innebär lägre levnadskostnader (Montezuma & McGarrigle, 2018).

Många destinationer gynnas av att utländska medborgare köper bostad inom dess gränser. Ett ökat antal turister som köper bostäder leder till en snabb ökning av olika typer av tjänster och

stadsanläggningar, vilka i sin tur skapar fler arbetstillfällen och gynnar en allmän demografisk utveckling av området (Mantecón, 2010). För att en destination framgångsrikt ska kunna attrahera fler utländska bostadsköpare krävs det en noggrann planering och omhändertagande av investerarna från staten. Exempelvis är det till en fördel att skapa investeringsprogram eller införa skattereduktion för utländska bostadsköpare. Effektiviteten av statliga incitament för att locka utländska bostadsköpare, som program för utländska investerare eller skattebefrielse, är starkt beroende av utsikterna för stadens ekonomiska tillväxt och regionens upplevda attraktivitet för nya invånare och turister (Montezuma & McGarrigle, 2018).

De negativa effekterna som fenomenet ofta för med sig är bland annat en negativ påverkan på miljön och att destinationen eventuellt kan förlora sin kulturella särart på grund av ett överflöd av turister. Dessa förändringar accepteras trots allt ofta som ett sammanhang av transformation av den sociala verkligheten (Mantecón, 2010).

Resenärer som köper bostad utomlands och spenderar mycket tid på destinationen kan uppleva många svårigheter med integrationen i lokalsamhället. Detta kan delvis bero på det faktum att fritidshusägande turister väljer att bo i städer, områden eller byggnader som främst hyrs och köps av nordeuropeer. Till följd av detta får de ofta problem med att integrera i det lokala samhället, då de helt enkelt inte har kontakt med lokalborna i lika hög utsträckning (O'Reilly, 2003). Enligt Jacobsen, Selstad och Nogués Pedregal (2009) är det svårt att definiera långtidsbesökare och deras roll i samhället, då de spenderar alltför mycket tid på platsen för att anses vara turist, men är samtidigt inte heller en permanent boende. Det kan också finnas svårigheter med att förklara migranternas egen ståndpunkt och förhållande till turism. Deras tendens att vara i rörelse mellan sitt hemland, andra länder och sin semesterbostad påverkar den egna uppfattningen om vad som egentligen anses vara "hemma" och kan därför vara flytande (O'Reilly, 2003). Trots allt har det funnits ett samband mellan en högre nivå av integration och längre vistelser bland turister som äger bostad utomlands (Jacobsen, Selstad & Nogués Pedregal, 2009).

Att äga en egendom på en destination är en väsentlig del i migrationsprocessen baserat på ideologin att ett hem och tillhörighet förknippas med mark och fastighetsägande, som i sin tur leder till att man kan göra anspråk på en plats (Torkington, 2012). Att vara en person som äger en bostad i ett annat land är därför ett komplext begrepp med en mycket vag linje som skiljer migrant och en turist åt. Detta medför vissa problem, då bland annat lokala myndigheter kan ha svårigheter med att tillgodose varje grupps behov. Någon som bosätter sig på en destination kan ha mycket skilda behov än någon som besöker destinationen under en kortare tidsperiod, även om besöket varar i flera månader (Mantecón, 2010). Att köpa bostad och spendera mycket tid utomlands har en naturlig påverkan på individers identitet och hur de uppfattar sig själva. Därför ägnas denna studie åt att undersöka hur svenska fritidshusägare i Spanien uppfattar sig själva och sin identitet kopplat till att spendera en stor mängd av sin tid i Costa del Sol i Spanien.

1.2 Problemformulering

Tidigare forskning uppmanar till förnyad insamling av data kring fenomenet om att känna sig hemma eller borta när man befinner sig i sin semesterbostad (Müller, 2021) och vilka tidsaspekter som kan påverka den känslan (Vagnér & Fialová, 2011). En annan aspekt, som möjligheten att förflytta oss mellan olika länder under kort tid, kan skapa konflikt i hur man uppfattar sig själv och var man hör hemma (O'Reilly, 2003). De val människor gör i turistsammanhang präglas mycket av hur de identifierar sig själva. Det finns inte tillräckligt med forskning om hur olika identiteter samspelar med varandra (Bond & Falk, 2013). Studier gjorda på regional nivå i Tjeckien visar att de individer som äger semesterboende utomlands upplever sig själva som lokalboende på destinationen i fråga (Vagnér & Fialová, 2011). Men det finns även studier utförda i Spanien som visar på problematik kopplad till detta fenomen då bostadsägarna ständigt blir bemötta som turister (O'Reilly, 2003).

Under de senaste åren har intresset för fritidshusägare utomlands ökat markant inom forskningsvärlden. Många forskare undersöker hur långtidsboende turister påverkar destinationer som de bosätter sig i samt platsernas och de lokala samhällens inflytande på turisternas identitet (Müller, 2021).

Oklarheter i frågan om identitetsupplevelse skapar därför ramen till varför detta ska undersökas ytterligare. En stor mängd av turister som äger fritidshus i Costa del Sol är seniorer som vistas där under längre perioder, vilket gör dem till en intressant grupp att undersöka närmare.

1.3 Syfte och frågeställningar

Syftet med denna studie är att undersöka hur fritidshusägande seniorer från Sverige uppfattar sin identitet i Costa del Sol området i Spanien, samt hur de uppfattar bemötandet från lokalbefolkningen. Utifrån problemformuleringen har två frågeställningar skapats.

- Hur identifierar sig svenska bostadsägande seniorer i Costa del Sol?
- Hur upplever svenska bostadsägande seniorer bemötandet av lokalbor i Costa del Sol?

1.4 Avgränsningar

För att avgränsa studieområdet fokuserar studien enbart på svenska seniorer, specifikt de individer som äger bostad i Costa del Sol området i Spanien. Den geografiska avgränsningen motiveras med hjälp av frågeställningen, men även studiens storlek och omfattning. Varför just Costa del Sol valdes som undersökningsområde grundas på att det är ett populärt område bland nordeuropeer för att köpa semesterbostad i Spanien.

1.5 Definitioner

1.5.1 Identitet

Identitet baseras på flera olika faktorer. Huvudsakligen handlar det om en individs medvetenhet eller upplevelse av sig själv som person. Tillhörighet är ofta en stor del av ens identitet, då man antingen tycker sig vara lik någon grupp, eller inte. Identiteten innebär därför en koppling mellan individen och omgivningen, samt mellan självförståelse och utomförståelse (Larsson 2014, s. 123).

1.5.2 Fritidshusägare

Fritidshusägare är en term som kommer att användas i denna studie för att beskriva individer som äger minst ett extraboende utöver sitt huvudsakliga hem. Inom forskningen finns ett flertal olika termer för att beskriva den typen av turister, huvudsakligen inom den engelskspråkiga världen. Ett exempel är second-home owners (O'Reilly, 2007, s. 2). Då engelska termer inte ansågs vara relevanta för denna studie, valde författarna att istället applicera en svensk term, för att beskriva de individer som äger semesterbostad utomlands. Fritidshusägare utomlands kan ofta uppfattas som en slags hybrid mellan turist och lokalinvånare, då de vistas i sina semesterbostäder under en längre period. Syftet med deras resor är ofta strävan efter att byta omgivningen samt ägna sig åt olika typer av rekreation (Perkins & Thorns 2006, s. 67).

1.5.3 Bosatta turister

Bosatta turister är enligt O'Reilly (2007, s. 146) turister som migrerat till ett annat land men accepteras inte helt och hållet som lokalboende av lokalbefolkningen själva. Ofta står de på olika sätt utanför det lokala samhället, men får ändå en högre status än vanliga turister. Denna benämning appliceras främst på nordeuropeer som migrerat till andra, ofta varmare länder, i turismrelaterade syften.

1.5.4 Seniorer

Termen *senior* beskriver enligt Nationalencyklopedin (u.å.) en äldre person, vanligen pensionär. I denna uppsats kommer termen användas för att beskriva individer äldre än 50 år. Ordet seniorer kommer därför att verka som ett samlingsbegrepp för de respondenter som deltar i undersökningen. Anledningen till detta är att alla inte ännu kan definieras som pensionärer, men är av en högre ålder.

I denna uppsats kommer termen *resenär* och *turist* användas synonymt. Likväl termen *semesterbostad* och *fritidshus*.

1.6 Disposition

Uppsatsen inleds med en övergripande bakgrund om ökat intresse bland turister för att köpa semesterbostäder utomlands, med fokus i Costa del Sol området i Spanien. Vidare presenteras problemformuleringen, syftet med frågeställningar samt avgränsningar för uppsatsen och definitioner. Detta följs av ett metodavsnitt i vilket tillvägagångssätt, analysmetod och urval presenteras, tillsammans med etiskt ställningstagande samt käll- och metodkritik. Efter metodavsnittet skildras tidigare forskning med relation till turism, identitet och köp av semesterboende utomlands. Därefter presenteras den teoretiska referensramen med fokus på identitet och plats. Slutligen presenteras och analyseras den insamlade empirin, vilken följs av en diskussion och förslag på vidare forskning. Varför resultat och analys slogs samman till ett avsnitt motiveras med att det upplägget ansågs vara mest passande för att undvika repetition. Sist i uppsatsen bifogas alla bilagor.

2. Metod

2.1 Kvalitativ metod

För att undersöka respondenternas känsla av identitet och komma åt deras tankar samt upplevelser baseras denna studie på en kvalitativ ansats. Kvalitativ forskning ger möjlighet till att förklara olika fenomen och samband (Bryman, 2018, ss. 454-457). Det som utmärker ansatsen är att den insamlad data tolkas utifrån olika ramar, alltså är teoridrivet, för att bidra med en mer nyanserad och generell förståelse av ett fenomen (Alvehus 2019, s. 20).

Materialet som används i undersökningen består huvudsakligen av primärdata som samlats in av författarna för denna studie. Fördelen med primärdata är att det skapas i direkt anslutning till den aktuella studien, vilket leder till mer kontroll över datainsamlingen och dess innehåll (Alvehus 2019, s. 36). Datainsamlingsmetoden bestod av semistrukturerade intervjuer. Efter att alla intervjuer var genomförda, valde författarna att transkribera materialet för enklare hantering och vidare analys (Alvehus 2019, s. 89). Den typ av analys som ansågs vara mest relevant för studien var tematisk analys, som innebär att man identifierar och analyserar olika teman i insamlad data (Braun & Clarke, 2006).

2.2 Intervjuer

Kvalitativa metoden för insamling av data som används i studien är semistrukturerade intervjuer. Då intervjuer är ett sätt att ta reda på hur en annan person tänker och känner, ansågs denna metod vara mest relevant. Intervjuer skapar en förståelse för hur individer och grupper bygger upp sin sociala värld, och inte minst identitet. Varför semistrukturerade intervjuer valdes som metod motiveras med att metoden ofta omfattar både stängda och öppna frågor, vilket ger respondenten en möjligheten att påverka intervjuens innehåll, samtidigt som intervjuaren kan avgränsa samtalet till det som är mest relevant. Intervjuaren kan även ställa följdfrågor och be respondenten att utveckla sina svar för att komma in på djupet av ämnet (Alvehus 2019, s. 85).

Strukturerade intervjuer valdes bort som datainsamlingsmetod eftersom ju fler slutna frågor som ställs, desto mindre berättar respondenterna, och intervjuaren kan då i regel uppfattas som dominerande i samtalet. Genom att endast bekräfta eller förneka ett påstående, kommer man heller inte in på djupet av ett ämne, vilket i denna undersökning var väsentligt (Häger, 2021, ss. 33-36).

Häger (2021, ss. 33-36) skriver att öppna frågor producerar mer information, och därför rekommenderas de i både handböcker och av erfarna intervjuare, för både studenter och nybörjare inom intervjuteknik. Enbart öppna frågor i en ostrukturerad intervju kan däremot leda till att samtalet lätt byter riktning, vilket i de flesta fall inte är önskvärt. Av den

anledningen valdes ostrukturerade intervjuer bort och en blandning av både slutna och öppna frågor i form av semistrukturerade intervjuer utformades (Häger, 2021, ss. 33-36).

