



LUNDS
UNIVERSITET

Att göra väl

**En kvalitativ studie av välgörenhet i Sverige som
konsumtionssamhälle**

Chi-Pei Lei

Master of Applied Cultural Analysis
Institutionen för kulturvetenskaper
TKAM01 – Våren 2013

Handledare
Charlotte Hagström

Abstract

Att göra väl: En kvalitativ studie av välgörenhet i Sverige som konsumtionssamhälle

Chi-Pei Lei

Oavsett om man har ett fullt positiv eller skeptiskt inställning till välgörenhet så är det något som väcker det känslor hos de flesta. Genom mina egna erfarenheter har jag märkt att många gärna talar om vad för sorts välgörenhet de gör men ofta har jag också hört personer som försvarat sig och motiverat varför de *inte* gör välgörenhet. Den officiella definitionen av välgörenhet enligt Nationalencyklopedin (NE 2013), beskriver välgörenhet som osjälviska handlingar, men det råder tveksamheter om det verkligen ligger till på det viset. Denna uppsats diskuterar hur vi gör välgörenhet men också vad för mening välgörenhet skapar för den som ger utifrån ett perspektiv av att vi lever i ett konsumtionssamhälle.

De frågor jag ställer mig i denna uppsats är således: Vad är den allmänna uppfattningen av välgörenhet? Vad betyder det att göra välgörenhet och vilka sociala koder styr det beteendet? På vilket sätt kan välgörenhet tänkas som en produkt?

Dessa frågor kommer att analyseras utifrån tre huvudsakliga aspekter: välgörenhet i teorin, välgörenheten i praktiken och välgörenhetens materialitet och omvandling till handelsvara (produktifiering/kommersialisering).

Nyckelord: kulturanalys; välgörenhet; konsumtionssamhälle; materiell kultur; Radiohjälpen; Världens Barn; Musikhjälpen;

Abstract in English

Doing Good Deeds: a qualitative study of charity in Sweden as a society of consumption

Chi-Pei Lei

Regardless of one's own attitude towards charity it evokes emotions among most people. Drawing from my own experiences as a volunteer for different organizations and causes, I have noticed that many are happy to, very openly, share and talk about how they do charity or if they are skeptical towards charity, defend why they do *not* do charity. Doing charity is commonly defined as an unselfish act although this can be discussed. This thesis studies how we do charity but also what kind of meaning it produces in our society regarded as a society of consumption.

The questions asked are thus: What is the general opinion of charity? What does it mean to do charity and what kind of social codes impacts that behavior? How can charity be understood as a product? These questions will be further discussed from three main perspectives; charity in theory, charity as praxis and the materiality and the commodification of charity and charitable products.

Key words: cultural analysis; charity; consumption society; material culture; Radiohjälpen; Världens Barn; Musikhjälpen; Cause-related Marketing;

Tack

Jag vill rikta mina allra varmaste tack till de som möjliggjort denna studie och bistått mig i mitt arbete.

Tack till de informanter som ställt upp på intervjuer och delat med sig av sina tankar och berättelser. Jag vill också rikta mina tack till Världens Barns kampanjteam i Malmö för en väldigt lärorik tid som praktikant och för att ni fortsätter inspirera mig till att fortsätta utforska detta fält.

Jag vill tacka min handledare Charlotte Hagström som varit väldigt generös med sin tid och gett mig många kloka råd under de senaste månaderna. Tack Charlotte för ditt engagemang för mitt ämne, uppsatsen och för mitt välbefinnande, hade inte kunnat önska mig en bättre handledare.

Sist men definitivt inte minst. Denna uppsats såväl som studietid hade inte varit möjligt för mig att slutföra utan stödet från min familj och mina vänner som funnits där för mig och påmint mig om att det finns en värld utanför den akademiska bubblan där de senaste åren av mitt liv utspelat sig. Jag vill också rikta ett stort tack till MACA-programmet och speciellt till mina kurskamrater som trots allt, gjort denna akademiska bubbla till en fantastisk värld att vistas i.

Malmö, 2013-05-29

Chi-Pei Lei

Innehåll

Abstract.....	ii
Abstract in English	iii
Tack.....	iv
1. Inledning	1
1.1. Bakgrund	2
1.2. Syfte och frågeställning	3
1.3. Avgränsningar	3
1.4. Disposition	5
2. Teoretiska perspektiv	6
2.1. Välgörenhet, altruism och filantropi	6
2.2. Bauman och konsumtionssamhället.....	8
2.3. Goffman och <i>frame analysis</i>	9
2.4. Materiell kultur.....	10
3. Metod och material	11
3.1. Fältarbetet	11
3.2. Reflexivitet och etik	13
3.3. Se och hör	13
3.4. Autoetnografi	16
3.5. Informanterna.....	18
4. Välgörenhet	19
4.1. Fattigvård och välfärd i Sverige.....	19
4.2. Rika damer i USA, solidaritet och bistånd.....	22
5. Att göra väl	27
5.1. Bör och börda.....	27
5.2. Karmakontot.....	30
5.3. En materiell värld	32
6. Handla rätt	36
6.1. Välgörenhet till salu.....	36
6.2. Igenkänning, trovärdighet och information.....	39
7. Sammanfattning och slutdiskussion	41
Summary in English	43

9. Käll- och litteraturförteckning	45
Otryckt källmaterial.....	45
Tryckta källor och litteratur.....	47
Bilagor	50
Bilaga 1, mailenkät	50

1. Inledning

”要拿自己好的東西，來幫助有需要的人” – man använda det bästa man har för att hjälpa de som behöver det (författarens egen översättning), så löd sensmoralen i en av de kristna kassetband för barn med tillhörande bildbok jag lyssnade på under min barndom. Just denna berättelse handlar om en flicka som hette 小彭 – Xiao Peng och som en dag får en ny docka som kan blinka med ögonen. Hon och dockan blir snart oskiljaktiga och hon behandlar den som det absolut finaste hon har. En dag flyttar det in nya grannar som har en dotter i samma ålder och det visar sig att den nya grannfamiljen inte har särskilt mycket pengar. När de två flickorna leker tillsammans tar 小彭 fram sina två dockor, den gamla slitna tygdockan och den nya med ögon som kan blinka. Då brister grannflickan ut i gråt, för hon äger inga leksaker alls. 小彭 blir förtvivlad och springer till sin mamma och säger att hon vill ge bort en av sina dockor men känner sig rådvill, ska hon ge bort den gamla dockan eller hennes nya älsklingsleksak? Då förklarar mamman att ”我們要把最好的給別人” – vi borde ge det bästa vi har till andra. Tårfullt skiljs hon till sist från sin finaste docka som grannflickan tar emot med stor glädje. Lärdomen i denna berättelse är att det inte alltid är lätt att göra det rätta, det altruistiska, men det är något som vi *bör* göra oavsett. Samtidigt bär den på underliggande budskap som att vår materiella omvärld spelar roll, vilka saker vi äger eller har tillgång till definierar också var i samhället vi befinner oss, och vem som är i stånd att visa eller att ta emot andras sympati.

”Tänk på barnen i Afrika.” – ett annat slagord som präglade min uppväxt, särskilt de gånger jag inte orkade äta upp min mat eller på något vis var missnöjd. Det finns alltid de som har det värre, därför ska man vara tacksam för det man har. Att vara självisk och otacksam är, generellt sett, attribut som vi anser omoraliska. Detta kanske hänger samman med människans grundläggande empatiska förmåga, men oavsett så är det tydligt att detta också manifesteras kulturellt i vårt samhälle bland annat i form av olika sorters välgörenhet. Välgörenhet berör de flesta, oberoende av om de stöder någon form av välgörenhet eller inte, men eftersom *att ge* och *att bry sig* om orättvisor verkar vara en del av normen vi lever efter så är det något som alla någon gång behöver ta ställning till, kanske till och med dagligen. Med välgörenhet syftar jag i denna uppsats främst på monetära gåvor som inte kan liknas vid större investeringar eller projekt som jag då skulle kalla filantropi. Välgörenhet kan i detta sammanhang vara allt från att köpa en plastpåse på *ICA* med ett *Rosa Band* på, till att skänka

ett par hundra kronor i en insamlingsbössa för Världens Barn. Alltså pengar som stödjer ett visst ändamål som drivs av en ickestatlig organisation eller verksamhet.

1.1. Bakgrund

I denna uppsats kommer jag att undersöka hur människor gör och förväntas göra välgörenhet, samt välgörenhetens materialitet och vad välgörenhet har för betydelse i ett konsumtionssamhälle. Bakgrunden till denna frågeställning är att jag under min praktik hos Världens Barn-kampanjen hösten år 2012 la märke till att det finns flera olika budskap kring välgörenhet. Inom organisationen kunde man ibland tala om välgörenhet som ett svåruppnåeligt ideal, som en process för personlig utveckling där den klassiska definitionen av välgörenhet som en osjälvisk gärning är målet. Men samtidigt kunde välgörenhet, eller vad som förväntas utav andra som potentiella bidragsgivare, vara något väldigt krasst och fixerat kring pengar. Välgörenhet blev då istället något mycket företagsmässigt, en produkt som skulle marknadsföras respektive konsumeras. Människor blev också kategoriserade i två grupper, givare och icke givare, där det lätt skapades en *vi* och *dem*-attityd. Däri ser jag en problematik i dels hur man använder sig av och förstår begreppet välgörenhet och dels i att välgörenheten i sig står vid ett vägska. I mitt projekt för Världens Barn, där jag utförde en kulturanalytisk studie utifrån frågeställningen ”Varför gör folk välgörenhet?”, visade min analys att; att göra väl för andra ofta kan handla om att göra gott för sin egen persona eller ”image”. Det handlar alltså mer om ett ställningstagande än om en osjälvisk handling. Inom konsumtionssamhället (Bauman 1999) talar man även om att konsumtion handlar om en individualiseringsprocess där vi konsumerar för att hävda vår egen individualitet som blir tydlig här och kommer att diskuteras vidare i texten.

I min kandidatuppsats skrev jag om år 2010s upplaga av *Radiohjälpens* insamlingsevent *Musikhjälpen* som sänder direkt-radio och tv i sex dagar (Lei 2011). Just år 2010 var temat ”Barn är inte till salu” där de insamlade pengarna fördelades till projekt som jobbar mot trafficking och barnhandel. Under de senaste åren, alltsedan arbetet med kandidatuppsatsen, har jag mer eller mindre *levt* med ämnet välgörenhet. Alldagliga val har visat sig innehålla många dilemman, till exempel att handla i närmsta livsmedelsbutik har stundvis varit förlamande. Det börjar redan vid fruktdisken som är det första jag möter när jag kommer in till min lokala livsmedelsbutik, där valet står mellan ekologiskt, närodlat och valen om Fair Trade fortsätter ända fram till kassan där jag kan välja mellan en plastkasse som stödjer Rosa Bandet eller en helt vanlig plastkasse. Min iPhone liksom mina tankar är hemsökt av minnesanteckningar och ögonblicksbilder av dessa slag. Det har kanske inte

inneburit att jag kommit på nydanande tankar om mitt ämne varje gång jag stött på något jag associerar med välgörenhet men denna selektiva perception har gjort mig väldigt medveten om dess närvaro i vår vardag och framförallt hur självklart och naturligt det verkar vara. Etisk konsumtion och Cause related Marketing (CrM) kommer att diskuteras närmare i kapitel 6. Vidare så kunde jag också se att organisationerna som skapar dessa möjligheter till att göra väl också sällan förutsätter att det ska vara en osjälvisk handling som blir synligt i hur organisationer ofta erbjuder små föremål i gengäld som en rocknål eller ett armband. Välgörenhet har i min mening, i allt större utsträckning också ”produktifierats” (*commodification*). Det finns flera olika exempel där företag i samarbete med organisationer tagit fram produkter eller kollektioner där en del av förtjänsten går till välgörenhet och detta fenomen kommer att diskuteras närmare vidare i texten. Det är också utifrån denna produktifiering som jag valt att utgå från begreppet konsumtionssamhälle som en aspekt av Sverige idag, där jag främst fokuserar på konsumtion som ett medel för individualisering.

1.2. Syfte och frågeställning

Syftet med denna studie är att studera välgörenhet och vad det innebär att göra väl idag. De frågor jag ställer mig är således: Vad är den allmänna uppfattningen av välgörenhet? Vad betyder det att göra välgörenhet och vilka sociala koder styr beteendet? På vilket sätt kan välgörenhet tänkas som en produkt?

Dessa frågor kommer att analyseras utifrån tre huvudsakliga aspekter: välgörenhet i teorin, välgörenheten i praktiken och välgörenhetens materialitet och omvandling till handelsvara (produktifiering/kommersialisering).

1.3. Avgränsningar

Denna studie är avgränsad till att studera välgörenhet utifrån monetärt givande. Jag har avgränsat välgörenhet från frivilligarbete i just detta sammanhang eftersom jag baserat på mina egna erfarenheter som volontär för olika organisationer och ändamål, anser att frivilligarbete involverar en social interaktion och närhet till ändamålet och skapar mening genom främst sociala relationer än själva ”välgörandet”. Med andra ord är det en annan sorts mening än den som uppstår vid ett bidragsgivande. Det har varit viktigt att skala ner detta breda ämne till något gripbart och därför har jag valt att i denna studie inrikta mig på givandet hos privatpersoner snarare än biståndsarbete, företagsverksamheter eller välfärdssamhället. Främst för att dessa områden inte kan diskuteras rättvist utifrån mitt empiriska material men också för att jag intresserar mig för välgörenhet som en vardaglig praktik snarare än policy

och politik som sådana. Det ska också tilläggas att i denna uppsats har jag valt att i vissa fall uppge teoretiska begrepp i sitt originalspråk (engelska) inom parentes för att inte förlora några underliggande meningar genom översättning.

Det är alltså snarare välgörenhet som *handling* och inte själva ändamålet med insamlingar som kommer att stå i fokus. Dock finns det områden som inte kommer att diskuteras ingående i denna uppsats men som jag ändå varit medveten om under arbetsprocessen och jag kommer här att nämna ett par av dem. En aspekt är att stora delar av välgörenhet egentligen handlar om bidrag till biståndsarbete och att olika hjälp-och rättsfrågeorganisationer har fått utstå växande kritik gällande detta. Kritiken har handlat om allt från hur pengarna disponeras till framförhållningen av mottagarna som de ”avlägsna andra” (jfr ”Distant other” Bajde 2012). Ett exempel på denna kritik är Radi Aid-kampanjen (Radi-Aid 2013) där en norsk förening har skapat en parodi av insamlingar där man målar upp schablonartade bilder av Afrika som fattigt och miserabelt. De vänder istället på rollerna och låter människor i Afrika samla in värmeelement till folk i det kyliga Norge.

En annan relevant diskussion är den om välfärden. I slutet av april lyssnade jag på ett seminarium där fattigdomsforskarna Hans Swärd, Anna Angelin och Torbjörn Hjort från socialhögskolan i Lund diskuterade fattigdom i konsumtionssamhället. De kom bland annat in på den ideella sektorns växande roll som skyddsnät för de socialt utsatta (Swärd, Angelin & Hjort 2013). Detta är problematiskt då det tyder på att välfärdsstrukturen inte täcker in alla som behöver det. Forskarna menade också att systemet gällande till exempel försörjningsstödet i mångt och mycket följer en modell som inte råder i samklang med levnadskostnader eller arbetsmarknaden idag då vi ser allt fler långtidsarbetslösa. Även om denna diskussion är intressant och viktig så kommer den inte att behandlas ingående inom ramarna för denna uppsats. Men jag vill här betona att jag inte ignorerat denna aspekt av välgörenhet i Sverige och att bara omnämna detta gör inte ämnet rättvisa.

