



Porsgrunn
VIDEREGÅENDE SKOLE

Hvilken sammenheng er det mellom russens pengebruk og deres følelse av identitet og gruppetilhørighet?



Navn: Charlotte Vik og Celina Myhre

Klasse: 3STA og 3STG

Fag: Kultur og kommunikasjon 3

Termin & år: 2023-2024

Innhold

Sammendrag	2
Forord	2
1. Innledning	3
1.1. Bakgrunn.....	3
1.2. Avgrensning, problemstilling og disposisjon	4
2. Teori	5
2.1. Erving Goffmann.....	6
2.2. Thomas Ziehe	6
2.3 Thomas Hylland Eriksen	7
2.4 Pierre Bourdieu	7
2.5 Paul Willis	8
3. Metode	8
3.1. Kvantitativ metode	9
3.2. Validitet	10
3.3. Reliabilitet.....	10
4. Resultater	11
4.1. Kvantitativ metode	11
5. Analyse og drøfting	16
6. Konklusjon	19
7. Kilder	19

Sammendrag

Denne forskningsoppgaven har gått ut på å undersøke hvordan penger kan påvirke avgangselevs selvfølelse og tilhørighet. Problemstillingen går ut på å finne sammenhengen mellom russens pengebruk og identitets- og gruppetilhørighet, blant 3. klassingene på Porsgrunn videregående skole. Det som gjorde at vi valgte å forske på dette temaet er at det ofte er diskusjoner rundt russetidens ville begivenheter, i tillegg til at det er svært aktuelt for oss siden vi også er russ i år. For å besvare problemstillingen vår har vi bestemt oss for å bruke kvantitativ metode, med en anonym spørreundersøkelse i programmet «Forms.» I spørreundersøkelsen lurer vi blant annet på pengebruken til de ulike individene, om de føler seg mer inkludert av dette og hva de får ut av det, samt om de kan være seg selv. Det viktigste vi kom fram til er at den enorme pengebruken kan knyttes opp mot et sosialt ytre press blant ungdommen, og at de handler som de gjør på grunn av de bestemte normene fellesskapet.

Forord

Vi vil gjerne takke vår flinke veileder Tina Gausnes for all hjelp og tilbakemelding. Det er alltid gøy og lærerikt å ha kultur og kommunikasjon, så tusen takk for at du inspirerte oss til å skrive i dette faget på vår forskningsoppgave. Vi sender også en stor takk til alle informanter som valgte å svare på spørreundersøkelsen vår. Det har vært utrolig hjelpsomt og uten dem kunne vi ikke fullført oppgaven vår. Sist, men ikke minst, ønsker vi å takke vår støttende og motiverende medelev Kim André Lønø som ga oss gode ideer og innspill. Vi setter uendelig stor pris på det.

Celina Myhre og Charlotte Vik, Porsgrunn

06.03.2024

1. Innledning

1.1. Bakgrunn

I dagens samfunn blir det stadig mer og mer utbredt å bruke masse penger på russefeiringen sin. Ungdommen konkurrer blant annet om å ha den største og beste bussen med mest mulig plass og det beste lydanlegget. (Pedersen, 2022) De ulike russegruppene betaler i tillegg produsenter for å lage russelåter, som skal bidra til høyere status og anseelse. Ryktet gruppene får er avgjørende for suksess, samt fellesskapet og festene. Ved hjelp av sosiale medier som TikTok og Instagram kan dette spres fortere enn noen gang, og kan brukes som en kanal for dem som avsendere å nå mottakere med for eksempel informasjon om slippfester og generelt bare oppdatere de som følger med. Dette bidrar til oppmerksomhet og ikke minst økonomisk hjelp fra deltakere som velger å stille opp på arrangementer. Formålet er å bli husket i etterkant og rett og slett ta det mest mulig ut for en minnerik opplevelse som markerer gjennomføringen av videregående.

Russetiden er hovedsakelig preget av økonomiske utgifter, som for eksempel alt fra klær, sosiale treff, arrangementer og eventuelt alt det nevnt ovenfor. Det er snakk om flere tusen kroner om du er i en ordinær russegruppe som ikke satser, men er du derimot på buss snakker man millionsummer, som «The Bank» brukte i 2011. (Haram, 2011) Når man først er inne i en russegruppe, enten buss eller «vandre», kan man ofte føle på forventninger og press fra ulike bransjer om å ha grunnleggende elementer knyttet til avslutningsritualet. Det er en industri rundt russetiden som tjener masse på å selge alt man trenger til feiringen, som «Russedress» og «Russeservice». Bedriftene er gode på å promotere dette på måter som skaper en iver og et mulig press og forventninger om å delta og investere i ulike ting. Ikke minst går det høye summer til all alkoholen som konsumeres i løpet av denne tidsperioden. «Vi bruker pengene på pils og champagne» sier Andreas, et medlem på Askerbussen, til NRK. (Haram, 2011)

Det er altså da gjerne faktorer utenifra som gjør at så mange vil være russ, og da gjerne ender opp med å bruke høye summer med penger fordi det ses på som normen. Kulturelt og sosialt press og markering av milepæl står ofte sentralt hos de unge. Russefeiringen er en viktig og unik del av norsk kultur og tradisjon, og mange ser på russetiden som en siste mulighet til å feire skikkelig med venner før man går hvert til sitt. Alle vil være en del av det sosiale og føle seg inkludert, samtidig som statusen man kan oppnå gjerne er veldig fristende for mange. «Vi søker til andre for å oppleve fellesskap, tilhørighet og for å styrke vår selvfølelse. De vi føler oss på bølgelengde med kalles på fagspråk for «inngruppen». De som ikke er med i gjengen kalles «utgruppe». (Solbraa, 2022)

Mennesker er flokkdyr, og vil dermed søke etter en gruppe og et fellesskap å tilbringe russefeiringen med. Russegruppen blir da inngruppen din, mens utgruppen kan beskrives som andre konkurrenter og grupper som ønskes å ta avstand fra. «Det kjennes enklest og tryggest å holde på vår egen gruppes oppfatninger. Så skaper vi feilaktige forestillinger om de andre. «Vi» er bedre enn «dem». (Solbraa, 2022)

Med utgangspunkt i Kathrine Lund Solbraa sin uttalelse kan en gruppe på lik bølgelengde styrke oppfatningen du har av identiteten din, siden du får bekreftelse fra gruppen. I tillegg, ønsker du å markere avstand fra andre og signalisere hvilken «flokk» du tilhører i russetiden og konkurrere mot «utgruppene.»

