

# Bibliotek och sponsring

- en studie om sponsring vid sju bibliotek

Katarina Björnestam  
Annalena Olsson



HÖGSKOLAN I BORÅS  
VETENSKAP FÖR PROFESSION

© **Författarna**

Mångfaldigande och spridande av innehållet i denna uppsats  
– helt eller delvis – är förbjudet utan medgivande.

Svensk titel: Bibliotek och sponsring – en studie om sponsring vid sju bibliotek

Engelsk titel: Library and sponsoring – a study of sponsorship at seven libraries

Författare: Katarina Björnecstam & Annalena Olsson

Kollegium: DV07

Färdigställt: 2010

Handledare: Anders Frenander

Nyckelord: kultursponsring, sponsring, folkbibliotek, demokrati, kulturpolitik

Abstract: This essay concerns sponsorship of libraries within Sweden. It takes its starting-point in the libraries economical situation where resources are decreasing. The main purpose of the essay is to investigate how sponsorship is used in public libraries. The main questions are:

- Why are sponsorships appealing to libraries?
- What does the processes of sponsoring look like?
- What are the possible risks concerning sponsorships –could it endanger libraries democratic role?
- How does library staff reflect on the role of libraries in contemporary society?

In our study we chose to investigate the sponsorship issue from the sponsored libraries perspective. We used quantitative and qualitative methods in gathering data. In a first step we made a survey covering 290 libraries in order to identify those who were involved in any form of sponsorship. In a second step we chose to interview seven libraries through an open-ended questionnaire, by e-mail.

Our results show that sponsorship occurs only to a limited extent and that there are a variety of different models of sponsorship in practice. The most common purpose is financing activities outside the set budget. In times of economical savings, sponsoring allows libraries to arrange special activities. The participating libraries do not consider sponsorships a threat to the main task of the libraries. There may be a risk that libraries would need to rely on sponsorships for their survival. However, if sponsoring is used mainly to finance activities outside the set budget we don't regard that as a threat.

## Innehållsförteckning

1. Inledning .....	3
1.1 Bakgrund .....	3
1.2 Sponsring i media .....	5
1.3 Problem.....	7
1.4 Syfte och frågeställningar .....	8
1.5 Definitioner .....	8
1.5.1 Sponsring .....	8
1.6 Avgränsningar.....	9
2. Tidigare forskning .....	10
3. Teoretiska utgångspunkter .....	13
3.1 Bibliotekens roll i samhället .....	13
3.2 Kultursponsring.....	15
3.3 Kulturpolitik.....	17
3.4 Motiv för sponsring.....	17
4. Metod.....	19
4.1 Tillvägagångssätt .....	19
4.2 Urval .....	20
5. Resultatanalys, slutsatser och diskussion.....	21
5.1 Varför är sponsring av biblioteksverksamheten ett intressant alternativ? .....	21
5.1.1 Slutsats .....	22
5.1.2 Diskussion.....	22
5.2 Hur ser sponsringsprocessen ut? .....	23
5.2.1 Slutsats .....	25
5.2.2 Diskussion.....	25
5.3 Vilka eventuella risker kan man se med sponsring – kan sponsring av verksamheten hota bibliotekens demokratiska uppdrag? .....	26
5.3.1 Slutsats .....	27
5.3.2 Diskussion.....	27
5.4 Hur ser biblioteken på deras roll i dagens samhälle? .....	28
5.4.1 Slutsats .....	29
5.4.2 Diskussion.....	29
6. Reflektion och förslag till vidare forskning .....	31
Sammanfattning .....	32
Käll- och litteraturförteckning .....	33
Bilaga .....	35

# 1. Inledning

Utifrån våra teoretiska och praktiska erfarenheter av biblioteksarbete så är vår mening att bibliotek är en plats som ständigt måste hålla sig uppdaterat och vara aktuellt. Det innebär att man ska vara först med den senaste litteraturen, erbjuda hållbar och aktuell information och teknik samt tillhandahålla föreläsningar och författarbesök med mera. Verkligheten är den att pengarna inte alltid räcker till något mer än att hålla i gång den ordinarie verksamheten. Tankar och planer för att kunna erbjuda evenemang och happenings i större utsträckning har alltid funnits men det är svårt då pengarna inte räcker. Möjligheten att söka stipendier är förvisso ett alternativ men ingen lösning i längden. Sponsring då, kan det vara en annan utväg?

I Stockholm finns folkbiblioteket Barnens Rum som ligger i Kulturhuset. Med hjälp av sponsorpengar från Åhléns kunde deras vision om ett nytt barnbibliotek genomföras. Det var det enda folkbibliotek som vi visste var sponsrat. Vi blev oerhört nyfikna på hur det egentligen ligger till bland Sveriges alla folkbibliotek. Är detta något att ta med sig till den egna arbetsplatsen? Och hur går det till? Vi tänkte att det borde finnas flera folkbibliotek som använder sig av sponsring och vi ville ta reda på hur det fungerar i praktiken.

## 1.1 Bakgrund

Sponsring som begrepp och företeelse har enligt Lars Peterson funnits i landet i ungefär femton år inom elitidrotten.<sup>1</sup> Eftersom Petersons bok publicerades 1988 så innebär det således att sponsring inom idrotten började förekomma i början av 1970 – talet. Kultursponsring är enligt Peterson ett 80-tals fenomen vilket betyder att sponsring inom både idrott och kultur tillämpades i allt högre utsträckning under den tidsperioden. Vi antar att folk i allmänhet förknippar begreppet sponsring med just idrott.

Folkbiblioteken har djupa traditioner när det gäller att tillhandahålla fysiska samlingar vilka ska erbjudas till allmänheten. Historiskt och traditionellt sett ska folkbiblioteken verka för demokrati där alla människor ska erbjudas bibliotekens tjänster utan att det kostar användarna något. Alla människor ska ha rätt till ny kunskap och utvecklandet av sitt eget lärande. Ingen ska heller hindras från att skaffa kunskap på grund av att det kostar att få tillgång till bibliotekets tjänster. Kunskap och lärande är epitet starkt knutna till bibliotekens grundidéer och en av bibliotekets viktigaste roller var att fungera som folkbildare. Folkbiblioteken har förvisso fortfarande en bildande funktion gentemot befolkningen men i takt med samhällets utveckling har biblioteken fått andra betydande roller. I dagens informationsamhälle har biblioteken fått en mycket väsentlig uppgift genom att verka som informationsförmedlare. Samhället har förändrats genom åren och idag befinner vi oss i en digital era där biblioteken självfallet spelar en stor roll. Teknologin utvecklas hela tiden och det digitala kommer bara att fortsätta expandera. Folkbiblioteken måste givetvis hänga med i utvecklingen vilket gör att dess bokbestånd även måste inkludera digitala samlingar, dock tror vi inte att de fysiska samlingarna kommer att försvinna utan de kommer att finnas kvar i varierande storlek. Utöver den dyra teknologiska aspekten så anammar folkbiblioteken många andra företeelser för att synliggöra sig och sin verksamhet vilket kan vara allt från författarbesök, teater, temakväl-

---

<sup>1</sup> Peterson, Lars (1988). *Det kulturella kapitalet: kritik av kultursponsringen*.s.11

lar eller andra projekt som avser att förmedla en upplevelse - och underhållningskänsla för samhällets invånare och i takt med allt mindre offentliga ekonomiska medel till landets folkbibliotek kan det vara svårt att finansiera verksamheten.

