



LUNDS
UNIVERSITET
Socialhögskolan

Vem är den hjälpbehövande?

En kvalitativ studie av hur mottagaren av kommersiellt socialt
arbete framställs

Daniel Eriksson

Kandidatuppsats SOPA 63

HT 2016

Handledare: Malin Arvidson

Abstract

Author: Daniel Eriksson

Title: Who is the needy? – A study about how the recipient of commercial social work is portrayed

Supervisor: Malin Arvidson

Assessor: Anna Tegunimataka

The phenomena of social work in an international commercial volunteering context is common today and steadily growing. This essay focuses on how the recipient of social work, the characteristics of social work and the relation between the recipient of social work and the social worker is portrayed in a commercial social work context. The essay uses a critical discourse analysis inspired by Fairclough for analyzing two marketing texts and 15 project descriptions published by companies marketing international social work volunteering. The social work that this study focuses on is often taking place in social projects in Asia, Latin America and Africa. By combining social constructivism and a postcolonial perspective as basis for a theoretical framework, this study shows that the recipient of commercial social work is portrayed as a passive object and placed in a dependent position to the western volunteer. Regarding the social work, this essay demonstrate how social work is transformed from a profession to a basic level, rather than requiring academic and/or practical background, as is common in a Swedish context. It is suggested that commercial, voluntary social worker has interest, time and empathy in order to meet the needs of the recipients.

Key words: commercial volunteering, social work, postcolonial theory, marketing, recipient

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1 Syfte och frågeställningar	3
1.2 Definitioner av begrepp.....	3
2. Tidigare forskning	4
2.1 Bakgrund	4
2.2 Positiva aspekter rörande kommersiella volontärresor	5
2.3 Utveckling av kritisk forskning	5
2.4 Forskning kring marknadsföring av kommersiella volontärresor	6
2.5 Synen på mottagaren av socialt arbete inom en svensk kontext	7
2.6 Sammanfattning	7
3. Teoretiskt ramverk.....	9
3.1 Socialkonstruktivism	9
3.2 Postkolonial teori.....	10
3.2.1 Hegemoni	11
3.2.2 "Den andre".....	12
3.2.3 Exotifiering.....	12
4. Metod	14
4.1 Val av metod	14
4.2 Urval	14
4.3 Insamling av empiri	15
4.4 Diskursanalys som metod.....	16
4.5 Kritisk diskursanalys.....	17
4.5.1 Faircloughs tredimensionella analysmodell	17
4.5.2 Studiens utvalda analysverktyg	18
4.6 Metodens förtjänster och begränsningar.....	20
4.7 Metodens tillförlitlighet.....	21
4.8 Etiska överväganden.....	22
5. Resultat och analys	23
5.1 Resultat.....	23
5.2 Analys	23
5.2.1 Beskrivning av länder och invånare	23
5.2.2 Behov hos mottagaren av volontärarbetet.....	26
5.2.3 Synen på kompetens	29

5.2.4 Volontären som expert.....	32
5.3 Sociala praktiken.....	34
5.3.1 Hegemoni	34
5.3.2 "Den andre"	36
5.3.3 Exotifiering.....	37
6. Avslutande diskussion	39
6.1 Koppling till tidigare forskning.....	40
6.2 Reflekterande slutdiskussion.....	41
6.3 Metodreflektion	43
6.4 Framtida forskning.....	44
7. Referenslista	45

1. Inledning

"Ett sätt att hjälpa till med sina egna händer, säger researrangören. Fattigdomsturism, säger forskaren." (Sydsvenskan, 2012)

Det inledande citatet är utvalt för att det beskriver en återkommande uppdelning kring synen på kommersiella volontärresor. På den ena sidan återfinns de som anser att volontärresorna bidrar till en positiv skillnad för utsatta personer, djur och miljöer medan den andra sidan hävdar att resorna inte är effektiva utan reproducerar vissa sociala strukturer och att det leder till en exploatering av utsatta miljöer och samhällen.

För att få en känsla av bredden på spektrumet som kommersiella volontärresor spänner sig mellan kan företaget Volontärresor utgöra ett bra exempel. I deras utbud kan kunden välja mellan att arbeta på barnhem eller äldreboende i Vietnam (till en kostnad av 8 600 sek för två veckor) till att dyka med valhajar i Mocambique (till en kostnad av 17 400 sek för två veckor). Priserna är exklusive reseförsäkringar och flygbiljetter (Volontärresor, 2016). Det rör sig således om relativt höga ekonomiska belopp som kunden betalar för att få möjlighet att utföra obetalt arbete, ofta inom det sociala arbetets fält.

Jonsson (2012) beskriver i sin avhandling Volontärerna hur det under det senaste decenniet i Sverige har skett en kommersialisering av volontärresor till så kallade utvecklingsländer. Det finns flertalet företag som förmedlar volontärplatser inom olika projekt. Volontärinsatserna sker ofta inom fältet för socialt arbete, såsom arbeta med barn och ungdomar. Som ett resultat av kommersialiseringen har internationellt socialt arbete blivit en handlingsvara som kan köpas och säljas på en marknad. Jonsson (ibid) och Sin (2010) belyser hur detta i sin tur har medfört att i stort sett vilken ungdom eller vuxen som helst som kan betala för sig kan åka på en kommersiell volontärresa, det ställs sällan krav på någon tidigare erfarenhet eller specifik utbildning. Denna aspekt är intressant med tanke på att det är en motsatt utveckling än vad som sker inom det sociala arbetet i en svensk kontext där det snarare ställs högre krav på legitimitet och utbildningskrav på socialarbetaren. Här kan framställandet av mottagaren av volontärinsatserna vara en viktig aspekt att lyfta fram för att nå en förståelse kring varför det är möjligt att förändra kravbilderna för vem som är lämplig att utföra socialt arbete.

Jonsson (ibid) menar vidare att kommersiella volontärresor är en konsekvens av nyliberala och individualistiska samhällstendenser och drar paralleller till hur det sociala arbetet numer, även inom en svensk kontext, utgör en marknad med både privata och kommunala aktörer. Goodwin (2015) betonar hur efterfrågan på internationella volontärresor är stigande och idag utgör en lukrativ marknad med hård konkurrens då även antalet kommersiella volontärresebyråer ökar. Konkurrensen skapar i sin tur en situation där ett företags marknadsföring behöver övertyga kunden om att välja just deras volontärresa och kan i sin tur påverka hur framställandet av mottagaren sker.

Det finns flertalet intressanta aspekter som är värda att belysa kring kommersialiseringen av volontärresor, med andra ord utvecklingen av socialt arbete till att utgöra en vara möjlig att konsumera. Vad innebär det att skicka unga och utbildade personer att arbeta med utsatta miljöområden, djur och människor ur ett brukarperspektiv, vilka föreställningar och kunskaper om mottagaren av volontärinsatserna skapas av kommersiella volontärresebyråers marknadsföring men även vad det kan innebära för socialt arbete när det behöver marknadsanpassas till en vara som kan köpas och säljas? Följande studie har riktat in sitt fokus på framställningen av mottagaren av det sociala arbetet som utförs i en volontärkontext. Utgångspunkten för studien är textmaterial som utgör kommersiella volontärresebyråers marknadsföring och projektbeskrivningar som är publicerade på respektive företags hemsida. Studien kommer även att beröra hur relationen mellan mottagaren av volontärarbetet och volontären gestaltas i marknadsföringen och vilken påverkan framställningen av det sociala arbetets karaktär har för synen på mottagaren av volontärarbetet.

Dessa ingångspunkter är relevanta eftersom projektbeskrivningarna kan utgöra första mötet för en individ som är intresserad av att åka ut på en volontärresa och utföra någon form av socialt arbete. Det är även möjligt att det är denna beskrivning som blir kundens bild av vad som är internationellt socialt arbete och hur rollen för socialarbetaren ser ut. Ytterligare en relevant faktor är det ökande antalet företag som är verksamma inom området som kan innebära att deras budskap får ett större inflytande när det kommer till skapandet av samhällets bild kring internationellt socialt arbete, mottagaren av volontärarbetet samt relationen mellan den som utför socialt arbete och mottagaren. Ingångspunkterna är även relevanta med tanke på att studiens material inte utgörs av volontärens subjektiva upplevelser, som tidigare varit ett återkommande inslag i den tidigare forskningen, och kan på så vis bidra till en bredare förståelse av fenomenet. Vidare kan studiens empiriska utgångspunkt användas

för att belysa marknadsföringens roll i fenomenet och dess betydelse för att efterfrågan på kommersiella volontärresor är stigande. Framst med utgångspunkt i hur de kommersiella volontärresebyråernas marknadsföring framställer mottagarens situation och volontärens roll verkar nå fram till den potentielle volontären på ett sätt som övertygar volontären att köpa en resa.

1.1 Syfte och frågeställningar

Syftet med denna studie är att belysa hur mottagaren av socialt arbete framställs inom en kommersiell volontärkontext samt framställningens påverkan på det sociala arbetets karaktär.

Studiens frågeställningar är:

1. Hur beskrivs mottagaren av socialt arbete i den marknadsföring som görs av kommersiella volontärresebyråer?
2. Hur konstrueras relationen mellan mottagaren av volontärinsatserna och volontären?
3. Vilka behov tillskrivs mottagaren av volontärarbetet inom marknadsföringen?
4. Hur framställs socialarbetarens roll och vilka kriterier ställs för att vara socialarbetare?

1.2 Definitioner av begrepp

Kommersiell volontärresebyrå är ett företag med ett vinstintresse som säljer volontärplatser i framförallt Afrika, Latinamerika eller Asien. Det är vanligtvis inte företagen som driver själva projekten utan de samarbetar med lokala organisationer/privatpersoner och säljer volontärplatser på projekten. Därmed fungerar företagen som en mellanhand mellan volontären och de organisationer/personer som driver projekten.

Kommersiell volontärresa används när en person betalar en kommersiell volontärresebyrå för att få möjlighet att genomföra volontärarbete inom en internationell kontext.

Volontärarbete är när en individ arbetar på ett projekt utan att erhålla någon ekonomisk ersättning.

2. Tidigare forskning

Vid läsning av tidigare forskning blir det tydligt att kommersiellt internationellt socialt arbete är ett relativt nytt fenomen och majoriteten av tillgänglig forskning är producerad under 2000-talet. Jag har valt att dela upp den tidigare forskningen i olika teman för att presentera en överskådlig bild av hur den ser ut. Vid sökning efter tidigare forskning har jag använt mig av sökmotorerna LUBsearch, Google Scholar samt Lunds universitets bibliotekskatalog Lovisa. Vid användandet av LUBsearch har jag använt mig av funktionen Peer Reviewed som innebär att artiklarnas innehåll har blivit granskade av andra sakkunniga inom området innan de publicerats. Angående den forskning som är publicerad på Google Scholar är majoriteten av artiklarna granskade av sakkunniga innan publicering på sidan. Sökorden som använts är: volontärarbete, volunteering, the other, volunteerism, voluntourism, marketing volunteering, marketing the otherness,

2.1 Bakgrund

Jonsson (2012) beskriver i sin avhandling *Volontärerna* hur kommersiella volontärresor började etablera sig i Sverige under mitten av 00-talet, vilket är aningen senare än i tex Storbritannien och USA. Det inte är något nytt att personer från västvärlden åker till så kallade utvecklingsländer för att genomföra biståndsarbete utan detta har skett under en lång tid tillbaka, genom exempelvis missionärer. Jonsson (2012) och Sin (2010) uppmärksammar hur kommersialiseringen av internationellt sociala arbete har öppnat upp det sociala arbetets fält för i stort sett vem som helst förutsatt att personen kan betala för sig. Vidare menare de (ibid) att den låga kravbildens grundar sig i föreställningar om mottagaren som "den andre" vilket i sin tur resulterar i en annorlunda syn på vad som är socialt arbete och hur det ska utföras.

Forskning (Jonsson 2012; Lyons et al. 2012; Wilkinson et al. 2014) lyfter fram hur efterfrågan på volontärresor är stigande vilket resulterat i att antalet företag som erbjuder volontärresor ökar och utbudet blir bredare. Den stigande efterfrågan kan ha flera olika orsaker, men en väsentlig del är det som nämns tidigare om den låga kravbild som ställs på volontären och som öppnar upp möjligheten att genomföra socialt arbete för fler personer. Andra anledningar kan vara upplägget kring resorna, dels den korta tidsaspekten som volontärarbetet kan ske inom och att det går att köpa redan färdiga paket där volontärarbetet kombineras med mer kulturella och turistiga upplevelser. Ett exempel på detta skulle kunna vara att de

volontärresor som går till länder i Afrika ofta kombineras med en safariresa. De geografiska områdena som volontärresorna främst genomförs i är Asien, Afrika och Latinamerika, vars länder traditionellt sett benämns som så kallade utvecklingsländer med en västerländsk föreställning om underutvecklade samhällen med en utbredd ekonomisk och materiell fattigdom.

2.2 Positiva aspekter rörande kommersiella volontärresor

En del av forskningen (McGehee & Santos 2005; Wearing 2001) lyfter fram en potential inom kommersiella volontärresor som innebär att privilegierade individer från västvärlden får möjlighet att möta sociala orättvisor och fattigdom. Denna erfarenhet resulterar i sin tur i ett större engagemang i liknande frågor på hemmaplan. Vidare menar de (Ibid) att fenomenet även sammanför människor (volontärer) med liknande intressen och utgör en plattform för kunskapsutbyte och engagemang. Framförallt Wearing (2001) framhäver mötet mellan olika kulturer som ett effektivt verktyg för positiv utveckling på de platser där volontärarbetet sker. Denna utveckling kan vara i form av bättre utbildning för lokalbefolkningen, fler arbetstillfällen och en minskning av ekonomisk fattigdom. Volontärarbetet framställs som en möjlighet att bidra med någonting till lokalsamhället som volontären är en besökare hos. Vad som volontären bidrar med nämns inte men det som volontären får tillbaka är tacksamhet och glädje från lokalbefolkningens sida. Denna positiva syn på kommersiella volontärresor är dominerande under forskningens tidiga stadie.