För att strukturera upp alla intervjuer har en förutbestämd intervjumall skapats och samtliga frågor har ställts till alla respondenter. Att forma en intervjumall ger flera fördelar. Exempelvis reducerar det risken för att glömma ställa en viss fråga. Dessutom tenderar semistrukturerade intervjuer att ske under en kortare tid, vilket gör det möjligt att utföra en större mängd intervjuer (Hjerm, Lindgren och Nilsson, 2014, s.151). Intervjuerna i denna studie har spelats in med respondenternas godkännande, vilket tillåter intervjuarna att obegränsat fokusera på respondenterna och inte behöva skriva ned dialogen på plats (Bell, Waters, 2016, s. 196). Observation sker av bland annat av kroppsspråk vilket kan underlätta vid tolkning av uttalanden (Bell & Waters, 2016, ss.189-190). Tre av åtta intervjuer genomfördes i ett fysiskt möte mellan respondent och författare. Vid fysiska förhinder som lång distans eller andra anledningar erbjöds respondenterna även att genomföra intervjuerna digitalt. I dessa fall användes verktyget "Zoom" som enligt Sharp, Preece och Rogers (2019, s. 260) också är ett acceptabelt tillvägagångssätt.

2.2.1 Genomförande

Intervjuerna med respondenter Jan och Per tog plats i deras semesterbostäder i Spanien. Intervjun med Rut tog plats på ett café i Costa del Sol enligt hennes önskan. Intervjuer med respondenter Maj, Ida, Bo, My och Siv utfördes genom videosamtal via online verktyget Zoom. Anledningen till att majoriteten av intervjuerna utfördes via videosamtal var att respondenter och författare befunnit sig på geografiskt skilda platser. Samtliga intervjuer skedde i April år 2022. Intervjuerna tog mellan 40-60 minuter och båda författarna var närvarande vid alla intervjuer. Inför varje intervju, minst ett dygn i förväg, fick respondenterna information om studiens syfte och deras rättigheter samt en samtyckesblankett. Alla samtal spelades in med respondenternas samtycke. Efter avslutade intervjuer transkriberades samtalen i sin helhet. Mindre omformuleringar av talfel har genomförts i syfte att passa in i en akademisk text, men innebörden av respondenternas uttalanden och kommentarer har bevarats.

2.3 Tematisk analys

Tematisk analys är ett brett koncept för att finna mönster och teman i insamlade data. Enligt Braun och Clarke (2006) är det en bra analysmetod för personer som är nybörjare inom forskning. Genom tematisk analys kan insamlad data analyseras och tematiseras. Teman analyseras fram utifrån deltagares rapporter av erfarenheter, betydelser och deras uppfattning av verkligheten. Fokuspunkt är därmed riktad till vad respondenter säger och uttrycker i förhållande till en fråga (Braun & Clarke, 2006). Tematisk analys kan därmed vara en metod som används både för att spegla verkligheten eller för att riva upp ytan av vad som anses vara verklighet. Det vanligaste sättet att identifiera teman i data är repetitioner, som förekommer i det insamlade materialet (Bryman 2016, s. 586).

Ett tema behöver nödvändigtvis inte uppstå genom att uttalanden om ett visst fenomen förekommer i större utsträckning än ett annat, utan kan även bestå av påståenden som är viktiga i förhållande till studiens fokus och forskningsfråga (Braun & Clarke, 2006). Om personer som har blivit intervjuade uttrycker samma saker i stor utsträckning, betyder det nödvändigtvis inte att det behöver betraktas som ett tema. Likväl som att en tematisk analys innebär att finna likheter mellan uttalanden, så finns det också ett värde i att identifiera skillnader och utforska hur intervjupersoner kan diskutera ett ämne på olika sätt, eller hur de skiljer sig från varandra (Bryman 2016, s. 586).

En teoretisk tematisk analys kommer att användas i denna studie, vilket innebär att analysen drivs av studiens teoretiska ramverk och forskningsfrågor. Den typen av analys tenderar att fokusera på en mer detaljerad analys av vissa aspekter i datainsamlingen istället för att analysera all data övergripande (Braun & Clarke, 2006). Enligt Braun & Clarke (2006) går processen till enligt följande steg:

1. Bekanta dig med insamlade uppgifter
2. Generera initiala koder
3. Sök efter teman
4. Granska teman
5. Definiera och namnge teman
6. Producera studien

Hjerm, Lindgren och Nilsson (2014, ss. 37-42) beskriver analysprocessen som iterativ och författarna går därmed igenom alla steg vid flera tillfällen och analyserar materialet parallellt med alla nivåer tills en mättnad av information uppnås.

Det är av stor vikt att tydligt presentera hur man gått tillväga för att analysera sin data och beskriva vilka antaganden som gjorts. Om detta utesluts är det svårt att utvärdera sina resultat och syntetisera det med tidigare studier om ämnet. Detta hindrar i sin tur för framtida forskning att relatera till en studie med otillräcklig presentation av sin analys (Braun & Clarke, 2006). Det är viktigt att inte bara specificera teman som har identifierats men också motivera varför de är viktiga och signifikanta för studien. Det behöver alltså presenteras på vilket sätt teman är betydelsefulla, exempelvis genom att visa hur de förhåller sig till andra teman eller litteratur. Att endast presentera teman tillsammans med några illustrativa citat är otillräckligt (Bryman 2016, s. 587).

Båda författarna läste först igenom samtliga transkriberingar enskilt och presenterade därefter förslag på teman. Därefter lästes transkriberingarna igenom tillsammans och ett fastställande av huvudteman gjordes. Totalt identifierades sju teman. Därefter lästes varje tema för sig, samt sammanfattades och analyserades, för att slutligen sammanfattas under empiri och analys avsnittet.

De teman som författarna identifierade och arbetade fram var följande:

1. Bemötandet från lokalbefolkningen
2. Motivering till att köpa fritidsbostad i just Spanien och Costa del Sol
3. Vardagslivet i Spanien
4. Skillnader och likheter med att bo i Spanien och i Sverige
5. Med vem de spenderar sin tid
6. Integration
7. Identitet

Varför just dessa teman valdes ut baseras på studiens syfte och frågeställningar samt innehållet i samtliga intervjuer. Författarna strävade bland annat efter att synliggöra vilka uttalanden som varit mest förekommande bland respondenterna. Med hjälp av nämnda teman kunde författarna även undersöka och analysera respondenternas uppfattning av identitet ifrån olika perspektiv och infallsvinklar. Enstaka teman berör även den tidigare forskningen, vilket möjliggör en jämförelse mellan studiens resultat och redan existerande vetenskap.

2.4 Urval

De krav som fanns vid urval av deltagare för studien var att de skulle äga en semesterbostad i Costa del Sol samt vistas minst en men högst elva månader per år i området. Destinationen behövde även vara ett återkommande resmål för respondenterna och vid tidpunkten för intervjun ska de ha besökt och spenderat tid på platsen vid minst tre olika tillfällen. Då studien ämnade att undersöka identitet bland svenska bostadsägande seniorer i Spanien, sattes en åldersgräns på minimum femtio år. För att kunna undersöka respondenternas uppfattning av identitet, ställdes dessa krav då en betydande tid under återkommande tillfällen behöver spenderas på platsen för att påverka identitetsuppfattningen. En maxperiod på elva månader infördes då definitionen av en turist innebär att en person befinner sig på en destination i högst tolv månader i taget (UNWTO, u.å.).

För att nå ut till den rätta målgruppen användes ett strategiskt urval, vilket innebär att man medvetet inkluderar de individer som anses vara bäst lämpade för att representera det studerade fenomenet eller har erfarenhet av det (Alvehus 2019, s. 71). Med detta syfte publicerades inlägg i tre svenska Facebookgrupper, skapade för individer med koppling till Costa del Sol. Den första gruppen "Svenskar i Costa del Sol" som vid publicering av inlägget bestod av 22000 medlemmar, "SVENSKAR PÅ COSTA DEL SOL" med 6700 medlemmar och slutligen "Vad händer i Fuengirola, Malaga?" med cirka 5800 medlemmar. Genom att publicera inlägg i ovan nämnda grupper kunde författarna nå ut till en stor mängd människor och efterhöra hur de ställer sig till en intervju. Med hjälp av detta tillvägagångssätt insamlades fem relevanta respondenter. Vidare kompletterades antalet respondenter genom direktförfrågningar till medlemmar i grupperna. Dessa förfrågningar skickades via privat chattfönster. En förfrågan om intervju framfördes och på så sätt insamlades ytterligare tre respondenter.

2.5 Etiskt ställningstagande

Samtliga respondenter har innan påbörjad intervju godkänt sitt medverkande i studien samt inspelning av samtalen. För att utföra en etiskt korrekt studie är det av vikt att säkerställa att respondenterna har fått information om studien samt är medvetna och införstådda i sina rättigheter och studiens syfte (Bell och Waters, 2016, s. 190). Informerat samtycke hämtas av samtliga respondenter genom signerad blankett (Vetenskapsrådet, 2017, s. 31). (Se bilaga nr. 2 och 3) Inför samtliga intervjuer har respondenterna fått ta del av ett informationsbrev, med information om studiens syfte samt information om deras rättigheter till att avbryta eller återkalla sin medverkan. Återkallning av medverkan var möjlig fram tills att studien lämnas in för oppositionsseminarium. Detta förklarades ytterligare innan intervjun påbörjades och studiens syfte upprepades. Särskilt samtycke för att utföra och spela in intervjun samt information om hur detta ska förvaras och hur länge, förklaras för respondenterna (Vetenskapsrådet, 2017, s. 27). Enligt Vetenskapsrådet (2002, s.7) krävs informationskrav och samtyckeskrav som uppfylls genom det informationsbrev med tillhörande samtyckesblankett som tilldelats respondenterna. Endast ljudupptagning har spelats in under intervjuerna.

Konfidentialitetskravet är en förpliktelse om att inte sprida uppgifter som insamlats i förtroende och innebär att obehöriga inte ska få tillgång till materialet (Vetenskapsrådet, 2017, s. 41). För att säkerställa detta tilldelas samtliga respondenter pseudonymer och allt inspelat och insamlat material förvaras lösenordsskyddat. I det fall ljudfiler eller insamlat material kan komma att hanteras av annan än de som utför intervjuer ska detta godkännas av respondenter i förväg (Vetenskapsrådet, 2017, s. 27). Inkluderat i informationsbrevet beskrivs handledares tillgång till inspelat och transkriberat material. Uppgifter om respondenter som ålder och kön publicerades i studien med respondenternas godkännande. Enligt nyttjandekravet får inte materialet användas i kommersiellt bruk eller icke vetenskapliga ändamål, denna studie avses inte användas i något annat sammanhang än studentuppsats (Vetenskapsrådet, 2002, s. 14).

2.6 Käll- och metodkritik

Då kvalitativ forskning i stor grad är beroende av tolkning av insamlad data, finns det risk för att resultatet inte blir helt objektivt. Författarna måste därför vara starkt medvetna om sin egna potentiella del i tolkningen (Bryman, 2018, s. 484). Författarna har kontinuerligt påmint om att inte låta sina egna intressen påverka intervjun och dess följdfrågor samt utgått från den intervjumall som tagits fram. Med förutbestämda frågor kan risken minska för författarna att komma med egna insikter och tankar och då ställa ledande eller oklara frågor (Hjerm, Lindgren & Nilsson, 2014 s. 151-163).

Nackdelen med att använda sig av Facebookgrupper är att inte alla individer har tillgång till dator eller internet. Det kan även bli svårt att nå ut till målgruppen seniorer som kanske inte använder sig av sociala medier i samma utsträckning som yngre individer. Enligt

Internetstiftelsen (2021) använder pensionärer internet mer sällan eller inte alls. Var femte pensionär använde inte internet år 2021. Följden av detta blir att ett begränsat antal äldre kan nås ut till via Facebook.

Eventuella svårigheter och misslyckanden vid tematisk analys är att inte i själva verket analysera det inhämtade materialet eller att endast utgå från ens intervjufrågor för att skapa teman (Braun & Clarke, 2006). Det empiriska materialet i denna studie presenteras i sju teman och har delvis likheter med de intervjufrågor som har ställts. Teman har inte endast framkommit utefter intervjufrågor utan även respondenternas egna åsikter och tankar som förekommit under samtalen. Enligt Braun och Clarke (2006) förekommer studier som inte kan påvisa sina analytiska ståndpunkter med tillräckligt material och citat för att bekräfta ett tema. Därför presenteras varje tema med tillhörande citat som representerar temat. Ett misstag under en tematisk analys kan bli att endast behandla de likheter och vanligt förekommande påståenden i ett empiriskt material och därmed kan en fallgrop också vara att inte presentera de motsägelser och variationer som förekommer i materialet (Braun & Clarke, 2006).