Under våren jag arbetat med denna studie har det också uppstått intressanta diskussioner i media, till exempel hade dokumentärfilmen *Godheten* av Stefan Jarl premiär i februari, en film som skildrar framväxten av ett nytt klassamhälle och privatiseringen av det allmänna (Godheten 2013). I mars publicerade Dagens Nyheter (DN) en reportageserie om tiggeriet i Stockholm (DN 2013) som senare också återigen väckt frågor kring så kallad ”social turism”. Eva Solberg, ordförande för Moderatkvinnorna i Stockholm stad, skriver i en debattartikel också publicerad i DN att tiggeriet på de svenska gatorna bör förbjudas och

menar att det är ett sätt att stävja stigmatiseringen av redan utsatta (Solberg 2013). Under april månad väckte också Tove Lifvendahls bok *Att ge* en del uppmärksamhet då hon i boken intervjuat ett tiotal så kallade svenska filantroper om deras drivkrafter till att ge (Lifvendahl 2013). Inte minst har trenden av ”innestående kaffe”, där kafébesökare har möjlighet att betala för en extra kopp kaffe som någon annan som inte har råd kan komma in och beställa, satt välgörenhet på tapeten igen (SVT nyheter 2013).

1.4. Disposition

I följande kapitel kommer jag att först redogöra för de teoretiska perspektiv jag valt att arbeta utifrån. Därefter följer en diskussion om metoder och materialinsamling. De tre tidigare nämnda aspekter jag valt för denna uppsats; välgörenhetens teori, praktik och materialitet kommer att först diskuteras utifrån ett tidsperspektiv. Jag börjar med hur välgörenheten utvecklades i Sverige under sent 1800-tal och tidigt 1900-tal i kapitlet **Välgörenhet** där jag också lyfter fram informanternas uppfattning av begreppet, det vill säga det jag kallar det teoretiska med välgörenhet. Sedan följer kapitlet **Att göra väl** där jag främst diskuterar varför och hur man gör välgörenhet, alltså själva praktiken av välgörenhet. Där tar jag också upp de materialistiska aspekterna av välgörenhet. Eftersom detta är en uppsats i tillämpad kulturanalys kommer kapitlet som följer efter det, **Handla rätt**, att diskutera hur välgörenhet kan förstås som en produkt liksom vilka förändringar som organisationer kan genomföra för att bättre nå ut till potentiella givare.

2. Teoretiska perspektiv

I detta kapitel kommer jag att beskriva de huvudsakliga teoretiska perspektiv jag arbetat med men först vill jag redogöra för varför jag valt just dessa. Det har inte varit helt lätt att välja bland de många perspektiv som kan appliceras på mitt insamlade material. Min främsta fråga när jag valt teorier har varit *vad är det som är välgörenhet?* Ett par självklara begrepp att fördjupa mig i har varit *wälgörenhet*, *altruism* och *filantropi* även om de delar många likheter så går det inte heller att sätta likhetstecken mellan dem och kommer därför att definieras närmare nedan. Sedan har jag också valt Erving Goffmans *Frame Analysis* (1986) där sociala interaktioner studeras för att bättre förstå inom vilka ramar välgörenhet sker. Ett annat begrepp är *konsumtionssamhälle*, där jag främst kommer att utgå från sociologen Zygmunt Baumanns (1999 och 2005) perspektiv. Däremot har jag inte valt att använda mig av Marcel Mauss' gåvoteori (1997) som kan ses som ett uppenbart val vid studier av välgörenhet och gåvor. Gåvoteorin är användbar för att studera de maktstrukturer som ligger bakom gåvor och reciprocitet som jag utvecklade i en tidigare studie (Lei 2011).

En annan aspekt har varit det materiella eftersom jag i ett tidigt stadium av denna studie fascinerades över de rocknålar man ofta hittar vid kassorna i affärer och började fundera över deras mening. De materiella objekt vi omger oss av är sällan bara gripbara föremål utan även kulturella produkter. Därför har jag också använt mig av Daniel Millers *Stuff* (2010) och den sammansatta teori om materiell kultur som diskuteras där. Nedan kommer jag således att redogöra för begrepp som välgörenhet, altruism och filantropi för att sedan beskriva Baumanns syn på konsumtionssamhället, samt diskutera Goffmans teori som sociala ramverk.

2.1. Välgörenhet, altruism och filantropi

”**wälgörenhet**, filantropi, osjälvisk hjälp till människor som är i nöd eller att hjälpa sämre lottade.” så lyder Nationalencyklopedins definition av ordet (NE 2013). En definition som inte är särskilt främmande men samtidigt är förklaringen problematisk eftersom den förutsätter att välgörenhet är osjälviskt. Men måste den vara det? Vad har det för betydelse för handlingen i sig? Är välgörenhet detsamma som altruism, det vill säga genuin osjälviskhet där man ovillkorligt gör någon annan väl? Istället för att frimodigt generalisera kring begreppet och säga att det inte finns några osjälviska handlingar väljer jag istället att använda mig av den amerikanska nationalekonomen och forskaren James Andreonis definition av välgörenhet som ”impure altruism” (1990). Han menar inte att givandet skulle vara själviskt

men eftersom människor oftast motiveras altruistiskt (den initiala viljan till att ge kan ju ses som altruistisk) så väl som av det ändamål som välgörenheten stödjer så blir följden att man mår bra av att ge. Att man sedan också förväntar sig att man ska må bra av handlingen skulle det innebära att ”att ge” inte längre kan anses vara helt altruistiskt. Detta motiv kallar han för *warm glow giving* som har blivit ett dominerande begrepp inom nationalekonomi som förklaring till välgörenhet och filantropi (jfr Breman 2008, p. 16). Andreoni ser välgörenhet som något som kan gynna både den som ger och den som tar emot (1989). Det hade alltså varit förenklat att förklara altruism som osjälviskhet, altruism är mer än en förmåga till att handla till förmån för någon annan än sig själv och påverkas också av yttre faktorer som kommer att diskuteras längre fram. Det är också mot denna bakgrund som jag diskuterar välgörenhet, att en välgörande handling varken är eller behöver vara osjälvisk för att vara välgörenhet.

Men detta är ingen ny syn på altruism, även Aristoteles har ägnat tid åt denna fråga om huruvida goda gärningar är osjälviska. Medan vi idag tenderar att göra tydliga separationer mellan en själv och andra så menade Aristoteles att gränserna mellan oss själva och andra inte är så knivskarp (Scott & Seglow 2007, p. 5). Kanske gynnar det vi gör för andra också till viss del oss själva men gör det till en mindre god handling? Genom att göra en god sak för en vän gör vi det också i förlängningen för att gynna våra egna känslor menade Aristoteles (Scott & Seglow 2007, p. 5). Även på hans tid så ansågs själviskhet vara attribut hos en dålig människa och att göra väl var och är fortfarande generellt sett, en strävan efter att bli en bättre person, så på detta vis är då jaget involverat och en del av motivet.

Scott & Seglow (2007, p. 90) fortsätter med att diskutera det ekonomiska förhållningssättet till begreppet altruism, där maximerandet av egen nytta är målet och att man inom den rationella ekonomin hävdar att det inte kan finnas någon osjälviskhet som grundas på medmänsklighet eftersom det inom ekonomin förutsätts att någon vill göra en vinst eller gynnas på något vis. Men samtidigt kan man finna många verkliga exempel på att människor agerat det motsatta och Amartya Sen (1977) menar att detta synsätt förutsätter att en rationell person aldrig skulle kunna tänka sig göra väl för någon annan vilket han anser är problematiskt. Istället talar Sen om ”hängivenhet/engagemang” (commitment) som en slags motivation och menar att en flitig arbetare kan inte vara driven av endast incitament som sin lön utan också av andra slags tillfredsställelser, som att personen i sig trivs med sitt arbete. Detta tankesätt leder oss till en mer komplex förståelse av människan som mer än driven av ekonomiska skäl (Sen 1977, p. 37).

Altruism kan inte påstås vara detsamma som att göra välgörenhet eftersom välgörenhet i detta sammanhang syftar till främst monetära gåvor som främjar en viss organisation eller förening. Att ge blod kan till exempel anses vara altruistiskt men det är samtidigt inte välgörenhet eftersom det inte involverar monetära gåvor, det stödjer ett ändamål men ingen specifik frivilligorganisation som sådan står bakom.

Slutligen vill jag i detta avsnitt också särskilja välgörenhet från filantropi. Sociologen Donzelot skiljer på välgörenhet (charity) och filantropi utifrån ett franskt perspektiv, där han ser välgörenhet som anknuten till kyrkan och allmoseutdelning. Filantroper däremot, menar han, är de mer sociopolitiska verksamheterna som syftar till rådgivning snarare än att fokusera på monetärt bistånd (1997, p. 63-64). Under mitt fältarbete mötte jag dock väldigt sällan detta begrepp, vilket mycket möjligt kan ha varit för att jag presenterat mitt projekt som en studie av välgörenhet. Men istället för filantropi har organisationer som Rädda Barnen till exempel avvisat benämningen välgörenhet och menar att de snarare har ett rättighetsperspektiv i sitt arbete (Observationsprotokoll 2013-02-28).

2.2. Bauman och konsumtionssamhället

Konsumtionssamhälle är ett vanligt förekommande begrepp som ofta används för att beskriva decennierna efter industrialismen och jag kommer att främst använda mig av Zygmunt Baumans definition av begreppet. Bauman (1999) menar att konsumtionssamhället uppkom efter produktionssamhället vars medlemmar engagerats i produktion och formats som producenter snarare än konsumenter (p. 40). Till exempel ser han att fasta och trygga jobb erbjuds allt mer sällan liksom att ett land ofta värderas utefter dess konsumtionskraft (1999, p. 44-46). Han menar också att konsumtionssamhället är kännetecknat av en sorts flyktighet; konsumtionsvarorna är tillverkade för att användas och sedan försvinna, de är förbrukningsbara varor.

Bauman menar också att under produktionssamhället var yrkesbanan något som var identitetsbyggande men också något livslångt. I konsumtionssamhället däremot är de fasta och trygga jobben allt färre, istället bygger man sin individualitet genom konsumtion. ”Att anamma konsumentens modalitet betyder först och främst att fatta tycke för valet; först i andra hand, och inte alls oeftergivligen, betyder det att konsumera mer.” (1999, p. 49). Konsumtionssamhället är således präglad av valmöjligheter, och det som karaktäriserar konsumenten är att man befinner sig i ett tillstånd av ständig valfrihet. Valet menar Bauman, är konsumtionssamhällets metavärde och därför är det också högst eftersträvansvärt att vara

en skicklig och kultiverad väljare (1999, p. 86). Det är alltså vad vi konsumerar som visar på vår individualitet i ett konsumtionssamhälle. Vad har då denna syn på konsumtion för påverkan på välgörenhet och kan välgörenhet anses vara en form av konsumtion? Att det, som tidigare nämnts, är allt mer förekommande med olika former av etisk konsumtion, såväl som produkter som säljs i förmån för hjälporganisationer, förtydligar vad Bauman menar om vår individualisering men också att altruism definieras genom konsumtionsval. Med detta menar jag inte att man endast motiveras till att köpa dess produkter enbart för att framstå som en bättre person, för visst kan det finnas ett genuint engagemang. Men jag skulle också säga att vad vi *inte* konsumerar har blivit en lika viktig distinktion av en individ samtidigt som det fortfarande är i relation till konsumismen. Om någon som har den ekonomiska möjligheten, *inte* väljer ekologiskt eller Fair Trade produkter före andra kan det påverka vår uppfattning av personen, likaså om någon säger att de *inte* köper leksaker av plast som innehåller hormonstörande kemikalier till sina barn, blir det således ett ställningstagande. Det är också här i dessa val som kulturanalytiska aspekter av konsumtionssamhället kommer in och kommer att diskuteras vidare i denna uppsats.

2.3. Goffman och *frame analysis*

Goffman har för det mesta en dramaturgisk framtoning i sina teorier där han menar att vi agerar utifrån sociala interaktioner som framträdanden. Det kan alltså handla om upprätthållandet av en fasad men också att man agerar lämpligt efter vad som förväntas av en i den sociala situationen (2009, p. 25ff). I *Frame Analysis*, som är en studie i hur man organiserar upplevelser, har Goffman haft i syfte att besvara frågan ”What is going on here?” (1986, p. 8) där han ser att alla interaktioner sker utifrån två sorters primära *frameworks*, den naturliga och/eller den sociala. Med *frameworks*, eller ramverk, hänvisar Goffman till det som många andra benämner som sammanhang eller bakgrund, alltså innanför det och utifrån vad en handling och interaktion sker. Det naturliga ramverket utgörs av det ostyrbara och fysiska (Goffman 1986, p. 22) så som väder och tid, faktorer vi inte kan styra men som vi ändå påverkas av. Det primära sociala ramverket förser oss med en bakgrundsförståelse för händelser där det finns en (främst mänsklig) avsikt och strävan efter kontroll. Det är också motiv och avsikterna som styr vilken av de många sociala ramverk man tillämpar för att förstå en situation (Goffman 1986, p. 22). Således har jag ställt mig frågan om vad för socialt ramverk som välgörande handlingar agerar inom. Vid en insamlingsituation är det tydligt för de flesta vad som förväntas av dem när de passerar en bössinsamlare: de förväntas att ge. Denna förväntning besvaras ofta men ibland möts den också av frustration, provokation såväl

som skepticism. Vidare i denna uppsats kommer jag att diskutera dessa reaktioner i relation till Goffmans teorier om sociala ramverk och framträdanden.

2.4. Materiell kultur

Appadurai (1986) menar att ekonomiskt utbyte skapar mening i det sociala livet och kärnan för detta utbyte är just tingen. Därav har föremål i sig en inbäddad social betydelse mellan människor och föremålen blir därtill också kommodifierade (comodification) utöver tingen som handelsvara. Kommodifiering blir således en metafor för dess betydelse i den sociala kontexten (jfr Shove 2007, p. 4-7). Eftersom jag i mitt fältarbete ofta såg att välgörenhet också har en materiell och pengarfokuserad aspekt så har jag också valt att utgå ifrån teorier om materiell kultur. Miller presenterar ett antal olika aspekter på föremålets betydelse i vår vardag. En av dem är att materiella objekt är en form av inramning genom att de informerar oss om situationen och sammanhanget (2010, p. 50). Detta kan påbörja en diskussion om vad som kom först, ramen eller tavlan, är det verkligen tingen som avgör sammanhanget eller är det i själva verket tvärtom? Men det han vill betona är dock att föremålen i sig har en betydelse oavsett och menar att tingen har som mest betydelse när vi undermedvetet tar notis om deras närvaro, när de ses som självklara och integrerade i vårt sätt att vara. Likaså menar Miller att en strukturalistisk förståelse för tingen hjälper oss att förstå vad de är genom relationen mellan dem, till exempel vad är det egentligen som särskiljer ett matsalsbord från ett köksbord förutom storlek (Miller 2010, p. 52)? I sammanhanget för välgörenhet så kan man fråga sig vad särskiljer en brosch från en nål som säljs till förmån från Rosa Bandet? Inom den strukturalistiska förståelsen bär föremål således också en kulturell betydelse där det blir synligt i hur föremål påverkar oss på ett undermedvetet plan och utgör den miljö vi lever i och anpassar oss efter. På så sätt är vi alltså integrerade med vår materiella omvärld där föremålen skapar och formar oss (Miller 2010, p. 53).

Detta kan också förknippas med Goffmans (1986) teori om ramverk där det materiella är en del av den bakgrund som förmedlar sammanhanget och det lämpliga agerandet utifrån det. Även Baumans (2009) syn på konsumtionssamhället där vi konsumerar för att framhäva vår identitet visar på att det materiella vi omger oss med har mer än praktiska eller symboliska betydelser. Därför har jag valt att använda dessa tre teorier för att de på olika sätt kompletterar varandra och framhäver välgörenhetens betydelse utöver de altruistiska och som något man ”borde” göra. I kapitlet som följer kommer jag att redogöra för mitt fältarbete och de metoder jag använt mig av under fältarbetet.

3. Metod och material

Etnografiskt fältarbetet bygger ofta på en samling av flera olika metoder (Sunderland & Denny 2007, p. 50). På så sätt skapas ett ”bricolage” av information och kunskap om det man studerar (Ehn & Löfgren 2011, p. 203). I mitt fältarbete har jag främst använt mig av metoder som *semistrukturerade intervjuer*, *deltagande observation* och *autoetnografi*. Det empiriska materialet består av tre delar och har samlats in under olika tillfällen. Den första är de intervjuer och observationsprotokoll som också ligger i grund för min kandidatuppsats från våren år 2011 där jag skrev om 2010 års upplaga av *Radiohjälpens* stora satsning Musikhjälpen (Lei 2011). Den andra delen av mitt empiriska material samlades in under min praktik hösten 2012 hos Världens Barn-kampanjen. Världens Barn-kampanjen är *Radiohjälpens* största kampanj som pågår från maj till oktober med fokus på kampanjens sista månad då insamlingen når sin kulmen. Den sista delen av materialet samlades in under våren 2013, då jag har kompletterat med intervjuer och observationer av välgörenhet i olika former. Slutresultatet av mitt fältarbete under dessa tre huvudsakliga perioder har varit tio intervjuer, 23 enkätsvar samt observationsprotokoll och fältdagbok.