2.3 Utveckling av kritisk forskning

Som beskrivs i ovanstående stycke rådde det en övergripande positiv syn på kommersiella volontärresor inom den tidiga forskningen. Den positiva synen fick i stort sett stå oemotsagd fram tills att Simpson (2004) kritiserade forskningen för att vara snedvriden och ignorera eventuella negativa konsekvenser. Hon lyfter fram hur fenomenet förmedlar en alltför förenklad bild av utvecklingsarbete som bygger på en uppdelning av jordens befolkning i vi/dem där personer från väst är de som driver utvecklingen framåt, även i geografiska områden som inte inkluderas i västvärlden. Hon identifierar en farhåga rörande att kommersiella volontärresor kan utgöra ett hinder för andra utvecklingsprojekt som är mer långsiktiga, vilket hon inte anser kommersiella volontärresor är eftersom det saknas ett långsiktigt hållbarhetstänk och styrs mer av att det finns en efterfrågan från volontärens sida. Ytterligare en aspekt rörande långsiktigheten är den korta tid som vanligtvis volontärerna

stannar på ett projekt, vilket medför en hög personalomsättning och troligtvis olika arbetsmetoder volontärer emellan. Simpson har fått medhåll av flera forskare vid senare tillfällen. Flera studier (Guttentag 2009; Palacios 2010; Raymond & Hall 2008) lyfter fram farhågor om att volontärresan riskerar att reproducera kulturella stereotyper, exploatera lokalsamhällen där volontärarbetet sker samt även förstärka synen på västerländska ideal som eftersträvansvärda och överordnade icke-västerländska ideal. Deras studier har uppmärksammat hur en majoritet av den tidigare forskningen fokuserar på volontärerna och deras upplevelser. Här uppmärksammar de tendenser i volontärernas upplevelser som förstärker de farhågorna som nämns ovan. För att kunna få en mer balanserad bild av fenomenet efterfrågar de studier som fokuserar mer kring vilka upplevelser av volontärarbetet som mottagarsamhällena har och göra deras röster hörda inom forskningen.

Även Sin (2010) lyfter fram kritik och menar att initiativ som genomförs för att åstadkomma en positiv utveckling inte är förankrade hos det berörda lokalsamhället. I artikeln nämns ett exempel där en grupp av volontärer har tagit med sig datorer till en by i Kambodja för att undervisa i datakunskap, men problemet är att det inte finns någon elektricitet i byn så det går inte att använda datorerna. Detta är ett exempel som kan styrka den argumentationen som Simpson lyfter fram kring att uppdelningen av världen i vi/dem och att det är västerlänningar som ska driva utvecklingen framåt. Denna aspekt resulterar i att utgångspunkten för "hjälpinsatser" sker i en västerländsk kontext och genomsyras av en ojämlik maktrelation mellan det berörda lokalsamhället och volontärerna. Maktobalansen leder till att det berörda lokalsamhället förnekas ett deltagande roll i sin egen utvecklingsprocess.

2.4 Forskning kring marknadsföring av kommersiella volontärresor

Calkin (2013), och Pa & Simpson (2005) menar att marknadsföringen av kommersiella volontärresor utgår från världssyn som innebär en uppdelning mellan en rik (nord) och en fattig (syd) del. Calkin (2013) har genomfört en studie kring hur mottagarsamhället framställs inom marknadsföringen och beskriver hur mottagarsamhället målas upp på liknande sätt oavsett vilket land eller kontinent som är aktuellt. Detta resulterar i synen på mottagarländerna som en homogen grupp med liknande behov och förutsättningar. Ett annat återkommande mönster inom marknadsföringen är, enligt (ibid), att det som välkomnar läsaren på hemsidorna är vackra naturbilder och välkända kulturella sevärdheter och det är först efter denna introduktion som själva projektbeskrivningen angående volontärarbetet sker.

Detta kan tolkas som att resornas huvudsakliga fokus inte är själva volontärarbetet utan att det mer utgör ett komplement under en resa, vilket understryks av att volontärarbetet sker under en kortare tidsperiod, ofta runt två veckors tid. Ytterligare en konsekvens av kommersialiseringen är att socialt arbete framställs som en konsumtionsvara, likt de kulturella sevärdheterna och vackra landskapen. Här är det av betydelse att poängtera att när socialt arbete utvecklas till att utgöra en konsumtionsvara resulterar det i att mottagaren av volontärarbetet i sig också framställs som något som kan och bör konsumeras under en volontärresa.

2.5 Synen på mottagaren av socialt arbete inom en svensk kontext

Det är relevant att inkludera hur synen på mottagaren av socialt arbete kan se ut inom en svensk kontext i studien. Speciellt med tanke på att det finns en högre grad av professionalisering av det sociala arbetet inom den svenska kontexten i jämförelse med den kommersiella volontärkontexten. Denna aspekt kan resultera i skillnader rörande synen på mottagaren av socialt arbete. Blennberger (2006) och Swärd och Starrin (2006) beskriver hur det inom relationen mellan socialarbetare och brukare finns en inbyggd maktobalans. Blennberger (2006) betonar dock hur maktobalansen ställer ännu högre krav på att mötet mellan den yrkesverksamma och brukaren präglas av synen på brukaren som en likvärdig person, vilket innebär att socialarbetaren inte ska manifesteras sin makt på ett olämpligt vis, utan mer vara medveten om att den finns där men inte använda den på ett, för brukarens, negativt vis. Swärd och Starrin (2006) menar att socialarbetaren behöver inkludera brukarens egna resurser i arbetet för att åstadkomma en förändring för brukarens livssituation. De menar att en inkludering av brukarens åsikter och egna verktyg är ett redskap för att få brukaren att känna sig mer delaktig och ger hen ett erkännande som förhoppningsvis leder till en utveckling av en stärkande självkänsla hos brukaren. De resonemang som förs av Blennberger och Swärd & Starrin skapar en annorlunda roll för mottagaren av socialt arbete där brukaren tilldelas en mer aktiv roll i sin förändringsprocess.

2.6 Sammanfattning

Den tidigare forskningen utgör en heterogen grupp av studier som belyser olika aspekter av kommersiella volontärresor. Några forskare lyfter fram positiva aspekter rörande kommersiella volontärresor och menar att resorna bidrar till utveckling och kulturella utbyten

medans andra belyser eventuella negativa aspekter och ser det mer som nutidens kolonisering och att resorna reproducerar stereotyper av icke-västerländska kulturer och människor. Dessa olika ståndpunkter kan härledas till vilket perspektiv som forskningen utgår ifrån. Den kritiska forskningen intar generellt sätt ett bredare perspektiv och försöker sätta in fenomenet både i en samhälls- och historisk kontext medans forskningen som framhäver det positiva mer intar ett individperspektiv och fokuserar främst på volontärens upplevelser.

En annan intressant aspekt är tidsaspekten och det argumenteras inom marknadsföringen att det räcker att stanna i två veckor som volontär för att kunna göra en skillnad för mottagaren. Detta kan kopplas till farhågorna rörande reproducerandet av kulturella stereotyper och västvärlden som överordnad som nämns inom den kritiska grenen av forskningen eftersom den korta tidsperioden gör det svårt att uppnå en förståelse och kunskap om mottagarsamhället och dess invånare. Vidare kan framställandet av mottagaren och dess behov på ett visst vis leda till uppfattningen av att behoven är på en så pass basal nivå att det varken krävs några avancerade metoder eller längre tidsaspekter för att tillgodose dessa.

Men en problematik rörande forskningen är att det finns en kunskapslucka rörande mottagarens upplevelser och röster som inte inkluderas inom forskningen, samt osynliggörande av vilka effekter som volontärarbetet inneburit för mottagarsamhället. Majoriteten av forskningen som berör fenomenet fokuserar antingen på volontärens upplevelser eller vilken betydelse resan haft för volontären. Den mer kritiska inriktningen utgår även den i flera fall från de studier som lyfter fram mötets potential och identifierar sina farhågor, rörande reproducerandet av kulturella stereotyper och förenkling av utvecklingsarbete, genom volontärers upplevelser av volontärresan som lyfts fram i den mer positiva inriktningen av forskningen. Således är det även inom den mer kritiska inriktningen av forskningen ofta volontärens upplevelser det centrala, även om upplevelserna synliggörs i ett annat perspektiv.

3. Teoretiskt ramverk

I kommande avsnitt presenteras studiens teoretiska ramverk. Det teoretiska ramverket utgörs av två teoretiska utgångspunkter: socialkonstruktivism och postkolonialt perspektiv.

Rörande socialkonstruktivismens roll inom studien är den avgörande eftersom den är central både inom den kritiska diskursanalysen som metod och det postkoloniala perspektivet. När det gäller det postkoloniala perspektivet så tar det sitt avstamp inom socialkonstruktivismen eftersom perspektivet utgår från att verkligheten är konstruerad och att det finns alternativa framställningar som behöver lyftas fram för att uppnå ett mer jämlikt samhälle. Vidare är socialkonstruktivismens betoning av att sätta in ett fenomen i sin kulturella och historiska kontext relevant i relation till det postkoloniala perspektivet. Denna aspekt har en central roll inom det postkoloniala perspektivet och är relevant för studien eftersom volontärresorna går till länder som ofta har en historia av att vara kolonier och därmed är betydelsefullt att belysa marknadsföringen ur ett postkolonialt perspektiv. Inom studiens analysdel kommer socialkonstruktivismen integreras inom både den kritiska diskursanalysen och det postkoloniala perspektivet eftersom det skulle resultera i upprepningar om socialkonstruktivismen skulle tillägnas ett eget avsnitt inom analysen.

3.1 Socialkonstruktivism

Burr (2003) och Wenneberg (2000) betonar hur man inom socialkonstruktivismen intar en kritisk ståndpunkt mot det som uppfattas som självklar och objektiv kunskap. Denna kunskap kan vara både i ett större perspektiv såsom hur vi uppfattar världen, men även på individnivå rörande ens självuppfattning. Den kritiska utgångspunkten inom socialkonstruktivismen skapar enligt Burr förutsättningar för alternativa tolkningar av det som uppfattas som objektiv kunskap. Detta är speciellt användbart när det kommer till hur vi människor delar upp vår verklighet i olika kategorier för att kunna göra den förståelig och hanterbar. Här betonar socialkonstruktivismen att kategorier inte är något som på ett "naturligt" vis återfinns i vårt samhälle utan att dessa skapas och återskapas genom social interaktion mellan människor. Eftersom kategorier inte är statiska finns det möjligheter till förändringar inom kategorierna, en förändring som kan innebära en förskjutning om vad/vilka som inkluderas i en specifik kategori eller vilka egenskaper som en viss kategori beskrivs med. Således kan en förändring

kring synen på en viss kategori resultera i faktiska konsekvenser, både på individnivå och samhällsnivå.

Burr betonar vidare att den sociala interaktionen kan ta sig uttryck i varierande former såsom skriftlig och muntlig interaktion och framhäver, likväl som Wenneberg, språkets centrala roll inom perspektivet. Ytterligare en central del inom socialkonstruktivismen är enligt Burr (ibid) "The ways in which we commonly understand the world, the categories and concepts we use, are historically and culturally specific" (s. 3-4). Här betonar Burr vikten av att sätta in kunskapsproduktion i sitt kontextuella sammanhang för att dels kunna nå en större förståelse för vad som ligger bakom en viss syn på något, men även för att kunna kritisera och lyfta fram alternativa synsätt och förklaringar. Denna aspekt har visat sig vara ett effektivt verktyg för att åstadkomma sociala förändringar och är därmed central för socialkonstruktivismens kritiska utgångspunkt gentemot föreställningen om objektiv kunskap.