Övervägande delen av landets folkbibliotek kommer att drabbas av besparningar 2010 enligt en färsk undersökning som Biblioteksbladet (BBL) har gjort. En enkät skickades ut till ansvariga verksamhetschefer vid 220 bibliotek. En övervägande del (87 procent) av de biblioteks- och kulturchefer som har besvarat enkäten (42 procent) rapporterar om besparningar och mindre resurser för landets olika biblioteksverksamheter. Resultatet visade att den ekonomiska krisen är bara i sin linda i landets kommuner och för att ge en liten fingervisning på hur det satsats så svarar endast tre bibliotek (drygt 3 procent) av de 92 utfrågade att de upplevt en ordentlig budgetsatsning från kommunens sida. Många uttrycker känslan av att biblioteken inte är lika intressanta för politikerna som allt det övriga inom kultur- och fritidssektorn.<sup>2</sup>

Att detta ämne ligger i tiden kan man se i kulturdepartementets regleringsbrev för budgetåret 2010, där har regeringen beslutat bland annat att de kulturpolitiska prioriteringarna under mandatperioden ska gälla förbättrade villkor för kulturskapare. Ett av deras uppdrag när det kommer till kulturens finansiering är att kartlägga förekomsten av sponsring och övrig finansiering av kulturverksamheter. Detta gäller kulturinstitutioner och andra konstaktiviteter. En av anledningarna till detta är att regeringen anser att icke-offentlig finansiering av kulturverksamhet i Sverige bör öka.

Riksantikvarieämbetet ska delta i denna kartläggning som ska innehålla bra exempel vad det gäller sponsring först och främst, men även annan extern finansiering. Resultatet av undersökningen ska visa vilka möjligheter respektive hinder det finns med en utökad finansiering av kulturverksamheter till Kulturdepartementet/Regeringskansliet. Denna kartläggning beräknas redovisas senast 1 april 2010. Utifrån resultatet ska en strategi arbetas fram om hur myndigheterna i framtiden ska arbeta med extern finansiering, denna strategi ska redovisas för Kulturdepartementet senast 15 september 2010.<sup>3</sup>

Enligt en artikel av Katja Lindqvist angående kultursponsringens omfattning så skriver hon:

Trots antaganden om att det offentliga stödet till kultur minskar och att kulturen i allt högre grad finansieras genom sponsring visar statistik att det offentliga stödet till kulturen i Sverige, åtminstone på statlig nivå, har ökat i reella termer under de senaste tjugo åren.<sup>4</sup>

Lindqvist skriver vidare att sponsringsintäkterna är fortsatt blygsamma i förhållande till de totala kostnaderna för kulturell verksamhet. Detta kan tyckas emotsägelsefullt med tanke på vad ovan nämnda undersökning av BBL resulterade i. Lindqvist förklarar dock att även om det statistiskt sett visar att de offentliga utgifterna för kultur har ökat, krävs att man ser vad dessa utgifter har gått till för att kunna bedöma den faktiska effekten av det offentliga kulturstödet. Ökade utgifter innebär inte alltid ett större kulturellt utbud då stigande kostnader för hyror, säkerhet och personal liksom för andra fasta kostnader fordrar sitt. Syftet med sponsring för kulturorganisationerna är enligt Lindqvist att kunna göra bättre utställningar, program eller liknande än man hade kunnat göra utan de

---

<sup>2</sup> *Biblioteksbladet* 2009:10

<sup>3</sup> Kulturdepartementet, *Regleringsbrev för budgetåret 2010 avseende Statens kulturråd*, 2009-12-21

<sup>4</sup> Lindqvist, Katja (2009). *Näringslivets stöd till kulturen ännu blygsamt*. s.99

extra tillskott som sponsringen inbringrar. För att undvika det mer negativt associerade sponsringsbegreppet används ofta begrepp som partnerskap och samarbete skriver Lindqvist.<sup>5</sup> När det gäller sponsring av folkbibliotek tror vi att de i allt större utsträckning måste överväga att använda sig av sponsring som extra finansieringskälla utifrån vad som förespås av ovanstående undersökning som BBL har gjort.

## 1.2 Sponsring i media

Vi har tagit del av den debatt som pågår kring sponsring av bibliotek/kultur. Vi har hämtat olika artiklar från framförallt media som på olika sätt belyser fenomenet sponsring i kulturen.

I ett reportage från tisdagen 12 januari 2010 beskriver en reporter från Sveriges Radio läget för kultursponsring. Kulturnyttis reporter Mårten Arndtzén frågar finansdepartementet om svenska företag är mindre benägna att sponsra kultur idag än när alliansen kom till makten. Ingen på finansdepartementet vill kommentera frågan då den inte är aktuell, svarar Anders Borgs pressekreterare. Samarbetet mellan kulturen och näringslivet brukar ligga de borgerliga partierna varmt om hjärtat och i höstas lanserade regeringen en handlingsplan för kulturella och kreativa näringar, där olika myndigheter får i uppdrag att bädda för ett ökat entreprenörskap inom kultursektorn. Däremot har man inte kommit så långt när det gäller den gamla frågan om kultursponsring. Skattereglerna gör det svårare för företagen att göra avdrag för kultursponsring. Emellertid är det betydligt lättare när det gäller sponsring till idrott och forskning. Mårten Arndtzén frågar kulturministern Lena Adelsohn Liljeroth (M) om kulturdepartementet ens är särskilt intresserat längre av kultursponsring. Hon menar att de absolut inte har släppt den här frågan som svar på Arntzéns undran. Eftersom finansdepartementet vägrar kommentera frågan då den inte är aktuell frågar Arntzén kulturministern om inte detta är att se som ett politiskt misslyckande. Något svar på frågan har hon inte utan hävdar att det snarare beror det på det faktum att vi har en dålig tradition i Sverige att sponsra kultur.<sup>6</sup>

Den 18 januari 2010 publiceras en artikel i Uppsala Nya Tidning vari man kan läsa hur det i Uppsala satsas rejält från kommunens sida för att stärka bilden av Uppsala som en ledande kulturstad i Sverige och i Europa genom ett projekt som kallas Kulturstaden Uppsala. Kommunen ställer sig positiva till sponsring och vill ha fler kulturaktörer som engagerar sig för att marknadsföra sig själva och värva sponsorer till sina egna projekt. Projektledaren Tapio Hovebro i Uppsala kommun säger att det ännu saknas en projektplan för sponsringsdelen men planering för detta pågår. Ambitionen är att utbilda kulturaktörer i att hitta sponsorer och vidare ska kommunen anordna kurser, workshops och seminarier för att hjälpa kulturaktörerna att hitta egna kultursponsorer. Även mindre kulturaktörer som Gottsunda Dans & Teater (GDT) tar emot sponsring på deras villkor. De menar att sponsringen ofta fungerar som grädde på moset och välkomnar mer kultursponsring, dock ska ingen kultur vara beroende helt och hållet av sponsringen. GDT:s producent Katarina Karpe är medveten om risken för att allt fler företag kommer in i teaterverksamheten men hävdar bestämt att de inte samarbetar med vilket företag som helst. Reginateaterns chef Paul Kessel uttrycker i artikeln att sponsring är dåligt men nödvändigt. Riskerna som han ser det är att sponsorer kräver kontroll över det artistiska innehållet samt att sponsorer drar in sitt stöd då det råder ekonomisk kris och

---

<sup>5</sup> Ibid.s.99f

<sup>6</sup> Sveriges Radio (2010).

jämför med hur det ser ut i England just nu där privat sponsring försvinner som en effekt av krisen.<sup>7</sup>