Nedan kommer jag inledningsvis beskriva hur dessa fältarbeten genomfördes för att ge en bättre bild av hur insamlandet såväl som skapandet av mitt material gick till. Sedan kommer jag att beskriva de metoder jag valt att använda och diskutera de reflexiva och etiska aspekterna av fältarbetet. Slutligen kommer jag också att kortfattat beskriva mina informanter.

3.1. Fältarbetet

Under det första fältarbetet som pågick från december år 2010 till april 2011, samlade jag främst in material rörande Musikhjälpen. Även om detta material samlades in för cirka två år sedan anser jag att det fortfarande är relevant eftersom Musikhjälpen i sig har kommit att representera den ”nya” formen av välgörenhet där de riktar sig mot en yngre publik. Jag observerade eventet på plats under den vecka det pågick men även genom sändningarna över radio och på TV. Observationerna gjordes innan det egentliga fältarbetet eftersom jag då hade börjat fundera över varför man gör välgörenhet och Musikhjälpen inträffade just i Malmö det året. Allteftersom jag blev säkrare på att detta var något jag ville studera närmare i min kandidatuppsats tog jag kontakt med *Sveriges Radio* och gjorde först en telefonintervju med en av initiativtagarna och insamlingsansvarig för programmet. Genom det sattes snart en ”snöbollseffekt” igång och jag kom i kontakt med en av producenterna för programmet, såväl

som en annan anställd inom Sveriges Radio samt en person som var involverad som volontär. För att nyansera detta material något så gjorde jag även en intervju med en lyssnare och givare till Musikhjälpen. Från detta fältarbete har jag främst använt mig av intervjumaterialet där jag också berörde vad begreppet välgörenhet betyder för informanterna.

Mitt huvudsakliga material samlades in under min praktikperiod hos Världens Barn-kampanjen i Malmö. Under praktikveckorna deltog jag i planering, förberedelser av och utförande av insamlingsarbete. Det bestod bland annat av att försöka sälja in boken *Noveller för Världens Barn* till företag och stadsdelar i Malmö och att ta emot telefonsamtal från köpare av ett parti IKEA-möbler som skänktes till insamlingen efter *UngBo12* mässan som ägde rum under hösten. Uppgifterna var varierande och skapade således också många autoetnografiska tillfällen för mig. Vid sidan av det arbetet så utförde jag även en kulturanalys om varför man gör välgörenhet som syftade till att undersöka hur Världens Barn kan nå ut till fler givare. Eftersom Världens Barn-kampanjen redan är väldigt framgångsrikt så lades fokus på de olika inställningar till välgörenhet som finns och hur Världens Barn kan ta dessa till sig. Fältarbetet i sig bestod av dels en enkät (se bilaga 1) som skickades ut bland bekanta till mig såväl som min handledare Charlotte Hagström. I enkäten presenterade jag mitt projekt kortfattat och frågorna berörde främst om man gör välgörenhet, vad som räknas till välgörenhet samt hur man helst vill bli rekryterad till att ge. Dessa gav mig en bra men ytlig bild av vad somliga ansåg vara välgörenhet och vad en del inte anser är välgörenhet och varför. Förutom enkäterna så utfördes det även intervjuer med volontärer för insamlingen, dels med samtliga i Världens Barns egna lokala kampanjteam men även från andra organisationer och enskilda som inte var knutna till någon specifik organisation eller förening. Intervjuerna var främst fokuserade på Världens Barn-kampanjen och hur de olika personerna uppfattar bössinsamlingen samt den allmänna atmosfären för givande idag. Men även hos samtliga av dessa informanter talade vi kring vad begreppet välgörenhet betyder för dem.

Det senaste fältarbetet genomfördes under våren år 2013 då jag bland annat har kompletterat mitt material med studiebesök hos Rädda Barnen och med en intervju med en person som tidigare varit bostadslös och vid olika tillfällen varit mottagare av andras välgörenhet. Slutligen har jag även fortsatt att observera och uppmärksamma olika tillfällen där vi manas till att ge och på olika vis göra välgörenhet. I resterande delen av detta kapitel kommer jag att redogöra för vikten av att förhålla sig reflexivt till sitt fältarbete samt de olika metoder som jag använt mig av i denna studie.

3.2. Reflexivitet och etik

Inom kulturanalysen talar man sällan om att förhålla sig objektivt till de ämnen vi studerar eftersom det är omöjligt inom denna disciplin. Vi studerar vardagliga saker som omger oss och som vi ofta har förkunskaper om, vi studerar den värld vi själva lever i. Därför vore det omöjligt att påstå att vi kan förhålla oss neutrala när det kommer till att studera ”oss själva”. Men det innebär inte att vi kan förkasta vikten av att hålla en forskares distans till det vi studerar eller att vi kan diskutera och dra slutsatser fritt utifrån våra personliga preferenser. Reflexivitet handlar om att vara medveten om och problematisera sin egen roll i fältarbetet, det vill säga hur man själv har kommit att påverka insamlandet såväl som skapandet av materialet (Davies 2008, p. 8). Det finns en kritik om att reflexivitet omdirigerar fokus från studieobjektet till själva betraktaren, att det i vissa fall resulterar i att en studie handlar mer om att redogöra för forskarens bakgrund än själva ämnet (Gunnemark red. 2011, p. 24-26). Syftet må inte vara att skriva självbiografisk bakgrund till varför man valt det ämne man studerat och reflexiviteten bör också vara något som genomsyrar hela arbetsprocessen, från problemformulering till den slutliga produkten. Det är också viktigt att understryka möjligheten till flera olika tolkningssätt av det empiriska materialet, vilket givetvis också gäller det material som ligger i grund för denna uppsats. Mina egna personliga erfarenheter av volontärarbete eller åsikter om välgörenhet är sålunda oundvikliga i denna studie, men genom ett reflexivt förhållningssätt har jag försökt att göra det till en del av min studie genom autoetnografi.

Förutom reflexivitet så finns där alltid etiska frågor att ta ställning till. Som tidigare nämnt använder jag material från tre olika fältarbeten. Under rekryteringen av informanter var jag också tydlig med att informera om syftet med intervjuerna samt att deras namn skulle fingeras. Detta gäller även de offentliga personer jag varit i kontakt med. Här vill jag poängtera att det första fältarbetet ägde rum våren år 2011. Det kan alltså mycket väl hända att de enskilda personer jag varit i kontakt med kan ha kommit att ändra sina åsikter gällande välgörenhet. Men då samtliga informanter är anonymiserade i denna uppsats bedömer jag att det inte påverkar dem personligen.

3.3. Se och hör

Kvalitativa intervjuer med individer belyser kulturella fenomen, mönster och samhällsstrukturer men det finns flera aspekter att ta i akt när man arbetar med materialet. Fördelarna med intervjuer och samtal med informanterna är tydliga, hur annars får man tillgång till människors liv och kulturella mönster än hos personen ifråga (Kaijser & Öhlander

red.1999, p. 61)? Samtidigt är det viktigt att förstå att en intervju också bygger på en dynamik mellan två människor. Som intervjuare blir man således också medskapare av sammanhanget såväl som samtalet. Men också det faktum att människor har tendenser att, som Eva Fägerborg (1999) skriver ”framhäva, omstöpa eller utesluta vissa saker när de berättar om sina liv” (p. 62), gör att intervjumaterialet måste behandlas kritiskt. Under det första fältarbetet kring Musikhjälpen var samtalen främst fokuserade på eventet i sig men också vad informanterna tänker kring insamling och välgörenhet. Genom intervjuerna med representanterna från *Sveriges Radio* fann jag att Musikhjälpen såg sig själva som en yngre och ny form av välgörenhet men att de också ansåg sig ha ett folkbildande syfte och att detta kommit att påverka utformningen av programmet såväl som att det tilltalat de ideellt engagerade på olika sätt. Vid det andra fältarbetet som var fokuserat på Världens Barninsamlingen kunde jag istället se andra attityder gentemot välgörenhet och den mer traditionella formen av insamlingsarbete. Därför är det viktigt att till exempel understryka att begreppet välgörenhet har haft olika betydelser i dessa olika sammanhang då Världens Barn och Musikhjälpen haft olika utgångspunkter för sitt arbete. Genom dessa intervjuer fick jag alltså ta del av deras värderingar, be dem fördjupa vissa argument men också att skapa en bättre förståelse för vad de *känner*.

Deltagande observation är också en av grundstenarna för de etnografiska arbetsmetoderna, och det är med fördel man kombinerar observationer med intervjuer. Om det empiriska materialet enbart hade grundats på observation hade alltför stor del av tolkningen av handlingar varit baserad på min egen associationsförmåga och fantasi, men genom att tala med informanterna har det öppnats upp nya perspektiv för mig. Samtidigt ska det understrykas att om materialet enbart var baserat på intervjuer hade det också varit problematiskt, eftersom det då utgått endast från informanternas egen uppfattning om vad de gör. Labaree (2002, p. 100) diskuterar deltagande observation som ett kontinuum mellan ”insiderness” och ”outsiderness”. För att bli en så kallad insider så behöver man vara bekant med alla olika lager av förståelser i en situation, vilket man också försöker uppnå i ett etnografiskt arbete. Men hur och kan man med säkerhet veta om man är insider eller inte? Kulturanalys innebär att man undersöker människors handlande som något inlärt och kommunicerat (Ehn & Löfgren 2012, p. 8). Inom kulturanalys idag studerar vi ofta ämnen som inte är helt främmande för oss vilket betyder att vi ofta har ett visst förhållningssätt eller förkunskaper om ämnet. Som studenter i detta ämne blir vi också manade till att förhålla oss reflexiva och bibehålla en forskares distans så att man fortfarande kan urskilja de kulturella

mönster som vi letar efter. Så hur mycket ”insiderness” bör man sträva efter? Mitt fältarbete hos Världens Barn var kombinerat med min tid där som praktikant, vilket innebar att jag var mer eller mindre en del av kampanjteamet samtidigt som jag studerade det, därmed var jag å ena sidan en insider. Men å andra sidan var det också ett nytt sammanhang för mig och jag började delta i arbetet under slutet av kampanjen vilket betydde att det ordinarie kampanjteamet redan hade gemensamma erfarenheter som de byggde vidare på. Ordval och diskussioner om taktiker blev då mer synliga för mig som ny i gruppen, små saker som jag kanske inte hade varit uppmärksam på om jag varit en ursprunglig del av teamet. Samtidigt kan man som betraktare inte heller befinna sig på motpolen och vara en total outsider. Detta kan hävdas vara ett obefintligt tillstånd då vi oftast har ett förhållningssätt till de ämnen vi studerar (Wolfinger 2002, p 87-88, Larbaree 2002, p. 101). Därför är fältarbetaren ofta positionerad till att arbeta i ett överlappande tillstånd mellan studiens objekt och subjekt (Larbaree 2002, p. 206).

Dessa observationer har också resulterat i observationsprotokoll och anteckningar i min fältdagbok och utgör därmed en del av det material som denna uppsats bygger på. Arbetsprocessen är ofta att man går ut i fält, observerar och gör anteckningar och senare sätter man sig vid sitt skrivbord och försöker skildra händelsen igen i text. Det har varit en väldigt intressant läsupplevelse att gå genom fältanteckningar såväl som observationsprotokoll och jag har blivit mer medveten om min egen arbetsprocess, mina ordval och tolkningar som görs nästan per automatik. Tjora menar att det finns tio olika utförandeformer av fältanteckningar och efter att ha jämfört dessa med mina egna anteckningar så kan jag se att jag använder mig av ett antal av dem, som *generalizing*, *assessing*, samt *dramatizing* (2006, p. 437 ff.). Nedan följer ett utdrag som syftar till att exemplifiera dessa tre.

När det väl blev min tur att ta mig en rundtur med bössan så märkte jag att det var jättesvårt. Fick ganska många nedlåtande blickar, någon kommentar om att jag var ful och annan allmän snäsighet. En man ställde sig framför mig och tog fram sin plånbok och jag tänkte småprata lite så jag sa ”insamling för Världens Barn här ja!” ”Kan jag läsa själv”, svarade han, la i 16 kr och sa ”varsågod”. Vad hände med Gud älskar en glad givare?

(Ur fältdagbok 2012-10-06)

Utdraget kommer från min fältdagbok under min praktik hos Världens Barn-kampanjen där det årligen arrangeras två nationella insamlingsdagar. Det innebar att det fanns volontärer från Världens Barn såväl som andra föreningar och organisationer som gick runt och skakade

bössa för insamlingen i nästan samtliga av Sveriges 290 kommuner. Dessvärre var det en regnig dag i Malmö, men alla volontärer dök trots allt upp. I texten är det tydligt att jag känner mig förnärad av mannens bemötande där jag står med min bössa i oktoberregnet och undervisningen jag fick under barndomens söndagsskola gjorde sig påmind. Om jag inte hade känt mig lika obekvämt i situationen hade jag kanske inte heller känt mig besvärad av denna man och hans bemötande. Av alla som kom fram och la pengar i min bössa valde jag alltså att fokusera på det negativa och anklagar dessutom denna man för att inte vara en ”glad givare” och därmed en dålig kristen och medmänniska i mina anteckningar (trots att han var en av de få givarna jag mötte den dagen). I efterhand kan bitterheten synas komisk men det säger mycket om mina egna föreställningar om välgörenhet och mina egna förväntningar på hur insamlingen skulle utspela sig och inte minst vilken motivation till givande som är passande. Därav både generaliserar (*generalizing*) jag om vad som är ett lämpligt agerande i en sådan situation samtidigt som jag bedömer mannens agerande (*assessing*), det är alltså inte en ren beskrivning av situationen. Tjora menar även att fältarbetare kan bli oroliga över att observationsprotokollen kan bli för monotona och därför händer det ibland att man dramatiserar sin text (*dramatizing*). Givetvis är jag medveten om att jag varken kan eller att det finns någon mening i att bedöma mannen som en ”icke-glad givare” och texten säger därför egentligen mer om mig själv än mannen som ger. Beskrivningen skulle kunna ses som en försvarsmekanism, där jag försöker göra dagen till mer intressant än vad den var. Samtidigt vill jag ändå understryka att mitt fältarbete till stor del bestod av autoetnografi som kommer att beskrivas närmare nedan. Genom en anteckning som denna kunde jag nu i efterhand också uppleva den känslomässiga reaktionen i situationen men också de svårigheter man kan möta eller den sinnesstämning man kan drabbas av som bössinsamlare. Välgörenhet som många gånger beskrivs som något man gör av höga ideal blev i stunden istället mer likt en hätsk pengajakt för mig. Detta blev tydligt först när jag läste min fältdagbok igen och kunde distansera mig från situationen såväl som mig själv. Som Tjora (2006, p. 446) menar är dessa anteckningar mer än bara beskrivningar, de gjorde mig också medveten om mig själv, och gjorde det möjligt att observera observatören så att säga. I följande stycke kommer jag att gå vidare till att diskutera autoetnografi som metod.