3.2 Postkolonial teori

Som termen *post* indikerar så är det något som är *efter* något, i detta fall kolonialism. Loomba (2005) definierar kolonialism som "erövringen av och kontrollen över andra människors land och tillgångar" (s.24). Postkolonial teori fokuserar alltså på det som har skett efter att ett land har avkoloniserats. Vidare framhäver det postkoloniala perspektivet hur maktrelationer och (sociala) strukturer inte är något som skapas i ett samhälleligt vacuum utan vill lyfta fram hur dessa aspekter behöver placeras in i en historisk kontext. Said (1995) beskriver hur idéer, kulturer och historien inte kan studeras eller förstås på ett givande vis om inte studerandet sker i relation till olika rådande maktstrukturer som finns mellan länder, kulturer och människor. Han framhäver hur maktaspekten måste synliggöras och inkluderas i de olika beskrivningarna av idéer, kulturer och historien som presenteras. Både Said (1995) och Riggins (1997) riktar kritik mot hur historie- och kulturbeskrivningar sker med utgångspunkt i en västerländsk kontext och hur dessa framställningar värderas som sanna och inte problematiseras i tillräcklig utsträckning. Loomba (2005) uppmärksammar hur det postkoloniala perspektivet används flitigt inom den akademiska sfären för tillfället. Hon lyfter fram hur detta har resulterat i vissa svårigheter och oklarheter kring perspektivet postkolonialism. Några av oklarheterna är att begreppet används på ett alltför generellt sätt vilket minskar dess genomslagskraft och hon ställer sig även frågande till att områden och länder som benämns som postkoloniala i själva verket är det. Här uppfattas det som att

Loomba identifierar svårigheter med att generalisera kring större befolkningsmängder och framhäver betydelsen av att kunna se strukturella skillnader även inom ett lands befolkning. Enbart för att ett land rent officiellt blir självständigt innebär det inte per automatik att hela befolkningen bör definieras som postkoloniala. Vissa grupper inom befolkningen kan fortfarande befinna sig i en kolonial situation. Men även om det finns en del kritiska röster kring perspektivet verkar det ändå finnas en slags konsensus bland forskare (se bla Loomba 2005; Huggan 2001) att införandet av perspektivet har resulterat i en mängd studier som fördjupat vår förståelse för omvärlden och bidragit till en större medvetenhet rörande ojämlika maktförhållanden. Men perspektivet har även resulterat i en medvetenhet kring varför världsbilder ser ut på ett visst vis och vilka maktrelationer som ligger bakom en viss världsuppfattning samt vilka konsekvenser detta medför. Det kan vara konstruerandet av vem som ska genomföra biståndsarbete och vem som ska vara mottagaren, men även rörande synen kring vad som är utveckling och vilka ideal som är eftersträvansvärda. För att kunna använda det postkoloniala perspektivet på ett effektivt vis inom studien har relevanta analysverktyg inom perspektivet valts ut med hänvisning till studiens syfte och frågeställningar. De utvalda begreppen som kommer utvecklas nedan är *hegemoni*, ”*den andre*” och *exotifiering*.

3.2.1 Hegemoni

Begreppet hegemoni är centralt inom det postkoloniala perspektivet och det myntades av sociologen Antonio Gramsci. Said (1995) och Loomba (2005) lyfter fram hur begreppet används för att synliggöra processen kring hur en dominerande ideologi eller kultur skapas och reproduceras. Begreppet byggs upp av två olika komponenter som benämns aningen olika beroende på vems terminologi man utgår från. Said (1995) benämner komponenterna som civilsamhället och den politiska sfären, medan Loomba benämner de två komponenterna som frivillighet och tvång. Även om deras terminologi skiljer sig åt så uppfattas det som att de pratar om samma sak. Huvudpoängen är att begreppet på ett effektivt vis belyser hur det inom processen för att skapa och reproducera dominerande kulturer och idéer behöver finnas en kombination av tvång och en viss grad av frivillighet. Said (1995) lyfter fram armén och polisen som exempel på politiska (tvingande) aspekter och skola och familj inom civilsamhället (gradvisa frivilligheten). Processen leder till att en dominerande kultur får en dominerande position även utanför sin ursprungliga kontext. I relation till studien kan detta exemplifieras när den västerländska kulturen blir dominerande även i icke-västerländska kontexter, såsom de geografiska områden som de kommersiella volontärsresorna går till.

3.2.2 "Den andre"

"Den andre" är ett återkommande begrepp inom det postkoloniala perspektivet och handlar om konstruerandet av kategorier. Riggins (1997) menar att uppdelningen i olika kategorier finns på flera olika nivåer. Det sker dels mellan människor och kulturer, men även en uppdelning av världen i ett Nord och Syd för att enklare kunna förstå den. Said (1995) menar att kategoriseringen resulterar i "There are Westerners, and there are Orientals. The former dominate; the latter must be dominated." (s.36). Även om Said utgår från uppdelningen Väst/Orienten (vi/dem) i hans resonemang så uppfattas det som att denna uppdelning även är användbart när det kommer till uppdelningen mellan Nord (väst) och Syd som beskrivs inom den tidigare forskningen kring kommersiella volontärresor. Detta med tanke på hur Said uppmärksammar att väst är den dominerande parten och därmed har möjlighet att definiera andra grupper och kulturer. Denna position möjliggör att framställa "den andre" (i denna studies fall mottagaren av volontärarbetet i Syd) på ett önskvärt sätt för den västerländska befolkningen. Riggins (1997) betonar hur motsatspar som vi/dem och vårt/ert är återkommande ord som tydligt markerar skiljaktigheter mellan människor. Vidare menar Riggins (1997) att "den andre" bör ses likt "...a range of positions within a system of difference" (s.4). Här betonar han att skillnaderna kan liknas vid ett system av olikheter som i bakgrund i Suids resonemang innebär att "den andre" kommer att systematiskt beskrivas i negativa termer i relation den västerländska motsvarigheten för att manifesteras Nords dominans över Syd. Said (1995) belyser hur uppdelningen resulterar i skapandet av olika roller som tilldelas varierande egenskaper. Den avgörande faktorn i denna uppdelning, enligt Said, är rastillhörighet mellan vit och icke-vit. Han hävdar att en person med hänvisning till sin hudfärg per automatik tilldelas en viss roll med tillhörande egenskaper och möjligheter. Resultatet av denna distinktion är att den vite personen ses som aktiv och ges möjlighet att handla medans den icke-vite ses som passiv och mottagare av den vites handlingar. Detta resulterar i en relation där den vite placeras i en subjektposition medans den icke-vite tilldelas en objektposition.

3.2.3 Exotifiering

Begreppet exotifiering (eng. exoticism) kan ses som en fortsättning kring konstruktionen vi/dem. Riggins (1997) beskriver hur "den andre" och dess avvikande egenskaper i relation till det västerländska generellt har framställts som något skrämmande. Men det finns ett undantag och det är när det sker en exotifiering av "den andre". När en exotifiering sker, av

exempelvis en kultur, utsätts den för en mystifiering. Kulturen framställs som avvikande *men* spännande. Det annorlunda som tidigare upplevts som skrämmande omvärderas och framställs som något som kan och bör konsumeras. Det kan innebära att en traditionell klädstil blir mode i en annan del av världen eller att vissa kulturella symboler blir populära inredningsdetaljer. Resultatet av att en kultur utsätts för en exotifiering uttrycks av Huggan (2001) som: "Exoticism effectively hides the power relations behind these labels, allowing the dominant culture to attribute value to the margins while continuing to define them in its own self-privileging terms" (s.24). Ytterligare en process som exotifiering är delaktig i, enligt Huggan, är när "den andre" blir en vara som kan konsumeras. Inom denna studie så utgör den västerländska volontären konsumenten och det som ska konsumeras är "the cultural other", dvs mottagaren av volontärarbetet.

4. Metod

I följande avsnitt presenteras studiens metod. Det sker även en efterföljande diskussion rörande metodens fördelar såväl som nackdelar. Avsnittet avslutas med ett resonemang kring etiska överväganden i samband med genomförandet av studien.

4.1 Val av metod

Studiens fokus är som nämnts tidigare mottagaren inom kommersiellt socialt arbete. Ett möjligt tillvägagångssätt vore att besöka olika projekt som berörs av kommersiella volontärresor för att lyfta fram mottagarens upplevelser, som efterfrågas inom den tidigare forskningen. Dock förutsätter detta tillvägagångssätt noggranna förberedelser och kräver en större förkunskapsbas än vad jag besitter rörande det kommersiella sociala arbetets kontext för att kunna genomföra en sådan studie på ett lämpligt vis. En mer hanterbar och ändå relevant infallsvinkel för rörande studie kan vara att fokusera på hur marknadsföringen av kommersiellt socialt arbete framställer mottagaren. För att få ett relevant empiriskt underlag för att kunna undersöka hur mottagaren framställs inom kommersiellt socialt arbete har studien fokuserat på den marknadsföring som görs av företag som säljer kommersiella volontärresor, som är en variant av kommersiellt socialt arbete. Marknadsföringen som studien utgår ifrån görs i textform och återfinns på de olika företagens hemsidor. Valet av texter som empiriskt underlag förutsätter en metod som fokuserar på språk och handlingar som meningsbärare. Ytterligare ett krav på metoden är att den har en socialkonstruktivistisk utgångspunkt eftersom studiens fokus ligger på hur framställningen sker. Den metod som uppfyller båda kraven är diskursanalysen och därmed är den lämplig att använda sig av vid genomförandet av denna studie.

4.2 Urval

Winther Jorgensen & Phillips (2000) nämner flertalet olika faktorer som påverkar urvalet av empiri. Det kan vara problemformuleringen, möjlighet att få tillgång till materialet och forskarens förkunskap om vad som kan tänkas vara relevant för ens studie. Boréus (2015) framhäver betydelsen av att välja texter som är inkluderade i den diskurs som studien ämnar undersöka, vilket kan kopplas ihop med det som Winther Jorgensen & Phillips nämner om forskarens förkunskap. Bryman (2011) benämner denna urvalsprocess som ett målinriktat

urval eftersom det styrs av studiens frågeställningar och problemformulering. Med detta i åtanke har det varit relevant för studien att utgå från texter som återfinns hos kommersiella volontärresebyråers hemsidor eftersom de utgör en aktör som är verksam inom fältet för kommersiellt socialt arbete och därmed fyller en funktion i framställningen av mottagaren. Studien har avgränsats till att använda texter som finns på svenska kommersiella volontärresebyråer hemsidor. Inom kategorin svenska kommersiella volontärresor inkluderas samtliga företag som säljer volontärresor och har en hemsida på svenska. Studien avgränsas till att fokusera på framställningen av mottagaren inom en svensk kontext för att dels få ett mer hanterligt material men även för att det, enligt Jonsson (2012), har genomförts få tidigare studier av kommersiella volontärresor med fokus på svensk kontext.

4.3 Insamling av empiri

Vid insamlandet av studiens empiri har jag använt mig av den elektroniska sökmotorn Google. Orden som använts vid sökningarna är: *volontärarbete*, *volontärarbete utomlands*, *kommersiella volontärresor*. Med hjälp av sökorden fann jag åtta olika företag som säljer volontärresor och har hemsidor på svenska. Av de åtta företagen som kom upp under sökningarna har jag valt ut fem; Amzungo, Projects Abroad, Volontärresor, Volontära samt GoXplore. De övriga tre företagen som kom upp under sökningarna var STA-Travel, Kilroy Travel och Indigo Travel. Det sistnämnda företaget erbjuder enbart volontärresor till Asien och de två andra företagens marknadsföring är delvis på engelska. Därav har dessa tre företag inte inkluderats i studien.

Som nämns i den tidigare forskningen så sker de flesta kommersiella volontärresor främst till Afrika, Latinamerika eller Asien och de fem utvalda företagen säljer volontärplatser till de tre världsdelarna. För att få en så bred empiri som möjligt har det valts ut beskrivningar av tre olika projekt, ett vardera från de tre kontinenterna från varje företag, se tabell nedan där det även nämns vilka länder och typ av projekt som utgör det empiriska underlaget. Två av företagen, Projects Abroad och Volontära, har en slags introduktionstext till sina olika projektområden och i studien har Projects Abroads introduktionstext till deras Omsorgsprojekt och Volontäras motsvarighet till deras undervisningsprojekt inkluderats. Således utgörs studiens empiri av femton olika projektbeskrivningar samt två introduktionstexter som tillsammans utgör ungefär 30 A4-siders text. Med tanke på att texterna befinner sig inom en marknadsföringskontext så präglas de av ett lättförståeligt språk som ska vara enkelt för

kunden att ta till sig och kunna skapa sig en bild av vad det innebär att åka på en volontärresa. Texterna genomsyras även av en ”säljande” argumentation för att övertyga läsaren om att åka iväg på en volontärresa. Avslutningsvis bör det betonas att det inte finns någon strävan inom studien att göra någon jämförelse mellan de olika företagens marknadsföring eller jämförelse av marknadsföringen mellan de olika världsdelarna.

Kommersiell volontärresebyrå	Hemsida	Land och typ av projekt
Amzungo	www.amzungo.com	Kenya- Barnhem Indien- Undervisning Brasilien- Barncenter
Volontärresor	www.volontarresor.se	Ghana- Barnhem Nepal- Barnhem Brasilien- Barnhem
Volontära	www.volontara.se	Tanzania- Undervisning Thailand- Undervisning Costa Rica- Fritidsgård
Projects Abroad	www.projects-abroad.se	Etiopien- Barnhem Laos- Barnomsorg Bolivia- Undervisning
GoXplore	www.goxplore.se	Ghana- Barnhem Indien- Undervisning Ecuador- Gatubarn

4.4 Diskursanalys som metod

Winther Jorgensen & Phillips (2000) betonar att diskursanalys är en komplex metod med flera olika inriktningar som skiljer sig från varandra när det kommer till angreppssätt och vissa teoretiska ramverk. Men även inom de olika inriktningarna av diskursanalysen finns det några gemensamma utgångspunkter. Bryman (2011), Winther Jorgensen & Phillips (2000), Boréus (2015) samt Börjesson & Palmblad (2007) lyfter samtliga fram socialkonstruktivismen som en gemensam utgångspunkt för en diskursanalys. (Se studiens teoretiska ramverk för förklaring av socialkonstruktivism). Ett annat centralt begrepp inom metoden är givetvis

diskurs. Innebörden av begreppet varierar beroende på vem det är som använder det, men rent förenklat definieras diskurs av Winther Jorgensen och Phillips (2000) som “ett bestämt sätt att tala om och förstå världen (eller ett utsnitt av världen)” (s.7). Som nämnts ovan finns det flera olika inriktningar inom metoden diskursanalys och denna studie har använt sig av inriktningen kritisk diskursanalys. Den valda inriktningen kommer att presenteras mer ingående i följande stycke.