Elsebeth Tank blev vid årsskiftet 2007 – 2008 stadsbibliotekarie i Malmö. Hon förekom redan 2007 i *Biblioteksbladet* där hennes visioner för biblioteket presenterades.<sup>8</sup> I *Sydsvenska Dagbladet* den 6 juli 2008 kunde man läsa en artikel där Elsebeth Tank uppger att hon mycket väl kan tänka sig ett barnbibliotek sponsrat av hamburgerkedjan McDonalds. Hon anser att sponsring är en intressant möjlighet om kommersiella medel utblir vid nya satsningar. Tank tycker själv att hon känner till risker, fallgropar och eventuell kritik. Hon erkänner också att det råder delade meningar i frågan. På frågan om vilka företag som inte är tänkbara för sponsring av stadsbiblioteket svarar hon vapenindustrin och tycker att man ska börja i en ände som inte väcker alltför mycket kritik.<sup>9</sup> Trots motstånd och debatt i media står hon om än mer fast i sin övertygelse och skriver en artikel i årets första utgåva av *biblioteksbladet* om hur sponsorer och donatorer hjälper New York Public Library då den ekonomiska lågkonjunkturen är ett faktum. I New York jobbar man aktivt för att få sponsorer till sin biblioteksverksamhet, det handlar inte om små summor. Etthundra miljoner dollar donerades nyligen till renoveringen av ett gigantiskt byggnadskomplex på femte avenyn. Detta sker helt utan krav på hur medlen används. Tank ställer sig ändå undrande till vad sponsorerna får i utbyte och ställer frågan till David G Offencend (Chief Operating Officer). Svaret blir att vissa sponsorer gärna låter sig bli hedrade på olika sätt, till exempel att få byggnader uppkallade efter sig. Samtidigt vill vissa sponsorer vara helt anonyma. Tank berättar vidare om ”board of trustees” vilken är en styrelse av mycket välbeställda människor med stor makt som ser det som en ärans sak att stötta biblioteken där varje medlem förväntas donera minst ett-hundratusen dollar om året. Andra vägar för att få in pengar till biblioteken, och inte minst skapa engagemang, är genom olika avgifter för medlemskap i biblioteken som genererar i diverse förmåner och service. Med denna text som slår ett slag för ekonomisk finansiering och sponsring av biblioteket visar Tank att hon är för denna företeelse. Om man går tillbaka några år och följer hennes arbete och idéer för Malmös stadsbibliotek så ser man att debatten varit het och inte alltid på hennes sida.<sup>10</sup>

Debatten har dykt upp ofta och i olika medieformer. Till exempel så skriver författaren Tryggve Bång i sin blogg om otillbörlig sponsring och rubriken lyder: ”Stadsbibliotekarien i de kommersiella krafternas tjänst”. Texten tar upp frågan om huruvida Elsebeth Tank tänker offentliggöra befintliga och framtida sponsoravtal för allmänheten eller ej. Frågans svar uteblev och Bång tror sig veta varför. Den internationella författarscenen som är Malmö stadsbiblioteks publika satsning 2009 är sponsrad av företag som helt styr repertoaren och därmed lämnar biblioteket med endast en leverantör i sammanhanget. Bång påpekar att en skattefinansierad biblioteksverksamhet som vänder sig till hela samhället aldrig får sponsras på sådant sätt att oberoendet går till spillo vad det gäller målsättning och inriktningar inom verksamheten.

Bång ställer sig ändå positiv till kultursponsring men under ordnade former. Till exempel ska sponsorerna omöjligt kunna påverka program, repertoar eller verksamhet. Bång anser att det finns utmärkta exempel på att sådant finns och faktiskt fungerar. Men han ställer sig kritisk till Tanks vision om biblioteket och ser framtida skräckscenarion

---

<sup>7</sup> Uppsala Nya Tidning (2010). Kultur & Nöje.

<sup>8</sup> *Biblioteksbladet* 2007:7

<sup>9</sup> *Sydsvenska Dagbladet* (2008).

<sup>10</sup> *Biblioteksbladet* 2010:1

där bibliotek sponsras av stora kommersiella företag som tränger undan de utan ekonomiska medel för att stå sig i konkurrensen, och får därigenom monopol på till exempel bokinköp.<sup>11</sup>

### **1.3 Problem**

Utifrån vår bakgrundsbeskrivning har det framkommit att många kulturinstitutioner idag är i stort behov av ekonomiska resurser för att kunna överleva. Biblioteken är inga undantag och problemet är hur de ska agera när de ekonomiska resurserna tryter.

På Kulturrådets sida kan man läsa att det idag finns 290 kommuner i Sverige och de hopslagningar som gjordes under 1950- och 1970-talen fick stora effekter på all kommunal verksamhet inklusive kulturområdet. Under början av 1950-talet tog kommunerna över dåtidens folkrörelsebibliotek. Kommunerna började formulera egna kulturpolitiska mål samt ta fram handlingsprogram. Detta skedde i samband med formulerandet av den statliga kulturpolitiken och de statliga kulturpolitiska målen samt Kulturrådets bildande på 1970-talet. På så sätt växte kulturpolitik fram som begrepp och gavs innehåll. Under 1990-talets ekonomiska kris genomgick kommunerna stora förändringar och i syfte att spara pengar omorganiserade man mot mera marknadsinriktade lösningar. År 2007 uppgick kommunernas utgifter för kultur till 8,9 miljarder kronor vilket motsvarar cirka 2,5 procent av kommunernas totala nettokostnader. Den största delen av kommunernas kulturutgifter går till biblioteken följt av posten allmänna kulturutgifter. Fortfarande utgör utgifter för folkbiblioteken den största posten för kommunerna men deras andel av de totala kulturutgifterna har dock minskat från 2000. Sammanfattningsvis så är kommunerna den offentliga aktör som har haft den minsta procentuella ökningen av kulturutgifter mellan 1998 och 2007. Ökningen uppgår till 15 procent.<sup>12</sup> Sponsring är ett sätt att finansiera verksamheter men när det gäller bibliotek är frågan om den gamla folkbildningstanken säljs ut om marknadsekonomiska krafter kommer in och kanske vill styra både utveckling och utbud i biblioteksvärlden. Frågan är vilka möjligheter respektive hinder det finns med sponsring och hur det kan påverka verksamheten i sig och vilken roll spelar egentligen folkbiblioteken i dagens samhälle?

---

<sup>11</sup> Newsmill.

<sup>12</sup> Statens Kulturråd (2008). s.32ff



## 1.4 Syfte och frågeställningar

Vår avsikt är att genomföra en explorativ studie av bibliotekssponsring vid ett mindre antal bibliotek. Studien genomförs vid sju folkbibliotek runt om i Sverige. Vår ambition är att undersökningen ska bidra med en fördjupad förståelse för området bibliotekssponsring, däremot genererar studien inte resultat som är generaliserbara till en större population. Syftet med studien är att undersöka bibliotekspersonalens syn på sponsring av biblioteksverksamhet, dess möjligheter och risker mot bakgrund av hur man ser på bibliotekens roll i samhället.

Vi utgår ifrån följande frågeställningar:

- Varför är sponsring av biblioteksverksamheten ett intressant alternativ?
- Hur ser sponsringsprocessen ut?
- Vilka eventuella risker kan man se med sponsring – kan sponsring av verksamheten hota bibliotekens demokratiska uppdrag?
- Hur ser biblioteken på deras roll i dagens samhälle?