3.4. Autoetnografi

Mycket av mitt empiriska material har varit autoetnografiskt, det vill säga att jag har använt mig själv som forskningsverktyg i olika sammanhang och ofta i en social kontext. Scenariona har varierat och bland annat har jag reflekterat över mina egna reaktioner och tankar vid till

exempel en bössinsamling för Världens Barn där jag i flera timmar stod och skakade bössa och tänder i kallt oktoberregn eller de gånger jag haft motsatt roll och försökt undvika värvare och insamlare från olika organisationer på gatorna. Jag har med andra ord varit både objekt och subjekt för mina egna observationer under fältarbetet. Denna metod används alltmer i den kulturanalytiska forskningen och fungerar som ett avstamp för eller exempel på generella åsikter eller reaktioner (Ehn, 2011). Som diskuterat i inledningen så har välgörenhet och värderingar om att göra väl för andra präglat min och säkert också andras uppväxt såväl som vardag och därför påverkat min utgångspunkt i detta fältarbete. Enligt Palmgren (2011) finns det tre undergrupper av autoetnografi; fullständig gruppmedlem, bekännande samt avhållsam autoetnografi (p. 175). Fullständig gruppmedlem innebär att man, likt vad Labaree (2002) menar med att vara en ”insider”, blir totalt involverad i den grupp man studerar. Vid bekännande autoetnografi så avslöjar fältarbetaren vad som händer bakom kulisserna av studien och avhållsam autoetnografi avser att man skriver om andra och inte sig själv men att man ser sin egen relation till materialet (Palmgren 2011, p. 175). I detta avseende låter autoetnografi likt reflexivitet, men reflexivitet är mer av ett förhållningssätt till sitt material medan autoetnografi främst är en metod där man utsätter sig för sociala situationer. Det ena utesluter dock inte det andra. Autoetnografen navigerar sig i den sociala kontexten som kan ses som det yttre för att sedan reflektera över det inre, som exempelvis känslomässiga reaktioner i en situation (Palmgren 2011, p. 178). I mitt eget fältarbete har jag främst använt mig av både bekännande och avhållsam autoetnografi på det sättet att jag i mina fältanteckningar beskrev vad som hände i min arbetsprocess men samtidigt jag inte avser att studera mig själv som person i denna uppsats. Autoetnografen har alltså i detta sammanhang haft ett kompletterande syfte i mitt insamlade material.

Förutom att få en bättre förståelse för insamlingsarbetet så har autoetnografen också hjälpt mig att komma närmare mina informanter. Dels för att vi då haft gemensamma erfarenheter och dels för att jag också fått tillfälle att lära mig om deras arbete på ett mer naturligt sätt. Till exempel har jag kunnat lära mig om hur man hanterar pengarna efter en insamling genom att utföra det praktiskt tillsammans med dem, istället för att vara en utomstående observatör. Just denna praktiska uppgift är också ett intressant exempel eftersom det är ett väldigt noggrant utfört arbete. Det är minst två personer som kontrollräknar summan av pengarna i varje bössa som är försedda med individuella nummer, och antalet sedlar och mynt av varje valör redovisas i ett formulär som sedan ska undertecknas av de två kontrollanterna. Det totala antalet av sedlar och mynt från varje bössa (ofta används omkring

20-30 bössor vid de större insamlingsdagarna) ska sedan också överensstämman med totalsumman. Allting dokumenteras och räknas mycket noggrant för att sedan förseglas och sätts in på banken eller om det är större summor så hämtas det av kontanthanterare. Denna procedur är givetvis inte omöjlig för en utomstående att förstå sig på eftersom det följer ett tydligt system men om man inte deltar i hela processen kan glädjen över pengarna vara svårare att relatera till eller till och med verka ytlig. Processen börjar vid förberedelserna för ett insamlingsevent och är tidskrävande: frivilliga behöver rekryteras, bössor ska förses med plomber och etiketter och därefter ska de registreras så att frivilliga kan kvittera ut dem. Insamlingen i sig är också väldigt energikrävande. Efter insamlingen när vi räknat ihop det totala beloppet så skrev jag ”Alltså, pengar kan verkligen göra en lycklig” (Fältdagbok 2012-10-06). Det är tveksamt att jag hade kunnat uppleva eller förstå denna belönande tillfredsställelse efter det hårda arbetet, om jag endast hade observerat under dagen. Men eftersom autoetnografi också kräver en stor självdistans så har det varit viktigt att föra fältdagbok. Genom att överföra upplevelser och tankar till text har det också gett mig möjlighet att återbesöka dessa situationer och se min egen roll ur ett mer distanserat perspektiv. Samtidigt blir det också svårt att avgränsa sin autoetnografi: när slår man på det etnografiska sökarljuset och när kan man tillåta sig ”bara vara”? Det är sällan så att man lämnar sitt studieämne vid skrivbordet utan ofta bär man det med sig det överallt.

3.5. Informanterna

Som tidigare nämnt är denna uppsats huvudsakligen baserat på tre fältarbeten. Under mitt arbete med Musikhjälpen så kom jag i kontakt med personer som varit med och startat projektet såväl som personer som lyssnade på programmet. Åldrarna varierade mellan tidig 20-års ålder till medelålders och jag intervjuade både kvinnor och män. Det de hade gemensamt var förförståelse för programmet och vanan vid att arbeta och/eller lyssna på radio.

Under mitt arbete med Världens Barn intervjuade jag dels kampanjteamet men också volontärer från andra organisationer så som *Lions* och *RGRA* (Rörelsen Gatans Röst och Ansikte, som arbetar med ungdomar och kreativ kommunikation i Malmö) såväl som volontärer utan specifik anknytning till någon organisation. Åldrarna varierade mellan trettio till sjuttio.

4. Vælgörenhet

För att få en bättre förståelse för hur vælgörenheten ser ut idag så kommer jag i detta kapitel att kortfattat redogöra för dess historia i Sverige. Jag utgår främst från Birgitta Jordanssons *Den goda människan från Göteborg* (1998) och Karin Salomonssons *Fattigdomens besvärjelser* (1988) som båda bland annat diskuterar framkomsten av vælgörenhet ur ett kvinnoperspektiv, men också utifrån antologin *Vægar till välfärd* (Swærd, Edebalk & Wadensjö red. 2013). Men vælgörenhet är givetvis inget som kan isoleras från andra delar av samhället. Med utvecklingen av Sverige från industrisamhälle till välfärdsstat och nu senare som ett konsumtionssamhälle förändras också synen på hur man bör göra vælgörenhet och vad för syften vælgörenhet har. I detta kapitel kommer även informanternas egna definitioner och uppfattningar av vælgörenhet att lyftas fram. Bland annat har det varit tydligt att vad ordet betyder för dem kan delas in i tre huvudsakliga kategorier där den första är relaterad till klass, den andra till solidaritet och det egna ansvaret och den tredje är internationellt bistånd.

4.1. Fattigvård och välfärd i Sverige

Idéhistorikern Roger Qvarsell menar att fattigvården, och det som senare kan ses som grunden för vælgörenheten och filantropin och längre fram välfärdspolitiken, har sitt ursprung i två huvudsakliga idétraditioner där den ena är den medicinska etiken: idealet om allas lika rätt till vård och omsorg, samt att sätta patienternas, klienternas eller brukarnas intressen i centrum (Qvarsell 2013, p. 65-66). Den andra idétraditionen som Qvarsell ser som avgörande är det oegennyttiga ”nytestamentliga samaritidealet” vilket också omnämns i Jordanssons diskussion kring vælgörenhet där hon tar avstamp i fattigvårdspolitiken. Denna, menar hon, syftade också till att fostra till skötsamhet under 1800-talet och bestod av såväl offentlig fattigvård som privat vælgörenhet. Vidare menar hon att detta går tillbaka till en medeltida och kyrklig tradition där att bistå fattiga var att visa barmhärtighet men också själva ursprunget till den sociala verksamheten (Jordansson 1998, p. 75).

Jordansson (1998) skriver också att fattigdomen i sig var ett glorifierat tillstånd under medeltiden då man ansåg att den fattige ”bar” den rikets sublimerade fattigdom som gjorde att den rike kunde fortsätta vara det och också kunde försäkra sig om en plats i evigheten genom att understödja den fattige; genom att visa ”godhet”, givmildhet och barmhärtighet (p. 76). Detta gällde dock endast om man kunde räknas till de som uppfattades som de ”rätta fattiga”, det vill säga fattigdomen var inte självförvållad (Qvarsell 2013, p. 68). Fattigdomen ansågs alltså vara predestinerad av Gud och att göra väl var främst en kristen handling som ”skulle få

sin belöning i framtiden; som ansågs ge en stjärna i Sankte Pers bokföring.” (Jordansson 1998, p. 75). Livet efter detta kunde säkerligen vara en stor drivkraft till att göra väl, och det kan tänkas att det fortfarande kan vara så för en del religionsutövare. Men genom att förutsätta denna motivation så minimerar Jordansson också sannolikheten att det kunde finnas en altruistisk eller empatisk förmåga hos människor under medeltiden vilket kan uppfattas som en stereotypisk tolkning av den tiden.

Qvarsell (2013) menar också att den tidigare nämnda medicinska idétraditionen under 1700-talets senare del också kan förknippas med vad han kallar en merkantilistisk befolkningspolitik, tanken om att en stor och frisk befolkning kunde öka statens rikedom. Kombinerat med den gustavianska tidens patriotiska ideal så var välgörenhetens mål ”att stärka Fäderneslandet och dess folk” (p. 69). Även om det kristet-evangeliska idealet fanns kvar så började den borgerliga synen om samhällets bästa att ta allt mer plats (Qvarsell 2013, p. 69). Alltså finns det en del olika tolkningar och aspekter på vad som motiverat välgörenheten såväl som välfärdspolitikens utveckling. Men det som tycks ha spelat en central roll är kyrkan, hur den kom att prägla välgörande verksamheter och fortfarande har en avgörande roll i många organisationer. Än idag bedriver *Svenska Kyrkan* ett starkt biståndsarbete utomlands såväl som inrikes och organisationer som *Frälsningsarmén*, *Stadsmissionen* och *Erikshjälpen* bygger på en kristen grundvärdering som har levt kvar. Sverige är sedan lång tid sekulariserat och dessa grundvärderingar behöver således inte längre vara kristna i sig.

Även om synen på predestinerad fattigdom kom att ändras så kvarstod kopplingen mellan religion och fattigvård under hela 1800-talet (Jordansson 1998, p. 75). Salomonsson (1998) menar också att de kvinnor som kom att engagera sig i välgörenhet under tidigt 1900-tal utgjordes främst av välbärgade, ensamstående och religiöst intresserade (p. 32). Det var också under slutet av 1800-talet som den privata välgörenheten började utvecklas och olika organisationer började växa fram. De präglades dock fortfarande om en idé om *barmhärtighet* (Jordansson 1998, p. 77-78, NE - välgörenhet). Allt fler människor hade sedan 1800-talet övergett landsbygden och det dåligt organiserade jordbruket för att istället söka sig till storstäderna eller emigrera över Atlanten. Konsekvenserna av denna urbanisering var att befolkningen ute på landsbygden utgjordes av huvudsakligen äldre samtidigt som fattigdomen fortsatte att öka (Edebalk, Swärd & Wadesjö 2013, p. 16). Fattigdomen och de dåliga förhållandena var mycket påtagliga och under 1800-talet så uppkom också ”fattigdomsundersökningar, en diskussion om den lokala fattigvårdens organisation, en rad

filantropiska initiativ, nya sociala rörelser och en intensiv social politisk debatt.” (Qvarsell 2013, p. 71). Med andra ord så ökade medvetenheten såväl som engagemanget under 1800-talet och flera verksamheter växte fram samtidigt som större press också lades på att staten skulle ta mer ansvar för fattig- vården och politiken (Jordansson 1998, p. 78). Under början av 1900-talet bildades Centralförbundet för socialt arbete (CSA) och fortfarande dominerade insatser från kvinnor (Thörn 2013, p. 83). CSA, som än idag är ett svenskt riksförbund, skulle hålla samman enskilda sociala verksamheter och sammanförde debattörer och myndighetspersoner (Qvarsell 2013, p. 74), men var också den organisation som senare kom att, bland annat, initiera Socialstyrelsens tillkomst (Thörn 2013, p. 83). Vid 1900-talets första decennier använde majoriteten av filantroper och deras verksamhet en retorik där man talade om ”rätter” respektive ”orätter fattiga” som syftade på att bara de som bedömdes kunna hjälpa sig själv skulle få hjälp. Det handlade alltså sällan om osjälvisk eller altruistisk välgörenhet, utan de flesta arbetade utifrån mottot ”hjälp till självhjälp” (Thörn 2013, p. 83). Det bör också tilläggas att just detta är en devis som många organisationer arbetar med också idag, eftersom de allra flesta vet att just att de *behöver* finnas pekar på olika samhällsproblem och organisationernas uppgift blir således i längden att upplösa sig själva.

Utvecklingen mot en generell välfärdsstat i Sverige började på allvar i och med tillkomsten av den allmänna pensionsförsäkringen år 1913 och under de följande decennierna kom det sociala skyddsnätet att utvecklas genom införandet av arbetslöshetsförsäkringen samt den allmänna sjukförsäkringen (Edebalk, Swärd & Wadesjö 2013, p. 24). Välfärden har som syfte att ”lösa” ett antal huvudsakliga problem inom områden som livscykel-, demografiska, fattigdom, försörjnings- och ekonomiska problem, sociala problem och ordningsproblem (Edebalk, Swärd & Wadesjö 2013, p. 15). I samband med Sveriges ekonomiska framsteg och välfärdssamhällets framväxt under 1900-talet och genom en framväxande familje- och socialpolitik minskades behovet av välgörenhetsarbete med tiden. I stället började det växa fram andra typer av intresseorganisationer på det socialpolitiska området vilka blev ett komplement till den statliga verksamheten (NE 2013, välgörenhet). Men med Sveriges växande ekonomi blev det också möjligt för människor att börja blicka utåt när det gäller välgörenhet. Att göra väl för andra och bistå andra länder blev det dominerade fältet även om det finns inhemska såväl som internationella organisationer som bedriver verksamheter både lokalt och globalt. Röda Korset till exempel bedriver stora bistånds- och hjälpaktioner i katastrofområden men de arrangerar också lokala verksamheter som läxhjälp. Ett annat

exempel är *Majblommans* årliga insamling där pengar går till att lindra effekter av barnfattigdom och ekonomisk utsatthet i Sverige (Majblomman 2013).

Denna utveckling medförde också en syn på välgörenhet och bistånd som något man gör för "the distant other" (Badje 2012), men också en generaliserande och schabloniserande syn på problemområden på till exempel den afrikanska kontinenten. Under de senaste åren har emellertid de inhemska förhållandena också uppmärksammas och allt fler välkända såväl som nya organisationer gör lokala satsningar. Gatutidningarna *Situation Stockholms*, *Faktums* och fram till år 2011 *Alumas* framväxt är ett intressant exempel eftersom de behandlar samma problem som den tidiga välgörenheten, det vill säga hemlöshet, och arbetar också utifrån mottot hjälp till självhjälp. Även om den nuvarande hemlösheten är annorlunda mot hur den var under 1800-talet så är det en upprepning av samma sociala utsatthet under nya förhållanden. Dessutom så tillskriver gatutidningarna helst inte sig själva med epitetet *välgörenhet* av anledningar som att det är ett arbete försäljarna utför. Men det kan också tänkas att begreppet välgörenhet inte alltid har en positiv framtoning. Vid min studie av Musikhjälpen under våren 2011 kallade de inte heller sig för välgörenhet, utan de föredrog begreppet folkbildning även om de inte kunde förneka att de associerades med välgörenhet. Likaså vid ett studiebesök hos Rädda Barnen framkom det att de ser sig själva som en rättsfrågeorganisation före välgörenhetsorganisation. För dem innebär det att arbeta för strukturella förändringar medan de definierar välgörenhet som tillfällig hjälp (Observationsprotokoll 2013-02-28). Begreppet bär således till synes konnotationer som organisationer helst inte vill förknippas med. I kommande stycke kommer informanternas enskilda åsikter om begreppet att lyftas fram.

4.2. Rika damer i USA, solidaritet och bistånd

Under intervjuerna frågade jag samtliga av informanterna om vad de tycker och tänker kring begreppet välgörenhet och i det insamlade materialet kan man utläsa tre huvudsakliga tolkningar av begreppet välgörenhet där den första är att det är relaterat till klass men också att det är ett begrepp som verkar vara främmande för Sverige.