4.5 Kritisk diskursanalys

Winther Jorgensen & Phillips (2000) räknar upp ett antal gemensamma drag som återfinns inom den kritiska diskursanalysen. Inom inriktningen värderas skapandet och konsumeringen av texter som en betydelsefull social praktik. Textens producering och konsumering är en viktig faktor både i konstituerandet av sociala identiteter och sociala relationer men även i processen kring kulturell reproduktion eller förändring. En av de personerna som förknippas starkast med den kritiska diskursanalysen är Norman Fairclough. Winther Jorgensen & Phillips (2000) framhäver hur Fairclough har skapat en välutvecklad tredimensionell analysmodell. Vidare framhävs hur analysmodellen är en lämplig utgångspunkt för att få en struktur på studiens analysdel eftersom den ger konkreta analysverktyg att arbeta med, speciellt med tanke på att diskursanalys som metod tenderar till att vara komplicerad och uppbringa svårigheter att få till en tillfredställande struktur på studien.

För Fairclough (1993) är en diskurs inte avhängd sin sociala verklighet utan den står i ett dialektiskt förhållande till den. Förenklat sagt, en diskurs både påverkar och påverkas av andra sociala dimensioner såsom klass, samhällliga institutioner och normer. Detta uttrycks av Fairclough (1993) som “Discourse is a practice not just of representing the world, but of signifying the world, constituting and construction the world in meaning” (s.65).

Faircloughs syn på diskurs är relevanta för studien, främst för att han lyfter fram växel-spelet mellan hur en text produceras/konsumeras och sociala strukturer. Detta har varit av betydelse för studien eftersom det möjliggjort en analys av de diskurser som framträtt inom studiens empiri i relation till sociala strukturer.

4.5.1 Faircloughs tredimensionella analysmodell

Som hörs på namnet så finns det tre olika nivåer i Faircloughs modell. De tre nivåerna är *text*, *diskursiv praktik* och *social praktik*. Fairclough (1993) menar att samtliga tre nivåer är

närvarande vid varje fall av språkbruk. De olika nivåerna möjliggör en analys som inkluderar både ett micro- och ett macro-perspektiv. I modellen utgör nivån *text* microperspektivet medans *social praktik* bidrar med ett macroperspektiv. Nivån *diskursiv praktik* fungerar likt en sammanhållande länk mellan de två andra nivåerna inom modellen. Samspelet mellan de olika nivåerna synliggör diskursens dialektiska förhållningssätt mellan textform och social verklighet.

På nivån *text* riktas fokus på textens uppbyggnad. Det handlar om att analysera aspekter såsom vilka ord som används och vilken meningsuppbyggnad som används. Men även hur ord kombineras och vilket språk (enkelt eller komplicerat språk). Fairclough (1993) förkastar idén om att det finns "neutrala" texter och han utgår från att det finns ett syfte bakom varje text.

Inom den *diskursiva praktiken* ligger fokus på hur en text produceras och konsumeras. Det är av vikt att försöka uppmärksamma vilka diskurser som både textförfattaren och textmottagaren utgår ifrån och vilken genre, dvs typ av text, som används. Enligt Fairclough (1993) finns det alltid en möjlighet att en text tolkas på ett annorlunda sätt än vad som är producentens avsikt. Men i syfte att minska tolkningsmöjligheterna, och därmed få fram sitt budskap, menar Fairclough att producenten behöver vara medveten om inom vilken kontext som texten rör sig och anpassa den därefter för att nå ut med textens budskap.

Modellens tredje dimension är *social praktik*. Här intar analysen ett makro-perspektiv och inkluderar ett samhällsperspektiv i analysen. Fokus ligger på hur diskurser används för att antingen förstärka och reproducera samhällsstrukturer eller om de ifrågasätter de rådande strukturerna, alltså presenterar en alternativ verklighetsuppfattning. Fairclough (1993) menar att det är på denna nivå som synliggörandet av samhällets maktrelationer sker. Winther Jorgensen och Phillips (2000) poängterar att *social praktik* inte är möjlig att inkludera i analysen utan att ta hjälp av en kompletterande teori. I denna studie utgör det postkoloniala perspektivet denna kompletterande teori vilket möjliggör att inkludera ett makro-perspektiv inom analysen.

4.5.2 Studiens utvalda analysverktyg

För att kunna genomföra en analys enligt Faircloughs tredimensionella modell presenterar han flertalet analysverktyg på de olika nivåerna. De mest relevanta verktygen för kommande

analys har valts ut och kommer att presenteras nedan, nivå för nivå. Vid analys på textnivån har begreppen *ordbetydelse* (eng. word meaning), *modalitet* och *transitivitet* valts ut.

Ordbetydelse fokuserar på vilka ord som producenten väljer att använda och vilken betydelse detta får för textens budskap. Det handlar om att identifiera nyckelord i en text och i vilket sammanhang det används inom för att nyckelordet ska få önskvärd betydelse (Fairclough 1993).

Modalitet handlar enligt Fairclough (ibid) till vilken grad av instämmande som textproducenten står bakom textens budskap. Detta får konsekvenser för skapandet och återskapandet av en diskurs. Vid en subjektiv variant av modalitet är det tydligt vems perspektiv/instämmande som är aktuellt i texten men om det är en objektiv modalitet så är det oklart vems instämmande som är inbakat i texten och objektiv modalitet tenderar till att framställa något som en objektiv sanning och förgivettaget. Fairclough framhäver att användandet av en objektiv modalitet ofta inkluderar en maktaspekt. Det handlar förenklat om att uttrycka hur man förstår en viss sak, eller hur en viss sak *ska* förstås.

Transitivitet används för att uppmärksamma hur olika subjekt och objekt förbinds (eller inte förbinds) med olika processer eller händelser (Winther Jorgensen & Phillips 2000). Fairclough (1993) betonar hur framställningen som producenten väljer att göra resulterar i reella konsekvenser. Detta kan synliggöras genom vilka som tilldelas ett handlingsutrymme respektive vilka som förnekas en aktiv roll inom en viss process.

På nästa analysnivå, den diskursiva praktiken, kommer analysen använda sig av begreppen *förförståelse* och *interdiskursivitet*. Inom ramen för Faircloughs kritiska diskursanalys används begreppet *förförståelse* för att lyfta fram vilken kunskap eller uppfattning som är rådande och förgivettagen inom en viss social kontext. Det förutsätts att den rådande uppfattningen är gemensam mellan producenten och konsumenten av texterna (ibid). Detta betyder att när det inte finns en gemensam förförståelse mellan producent och konsument riskerar textens budskap att inte nå fram.

Begreppet *interdiskursivitet* används för att synliggöra vilka diskurser som inkluderas inom texten. Vilka diskurser använder sig producenten av för att förmedla sitt budskap och på vilket sätt syns det i texten. Men även synliggöra om texten använder sig av en viss diskurs för att

utmana den eller reproducera den (ibid). När analysens fokus är på nivån *social praktik* kommer det postkoloniala perspektivet att användas som analysverktyg för att, som nämnts tidigare, inkludera ett macro-perspektiv inom analysen.

4.6 Metodens förtjänster och begränsningar

Börjesson & Palmblad (2007) och Winther Jorgensen & Phillips (2000) beskriver hur det ofta riktas kritik mot diskursanalys som metod för att den leder till en problematisk relativism, som går att härleda till metodens socialkonstruktivistiska utgångspunkt. Dock lyfter de fram hur kritiken inte ska hindra forskningen, utan snarare att den teoretiska utgångspunkten är ett effektivt verktyg för att få fram alternativa verklighetsuppfattningar. I denna studie har det snarare varit en fördel och nödvändigt att utgå från ett socialkonstruktivistiskt perspektiv, eftersom det möjliggjort resonemang kring alternativa verklighetsuppfattningar. Med hjälp av en kritisk diskursanalys är det även möjligt att synliggöra vilka sociala strukturer som kan utgöra grunden för ett visst fenomen, inom denna studie kommersiellt socialt arbete. Bryman (2011) beskriver att han vid läsningar av vetenskapliga artiklar med diskursanalys som metod har uppmärksammat tendenser till att det i artiklarna formas slutsatser och resonemang som inte grundar sig i vad artiklarnas empiri har visat. Detta leder, enligt Bryman, till generaliseringar utan förankringar inom empirin. Problematiken kring att det inom den kritiska diskursanalysen kan formas slutsatser och resonemang som inte är grundade i studiens empiri härleder Bryman till det stora tolkningsutrymme som forskaren har inom metoden. Vidare lyfter han fram tendenser till att forskarens förförståelse får en alltför avgörande roll och är en bakomliggande faktor i en studies slutsatser om inte forskarens förförståelse hanteras på ett lämpligt vis under studiens gång. Detta är en viktig aspekt rörande denna studien med tanke på att det är jag som forskare som i slutändan konstruerar de diskurser som identifieras inom studien och därmed har en betydande påverkan på studiens resultat. Detta framhäver vikten av att underbygga och styrka de resonemang som förs och de slutsatser som presenteras inom studien med hjälp av studiens empiri för att försöka undvika en studie med en alltför subjektiv prägel, vilket främst inom denna studie kommer att göras genom citat ur studiens empiri. Men även här finns det ett behov av att belysa hur det återigen är jag som forskare som väljer ut de citat som presenteras inom studien och detta kan göras både medvetet och omedvetet för att citaten ska ”passa in” i de resonemang som förs men även med en viss förförståelse som forskaren kan ha. Detta resulterar i att studiens resultat skulle kunna se annorlunda ut om den genomfördes av en forskare som har en annorlunda

förförståelse eller uppfattningar om det studerade fenomenet. Här är det betydelsefullt att ha i åtanke att den tolkning som görs inom studien enbart är en av flera olika tolkningar vilket även resulterar i att studiens resultat således även det är ett av flera olika möjliga resultat. Med utgångspunkt i det ovan förda resonemanget är det avslutningsvis relevant att upprepa hur det utifrån studiens resultat inte är möjligt att göra några generaliseringar, utan att studiens resultat enbart speglar de fem utvalda företagens marknadsföring. Det skulle behövas ett betydligt större underlag och förmodligen en annorlunda metod, förslagsvis en kvantitativ metod, för att kunna få fram ett resultat som skulle vara möjligt att dra generella slutsatser utifrån. Men samtidigt så har det inte varit studiens syfte att få fram ett generaliserbart resultat utan mer att presentera en av flera olika möjliga synsätt på hur marknadsföringen av kommersiella volontärresor genomförs. Rörande forskarens förförståelse inom denna studien har jag en viss kunskapsbas sen innan. Studiens fenomen är något som jag är intresserad av och har läst en del artiklar som publicerats på Internet, jag har dock inte fördjupat mig inom ämnet på en mer vetenskaplig nivå tidigare. Vidare har jag befunnit mig inom projekt som haft samarbete med kommersiella volontärresebyråer vilket kan ha en viss, främst omedveten, påverkan på studiens utgång.

4.7 Metodens tillförlitlighet

Bryman (2011) belyser hur det finns meningsskiljaktigheter bland kvalitativa forskare kring hur en kvalitativ studie ska kvalitetsbedömas. Ett av de begrepp som Bryman (ibid) nämner som ett potentiellt kriterium för att bedöma en kvalitativ studie är betydelsen av öppenhet från forskarens sida. Öppenhet i detta sammanhang innebär att det ska vara tydligt för läsaren vad argument, resonemang och slutsatser grundar sig i. Det ska även finnas en argumentation kring varför en viss metod är vald och hur insamlingen av ens empiri har gått till samt varför empirin är utvald och relevant för ens studie. Bryman (ibid) beskriver flertalet olika begrepp som kan användas vid en kvalitetssäkring av en kvalitativ studie. Ett nyckelbegrepp för denna studie är *tillförlitlighet*. Begreppet innehar i sig olika nivåer och de som bedöms som mest relevanta för denna studie är *trovärdighet* och *pålitlighet*. Det förstnämnda begreppet handlar om att forskaren är medveten om att det finns flera möjliga tolkningar av en social verklighet men att den som presenteras för läsaren ska vara på en hög trovärdighetsnivå så att den kan accepteras av läsaren. För att uppnå detta är det av vikt att genomföra det som beskrivs inledningsvis i detta stycke, dvs vara öppen i sin forskningsprocess för läsaren. Denna öppenhet från forskarens sida utgör begreppet pålitlighet. Ytterligare en aspekt som Bryman

(ibid) tar upp som ett hjälpmedel för att kvalitetssäkra en kvalitativ studie är att presentera noggranna beskrivningar ur ens empiri för att uppnå den trovärdighet som nämns ovan. Vilket i denna studie görs genom att använda flera olika citat ur empirin för att styrka ett resonemang och även att citaten är hämtade ur samtliga delar av empirin och inte enbart ur ett fåtal av de texter som utgör studiens empiriska underlag.

4.8 Etiska överväganden

Rörande etiska överväganden kring genomförandet av studien har det inte aktualiserats några förhinder. Framst med anledning av att studiens empiri utgjorts av texter som är publicerade på olika hemsidor, innehåller ingen känslig information samt är tillgängliga för allmänheten. Vidare går det att diskutera kring om de olika företag som står bakom texterna ska nämnas vid namn i studien, här har bedömningen gjorts att det inte innebär några etiska problem med att nämna de berörda företagens namn i studien. Framförallt med tidigare resonemang i åtanke och att det är registrerade företag som står bakom texterna. Ytterligare en faktor som varit viktig att ha med sig under arbetets gång är risken att ens förförståelse och värderingar styr analysdelen vilket kan resultera i snedvridningar och misstolkningar av studiens empiri.