## 1.5 Definitioner

### 1.5.1 Sponsring

Vi har konstaterat att det finns många formuleringar när det gäller innebörden av begreppet sponsring. Vi kommer inte att rada upp en mängd av definitioner här då vi kan se att de allra flesta sponsringsdefinitionerna i hög grad inbegriper samma sak det vill säga ett samarbete och avtal mellan parter. Vi har anammat Kultur och Näringslivs<sup>13</sup> definition vilket gör att vår ståndpunkt när det gäller sponsring är ett utbyte mellan två parter där båda gagnas av avtalet. Denna definition innefattar också det som vi ser som en viktig aspekt nämligen att parterna väljer varandra frivilligt vilket vi grundar på de etiska aspekter när det handlar om likvärdiga värderingar så att den sponsrade parten verkligen ska framstå som trovärdig. Kultur och Näringslivs definition lyder:

Sponsring är ett affärsmässigt samarbete mellan två eller flera parter till ömsesidig nytta. Enligt aktiebolagslagen och bolagsordningen ska företagets insatser kunna motiveras med ett utbyte som står i rimlig proportion till använda medel. Sponsring är inte detsamma som välgörenhet eller donationer och handlar ej heller om mecenatskap. Sponsring innebär att parterna frivilligt väljer varandra.<sup>14</sup>

En definition som definitivt skiljer sig från de övriga är den förklaring som Regeringsrätten ger:

Med sponsring förstås i regel att ett företag lämnar ekonomiskt stöd till en annan verksamhet av idrottslig, kulturell eller annars allmän nyttig natur.

---

<sup>13</sup> Kultur och Näringsliv är en förening med fokus på kultursponsring.

<sup>14</sup> Grönkvist, Uno (2000). *Sponsring & Event marketing*. s.10

Grönkvist skriver att denna definition visar hur domstolar och skattemyndigheter lever kvar i tron att sponsring mest handlar om ensidigt stöd. Det är mot den bakgrunden som det ständigt pågår en kamp om avdragsrätten för denna verksamhet.<sup>15</sup>

Fundraising är ett engelskt begrepp för att samla in bidrag i form av pengar eller andra resurser, vanligtvis till ej vinstdrivande verksamhet. En exakt översättning till svenska saknas. På Stockholms Universitets Näringslivssektions webbsidor kan man läsa att fundraising är ett samlingsbegrepp som omfattar både och sponsring i form av kommersiella avtal mellan två parter och gåvor utan krav på motprestation<sup>16</sup>.

## 1.6 Avgränsningar

Vi har i våra teoretiska utgångspunkter bland annat kort belyst kulturpolitik. Vi har dock inte för avsikt att undersöka hur politiker ser på sponsring av bibliotek. Anledningen till det är att uppsatsen är begränsad både tids - och omfångsmässigt.

Som vi tidigare nämnt kände vi endast till ett bibliotek som var sponsrat, då det har uppmärksammats för detta i media. Biblioteket Rum för Barn finns i Kulturhuset, Stockholm, och är sponsrat av företaget Åhléns. Vi har i vår undersökning dock valt att inte undersöka detta sponsringssamarbete då det har behandlats i uppsatsen av Sandra Bonassi. Bonassi redogör grundligt om dess verksamhet och deras sponsringssamarbete med Åhléns vilket genererade i att Kulturhuset kunde finansiera och förverkliga sin vision av ett nytt barnbibliotek.

---

<sup>15</sup> Ibid.s.10

<sup>16</sup> [www.su.se](http://www.su.se)

## 2. Tidigare forskning

I detta kapitel kommer vi att presentera den tidigare forskning som vi hittat kring ämnet bibliotekssponsring vilket visade sig vara relativt utforskat, men däremot upptäckte vi att kultursponsring i allmänhet är ett område som det har forskats betydligt mer om. Emellertid hittade vi en uppsats som handlade om kultursponsring på folkbibliotek och en som behandlar kultur och kultursponsring vilka båda hamnar inom vårt valda ämnesområde. En tredje magisteruppsats visade sig vara användbar för oss då den behandlade en del av de frågor som vi själva har ställt oss.

Susann Moritz har i sin magisteruppsats belyst sponsring av kultur genom att undersöka ett samarbete mellan Malmö stadsbibliotek och Sparbanksstiftelsen Skåne. Hon tar bland annat reda på vilket syfte och målsättning de två parterna har med sponsring och vidare vilka fördelar och risker som kan finnas med sponsring.<sup>17</sup> I vilken omfattning sponsring i Sverige förekommer är svårt att exakt fastställa då det både rör sig om olika sponsringsområden och på grund av att det inte finns någon entydig definition av sponsring. Moritz har tagit reda på att den årliga omsättningen för år 2000 på den svenska reklammarknaden uppskattades till ca 47 miljarder varav sponsringsinvesteringarna utgjorde ca 2.5 miljarder. Cirka 60-65 procent innefattade idrottsområdet och endast 15-20 procent inbegrep kulturområdet.<sup>18</sup> Enligt Moritz så är sponsring inte så vanligt förekommande på svenska folkbibliotek utan endast 2.3 procent av bibliotek och arkiv är sponsrade.<sup>19</sup>

Trenden tycks gå mot att kultur, social och humanitär sponsring ökar medan sponsring av idrott minskar. Hon nämner några orsaker till denna förändring och minskningen av idrottssponsring kan bero på att de tappat sin image genom alla dopingskandaler. Däremot ses kulturen som något positivt att associeras med, och att företagen vill ta ett ökat samhällsansvar och framställa sig som goda medborgare. En annan orsak kan vara att de offentliga medlen minskar och kulturinstitutioner tvingas söka andra anslag för sin verksamhet.<sup>20</sup> Motivet för sponsring är enligt Moritz det ekonomiska behovet som kulturinstitutioner har samt att sponsring genererar ett ökat kontaktnät och vidare är det också ett sätt att nå nya målgrupper.<sup>21</sup> Sponsringens fördelar överensstämmer i stor grad med motiven. När det gäller riskerna med sponsring menar Moritz att det är viktigt att tänka på den etiska aspekten. Om inte samarbetspartnern står för likvärdiga värderingar som kulturinstitutionen har finns risk för trovärdighetsproblem. Man måste som kulturinstitution värdera sin verksamhet rätt så att man inte säljer sig för billigt. En annan risk då de offentliga anslagen ibland endast räcker till fasta kostnader är att det uppstår ett beroende av externa medel för att kunna driva sin verksamhet.<sup>22</sup> Moritz visar i sin fallstudie av samarbetet mellan Malmö Stadsbibliotek och Sparbanksstiftelsen Skåne att Stadsbiblioteket fick drygt en miljon kronor fördelat på tre år. Dessa ekonomiska resurser var avsedda att finansiera två projekt varav det ena förstärker utbudet av nya böcker medan det andra bidrar till ökad informationstillgång för mikroföretag.<sup>23</sup>

---

<sup>17</sup> Moritz, Susann (2002:90). *Gratis pengar? Om sponsring av kultur*.s.4

<sup>18</sup> Ibid.s.15

<sup>19</sup> Ibid.s.6

<sup>20</sup> Ibid.s.13

<sup>21</sup> Ibid.s.16

<sup>22</sup> Ibid.s.20

<sup>23</sup> Ibid.s.51

Magisteruppsatsen av Sandra Bonassi är relevant att ha med som tidigare forskning då författarens syfte med studien är att undersöka kultursponsring på folkbibliotek. Det är i huvudsak den modell som Bonassi använder sig av för att analysera valda dokument som är av intresse för vår uppsats. Det hon framförallt är intresserad av är vilka kulturpolitiska idéer som kommuniceras till omvärlden. För att få reda på det undersöker hon tre olika kulturpolitiska relevanta dokument på internationell, nationell och lokal nivå.<sup>24</sup> De dokument som hon tagit fasta på är *UNESCO Public Library Manifesto* (1994) på internationell nivå, Kulturpropositionen 1996/97:3 på en nationell nivå och Biblioteksverksamhet i Stockholms stad – en strategisk biblioteksplan (2002) på en lokal nivå.<sup>25</sup> För att kunna analysera dessa dokument har hon utgått från Dorte Skot Hansens modell över den kulturpolitiska utvecklingen sedan 1960-talet. Dock har Bonassi skapat en egen variant av modellen där hon bland annat bytt ut instrumentell argumentationslinje mot marknadsekonomisk linje.<sup>26</sup> Utvecklingen har gått från upplysning med humanistiska bildningsideal till upplevelse med marknadsanpassade kulturarrangemang.<sup>27</sup> Bonassi har sökt efter utsagor, det vill säga idealtyper, om kulturpolitik som kan kategoriseras enligt den humanistiska, sociologiska eller marknadsekonomiska argumentationslinjen.<sup>28</sup>