Känns lite gammalt ordet dessutom, jag vet inte varför, känns lite omodernt. Jag tänker på rika kvinnor i USA, som jobbar med liksom att arrangera en liten auktion för att skänka pengar eller något sånt där. (Skratt) Kanske inte så jättemycket med praktiskt arbete.
(Matilda 2012, p. 5)

Begreppet välgörenhet har för denna informant alltså blivit något som inte bara görs för andra, utan också något som görs av andra, som hon säger ”rika kvinnor i USA”. Matilda själv är en av de som varit engagerade i Världens Barn-kampanjen under en längre tid. Världens Barn-kampanjen utgör dessutom den mer traditionella formen av insamling av *Radiohjälpens* olika satsningar, där man arbetar med bössinsamling och tv-gala exempelvis. En annan informant, Maria som var student när hon intervjuades in samband med Musikhjälpen, säger:

Alltså övremedelklass eller något sånt där man sett i för många amerikanska serier och filmer där det är de som har väldigt lätt för att ge bort ur deras egna plånböcker [...] jag tror nog att det är ett ganska amerikanskt begrepp för mig, det är väl någonting som inte känns särskilt svenskt på det sättet. Här är väl välgörenhet när man skänker några spänn i en sån här sparbössa på stan (Maria 2011, p. 1)

Visst har välgörenhet i Sverige även varit förknippat med den övremedelklassen som tidigare nämnts, men på något vis förknippar informanten inte den formen av välgörenhet med vad som görs i Sverige idag. Hon förknippar välgörenhet med stora summor och som en del av en amerikansk retorik medan vad vi gör i Sverige är att skänka ett par kronor i en bössa. Detta kan också ses som en viss försiktighet i hur man använder sig av välgörenhet som begrepp. Både Matilda och Maria stöder och har gett/ger till välgörenhet men de utger inte sig själva för att vara välgörare då de båda förknippar det med överklass och något amerikanskt. Matilda själv säger att hon inte skulle säga att hon gör välgörenhet utan säger att:

Jag tror att det bara är samhällsutveckling. [...] Ja, jag säger bara ideellt arbete. Allting jag gör faller ju under samma ram men det påverkar människor på väldigt olika sätt, men det är ju för mig samma åtagande och engagemang. (Matilda 2012, p. 6).

Det uttrycks som en slags självklarhet att man ska göra välgörenhet och som ett engagemang snarare än en symbolisk och monetär handling, vilket också anknyter till den andra kategorin som identifierats i det insamlade materialet och det är välgörenhet som *solidaritet*.

Det första som poppar upp i huvudet är ju ett väldigt torrt och dåligt svar egentligen och det är ju där ordet välgörenhet kommer från – att göra väl för andra. Men välgörenhet utifrån ett större perspektiv för mig handlar om solidaritet gentemot andra. (Christer 2012, p. 10)

Det Christer talar om handlar alltså delvis om en viss altruism samtidigt som det verkar vara ett samhällsansvar han känner. Tidigare i intervjun säger han att den tid han lägger ner på frivilligarbete är hans sätt att ge tillbaka till samhället och som en slags gottgörelse för sitt

förflutna. Men till stor del handlar välgörenhet fortfarande om att ta vid där staten inte räcker till. ”... sen finns den ickestatliga [välgörenheten] och det är det som täcker allt det andra som stater inte vill göra eller inte har kraft att göra.” (Sara 2012, p. 7). Även om många organisationer som tidigare diskuterats är tveksamma inför att kalla sin verksamhet för välgörenhet eller filantropi så har deras arbete fortfarande många likheter såväl som mål som det tidiga arbetet med sociala frågor. Dessa två tolkningar av begreppet som relaterat till klass och som solidaritet kan förknippas med välgörenhetens utveckling från något som var relaterat till och inte minst betonade klasskillnader, till att vara en självklarhet som en del av den socialdemokratiska retoriken där man talar om människors lika rättigheter och tonvikten som läggs på ett solidariskt tänkande. Den tredje tolkningen, välgörenhet som bistånd, är relaterat till när Sverige uppnått en status som välfärdsstat och man istället blickade utåt. ”Spontant så tänker jag på biståndsprojekt [...] jag tänker oftast på SIDA, bygga skolor, gräva brunnar...” (Kristian 2012, p. 5).

Med dessa tre tolkningar som lyfts fram blir det synligt att begreppet välgörenhet i sig bär på en historia. Det är ett ord vars innebörd och kontext förändrats med åren och bär alltså inte endast en definition utan innehåller mycket mer. Men det är också beroende på den enskildes bakgrund och erfarenhet av välgörenhet. I samtalen med informanterna så var det ett par av de som uttryckte en slags kluvenhet gentemot själva begreppet välgörenhet. En av dem, Adam som är artist och mångsysslare, uttryckte sig på följande sätt när han fick frågan om hur han uppfattar begreppet välgörenhet:

Jag gillar det inte. Alltså välgörenhet för mig, visst det är bra på sätt och vis men nej. Det är inget hållbart, utan du måste låta människor själva få lov att avgöra sin framtid och sin verklighet. [...] För välgörenhet, då är det fortfarande så att man främjar den strukturen som gör att man måste göra välgörenhet för att hjälpa vissa, förändrar vi strukturen så kommer vi inte behöva välgörenhet och alla kan ta del och alla kan vara med och skapa sin framtid. Så jag tror hellre på self empowerment, att tillåta människor själva, utifrån att vi ger dem verktygen eller förändrar strukturen så att det går. (Adam 2011, p. 3).

Han ser alltså välgörenhet som något tillfälligt som befäster en viss samhällsstruktur men kan samtidigt inte heller säga att välgörenhet i sig är dåligt. Till en stor del handlar välgörenhet om att ge såväl som att samla in pengar. Men det Adam menar är att det måste finnas något slags genuint engagemang för att det ska bli långvarigt och hållbart: ”... en sann givare är en sådan som jobbar med de här frågeställningarna och verkligen problematiserar frågan. ... Men alltså, det är inget fel i att ge pengar heller.” (p. 8). Givetvis är insamling av pengar en viktig

del av välgörenhet, men det Adam efterlyser är något utöver det, något som kan ses som ett genuint engagemang. Insamlingen av pengar såväl som givandet av pengar kan inte ses som motivet för välgörenhet, istället måste själva ändamålet stå i fokus för båda parterna.

I enkäten, där informanterna inte utgick från någon specifik situation som till exempel Världens Barn, så var mottagandet av begreppet mindre positivt. I enkäten inkluderade jag en lista över produkter eller saker man kan göra som kan vara relaterat till välgörenhet och bad informanterna svara på om dessa saker var välgörenhet för dem (se bilaga 1). Bland annat frågade jag om huruvida att erbjuda sin sittplats på bussen till någon annan, att välja Fair Trade, ekologiska produkter, närodlat eller att köpa rocknålar till förmån för någon insamling med mera kunde ses om välgörenhet. De flesta informanterna var överens om att erbjuda sin sittplats på bussen inte var välgörenhet medan att köpa Fair Trade produkter ofta hamnade under ”kanske”. Likt Christer och Sara så har många uttryckt att det handlar om solidaritet och en informant avvisar även ordet välgörenhet. ”Jag gillar egentligen inte ordet välgörenhet, mycket av det som du räknar upp anser jag snarare vara mitt ansvar som medmänniska, som att faktiskt välja de produkter jag köper med omsorg eller att erbjuda min sittplats.”(Enkät 2012). Informanten menar alltså att dessa insatser för henne egentligen handlar om ansvar och medmänsklighet men samtidigt så har informanten svarat att till exempel Fair Trade produkter, att köpa gatutidningar och att ställa upp på volontärarbete är välgörenhet. Välgörenhet och filantropi i Sverige växte fram just för att man kände ett socialt ansvar för de hemlösa eller på annat sätt utsatta, men trots det så har begreppet på sätt och vis fått motsatt betydelse för denna informant och även de andra som också hellre associerar till begrepp som solidaritet. Vilket liket leder oss tillbaka till Rädda Barnen och deras avståndstagande från begreppet välgörenhet. De menar inte att det inte behövs eller att välgörenhet skulle vara något dåligt, men för deras verksamhet innebär välgörenhet att sätta plåster på ett öppet sår och inget som skapar en hållbar förändring för barn (Observationsprotokoll 2013-02-28).

Alltså kan man se det som att välgörenhet befinner sig i en förändringsfas om man jämför med den formen av välgörenhet som bedrevs av välbärgade damer under 1900-talets början (jfr med Salomonsson 1998, p. 31 ff.). Organisationer eller insamlingskampanjer så som *Världens Barn* är medvetna om denna förändring men det saknas verktyg för att på ett djupare plan förstå vad denna förändring är, om man ska motarbeta den eller följa med strömmen.

I detta kapitel har jag i huvudsak diskuterat bakgrunden till välgörenhet och hur informanterna har tolkat begreppet för att visa på dess mångfald såväl som komplexitet. I kommande kapitel kommer jag att diskutera själva praktiken mer ingående och det sociala ramverk som omger välgörenhet.

5. Att göra väl

Inledningsvis kommer jag i detta kapitel att redogöra för hur mina informanter har uttryckt att de gör välgörenhet. Här vill jag notera att jag inte haft möjlighet att komplettera exempelvis materialet jag fått in genom enkäterna med observationer av samma personers handlande. Samtidigt är välgörenhet något som är väldigt svårt att observera: om någon ger för att jag ska se att de gör det, är det fortfarande välgörenhet då? Som diskuterats i det tidigare kapitlet är välgörenhet något som vi har en historisk förankring till och vår förståelse för välgörenhet är komplex men också dynamisk och föränderlig utefter samhällets växlingar. För att få en bättre förståelse för välgörenhet som en handling som är begränsad till ett visst område lånar jag alltså begreppet sociala ramverk från Goffman istället för att tvinga in välgörenhet i de strukturer som Goffman beskriver eftersom jag anser att det finns en viktig dimension som Goffman inte utforskar och det är den materiella kulturen (jfr Miller 2009:50).

I detta kapitel kommer jag att lyfta fram de värderingar som blir synliga när informanterna beskriver hur de resonerar kring sitt givande. Vidare så kommer jag även att diskutera det sociala ramverk som utgör välgörenhet där jag ställer mig frågan hur vi känner igen att något är välgörenhet.

5.1. Bör och börda

Under mitt fältarbete såg jag att det lätt skapades dikotomier som givare och icke-givare eller engagerad och oengagerad. Jag fick påminna mig själv om att inom välgörenheten står inte egennytta i motpol till osjälviskhet, inte heller att motsatsen till osjälvisk skulle vara att man godtroget ger förutsättningslöst. Till exempel så uttryckte en informant som var volontär för Världens Barns bössinsamling sig såhär: ”Negligerar man någon som står och samlar in för någonting i det här fallet Världens Barn, så negligerar man hela problemet.” (Christer, p. 2-3). Christers kommentar kan givetvis inte tala för alla organisationer och volontärer. Men utifrån min autoetnografiska studie så kan jag känna igen detta resonemang eftersom det är så fokuserat på ett moment och det är att samla in pengar i bössan. Att *inte* ge blev en minst lika talande handling som att ge. Detta bekräftas också av att många svarat i enkäten, att de upplever någon form av frustration om inte direkt provokation av bössinsamlare eller värvare från någon organisation som står på gatorna (Enkät 2012). Där verkar alltså finnas ett element av utmaning vid en bössinsamling. Välgörenhet är något som många anser man borde göra och det finns också en förväntning om detta. Om en förbipasserande tvingas att ta ställning till denna förväntning i stunden och inte uppfyller den finns det en frustration över att bli

bedömd som en person som inte bryr sig. En annan volontär för Världens Barn hade en strategi när det gällde bössinsamling för att inte tränga sig på människorna på gatorna:

De som ger - ger. Därför gör jag såhär att jag brukar inte fråga människor om de vill skänka en slant till VB. Utan jag brukar informera väldigt högt om att jag står här och det tycker jag funkar bra. (Matilda 2012, p. 17)

Matildas tillvägagångssätt är alltså att förmildra omständigheterna och känslan av ett utmanande när hon bössinsamlar. Även om välgörenhet är kantat av "borden" så finns det en stor skillnad på att känna att det är något man borde göra eller något som man tvingas till. Vad detta "borde" kan vara kan analyseras utifrån Goffmans *Frame analysis* (1986). Som tidigare nämnt så använder Goffman ofta ett dramaturgiskt språk när han tittar på människors beteenden och sociala interaktioner. Med frame analysis vill Goffman (1986) främst förse oss med verktyg för att kunna besvara frågan "What is going on here?" - vad är det som händer här? Grundtanken är att det finns en strävan efter att identifiera vad som är sant och verkligt men att verkligheten är subjektivt och en definition som fastställs genom jämförelser och åtskillnader. Vilket betyder att vi hela tiden gör tolkningar av den plats och situation vi befinner oss i för att göra omgivningen begriplig för oss själva. Dessa tolkningsverktyg har Goffman då valt att kalla för framework (ramverk) där han ser att det huvudsakligen finns två primära sorter, den naturliga och den sociala. Den naturliga är den som styrs av saker vi inte kan påverka, medan den sociala involverar någon form av mänsklig vilja och avsikt (1986, p. 22). Ramverk är alltså den bakgrund eller kontext inom vilken vi handlar, hur vi avläser en situation och bedömer vad som är lämpligt handlande. Till exempel är det tillåtet att röra sig med stora svepande rörelser i en dansstudio medan det inte skulle anses passande på en buss under rusningstrafik. Just denna förmåga att kunna avgöra vad som är acceptabelt menar Goffman beror på de sociala ramverken eftersom det för att inom varje ramverk finns implicita regler för hur vi bör handla (1986, p. 24).

Altruistiska egenskaper något som värderas högt, där det är "icke-altruister" som förklarar sig (Scott & Seglow 2007, p. 1). Detsamma gäller välgörenhet. I ett enkätsvar jag fick svarade en informant att den inte ger till välgörenhet, köper rocknålar eller lägger pengar i bössor. Men lade också till att "Jag kommer i framtiden att starta en egen organisation för då vet jag att pengarna hamnar rätt." (Enkät 2012). Problemet är alltså inte att personen ifråga inte tycker att det är bra att göra väl för andra, utan att det inte finns någon tillräckligt pålitlig organisation att stödja. Det ligger en djup misstro gentemot välgörenhetsorganisationer hos

denna informant men det finns trots allt en värdering om att välgörenhet är något som man *bör* göra. Men det finns undantag. En informant som är säljer gatutidningar berättar att han gärna gör välgörenhet men att det inte verkar som något som förväntas av honom. Som gatutidningsförsäljare får han ofta dela sin arbetsplats med gatumusikanter och han berättar om sina erfarenheter av att ge till dem:

Ja, när jag stod där uppe på Skomakargatan, så var där två mycket mycket unga tjejer, åtta tio tolv år kanske, som stod och spela fiol [...] så jag sa till mig själv – nu ska jag ta tio procent av min förtjänst och ge till dem, alltså en femma per tidning då. Och det gjorde jag och precis då kom deras mamma. ”Åh så snällt”, de såg ju vad jag höll på med och det kändes precis som att – ”Du av alla”? Ja varför inte? Och hon som sitter och spelar dragspel hon får också tio procent när hon är där alltså... Så vi hjälps åt så gott vi kan. (Niklas 2013, p. 8)

Niklas berättar att mamman till dessa flickor blev förvånad över att han som gatuförsäljare kunde tänka sig att ge av sin förtjänst. Vidare i intervjun frågar jag om han har några tankar kring varför denna kvinna blev så förvånad över hans givande och han säger, ”Det blir de ju ofta och säger, ”Ja men du ska inte behöva ge”. Det behöver jag, för att jag kan.” (p. 8). Här blir det tydligt att det också finns förväntningar på vilka som borde göra välgörenhet. I denna situation kan man urskilja två olika synsätt på välgörenhet. För Niklas är det en form av solidaritet, han säger att ”vi hjälps åt så gott vi kan” samtidigt som det är en handling som *definieras av* och *definierar var* i samhället man befinner sig. Niklas passar alltså inte in i den generella sinnebilden av välgöraren, men för honom är det viktigt att dela med sig av det han har och att göra väl för andra. Han ställer sig frågan *varför inte* givandet och välgörenhet inte förväntas av just honom och belyser dem fördomar och det ramverk som omger välgörenhet.

Det har blivit synligt genom framförallt enkäterna, att givande också handlar om att visa sina åsikter eller göra det som är ”rätt”. Många gånger handlar givandet således om ett personligt ställningstagande. Det är kanske inte så märkvärdigt i sig eftersom man har lättare för att sympatisera med frågor som man kan relatera till och väljer ändamål utefter det. Men det visar också att välgörenhet inte endast är att göra väl. Det är också många gånger en politisk handling som också kan förknippas med vad som tidigare diskuterats om välgörenhet som en form av solidaritet.