5. Resultat och analys

Avsnittet inleds med en kortfattad presentation rörande diskurserna som framträtt vid arbetet med studiens material. Resultatdelen följs upp av en mer ingående analysdel där diskurserna kommer att analyseras var för sig med inspiration av Faircloughs analysmodell. Min förhoppning med upplägget har varit att försöka få en överskådlig bild av de olika diskurserna och undkomma en alltför hög grad av upprepningar. Varje diskurs kommer att analyseras var för sig på textnivån och den diskursiva praktiken. Angående analysmodellens tredje nivå, den sociala praktiken, kommer det inte ske en analys för varje diskurs utan mer en övergripande analys med hjälp av det postkoloniala perspektivet.

5.1 Resultat

Vid arbetet med studiens empiri har fyra diskurser identifierats som är återkommande inom materialet och som berör studiens syfte och frågeställningar. Samtliga diskurser har inte varit närvarande vid varje projektbeskrivning eller introducerande text, men ämnena är återkommande till den grad att de bedöms som representativa för materialet. De fyra diskurserna är

- Beskrivning av länder och invånare
- Behov hos mottagaren av volontärarbetet
- Synen på kompetens
- Volontären som expert

5.2 Analys

5.2.1 Beskrivning av länder och invånare

Denna diskurs handlar om hur kommersiella volontärresebyråer framställer mottagarländerna och dess befolkning i deras marknadsföring. Det går att urskilja ett återkommande mönster inom materialet som är att framställa majoriteten av ländernas befolkning som en homogen grupp. Eventuella skillnader mellan de olika länderna och mellan ett lands invånare utelämnas vilket resulterar i en förenklad bild av de berörda länderna och deras samhällen.

Exempel 1

“En stor del av Laos befolkning lever sina liv under väldigt fattiga förhållanden. Utan tillgång till sjukvård, utbildning eller ens mat för dagen drabbas landets barn hårdast” (Projects Abroad, 2016)

Exempel 2

“En stor del av Brasiliens befolkning bor i så kallade favelor, slumområden. Här lever de ett tufft liv och kämpar för att få dagen att gå ihop” (Amzungo, 2016)

I de ovanstående citaten är en hög grad av modalitet närvarande. Textproducenten, i dessa fall de olika företagen, instämmer till hög grad med textens budskap. Det går inte att avgöra om det är en person som skrivit projektbeskrivningarna eller om det är flera personer som varit delaktiga i processen, men med tanke på att texterna är publicerade på företagens hemsidor är det rimligt att anta att företagen står bakom det budskap som förmedlas. Informationen i texterna framställs som en objektiv sanning och det lämnas inte något utrymme för alternativa tolkningsmöjligheter. Det hänvisas inte i något av citaten till någon extern källa eller statistiskt underlag som skulle kunna styrka påståendena, vilket stärker argumentationen kring att det som uttrycks är något som är förgivettaget och som inte behöver ”bevisas”.

Exempel 1 och 2 utgör beskrivningar av specifika länders, i detta fall Laos och Brasilien, befolkningar, men det finns även beskrivningar som inte utgår från ett visst land utan är mer en svepande beskrivning av samtliga länder som är mottagare av kommersiellt volontärarbete. Exempel 3 är hämtat från Projects Abroads introduktionstext till deras avdelning för omsorgsprojekt.

Exempel 3

“Såväl barn som vuxna behöver all uppmärksamhet och omtanke du kan ge dem, och den glädje du får tillbaka är oslagbar” (Projects Abroad, 2016)

Exempel 3 följer de två första avseende modalitet. Även här ställer sig textproducenten, i detta fall Projects Abroad, bakom det budskap som texten förmedlar till fullo. Men det finns en skillnad jämfört med de två första citaten. Det är att det i exempel 3 konstrueras en variant av en subjekt/objektrelation mellan volontären och mottagaren av volontärarbetet. Med hjälp av begreppet transitivitet synliggörs hur volontären förbinds med en subjektposition i processen rörande tillfredsställandet av barn och vuxnas behov av uppmärksamhet och omtanke, medan mottagarna av volontärarbetet tilldelas en objektposition inom denna process. Det finns en maktaspekt inneboende i denna process eftersom volontärens handlingar framställs som avgörande för tillgodoseendet av mottagarens behov. Ytterligare en konsekvens är att mottagaren framställs som oförmögen att tillgodose sina egna behov och

förnekas en aktiv roll inom processen. Men samtidigt så framställs inte mottagaren helt som ett objekt, utan mer i något som kan liknas vid en mellanzon (gråzon) mellan subjekt och objekt eftersom det finns förväntningar på att "glädje" ska förmedlas från mottagaren gentemot volontären, vilket kan ses som en (känslomässig) handling. Dock är det volontären som placeras i en position som möjliggör ett handlande, i detta fall uppmärksamhet och omtanke, först och handlingen kommer resultera i positiva effekter på mottagaren i form av glädje.

När det kommer till den diskursiva praktiken är förförståelsen en central byggsten. Fairclough betonar, som nämns i metodavsnittet, att det alltid finns flera olika tolkningsmöjligheter av en text. Därför är det av vikt att producenten anpassar texten till den sociala kontext som den konsumeras inom. Inom denna studie betyder det att kommersiella volontärresebyråer behöver anpassa sina projektbeskrivningar så att konsumenten, den potentiella volontären, kan nå en (önskvärd) förståelse för hur situationen ser ut och vad som kan göras för att åstadkomma en förändring. Detta skulle kunna förklara varför det inte presenteras några bakomliggande faktorer till en viss fattigdomsnivå eller mer specifika siffror kring antal procent av befolkningen som lever i fattigdom. En inkludering av dessa aspekter i beskrivningarna konstruerar en mer problematisk beskrivning av situationen och riskerar att inte stämma överens med den bild som konsumenten utgår ifrån.

Vidare konstruerar även citaten en bild som flertalet i västvärlden förmodligen känner igen gällande så kallade utvecklingsländer. Begreppet interdiskursivitet är lämpligt att tillämpa här för att synliggöra hur framställningen av de berörda länderna sker med utgångspunkt i ett västerländskt synsätt. Livet beskrivs som "tufft" och att personerna "kämpar för att få dagen att gå ihop", men även att det "inte finns tillgång till sjukvård" och att "barn inte ens har mat för dagen" kan bidra till att reproducera föreställningen om de berörda länderna som underutvecklade och motpol till det "civiliserade väst". Här har textproducenterna inkluderat en västerländsk diskurs rörande de länder som berörs av kommersiellt socialt arbete och den reproduceras genom texterna. Ytterligare en anpassning sker från textproducenten utefter den sociala kontexten och det är när det kommer till beskrivningarna av de olika länderna. Här verkar det finnas en medvetenhet hos textproducenten att det inte räcker att enbart förmedla en bild av mottagaren av volontärarbetet utan framställningen behöver kompletteras med att "sälja in" länderna dit resorna går. Vid beskrivningarna av länderna återkommer två olika teman, dessa är naturbeskrivningar och autentiska upplevelser. Några exempel på detta är;

Exempel 1

“På fritiden har du även chansen att resa runt och utforska de fantastiska omgivningarna, njuta av de vackra stränderna och verkligen bli en del av den thailändska kulturen, på ett sätt som få turister får uppleva” (Volontära, 2016)

Exempel 2

“Ghana är ett vackert och välkomnande land, en perfekt blandning mellan modernt och traditionellt leverne. Naturen skiftar från djupa dalar och täta regnskogar till låga kustslätter” (Volontärresor, 2016)

Exempel 3

“ [...] så kommer du också lära känna den ghananska kulturen på en väldigt mycket djupare nivå än vad de flesta är vana vid.” (GoXplore, 2016)

Dessa exempel påvisar en medvetenhet hos producenten kring vilka förväntningar och föreställningar det kan finnas hos den tänkbara konsumenten, både gällande volontärresan och länderna. När det kommer till det autentiska konstrueras i exempel 1 och 3 en distinktion mellan en vanlig turistresa och en volontärresa där den förstnämnda värderas som en resa med en lägre autenticitet. Distinktionen mellan de olika varianterna av resor och tillhörande nivå av autenticitet är återkommande i projektbeskrivningarna och kan konkretisera den anpassning som Fairclough menar är central för att producentens budskap ska nå fram.

5.2.2 Behov hos mottagaren av volontärarbetet

Diskursen rörande vilka behov som finns är intressant med tanke att det är inom denna diskursen som konstruerandet av hur situationen ser ut genomförs och förmedlas till den potentiella volontären. Framförallt med tanke på att diskursen om behov hos mottagaren av volontärarbetet är en av de mest centrala inom fenomenet. Om det inte finns en föreställning om att det existerar ett hjälpbehov borde kommersiella volontärresor rimligtvis inte existera. Inom materialet konstrueras två olika kategorier av behov, känslomässiga behov och mer resursorienterade behov. Vid några tillfällen i materialet så nämns de två kategorierna i samma mening utan någon tydlig distinktion, men i flera av projektbeskrivningarna så sker det en distinktion mellan behoven.

Framställandet av känslomässiga behov kan uttryckas enligt följande:

Exempel 1

“De minsta barnen behöver all kärlek och omsorg de kan få” (Volontärresor, 2016)

Exempel 2

“På ett barnhem får du träffa barn som behöver kärlek och uppmärksamhet, precis som alla barn. Bara din närvaro kommer att uppskattas starkt.” (Amzungo, 2016)

Exempel 3

“Ge barn och ungdomar din tid och uppmärksamhet i form av olika aktiviteter så att de håller sig borta från gatorna” (Volontära, 2016)

I exempel 2 och 3 är begreppet transitivity användbart. Inom båda citaten konstrueras ett aktivt volontärs-subjekt. Även om det finns en viss skillnad mellan vilken handling som bör användas för att tillgodose ett behov, antingen enbart volontärens närvaro eller anordning av olika aktiviteter, placeras volontären i en position med möjlighet att handla. När det kommer till relationen mellan volontär och den lokalt anställda personalen, osynliggör citaten den senares roll i tillgodoseendet av barnens och ungdomarnas behov vilket konstruerar en maktobalans mellan volontären och den lokala personalen där den förstnämnda är överordnad den senare. Marknadsföringen framställer volontärens insatser som nyckeln för att tillgodose behoven och därmed fyller volontären en central funktion i processen att tillgodose mottagarens behov. I exempel 3 framställs volontärens insats som avgörande för barnen och ungdomarnas möjligheter för att undkomma ett liv på gatan. Det nämns ingenting inom texten rörande vilka aktiviteter som är lämpliga att anordna eller på vilket sätt aktiviteterna har varit framgångsrika tidigare. Framställningen som görs i exemplet är liknande det som sker inom föregående diskurs, där det inte presenteras några bakgrundsfaktorer eller statistiskt underlag för att underbygga budskapen som förmedlas inom projektbeskrivningarna, med syfte att förmedla en förenklad bild av något som inom en annan kontext troligtvis upplevts som ett komplext socialt problem.

Rörande behovsdiskursens andra kategori riktas fokus på hur behov med utgångspunkt i bristande resurser framställs inom materialet. Resurser i detta sammanhang utgörs främst av materiella och kunskapsmässiga resurser.

Exempel 1

“Bristen på lärare och bra pedagoger tycks vara stor vart man än kommer i världen. I vissa länder är avsaknaden av undervisning skrämmande men definitivt något vi kan göra någonting åt.” (Volontära, 2016)

Exempel 2

“Din insats gör en verklig skillnad då det råder brist på både resurser och personal.” (Projects Abroad, 2016)

Exempel 3

“Många av skolorna är väldigt underfinansierade och saknar nästan alla de resurser du oftast hittar i västerländska skolor. Det är intressant att se hur mycket nytta eleverna får av att ha en engelsktalande lärare som hjälper till med studierna.” (Volontära, 2016)

Vid användning av begreppet *ordbetydelse* är det möjligt att identifiera nyckelord i exempel 3. Det centrala ordet är *underfinansierade*, ett ord som kan ha olika betydelser beroende på inom vilken kontext det används inom. Här är sammanhanget avgörande och hur det skapas genom texten. Först används ordet ”väldigt” för att förstärka nyckelordet, för att sedan följas upp av en jämförelse med en västerländsk skola. Användandet av en västerländsk motpol förmedlar en referenspunkt som textkonsumenten kan relatera till och textproducenten använder sig av jämförelsen för att förmedla sitt budskap och för att reducera antalet alternativa tolkningar av nyckelordet. Det sätts således in i det sammanhang som Fairclough lyfter fram som betydelsefullt för att budskapet ska nå fram till konsumenten på önskvärt sätt. Det finns olika grader av modalitet mellan de olika citaten. I exempel 1 är det en lägre grad av modalitet eftersom textproducenten använder sig av “tycks vara stor” vilket öppnar upp för tolkningsmöjligheter och texten kan ses mer likt ett antagande från producentens sida. Graden av modalitet i exempel 2 och 3 är högre med tanke på ordvalen “då det råder en brist” och “är väldigt underfinansierade”. Användandet av dessa ordval utesluter eventuella tolkningsmöjligheter och textproducenten står helt bakom textens budskap och det framställs inte som något subjektivt antagande i stil med det i exempel 1. Angående citatens transitivitet är det intressant i exempel 3 hur västerländska skolor används som motpol för att framställa hur underfinansierade skolorna inom projektet är. Det skapas en konstruktion om vad som är en bra kontra dålig skola där det västerländska får utgöra det goda exemplet. Även i exempel

I konstrueras en tydlig rollfördelning där "vi", som utgörs av läsaren och således är personer från västvärlden, tilldelas mandat till att lösa problematiken kring bristen på bra pedagoger och lärare i världen. Med tanke på den sociala kontext som texten återfinns inom så syftar troligtvis textproducenten att "världen" i detta fall utgörs av de länder där kommersiellt volontärarbetet utförs, vilket återigen skapar en ojämn maktrelation mellan personer från väst och personer i mottagarländerna vars roll i processen osynliggörs inom citatet. Här framställs mottagarna av volontärarbetet återigen som oförmögna att tillgodose sina behov och placeras i en beroendeställning gentemot volontärer från västvärlden.