1.2. Avgrensning, problemstilling og disposisjon

Avgrensning og problemstilling:

Vi har lenge vært interessert i spenningen rundt russetiden, og dette har ekstra aktuelt for oss i år nå som vi er avgangselever. Etter å ha hatt om ulike teorier i kultur og kommunikasjon, har vi forstått at mye av oppførselen i russetiden kan knyttes opp til og forklares med disse. Med denne bakgrunnskunnskapen virket det dermed fristende å dykke dypere inn i denne store, kostbare feiringen og hvordan den påvirker måten de ulike individene ser på seg selv og fellesskapet. Dermed ble problemstillingen: «Hvilken sammenheng er det mellom russens pengebruk og deres følelse av

identitet og gruppetilhørighet?» Enhetene vi skal undersøke er elever fra Porsgrunn videregående som er avgangselever i år, da dette er det mest hensiktsmessige med tanke på tid og ressurser. Da blir det ikke for bredt og innviklet for oss å undersøke.

Allerede nå har vi noen tanker om hva resultatet av forskningsprosessen kan bli. Vår hypotese er at det uten tvil kan dras en linje mellom pengebruken og identitets- og gruppetilhørigheten.

Mennesker trives med andre, og særlig som unge er man opptatt av å være som alle andre for å ikke falle utenfor. Tilhørighetsfølelsen kan gjøre at en velger å ofre mye, både for seg selv og for andre. Som konsekvens av dette kan det gå en del penger som en kanskje angres på å ha brukt i etterkant. Likevel må man regne med å bruke en god sum hvis man skal kunne tilbringe tid med vennene sine under feiringen. «Normen» i samfunnet er at hvis du skal være russ, så må du regne med å betale for gruppeklær, selve russedressen, samt pynt til denne og for arrangementer som kommer med feiringen. Alkohol er også kostbart, og for de aller fleste konsumeres det rikelig med dette også. For de som velger å ha en buss, kan prisene bli elleville. Alt dette kun for å være en del av «sauelokken» og ikke skille seg ut. Dette kan bidra til at man må være en uekte versjon av seg selv og si seg villig til å legge ut store summer, fordi en bare er russ en gang og må slå til.

Disposisjon:

Forskningsoppgaven vår består først og fremst av et sammendrag over det mest sentrale i oppgaven, og deretter kommer forordet. Den første delen er innledningen, hvor oppgaven skal presenteres. I bakgrunnsdelen skal vi ta for oss forskning som har blitt gjort rundt russetidens fellesskap og pengebruk. Etter dette kommer oppgavens avgrensning og problemstilling. Videre i del to skal relevant teori, fagstoff og fagbegreper som skal anvendes i oppgaven legges fram. Den tredje delen er metodedelen, mens den fjerde er resultatdelen. Oppgavens femte del skal derimot analysere og drøfte resultatene vi har fått ved hjelp av teorien fra del to. Sist, men ikke minst, kommer konklusjonen hvor vi skal se på om problemstillingen har blitt besvart, samt avkrefte eller bekrefte vår hypotese og oppsummere kort hva vi har kommet fram til.

2. Teori

I denne delen skal det introduseres teori og forskning som egner seg for å besvare problemstillingen vår. Dette er pensum fra faget kultur og kommunikasjon. Den første teorien som skal presenteres er

av den kanadiske samfunnsforskeren Erving Goffman, som snakker om symbolsk interaksjonisme. Neste er den tyske professoren Thomas Ziehe sin ungdomsteori. Deretter kommer den norske sosialantropologen Erik Hylland Eriksens sin identitetsteori. Så skal teorien til den franske sosiologen Pierre Bourdieu legges fram, og til slutt Paul Willis. Det skal også bygges videre på og utdypes hva disse ulike teoretikerne mener ved å gå inn i fagbegreper og fagstoff.

2.1. Erving Goffmann

Denne teorien handler om hvordan mennesker dramatiserer/iscenesetter seg selv i alle typer situasjoner i hverdagslivet. (Goffman & Jørgensen, 2014) I enhver sosial interaksjon, samarbeides det for å opprettholde situasjonen på best mulig vis. Alle individer har et face, og hjelper hverandre med å opprettholde «facene» i ulike roller. Dette kalles «facework.» Face kan beskrives som det man ønsker å fremstå med som svarer til de ulike forventningene aktører har i situasjoner. (Goffman & Jørgensen, 2014) Videre beskriver Goffman at man i dagliglivet også er enten frontstage eller backstage. Frontstage er den beste versjonen av deg selv, som mennesker ønsker å være for å følge normer og krav i sosiale situasjoner. Backstage er derimot alt vi holder tilbake som ikke følger den sosiale koden i situasjonen, og er gjerne den man er utenfor formelle møter. (Goffman & Jørgensen, 2014) Ifølge den kanadiske sosiologen er det også noen regler og roller en følger. Først og fremst, skal en vise aktelse og opptre høflig, og unngå å krenke noen. Dette er faste unngåelsesritualer. Videre har vi presentasjonsritualer, som går ut på å hilse på mennesker og utføre små tjenester for dem. (Goffman & Jørgensen, 2014) Det neste omhandler opptreden, om hvordan vi fremstår gjennom klær, kroppsspråk, atferd og utseende. Det siste handler om roller, og at mennesker oppfører seg ulikt og utfører ulike aktiviteter basert på hvilken av de mange rollene individet har i løpet av en dag. Her skal en vise kompetanse og opptre som forstående for best mulig utfall. (Goffman & Jørgensen, 2014)