Bonassi kom fram till att *UNESCO Public Library Manifesto* innehöll idealtyper ur både den sociologiska och den humanistiska argumentationslinjen. Där fanns idealtyperna utbildning, upplysning, demokrati, hela befolkningen ur den humanistiska argumentationslinjen och uppsökande verksamhet, aktivt deltagande ur den sociologiska argumentationslinjen. Detta visar att manifestet genomsyras av demokratitanken där folkbibliotekens viktiga uppdrag att upprätthålla demokratiska värden i ett samhälle lyfts fram. Manifestet innehöll däremot inga idealtyper ur den marknadsekonomiska linjen.<sup>29</sup> Synliggörande och ekonomisk tillväxt, underhållning och upplevelse, profilering och marknadsföring är bland annat de idealtyper som befinner sig i det marknadsekonomiska fältet. Dokumentet *Kulturpropositionen 1996/97:3* domineras av idealtyper ur den sociologiska linjen. Det fanns fler idealtyper ur den marknadsekonomiska linjen än ur den humanistiska.<sup>30</sup> Bonassi fann att dokumentet *Biblioteksverksamhet i Stockholms stad – en strategisk biblioteksplan* var det dokument som innehöll flest idealtyper ur den marknadsekonomiska linjen och det omfattades även av en lika stor andel idealtyper ur den sociologiska argumentationslinjen.<sup>31</sup>

Karin Häll har i sin magisteruppsats gjort en diskursanalys om möjligheterna att spåra en förändring i förhållningssätt när det gäller finansiering av kultur och kultursponsring. Hennes syfte med uppsatsen var att ta reda på hur den statliga kulturpolitiken och dess förhållningssätt till finansiering av kultur framstår vid tiden för målformuleringarna på 1970- och 90- talen. Vidare gör hon en mer generell analys av förändringar och utveckling av kulturpolitiken under dessa perioder.<sup>32</sup> För det första slår hon fast att begreppet

---

<sup>24</sup> Bonassi, Sandra (2008:13). *Kultursponsring på folkbibliotek - en ideologikritisk analys av kulturpolitiska dokument*. s.3

<sup>25</sup> Ibid. s.47

<sup>26</sup> Ibid.s.22

<sup>27</sup> Ibid.s.13f

<sup>28</sup> Ibid.s.28

<sup>29</sup> Ibid. s.31

<sup>30</sup> Ibid.s.35

<sup>31</sup> Ibid.s.40

<sup>32</sup> Häll, Karin (2003:86). *Kultursponsring och kulturfinansiering - En undersökning av diskursiv förändring i fyra statliga kulturpolitiska dokument*. s.1

kultursponsring slog igenom först på 1980- talet även om själva företeelsen förekom redan tidigare.<sup>33</sup> Häll redogör för kultursponsringens omfattning men finner dock att det är svårt att hitta tillförlitlig statistik då kulturinstitutioner har olika sätt att redovisa.

Det hon kom fram till var att 320 kulturinstitutioner 1999 mottog någon form av sponsring och det sammanlagda värdet av sponsringen var 206 miljoner kronor. Motiven för sponsring ur de sponsrades perspektiv var ekonomiska behov, marknadsföring av verksamheten samt att kunna nå ut till nya grupper genom den tillgång man får som nya kanaler och kontaktnät. Ofta är sponsringen ett sätt för kulturinstitutioner att få resurser till projekt som inte hade kunnat genomföras med den budget som staten tilldelar verksamheten.<sup>34</sup> Hennes slutsats var att det fanns uppenbara skillnader i sjuttioalets och nittiotalets diskurs. Den förstnämnda perioden präglades av tvivel gentemot kommersiell kultur till skillnad mot den senare perioden där kulturpolitiken verkar närma sig, både språkligt och i praktiken, det kommersiella kulturområdet på ett sätt som inte tidigare varit möjligt. Hon menar att både sjuttioalets och nittiotalets diskurser är mycket instrumentellt motiverade och synen på kultur är att den har ett instrumentellt värde, men diskursen har olika mål. Under sjuttioalet var synen den att kulturen och kulturpolitiken skulle vara ett medel för att skapa ett jämlikare välfärdssamhälle medan det under nittiotalet präglades av en kultursyn som inbegrep skapandet av ekonomisk utveckling och marknadsföring av ett område.<sup>35</sup>

---

<sup>33</sup> Ibid.s.4

<sup>34</sup> Ibid.s.12f

<sup>35</sup> Ibid.s.47

## 3. Teoretiska utgångspunkter

### 3.1 Bibliotekens roll i samhället

Joacim Hanssons ser folkbiblioteken som en central folkbildningsinstitution där individuell och kollektiv bildning kan förverkligas i en kulturellt stimulerande miljö.<sup>36</sup> Informationsteknologin är ett viktigt redskap för såväl folkbildningen och biblioteken. Dock gäller det att alla får del i den nya teknikutvecklingen om den ska fungera som redskap i en förnyad, kunskapsbaserad demokrati.<sup>37</sup> I dagens kunskapsamhälle finner folkbiblioteken sin lokala roll genom att förse människor med information skriver Hansson. Information ska vara fritt och utan på förhand givna krav på vad de ska göra med den. Folkbiblioteken håller på att omvandlas till instrumentella utbildningsbibliotek då människor idag i allt större utsträckning studerar och får givna uppdrag från utbildningsinstitutionerna. Hansson menar att folkbiblioteken alltid har befunnit sig i spänningsfältet mellan bildning och utbildning. Bibliotekets roll som en brygga mellan socialgrupper och som verktyg för samhällets strävan att minska sociala klyftor har dock lyst igenom alltsedan Valfrid Palmgren presenterade bibliotekets visioner vilka var just att se biblioteket som ett rum där alla klasskillnaderna upphör.<sup>38</sup>

Hansson relaterar till den brittiske sociologen Anthony Giddens som påvisar att det finns två typer av uteslutning som är synlig i samhället idag och som riskerar att befästa ett utanförskap som hotar kunskapsamhällets möjliga demokratiutveckling som i första hand bygger på frivillig strävan efter jämlikhet. De två slag av uteslutning som Giddens menar är för det första utestängningen av de mest underprivilegerade grupperna i samhället som av olika orsaker inte är kapabla att delta i det aktiva lokalsamhället vilka också de som har den minsta vanan vid informationsteknologi och datorer. För det andra finns utestängning av samhällets ekonomiska och intellektuella toppskikt som själva väljer att leva åtskilda från samhället i övrigt, exempelvis de som köper sig förbi offentliga utbildningssystem och vårdköer. Dessa har en stor informationsteknologisk rörlighet och det fysiska lokalsamhället är av mindre vikt för dessa människors vardag. Hansson menar att det blir nödvändigt att utnyttja de av politikens redskap som ännu står till buds för att skapa förutsättningar för livaktiga lokalsamhällen där inkluderingsmekanismer byggda på människors frivilliga strävan efter jämlikhet, mening och identitet kan utvecklas och stärka medborgarna i deras vardag. Hansson anser att just folkbiblioteken har varit mycket framgångsrika i stödandet av en sådan utveckling.<sup>39</sup>