Vilka produkter jag handlar (handlar MYCKET ekologiskt och fair trade) är snarare en politisk handling, då jag vill ha ett annat samhällssystem. Kanske man kan definiera välgörenhet också som en politisk handling (särskilt gällande mer politiska organisationer som

Amnesty och Greenpeace) men där handlar det om att jag får inget tillbaka – mer än ett gott samvete och en känsla av att vara en ”fin människa”. (Enkät 2012)

Bauman menar att i konsumtionssamhället har vår identitet skiftat från producenter till konsumenter, men ännu viktigare är att betoningen ligger på vår identitet som individer där individualiseringsprocessen sker parallellt med den växande rollens som konsument (2005, p. 25). Med individualiseringsprocessen avser Bauman (2005) den alltmer tilltagande vikten som läggs vid att alla måste vara individer som han anmärker endast är en annan form av konformitet eftersom ”alla” ska vara individer (p. 24). Med denna emphasis på individualitet finns det också ett växande behov efter att visa, konstruera, bevara och förnya sin individualitet. Det kan alltså sägas att ”unikheten” (uniqueness) massproduceras såväl som masskonsumeras (p. 24). Individualiteten blir ironiskt nog ett sätt att anpassa sig till mängden och lika så är det med välgörenhet. Just konsumtionsaspekten kommer att diskuteras närmare i nästa kapitel men välgörenhet kan alltså också vara en väg till att visa på sitt personliga ställningstagande som individ vilket är tydligt utifrån citatet från informanten ovan. Att göra välgörenhet visar inte bara ett personligt ställningstagande utan även att man vill vara en del av samhället genom att visa empati men också för att egenskaper som egoism generellt sett inte är uppskattade. Informanten menar också att det finns en belöning i en sådan handling, en känsla av ett ”gott samvete”. Detta goda samvete kommer att diskuteras närmare under kommande stycke.

5.2. Karmakontot

Jag menar, vissa gör det för att man inte ska ha några skuld känslor – ja men jag har gjort mitt. Andra gör det för att det enda de brinner för är att ge tillbaka. Vissa gör det för att det är creddigt. [...] Bara för att jag har gett tjugo spänn till, bara för att jag samla in tjugotusen till Musikhjälpen, kan jag inte sluta tänka på trafficking, det räcker inte. Jag tror att de som skänker pengar utifrån att *moraliskt* må bra - ditt karmakonto kommer inte bli bättre. De som jobbar med karmakonto-tanke kring att göra välgörenhet, nej det är för egot då och det är ingenting som är hållbart. (Adam 2011, p. 7)

En annan faktor till givande som dykt upp ett flertal gånger i det empiriska materialet är samvetets roll, att man ofta ger för att döva sitt dåliga samvete. Adam tycker alltså att det inte är tillräckligt bra att göra välgörenhet utifrån att själv må bra, men samtidigt ifrågasätter han inte att man faktiskt må bra av att ge. Detta leder oss tillbaka till Andreonis (1990) begrepp ”warm glow giving” som syftar på att givande till välgörenhet inte endast är osjälviskt utan att man förväntar sig någon form av känslomässig belöning. Som Adam uttrycker det för att

”moraliskt må bra”, samtidigt som han ser att det är problematiskt eftersom han anser att det inte är ett hållbart förhållande till att göra väl. Det just Adam är ute efter behöver inte vara att det ska vara en osjälvisk handling, utan snarare att det ska vara ett genuint engagemang i frågorna som gör att man fortsätter bry sig om sakfrågan även efter man har lagt pengar i bössan. Oliver, som var engagerad i Musikhjälpen, uttryckte sig så här om välgörenhet:

... jag tycker att det är jättebra, liksom speciellt att folk ändå på något sätt engagerar sig i andras problem och misär tänkte jag säga men svårigheter och försöka hjälpa till. Men jag kan också vara lite skeptisk mot det för att det blir liksom att ”okej bara för att jag skänkte denna hundring så har jag gjort mitt” så att den där lilla summan pengar blir som en symbol för att nu har jag tagit mitt ansvar, nu är jag färdig. (Oliver, p. 1-2)

Man blir alltså inte heller ”färdig” med sitt givande, utan det är något som måste ske kontinuerligt och då är det inte längre de monetära gåvorna som står i fokus utan det är vad man gör för frågan i sig.

Detta samvete leder oss tillbaka till välgörenhet som ett ”borde” och de förväntningar som finns på människor att handla därefter. Men samtidigt så vill jag också betona att detta ”borde” är socialt konstruerat, med andra ord är det en del av det sociala ramverk som vi agerar inom och efter. Välgörenhet kan inte endast vara något som uppmanas av yttre faktorer utan det måste också finnas en inre drivkraft till att göra väl för andra. Det i sig är altruism, men det är när denna inre motivation möter andra faktorer, så som identitetsskapande och känslomässig belöning, som jaget involveras och en välgörande handling blir till mer än att göra väl för andra. Christer, som är engagerad i en rad olika projekt och organisationer, menade att det inte var möjligt för honom att inte vara engagerad: ”... jag känner att det jag har det i mig liksom. Jag kan inte låta det vara, jag kan inte.” (p. 6). Han beskriver hur han har svårt för att låta bli att engagera sig för vissa saker, ibland säger hans vänner åt honom att gå hem och vila men väl hemma så hittar han ändå saker han kan göra.

Det är någonstans det sitter i något samvete någonstans för saker jag kanske har gjort mot andra människor. Jag menar jag kanske, som alla andra så har man kanske tidigare då kanske inte betett sig på allra bästa sätt, framför allt när man var yngre. Såna saker som man känner att – ja men nej, nu måste jag ge igen. På det sättet, ge tillbaks. Så ja visst är jag trött, men jag får ändå motivation också utav att se alla andra människor [...] och hur mycket vi kan hjälpa dem. (Christer, p. 7)

Den inre drivkraften kan alltså inte heller agera självständigt. Christer menar att för att hålla sig motiverad han behöver någon slags bekräftelse på att det han gör faktiskt gör skillnad för andra människor. Här i finns det dock en skillnad mellan hur och vad man räknar till välgörenhet. Det Christer syftar på som motiverar honom i detta fall är hans arbete i en ungdomsorganisation där han har en personlig relation till dem han hjälper. Vid en bössinsamling eller om man köper en rocknål så får man inte samma motivation eftersom man inte får samma effekt med sin gåva. Men det som är intressant är att Christer nämner sitt samvete. Kanske är det denna form av engagemang som Adam är ute efter, att samvetet inte lättas genom att bara ge pengar, utan något som ständigt behöver förnyas? Likt hur Bauman ser att individualiteten behöver konstrueras, bevaras och förnyas är det med samvetet, blir vi på så vis aldrig ”färdiga” individer eller välgörare (2005, p. 25).

5.3. En materiell värld

De fick namnbricka, kroppsbanderoller, bössor, pins, foldrar och ballonger. Ballonger förövrigt är ett väldigt bra lockbete för att få föräldrar att skänka en slant. De kanske känner sig lite skyldiga till det för att man gett dem något? Men framförallt så funkar det bäst när barnet själv vill ha en ballong och när man inte som jag, bara ger bort dem utan att sträcka fram bössan. (Ur fältdagbok 2012-10-06)

I utdraget ovan beskriver jag i min fältdagbok vad bössinsamlarna utrustades med innan de började insamlingen. Alla dessa saker fyllde givetvis viktiga funktioner. Namnbrickan visade att insamlingen skedde på Röda Korsets insamlingstillstånd, kroppsbanderollerna visade att det var en insamling för *Radiohjälpen* och bössorna var också försedda med Världens Barn-dekaler. Foldrarna fanns mest till för de som ville ha mer information om själva kampanjen. Pinsen, det vill säga rocknålarna, och ballongerna fungerade mer som lockbete, framförallt för barn. Dessa objekt, vare sig de hade en praktisk eller symbolisk uppgift, fungerade också som rekvisita, de utgjorde en bakgrund såväl som scenkläder (exempelvis de orangefärgade kroppsbanderollerna och ballongerna som gjorde oss synligare) för dagen. De visade sammanhanget, det sociala ramverket och våra roller som insamlare.

Som tidigare nämnts så har tingen en betydande roll för hur vi läser en situation (Miller 2010, p. 50). Komponenter som insamlingsbössor, där pengarna bara kan tas ut igen om man bryter plomben, kroppsbanderollerna med texten ”Radiohjälpen” och ballongerna med Världens Barns logga signalerar ett specifikt sammanhang. De som är intresserade av att ge ett bidrag vet hur de ska agera liksom de som inte vill också vet hur de bäst kan undvika

ögonkontakt. Föremålen får då alltså även en fenomenologisk betydelse som en form av vetande förkroppsligad i det materiella som hjälper oss att navigera oss genom en situation. (Frykman 2006, p. 66) De inte bara symboliserar någonting utan tingen blir till en del av den man är och påverkar situationen. Jonas Frykman skriver att den vanligaste metoden etnologer använder för att förstå sig på tingen, eller snarare har *använt*, då mycket av synen av den materiella kulturen har förändrats sedan hans text publicerades år 2006 (jfr Miller 2009) är genom distansieringstekniken, det vill säga att göra dem till främmande förtecken som behöver tolkas (2006, p. 69). Tingen är alltså mer än bara föremål vars värde behöver tolkas, de är som Frykman menar, redskap. I min autoetnografiska studie upplevde jag att genom insamlingsbössan så blev jag ”insamlingen förkroppsligad” (Observationsprotokoll 2012-10-24). Under insamlingen blir man också en representant för hela Världens Barn-kampanjen och det var viktigt att bemöta människor med ett leende och tacka för de bidrag som kom in, då inte som egenskap av sin egen person utan som en del, en kanal för insamlingen i det stora hela. Mitt kroppsspråk förändrades när jag kände formen av handtaget av plast i handen och hur lätt bössan var blev mitt mål för dagen solklart, att samla in pengar. Många av de mer erfarna bössinsamlarna stoppade själva i ett par mynt i sina bössor för att de skulle låta och de menade att det var lättare att komma igång med en bössa som skramlade. Med insamlingsbössan började också min jakt efter givare och desto tyngre bössan blev desto mer lyckad kände jag mig.

Ett annat perspektiv på det materiella är att ting kan ses som aktanter (actants) inom *Actor-network theory*, ANT. Inom ANT menar man att människor såväl som ting är en del av så kallade nätverk där vi hela tiden reproducerar och förmedlar kunskap och värderingar genom våra relationer (Latour 1999:65). Att något har ”agency” (verkande kraft/agens) är oftast en egenskap som tillskrivs människor men inom ANT, som utgår från en nätverksstruktur så finns där ingen hierarkisk ordning mellan föremål och människor utan man ser både materiella objekt och människor som aktiva aktörer, ”reproducenter” och förmedlare av kunskap och varandra (Knappette & Malafouris 2008, p. xi). Det vill säga att det inte finns något som påverkar den andra mer. Till skillnad från fenomenologin som främst betonar föremålets inverkan på oss när de finns oss tillhanda (jfr med Heideggers terminologi ”zu handen” Frykman 2006, p. 72) så ser ANT materiella föremål som oberoende aktanter i sig själva, det vill säga att de inte bara har en inverkan eller syfte när de blir använda. Vidare så är föremålen skapade för att vara aktanter, som en stol eller en mugg har ett tydligt syfte medan föremål som pengar, bilar och datorer är så kallade ”autonoma aktanter” (*autonomous*

agency) eftersom de har kommit att påverka hur vi förhåller oss till vår omvärld (Knappette & Malafouris 2008, p. ix).

De föremål som omgav insamlingen för Världens Barn kan inte ses som autonoma föremål (förutom pengarna givetvis), men till exempel utformningen av en insamlingsbössa visar tydligt att pengarna ska in i en specifik riktning. Vidare är bössan också oftast transparent men täckt av en dekal så att man kan se vad som finns i utan att från avstånd kunna avgöra hur mycket pengar som stoppats i. Ballongerna som nämndes som lockbete för barnfamiljer är också intressanta utifrån detta perspektiv eftersom de i sammanhanget hade flera varierande syften. Ballongerna var orangea med en Världens Barn logga på och jag som under början av dagen vaktade vår provisoriska insamlingsstation vid Lilla Torg i Malmö, hade också som uppgift att blåsa upp dessa och fästa dem på pinnar. När de andra insamlarna hade slut på ballonger så kom de tillbaka för att hämta nya. (Fältdagbok 2012-10-06). Utifrån den fenomenologins och ANTs perspektiv på materiella objekt så kan ett antal olika syften med ballongerna urskiljas förutom att bara vara lockbeten. För det första så signalerade de någon form av festlighet och nedtoning av det allvarsamma med ändamålet för insamlingen. Detta något paradoxala förhållande mellan allvar och fest är vanligt förekommande bland insamlingar. Ett exempel är *Humorgalan*, på vars webbplats det står att ”Årets Humorgala bjöd på både humor och allvar när några av Sveriges främsta artister och komiker samlades på Berns Salonger i Stockholm för att värva Världsföräldrar.” (Humorgalan 2013). Det är också synligt i Musikhjälpen där insamlingen marknadsförs med lättsamma inslag och framförallt genom musikframträdanden (Lei 2011). Ballongerna bär alltså också på fler konnotationer och var inte endast lockbete för barn. Men kombinationen av dessa till synes onödiga ballonger och de samhällsfrågor som Världens Barn syftar till att motverka blir således nästintill bisarr. Varför allvaret så ofta kombineras med denna känsla av festlighet ligger utanför området för denna uppsats men detta förhållningssätt blev ofta synligt i fältarbetet. Med detta element av festlighet som ballongerna utgjorde tonades alltså det allvarsamma och stränga i insamlingen ner.

Vidare så fungerade ballongerna också som en form av rustning och vapen. Som jag skriver i min fältdagbok så tenderade jag att ge bort ballongerna till förbipasserande barn istället för att vänta på att de skulle dra med sig en förälder med plånboken i handen. Eftersom jag stundvis hade känt mig obekvämt med insamlingen blev det ett sätt att markera att jag inte bara var ute efter andras pengar, utan att jag själv också hade något att bjuda barnen på. Med ballongerna tilläts jag alltså att vara mer än en påstridig insamlare och de gav

mig också en känsla av trygghet. Genom att ge bort ballonger kunde jag återställa en viss balans i min relation till de förbipasserande. På samma sätt som en utklädsel kan förändra ens sätt att förhålla sig till omgivningen genom att skyla den verkliga identiteten så drog ballongerna bort fokus från mig och min insamlingsbössa.

6. Handla rätt

I detta kapitel kommer jag att dels fortsätta på den materiella dimensionen av välgörenhet men diskutera den utifrån konsumtionssamhället och dels också redogöra för viktiga aspekter i hur man gör välgörenhet. Att handla rätt berör vilka varor som vi köper. Med det ökande antalet produkter inom etisk konsumtion eller produkter som säljs till förmån för diverse ändamål så kan man säga att välgörenheten, definierat som ett monetärt givande, har i allt större utsträckning sammanvävts med den dagliga handeln. Här lyfter jag också fram välgörenhet som en producerad vara och vilka aspekter som behöver tas i beaktande och på vilket sätt detta kan tillämpas inom organisationer.

6.1. Välgörenhet till salu

Hur gör man väl? Genom att köpa frimärken till förmån för SOS-barnbyar, eller läppcerat för 70kr på Body Shop också för välgörande ändamål. Välja en påse på ICA, plast, plast till förmån för Rosa Bandet, tyg eller papper. Välja kaffe, Fair Trade, Fair Trade och Green forrest alliance certifierat? Äta rätt sorts fisk med olika certifieringar för hållbart fiske. Köpa en Faktum tidning eller ge 50 kr till en hemlös som kommer fram och frågar om småpengar? Köpa el från rätt bolag, hålla upp dörren för gubben med rullatorn. Lämna plats åt någon annan på bussen, dock bara till en person som är gammal, gravid eller har någon form av fysisk skada. Ha en extra hundpåse i fickan i fall någon annan glömt. Le åt face-to-face rekryterare på stan' och säga ett artigt "Nej tack" istället för att ta omväg eller ignorera. Köpa Noveller för Världens Barn som julklapp. Konsumera mindre – konsumera rätt. Spela på Postkodlotteriet. Ha ett fadderbarn. Sprida information. Bära en pin.