2.2. Thomas Ziehe

Denne teorien handler om hvordan barn og ungdoms sosialisering har fått nye dimensjoner pga. samfunnsforandringer. (Ziehe & Stubenrauch, 2018) Ziehe snakker om endringen av en samfunnstilstand før og etter 1970, og sier at samfunnet har gått fra å være et skjebnesamfunn til et valgssamfunn. I et skjebnesamfunn ble identiteten formet av lærere, prester og foreldre, mens i et valgssamfunn skapes identiteten mens foreldre og andre voksne ikke lenger har en så sterk

innflytelse på unges sosialisering. (Ziehe & Stubenrauch, 2018) Ziehe kaller dette kulturell frissettelse, hvor ungdommer må skape sin egen identitet basert på blant annet shopping eller kjendisidoler. De voksne har mistet sin autoritet, og dette kalles aurafall. (Ziehe & Stubenrauch, 2018) Derfor utvikles ulike former for orienteringsforsøk eller forsvarsmekanismer for å håndtere presset og friheten hos unge. Han mener unge er mer selvbevisste enn før, fordi de må ta flere selvstendige valg. (Ziehe & Stubenrauch, 2018) Ziehe hevder det finnes tre orienteringsforsøk: subjektivering, ontologisering og potensering. Subjektivering baseres på at man prøver å finne en «varme» i verden. Man investerer i venner og familie og dyrker myke verdier. Ontologisering er en jakt etter en mening og en sammenheng i livet, mens potensering er søken etter noe som bryter kjedsommeligheten, for eksempel via PC-spill, fjellklatring eller shopping. (Ziehe & Stubenrauch, 2018)

2.3 Thomas Hylland Eriksen

Hylland Eriksens teori går ut på identitet, som er sosialt skapt, som betyr at vi er et produkt av våre relasjoner til andre. (Eriksen, 1997) Eriksen beskriver at i mange vestlige samfunn defineres mennesket først og fremst av sine individuelle rettigheter. I andre samfunn med noe mindre søkelys på det individuelle mener man at den enkelte først og fremst har forpliktelser overfor sin familie. (Eriksen, 1997) Uansett er forholdet mellom person og kollektiv avgjørende for det menneskelige liv. (Eriksen, 1997) Tilværelsen er en prosess vi deltar i, mer eller mindre frivillig, mer eller mindre aktivt. Identiteten vår, deltagelsen vår i fellesskap/kollektiv, kan være dels valgt, dels påtvunget. (Eriksen, 1997) Identitet defineres som nevnt rasjonelt, både innenfra og utenifra. Man kan si det er en relasjon som bygger på grenser og kontraster, for eksempel vi innenfor og de utenfor. Det indre samholdet til en gruppe er derfor delvis påvirket av et ytre press, samtidig som det spiller en viktig rolle hvilke interne ressurser gruppen har. (Eriksen, 1997)

2.4 Pierre Bourdieu

Bourdieu har en teori om hvordan ulike maktforhold påvirker samhandling mellom ulike mennesker. (Bourdieu & Prieur, 2005) Bourdieu snakker om et flerdimensjonalt klassebegrep hvor sosial, kulturell og økonomisk kapital avgjør en persons klasseposisjon. Den økonomiske kapitalen er trolig den viktigste kapitaltypen, og består av alle former for ressurser som kan gi økonomisk avkastning, som for eksempel penger, aksjer, eiendom og råvarer. Den kulturelle kapitalen består derimot av å ha tilegnet seg kunnskap om de kulturelle kodene, noe som skjer gjennom oppvekst og utdanning.

(Bourdieu & Prieur, 2005) Eksempel på kulturelle kapitaler kan være språk, kunnskaper og verdier, og kan konkretiseres gjennom gjenstander eller kroppsliggjøres gjennom habitus (tillært tanke- atferds- eller smaksmønster) eller synliggjøres ved f.eks. diplomer. Sosial kapital er evnen til å kunne skape og opprettholde ulike nettverk, som for eksempel med familie, venner, skole og jobb. (Bourdieu & Prieur, 2005) De ulike kapitalformene kan gjøres om til en annen type kapital for å flytte seg til et annet sosial felt, som regel et med høyere status. Slik kan man dominere over andre, og ulike klasser oppstår. (Bourdieu & Prieur, 2005)

2.5 Paul Willis

Ifølge Paul Willis er symbolsk kreativitet et nødvendig meningsarbeid ungdommer gjør for å forstå verden. (W. & Willis, 2014) Han mener arbeidet er ekstremt viktig, fordi det fører til styrket samhold i gruppa, selvforståelse, bearbeiding av inntrykk, kamper og mening, ulike diskurser, kulturelle uttrykk og konsumisme. (W. & Willis, 2014) Den uttrykkes gjennom tre ulike uttrykksformer: språk, kropp og drama. Språket kan brukes til å skaffe felles mening eller uttrykke forskjell, mens kroppen er dekorert og kan brukes til å uttrykke følelser eller inntrykk på omgivelser. (W. & Willis, 2014) Drama er derimot kommunikasjonen ungdommer fremmer gjennom roller, ritualer og omgangsformer med andre. (W. & Willis, 2014) Ved hjelp av disse tre uttrykkene kan gruppen gjøre identiteten sin tydelig og dermed skille seg fra andre. Alt som gjøres er en del av den sosiale sammenhengen, og binder individer sammen. (W. & Willis, 2014)