Göran Greider menar att huvudansvaret för folkbiblioteken ligger i att ge en grund för att demokratin fungerar. Det innebär förutom ett ansvar för skönlitteraturen också att folk ska kunna gå till biblioteket för att ta reda på vad som sker i rikspolitiken eller i kommunen, få fram lagförslag, offentliga utredningar och så vidare. Greider anser att biblioteket också är den plats i demokratin där en sorts allmänintresse bör råda. Före andra världskriget drevs de flesta bibliotek i frivillig regi. Arbetarrörelsen hade sina bibliotek andra organisationer sina. Då möttes inte världarna men på dagens bibliotek möts de oftare än man kan tro. Den dag privata eller frivilliga organisationer tar över biblioteken skulle den gamla ideologiska segregationen återvända. På ett offentligt bibliotek kan mångfalden garanteras. Bibliotekskrisen är rätt och slätt en ekonomisk kris

<sup>36</sup> Hansson, Joacim (2005). *Det lokala folkbiblioteket – förändringar under hundra år*. s.11

<sup>37</sup> *Ibid.*s.16

<sup>38</sup> *Ibid.*s.40ff

<sup>39</sup> *Ibid.*s.16

menar Greider och påstår att det är bra för bibliotekarier att ha vissa samhällsekonomiska perspektiv i åtanke. Med det menar han att det ligger en fara i att man annars börja tänka att det måste gå att spara på något annat än just den här verksamheten och förvandlas därmed, mot sin vilja, ofta till kamrerernas allierade. I själva verket borde det inte sparas någonstans, alla verksamheter borde få mera anslag.<sup>40</sup>

I diskussionen om folkbibliotekens roll i samhället har kampen under 80-talet stått mellan kulturförmedlare eller informationsförmedlare. När de politiska vindarna blåser mot teknologi och marknad så förväntas bibliotekarierna omedelbart utveckla nya strategier som överrensstämmer med den politiska konjunkturen. Biblioteksarbetet har således blivit en fråga om politisk legitimitet enligt Vestheim i Skot-Hansen och Andersson. Vidare refererar de till en svensk forskare Romulo Enmark vars kritik av den svenska bibliotekspolitikerna främst handlar om att begreppet information vinner mer kraft i biblioteksvärlden därför att det verkar mer neutralt än det bekanta kulturelaterade begreppet bildning och folkkupplysning.<sup>41</sup> Folkbiblioteken bör med hänsyn till det lokalsamhälle, som de är en del av, profilera sig i förhållande till funktionen som kulturcentrum, kunskapscentrum, informationscentrum och socialt centrum. Det hela handlar enligt Skot-Hansen och Andersson om att ta ställning till den grundläggande frågan hur man kan styrka biblioteket som en resurs i det lokala samhället.

En annan fråga de undersöker i sin rapport är hur folkbiblioteket är placerat i den kommunala kulturpolitiken.<sup>42</sup> De kommer fram till att biblioteken inte är en statisk organisation som en gång för alla har definierat sig i förhållande till lokalsamhället utan det ingår i skiftande samarbetsrelationer och i lokala nätverk som konstant ändrar sig. Det lokala biblioteket måste finna sin plats i detta skiftande mönster och ska definiera sig tydligt i förhållande till de många krav som ställs. Det handlar om bibliotekets samarbete och profil i lokalsamhället och dess förmåga att ingå som en dynamisk faktor i lokalsamhällets utveckling. Biblioteket upplevs som en kulturinstitution och när det gäller bibliotekets lokala förankring så är samarbetet med kulturområdet och den sociala delen det som dominerar. Samarbetet med utbildning utgör bara en liten del och med näringslivet ännu mindre.<sup>43</sup> Varje enskilt bibliotek behöver i samspel med de lokala politikerna och användarna finna sin profil och synliggöra den i sin verksamhet i form av material, erbjudanden, arrangemang, förmedling och marknadsföring.<sup>44</sup> Enligt Skot-Hansen och Andersson så har det skett en rejäl nedgång när det gäller ekonomiska resurser till biblioteksverksamheter samtidigt som folkbiblioteken inte prioriteras i så hög grad i kommunernas samlade kulturutgifter. Däremot får musik, teater och museer mer av kulturpengarna. Kommunerna har valt att prioritera de verksamheter som syns mer i kultursammanhang och ur den aspekten så är inte folkbiblioteken så intressanta. Författarna avslutar sin rapport med orden:

Biblioteket kan ikke overleve som en isoleret ø i det kommunale magtspil. Det må i højere grad gøre sig synligt på den kommunale scene.<sup>45</sup>

---

<sup>40</sup> Greider, Göran (2000). *Biblioteket, demokratin och kulturen*. s.91ff

<sup>41</sup> Dorte, Skot-Hansen & Andersson, Marianne (1994). *Det lokale bibliotek-afvikling eller udvikling*. s.12f

<sup>42</sup> *Ibid.*s.15

<sup>43</sup> *Ibid.*s.256f

<sup>44</sup> *Ibid.*s.259

<sup>45</sup> *Ibid.*s.261

## 3.2 Kultursponsring

Lars Peterson undersöker bland annat vad kultursponsring betyder i demokrati - och rättviseperspektiv samt vilken kultur som stärks genom kultursponsringen. Han skriver att kultursponsring av elitkulturen är en ny företeelse i Sverige, nämligen ett 80-talsfenomen. Sponsring har däremot förekommit i kanske femton år både som begrepp och företeelse inom elitidrottens.<sup>46</sup> Han menar vidare att om man ska kunna ta ställning till fenomenet kultursponsring och förstå dess yttersta verkan bör man också ta ställning till begreppet kultur. Det har med människosynen och i en djupare mening med demokrati att göra hur man definierar begreppet kultur. I huvudsak förekommer det tre definitioner och den ena är den definition som blir liktydig med konstarna det vill säga kultur är endast vad konstnärer har skapat och deras produkter är kulturen. Den andra definitionen sätter likhetstecken mellan kultur och tankemönster medan den tredje bygger på föreställningen att kultur ses som den totala livssituation som människan befinner sig i.<sup>47</sup>

Är då kultursponsringen en odemokratisk kraft frågar sig Peterson och menar att den i alla fall göder en elitism inom kulturinstitutionerna. Kultursponsringen ger dem råg i ryggen som saknar ambitioner att demokratisera kulturlivet. Med det menar han att förutsättningarna måste öka för människors möte med konst och göra alla människors kulturbehov till en angelägenhet för kulturinstitutionerna. Kultursponsringen förstärker också kulturella tolkningsföreträden och hegemonier samt plussar på redan gynnade och privilegierade grupperns livskvaliteter.<sup>48</sup> Enligt Peterson så menar sponsorerna i sitt strategiska tänkande att det inte ska satsas på kulturprojekt vars kvalitet kan ifrågasättas därmed blir begreppet kvalitet väldigt utmärkande i sponsringssammanhang. Det gemensamma för försvararna av elitkulturen och näringslivets höjdare är att de vill försöka hindra varje antydning av social definition av kulturen. Båda grupperna vill hävda att det enbart handlar om kvalitet och inte om ojämlik social fördelning och social giltighet.<sup>49</sup>

En viktig skillnad mellan statliga och kommunala kulturanslag och företagens reklam-pengar till sponsring inom kulturen är att de förra fördelas av folkvalda som är ålagda ett kulturpolitiskt ansvar som kan avkrävas dem. Dock har inte kulturpolitikerna visat någon större vilja att omsätta de kulturpolitiska målen i praktiken. Peterson pekar på tre viktiga områden när det gäller insatser inom kulturpolitiken. För det första ska många krafter samverka för en stark opinion vilket sätter press på kulturpolitikerna och cheferna vid de kulturella institutionerna så att de kan ta de kulturpolitiska målen syften på allvar. Vidare är satsning på forskning och kulturpolitiskt och kulturpedagogiskt utvecklingsarbete ett viktigt område och sist menar Peterson att det är angeläget att ta ett steg mot ett kulturellt välfärdssamhälle för alla. Uttrycket har han hämtat från Kulturrådets förslag till handlingsprogram för kulturverksamheter på arbetsplatserna. Syftet med detta utvecklingsarbete var att engagera nya grupper i kulturaktiviteter och då bygga på arbetsgemenskapen. Om kulturverksamhet ska kunna bli en angelägenhet för alla Sveriges medborgare måste det till entydig kulturpolitisk markering annars tycker Peterson att man lika gärna kan låta företagen ta det fulla ansvaret för finansiering av elitkulturen för elitpubliken.<sup>50</sup>