Som nämns tidigare i avsnittet så är behovsdiskursen central inom kommersiella volontärresor och en konsekvens av detta blir att producenten hamnar lite på dubbla stolar. Dels så behöver texterna förmedla en beskrivning av verkligheten där det finns ett behov av hjälpinsatser, men samtidigt får situationen inte framställas som hopplös. Avvägningen styrs av textproducentens förförståelse om vad som är lämpligt att lyfta fram inom marknadsföringen. Om framställningen skulle förmedla en beskrivning av situationen som hopplös resulterar det i svårigheter att sälja volontärresor med tanke på att konsumenten utgår från att det är möjligt att göra skillnad och vill engagera sig för att åstadkomma en förändring för mottagaren av volontärarbetet. Denna avvägning tydliggörs i exempel 1 under den resursmässiga diskursen där ett problem, "bristen på lärare och bra pedagoger tycks vara stort vad man än kommer i världen", presenteras först för att följas av ett förslag på hur det ska lösas, "men definitivt något vi kan göra någonting åt". Vilket kan ses som ett exempel på att det finns en medvetenhet hos textproducenten inom vilken social kontext som texten konsumeras inom och vilka förväntningar hos konsumenten som texterna ska infria. Det vill säga att konsumenten kan göra skillnad genom att genomföra en volontärresa. Ytterligare en faktor som är aktuellt även inom denna diskurs är framställandet av volontärens insatser som en avgörande faktor för att åstadkomma en förändring för mottagaren av volontärarbetet.

5.2.3 Synen på kompetens

Diskursen kring synen på kompetens är relevant för studien för den utgör en central aspekt i legitimeringen av volontärens resa. Den är även betydelsefull för att framhäva hur relationen mellan volontär och mottagaren av volontärarbetet konstrueras inom den sociala kontext som kommersiella socialt arbete är verksam i. Ett genomgående tema i synen på kompetens i studiens material är den höga värderingen av volontärens känslomässiga inställning till

volontärarbetet. Den känslomässiga aspekten framhävs genomgående i materialet som en av de viktigaste kompetenserna för att kunna genomföra en volontärresa.

Exempel 1

“Erfarenhet är bra men absolut inte avgörande. Det viktigaste är att du älskar barn.”

(GoXplore, 2016)

Exempel 2

“Vare sig du är utbildad och har erfarenhet inom läraryrket, eller helt enkelt bara har ett intresse i att hjälpa barn i Indiens skolor - är du välkommen att resa iväg och delta på detta projekt.” (GoXplore, 2016)

Exempel 3

“Dina viktigaste arbetsuppgifter är att se till så att barnen får uppmärksamhet, ömhet och att de har det bra [...] ett leende och en kram betyder oerhört mycket för dessa barn.”

(Volontärresor, 2016)

Med hjälp av begreppet interdiskursivitet går det att urskilja hur en rådande diskurs om kompetens både inkluderas och utmanas inom exempel 1 och 2. Den dominerande diskursen inom en västerländsk syn på kompetens lyfter fram utbildning och erfarenhet som två centrala aspekter inom en viss kompetensutveckling. Detta synliggörs genom att det finns en viss kravbild när det kommer till utbildning och erfarenhet för att vara yrkesverksam inom ett visst område, såsom barnomsorg och läraryrket. Denna diskurs inkluderas inom citat 1 med orden ”erfarenhet är bra” och i citat 2 med ”vare sig du är utbildad och har erfarenhet inom läraryrket”. I det senare nämns det inte explicit att det är positivt, men eftersom det inkluderas överhuvudtaget i texten, tolkas det som ett tecken på en medvetenhet hos textproducenten att dessa aspekter är något som inkluderas i en västerländsk kompetensdiskurs. Men i citaten så konstruerar producenterna en alternativ kompetensdiskurs där den känslomässiga aspekten och volontärens grad av intresse värderas högt. Den känslomässiga aspekten anses i exempel 1 vara viktigare än erfarenhet och i exempel 2 är volontärens intresse om inte viktigare så i alla fall likställd med erfarenhet *och* utbildning ur ett kompetensperspektiv. Så i detta sammanhang kan inkluderandet av en västerländsk kompetensdiskurs fungera som en motpol för att förstärka den känslomässiga aspekten och därmed öppna upp det sociala arbetets fält för personer som ”bara” har ett intresse eller har rätt inställning rent känslomässigt.

Nästa återkommande inslag inom materialet med koppling till synen på kompetens är när en aspekt framhävs som viktig, men ändå inte utgör ett krav för att engagera sig i ett projekt. Detta gäller främst vid de resor som anordnas till Latinamerika och angående språkkunskap.

Exempel 1

“Du måste inte kunna spanska sedan tidigare, men det kan vara nyttigt i din undervisning att ha vissa förkunskaper för att lättare kunna kommunicera med barnen.” (Volontära, 2016)

Exempel 2

“Ska man hjälpa till på efter-skola-projektet är det en stor fördel att kunna en del portugisiska.” (Amzungo, 2016)

Exempel 3

“Talar du spanska är det bra men det är inget krav.” (GoXplore, 2016)

De två första citaten berör undervisningsprojekt medans det sista är mer generellt för samtliga projekt som GoXplore är verksamma inom i Latinamerika. Det som indirekt står i texterna är att volontären kan komma att arbeta och undervisa barn och ungdomar utan att kunna kommunicera verbalt med dem. På ett sätt hänger resonemanget ihop med föregående avsnitt kring synen på kompetens, men i det föregående resonemanget kompenseras bristande erfarenhet och utbildning med känslomässiga aspekter. Men det nämns inte något om detta när det gäller bristande språkkompetens. Det sker en viss ansats till att problematisera bristande språkkunskap i citaten med hjälp av orden “stor fördel” och “kan vara nyttigt”, men det sker inget krav på språkkunskap utan det är upp till volontären själv att ta ställning till om hen är lämplig för projektet. Detta spinner vidare på resonemanget kring att kommersiella volontärresor öppnar upp det internationella sociala arbetets fält för fler personer än vad som varit fallet tidigare. Kravbilden som ställs på volontären är låg i relation till i vilken kontext och typ av sociala problem som är aktuella. Kravbilden är betydligt högre när socialt arbete genomförs inom en svensk kontext där krav finns på relevant utbildning och ibland en viss erfarenhet. Kravbilden påverkar även det sociala arbetets karaktär. Inom kontexten för det kommersiella sociala arbetet anpassas det sociala arbetet till att bestå av enklare arbetsuppgifter som går att genomföra utan någon specifik utbildning. Arbetsuppgifterna anpassas till de resurser som volontären antas ha, känslomässigt engagemang och kunna

anordna lättare aktiviteter. Både de ovanstående resonemangen, rörande känslomässiga och resursorienterade behov, kan ses som ett resultat av den förståelse som producenterna av projektbeskrivningarna har. Från textproducentens sida finns det en vetskap om att konsumenterna av texterna är främst ungdomar runt 20-års åldern vilket medför att deras möjligheter att ha hunnit skaffa sig yrkeserfarenheter och högre yrkesutbildning är begränsade. Därför behövs det en anpassning av kravbilden som ställs på volontären för att få möjlighet att genomföra en volontärresa.

Den låga kravbilden inom det kommersiella sociala arbetet påverkar även framställningen av mottagaren. Det skapar en bild av att mottagarens behov är på en så låg nivå att det räcker med ett intresse eller känslomässigt engagemang för att tillgodose behoven. Det ställs inget krav på specifika metoder som visat sig effektiva tidigare eller någon långsiktighet. Anpassningen av kravbilden innebär även en förändrad syn på mottagaren, i detta fall att mottagaren inte behöver samma kvalitet på insatserna som mottagarna inom en svensk kontext. Detta medför en framställning av mottagaren som mindre värd och lösningen på de olika situationerna som mottagaren befinner sig i förenklas genom marknadsföringen.

5.2.4 Volontären som expert

Inom denna diskurs riktas fokus på hur kommersiella volontärresebyråer i sin marknadsföring placerar volontären i rollen som expert. Det kan ta sig följande uttryck:

“Uppgifterna i volontärprojektet är inte strikta, har du egna idéer på hur du skulle vilja genomföra din volontärperiod brukar det inte vara några problem. All form av hjälp uppskattas och kan du utveckla metoderna, arbetsuppgifterna eller något annat tas dina förslag emot med öppna armar.” (Volontärresor, 2016)

Ovanstående citat inrymmer olika grader av modalitet. Först konstateras att uppgifterna i volontärprojektet ”är inte strikta” vilket är ett påstående med hög grad av modalitet. Det är ett konstaterande och skapas inte rum för några alternativa tolkningsmöjligheter. Men sedan så sker det en förändring av modaliteten då ordet “brukar” används. Ordvalet öppnar upp för eventuella tolkningar på ett sätt som “är inte strikta” inte tillåter, såsom möjligheten att det kan finnas vissa strikta arbetsuppgifter som inte är möjliga att påverka och det skapas en viss motsägelse inom citatet. Vidare beskriver citatet en process med syfte att utveckla projektets verksamhet där det blir intressant att använda sig av begreppet transitivitet, för att kunna

analysera vilka positioner som skapas inom processen genom textens utformning. I texten skapas möjligheter för volontären att bidra till att utveckla verksamheten, vilket förutsätter att volontären besitter någon slags förkunskap som är relevant för projektets utvecklingsprocess. Först så nämns “utveckla metoderna, arbetsuppgifterna” för att följas av “eller något annat” vilket kan tolkas som att oavsett tidigare kunskaper eller erfarenheter tilldelas volontären ett förtroende inom verksamheten och placeras i en subjektposition i processen med att utveckla projektet. Men det poängteras att detta inte är något krav att bidra till att utveckla verksamheten, utan det är mer om volontären känner för det så finns möjligheten. I citatet tilldelas den lokalt anställda personal en marginell roll. Personalen konstrueras som tacksamma mottagare av volontärens idéer och förnekas en aktiv roll i utvecklingen av projektet vid en bokstavlig tolkning av citatet. Men samtidigt kan det vara så att det är personalen som beslutar om förslagen ska inkluderas inom verksamheten, men detta framgår inte explicit i texten.

En projektbeskrivning som ytterligare bidrar till att forma bilden av volontären som en expert är ett undervisningsprojekt i Bolivia där volontären kan köpa tjänsten som engelskalärare på universitetsnivå. Det ställs inga krav på utbildning eller tidigare erfarenhet av att undervisa för att kvalificera sig för rollen som universitetslärare.

“Du arbetar med föreläsare, håller dina egna lektioner, bedömer studenternas arbete och hjälper dem att förbättra sin muntliga språkförmåga.” (Projects Abroad, 2016)

Som exemplifierats ovan finns det en återkommande tendens i materialet att placera volontären i en slags expertroll som medför vissa handlingsmöjligheter och tillträde till positioner som inte vore möjligt inom en västerländsk kontext om du inte besitter en solid utbildning eller erfarenhet. Dock finns det ett undantag och det gäller ett socialt projekt i Costa Rica där volontärens roll beskrivs som:

“Detta projekt passar dig som är flexibel och kan anpassa dig till projektets förutsättningar och behov.” (Volontära, 2016)

Här konstrueras en annan roll för volontären, nämligen att volontären ska acceptera rådande förutsättningar och anpassa sig efter projektets behov. Det är inte volontärens behov som är det centrala, vilket det är i de andra beskrivningarna, där volontären i stort sett får fria händer

till att själv utforma sina arbetsuppgifter efter egna önskemål under sin tid som volontär. Här framställs en mer jämlik maktrelation mellan den lokalt anställda personalen och volontären.

Vad det gäller den diskursiva praktiken synliggörs kommersiella volontärresebyråers syfte med marknadsföringen inom diskursen, det vill säga sälja volontärresor. Texterna försöker inkludera så många som möjligt i deras målgrupp, vilket görs med uttryck som "all form av hjälp" och "eller något annat" i avsnittets första citat. Ytterligare en bakomliggande tanke med dessa formuleringarna kan vara att övertyga personer som kan vara osäkra på om de kan bidra med något, att alla kan fylla en viktig roll i de olika projektens verksamheter. När det kommer till förförståelsen så bygger den vidare på det som nämns i föregående stycke.

Textproducenten behöver ha vissa utgångspunkter när de skapar sina projektbeskrivningar som textkonsumenten kommer att instämna i. En av dessa kan vara, som nämns ovan, att övertyga läsaren om att den besitter någon form av kunskap som är användbar inom projekten. Vidare förutsätter producenten troligtvis att läsaren har ett intresse av att bidra i något av de olika projekten eftersom de har sökt sig till hemsidan. Syftet med texterna blir således att väcka en känsla hos läsaren att vara behövd och att kunna göra skillnad genom just deras projekt, och det är här någonstans som det sociala arbetet genomgår en förvandling från att utgöra en profession till att bli en vara som marknadsförs, köpes och säljes på en marknad där det avgörande kriteriet för att få rollen som socialarbetare är om volontären kan betala för sig.