3. Metode

I denne delen av oppgaven skal vi velge relevant forskningsmetode som vi skal bruke, samt hvorfor vi valgte akkurat denne. Forskningsmetoder er ifølge Grønmo først og fremst framgangsmåter som benyttes i vitenskapelig forskning. I samfunnsvitenskap utgjør forskningsmetodene de systematiske og planmessige framgangsmåtene som brukes for å etablere pålitelig kunnskap og holdbare teorier om mennesker i ulike samfunn. (Grønmo, Forskningsmetode - samfunnsvitenskap, 2021) Her er det gjerne vanlig å ta i bruk enten kvalitativ eller kvantitativ metode. I kvalitativ metode studerer man få personer, men stiller dype spørsmål, som i et intervju. (Granlund & Grønlie, 2022) Motsetningen er derimot kvantitativ, som innhenter informasjon fra mange enheter, med resultater som gjerne kan

tallfestes. (Granlund & Grønlie, 2022) Ettersom disse to metodene utfyller hverandre, kan en også velge å kombinere disse ved metodetriangulering (mixed methods). (Grønmo, Kvantitativ metode, 2023)

Vi har valgt å ta i bruk en kvantitativ metode når vi skal samle inn dataen vi trenger, da dette egner seg best med tanke på problemstillingen. Videre, skal vi benytte oss av en spørreundersøkelse. Da skal vi bruke programmet «Forms». Programmet gjør at vi kan sende ut en anonym spørreundersøkelse. Her skal det tas utgangspunkt i intervjuobjekter som går tredje og siste året på Porsgrunn videregående skole som representativt utvalg. For å få mest mulig tilbakemelding og resultater å ta tak i, skal undersøkelsen deles i et teamsrom skolen oppretter. Vår antakelse var å få rundt 50 svar eller mer, men vi var forberedt på å få færre svar enn dette. Dette stemte, og til slutt endte vi opp med å få 34 svar som vi er takknemlig for og som vi skal ta med oss videre i resultatdelen.

3.1. Kvantitativ metode

I kvantitative forskningsopplegg innhenter forskeren informasjon fra mange enheter, men få variabler, som for eksempel et utvalg på tusen personer gjennom en spørreundersøkelse, eller informasjon om hele den norske befolkningen i eksisterende registerdata. (Granlund & Grønlie, 2022) Her har man begrenset kontakt med de som forskes på. Funnene kan presenteres i tabeller og grafer, mens informasjonen kan tallfestes. (Granlund & Grønlie, 2022)

Den kvantitative metoden er derimot ikke feilfri, og har sine fordeler og ulemper. Først og fremst er fordelene at det er mulig å innhente og systematisere informasjon fra store informantgrupper, som er nyttig når du skal nå ut til elever på en skole. (Johansen & Sundbye, 2019) Ved dette får man meget presise svar på det man eventuelt lurer på, men det kan være noe generaliserende og man får ikke sett det i det store og hele bildet. (Granlund & Grønlie, 2022) Det blir mest fokus på det objektive, som gjør det lettere for oss å komme fram til en konklusjon og tallfeste det vi kommer fram til på en ryddig måte. På en annen side gjør dette derimot at vi ikke får gått i dybden. Muligheten for flere perspektiver og refleksjoner fra informantene kan gå tapt ved å bruke denne standardiserte og forhåndsutviklede forskningsmetoden, når vi skal bruke en spørreundersøkelse. Dermed får vi ikke stilt noen oppfølgingsspørsmål eller hjulpet til om noe skulle være uklart i undersøkelsen, som også kan resultere i at noen svarer feil eller misforstår. Noe annet som er verdt å nevne er at denne metoden er avhengig av at man tenker nøye gjennom det man gir ut til

enhetene på forhånd. Det krever at man på forhånd setter seg godt inn i emnet, jobber godt med det og utvikler velutformede spørsmål. Først da får man mest mulig ut av metoden og god data fra informantene.

3.2. Validitet

Validitet kan beskrives som gyldighet eller holdbarhet, og viser i hvilken grad undersøkelsens resultater gir grunnlag for å trekke gyldige eller holdbare slutninger om det som undersøkelsen har som formål å belyse. (Grønmo, Dahlum, & Svartdal, Validitet, 2024) Før spørreundersøkelsen vår må vi tenke nøye gjennom dette, siden vi ikke fysisk er hos informantene. Dermed må spørsmålene vi stiller være direkte formulert så ikke de mistolkes. I tillegg er det også viktig at de kan svare på problemstillingen. Ved å gjøre dette blir undersøkelsen så gyldig som mulig. Noe annet som påvirker gyldigheten er derimot utvalget vårt. Å ha et så stort utvalg som mulig gir mer nøyaktighet i forskningen.

Personlig føler vi at spørsmålene vi har formulert egner seg til oppgaven, og kan forklare hvordan ulike deler av russetiden henger sammen. Vi har fått inn en del svar, men ikke like mange som vi håpte på, og dette kan uten tvil være med å påvirke validiteten da utvalget ikke ble så stort. Likevel kan disse 34 personene hjelpe oss å konkludere. Det er i tillegg verdt å merke at noe alltid kunne vært annerledes for mer grundig forskning, som endring i spørsmål eller å legge til noe.

3.3. Reliabilitet

Definisjonen på reliabilitet er pålitelighet, og er en angivelse av om undersøkelsen viser den virkelige situasjon og i hvilken grad resultatene kan etterprøves. (Sander, 2022) Som nevnt tidligere, kan dette med at vi fikk færre svar enn forventet påvirker hvor troverdige resultatene er og ha en direkte påvirkning på reliabiliteten. Selvfølgelig er det også mulig at noen svarer feil eller ikke er helt ærlige, som også er en sentral faktor som spiller inn – kanskje på grunn av omgivelsene eller de rundt. Ser man på dette, er det naturlig å tenke at resultatene kunne blitt annerledes dersom man utførte undersøkelsen på nytt.

Noe som er utfordrende, er hvis noen som har svart på undersøkelsen ikke er avangselever. Da har vi ikke nådd ut til de vi ønsker, og det kan resultere i at det vi samler inn blir feil. Det vil påvirke resultatene våre og gjøre dem mindre troverdige. Dette kunne vært mulig å sjekke hvis vi hadde hatt et annet program eller unngått å holde det anonymt, men dette bryter med forskningsetikken og vi

har ikke fått samtykke til dette. Vi kan ikke misbruke tilliten informantene gir oss, selv det om det kanskje hadde gjort resultatene mer reliable.