---

<sup>46</sup> Peterson, Lars (1988). *Det kulturella kapitalet – kritik av kultursponsringen*.s.11

<sup>47</sup> Ibid.s.27f

<sup>48</sup> Ibid.s.219

<sup>49</sup> Ibid.s.224

<sup>50</sup> Ibid.s.226ff



I kulturpolitisk tidskrift från 1995 finns en artikel skriven av Carin Adlén i vilken hon bland annat skriver att det från mitten av 1980 – talet både skrivits och debatterats mycket om näringslivets kultursponsring. Eftersom Sverige sedan länge har ett system som till stor del byggt på att stat, kommun och landsting står för finanserna i kultursektorn gjorde det att Sverige redan från början tappade mark gällande sponsorsatsningar på kulturområdet. Det är först nu som Sverige kan mäta sig med övriga Europa rörande större sponsorsatsningar inom kultursektorn. En undersökning av olika länders kulturpolitik gjordes för några år sedan av Europarådet. Kritik på flera punkter riktades mot Sverige och en av anmärkningarna var att den svenska staten borde minska sitt ekonomiska ansvar och leta efter andra lösningar som till exempel sponsring från näringslivet. I takt med att intresset för kultursponsringen ökade uppstod heta debatter. Näringslivets satsningar på kultur ifrågasattes gällande styrning och hot mot integriteten. Detta genererade självfallet att företag ibland tvekade att gå in som sponsor när näringslivet anklagades för att utgöra ett hot mot kulturinstitutionerna. Debatten präglades av okunskap och blev därmed mycket osaklig då begrepp som sponsring, välgörenhet och mecenat-skap blandades ihop.

Efter ett studiebesök i England bildades en grupp som kom att kallas Londongruppen. Gruppens medlemmar blev både imponerade och inspirerade av det engelska näringslivets engagemang på kulturområdet och dess föredömliga handläggning av sponsring av kulturprojekt. 1988 bildades Föreningen Kultur och Näringsliv och deras syfte var i första hand att fungera som ett samarbetsforum för kultursponsring och uppmuntra företag att satsa på kulturprojekt. Även om allt färre framhåller att staten ska ha monopol på kulturfinansieringen så får det inte bli så att staten fräntas sitt kulturansvar då faktum är att kulturinstitutionernas basverksamhet är det allmännas uppgift. Sponsring ska ses som ett komplement som möjliggör kulturprojekt som annars aldrig skulle bli av.<sup>51</sup> Ur den sponsrade kulturinstitutionens perspektiv är motivet för sponsring framförallt ett resurstillskott men möjligheten att också inhämta användbar kunskap som sponsorn besitter är givetvis ännu ett motiv. Kultursponsringen har från att ha regerat i storstäderna förflyttats alltmer till mindre orter av den anledningen att insikten om ett rikt kulturliv bidrar till att göra den egna regionen på orten mer attraktiv. Adlén avslutar sin artikel med orden ”Sponsring av kultur innebär en viktig stimulans i relationen mellan näringsliv och kultur och har definitivt kommit för att stanna”.<sup>52</sup>

Kultursponsringen har enligt Uno Grönkvist medvind runt om i världen. Den största ökningen sker utanför de stora städerna. Det som fortfarande talar emot kultursponsring är den bristande synligheten. Idrotten blir mer intressant för företag då exponeringen är större vid evenemang av sportkaraktär. De företag som sponsrar kultur eftersträvar främst goodwill och imageöverföring. Dock försvåras arbetet för kultursponsorerna att ha sådana förväntningar på sig som att bara anas och inte synas så mycket.<sup>53</sup>

---

<sup>51</sup> Adlén, Carin (1995). Har kultursponsring kommit för att stanna i Sverige? s.24ff

<sup>52</sup> Ibid.s.27f

<sup>53</sup> Grönkvist, Uno (2000). *Sponsring & Event marketing*.s.68f

### 3.3 Kulturpolitik

Dorte Skot – Hansen resonerar kring den rådande kulturdebatten och dess kritik som kommit att transformeras till att hela världen har blivit ett stort kulturmaterial. Hon hävdar att gränserna sinsemellan olika kulturformer har blivit otydligare. Kulturen har blivit en mix och konst och kultur har blivit ett sammelsurium i den härskande kulturpolitiken. Skot Hansen presenterar vidare i sin artikel tre rationaler eller grundstrategier inom kulturpolitiken som skildrar kulturpolitikens utveckling sedan 1960 – talet och framåt. 1960-talets kulturpolitik utmärktes av den humanistiska rationalen där utbildning och upplysning skulle stärka den demokratiska processen. På 1970-talets mitt kom kulturpolitiken att präglas av den sociologiska strategin där frigörelsen för undertryckta grupper i samhället var ett av de kulturpolitiska målen.<sup>54</sup> Enligt Skot Hansen präglades 1980-talet av en mer instrumentell syn där ekonomisk utveckling stod i fokus. Hur väl man lyckades kom att bero på graden av synliggörande. Marknaden styrde och kulturstöd ersattes med kulturinvesteringar och sponsorstöd ersatte offentliga medel vilket skulle generera i en mer global förankring samtidigt som det blev en måttstock för professionalism och kvalitet. Allmänheten blir kunder i den marknadsekonomiska sfären där kulturpolitiken profilerar sig. Med kulturens hjälp skulle det sociala och politiska området utvecklas. Kulturpolitiken riktade sig mot olika segment eller livsstilar bland samhällets invånare. Vissa kulturstäder skapade sig en positiv image genom prestigefyllda projekt vilket blev ekonomiskt kännbart för kommunerna då projekten krävde finansiering. Den person som ska finna en väg i labyrinten av finansieringsmöjligheter är *kaos-piloten*. Skot-Hansen förklarar att det är en person som ska kunna formulera ansökningar och kunna samarbeta med sponsorer, kulturbyråkrater, institutioner och föreningar<sup>55</sup>.

Skot-Hansen påtalar en risk för kulturinstitutionerna och inte minst folkbiblioteken som kan komma i kläm i den rådande kampen om att vara synliga och användbara på den kulturella arenan<sup>56</sup>. Idag finns det behov för en ny vision där kulturpolitiken medvetet ska ha dialog med den verklighet vi lever i. Kulturpolitiken måste finna en balans mellan globala och lokala influenser och kulturen ska först och främst fungera som ett redskap i vårt identitetsarbete. Kulturen måste bli ett fält som individen söker upp av egen lust. Skot-Hansen ställer sig kritisk till den instrumentalistiska politik där upplevelser har prioriterats framför upplysning.<sup>57</sup>

### 3.4 Motiv för sponsring

När det gäller kulturinstitutionernas motiv och behov av sponsring så har det enligt Bengt Lidström framkommit att tidigare undersökningar visar att idrotten är ekonomiskt beroende av sponsring för att överleva, medan kulturen utnyttjar sponsring för verksamhet utanför den ordinarie budgeten. Hans undersökning visar däremot att en påfallande stor del av kulturinstitutionerna är beroende av sponsringsintäkter för sin basverksamhet. Behovet av sponsringsmedel ökar i takt med att det offentliga stödet minskar

Det har visat sig att kulturinstitutionernas motiv för sponsring inte sammanfaller med näringslivet. Kulturinstitutionerna har inte lyckats klargöra att kulturen inte enbart är en tärande verksamhet utan ger både direkta och indirekta ekonomiska fördelar tillbaka.