3. Teoretisk bakgrund

3.1 Tidigare forskning

Bostadsturism

Torkington (2012) skriver att internationell livsstilsmigration är ett växande fenomen över hela världen. Framförallt pekar hon på nordeuropéer som söker sig till de södra delarna av kontinenten i syfte att uppnå bättre livskvalitet. Livsstilsmigration menar Torkington omfattar beslut om vilken bostadsort som eventuellt kan göra det möjligt att bygga en önskvärd identitet samt uppfylla mer personliga och känslomässiga behov (Torkington, 2012). Samtidigt kan en flytt eller beslut om att spendera längre tid utomlands även handla om religion eller historiska rötter (Bond & Falk, 2013). Torkington och Ribeiro (2019) påstår att många individer som migrerar känner sig hemma på den nya destinationen och upplever bättre livskvalitet. Vad som uppfattas som bättre livskvalitet är enligt forskarna en subjektiv bedömning, ofta kopplad till individens värderingar, mål och övertygelser. Men i många fall handlar det om klimat, både meteorologisk och social, mindre stress, lugnare livsstil, turistiska möjligheter och en känsla av frihet. Liknande slutsatser dras av Hannonen (2018) i hennes undersökning av tyska fritidshusägare och bosatta turister på Gran Canaria. Hon skriver att motivationen för att flytta eller köpa boende utomlands ofta är bättre väder och närhet till havet. O'Reilly (2017) liksom Torkington (2012) konstaterar också att främst briter och nordeuropéer bosätter sig vid den spanska kusten. Hon beskriver de effekter som migrationen har på lokala samhällen. Bland annat påverkas den lokala utvecklingen samt infrastrukturer och utländska företag etableras tillsammans med nya institutioner. Då många turister använder sig av engelska för kommunikation med lokalbefolkningen, ökar även språkkunskaperna bland lokalborna. Detta leder i sin tur till kulturella och sociala förändringar som ändring av attityder, förväntningar och förhållanden (O'Reilly, 2017).

Även forskarna Vágner & Fialová (2011) skriver att fritidshusägare påverkar och hjälper till att forma den lokala identiteten och utvecklingen av destinationen. Många långtidsboende turister engagerar sig i lokala politiska frågor och formar på det viset om samhället (Hough, 2011). O'Reilly (2003) anser därför att flexibla former av turism suddar ut linjen mellan turism och migration. Hough (2011) påstår även att det tillför olika sociala och politiska problem då det blir allt svårare att definiera vad en turist egentligen är. Bosatta turister kan agera som både turister och lokalbor när de exempelvis får gäster från hemlandet. Ständiga påminnelser om att man bor på en turistisk destination kan därför göra det svårt för migranter eller långtidsboende turister att avgöra vad de identifierar sig som (O'Reilly, 2003).

Skapande av identitet

Social status i samhällen definieras alltmer av rörlighet. För många är inte resor bara ett fritidsintresse utan snarare en nödvändighet för socialitet och sin identitet (Gössling, Cohen & Hibbert, 2018). Turistiska val har enligt Bond och Falk (2013) en stark koppling till den identitet som turisten i fråga har och styr ofta vad denne vill utforska och ägna sig åt. Människor söker alltså efter specifika platser och upplevelser som i sin tur ska hjälpa dem att hitta sig själva. Även då sociala relationer är bevisat viktiga för oss, finns det en betydande del av människor i välutvecklade länder som känner sig ensamma. Turismen fungerar för många som ett verktyg för att öka sin sociala anknytning till andra. Resor och turism skapar också social status i det moderna samhället, eftersom en del turister tävlar om möjligheten att förflytta sig och anammar flytande identiteter i en process för social jämförelse (Gössling, Cohen & Hibbert, 2018).

Bond och Falk (2013) menar att det finns en viss osäkerhet bland forskare om hur man ska definiera termen identitet, då det kan handla om allt från stil till etnicitet, kultur, kön, men även personliga preferenser. Det är de personliga preferenserna som det anses finnas minst forskning om, men som är en viktig aspekt inom våra turistiska val. Hur vi uppfattar oss själva påverkar också hur andra börjar uppleva oss med tiden. Ägnar man sig mycket åt vissa aktiviteter börjar andra dra kopplingar mellan oss och dessa roller. Med tiden blir man därför en del av en specifik samhällsgrupp som man önskat ta del av. Även nya livssituationer och fysisk samt social omgivning kan påverka en individs identitet. Exempelvis kan pensionärer ställas framför nya roller och beteenden efter avslutad anställning och kan därför tvingas skapa en ny identitet (Bond & Falk, 2013).

Hough (2011) utförde en etnografisk studie bland återkommande turister på den grekiska ön Symi under fyra somrar. Studien fokuserade på hur turisterna konstruerar sina personliga identiteter genom och i förhållande till ön, människorna som bor där och andra turister. Studien har försökt visa värdet av ett antropologiskt förhållningssätt till ämnet turism och identitet. Syftet har varit att ge en mer nyanserad förståelse av turister genom att fokusera på de faktiska processer genom vilka de konstruerar sina identiteter, snarare än slutprodukten av ens identitet. Hough (2011) påstår här att sociala och kulturella aspekter samt interaktion spelar stor roll för identitetsbyggande. För återkommande turister är destinationen inte bara en destination men också en plats kopplad till minnen, betydelse och identitet.

Torkington och Ribeiro (2019) konstaterar i sin undersökning att nordeuropéer som migrerat till södra Europa ofta skiljer på sig och "vanliga" turister, vilket huvudsakligen baseras på den tid som spenderats på destinationen. Bond och Falk (2013) påstår att individer lär sig specifika normer och beteenden för att passa in i en samhällsgrupp. Det betyder att turism inte endast motiveras av att vilja slappna av men också av att vilja växa och utveckla sig som person. För att göra detta väljs passande destinationer och aktiviteter. Inte sällan blir därför bosatta turister medlemmar i nya sociala grupper (Bond och Falk, 2013). Problematik uppstår däremot när resenärer upplever sin identitet som hemmahörande på den aktuella destinationen men ständigt bemöts som turist av lokalbefolkningen. Människor som på deltid bor i ett annat land har därför ofta svårt med att avgöra vad som faktiskt känns som "hemma"

då de är i ständig rörelse mellan sina hem (O'Reilly, 2003). Gössling, Cohert och Hibbert (2018) menar att begränsad möjlighet till resor på grund av miljöskäl kommer att möta avsevärt motstånd på grund av det hot det skulle ställa mot självidentiteten och möjligheten till sociala relationer.

Integrering med lokalsamhället

Då nordeuropéer ofta köper eller långtidshyr bostäder i områden där andra individer med nordeuropeiskt ursprung befinner sig, stöter de inte på lokalbefolkningen i lika stor utsträckning som om de valt att bo någon annanstans. Som följd av detta träffar de på människor som pratar samma språk alternativt engelska i mycket större utsträckning, vilket gör att de inte alltid upplever ett så stort behov av att anamma det lokala språket (O'Reilly, 2003). Enligt Jacobsen, Selstad och Nogués Pedregal (2009) är goda språkkunskaper av stor vikt vid anpassning i ett nytt samhälle. En total avsaknad av kunskaper i det lokala språket hämmar starkt möjligheten till en relation med värdsamhället. I sin undersökning kom forskarna fram till att många äldre individer utan lokala språkkunskaper endast deltar i aktiviteter som inte involverar kontakt med lokalbefolkningen. Alternativt umgås de med sina utländska bekanta som talar samma språk. De yngre generationerna, som i sin tur har någorlunda språkkunskaper, verkade vara mer integrerade i det lokala samhället. Forskarna konstaterar därför att det finns ett samband mellan individens språkkunskaper och integrering. Eftersom många äldre som flyttar utomlands inte har något arbete som kan hjälpa dem att socialisera med lokalbefolkningen anses de även ofta vara outsiders då de inte riktigt blir en del av samhället (Jacobsen, Selstad, & Nogués Pedregal, 2009). Personer som spenderar mycket tid på ett resmål accepteras därför inte alltid helt som lokalboende av lokalbefolkningen själva (O'Reilly, 2003). Även Torkington (2012) menar att långtidsboende turisternas identitet och status på olika destinationer ofta är tvetydig och svår att definiera. Skillnaden mellan att vara migrant och turist är alltså svårdefinierad och inte helt självklar (Torkington, 2012; Choe & Lugosi, 2022). Turism ses ofta ur ett mer positivt perspektiv och migration anses vara politiserad och uppfattas utmana sociala system och kulturella värderingar (Choe & Lugosi, 2022). Av många anses den här typen av resenärer som outsiders, samtidigt som de har en högre status än vanliga turister (Torkington och Ribeiro, 2019).

I en studie om nordeuropeiska migranter i södra Europa upptäcker Torkington och Ribeiro (2019) att nordeuropéer ofta upplevs som en privilegierad grupp på destinationer de har bosatt sig i. De skiljer sig från andra typer av migranter och turister och kallar sig ofta för "residents", som anses vara någon slags mellanting av båda grupper. De avstår många gånger från att lära sig det lokala språket och skapar egna små lokala samhällen. O'Reilly (2017) som undersökt brittiska migranter i Spanien under en tjugoårsperiod menar att de inte heller integrerar väl i det lokala samhället, även om deras egna önskan ofta är att göra det. Många skapar därför sina egna gemenskaper på plats, med människor av samma ursprung (O'Reilly, 2017). Tidigare forskning pekar därför på att integrationen mellan bosatta turister och lokalbor är mycket bättre om de talar samma språk eller har samma ursprung, samt deltar i aktiviteter med lokalbefolkningen.

Vágner och Fialová (2011) har utfört en regional studie av lokalbor och besökare i Tjeckien för att jämföra deras upplevelse av identitet på olika tjeckiska destinationer. Författarna blir överraskade av resultaten, då det visar sig att en tredjedel av de besökare som äger bostad i en annan region än där de är bosatta ser på sig själva som lokala invånare på båda platser. Många av dessa husägare har ägt sitt andra hem i över 20 år och 30% hade sedan barnsben känt till eller besökt platsen där fritidsboendet befinner sig. Många gånger valdes platsen på grund av släkt och härkomst vilket också har gjort att husägarna visade stort intresse i att delta i lokala tillställningar och evenemang, samt var väl integrerade med lokalsamhället (Vágner & Fialová, 2011). Även O'Reilly (2003) påpekar att integrationen i stor grad beror på hur mycket kunskap man har om destinationen eller hur väl involverad man är i samhället. De som är väl integrerade kan därför uppleva att det finns "för många" människor från sitt eget ursprung i staden de temporärt bor i. Samtidigt kan bosatta turister som inte är väl integrerade se det som en fördel då de på ett enklare sätt kan knyta nya kontakter utan att behöva lära sig det lokala språket.

3.2 Teoretisk referensram

Social identitetsteori och platsidentitet är av vikt vid undersökning av respondenternas egen uppfattning av sin identitet. Då det kan vara svårt att svara på hur man uppfattar sin egen identitet kommer intervjufrågor delvis att formuleras utifrån den teoretiska referensramen. Faktorer som skapar social identitetsteori samt platsidentitet kommer att delas upp i mindre termer av identitet begreppets beståndsdelar och därmed utforma intervjufrågor av en mer lättförstådd karaktär. Social identitetsteori är en viktig del i analysen för att skapa en förståelse för hur respondenterna placerar sig själva i förhållande till andra sociala grupper, delvis på sin hemort i Sverige men också mot andra grupper i Spanien och deras lokalbefolkning. En del av den sociala identitetsteorin består av platsidentitet och är kopplat till att känna en tillhörighetskänsla på en plats beroende av dess utbud (Qazimi 2014, s. 307). Respondenternas åsikter kopplat till varför de valde just Costa del Sol och vilka likheter och skillnader de ser på sin hemort och orten för fritidsboende kommer därmed att undersökas för att kunna besvara studiens syfte. Varför just dessa teorier valdes som utgångspunkt för analysen motiveras med att de ansågs vara mest relevanta för studien och berörde de aspekter som ämnades att undersökas.