4. Resultater

4.1. Kvantitativ metode

Vår spørreundersøkelse mottok 34 svar. På vedlegg 1 nedenfor ser vi en oversikt over hvor mange som skal være russ av de som svarte på undersøkelsen.

1. Skal du være russ?

[Flere detaljer](#)


● Ja	25
● Nei	6
● Kanskje	3






Figur 1: De aller fleste, 25 personer svarte at de skal være russ. 6 svarte derimot nei, og 3 er fortsatt usikre og svarte kanskje.

2. Skal du være i en russegruppe?

[Flere detaljer](#)

 Innblikk





	Ja, gruppe med buss	4
	Ja, vandregruppe	18
	Nei, men skal være russ	12



Figur 2: Dette resultatet viser at 4 informanter skal være på buss. Over halvparten, 18 stykker, svarte at de skulle være med i vandregruppe, mens 12 svarte at de ikke skal være i gruppe, men være russ.

3. Er de fleste/alle vennene dine russ og/eller del av en gruppe?

[Flere detaljer](#)

	Alle	5
	Mange	23
	Nesten ingen	4
	Ingen	2



Figur 3: I dette spørsmålet, hvor vi er ute etter om informantene har venner som tilhører en russegruppe, svarer 5 at alle vennene er i en gruppe, mens flesteparten, 23 personer, svarer mange. Videre svarer 4 informanter nesten ingen, og til slutt svarer 2 personer ingen.

4. Føler du at du må bruke mye penger? (klær, dress, slipp, LF osv)

[Flere detaljer](#)

● Ja	16
● Nei	9
● Helt ok mengde	9



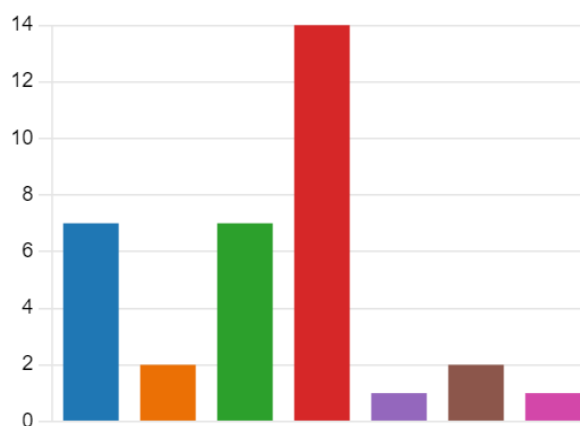
Figur 4: I spørsmålet om folk føler de må bruke mye penger, svarer flesteparten, 16, av informantene ja. 9 svarer derimot nei, mens 9 føler de bruker helt grei mengde.

5. Hvor mye penger skal du bruke?

[Flere detaljer](#)

[Innblikk](#)

● Ingenting	7
● 500 - 1000 kr	2
● Fra 2000 - 5000 kr	7
● Fra 5000 -15 000 kr	14
● Fra 15 000 - 40 000 kr	1
● Fra 40 000 - 90 000 kr	2
● 90 000 kr eller mer	1



Figur 5: På dette spørsmålet er vi interessert i hvor mye penger informantene skal bruke. 7 svarer ingenting, mens 2 svarer 500 – 1000 kroner. Videre svarer 7 informanter at de skal bruke mellom 2000 og 5000 kroner. Det mest populære alternativet er derimot fra 5000 kroner til 15 000 kroner, her er det 14 som skal bruke dette beløpet. 1 svarer at de skal bruke fra 15 000 til 40 00 kroner, 2 svarer fra 40 000 til 90 000 og 1 svarer 90 000 kroner eller mer.

6. Hvorfor velger du å bruke så mye penger?

[Flere detaljer](#)

- Fordi jeg selv vil, og ønsker å gj... 2
- For å kunne feire med vennene ... 11
- For å være som alle andre/ikke f... 8
- Skal ikke bruke så mye, så går g... 13



Figur 6: Her ser vi at 2 stykker bruker mye penger kun fordi de selv vil. Det er 11 stykker som er russ for å kunne feire med vennene sine. Det er en del, 8 stykker, som bruker mye penger på russetiden fordi de vil være som alle andre og ikke føle seg utenfor. Til slutt ser vi at 13 informanter mener de selv ikke skal bruke så mye, og at dette går greit.

7. Føler du at dette gjør deg mer inkludert og en del av fellesskapet?

[Flere detaljer](#)

 Innblikk

- Ja, i svært stor grad 12
- Ja, litt 9
- Merker ikke noe til det 10
- Nei, ikke i det hele tatt 3



Figur 7: Her lurer vi på om dette får informantene til å føle seg mer inkludert og del av fellesskapet. Resultatet viser at 12 informanter mener at dette gjør dem mer inkludert i svært stor grad, mens 9 svarer litt. 10 merker ikke noe til det, mens 3 svarer ikke i det hele tatt.

8. Hva føler du at du får ut av dette? (flere alternativer)

[Flere detaljer](#)

● Status	1
● Større nettverk og flere venner	13
● Minner	23
● Spenning	12
● Få mening i hverdagen	7



Figur 8: Her lurer vi på hva individene får ut av dette, og de kan velge flere alternativer. 1 svarer status, 13 svarer at de får større nettverk og flere venner, 23 vil skape minner, 12 søker spenning og 7 vil ha mening i hverdagen.

9. Føler du at du kan være deg selv med bekjente/venner?

[Flere detaljer](#)

 Innblikk

● Ja, i stor grad	15
● Ja, litt	9
● Nei, ikke så veldig	2
● Nei, ikke i det hele tatt	8



Figur 9: Her lurer vi på om informantene kan være seg selv med bekjente/venner. 15 svarer at de kan være dette i stor grad, 9 svarer litt, 2 svarer derimot nei, ikke så veldig og 8 svarer nei, ikke i det hele tatt.