5.3 Sociala praktiken

När det kommer till den sociala praktiken betonar Winther Jorgensen och Phillips (2000) hur den kritiska diskursanalysen behöver kompletteras med en utomstående relevant teori för att kunna utföra en analys på den sociala praktikens nivå. I denna studie har det postkoloniala perspektivet utgjort en kompletterande teoretisk utgångspunkt. Perspektivet förklaras ingående i studiens teoretiska ramverk. För att få en struktur på analysen rörande den sociala praktiken kommer begreppen *hegemoni*, *"den andre"* och *exotifiering* vara utgångspunkter.

5.3.1 Hegemoni

Som nämns i studiens teoretiska ramverk är syftet med begreppet hegemoni att synliggöra hur en ideologi eller kultur blir den rådande och vilka processer som skapar och re-producerar en viss hegemoni. Inom studiens material framträder en hegemoni där västerländska ideal är de

rådande vilket synliggörs bl.a. i två exempel som finns under behovsdiskursen. Det första är exempel 3 där den västerländska skolan framställs som idealtypen för hur en skola bör vara och det andra är exempel 1 där västerlänningar framställs som lösningen på världens brist på bra pedagoger och lärare. Vidare är processen kring skapandet och återskapandet av västerländska ideal som överordnade aktiv vid värderingen av volontärens kompetens. Med utgångspunkt i att volontären kommer från en västerländsk kontext räcker det som kvalifikation för att bli yrkesverksam inom ett universitet eller arbeta med personer som befinner sig i varierande utsatta situationer i mottagarländerna. Detta är något som antagligen inte är möjligt för majoriteten av volontärerna inom sin hemmamiljö, eftersom de flesta volontärer inte besitter den utbildning eller erfarenhet som krävs för att kvalificera sig som universitetslärare eller socialarbetare i en svensk kontext. Här förstärks en hegemoni som placerar det västerländska som överordnad det icke-västerländska och som utgör en avgörande faktor vid legitimeringen av kommersiella volontärresor. Här är det relevant att betona hur den aktuella hegemonin är en social konstruktion som går att härleda till kolonialtiden och som reproduceras inom studiens empiri. Konstruktionen av mottagarländerna som underutvecklade och negativ motpol gentemot det västerländska utgör ytterligare en byggsten inom hegemonin. Det går att argumentera för att konstruktionen av mottagarländerna är väl förankrad inom det västerländska samhället med tanke på den stigande efterfrågan på kommersiella volontärresor. Framställningen av mottagarna, deras behov och det sociala arbetets karaktär inom marknadsföringen förstärker uppfattningen om att det är till dessa länderna som man bör åka till för att åstadkomma en skillnad.

Gällande det som Loomba (2005) nämner som frivillighet och tvång angående processen kring hur västerländska ideal blir rådande även utanför en västerländsk kontext går även att urskilja vissa tendenser inom materialet som kan tolkas vara en del i denna process. Det som utgör tvång i Loombas mening kan vara statliga institutioner såsom polisen eller rättsväsendet, men dessa är inte närvarande inom de kommersiella volontärresorna, vilket förutsätter att "tvånget" anpassas till den aktuella kontexten. Vid anpassningen är en möjlig tolkning att det är en form av ekonomiskt tvång. Volontärernas nästintill helt fria tyglar som nämns inom diskursen *volontären som expert* kan ses som en konsekvens av det ekonomiska tvånget. Detta går att härleda till att projekten, enligt projektbeskrivningarna, får en ekonomisk ersättning från de kommersiella volontärresebyråerna för att ta emot volontärer och den ekonomiska ersättningen spelar en avgörande roll för att kunna fortsätta bedriva projektet. För att den ekonomiska ersättningen ska fortsätta betalas ut behöver projekten skapa

en situation där volontären känner sig behövd och upplever en meningsfullhet med sitt volontärarbete. Målsättningen med detta är att volontären ska rekommendera projektet för framtida volontärer och därmed säljs det volontärresor till projektet och den ekonomiska ersättningen fortsätter att utbetalas till projektet.

5.3.2 "Den andre"

Detta analysverktyg används för att synliggöra hur kategorier konstrueras och vilka egenskaper som tilldelas de olika kategorierna. Det är av vikt att betona att kategoriseringen sker på flera olika nivåer såsom individ- och gruppnivå men även länder och kontinenter emellan. Said (1995) lyfter fram hur icke-vita systematiskt beskrivs på ett negativt vis i relation till en "vit" person. Med anpassning till denna studie går det att anpassa kategorierna till västerländsk och icke-västerländsk för att göra den mer applicerbar. Följande citat kan fungera som en utgångspunkt för en vidare diskussion kring detta:

"Du väljer om du vill bo tillsammans med en annan volontär och det kan hända att ni då delar rum, men du delar aldrig rum med en familjemedlem" (Volontärresor, 2016)

I texten framställs "den andre", i detta fall en medlem ur värdfamiljen, som olämplig att dela rum med. Det beskrivs inte på vilka grunder en familjemedlem är olämplig utan det är mer ett implicit konstaterande. Men en annan volontär, sannolikt en person från västvärlden, framställs som lämplig att dela rum med utan någon vidare motivering. Citatet belyser dels konstruerandet av familjemedlemmen som "den andre" och framställs som något främmande och potentiellt farlig för volontären, men även hur familjemedlemmen får fylla funktionen som en negativ motpol i relation till den lämplige västerländska volontären.

Vidare är uppdelningen mellan vi/dem nästintill konstant närvarande inom marknadsföringen. Dels explicit då mottagaren beskrivs som de/dem men även mer implicit med begrepp som "barnen", "lokalbefolkningen" och "personalen". Dessa kategorier framställs som en homogen grupp av människor och förnekas en central roll vid tillgodoseendet av behoven som de tillskrivs inom marknadsföringen. Detta kan jämföras med volontären som återkommande tilldelas en subjektsposition inom texterna. Ett tydligt exempel återfinns inom diskursen *Behov hos mottagaren av volontärarbetet* där det explicit står "vi", i exempel 1 under resursorienterade behov, i texten och syftar på de västerländska volontärerna.

Konstruerandet av kategorier som görs inom marknadsföringen resulterar även i ojämlika maktrelationer mellan de olika kategorierna. Textproducenterna, inom denna studie de kommersiella volontärresebyråerna, innehar en maktposition där de kan definiera ”den andre”, i detta fall mottagaren av volontärarbetet, på ett för dem önskvärt vis. Det bakomliggande syftet med att förmedla den förenklade bild som uppmärksammats tidigare i analysen och bygger på en uppdelning av människor i vi/dem, är att förmedla en bild av verkligheten som är lätt för konsumenten att förstå och stämmer överens med en rådande föreställning om de berörda geografiska områdena. Det finns ingen ansats till att problematisera den presenterade verklighetsskildringen eller beskriva bakgrundsfaktorer som är relevanta för att nå en bredare förståelse för varför situationen ser ut på ett visst vis, såsom mottagarländernas koloniala historia utan dessa faktorer osynliggörs genomgående inom materialet.

5.3.3 Exotifiering

Begreppet exotifiering används för att synliggöra hur något främmande framställs som något spännande och ofta med syftet att väcka en nyfikenhet som ska leda till en konsumtion av det exotifierade. Inom denna studie är det mottagarländerna, deras kultur och invånare som är föremål för en exotifiering. En central aspekt inom exotifieringen är autenticitet och den är återkommande i materialet. Inom marknadsföringen framställs volontärresan som en unik möjlighet att komma nära lokalbefolkningen och uppleva/konsumera den lokala kulturen och landet på ett mer autentiskt vis än vid andra resor;

“Eftersom du som volontär bor hos värdfamilj i Ghana kommer du nära in på deras livsstil. Under tid bor och lever du mycket som din familj, och de brukar bjuda in sin volontär till olika sociala evenemang som de går på, där du verkligen kan se det livliga samhället på nära håll.” (GoXplore, 2016)

“Som volontär får du en unik möjlighet att utforska denna magiska ö samtidigt som du gör en angelägen insats för barnen i Stone Town. (Volontära, 2016)

“Inklämt mellan Indusdalens slättland och Himalayas bergskedjor ligger det lilla spirituella kungadömet Nepal” (Volontärresor, 2016)

Beskrivningarna ovan är återkommande i materialet. Mottagarlandets kultur och lokalbefolkning framställs som en vara och är något som kan och bör konsumeras av volontären. De fysiska platserna beskrivs med ord som "magiska" och "spirituella". Det kan säkert finnas flera olika anledningar till användandet av dessa ord, men en central aspekt som Riggins tar upp inom en exotifieringsprocess är mystifiering, vilket i detta fall är mystifiering av länderna Nepal och Tanzania. Det resulterar även i konstruerandet av "den andre" som något annorlunda än vad volontären kan uppleva på hemmaplan. Vidare lyfter Riggins fram en av de funktioner som en exotifiering har, nämligen att den osynliggör bakomliggande maktaspekter. I citaten ovan framställs det som en självklarhet att de berörda kulturerna och länderna ska utforskas av volontären. Det nämns inte explicit något om den ekonomiska aspekten som avgörande för att kunna genomföra resan, inte heller något om att de berörda personerna i mottagarländerna förmodligen inte kommer kunna åka till volontärens hemland i ett motsvarande utbyte för att "utforska" deras länder. Dessa maktaspekter är inte nämnda inom citaten och det tilldelas inget utrymme för en problematisering eller reflektion kring varför volontären har möjlighet att åka till dessa platser samt vilka konsekvenser, såsom exploatering av land och kultur, som det skulle kunna resultera i för mottagaren. Med ovanstående resonemang i åtanke är det relevant att lyfta fram hur marknadsföringens framställning av mottagaren, länderna och kulturen är en social konstruktion som bidrar till en exotifieringsprocess. Det finns alternativa framställningar som skulle kunna inkluderas inom marknadsföringen men textproducenten är medveten om vad den potentiella volontären är intresserad av och anpassar marknadsföringen därefter.

6. Avslutande diskussion

Studiens syfte har varit att undersöka hur mottagaren av kommersiellt internationellt socialt arbete framställs i marknadsföringen av volontärresor. För att kunna göra detta har fokus riktats del på hur mottagaren framställs men även hur relationen mellan mottagaren av volontärarbetet och volontären konstrueras samt det sociala arbetets karaktär.

Inom materialet har fyra diskurser som är relevanta för studiens syfte och frågeställningar uppmärksammats;

Inom diskursen *Behov hos mottagaren av volontärarbetet* sker en uppdelning av behoven i två kategorier inom studiens material. Dessa är känslomässiga behov och behov som ett resultat av bristande resurser. Vidare framställs mottagaren som oförmögen till att tillgodose sina behov.

Diskursen *Synen på kompetens* belyser hur det sker en anpassning av kravbilden på en socialarbetare inom materialet. Det som värderas högst är volontärens känslomässiga engagemang och intresse av att bidra som är det viktigaste, vilket konstruerar en alternativ kompetensdiskurs i relation till socialarbetaren inom en svensk kontext där utbildning och erfarenhet värderas högst.

Diskursen *Volontären som expert* lyfter fram hur studiens material konstruerar en expertroll som volontären placeras i. Volontären får själv i stor grad utforma sin roll som socialarbetare och vilka arbetsuppgifter som ska utföras och tilldelas även en viktig roll i utvecklingen av de olika projekten.

Diskursen rörande *Beskrivning av länder och invånare* handlar om hur marknadsföringen för kommersiella volontärresor framställer mottagarländerna och deras invånare. Ett återkommande mönster inom diskursen är beskrivningen av länder och deras invånare som en homogen grupp och det framställs som att stora delar av ländernas befolkning har ett stort hjälpbehov.

6.1 Koppling till tidigare forskning

När studiens resultat ställs i relation till den tidigare forskning som gjorts kring kommersiella volontärresor går det att se vissa likheter. Inom studien framkommer liknande resultat som Jonsson (2012) och Sin (2010) rörande att det sociala arbetets fält öppnats upp för fler personer som en konsekvens av den låga kravbilden som ställs på volontären. Ytterligare en konsekvens av den låga kravbilden är det som lyfts fram av Simpson (2004) när hon menar att de kommersiella volontärresorna förmedlar en förenklad bild av hur ett utvecklingsarbete sker. Detta tydliggörs inom studien med tanke på att det sociala arbetets är av enkel karaktär men ändå värderas som avgörande för mottagarens utveckling. Här är det av vikt att relatera hur synen på kompetens konstruerar tillgodoseendet av mottagarens behov som något basalt men att mottagaren trots detta inte är förmögen att tillgodose sina behov på egen hand. En konsekvens av framställningen är att det konstrueras en relation mellan mottagaren och volontären där den första placeras i en beroendeställning gentemot den senare eftersom det är volontären som framställs som nyckelperson inom processen att tillgodose mottagarens behov. Vidare är det värt att uppmärksamma att tidsperioden (12 år) som har passerat sen Simpsons studie inte verkar ha resulterat i några större förändringar gällande hur det sociala arbetets karaktär eller mottagaren framställs inom marknadsföringen inom en svensk kontext, trots den ökade mängden kritisk forskning som har publicerats sedan dess.

Resultatet som framkommer i studien lyfter fram hur marknadsföringen av kommersiellt socialt arbete som görs av svenska volontärresebyråer är med och reproducerar de farhågor som nämns inom den tidigare forskningen rörande kulturella stereotyper och västerländska ideal som överordnade icke-västerländska ideal. Här bidrar studien med att belysa hur farhågorna inte bara reproduceras genom volontärens upplevelser som den tidigare forskningen mestadels utgår ifrån, utan även att företagets marknadsföring innehar en aktiv roll i denna process och kan argumentera för att det är ett slags växelverkan mellan volontärens upplevelser och marknadsföringen. Främst med tanke på att marknadsföringen troligtvis spelar en central roll i skapandet av volontärens förväntningar på en volontärresa, vilket i sin tur avspeglar sig när volontären redogör för sina upplevelser av sin volontärresa. Det bör dock betonas att ett sådant samband inte är möjligt att fastslå med utgångspunkt i denna studies resultat utan skulle behövas ytterligare forskning för att kunna konstateras. Men

studien lyfter fram tendenser som skissar på ett sådant växelspel mellan marknadsföringen och volontärens upplevelser.