(Ur fältdagbok 2012-11-07)

Beroende på vad man väljer att inrymma i begreppet välgörenhet, finns det idag många olika vägar till att göra väl. I utdraget ovan så försöker jag komma underfund med alla de former av välgörenhet det finns, de olika vägar till välgörenhet man kan stöta på under loppet av en dag. Det som jag vill fokusera på i detta stycke är produkter som säljs till förmån för någon specifik organisation eller projekt. Det kan handla om alltifrån att välja elektronik från något specifikt sortiment, exempelvis Product (RED)TM där en del av beloppet går till insamlingen för att bekämpa AIDS i Afrika, till att pryda sin profilbild på *Facebook* med ett Rosa Band. Jag kommer att titta närmare på dessa produkter utifrån vad Baumans teori om individualiseringsprocessen i konsumtionssamhället.

Det som ofta har fångat min uppmärksamhet är rocknålar och andra små ofta billiga produkter som man kan finna vid kassan i butiker och affärer, som exempelvis Rosa Bandet som återkommer i oktober varje år. Konsumtionen av dessa varor är organiserad på ett sätt så

att det ska vara smidigt och lättillgängligt, något som kan göras i förbifarten. Med andra ord ska den som ger behöva anstränga sig så lite som möjligt. På så vis verkar det som om givarna, förutom att de ofta förväntar sig någonting (om än något litet) i gengäld, också lätt tappat intresse. Detta är enbart en observation av hur denna form av välgörenhet är ordnad men det väcker en del frågor, är det efterfrågan som styr denna utveckling eller är det organisationerna som ofta har en bild av givare som svårflörtade och i viss utsträckning även lata och själviska? Prahalad och Ramaswamy (2004, p. 5) menar att produktmarknaden har blivit ett forum för samtal och interaktion mellan konsumenter och företag. Om man tidigare betraktade konsumenten som varande ”utanför” företaget har det alltså förändrats och istället är konsumenten nu alltmer kunnig och medveten om sin makt över företagen, vilket betyder att företagen känner en större press på att föra en underförstådd förhandling med konsumenterna. Prahalad och Ramaswamy observerar också att värdeskapandet i produkterna blir mer och mer individualiserat och därför söker företagen sig också till konsumenterna för att interagera. På så vis förändras de traditionella rollerna med konsumenterna på ena sidan och företagen på den andra, istället har de två börjat sammanstråla (2004, p.7). Detta krav och strävan efter transparens (eller i alla fall vad som kan uppfattas som transparens) är inte isolerat till enbart företagsvärlden. Under de senaste åren har antalet organisationer och hemsidor som ägnat sig åt att granska andra större hjälporganisationer vuxit, så som *NGO-monitor* ”making NGOs accountable” (NGO-monitor 2013) eller *Give Well* ”Real change for your dollar” (Give Well 2013). Således verkar det som om det finns en tilltagande begäran efter transparens och granskande även gentemot hjälporganisationer.

Kanske är denna utveckling av givande genom små och/eller vardagliga produkter ett resultat av tillgång och efterfrågan, på det sättet att vi söker nya sätt att göra välgörenhet såväl som att konsumera på. Detta påverkar företagen positivt att bli associerade med välgörenhet och välgörenhet blir då istället till en kvalitet som vi efterfrågar i produkterna. Callon, Méadel och Rabeharisoa menar att den förändrade retoriken kring marknaden som ”den nya ekonomin” eller ”kunskapsekonomin” visar att marknaderna håller på att förändras och därtill även egenskaperna (qualities) hos varorna (2002, p. 196). Det finns en relation mellan marknaden och kultur. Aktiviteter och förändring inom marknaden kan inte ske oberoende av de meningar och strukturer som är befästa genom kultur. En kvalitet i en produkt som är relaterad till välgörenhet eller etisk konsumtion är således inte något som bara plötsligt uppstått utan något som blivit utvecklat och placerat.

Under de senaste decennierna har *Cause-related Marketing* (CrM) varit en växande trend som syftar på produkter där en del av intäkterna går till välgörande ändamål (Langen 2011, p. 412). Nina Langen, forskare vid universitet i Bonn, redogör för att en del menar att CrM likt Fair Trade (FT) är ett sätt för konsumenten att uttrycka sitt sociala engagemang men att där CrM också kan ses som en ”green washing”-strategi för företag, alltså ett sätt för dem att vinna så kallad *good will*. Det är också viktigt att understryka att CrM skiljer sig från FT i detta avseende eftersom FT i sig förespråkar etisk konsumtion snarare än välgörenhet. CrM är alltså ett samarbete mellan icke vinst- och vinstdrivande organisationer. Den ovannämnda Product (RED)TM och Rosa Bandet är ett par exempel på dessa initiativ. Cause-related marketing har också ett rykte om att tillåta företag att ”do well by doing good”, vilket innebär att de tjänar på att göra väl samtidigt som det gör det möjligt för organisationer att marknadsföra sitt arbete i samarbete med större företag (Hawkins n.d., p. 752). Konceptet är alltså omtvistat; en del hävdar att det är ett sätt att använda sig av en etisk diskurs för att öka försäljning medan andra menar att detta fenomen kommer att utvecklas och ta över den traditionella välgörenhetens och filantropins områden (Hawkins n.d., p. 752). En annan problematik är att det hela bygger på en ökad konsumtion. Informanten Matilda var inte bara engagerad i Världens Barn utan i flera olika frågor och verksamheter. Bland annat intresserar hon sig för frågor som rör etisk konsumtion och resonerar på detta vis:

Till exempel så förespråkar jag mindre konsumtion och det är inte populärt. Varken ur Fair Trade, miljö eller någonting så här. För det handlar om att köpa rätt medan jag tycker att det handlar om att inte köpa alls. (Matilda 2012, p. 24)

I allmänhet visar man gärna sitt givande, till exempel genom ovannämnda produkter i form av rocknålar och så vidare, men inte minst genom sociala medier, där många personer anknyter till ändamål som de stödjer eller öppet tar ställning till frågor de anser är viktiga. Genom dessa handlingar kan man alltså förstärka sin individualitet (Bauman 2005) vare sig det är en individ eller ett företag som tydligt vill markera sitt ställningstagande. Majoriteten av informanterna har uttryckt att de ibland är rädda för att uppfattas som dåliga människor om de går förbi bössinsamlare eller liknande utan att ge pengar eller sin tid. Denna rädsla för att missuppfattas visar att givande är en social norm i vårt samhälle. Men det visar också att det är en manifesterande handling där man tydliggör att man vill vara en del av samhället och känner ansvar för sina medmänniskor. En handling som inte behöver kosta mycket, men som istället kan komma att behöva upprepas vid olika tillfällen och tillställningar. Det räcker alltså inte med att ha gjort väl en gång, utan det är något som bör ske kontinuerligt.

6.2. Igenkänning, trovärdighet och information

Efter att jag analyserat och granskat mitt insamlade material har jag sett att det finns tre viktiga aspekter i hur man som givare väljer vilken organisation, projekt eller ändamål man väljer att ge till och de är *igenkänning*, *trovärdighet* och *information*. Med detta menas inte att dessa tre är avgörande faktorer för att man ska ge, men i det empiriska materialet har jag sett att det finns en strävan efter att uppnå dessa tre aspekter innan man ger. Detta visar att välgörenhet inte är något som sker utifrån ren god vilja, utan det finns fler aspekter att ta i beräkning. Nedan följer ett par exempel.

Att det är lätt att köpa ett Rosa Band vid kassan i snabbköpet beror oftast på att man känner igen kampanjen och ändamålet och inte för att man inte kan tänka sig att ge på annat vis. Där har de större organisationerna en fördel eftersom många redan känner till deras varumärke och för många avger de också en sorts trovärdighet. På enkäten svarade en informant ”Just nu ger jag ingen regelbunden välgörenhet men lägger ibland i bössor ex, till Frälsningsarmén, Rädda Barnen. Kända organisationer.” (Enkät 2012). Många av informanterna uttryckte också ett slags behov att kontrollera de organisationer de ger till. De vill att deras välgörenhet ska vara ett välinformerat och framförallt medvetet val. Bland annat var det en informant som vände sig till en webbplats som rankar organisationer efter deras trovärdighet (Enkät 2012). Under min praktikperiod märkte jag då en intressant kontrast mot detta. Världens Barn och organisationer som arbetar med insamling på liknande vis, vill ofta att givaren ska agera fort och i stunden. Detta blev synligt i hur man till exempel vid bössinsamling försöker fånga givare i rörelse. Man hinner inte kommunicera särskilt mycket om ändamålet med insamlingen när man försöker gripa uppmärksamheten från en förbipasserande som ofta dessutom gör vad de kan för att undvika dig. Just vad gäller insamling på gatorna, vare sig det handlar om pengar- eller namninsamling, så var det många av enkätinformanterna som menade att detta upplevdes som stressande och något som de helst undviker. Majoriteten har istället uttryckt att de önskar att i lugn och ro ta reda på mer om kampanjer eller organisationer innan de bestämmer sig för att ge (Enkät 2012). Men samtidigt måste det ändå resultera i något för att organisationer ihärdig ska fortsätta med denna insamlingsmetod. Detta leder oss tillbaka till vikten av igenkänning. Att exempelvis Världens Barn befann sig ute på gatorna, delade ut ballonger och skakade bössor handlade inte bara om att samla in pengar. Det var också ett sätt för kampanjen att synas. De större insamlingsdagarna var också planerade till helgerna efter att det gjorts någon form av TV-sändning om Världens Barn. Alltså handlade mycket av insamlingsarbetet om

informationsspridning om kampanjen men inte alltid om de specifika ändamålen. Världens Barn var till exempel bristande på den första faktorn, information, trots upplysningar över radio såväl som tv. Detta kan vara relaterat till att kampanjen ligger vilande under årets första sex månader och under den tiden hinner många glömma kampanjen eller förväxlar den med andra. Kampanjen är också organiserad så att pengarna främst går till ett antal profilprojekt runt om i världen vilket innebar att ändamålet inte var lika direkt riktat som när insamling sker för ett specifikt katastrofområde. Om givare eller potentiella givare sedan vill ta reda på mer om Världens Barn är där flera saker att sätta sig in i: hur kampanjen fungerar, vilka organisationer som är med och sedan alla projekt som ligger i fokus för just detta år. Även om många kan tänka sig att aktivt söka upp information är det inte garanterat att alla har tålamod nog för att ta sig genom alla stegen men huvudsaken är att informationen finns tillgänglig. Världens Barn är trots allt en framgångsrik kampanj som nådde ett insamlingsresultat på 83,8 miljoner kronor under år 2012 (Världens Barn 2013). Många har ett starkt förtroende för Radiohjälpen som ligger bakom kampanjen, liksom de organisationer som är del av Världens Barn-familjen, och kampanjen syns mycket genom SVT och Sveriges Radios lokalstationer.

Man ger inte alltid enbart för givandets skull, eller för att bara göra en god gärning vilket diskuterats i föregående stycke. Givandet är mer komplext än så. De tre faktorerna är mer eller mindre krav som kan uppfyllas av organisationerna. Det krävs emellertid också en slags inre drivkraft till att vilja ge. Men det jag vill betona är att det kan vara gynnsamt för både organisationer och givare till välgörenhet att börja betrakta välgörenhet som en produkt. Utvecklingen av exempelvis ovannämnda CrM produkter pekar redan ditåt men jag menar att detta tankesätt också kan tillämpas inom organisationer som fortfarande bedriver mer traditionella former av välgörenhet. Jag har också observerat att mycket av välgörenheten idag anspelar på våra samveten: det är till exempel bilder på utmärglade barn ofta följt av ett budskap om att alla kan inte gör allt men alla kan göra något. Välgörenhet är redan något som de flesta känner att de borde göra och kanske är skuldbeläggning av samvetet ett framgångsrikt grepp. Men som visat i denna studie så handlar välgörenhet om mer än så: det handlar också om att visa sitt ställningstagande och det jag vill betona är således att lägga fokus på givaren som någon som *vill* ge, istället för någon som *borde* ge.

7. Sammanfattning och slutdiskussion

Syftet med denna uppsats har varit att utforska välgörenhet och givande, främst genom de tre fältarbeten jag genomfört. Det första var fokuserat på insamlingsevenet Musikhjälpen år 2010, det andra genomfördes under en praktikperiod hos Världens Barn-kampanjen i Malmö hösten år 2012. För att komplettera det materialet har jag även under våren 2013 samlat in material genom studiebesök och intervjuer. Även om det inte varit omfattande studier så har arbetet under dessa nästan tre åren visat att välgörenhet är ett stort ämne där det finns många intressanta aspekter att studera. I denna studie har jag främst fokuserat på välgörenhet som en form av givande av monetära gåvor. Även om frivilligarbete också kan räknas till välgörenhet så involverar det en social och interaktiv dimension som skapar en annan sorts värde än den när man ger pengar eller köper specifika produkter. Det som har intresserat mig är vilken mening välgörenhet skapar för den som ger. För att undersöka denna fråga studerade jag i kapitel 4 först hur välgörenheten växte fram i Sverige och hur uppfattningen om välgörenhet såväl som praktiken av den förändrats med tiden och framväxten av välfärdssamhället. I samma kapitel lyfter jag också fram vad mina informanter tänker kring begreppet välgörenhet, för att visa på dess komplexitet. Välgörenhet är således inte bara ”att göra väl”, utan det handlar också om solidaritet och bistånd och är ett ord som många är försiktiga med att använda. På så vis har jag också lyft fram vad välgörenhet är i *teorin*, det vill säga i huvudsak hur det förstås. I kapitel 5 lånar jag Goffmans (1986) begrepp sociala ramverk och diskuterar vad som utgör ramverket för välgörenhet. Bland annat fann jag att samvetet har varit ett ord som nämnts ofta i mitt empiriska material och välgörenhet betraktas många gånger som ett ”borde” som alla ska uppfylla. Detta visar att det är ett socialt ramverk eftersom det bär på förväntningar om hur vi bör handla utifrån en situation, och välgörenhet är en social situation som *kräver* handling till den grad att de är de som inte följer denna norm som får förklara sig. I samma kapitel diskuterar jag också välgörenhetens materialitet och gör en liten avvikelse från att studera välgörenhet utifrån givaren till att titta på föremålen. Jag lyfter där fram ett par exempel från en insamlingsdag med Världens Barn-kampanjen. Jag visar att föremålen är aktanter och inte finns där bara som redskap utan tar aktiva roller i att utforma det sociala ramverket.

I det sista kapitlet diskuterar jag främst välgörenhet som en vara där jag ser att med marknadens förändringar så har även på vilket sätt vi vill göra välgörenhet också förändrats. Detta observerar jag bland annat genom det växande utbudet av CrM produkter såväl som etisk konsumtion. Slutligen så har jag också redogjort för de egenskaper som en

välgörenhetsprodukt bör uppfylla för anses pålitlig. Det kan kanske synas cyniskt att betrakta välgörenhet som en produkt, som något som kan köpas och konsumeras. Men genom uppsatsen så lyfter jag fram ett antal punkter som argumenterar för hur välgörenhet kan vara något gripbart och handfast. För det första så definierar jag inte välgörenhet som altruism. Samtidigt vill jag inte heller påstå att det inte kan finnas altruistiska handlingar. Däremot finns det en skillnad mellan en alltigenom altruistisk handling och att vara altruistiskt motiverad. Denna motivation sammanstrålar sedan med andra faktorer som gör handlingen till en ”imperfekt” altruistisk handling, det som också kallas för *warm glow giving* eller *impure altruism* (Andreoni 1990). Dessa andra faktorer är dels som tidigare diskuterats det sociala ramverket, att vi handlar utefter det som vi förväntas göra. Om altruism är en förutsättning är det då fortfarande altruistiskt? En annan central faktor som jag har diskuterat i denna uppsats är individualisering, med vilket menas att som invånare i ett konsumtions samhäll där vår förmåga att konsumera kommer i första hand, är det också genom konsumtion som vi skapar vår individualitet (Bauman 2005). Genom att konstruera, bevara och förnya vår individualitet innebär det ironiskt nog också att vi anpassar oss till varandra. Då jag också sett att välgörenhet för många informanter handlat om ett personligt och ofta politiskt ställningstagande kan välgörenhet också ses som ett medel till denna individualisering. När välgörenhet inte enbart handlar om altruism utan bär på en social förväntning och gynnar oss för vår identitetsskapande, blir välgörenhet således inte bara något man gör för andra. Denna slutsats är främst dragen utifrån det empiriska materialet, vilket betyder att detta sätt att tänka kring att göra välgörenhet redan finns men att det inte alltid uppfattas eller efterfrågas på detta vis.