5. Analyse og drøfting

I denne delen skal vi analysere de kvantitative resultatene vi har fått inn på spørreundersøkelsen. Dermed blir det relevant å knytte dataen opp til fagstoff, teori og begreper fra del 2 av oppgaven vår. I tillegg skal resultatene drøftes, siden disse to delene henger tett sammen med hverandre.

Det første funnet som er interessant å ta tak i, er fra *figur 6*. Her svarer nemlig 11 av 34 at de velger å bruke en stor del penger grunnet at de ønsker være med vennene sine, og 8 gjør det for å være som alle andre. Altså, litt over halvparten av informantene mener at deres eget pengebruk i russetiden i bunn og grunn er styrt av sosiale forventninger fra jevnaldrende. Ser vi dette funnet i lys av Eriksen og Willis, kan vi tydeligere forstå de grunnleggende sosiale prosessene som styrer slik atferd. Eriksen skriver at mennesker er et produkt av sine relasjoner til andre. (Eriksen, 1997) Man søker altså en form for bekreftelse i andre og man er på jakt etter å forme en egen individuell identitet. I dagliglivet og for folk flest, så er denne søken etter bekreftelse i relasjoner delvis påtvunget, og kun et underbevisst og implisert sosialt fenomen. I russetiden derimot, blir identitetsøket og det faktiske meningsarbeidet i fellesskapet mer påtvunget og eksplisitt. Dette kan forstås via Paul Willis' teori om symbolsk kreativitet. (W. & Willis, 2014) Siden ungdommen har et eksplisitt og viktig behov for å utføre et meningsarbeid i relasjon med andre, så er det naturlig å tenke at de vil gjøre sitt ytterligste for å passe inn i fellesskapet. Vanligvis er det enklest å bruke språk og drama for å etablere et meningsfellesskap med andre, men i russetiden så introduseres det en lettere snarvei for å integrere seg med fellesskapet: kropp. Russetiden bringer med seg et eksplisitt uttrykk for at man tilhører den sosiale gruppen som er russeren, nemlig russeklærne. Istedenfor å forstå og mestre sosiale og lingvistiske trender så kan man bruke penger på russeklær for å passe inn i fellesskapet og bli inkludert i sosiale begivenheter. En kan beskrive lengselen etter tilhørighet og inkludering som et resultat av det ytre presset Eriksen beskriver, som igjen forklarer russens betydelige pengebruk.

Videre blant funnene fra *figur 7*, ser vi at de fleste svarte at pengebruken i svært stor grad gjorde informantene mer inkludert og at de følte seg som en større del av fellesskapet. Funnet kan knyttes opp mot Pierre Bourdieu sin teori om hvordan ulike maktforhold påvirker samhandlingen mellom oss mennesker. (Bourdieu & Prieur, 2005). Ekstra relevant her er ideen om økonomisk kapital, det som Bourdieu beskrev som den viktigste kapitalen. Penger, i de fleste sosiale felt, kan oppfattes som

«status», siden det kan brukes for å tilegne seg sosial og kulturell kapital. En god økonomi gir grunnlag for mer tid og ressurser man kan bruke på å lære seg kulturelle koder og etablere sosiale nettverk. I russetiden blir det å ha høy økonomisk kapital en viktig faktor og kan beskrives som samfunnets habitus, da innkjøp av klær, strykemerker og mulig innkjøp av buss styrker en ungdoms plass i det sosiale feltet. Man tilegner seg sosial og kulturell kapital ved innkjøp av fysiske manifestasjoner av sin egen makt. Når man har ferdiggjort innkjøpet så blir man tillatt av det sosiale fellesskapet å følge de kulturelle kodene slik at man lettere kan etablere sosiale relasjoner og dermed styrke sin sosiale kapital. Man kan også bruke Bourdieu til å forklare resultatene fra *figur 4*. Majoriteten av informantene svarer at de ikke anser pengebruken sin som betydelig, til tross for at majoriteten også skal bruke mellom 5000 - 15 000 kr i sammenheng med russefeiringa (*figur 5*). Den økonomiske kapitalen ungdommen bruker ansees som akseptabelt i sammenlikning med den sosiale kapitalen man mister om man ikke deltar i fellesskapet.

Det er også viktig å poengtere at det ikke er mulig fastslå noe som 100% sikkert fra spørreundersøkelsen. Spørreundersøkelsen har ingen oppfølgingsspørsmål angående informantenes vurdering om hvor positiv eller negativ pengebruken deres er eller spørsmål om hva de tenker om grunnene til pengebruken sin i russetiden. Dette kan ansees som en svakhet ved oppgaven som en helhet. Det som kunne vært gjort annerledes for å styrke validiteten, er om vi hadde brukt *figur 6* som oppfølgingsspørsmål til *figur 4*.

Ytterligere er det vel egnet å knytte funnene fra *figur 8* til Ziehe sin ungdomsteori. De 13 individene som svarer at de får større nettverk og venner av feiringen, samt de 23 som gjør det for minner, vektlegger da de varme relasjonene man gjerne gjør gjennom subjektivering. (Ziehe & Stubenrauch, 2018) Informantene dyrker videre på dette i russetiden og tilbringer tid med de som betyr mest for dem. Det kan beskrives som en flukt til det som føles reelt og ekte for elevene. I motsetning til disse er det 7 individer som heller jakter etter en mening og sammenheng i livet i russetiden. Man kan beskrive informantenes forsøk på å finne betydning som ontologisering. (Ziehe & Stubenrauch, 2018) Livet kan av og til føles overveldende og repetitivt, og ved hjelp av dette orienteringsforsøket føler disse enkeltmenneskene seg bedre. På den andre siden er det 7 individer som søker etter mening og sammenheng i livet gjennom russetiden. Dette indikerer derimot en annen tilnærming til russetiden, hvor da deres deltakelse kan tolkes som et forsøk på å ontologisere, altså å søke etter dypere forståelse. (Ziehe & Stubenrauch, 2018) For disse individene kan russetiden være en mulighet til å flykte fra en tomhet i hverdagen ved å søke etter mening i det symbolske og rituelle i

russetiden. I tillegg, er det verdt å nevne at grunnet aurafall, blir det viktig for ungdommer å finne sin identitet ved å motsette seg autoritetsfigurer, altså de voksne, og dermed kan man forstå hvorfor russefeiringa blir så viktig å ta helt ut. (Ziehe & Stubenrauch, 2018) Russefeiringen representerer alt det de voksne i samfunnet er imot, som for eksempel måtehold, ansvarlighet og orden, mens under russetiden det stikk motsatte, med fokus på blant annet drikking og nedprioritering av skole.