Rörande den höga potential som mötet mellan volontär och mottagaren av volontärarbetet tillskrivs inom en viss gren i den tidigare forskningen osynliggörs denna potential inom studiens material. Inom studiens material framställs inte volontärresan som en brobyggare mellan människor från olika kulturer och sociala bakgrunder utan präglas mer av en slags envägskommunikation där det är volontären som är den aktive och det centrala inom marknadsföringen återfinns positiva aspekter som volontärresan innebär för volontären. Här belyser studiens resultat snarare hur det kommersiella sociala arbetet som utgjort studiens fokus snarare förstärker en beroendeställning hos mottagaren gentemot socialarbetaren.

När det gäller studiens resultat rörande beskrivning av mottagarländerna och deras befolkning går det att dra paralleller till Calkins (2013) studie som framhäver hur marknadsföringen framställer mottagarländerna och deras befolkningar som en homogen grupp, vilket studiens resultat belyser hur detta är aktuellt även inom marknadsföringen som sker inom en svensk kontext. Vidare går det att relatera studiens resultat rörande framställningen av mottagarländerna som en homogen grupp till den uppdelningen av världen i ett vi/dem som belyses inom den tidigare forskningen (se bl.a Guttentag, 2009; Raymond & Hall, 2008). Uppdelningen av världen i vi/dem utgör en central aspekt i den förenklade bild som återkommande framställs i studiens material och utgör en central byggsten i skapandet av en ojämlig maktrelation mellan den som utför det sociala arbetet och mottagaren.

6.2 Reflekterande slutdiskussion

Studios resultat lyfter fram flera aspekter som är värda att diskutera vidare. En av aspekterna är hur det sker en förenkling av det sociala arbetets karaktär när det anpassas till en kommersiell kontext och hur förenklingen har en påverkan på framställningen av mottagaren. En förutsättning för denna förenkling av det sociala arbetets karaktär är en omvärdering av mottagaren av det sociala arbetet. Inom studien skulle den förenklade framställningen av mottagaren kunna härledas till de geografiska områden som det sociala arbetet utförs i. De geografiska områdena utgör ”dem” i uppdelningen av världen i vi/dem och fyller funktionen som negativ motpol till det västerländska ”vi”. Distinktionen skapar förutsättningar för det kommersiella sociala arbetet inom en volontärkontext att konstruera mottagaren likt ett

passivt objekt vars behov kan tillgodoses med enkla insatser. Vidare skiljer sig synen på mottagaren inom studiens material i jämförelse med synen på mottagaren av socialt arbete i en svensk kontext som Blennberger (2006) och Swärd och Starrin (2006) beskriver. I den senare tilldelas mottagaren en mer aktiv roll med betoning på relationsskapande, brukarinflytande och aktivt deltagande. Den ojämlika maktrelationen mellan socialarbetaren och mottagaren är närvarande även inom en svensk kontext, men där finns det en professionsutbildning med syfte att legitimera maktaspekten. Förhoppningsvis bidrar utbildningen till att socialarbetaren inte använder sin maktposition på ett sätt som har en negativ påverkan för mottagaren. Denna ”försäkring” mot negativ maktutövning för mottagaren är således inte närvarande inom studiens material med tanke på den låga kravbilden som ställs på socialarbetaren inom studiens material. Här bidrar studien inte enbart med synliggörande av hur en förenkling av det sociala arbetet kan ske vid en kommersialisering utan lyfter även fram på vilka bakgrundsfaktorer som möjliggör förenklingen. Samtidigt är det relevant att väga in den stigande efterfrågan på volontärresor och hur budskapet som förmedlas inom studiens material vinner legitimitet hos den potentiella volontären, främst med tanke på att den bild av socialt arbete och hur framställandet av mottagaren sker inom studiens material är något som personer kan relatera till och uppenbarligen håller med om.

Ytterligare en intressant aspekt som är inneboende i fenomenet är att det (förenklade) sociala arbetet används som en ”täckmantel” av de kommersiella volontärresebyråerna för att göra profit. Bakgrunden till påståendet är att det inte presenteras någon information om vad tidigare volontärernas arbete har bidragit till (vilket är intressant i sig) samt den anpassade låga kravbilden som skapar en större kundgrupp för företagen. Det går även belysa resonemanget i relation till den höga potential som mötet mellan volontär och mottagaren av volontärarbetet tillskrivs inom en viss gren i den tidigare forskningen men som är frånvarande i marknadsföringen. Argumentationen som förs rörande mötets höga potential som brobyggare behöver problematiseras med tanke på att det inte nämns något om maktaspekten som ligger bakom mötet, där volontären betalar en relativt stor summa pengar för att genomföra mötet och att mötet alltid sker hos mottagaren. Mötet kan i detta sammanhang liknas vid en vara som konsumeras av volontären medan mottagaren inte har möjlighet att genomföra mötet på liknande sätt i volontärens hemmiljö.

Vidare osynliggörs maktaspekten genomgående i studiens material, vilket kan tolkas som att den inte är önskvärd att belysa inom projektbeskrivningarna, varken från företagen eller volontärens sida. Men ett illustrerande vis att lyfta fram maktaspekten är att vända på fenomenet och fråga sig om det vore möjligt att personer utan relevant utbildning eller erfarenhet kom från andra världsdelar för att genomföra socialt arbete inom en svensk kontext, vilket inte vore möjligt eller önskvärt för att det skulle urholka det sociala arbetets legitimitet och samhällets förtroende.

När studiens resultat placeras i ett bredare framtidsperspektiv kan det relateras till en svensk kontext där det sociala arbetet numer utgör en marknad med olika aktörer som har ett vinstintresse. Här bör studien fungera likt en varningssignal för hur det sociala arbetets karaktär kan förenklas när det genomgår en kommersialisering samt vilka konsekvenser det kan resultera i för mottagaren. Framförallt när det uppstår en intressekonflikt mellan att utföra ett socialt arbete där tillgodoseendet av mottagarens behov är det centrala kontra driva en verksamhet där det centrala är att göra en ekonomisk vinst. Denna intressekonflikt kan utgöra en central del inom det sociala arbetets sfär i framtiden om utvecklingen fortsätter mot ett alltmer marknadsanpassat socialt arbete. För att förhindra en utbredning av företagens förenkling av det sociala arbetet inom det sociala arbetets sfär behöver framställningen som görs av företagen lyftas upp och problematiseras. Dels för att förhindra att människor som befinner sig i varierande utsatta situationer blir en konsumtionsvara för välbärgade personer från västvärlden, men även för förtroendet gentemot socialarbetarens professionella roll. Angående den senare aspekten finns det behov att problematisera hur företagen öppnar upp det sociala arbetets fält för okvalificerade personer och hur detta påverkar kvalitetsaspekten rörande det sociala arbete negativt, men även synen på socialt arbete som något som går att konsumera för i stort vem som helst utan något krav på relevant utbildning.

6.3 Metodreflektion

Den kritiska diskursanalysen har varit lämplig som metod med tanke på studiens syfte och frågeställningar där fokus varit på framställningar och konstruktioner av mottagaren av volontärarbetet, relationen mellan mottagaren och volontären samt det sociala arbetets karaktär. Metodens teoretiska utgångspunkt inom socialkonstruktivismen har möjliggjort framhävandet av alternativa synsätt och tolkningar av studiens material. Samtidigt är det av betydelse att vara medveten om att det är jag i egenskap av studiens författare som konstruerat

diskurserna som presenterats, vilket kan framhåvas som en negativ faktor. Men den subjektiva faktorn värderar jag inte som ett alltför stort problem med tanke på att det inte finns några ansatser till att generalisera studiens resultat till ett större sammanhang utan resultatet bör ses mer som ett bidrag i processen kring att problematisera förekomsten av kommersiella volontärresor inom det sociala arbetets fält. Avslutningsvis är, som nämns in metodavsnittet, kritisk diskursanalys en komplicerad metod och detta är något som varit påtagligt under studiens gång. Det kan vara så att vissa metodologiska feltolkningar har varit närvarande under studiens gång, men överlag upplevs det som att studien har svarat upp till dess syfte.

6.4 Framtida forskning

Under studiens gång har det uppkommit flera olika intressanta infallsvinklar för framtida studier. Som redan nämndes inom den tidigare forskningen är mottagarens röst frånvarande inom studierna. Denna kunskapslucka är relevant att täppa igen för att uppnå en mer komplett bild av fenomenet. Vidare vore det intressant att studera vilken effekt de olika projekten har åstadkommit, om det går att säga något rent generellt om vad som åstadkommit och på så vis kunna få en klarare bild kring om det finns några metoder som visat sig vara effektivare än andra. Rörande de kommersiella volontärresebyråerna är det av vikt att undersöka vart pengarna går som volontärerna betalar för sina resor. Återinvesteras den ekonomiska vinsten i de olika projekten eller går pengarna till vinstutdelning för företagets ägare?

7. Referenslista

- Amzungo (2016). [elektronisk] www.amzungo.com (2016-11-09)
- Blennberger, Erik (2006) Etik för socialt arbete i Meeuwisse Anne, Sunesson, Sune & Swärd Hans (red.) Socialt arbete- en grundbok. Stockholm: Natur och Kultur
- Boréus, Kristina (2015). Diskursanalys i Ahrne, Göran & Svensson Peter (red.) Handbok i kvalitativa metoder. Stockholm: Liber
- Burr, Vivien. (2003). Social Constructionism. East Sussex: Routledge
- Bryman, Alan (2011). Samhällsvetenskapliga metoder. Malmö:Liber
- Börjesson, Mats & Palmblad, Eva (2007). Diskursanalys i praktiken, Stockholm: Liber
- Fairclough, Norman (1993). Discourse and Social Change. Oxford:Blackwell Publishers Ltd
- GoXplore (2016). [elektronisk] www.goxplore.se (2016-11-09)
- Goodwin, Harald (2015). Good intentions, and the road to hell: ecotourism and volunteering i *Brown Journal of World Affairs*. Fall/Winter2015, Vol. 22 Issue 1, p37-50
- Guttentag, Daniel A. (2009). The possible negative impacts of volunteer tourism i *International Journal of Tourism Research*. Nov/Dec2009, Vol. 11 Issue 6, p537-551.
- Huggan, Graham (2001). The Post-colonial exotic- *marketing the margins*. London-Routledge
- Jonsson, Cecilia (2012). Volontärerna- *Internationellt hjälparbete från missionsorganisationer till volontärresebyråer*. Linneuniversitetet
- Loomba, Ania (2005). Kolonialism/Postkolonialism- *En introduktion till ett forskningsfält*. Stockholm:TankeKraft Förlag
- Lyons Kevin, Hanley Joanne, Wearing Stephen, Neil John (2012). Gap year volunteer tourism: Myths of Global Citizenship? i *Annals of Tourism Research* Volume 39, Issue 1, January 2012, Pages 361–378
- McGehee, Gard Nancy; Santos, Almeida Carla. (2005). Social Change, Discourse and Volunteer Tourism. *Annals of Tourism Research* 32(3): 760–779.
- Projects Abroad (2016). [elektronisk] www.projects-abroad.se (2016-11-09)
- Raymond, Eliza Marguerite; Hall, C. Michael (2008). The development of cross-cultural (mis)understanding through volunteer tourism. *Journal of Sustainable Tourism* 16(5): 530–543.

- Riggins, Harold Stephen (1997). *The Language and Politics of Exclusion- Others in Discourse*. California:Sage Publications, Inc
- Said, W. Edward (1995). *Orientalism-Western conceptions of the Orient*. London:Penguin Books
- Simpson, Kate. (2004). 'Doing development': the gap year, volunteer-tourists and a popular practice of development. *Journal of International Development* 16: 681–692.
- Simpson Kate. (2005). Dropping out or signing up?: The professionalism of youth travel. *Antipode* 37:447-469.
- Sin, Luh Harnq (2010). Who are we responsible to? Locals' tales of volunteer tourism av In *Geoforum* 41(6):983-992
- Swärd, Hans, Starrin, Bengt (2006). *Makt och socialt arbete i Meeuwisse Anne, Sunessson, Sune & Swärd Hans (red.) Socialt arbete- en grundbok*. Stockholm: Natur och Kultur
- Sydney Calkin (2014). Mind the 'gap year': a critical discourse analysis of volunteer tourism promotional material, *Global Discourse*, 4:1, 30-43,
- Sydsvenskan (2012). Olika syn på volontärresor [elektronisk] www.sydsvenskan.se/2012-07-11/olika-syn-pa-volontarresor, (2016-11-05)
- Volontära (2016). [elektronisk] www.volontara.se (2016-11-09)
- Volontärresor (2016). [elektronisk] www.volontarresor.se (2016-11-09)
- Wearing, Stephen (2001), *Volunteer Tourism-Experiences that Make a Difference*. CAB-international: UK
- Wenneberg Barlebo, Sören (2000). *Socialkonstruktivism- positioner, problem och perspektiv*. Malmö, Liber AB
- Winther Jorgensen, Marianne, Phillips Louise (2000). *Diskursanalys- som teori och metod*, Lund: Studentlitteratur