3.2.1 Social identitetsteori

Den sociala identitetsteorin utvecklades under 1970-talet av psykologiforskaren Henri Tajfel och hans kollegor. Grunden i denna teori handlar om att alla individer definierar sin identitet i förhållande till olika sociala grupper. Att vara medlem i en social grupp innebär att denna skiljer sig från andra. Således bildas en föreställning om ett "vi" och ett "dem" som stärks av skillnader mellan grupperna. Eftersom individers identitet ofta är knuten till en viss social kategori är det därför centralt att framhäva sin grupps positiva egenskaper. Samtidigt stärks de negativa föreställningarna om den andra gruppen. En individ kan tillhöra flera grupper samtidigt, exempelvis en familj, samhälle, nationalitet eller klubb. Den kritik som teorin har fått genom åren bygger på den diskriminering och fördomar som ibland riktas mot andra

grupper än den som individen själv tillhör (Islam, 2014). Inom turismen kan denna teori appliceras mellan turister och lokalinvånare på en destination. Turisterna uppfattas ofta som outsiders och inte sällan skapas en slags ambivalens i relation till dem (Torkington, 2012). Denna teoretiska utgångspunkt kommer därför att användas i analysen av empirin för att identifiera hur respondenternas identitet och tillhörighetskänsla påverkas under samlevnad med lokalbefolkningen i Costa del Sol.

3.2.2 Platsidentitet

En plats är ett geografiskt avgränsat område och kan innebära allt från en stad, byggnad eller park. Människor har sedan urminnes tider gett platser olika meningar, vare det sig baserat på dess egenskaper eller symboliska innebörder. Platsuppfattning eller de känslor vi kopplar till olika platser baseras på våra erfarenheter och föreställningar. Den relation människor har till en plats kan påverka deras identitet, vilket i sin tur bildar en platsidentitet. Platsen påverkar då på olika sätt hur vi uppfattar oss som individer, baserat på denna relation. Som turist upplever man ofta skillnader mellan olika destinationer, baserat på arkitektur, natur, väder och kultur. Den egna platskänslan och identiteten märks då av mycket tydligare. Platsidentitet är alltså en del av den sociala identiteten, och skapar en slags tillhörighetskänsla (Qazimi 2014, s. 307). Vissa forskare påstår att platsidentitet inte behöver vara länkad till en specifik plats, utan till en viss typ av platser. Reser man exempelvis till en destination som liknar ens hemstad så kan platstillhörigheten vara starkare än på en helt ny typ av plats (Bernardo & Palma-Oliveira 2013, s. 37). En annan viktig aspekt av platsidentiteten är att den verkar åt två håll. De människor som vistas på en plats påverkas av platsen, samtidigt som platsen kontinuerligt formas och konstrueras av de människor som vistas inom dess gränser. Platsidentitet kan därför även tolkas som en interaktiv relation mellan en person och plats (Torkington 2012, s. 76). Denna teoretiska utgångspunkt kommer att användas i analysen av empirin för att identifiera hur respondenternas identitet och tillhörighetskänsla påverkas av olika platser, i detta fall Costa del Sol.

4. Empiri & Analys

4.1 Intervjuer

4.1.1 Presentation av respondenter

<i>Kön</i>	<i>Ålder</i>	<i>Hur många år de har ägt boende i Spanien</i>	<i>Yrke / tidigare yrke</i>	<i>Talar spanska</i>	<i>Talar engelska</i>	<i>Respondent</i>	<i>Hur mycket tid man spenderar i Spanien per år</i>
Kvinna	63 år	5 år	Förskollärare och krögare, nu förtidspensionär	Nej	Ja	Rut	5 till 6 månader
Kvinna	74 år	7 år	Lärare, nu pensionär	Nej	Ja	Siv	6 månader
Kvinna	59 år	6 år	Personal- och löneadministratör	Begränsat	ja	Maj	5 till 7 veckor
Kvinna	64 år	Ägt några månader, långtidshyrt sedan 1 år	Pedagog i skola och mentalskötare	Ja	Ja	Ida	2 till 3 månader
Man	59 år	Bostaden byggdes i 3 år och nyttjat i 2 år	Affärsplanerare och chef på ett internationellt företag	Nej	Ja	Bo	6 veckor
Man	69 år	7,5 år	Lärare och artist, idag restaurangägare	Begränsat	Ja	Per	10 till 11 månader
Man	52 år	2 år	Skolledare, rektor, artist	Ja	Ja	Jan	6 månader
Kvinna	62 år	6 år	Utvecklingsarbete inom sjukvården	Begränsat	Ja	My	5 till 6 veckor

En gemensam nämnare för alla respondenter var att de sedan lång tid tillbaka hade besökt flera länder. Syftet för resorna varierade mellan individerna, då vissa reste endast för nöjets skull, medan andra bodde och arbetade utomlands under kortare eller längre perioder. Samtliga respondenter hade även innan köp av sin bostad i Spanien besökt det spanska fastlandet eller andra spansktalande platser, såsom Sydamerika, Mallorca, Kanarieöarna och Ibiza. Trots att alla respondenter hade tidigare erfarenheter av att resa till Spanien, hade endast hälften besökt Costa del Sol området innan de hade bestämt sig för att köpa bostad

där. Två av dessa hade tidigare långtidshyrt boende i Costa del Sol, medan de andra två endast hade rest dit under kortare perioder, i syfte av att spela golf eller semestra. Resterande respondenter reste dit först när de började leta efter semesterbostad i Spanien.

4.1.2 Teman

Motivering till att köpa fritidsbostad i just Spanien och Costa del Sol

Då syftet är att undersöka respondenternas identitet bland annat kopplat till plats tillhörighet tillfrågades respondenterna om deras motivering till att välja just platsen Costa del Sol.

Anledningarna till varför respondenterna valde just Spanien och Costa del Sol för sitt semesterboende är flera, men ett av de främsta motiven som alla nämnt var vädret. Det spanska klimatet uppskattas av samtliga respondenter, då de motiverar att det är mycket stabilare än i Sverige, och att det inte blir lika kallt där även under vinterhalvåret. Hälften av respondenterna uppger även att de innan sitt bostadsköp i Spanien övervägde andra destinationer såsom Frankrike, Italien, Grekland, Turkiet och Malaysia, som också kännetecknas av ett varmare klimat. Varför dessa platser valdes bort motiveras på olika sätt. Två av respondenterna, Bo och Rut, menar att Spanien är ett fullt demokratiskt land utan korruption, vilket de anser vara viktigt. Vidare berättar respondenterna Per, My och Bo att själva köpprocessen och den juridiska biten är mycket enklare i Spanien jämfört med många andra länder. My motiverar det på följande sätt:

...egentligen hela Europa, eller norra Europa, har ju handlat i Spanien, generellt, men kanske framförallt i södra delen av Spanien, alltså sedan 60-talet, så det finns ju en väldigt etablerad, vad ska vi säga, struktur och säkerhet kring att handla där, alltså hela köpprocessen juridiskt och så, så att, till skillnad från vad vi har hört om både Frankrike och Italien...

Hälften av respondenterna hade sedan tidigare vänner eller familj som antingen levde nere i Costa del Sol eller ägde semesterbostad i området. Detta gjorde att de hade ett existerande kontaktnätverk redan innan beslutet av bostadsköp. Två av dessa, Maj och Jan, var dessutom bekanta med lokala mäklare i Spanien, vilket enligt dem underlättade köpprocessen markant.

Majoriteten av de respondenter som övervägde andra destinationer i Europa och resterande delar av världen för sin semesterbostad, nämner att tillgänglighet och närhet av Spanien var två av de viktigaste faktorerna vid beslutsfattningen. De förklarar att det är enkelt att ta sig ner till Costa del Sol, både med flyg, bil och tåg. Maj, som bor i sydvästra delen av Sverige, sammanfattar avståndet på följande vis:

Det går lika fort som att åka till Stockholm nästan. Inte långt ifrån i alla fall.

Utöver de goda förbindelserna till Spanien från Sverige, anser majoriteten av respondenterna att även lokaltrafiken i landet är välorganiserad och bra. Majoriteten poängterar även att

priserna för transport, mat och dryck i Spanien är betydligt lägre än i Sverige, vilket gör det extra lockande att vistas där. Jan berättar:

...och sen så, allting är mycket billigare [...] hemma är det ju inte så, jag skulle ha gjort det här tidigare.

Säkerhet och upplevd trygghet är en annan aspekt som tas upp av Jan, men även Rut och Bo. Tillfrågade om varför de valde Spanien över andra destinationer berättar dem att brottsligheten i Costa del Sol är otroligt låg, och att den spanska polisen arbetar väldigt effektivt. Bo beskriver sina upplevelser på följande sätt:

...jag tycker att den spanska polisen och militären jobbar väldigt, väldigt fint, jag ser ju havet, de patrullerar samma tider, varje dag, helikopter och båt mot illegala immigranter, och även sättet de tar hand om ficktjuvar och allt annat skit i Fuengirola gör att säkerheten, den är god.

Ett annat exempel ges av Rut:

...det är ju otroligt låg brottslighet här, otroligt säkert här, alltså man kan gå inne i stan, där det är verkligen sådär konstiga kvarter, mitt i natten, utan att känna sig olustig...

Förutom redan nämnda låga priser, säkerhet, klimat, transport och tillgänglighet i Costa del Sol, betonar flera av respondenterna hur mycket de uppskattar den lokala naturen, närheten till hav, den spanska kulturen, breda utbudet av museér, barer och restauranger samt allt annat som erbjuds på den spanska kusten. Bo, som använde sig av en lång lista kriterier vid köp av sin semesterbostad, konstaterade att Spanien och Costa del Sol området uppfyller flest av hans krav, jämfört med många andra destinationer. Ida förklarar samma känsla på följande sätt:

Ja alltså, vi ansåg ju att Fuengirola hade vad vi ville ha, strandpromenad, gamla stan, den nya stan, barer, restauranger och lugnet, alltså dom hade det som vi kände att vi behövde.

Samtliga respondenter bor i bostadskomplex med grannar av varierande ursprung, majoriteten bestående av engelsmän, nordeuropeer och spanjorer. Flera uttrycker att de inte ville köpa fritidsbostad i områden där det endast bor nordeuropeer. My och Per beskriver sina funderingar inför deras bostadsköp. My berättar:

... Nerja, där väldigt många svenskar har köpt. Först så blev jag alldeles förälskad i det, men sen så tyckte vi att, när det liksom stod svenska på matsedeln på restaurangen och vissa servitörer pratade svenska, och, nej det kändes inte alls kul. Så då övergav vi det...

Liknande känslor uttrycks av Per:

Jag ville inte bo i Los Pacos med alla finnarna, jag ville inte bo i såna här svenska radhusområden.

Vardagslivet i Spanien

För att starta en reflektion kring hur respondenterna spenderar sin tid i Spanien ombads de berätta om sitt vardagsliv. Detta för att senare tillfrågas om skillnader i hur de lever i Spanien jämfört med Sverige.

I stora drag kan man konstatera att samtliga respondenter spenderar sin tid i Spanien på ett liknande sätt. De fyra vanligaste aktiviteterna är promenader, vistelser på stranden, umgänge med vänner och bekanta samt restaurangbesök. My beskriver hur en vanlig dag brukar se ut för henne och hennes partner när de är nere i Costa del Sol:

...i regel så inleder vi med lite träning på dagen och sen slappar vi och liksom pysslar hemma och sen brukar vi gå ut och käka på kvällen, och, lite har vi ju socialiserat, inte jättemycket.

En liknande beskrivning ges av Maj, som ler och sammanfattar:

Äta gott, dricka gott och umgås med trevliga människor. Se någonting roligt också. Det är vad vi gör.

Då hälften av respondenterna fortfarande är yrkesverksamma, händer det att de arbetar på distans under sina vistelser i Spanien. Flera respondenter engagerar sig även i det lokala föreningslivet och olika sporter, såsom paddel, volleyball, gymträning, simning och golf.

Respondenternas involvering i landets och den lokala politiken var mycket begränsad, delvis på grund av språket men också för att regelverken är skilda mot Sveriges och därmed upplevs det svårt att förstå. Siv höll sig dock kontinuerligt uppdaterad genom svenska tidningar som skriver om den spanska solkusten. Jan önskade att i framtiden få vara med och påverka utbyggnaden av strandpromenaden som är en viktig del i hans vardagsliv. Flera respondenter var dock delaktiga i bostadsrättsföreningen och deltog i årliga möten. Dock förekommer även här problematik kopplat till språk och regelverk. My som önskat att föreningen skulle investera i solceller men som inte fått någon respons, sammanfattar hennes möjligheter till att påverka följande:

Så känner vi ganska tydligt att vi har liksom, vi kan engagera oss, vi kan lägga oss i, så att säga, till en viss gräns.

Skillnader och likheter med att bo i Spanien och i Sverige

För att ta reda på hur respondenternas liv ser ut i Costa del Sol diskuteras deras vardagsliv, detta i syfte att undersöka skillnader som förekommer i ens person och identitet i Spanien jämfört med Sverige.