Funnene fra *figur 9* er relevant i forhold til Erving Goffman sin teori om blant annet *facework*. Alle har «et face», en måte å fremstå på så du kan være med på å bestemme hvordan andre skal oppfatte deg. (Goffman & Jørgensen, 2014) De fleste, 15 av 34, svarte at de følte de kunne være seg selv i sosiale omstendigheter, blant annet med venner. Da passer deres væremåte inn med resten av de sosiale omstendighetene, og man trenger ikke anstrenge seg i en så stor grad for å leve opp til forventinger fra de man omgås. Samtidig var det 10 av 34 som sa de ikke kunne være seg selv blant venner i det hele tatt eller i liten grad. Disse menneskene må da ta på seg «et face», og deres virkelige identitet og væremåte blir til en backstage, altså at de må holde tilbake aspektene ved seg selv som ikke følger de sosiale kodene i den gitte situasjonen. Om kandidatene skal kunne vise sin backstage eller om de må skape en akseptabel frontstage kommer mye an på hvem og hva deres omgivelser består av og de sosiale normene og kodene som eksisterer innad de sosiale omgivelsene. Det at de fleste av informantene føler at de kan være seg selv i sosiale omgivelser, spesielt med venner, understreker betydningen av å kunne uttrykke ens autentiske identitet uten behov for å opprettholde et kunstig "face". På den andre siden, så har man 10 av 34 informanter som ikke føler seg komfortable med å være seg selv blant venner. Dette illustrerer utfordringene med å opprettholde ens genuine identitet i sosialt samvær. Likevel går ikke undersøkelsen inn i dybden på hvorfor informantene føler at de ikke kan være seg selv. De har ikke hatt muligheten til å utdype noe mer om hvorfor de eventuelt ikke kan være seg selv i en større setting, og det kan beskrives som en svakhet i forskningen.

6. Konklusjon

Helhetlig kan vi si at vi fikk et nokså godt svar på problemstillingen vår, og hypotesen vår ble bekreftet. Resultatene våre har vist at det er en betydelig sammenheng mellom russens pengebruk og deres følelse av identitet og gruppetilhørighet. Spørreundersøkelsen viste tydelig at de fleste informantene brukte en betraktelig stor mengde med penger på russefeiringen grunnet et ytre sosialt press. I tillegg, føler elevene at de må være som alle andre og ikke falle utenfor felleskapet. Spørsmålene i undersøkelsen kunne muligens vært mer konkrete og undersøkt mer i dybden, slik at vi hadde fått en bredere forståelse av fenomenet, men de hjalp oss uansett på god vei til å forme et svar på oppgaven. Funnene var relevante og kunne absolutt knyttes opp til problemstillingen. Gjennom analyse- og drøftedelen fikk vi likevel et innblikk i hvorfor ungdommer handler som de gjør, og vi forsto mer av atferden til unge gjennom ulike teoretikerne sine øyne. Til videre forskning kunne det vært nyttig å heller bruke en kvalitativ metode, og intervjuer ulike elever som skal være russ. Da kunne man gått i dybden og fått stilt noen gunstige oppfølgingsspørsmål som vi ikke fikk gjort her – kanskje kunne man fått noen helt andre svar enn de vi fikk.

7. Kilder

Bourdieu, P., & Prieur, A. (2005). *Distinksjonen*. Oslo: Bokklubben .

Bilde på forside: Byas, L. S. (2020, mai 5.). *Onsdag kommer et endelig refusjonsalternativ for Landstreiff Stavanger*. Hentet fra adressa.no: <https://trdby.adressa.no/aktuelt/i/dnJ4IJ/skal-gi-russen-refusjonsalternativ-onsdag-na-har-vi-endelig-kommet-frem-til-det-beste-alternativet>

Eriksen, T. H. (1997). *"Identitet" fra Flerkulturell forståelse*. Oslo: Tano Aschehoug.

Goffman, E., & Jørgensen, S. (2014). *Hverdagslivets rollespill*. Fredriksberg: Samfundslitteratur .

Granlund, L., & Grønlie, A. (2022). *Fokus - sosialkunnskap*. Aschehoug.

Grønmo, S. (2021, mai 10.). *Forskningsmetode - samfunnsvitenskap*. Hentet fra snl.no: https://snl.no/forskningsmetode_-_samfunnsvitenskap

Grønmo, S. (2023, 01 16). *Kvantitativ metode*. Hentet fra snl.no: https://snl.no/kvantitativ_metode

Grønmo, S., Dahlum, S., & Svartdal, F. (2024, februar 14.). *Validitet*. Hentet fra snl.no: <https://snl.no/validitet>

Haram, I. V. (2011, april 30.). *Så mye penger bruker russen*. Hentet fra NRK: <https://www.nrk.no/osloogviken/sa-mye-penger-bruker-russen-1.7610452>

Johansen, C., & Sundbye, L. (2019, 11 19). *Kvantitative og kvalitative metoder*. Hentet fra ndla.no: <https://ndla.no/nb/subject:1:f18ad41e-d9c3-4428-8cb6-5eb852e45082/topic:1:7df2950d-3af9-462e-b27f-cf3df147eaa3/topic:1:f189e9b6-222c-4d31-adc4-d7bc74149e03/resource:f2a118d4-d382-4476-ac4a-8906bba2f736>

Pedersen, W. (2022, april 27.). *Russetiden synliggjør grunnleggende spenninger i samfunnet*. Hentet fra Aftenposten: <https://www.aftenposten.no/meninger/kronikk/i/QybnGA/russetiden-synliggjoe-grunnleggende-spenninger-i-samfunnet>

Sander, K. (2022, desember 1.). *Reliabilitet*. Hentet fra studie.no: <https://studie.no/reliabilitet/>

Solbraa, K. L. (2022, april 30.). *Russetiden er evolusjonen på sitt verste*. Hentet fra Nettavisen : <https://www.nettavisen.no/norsk-debatt/russetiden-er-evolusjonen-pa-sitt-verste/o/5-95-469443>

W., A., & Willis, P. (2014). *Ungdomskunnskap (Paul Willis)*. Oslo: Universitetsforlaget.