Med denna studie vill jag visa att även om det i grunden kräver en inre drivkraft och motivation till att ge så transformeras denna handling när den möter jaget (individualiseringen) och det sociala ramverk som omger välgörenhet där det altruistiska blir ett borde och därmed också imperfekt altruism. Genom att se välgörenhet som en produkt och som någonting vi konsumerar, vare sig det är en faktiskt materiell produkt eller något som verkar för vår individualitet, så finns där fördelar. När välgörenhet är en produkt kan man också lägga fokus på vad konsumenten, det vill säga välgöraren, efterfrågar av välgörenhet snarare än att anspela på dennes samvete.

Summary in English

The aim of this thesis has been to explore charity and the act of giving primarily through the empirical material collected during three different phases. Mainly my studies of this field have been focused around the Swedish public service media foundation, *Radiohjälpen*. During the winter and spring of 2010/2011 I studied the fundraising event *Musikhjälpen* and during the fall of 2012 I did an internship for the fundraising campaign *Världens Barn*. The collected material has also been complemented with additional interviews and observations during the spring of 2013. Even though this has not been an extensive study, these past three years has shown that there is a wide spectrum of interesting aspects within what we call charity. In this thesis I have focused upon charity as donations of monetary gifts. Even though voluntary work could also be considered charity I argue that voluntary work also involves a dimension of social interaction that creates a different kind of meaning for the one giving of their time than when donating money or buying a product that supports a specific project or purpose. My main interest has been what kind of meaning is created for the one that donates. In order to investigate this question I start by tracing how the tradition of charity developed in Sweden and how the understanding of charity as well as the practise of it has changed with the growth of Sweden as a welfare state. I also further explore how my informants understand the notion of charity, which has shown a rather complex definition. Charity is thus not just “doing good deeds”, but it also about solidarity, international- as well as domestic aid and is a word that is carefully used. In this way I tried to highlight what charity is considered to be in theory, in other words how the notion is understood and used. In the following chapter I use Goffman’s (1986) concept of social frameworks and discuss what kind of social codes charity constitutes of. For instance I found that *conscience* was something frequently mentioned in the empirical material, and charity is often regarded as something we “should” do. This shows that there is a social framework surrounding charity as all social frameworks involves rules and expectation about how one should act in a social situation, and charity is typically one of those situations that *require* action to the degree that the one who does not follow this norm need to defend their position. I also discuss the materiality of charity, deviating slightly from looking at charity from the perspective of the giver and shift to focus on the objects. I have chosen a few examples from a specific fundraising day with the *Världens Barn*-campaign. I show that objects are agents and that they do not merely function as tools but take an active part in shaping the social framework.

In the last chapter I discuss charity as a commodity and argue that as our understanding and how we choose to do charity has changed alongside with the market. I have made these observations in for example, the growing range of CrM products as well as products that promote ethical consumption. Lastly I also show what kind of qualities charitable product need to fulfil to be considered trustworthy. It may seem cynical to consider charity to be a product and thus something to be bought and consumed. But throughout the thesis I highlight a number of points and arguments for how charity can be something very tangible and hands-on. Firstly, I do not define charity as altruism. At the same time I cannot exclude the possibility of altruistic acts but argue that there is a difference being altruistically motivated and pure altruism. It is when this motivation converges with other factors that makes charity into an “impure” altruistic act, also known as *warm glow giving* (Andreoni 1990). These factors may be what was earlier discussed, the social framework, that we act as we are expected to. If altruism is a prerequisite, can it then still be considered to be altruism? Another central factor I have discussed in this thesis is individualisation, by which is referred to the denizens of a consumption society where our abilities to consume comes in first place and also that it is primarily through consuming we create our individuality (Bauman 2005). Ironically, by constructing, conserving and renewing our individuality it is also a way for us to conform to each other, individuality thus becomes a norm. Since many of my informants have said that charity is also a way for them to express their personal stance in certain issues, charity can then be regarded as a way of enhancing individuality. Moreover, when charity is not solely an act of altruism but carries a social expectation and benefits the creation of one's identity it surpasses the definition as a good deed you do for others. This conclusion is mainly drawn from what I have found the empirical material, which means that this way of thinking and doing charity already exists, but now always understood and expressed in this way.

There are advantages with looking at charity as a product and as something we consume, regardless of it is an actual product or something that benefits our individuality. When charity is regarded as a product, more focus can also be placed upon what the consumer, meaning the giver or donator, demand from charity rather than pleading to one's conscience.

9. Käll- och litteraturförteckning

Otryckt källmaterial

Observationsprotokoll och anteckningar från fältarbete 2010-12-13 till och med 2010-12-19 samt 2012-09-01 till och med 2013-04-29. I författarens ägo.

Intervjuer under fältarbetet 2011-04-07 till och med 2013-02-25

Däribland intervjuer med;

Oliver (2011-04-15, 9 s.)

Maria (2011-04-19, 6 s.)

Adam (2011-04-22, 12 s.)

Matilda (2012-10-19, 25 s.)

Christer (2012-10-24, 12 s.)

Kristian (2012-10-25, 11 s.)

Niklas (2013-02-25, 10 s.)

Samtliga intervjuer i författarens ägo

Enkätundersökning

23 svar på enkät från fältarbetet 2012-09-01 till och med 2012-12-01. I författarens ägo.

Internet

DN 2013

Dagens Nyheter (2013-03-11) DN granskar tiggeriet i Stockholm, *Dagens Nyheter*

Tillgänglig: <http://www.dn.se/Stories/stories-sthlm/dn-granskar-tiggarna-i-stockholm>

Hämtad: 2013-05-15

Give Well 2013

Tillgänglig: <http://www.givewell.org/>

Hämtad: 2013-05-23

Godheten 2013

Tillgänglig: <http://godheten.se/>

Hämtad 2013-05-15

Humorgalan 2013

Tillgänglig: <http://unicef.se/humorgalan>

Hämtad 2013-05-23

Lifvendahl, Tove 2013

Tillgänglig: <http://bokenattge.se/>

Hämtad: 2013-05-15

Majblomman 2013

Tillgänglig: <http://www.majblomman.se/Om-Majblomman/Vart-gar-pengarna/>

Hämtad 2013-05-02

NGO-monitor 2013

Tillgänglig: <http://www.ngo-monitor.org/>

Hämtad: 2013-05-23

Radi-Aid 2013

Tillgänglig: <http://www.africafor norway.no/>

Hämtad: 2013-05-28

Solberg, Eva (2013), Förbjud det organiserade tiggeriet på våra gator, *Dagens Nyheter*

Tillgänglig: <http://www.dn.se/debatt/stockholmsdebatt/forbjud-det-organiserade-tiggeriet-pa-vara-gator>

Hämtad: 2013-05-15

SVT nyheter

Tillgänglig: <http://www.svt.se/nyheter/regionalt/vastnytt/har-kan-kunderna-bjuda-fattiga-pa-kaffe>

Hämtad: 2013-05-24

Världens Barn (2013)

Tillgänglig: <http://start.varldensbarn.se/>

Hämtad: 2013-05-27

Nationalencyklopedin, NE (elektronisk)

Välgörenhet

Tillgänglig: <http://www.ne.se/lang/valgorenhet>,

Hämtad 2013-04-10.

Seminarium

Swärd, H. Angelin, A., & Hjort, T., (2013-04-29). Efter arbetet: Fattigdom i konsumtionsamhället. Arrangör: Tidningen Efter Arbetet i samarbete med ABF Malmö, Malmö

Tryckta källor och litteratur

- Andreoni, J. (1989). Giving with Impure Altruism: Applications to Charity and Ricardian Equivalence. *Journal Of Political Economy*, 97(6), (s. 1447-1458).
- Andreoni, J. (1990). Impure altruism and donations to public goods: A theory of warm-glow giving. *Economic Journal*, 100(401), (s. 464-477).
- Appadurai, A. (red.) (1986). *The social life of things: commodities in cultural perspective*. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- Bajde, D. (2012). Mapping the imaginary of charitable giving. I *Consumption, Markets & Culture*, 15(4), (s. 358-373). doi:10.1080/10253866.2012.659433
- Bauman, Z. (1999). *Arbete, konsumtion och den nya fattigdomen*. Göteborg: Daidalos.
- Bauman, Z. (2005). *Liquid life*. Cambridge: Polity Press.
- Breman, A. (2008). *Forskning om filantropi: varför skänker vi bort pengar?*. Stockholm: Economic Research Institute, Stockholm School of Economics (EFI).
- Callon M., Méadel, C., & Rabeharisoa, V. (2002). The Economy of Qualities; I *Economy and Society* 2002, Volume 31, Issue (2), (s. 194-217)
- Chambliss, D. (2005). Frame analysis. In G. Ritzer (Ed.), *Encyclopedia of social theory*. (s. 290-291). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc. doi: 10.4135/9781412952552.n110
- Davies, C.A. (2008). *Reflexive ethnography: a guide to researching selves and others*. (2. ed.) London: Routledge.
- Donzelot, J. (1997[1979]). *The policing of families*. (Johns Hopkins paperbacks ed., 1997). Baltimore, Md.: Johns Hopkins Univ. Press.
- Edebalk, p. G., Swärd, H., & Wadensjö, E. (2013). Välfärd – idéer, inspiratörer, kontroverser, perspektiv. I Swärd, H., Edebalk, p. G. & Wadensjö, E. (red.) (2013). *Vägar till välfärd: idéer, inspiratörer, kontroverser, perspektiv*. (1. uppl.) (s. 12-27) Stockholm: Liber.

- Ehn, B. (2011). Doing-It-Yourself. Autoethnography of Manual Work. In *Ethnologia Europea* 41(1): (s. 53-64).
- Ehn, B., & Löfgren O. (2011). Att fånga det undflyende. I Fangen, K. & Sellerberg, A. (red.) (2011). *Många möjliga metoder*. (1. uppl.) (s. 203-216) Lund: Studentlitteratur.
- Frykman, J. (2006). Ting som redskap. I RIG - Kulturhistorisk tidskrift, vol. 89, nr. 2, (s. 65-77)
- Goffman, E. (1986). *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. Northeastern Univ. Press ed. Boston: Northeastern Univ. Press
- Goffman, E. (2009). *Jaget och maskerna: en studie i vardagslivets dramatik*. (5. uppl.) Stockholm: Norstedts.
- Gunnemark, K. (red.) (2011). *Etnografiska hållplatser: om metodprocesser och reflexivitet*. (1. uppl.) Lund: Studentlitteratur.
- Roberta, H. (n.d). Shopping to save lives: Gender and environment theories meet ethical consumption. *Geoforum*, 43(Space, Contestation and the Political), (s.750-759), doi:10.1016/j.geoforum.2011.12.009
- Jordansson, B. (1998). *Den goda människan från Göteborg: genus och fattigvårdspolitik i det borgerliga samhällets framväxt*. Diss. Göteborg : Univ.. Lund.
- Kaijser, L. & Öhlander, M. (red.) (1999). *Etnologiskt fältarbete*. Lund: Studentlitteratur.
- Kirchhoff, M. (2009). Material Agency: A Theoretical Framework for Ascribing Agency to Material Culture', *Techne: Research In Philosophy & Technology*, 13, 3, (s. 206-220), Humanities International Complete
- Knappett, C., & Malafouris, L., (red.) (2008). *Material agency: towards a non-anthropocentric approach*. New York: Springer
- Labaree, R. (2002). The Risk of Going Observationailst: Negotiating the Hidden Dilemmas of Being an Insider Participant Observer. In *Qualitative Research*. 2(1): (s. 97-122).
- Langen, N. (2011). Are ethical consumption and charitable giving substitutes or not? Insights into consumers' coffee choice. *Food Quality And Preference*, 22(5), (s. 412-421). doi:10.1016/j.foodqual.2011.02.002
- Latour, B. (1999). *Pandora's hope: essays on the reality of science studies*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Lei, C. (2011). *Musikhjälpen, välgörande folkbildning : en produktion med två ändamål* (Kandidatuppsats). Lund: Institutionen för kulturvetenskaper avdelningen för etnologi, Lunds Universitet. Tillgänglig: <http://www.lu.se/lup/publication/1975858>

- Mauss, M. (1997). *Gåvan*. ([Ny uppl.]). Lund: Argos.
- Miller, D. (2009). *Stuff*. Cambridge: Polity Press.
- Prahalad, C.K. & Ramaswamy, V. (2004). Co-creation experiences: the Next practice in value creation. I *Journal of Interactive Marketing* 2004, Volume 18, Issue 3, (s. 5-14).
- Qvarsell, R. (2013). Välfärdssamhällets idémässiga förhistoria. I Swärd, H., Edebalk, p. G. & Wadensjö, E. (red.) (2013). *Vägar till välfärd: idéer, inspiratörer, kontroverser, perspektiv*. (1. uppl.) (s. 64-75) Stockholm: Liber.
- Salomonsson, K. (1998). *Fattigdomens besvärjelser: visionära ideal och vardagliga realiteter i socialt arbete*. Diss. Lund: Univ.
- Sen, A. K. (1977). Rational Fools: A Critique of the Behavioral Foundations of Economic Theory. *Philosophy & Public Affairs*, (4), 317. doi:10.2307/2264946
- Scott, N. & Seglow, J. (2007). *Altruism*. Maidenhead, England: Open University Press.
- Sunderland, p. L. & Denny, R.M. (2007). *Doing anthropology in consumer research*. Walnut Creek, Calif.: Left Coast.
- Thörn, K., (2013). Filantropins kvinnor bereder väg för socialpolitik och välfärd. I Swärd, H., Edebalk, p. G. & Wadensjö, E. (red.) (2013). *Vägar till välfärd: idéer, inspiratörer, kontroverser, perspektiv*. (1. uppl.) (s.76-87) Stockholm: Liber.
- Tjora, A, (2006). Writing Small Discoveries: An Exploration of Fresh Observer's Observations. In: *Qualitative Research* 6(4): (s. 429-451).
- Wolfinger, N., (2002). On Writing Fieldnotes: Strategies and Background Expectancies. In *Qualitative Research*. 2(1): (s. 85-95).

Bilagor

Bilaga 1, mailenkät

Hej,

Mitt namn är Chi-Pei Lei och jag studerar Master of Applied Cultural Analysis ([MACA](#)) vid Lunds Universitet. Just nu så gör jag praktik hos Radiohjälpens kampanj [Världens Barn](#). En del av min praktik går ut på att göra en undersökning av varför man ger till välgörenhet, för att skapa en tydligare bild av vilka givarna är och vad som motiverar dem. Det hade varit till stor hjälp om du skulle vilja ställa upp och svara på ett par frågor. Du behöver inte vara givare till Världens Barn utan bara dela med dig om din personliga uppfattning och erfarenhet av välgörenhet.

Skicka ditt svar till chi-pei@varldensbarn.se. Uppge gärna också om det går bra att jag kontaktar dig för vidare frågor.

Tack för hjälpen!

Vänlig Hälsning,

Chi-Pei Lei

Om välgörenhet

Ålder:

Ort:

Kön:

Sysselsättning:

1. Brukar du ge till välgörenhet? I så fall till vilken(vilka) organisation(er) eller vilket (vilka) projekt och hur ger du (t.ex. månadsgivare, prenumerant, specifika pins/bössor)?

2. Hur väljer du den organisation eller det projekt du ger till? Hur kom du i kontakt med dem?

3. Är detta välgörenhet för dig? (Ja/Nej/Kanske)

-Erbjuda din sittplats på bussen till en person som verkar behöva den mer

-Välja Fair Trade produkter

-Välja ekologiska produkter

-Välja närproducerade produkter

-Köpa en gatutidning

-Köpa en pin (t.ex. Bröstcancerfonden, Mustaschkampen)

-Vara månadsgivare till organisation/projekt

-Arbeta som volontär

-Åka på volontärresa

-Lägga pengar i insamlingsbössor

Kommentar:

4. Hur vill du helst bli närmad av en organisation/projekt som vill få dig att skänka pengar?
Varför?