Tillfrågade om likheter och skillnader mellan livsstilen i Spanien och i Sverige, svarade samtliga respondenter att det definitivt finns fler skillnader än likheter. De respondenter som kunde identifiera flest likheter, utgick från sina upplevelser som boende i Stockholm. Bland annat nämndes det att lokaltrafiken är väldigt bra organiserad både i Stockholm och Costa del

Sol, vilket gör att man inte är beroende av att äga bil. Utöver det nämndes närheten till hav, brett utbud av barer och restauranger, positiv inställning mot HBTQ personer samt ett demokratiskt system. Per sammanfattar de få likheter på följande sätt:

Det finns ett pendeltåg här, tunnelbana, bussarna är en likhet. Kollektivtrafiken är väldigt bra som i Stockholm så det är en likhet kan jag tycka, och jag har ju bott på sådana områden där det finns mycket barer, restauranger och cafeer, det är väl likheten. Det är nog det enda.

Då det enligt samtliga respondenter fanns fler skillnader än likheter mellan livsstilen i Sverige och Spanien, ombads de att förklara dessa upplevda skillnader så utförligt de kunde. Många gånger lyftes samma faktorer, som bland annat kostnadsläget. Samtliga respondenter tycker att framförallt mat och dryck är mycket billigare i Spanien. Detta har lett till att majoriteten av respondenterna äter på restauranger i betydligt större utsträckning i Costa del Sol än hemma i Sverige. My berättar om sina vanor:

Om vi är här hemma kanske vi äter ute, ja men, inte ens en gång i veckan, vi äter ute en gång varannan vecka kanske, förutom lunch, ja i och för sig, det kanske man ska väga in [...] nej men det är omvänt förhållande så, så mycket som vi äter hemma här i Sverige, det äter vi ute i Spanien.

Majoriteten av respondenter lyfter även problematiken kring alkoholanvändning bland svenskar i Costa del Sol, som delvis motiveras med låga priser. Per förklarar:

Det tror jag generellt sätt är ett problem för många nordbor, att de dricker mer här än vad de gör hemma, det är en skillnad tror jag, plus att det är så billigt att gå ut och, alltså det är löjligt.

Väldigt liknande iakttagelser beskrivs även av Maj, som utvecklar tanken och berättar att alkoholintaget ofta är betydligt större bland svenskar i Spanien än i Sverige:

Vi försöker att inte äta ute varenda dag. Sen såklart så dricker man ju väldigt mycket mer vin. Man festar på, på ett helt annat sätt än vad man gör i Sverige. Det blir näst intill varenda dag och vi också försöker begränsa det, för att det är väldigt många som är alkoholister där nere. Och vi försöker hålla oss till varannan dag liksom, men livet är så underbart.

Utifrån respondenternas uttalanden kan man därför konstatera att de billiga priserna för med sig både för- och nackdelar för deras livsstil nere i Spanien. Samtidigt som billig mat och dryck uppskattas av svenskarna, är många medvetna om de risker som finns.

En aspekt som enligt majoriteten av respondenterna försvårar livsstilen något i Costa del Sol är det spanska systemet och byråkratin. De förklarar att det svenska systemet är mycket bättre organiserat när det gäller sjukvård, bostadsköp och administrativa ärenden. Den svaga organisationen och ibland brist på information påverkar ofta hur länge olika ärenden tar. Av denna anledning skaffar sig många svenskar, inklusive respondenterna, en advokat, som hjälper till med allt pappersarbete. Samma behov finns inte i Sverige, där de flesta ärenden

kan ordnas på egen hand. Bo berättar om en händelse som inträffade honom för inte så länge sedan:

Byråkratin med saker och ting är avgjort jobbigare, jag fick till exempel parkeringsböter borta på Puerto Banos, då stod det inte på hur man skulle betala [...] nej men alltså, det finns mycket i byråkratin där som avgjort är smidigare i Sverige.

Det som däremot hyllas bland svenskarna är den spanska polisen och deras arbete. Majoriteten av respondenterna menar att den upplevda säkerheten är betydligt starkare i Spanien än i Sverige. Majoriteten påstår även att brottsligheten är minimal, vilket får dem att känna sig tryggare och mer avslappnade i sin vardag. Bo är en av respondenterna som hyllar den spanska polisen:

Ja, jag skulle vilja säga att på något sätt har jag kritiserat spanska myndigheter men jag vill också säga att jag tycker, jag tycker säkerhetsaspekter av myndigheternas arbete är förstklassigt [...] Polisarbetet i Sverige upplever jag lite grann tvärtom, iallafall vad det gäller grov brottslighet, så verkar dom komma undan rätt bra, men djävulen den svennen som kör för fort liksom, det är indraget körkort och allting, så [...] spanska polisen är en god anledning till att bo i Spanien, jag har ju sett hur polisen jobbar i många länder...

Majoriteten av respondenterna nämner även att deras livsstil i Spanien påverkas av det spanska samhället i sig. Enligt Jan har spanjorerna ett större tilltro till samhället, vilket också påverkar trygghetskänslan:

...jag gillar ju den där, att det fortfarande finns en typ, känns som ett samhällskontrakt, lite starkare här, än vad den är i Sverige just nu [...] som jag säger, jag tror ju att, det känns i alla fall som så, att, att man har större tilltro till samhället och att jag och samhället hör ihop, jag betalar min skatt till samhället och det ger tillbaka. Däremot kan jag tycka att i Sverige just nu så är det inte så.

Siv och Per berättar även att respekten för andra människor, speciellt äldre, är betydligt större i Spanien än i Sverige. De inspireras av spanska familjer som skapar tid för varandra och umgås, speciellt på söndagar. Siv uttrycker att hon önskar att det var så i Sverige också:

...det är samma som respekten för äldre människor, de ser jag också stor skillnad i, söndagar är ju söndagar och det är mycket som är stängt, kanske inte mitt på sommaren när det är så mycket turister, annars är det stängt och det är familjens dag och familjen äter middag tillsammans, alla generationer [...] så det sa jag till mina barn, så vill jag också ha det, ja då gör vi det. De är ingen svensk människa som har småbarn som har tid med sånt, alltså vi gör många saker tillsammans men inte den där som jag ser, det fina där...

Per, som är restaurangägare i Costa del Sol, beskriver samma fenomen med ett leende:

Det skönaste är när vi har spanska familjer som kommer, då är det verkligen 12 personer, mormor och morfar och ungar och då äter dom ju i 3-4 timmar. Medan svenskarna 2 timmar, där går gränsen ofta. Så det är också en sån här social skillnad mellan svenskar och spanjorer. Och jag gillar ju det där, dom middagarna, det är helt underbart att se.

En annan markant skillnad mellan livsstilen i Spanien och Sverige, om än ganska självklar för alla respondenter, är klimatet och vädret. Samtliga respondenter erkänner att de spenderar betydligt mer tid ute i Spanien, då vädret ofta är bättre. De äter ute, umgås ute och promenerar. Enligt Ida är allt ofta komprimerat över sommaren i Sverige, medan i Spanien blir det goda vädret och allt det för med sig, en vardag:

Allting är så väldigt komprimerat över sommaren i Sverige [...] det som är vardag i Fuengirola är ju sommar i Sverige [...] allting händer då, alla konserter, utegrejer och cafeer och restauranger, men allting finns till vardag i Fuengirola.

Vädret påverkar därför respondenternas livsstil något markant. Majoriteten av dem upplever även att de kan verkligen slappna av i Costa del Sol. Jan gissar på att det är vädret som gör spanjorerna så lugna och nöjda:

Alltså det är mycket lättare att njuta av dagen här för att det är ljus och varmt...

Rut menar däremot på att spanjorer lägger mindre vikt på detaljer och att de är mycket mer avslappnade i sitt levnadssätt:

De är liksom väldigt avslappnade, spanjorer [...] här är det mer söndag hela veckan [...] så fort man kommer till Sverige och kliver av på Arlanda så börjar man ju springa...

Även Maj, Jan, Siv och Per tycker att spanjorer är mer öppna, mindre stressade, och har en allmänt mer positiv syn på livet än svenskar generellt. De nämner även att det är resultat som räknas i Spanien, inte antalet timmar man spenderar på något eller hur man går tillväga. Detta har givit respondenterna ett annat perspektiv på hur man kan leva, utan att ta allting så allvarligt. Jan sammanfattar sin upplevelse:

Mañana, absolut mañana...

Bemötandet från lokalbefolkningen

En forskningsfråga syftar till att undersöka hur respondenterna uppfattar bemötandet från lokalbefolkningen, detta då enligt den teoretiska bakgrunden också kan påverka ens egen uppfattning av identitet. Därmed behandlas ämnet under intervjuerna och presenteras som följande:

Samtliga respondenter delade med sig av positiva möten med lokalbefolkningen och ansåg i allmänhet befolkningen som mycket vänliga. Jan, Per, Siv och My har noterat att bemötandet från lokalbefolkningen blir mer positivt då de försöker att prata spanska, och väljer därmed i flera situationer att göra det för att visa respekt. My berättar:

...det är klart att vi har lärt oss lite grann och vi försöker alltid liksom att visa vad vi kan på spanska, mest för att vara, vad ska vi säga, generösa eller inbjudande mot dem, och visa att vi har försökt.

Dock upplever hälften av respondenterna att svenskarnas rykte i Costa del Sol har påverkats negativt på senaste tiden. De förklarar att svenska turister som besöker solkusten ofta associeras med droganvändning och kriminalitet, eller brist på respekt mot miljön och den lokala kulturen. En av respondenterna som tar upp problematiken är Siv, som upplevs vara förargad över situationen:

...det är många svenskar som är kriminella som åker till Malaga, svenskar har haft väldigt gott rykte, det känner jag att det har vi inte längre.

En annan respondent som har påverkats av andra svenskars uppförande i Costa del Sol är Rut, som erkänner att hon vid tillfällena upplever oro över att uppge sitt ursprung:

...så man är sådär, törs man säga att man är svensk? Så har det blivit.

Vidare tar flera respondenter upp en upplevelse av främlingsfientlighet mot deras skandinaviska ursprung. Jan som vid tillfällena har fått tillsägelser över att inte följa trafikregler menar att det förekommer att spanjorer ser på honom själv och andra skandinaver som "Guiris" och förklarar:

Guiri är vi invandrare, blondisar som, ja, kommer man från nordafrika så är man inte guiri.

My berättar om att hon noterat hur det finns en negativ inställning mot afrikaner som kommer till Spanien för att arbeta och hur hon hört att de aldrig kommer bli fullt accepterade i samhället. Hon reflekterar huruvida spanjorernas inställning mot afrikaner även gäller skandinaver:

...för de kommer aldrig bli fullvärdiga medborgare, och det kanske inte bara gäller mörkhyade, det kanske även gäller oss också, jag vet inte. Mycket möjligt.

Rut reflekterar kring svenskarnas acceptans i det spanska samhället. Hon funderar på om acceptansen påverkas av att lokalbefolkningen tvingas flytta ut till förorter då bostäder köps upp av turister i de mer centrala delarna:

Vi kommer dit och köper upp deras lägenheter och de flyttar utanför liksom ner i förorter då, för att de inte har råd att köpa helt enkelt [...] Turister är en sak för de köper inte upp fastigheter och deras lägenheter. Det är ju som på Österlen. Kommer massa stockholmare och har köpt upp husen där nere, som inte skåningarna själva har råd med. Du kan sälja en etta i Vällingby liksom och få en stor gård där nere, för de pengarna.

Bo och Siv har å andra sidan inte samma tankar som Rut och tror istället att lokalbefolkningen förstått den positiva påverkan turismen har i landet. Bo berättar:

...jag upplever ingen alls motsättning, typ att andalusierna då känner att folk kommer att ta över, jag tror dom har, turismen är så pass viktig för dem, så liksom kollektivt har de nog accepterat att, att liksom ja, turism är positivt...

Sammanfattningsvis upplever respondenterna främst ett gott bemötande från lokalbefolkningen, dock förekommer upplevelser av främlingsfientlighet.

Med vem de spenderar sin tid

De människor en person väljer att umgås med och de grupper som man själv anses tillhöra är en viktig del av den sociala identitetsteorin. Temat *Med vem de spenderar sin tid* växte fram genom att respondenterna fick berätta om sina vardagsliv och umgängeskrets i Spanien.