Ziehe, T., & Stubenrauch. (2018). *Ny ungdom og usedvanlige læringsprosesser: kulturell frisetelse og subjektivitet*. København.

Vedlegg 1

Spørsmål til undersøkelse om sammenhengen mellom russens pengebruk og identitet- og gruppetilhørighet

1. Skal du være russ?

- a. Ja
- b. Nei
- c. Kanskje

2. Skal du være i en russegruppe?

- a. Ja, gruppe med buss
- b. Ja, vandregruppe
- c. Nei, men skal være russ

3. Er de fleste/alle vennene dine russ og/eller del av en gruppe?

- a. Alle
- b. Mange
- c. Nesten ingen
- d. Ingen

4. Føler du at du må bruke mye penger? (klær, dress, slipp, LF osv)

- a. Ja
- b. Nei
- c. Helt ok mengde

5. Hvor mye penger skal du bruke?

- a. Ingenting
- b. 500 – 1000 kr
- c. Fra 2000 - 5000 kr
- d. Fra 5000 – 15 000 kr
- e. Fra 15 000 – 40 000 kr
- f. Fra 40 000 – 90 000 kr
- g. 90 000 kr eller mer

6. Hvorfor velger du å bruke så mye penger?

- a. Fordi jeg selv vil, og ønsker å gjøre mye ut av russetiden
- b. For å kunne feire med vennene mine
- c. For å være som alle andre/ikke føle utenfor
- d. Skal ikke bruke så mye, så går greit

7. Føler du at dette gjør deg mer inkludert og en del av fellesskapet?

- a. Ja, i svært stor grad
- b. Ja, litt
- c. Merker ikke noe til det
- d. Nei, ikke i det hele tatt

8. Hva føler du at du får ut av dette? (flere alternativer)

- a. Status
- b. Større nettverk og flere venner
- c. Minner
- d. Spenning
- e. Få mening i hverdagen

9. Føler du at du kan være deg selv med bekjente/venner?

- a. Ja, i stor grad
- b. Ja, litt
- c. Nei, ikke så veldig
- d. Nei, ikke i det hele tatt

Vedlegg 2

Resultatene fra spørreundersøkelsen i Forms

1. Skal du være russ?

[Flere detaljer](#)

● Ja	25
● Nei	6
● Kanskje	3



Figur 1

2. Skal du være i en russegruppe?

[Flere detaljer](#)

[Innblikk](#)

● Ja, gruppe med buss	4
● Ja, vandregruppe	18
● Nei, men skal være russ	12



Figur 2

3. Er de fleste/alle vennene dine russ og/eller del av en gruppe?

[Flere detaljer](#)

● Alle	5
● Mange	23
● Nesten ingen	4
● Ingen	2



Figur 3

4. Føler du at du må bruke mye penger? (klær, dress, slipp, LF osv)

[Flere detaljer](#)

● Ja	16
● Nei	9
● Helt ok mengde	9



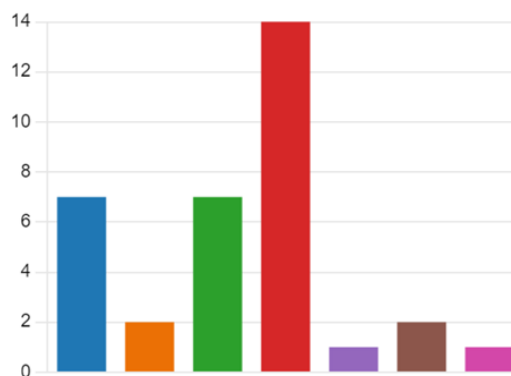
Figur 4

5. Hvor mye penger skal du bruke?

[Flere detaljer](#)

[Innblikk](#)

● Ingenting	7
● 500 - 1000 kr	2
● Fra 2000 - 5000 kr	7
● Fra 5000 - 15 000 kr	14
● Fra 15 000 - 40 000 kr	1
● Fra 40 000 - 90 000 kr	2
● 90 000 kr eller mer	1



Figur 5

6. Hvorfor velger du å bruke så mye penger?

[Flere detaljer](#)

● Fordi jeg selv vil, og ønsker å gj...	2
● For å kunne feire med vennene ...	11
● For å være som alle andre/ikke f...	8
● Skal ikke bruke så mye, så går g...	13







Figur 6

7. Føler du at dette gjør deg mer inkludert og en del av fellesskapet?

[Flere detaljer](#)

 Innblikk






 Ja, i svært stor grad	12
 Ja, litt	9
 Merker ikke noe til det	10
 Nei, ikke i det hele tatt	3



Figur 7

8. Hva føler du at du får ut av dette? (flere alternativer)

[Flere detaljer](#)

 Status	1
 Større nettverk og flere venner	13
 Minner	23
 Spenning	12
 Få mening i hverdagen	7







Figur 8

9. Føler du at du kan være deg selv med bekjente/venner?

[Flere detaljer](#)

 Innblikk

 Ja, i stor grad	15
 Ja, litt	9
 Nei, ikke så veldig	2
 Nei, ikke i det hele tatt	8



Figur 9