Tillfrågade om vem de brukar spendera sin tid med i Spanien, svarade alla respondenter att de i första hand umgås med andra svenskar. Hälften av respondenterna hade som tidigare nämnt ett redan existerande kontaktnät i Costa del Sol innan sitt bostadsköp, vilket har gjort att de mestadels umgås med sin familj eller vänner från Sverige. Resterande respondenter knyter nya kontakter genom olika föreningar, grannar och deltagande i sportaktiviteter. Majoriteten poängterar att de gärna skulle vilja utöka sina bekantskapskretsar och skaffa vänner från andra nationaliteter än bara svenska, men att det inte alltid är så enkelt. Ida förklarar att man på ett naturligt sätt dras till andra svenskar på plats, speciellt när man är ny i området:

...vi vill ju blanda oss med olika nationaliteter, nej men alltså, vi vill ju inte bara vara koncentrerade och fokuserade på svenskar, för jag menar, det är vi inte där för, att liksom, men det blir ju automatiskt att man träffar dom kanske lite mer nu, i början också speciellt.

Maj utvecklar den tanken och berättar att det förekommer ganska tydlig gruppering av nationaliteter i Costa del Sol:

...tråkigt nog så är det så att vi umgås ju tyvärr vi svenskar, precis som alla finskar umgås med finnarna och danskarna med danskarna liksom, det är så det funkar.

Integration

En viktig aspekt i ens identitet och känsla av att tillhöra en grupp utomlands är beroende av i vilken grad det skett en integration med lokalbefolkningen och samhället i stort. Ämnet behandlas i syfte att svara på forskningsfrågan om hur respondenterna ser på sin identitet i Spanien.

Gemensamt för respondenterna var att de till största del integrerar med lokalbefolkningen främst genom vardagliga utbyten där de agerar kunder, som på restauranger, men även med grannar. Ingen av respondenterna hade ett nätverk eller en umgängeskrets bestående av lokalbor men flera hade en enstaka vän eller bekant som de spenderade tid med. Per, som driver en restaurang och som har flera anställda med spanskt ursprung upplever inte heller en stor integrering med lokalbor och avslutar intervjun med att säga:

Jag tycker inte att jag integrerar med lokalbefolkningen, det kan jag inte säga.

De främsta svårigheterna som uppstod var det faktum att flera respondenter inte är spankaltalande. Jan som talar flytande spanska funderar kring om den bristfälliga integreringen beror på att han inte spenderat tillräckligt lång tid som boende i Spanien men

också över det faktum att han hela tiden pendlar mellan sitt hem i Sverige och i Spanien. Ida som också talar spanska har ägt bostad i Spanien i ett år och anser att det även kan bero på kulturella skillnader i hur man tar kontakt med sina medmänniskor:

...svenskar är egentligen rätt så tråkiga. Alltså så mer inbundna, det är inte det här att när de går in i en hiss och man råkar fråga hur det är så tittar dem på en som om man är full. Nere i Spanien är det ju fullt naturligt att man pratar med varandra och ja [...] det bästa sättet att lära känna spanjorer är ju just genom andra spanjorer eller att man träffas och pratar och man sitter ute på cafeer och restauranger och så vidare.

Bo som i sin tur inte är spansktalande menar att han alltid pratar med de flesta människorna i hans närhet, och därför inte ser några större problem med integrering från hans sida. My reflekterar också kring ett eventuellt bristande intresse från lokalbor:

Ja men språket är ju det första, faktiskt. Och sen så tror jag att på något sätt har de ingen önskan om att integrera sig med oss, de vet att vi kommer och går, det är liksom ingen, det är ingen vänskap att bygga på direkt va. Så jag tror att de, det är ju trevligt när vi ses men liksom inte mer.

Identitet

Syftet med studien är att undersöka hur svenskar upplever sin identitet utomlands, där de också äger en fritidsbostad. Ämnet behandlades genomgående under intervjun och följande text är en presentation av empiriskt analyserat material relaterat till respondenternas upplevelse av sin identitet:

Samtliga respondenter ägde en bostad i Costa del Sol men ingen identifierade sig som en lokalinvärdare. Respondenterna refererar istället till sig själva som "turist", "gäst" eller "invandrare". Maj reflekterade kring om hennes egen självbild på vem hon är i det spanska samhället hade kunnat påverkas om hon talat spanska:

...jag ser mig själv som de ser mig och jag är nog en invandrare eller en utlänning liksom. Hade jag fört mig språket och kunnat kommunicera på ett annat sätt så kanske jag hade tänkt om det här, men det kan jag inte.

Jan och Per, som var trevande i frågan men slutligen gav svaret att de inte var lokalbor i området, ansåg att detta är någonting som måste avgöras av lokalbefolkningen. Per förklarar:

Nej det kan jag nog inte tycka, att jag tillhör lokalbefolkningen, fast det borde jag kanske göra. Det är en svår fråga, jag kan inte svara på den, jag måste fråga dom vad dom tycker som bor här.

Vidare reflekterar han kring sin egen person och vem han är i det spanska samhället, som restaurangägare menar han att han nog ändå kanske har en given plats:

...jag har köpt en restaurang och bor här mer och mer liksom och är en del av det lokala

samhället och så har jag anställt mer och mer spansk personal också [...] så till vida kan jag betrakta mig som en sån här spansk, göra Spanien en samhällstjänst på något vis då.

Ida berättar om en situation på ett café i Fuengirola där hon blivit erbjuden en finsk meny. Hon reflekterar över huruvida lokalbefolkningen kanske ändå anser att gruppen nordeuropeer blivit en så pass stor del av området att de ändå accepteras som en del av lokalbefolkningen:

...där gav de mig en finsk meny när jag var där och då sa jag vad ska jag med den till? Jag är väl inte finsk. "nä nä du eres los boliches" [refererar till vad servitören säger] så då var det liksom just det här att jag var , jag tillhörde liksom dom som bor där, så dom uppfattar nog mer oss som en av dom ,tror jag, alltså dom är rätt så, när de ser att i är där ofta, vi är där länge, vi är där mycket, de ser att vi ingår i deras.

Siv anser att så länge man inte kan det spanska språket kan man inte definieras som en lokalinvånare. Dock berättar hon om en händelse där hon upplevt att hon betraktas som detta av andra, spanska turister som besökt Costa del Sol:

...för ett tag sen, så var det några som började prata med mig om vägen och var centrum var och var de skulle ta bussen och så och jag tänkte yes jag ser ut som en spanjor! Så såna saker kan ju inträffa och då tycker man liksom att ja, jag har klarat detta! Så nej, jag är ju mitt emellan, ja turist är jag inte.

Jan som talar flytande spanska anser att avgörandet huruvida man är en lokalinvånare främst avgörs av lokalborna men reflekterade även likt Ida att detta också kan påverkas av mängden tid som spenderas i Costa del Sol. Ida berättar:

...nja, jag är fortfarande gäst i deras land så länge jag inte bor där på heltid.

Dock ansåg alla respondenter med undantag för respondent Bo och Maj, att det var skillnad på dem själva och på andra turister som inte äger eller långtidshyr fritidsbostad i Spanien. Även då samtliga respondenter inte identifierade sig som en lokalinvånare i Spanien, ansåg några respondenter inte heller sig själva alltid vara turister. Detta gav möjlighet till ytterligare reflektion kring vilka de var i samhället i förhållande till lokalinvånare. Siv förklarar:

Jag är i gråskalan, jag försöker vara så mycket spansk jag kan.

Ida drar liknande slutsats:

...jag är ju inte turist längre, jag är ju inte det, och det är ju en fördel att ha en lägenhet för det att det är ju mitt här va, och jag kan åka och komma när jag känner att jag kan och vill.

Även då de inte identifierade sig som lokalbor var det viktigt för alla att visa respekt och förståelse för den lokala kulturen. My, Siv och Per pratade om det faktum att Spanien till stor del är ett katolskt samhälle och att många tillställningar och evengemang kretsar kring detta och poängterar att de själva inte är katoliker. Även då de inte var troende menar de att man måste ha respekt för andras tro, även om de själva inte ansåg att det var viktigt att delta i den

delen av den lokala kulturen. Istället var det flera av respondenterna som ansåg att de deltog i den lokala kulturen när det kom till matkulturen, som enligt flera innefattar att äta ute på restaurang i större utsträckning än i Sverige.

Under intervjun tas frågan upp om hur respondenterna anser att de påverkats av att äga en bostad i Costa del Sol. Detta diskuteras utifrån deras identitet både i Sverige och i Spanien. Flera av respondenterna uppger att de i Spanien kan vara mer sig själva och få utlopp för deras energi och kreativitet, något som de upplever begränsas i den svenska kulturen och samhället. Rut berättar:

Det är ingen som bryr sig om man dansar på gatan, asså man är inte konstig för det. Eller om man pratar jätte högt eller mycket, eller röker eller dricker, på det viset känns det inte hemma i Sverige.

Ida uppger likt Rut en möjlighet till att få vara sig själv:

Jag tror att man alltså, i Spanien om man nu ska tänka till då så, accepteras man som människa på ett annat sätt än vad man gör i Sverige för att i Sverige där där accepteras man för vad man gör, hur man ser ut och på ett annat sätt liksom. I Spanien accepteras man som människa.

Bo som är väl berest och äger flera bostäder över hela världen uppger att möjligheten att bo i Costa del Sol har givit honom ett annat perspektiv:

Jag har fått perspektiv på mina egna svenska värderingar, det är framförallt att jag inte längre uppfattar det som en norm, svenska värderingar är inte norm.

Respondenterna ombads motivera varför de kände sig mer eller mindre hemma på en viss plats och gav exempel på vad som fick dem att känna sig mest hemma. Rut börjar med att berätta att Sverige är hemma, där hon är född och uppvuxen samt kan språket och kulturen, dock fortsätter Rut att förklara att Spanien också är hemma:

När vi sålde så tog vi ju hit en del, långtradare. Så alla möbler, ibland glömmer man bort att man är i Spanien, så känns det. Så hemma är det, man vaknar och ”åh jag är i Spanien” det händer inte. Man är hemma.

Även Bo som äger samma typ av bil både i Sverige och i Spanien bekräftar att produkter och prylar kan få en att känna sig hemma på en plats, men i övrigt reser Bo mycket och känner inte sig hemma på någon av platserna. Siv och Ida menar att de känner sig lika hemma på båda platser där Spanien ger utrymme för egentid och fokus på sig själv medans deras tid i Sverige spenderas med barn och barnbarn som är en stark faktor till att känna sig hemma i Sverige. Per och Jan, som båda är skilda med uppvuxna barn och inga barnbarn, känner sig mer och mer hemma i Spanien. Per berättar att hans vuxna barn är mitt i karriären och även flyttat från deras hemstad i Sverige:

...så jag har inte så mycket kontakt med dom, familjen. Och dom har inga barn. Farfar eller morfar eller någonting sånt där. Så att jag känner mig nog hemma här.

Maj som ägt bostad en längre tid i Spanien menar att Sverige är den verkliga platsen för "hemma" men förklarar vidare hur hon känner sig delvis splittrad i frågan:

Jag skulle vilja säga att jag känner mig mest hemma i Spanien men det gör jag inte, alltså efter många år rotade i Sverige och så, men jag känner att jag har en del av mitt hjärta i Spanien.

5. Diskussion

Syftet med denna studie var att undersöka hur långtidsboende turister från Sverige uppfattar sin identitet i Costa del Sol. Utifrån problemformuleringen har två frågeställningar skapats. Hur svenska fritids bostadsägare identifierar sig i området Costa del Sol och hur de upplever bemötandet från lokalbefolkningen på platsen.

Enligt Torkington (2012) köper många nordeuropéer bostäder i södra Europa i syfte att bygga en önskvärd identitet, uppfylla känslomässiga behov samt uppnå bättre livskvalitet. Respondenternas motiv till att köpa bostad i Costa del Sol stämmer delvis överens med dessa utgångspunkter. Flera respondenter upplevde att de lättare kunde få utlopp för sina behov och personligheter i Spanien, vilket gav de en känsla av frihet och möjlighet att få vara sig själv utan att bli dömd av andra. Bond & Folk (2013) uppger även att religion och historiska rötter kan vara anledningar för val av destination, men ingen av respondenterna i den här studien uttryckte religion som en faktor till att köpa fritidsboende i just Costa del Sol. Istället uttrycktes det motsatta, att flera respondenter inte kunde känna en samhörighet med delar av kulturen på grund av att Spanien är ett katolskt samhälle.

Tillfrågade om vilka faktorer som avgjorde val av destination, svarade majoriteten av respondenterna att de uppskattade det spanska vädret, tillgängligheten, kostnadsläget, sociala nätverk på plats, säkerhet och trygghet, nära avstånd till hav samt ett brett utbud av barer och restauranger. Dessa faktorer stämmer överens med de slutsatser som Torkington och Riberio (2019) samt Hannonen (2018) har dragit i sin forskning om motiv för att köpa bostad utomlands. Andra faktorer till varför respondenterna valde just Spanien, som inte nämns i lika stor utsträckning i den tidigare forskningen, är de juridiska faktorerna. Flera respondenter uttrycker att Spanien har ett relativt tillmötesgående lagsystem kring bostadsköp för utländska medborgare, vilket påverkade deras val i destination.

En intressant aspekt är att de flesta respondenter upplevde Costa del Sol som väldigt olik deras hemstad i Sverige. Bernardo & Palma-Oliveira (2013) skriver i sin forskning att likheter mellan ens hemstad och den plats man reser till kan förstärka den upplevda plats tillhörigheten. Men trots de nämnda skillnaderna kände flera av respondenterna en stark koppling till Costa del Sol. Vissa motiverade det med mängden personliga föremål som fanns i deras bostäder och stärkte deras känsla av tillhörighet. De enda likheterna som respondenterna uppgav mellan båda platserna var politik, kollektivtrafik och utbud av restauranger och barer. Skillnader, om än positiva, förekom i större utsträckning under intervjuerna. Till dessa hörde de tidigare nämnda låga priserna, bättre väder, öppna och positiva människor, samt starkare trygghetskänsla. Negativa aspekter som byråkrati och det spanska systemet togs också upp, om än i en begränsad omfattning.

O'Reilly (2017) beskriver i sin forskning att ett ökat antal turister eller migranter på en destination påverkar den lokala utvecklingen, bland annat att utländska företag skapas. Exempelvis, på grund av brister i den lokala byråkratin har många respondenter vänt sig till svenska företag i Costa del Sol och använt sig av deras tjänster. En av respondenterna har själv ett svenskt företag i Spanien och flera respondenter nämner även att de brukar stötta svenska företag i området. Hough (2011) anser att många långtidsboende turister engagerar sig i olika politiska frågor och formar på det viset om samhället, men endast ett fåtal av respondenterna i denna studie har påstått att de aktivt engagerar sig i lokal politik och utveckling. Majoriteten av respondenterna påstår att de inte har varit i Costa del Sol tillräckligt länge och inte har rätt att engagera sig eller att språket utgör en barriär.

Enligt O'Reilly (2003) kan migranter och långtidsboende på olika destinationer ha svårt för att avgöra vad de identifierar sig som. Känslan av att känna sig hemma och den upplevda identiteten var i den här studien i de flesta fall flytande, då flera respondenter kände sig hemma i Spanien när de befann sig i Spanien, och hemma i Sverige när de befann sig i Sverige. Till skillnad från O'Reillys (2003) observationer där känslan av att känna sig hemma på en plats är svårdefinierad på grund av ett ständigt pendlande mellan sina bostäder, beskrivs faktorer som att ha barn eller barnbarn i närheten av sin hemort i Sverige som en avgörande faktor till att känna sig mer eller mindre hemma i Spanien. Även förståelse för samhället och de normer som existerar påverkade respondenternas känsla av hemhörighet till en plats. Respondenter My, Bo och Maj uppgav att de kände sig starkt övervägande mer hemma i Sverige. Gemensamt för dessa tre är att de inte spenderar mer än sex veckor per år i Costa del Sol. Därmed kan det antas att närhet till anhöriga likt som mängd tid spenderad på en plats kan vara avgörande faktorer för att känna tillhörighet till en plats.

Trots att majoriteten av respondenterna uppgav att de kände sig hemma i Spanien, var samtliga respondenter överens om att de inte betraktade sig själva som lokalinvånare. Respondenterna uppgav anledningar som att inte kunna språket, inte ha spenderat tillräcklig lång tid på platsen eller att det är upp till den redan existerande lokalbefolkningen att avgöra huruvida de ska betraktas som en del av samhället. Samtidigt uppger respondenten Ida en situation där hon upplevt att hon betraktas som en lokalinvånare, även då hon uppenbart bedömts icke tala spanska och blivit tilldelad en finsk meny. Även då Ida talar spanska och har betraktas som en lokalinvånare ser hon fortfarande inte sig själv som en del av lokalbefolkningen och menar istället att detta kan komma att påverkas om hon skulle bo i Spanien på heltid.

Enligt Jacobsen, Selstad och Nogués Pedregal (2009) är goda språkkunskaper av stor vikt vid anpassning i ett nytt samhälle. En total avsaknad av kunskaper i det lokala språket hämmar starkt möjligheten till en relation med värdsamhället. De respondenter som kunde tala spanska kände däremot inte behovet av att umgås och interagera med lokalinvånarna, och umgicks i regel med andra nordeuropéer. Därav är språket inte alltid en avgörande faktor vid integration med lokalsamhället enligt den här studiens resultat. O'Reilly (2003) påpekar att integrationen beror i stor grad på hur mycket kunskap man har om destinationen eller hur väl involverad man är i samhället. Hon menar även att bosatta turister som inte är väl integrerade,

kan se på det som en fördel, då de på ett enklare sätt kan knyta nya kontakter med andra nordeuropéer, utan att behöva lära sig det lokala språket. Detta kan appliceras på respondenterna i denna studie då majoriteten av respondenterna inte kände sig väl integrerade och spenderade större delen av sin tid med andra svenskar. O'Reilly (2003) tar även upp den problematik som kan uppstå när en resenär upplever sig som hemmahörande på en destination men som betraktas som turist av lokalbefolkningen. De flesta respondenterna ansåg ändå likt tidigare forskning att det fanns skillnader på en vanlig turist och de själva (Torkington & Ribeiro, 2019). Till skillnad från Torkington & Ribeiro (2019) baserades denna åsikt inte främst på mängden tid som har spenderats i Costa del Sol, utan på argumentet att ett permanentbostad ger möjlighet för att återkomma till en plats. Ett beteendemönster av att försöka passa in i samhället uppstår, till skillnad från charterturister som uppfattas inte visa respekt mot miljö eller människor.

I regel uppger samtliga respondenter att de bemöts på ett trevligt sätt från lokalbefolkningen. Dock uppger majoriteten även upplevelser av att bli bemötta på ett främlingsfientligt sätt, och beskriver att det finns fördomar mot just nordeuropeer som köper bostäder i Spanien. Jan berättar att det till och med finns ett ord "guiri" som Gulpers (2018) bekräftar är ett ord för att beskriva specifikt västerländska europeer. Anledningar till att dessa fördomar existerar tror respondenterna bland annat beror på att bostäder köps upp i centrala delar som innebär att lokalbefolkningen tvingas flytta längre bort från stadens centrum eller att svenska kriminella kretsar finns i området som har gett svenskarna ett sämre rykte.

6. Slutsats

Syftet med studien var att liksom tidigare forskning fortsätta samla information kring nordeuropéer i Spanien. Utifrån problemformuleringen utformades frågeställningar med fokus på den upplevda identiteten bland fritidshusägare och bemötande från lokalbefolkningen i Costa del Sol. Författarna anser att studien uppfyller syftet och bidrar till ytterligare förståelse om hur svenskar lever och uppfattar sin egen person i Spanien.

Utifrån den sociala identitetsteorin kan vi förstå att respondenterna generellt inte anser att de tillhör gruppen lokalbefolkning och har lättare att identifiera sig i grupper vad gäller familj men även samhälle i Sverige. Även fast utbudet som restauranger, barer, kollektivtrafik och en del av politiken var likheter platserna emellan, utgjorde språket och brist på förståelse av byråkrati en avsaknad känsla av tillhörighet till gruppen lokalbefolkning. Majoriteten ansåg inte heller sig tillhöra gruppen "turist". Detta bekräftar tidigare forskning i form av att anse att brist i språkkunskaper kan agera barriär i en integration och att fritidshusägare inte klassar sig själva som "vanliga turister". Samtidigt uttrycker flera respondenter att de känner sig hemma på platsen varför man kan anse att deras platsidentitet är starkare än den sociala identiteten. Därmed dras slutsatsen att svenskar kan ha en mycket stark platsidentitet i Spanien utan att nödvändigtvis uppleva sig själv som lokalinvånare. Till skillnad från den kritik som riktas mot social identitetsteori uppkommer inga större negativa känslor mot den grupp de inte själva anser att de tillhör, det vill säga lokalbefolkningen, även om flera respondenter vid enstaka tillfällen upplevt ett negativt bemötande från dessa.

Studien begränsas i antal intervjuer och har utförts med en specifik grupp på människor över 50 år. Vidare forskning föreslås av yngre arbetsverksamma människor som tar del av arbete och samhälle för att jämföra deras upplevelse av identitet. Ytterligare kan andra platser i Spanien vara av intresse att undersöka då Costa del Sol är en destination med ett stort antal internationella fritidshusägare. Även sambandet mellan platstillhörighet och känslan av att känna sig hemma hos svenska bostadsägare utomlands anses vara av intresse att undersöka.

Tidigare forskning presenterar empiriskt material där motivering till att köpa bostad i Spanien baseras på väder, ekonomiska fördelar och livsstil. Den här studien argumenterar för att juridiska aspekter och svårigheter att köpa fritidsbostad i andra europeiska länder också är en faktor. Därmed föreslås vidare forskning om hur juridiska faktorer kan påverka beslut om att köpa eller icke köpa bostad i Spanien.

Referenslista

Alvehus, J. (2019). *Skriva uppsats med kvalitativ metod: en handbok*. 3 uppl., Stockholm: Liber.

Bell, J., Waters, Stephen, & Nilsson, B. (2016). *Introduktion till forskningsmetodik*. 5 uppl., Lund: Studentlitteratur.

Bernardo, F. & Palma-Oliveira, J. (2013). Place identity, place attachment and the scale of place: The impact of place salience. *Psychology*, 4(2), s. 167-193.

Bond, N. & Falk, J. (2013). Tourism and identity-related motivations: Why am I here (and not there)? *The international journal of tourism research*, 15(5), s. 430–442.

Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research In Psychology*, 3(2), s. 77-101.

Bryman, A. (2016). *Social research methods*. 5 uppl., Oxford: Oxford University Press.

Bryman, A. & Nilsson, B. (2018). *Samhällsvetenskapliga metoder*. 3 uppl., Stockholm: Liber.

Choe, J. & Lugosi, P. (2022). Migration, tourism and social sustainability. *Tourism Geographies*, 24(1), s. 1-8.

CIEN (2021). *Foreign property sales report by Centro de Información Estadística del Notariado*. https://www.notariado.org/liferay/c/document_library/get_file?uuid=e369a96d-870c-4148-8cd3-19573fe87cea&groupId=2289837 [2022-05-25]

Gulpers, L. (2018). *Hola soy guiri!*. <https://www.citycircles.nl/wp-content/uploads/2019/12/Hola-Soy-Guiri-Book-online.pdf>. [2022-05-30]

Gössling, S., Cohen, S. & Hibbert, J. (2016). Tourism as connectedness. *Current Issues In Tourism*, 21(14), s. 1586-1600.

Hannonen, O. (2018). Second home owners as tourism trend-setters: A case of residential tourists in Gran Canaria. *Journal of spatial and organizational dynamics*, 6(4), s. 345–359.

Hjerm, M., Lindgren, S. & Nilsson, M. (2014). *Introduktion till samhällsvetenskaplig analys*. 2 uppl., Malmö: Gleerup.

Hough, E. (2011). Rethinking authenticity and tourist identity: Expressions of territoriality and belonging among repeat tourists on the Greek island of Symi. *Journal Of Tourism And Cultural Change*, 9(2), s. 87-102.

Häger, B. (2021). *Intervjuteknik: en handbok*. 3 uppl. Stockholm: Morfem.

Internetstiftelsen (2021). *Svenskarna och internet 2021*.

<https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2021/internetanvandning-och-det-uppkopplade-hemmet/var-femte-pensionar-anvander-inte-internet-ar-2021/>
[20.05.2022]

Islam, G. (2014). Social Identity Theory. I: Thomas T. (red.) *Encyclopedia of Critical Psychology*. New York: Springer, s. 1781-1783.

Jacobsen, J., Selstad, L. & Nogués Pedregal, A. (2009). Introverts abroad? Long-term visitors' adaptations to the multicultural tourism context of Costa Blanca, Spain. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 7(3), s.190-202.

Larsson, L. (2014). *Tillämpad kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur AB.

Mantecón, A. (2010). Tourist modernisation and social legitimation in Spain. *International Journal of Tourism Research*, 4(4), s. 617-626.

Montezuma, J. & McGarrigle, J. (2018). What motivates international homebuyers? Investor to lifestyle 'migrants' in a tourist city. *Tourism Geographies*, 21(2), s. 214-234.

Müller, D. (2021). 20 years of Nordic second-home tourism research: A review and future research agenda. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 21(1), s. 91-101.

Nationalencyklopedin (u.å.). Senior. [http://www.ne.se/uppslagsverk/ordbok/svensk/senior-\(1\)](http://www.ne.se/uppslagsverk/ordbok/svensk/senior-(1))
[2022-05-26]

O'Reilly, K. (2003). When is a tourist? *Tourist Studies*, 3(3), s. 301-317.

O'Reilly, K. (2007). Emerging tourism futures: Residential tourism and its implications. I: Geoffroy, C. & Sibley, R. (red.). *Going Abroad: Travel, Tourism, and Migration: Cross-Cultural Perspectives on Mobility*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, s. 144-157.

O'Reilly, K. (2009). Hosts and Guests, Guests and Hosts: British residential tourism in the Costa del Sol. I: Obrador Pons, P., Crang, M. & Travlou, P. (red.) *Cultures of Mass Tourism: Doing the Mediterranean in the age of banal mobilities*. Farnham: Ashgate, s. 129-142.

O'Reilly, K. (2017). The British on the Costa del Sol Twenty Years On: A story of liquids and sediments. *Nordic Journal Of Migration Research*, 7(3), s. 139-147.

Perkins, C. & Thorns, D. (2006). Home away from home: The primary/second-home relationship. I: McIntyre, N., Williams, D. & McHugh, K. (red.). *Multiple dwelling and tourism: negotiating place, home and identity*. Wallingford: CABI, s. 67-81.

Qazimi, S. (2014). Sense of place and place identity. *European Journal of Social Sciences Education and Research*, 1(1), s. 306–310.

Sharp, H., Preece, J., & Rogers, Y. & Proquest EBC (2019). *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction*. 5 uppl., Newark: John Wiley & Sons, Incorporate.

Torkington, K. (2012). Place and Lifestyle Migration: The Discursive Construction of 'Glocal' Place-Identity. *Mobilities*, 7(1), s. 71-92.

Torkington, K. & Ribeiro, F. P. (2019). A place in the sun? Discursive constructions of positive outcomes in post-migration stories in the Algarve. *Social & cultural geography*, 20(5), s. 671–691.

UNWTO (u.å.). *Glossary tourism terms*. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> [2022-05-26]

Vágner, J. & Fialová, D. (2011). Impacts of second home tourism on shaping regional identity in the regions with significant recreational function. *Tourism & Management Studies*, (1), s. 285-294.

Vetenskapsrådet (2002). *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. Stockholm: Vetenskapsrådet.

Vetenskapsrådet (2017). *God forskningssed*. Stockholm: Vetenskapsrådet.

Bilagor

Bilaga 1

Intervjufrågor:

- Är du född och uppvuxen i Sverige?
- Varför valde du att köpa/långtidshyra bostad i Costa del Sol?
- Vad har du för tidigare erfarenheter av Costa del Sol?
- Har du ett NIE nummer?
 - Följdfråga: Varför/varför inte?
- Var på Costa del Sol bor du?
 - Följdfråga: Varför valde du det området?
 - Följdfråga: Vilken härkomst har dina grannar?
- Hur spenderar du din tid på Costa del Sol? Med vem? Vilka aktiviteter? Arbete?
- Vilka skillnader ser du på att leva och bo (din livsstil) på Costa del Sol jämfört med din hemstad i Sverige?
- Har din livsstil förändrats sedan du börjat spendera tid i Spanien?
 - Följdfråga: Hur ser du på livsstilen i Sverige?
 - Följdfråga: Har du alltid sett på livsstilen så?
- Var känner du dig mest hemma, Sverige eller Spanien?
 - Följdfråga: Vad får dig att känna dig mest hemma på den platsen?
- Vad är det för likheter och skillnader mellan din hemstad i Sverige och här?
- Hur viktigt är det att kunna spanska när man långtidshyr/äger bostad i Spanien?
- Hur viktigt tycker du det är att förstå den lokala kulturen?
 - Följdfråga: Hur viktigt är det för dig att vara delaktig i den lokala kulturen?
- Deltar du i lokala tillställningar/evengemang?
- Engagerar du dig politiskt i Spanien/Costa del Sol? Ex. utveckling för områden och politik?
- På vilket sätt integrerar du med lokalbefolkningen?
- Anser du att du tillhör lokalbefolkningen av Costa del Sol?

- Vilka svårigheter upplever du finns med integration för dig i Costa del sol?
- Hur upplever du att du bemöts av lokalbefolkningen?
- Hur ser du på din identitet i samhället i Spanien?
- Vad är det för skillnad på dig och en “vanlig turist”?
- Har din identitet i Sverige påverkats av att du spenderar mycket tid i Spanien?
- På vilket sätt påverkar långtids boendet i Costa del Sol din upplevelse av din identitet?
- Hur viktigt är det för dig och din identitet att äga bostad i Costa del sol?
- Finns det något mer du vill berätta om din upplevelse av att äga/långtidshyra bostad i Costa del sol?

Bilaga 2

Information och samtyckesblankett för intervju (email)

Information om studien:

Syftet med studien är att undersöka hur *du* uppfattar din identitet som boende i Spanien. Målet är att undersöka dina åsikter, känslor och dina upplevelser i helhet, kopplat till att bo i Costa del Sol. Med ditt samtycke spelas intervjun in för att underlätta återgivning av samtalet till uppsatsen. Detta material raderas efter betygsättning.

Vi behöver spara och behandla följande personuppgifter om dig: Namn och e-postadress.

Syftet med behandlingen av dessa uppgifter är att kunna hålla kontakten med dig och föra intervjuer. Du är anonym i studien, det enda som kommer att presenteras är ålder, kön, utbildning och arbete samt eventuella citat.

Inga namn eller e-postadresser kommer att finnas tillgängliga för läsare av studien.

Inspelningsmaterial och andra personuppgifter kommer att förvaras elektroniskt på ett säkert sätt så att obehöriga inte kommer kunna ta del av det.

Laglig grund:

Personuppgifterna behandlas enligt ditt samtycke. Deltagandet är frivilligt och du kan när som helst återkalla ditt samtycke utan orsak, detta kan dock inte påverka den behandling av information som redan skett.

Lagringstid:

Dina personuppgifter raderas efter att studien är avslutad och godkänd. När studien är godkänd kommer den att publiceras online på det offentliga publiceringssystemet DiVA Portal. Vi tillämpar relevant dataskyddslagstiftning enligt gällande rätt vid all personuppgiftsbehandling. Lämnade uppgifter kommer att endast vara tillgängliga för studenter Lizzie Kytölä och Nikoleta Koszewnik samt handledare Gustaf Onn.

Personuppgiftsansvarig är Södertörns Högskola:

Studien kommer att bedrivas inom kursen Turismvetenskap C vid institutionen för naturvetenskap, miljö och teknik på Södertörns högskola.

Du har rätt att kontakta oss om du vill ha ut information om de uppgifter vi har om dig eller i övrigt utöva dina rättigheter enligt dataskyddsförordningen. Detta omfattar din rätt att begära rättelser, begränsning av databehandling, överföring av data, invändningar eller begäran om att radera dina uppgifter.

Detta gör du enklast genom att kontakta oss via registrator@sh.se eller på +46 08 608 40 00. Du når vårt dataskyddsombud på dataskydd@sh.se. Om du har klagomål på vår behandling av dina personuppgifter har du rätt att vända dig till tillsynsmyndigheten (datainspektionen).

Kontaktuppgifter till studenter och handledare:

Kontakt till student Lizzie Kytölä:

E-mail: xxx@xxx

Mobil: XX XXX XXX XX

Kontakt till student Nikoleta

Koszewnik: E-mail: xxx@xxx

Mobil: XX XXX XXX XX

Kontakt till handledare Gustaf Onn:

E-mail: xxx@xxx

Mobil: XX XXX XXX XX

.....

Om du väljer att delta: Läs igenom samtyckesblanketten noggrant. För att bekräfta ditt samtycke till deltagande i studien, var god kopiera följande text och fyll i den information som saknas, mejla sedan tillbaka ditt samtycke till 19liky@sun.se

”Jag bekräftar att jag har tagit del av informations och samtyckesblankett som bifogas i e-post den 2022-04-XX till mig. Jag är införstådd med hur mina personuppgifter kan komma att behandlas. Jag är medveten om att mitt deltagande är helt frivilligt och att jag kan avbryta mitt deltagande i studien utan att ange något skäl. Jag bekräftar med denna e-post att jag ger mitt samtycke till att mina personuppgifter behandlas inom ramen för studien “Svenska seniorer i Spanien”.

Tack för ditt deltagande!

Med vänlig hälsning,

Lizzie Kytölä och Nikoleta Koszewnik

Bilaga 3

Information och samtyckesblankett för intervju (utskriften)

Information om studien:

Syftet med studien är att undersöka hur *du* uppfattar din identitet som boende i Spanien. Målet är att undersöka dina åsikter, känslor och dina upplevelser i helhet, kopplat till att bo i Costa del Sol. Med ditt samtycke spelas intervjun in för att underlätta återgivning av samtalet till uppsatsen. Detta material raderas efter betygsättning.

Vi behöver spara och behandla följande personuppgifter om dig: Namn.

Syftet med behandlingen av dessa uppgifter är att kunna hålla kontakten med dig och föra intervjuer. Du är anonym i studien, det enda som kommer att presenteras är ålder, kön, utbildning och arbete samt eventuella citat.

Inga namn eller e-postadresser kommer att finnas tillgängliga för läsare av studien.

Inspelningsmaterial och andra personuppgifter kommer att förvaras elektroniskt på ett säkert sätt så att obehöriga inte kommer kunna ta del av det.

Laglig grund:

Personuppgifterna behandlas enligt ditt samtycke. Deltagandet är frivilligt och du kan när som helst återkalla ditt samtycke utan orsak, detta kan dock inte påverka den behandling av information som redan skett.

Lagringstid:

Dina personuppgifter raderas efter att studien är avslutad och godkänd. När studien är godkänd kommer den att publiceras online på det offentliga publiceringssystemet DiVA Portal. Vi tillämpar relevant dataskyddslagstiftning enligt gällande rätt vid all personuppgiftsbehandling. Lämnade uppgifter kommer att endast vara tillgängliga för studenter Lizzie Kytölä och Nikoleta Koszewnik samt handledare Gustaf Onn.

Personuppgiftsansvarig är Södertörns Högskola:

Studien kommer att bedrivas inom kursen Turismvetenskap C vid institutionen för naturvetenskap, miljö och teknik på Södertörns högskola.

Du har rätt att kontakta oss om du vill ha ut information om de uppgifter vi har om dig eller i övrigt utöva dina rättigheter enligt dataskyddsförordningen. Detta omfattar din rätt att begära rättelser, begränsning av databehandling, överföring av data, invändningar eller begäran om att radera dina uppgifter.

Detta gör du enklast genom att kontakta oss via registrator@sh.se eller på +46 08 608 40 00. Du når vårt dataskyddsbud på dataskydd@sh.se. Om du har klagomål på vår behandling av dina personuppgifter har du rätt att vända dig till tillsynsmyndigheten (datainspektionen).

Kontaktuppgifter till studenter och handledare:

Kontakt till student Lizzie Kytölä:

E-mail: xxx@xxx

Mobil: XX XXX XXX XX

Kontakt till student Nikoleta
Koszewnik: E-mail: xxx@xxx
Mobil: XX XXX XXX XX

Kontakt till handledare Gustaf Onn:
E-mail: xxx@xxx

.....

Genom mitt undertecknande nedan bekräftar jag att jag har tagit del av ovanstående information och är införstådd med hur mina personuppgifter kan komma att behandlas. Jag är medveten om att mitt deltagande är helt frivilligt och att jag kan avbryta mitt deltagande i studien utan att ange något skäl, innan analys av informationen har påbörjats.

Datum och ort:

Underskrift:

Namnförtydligande:

Tack för ditt deltagande!

Med vänlig hälsning,
Lizzie Kytölä och Nikoleta Koszewnik