---

<sup>54</sup> Skot-Hansen, Dorte (1999). *Kultur til tiden – strategier i den lokale kulturpolitik*.s.12f

<sup>55</sup> Ibid.s.14ff

<sup>56</sup> Ibid.s18

<sup>57</sup> Ibid.s.20ff

Lidström menar att kulturinstitutionerna verkligen borde betona sitt verkliga värde i förhandlingarna med sponsorerna.<sup>58</sup>

Det direkta bidraget sker i form av de intäkter kulturinstitutionerna genererar vilket kommer näringslivet i omgivningen tillgodo. Den indirekta effekten består av kulturinstitutionernas betydelse för stadsförnyelsen, den långsiktiga tillväxten och differentieringen av den lokala arbetsmarknaden. Detta innebär att näringslivet får mycket tillbaka från den kulturella verksamheten.<sup>59</sup>

---

<sup>58</sup> Lidström, Bengt (1998). *Det svenska kulturlivet och kultursponsring*. s.58

<sup>59</sup> *Ibid.*s.11

## 4. Metod

Det finns olika metoder att använda sig av när man i sin undersökning ska samla in och analysera data. De metoder som avses är kvalitativa respektive kvantitativa metoder och enligt Bryman finns grundläggande skillnader mellan dessa forskningsstrategier. Den epistemologiska inriktningen vid kvantitativ forskningsstrategi betonar kvantifiering vid insamling och analys av data medan kvalitativ forskningsstrategi oftast lägger större vikt vid ord och fokus läggs på hur individer uppfattar och tolkar sin sociala verklighet.<sup>60</sup> För att få fram data på vilka bibliotek som faktiskt är sponsrade så använde vi oss av kvantitativ metod då syftet var att ta reda på hur många bibliotek som var aktuella för vår undersökning. Vi valde att ställa frågan via e-post huruvida biblioteket i fråga var sponsrat eller inte. Svaren vi fick gav oss fakta på hur många existerande sponsrade bibliotek det fanns och vilka som var angelägna för oss i vår undersökning. Då det med utgångspunkt i uppsatsens syfte framgår att vi är intresserade av hur biblioteken tänker kring sponsring och vilka föreställningar de har om bibliotekens roll i samhället använder vi oss av den kvalitativa metoden för att försöka få en förståelse för hur biblioteken ser på dessa frågor.

Den empiriska undersökningen har gjorts med hjälp av frågor som vi utförde utifrån en intervjuguide via e-post till respondenterna vid de valda biblioteken. Skälet till att vi valde intervjuer via e-post beror dels på att de bibliotek som svarade att de använde sig av sponsring låg utspridda över landet och tid och pengar fanns inte till att utföra intervjuerna på plats. Dels ville vi att respondenterna skulle få möjlighet att i lugn och ro besvara frågorna och ta sig tid till att söka upp den eventuella information som frågorna krävde. I vårt brev med de bifogade intervjufrågorna framgick också att vi kanske behövde återkomma för eventuella följdfrågor. Tillvägagångssättet gav oss dessutom möjlighet att reflektera över svaren och fundera över om ytterligare frågor behövs ställas.

Ett annat alternativ till intervjuform kunde ha varit att ställa frågorna utifrån vår intervjuguide via telefon.

### 4.1 Tillvägagångssätt

Vår undersökning inleddes med att vi tog kontakt med Biblist vars syfte är att vara ett forum för nyheter och samråd mellan anställda och andra intresserade i nordiska bibliotek.<sup>61</sup> Vår förhoppning med denna kontakt var att de kanske kunde hjälpa oss att hitta bibliotek i Sverige som är sponsrade. Vi började med att lägga ut frågan om det fanns någon som visste hur vanligt det är med sponsring på svenska folkbibliotek idag och vem man kunde vända sig till i frågan. De svaren vi fick indikerade på att de flesta är mycket intresserade av just den här typen av finansiering men att kunskapen saknas eller att frågan är för kontroversiell. Vidare skickade vi ut frågan om huruvida folkbiblioteken är sponsrade eller inte, till länsbiblioteken i Sverige med tanken att de kanske

---

<sup>60</sup> Bryman, Alan (2006). *Samhällsvetenskapliga metoder*. s.34f

<sup>61</sup> BIBLIST inrättades 1993 och har till syfte att vara ett forum för nyheter och samråd mellan anställda och andra intresserade i nordiska bibliotek. Principen bygger på e-post. Brev eller inlägg som sänds till listan kopieras och distribueras automatiskt till alla prenumeranter.

kände till hur det förhöll sig inom det egna länet. Några visste och andra kunde inte alls besvara frågan. Fast beslutna att få statistik över sponsrade bibliotek gick vi vidare.

## **4.2 Urval**

Vi skickade ut e-post till 290 folkbibliotek, exklusive filialer i Sverige, som det enligt Svensk biblioteksforening finns. Vi ställde frågan om de använde sig av sponsring eller inte. 116 bibliotek svarade rakt av nej, 33 bibliotek svarade nej, men att de ägnade sig åt samverkan inom kommunen med lokala företagare såsom till exempel lån av material och dylikt. 125 bibliotek svarade inte alls. Avsikten med denna del av datainsamlingen var att identifiera bibliotek som använde sponsring, för i nästa steg göra en förfrågan om de var villiga att delta i vår undersökning. Denna urvalsstrategi kan betecknas som en form av "purposive sampling"<sup>62</sup> 16 bibliotek svarade ja och dem hörde vi av oss till. Av de 16 biblioteken var det 7 som kunde tänka sig att ställa upp i vår undersökning. Via e-post presenterade vi oss och berättade vår uppsats syfte och hörde efter om de kunde tänka sig att svara på frågor kring sponsring. Vi intygade i samma brev att vi kunde återkomma med förtydligande av eventuella oklarheter. Vi bifogade våra intervjufrågor för att de skulle kunna se vilka frågor det rörde sig om.

---

<sup>62</sup> Cohen, Louis, Manion, Lawrence, Morrison, Keith (2007). *Research Methods in Education*. S.114

## 5. Resultatanalys, slutsatser och diskussion

I detta kapitel kommer vi att redovisa undersökningen, slutsatserna och diskutera resultaten. För att besvara syftet med uppsatsen låter vi diskussionen föras utifrån våra frågeställningar:

- Varför är sponsring av biblioteksverksamheten ett intressant alternativ?
- Hur ser sponsringsprocessen ut?
- Vilka eventuella risker kan man se med sponsring – kan sponsring av verksamheten komma i konflikt med bibliotekens demokratiska uppdrag?
- Hur ser biblioteken på deras roll i dagens samhälle?

Vi väljer att namnge respondenterna för de utvalda biblioteken med siffror från ett till sju för att hålla våra respondenter anonyma. Alla bibliotek som är med i undersökningen är folkbibliotek i varierande storlekar.

### **5.1 Varför är sponsring av biblioteksverksamheten ett intressant alternativ?**

Bibliotek Ett anser att biblioteken inte längre kan fungera som isolerade enheter utan måste utvecklas i samverkan och i samarbete med externa parter och förklarar att arbetet med sponsring eller fundraising som detta bibliotek vill kalla det, är för dem en systematisk process som består av att identifiera, involvera, och utveckla de finansiella eller mänskliga resurser som ett projekt eller en verksamhet behöver för att nå sitt mål. På så sätt kan de utveckla verksamheten på ett sätt som inte hade varit möjligt med endast deras kompetens och deras egna resurser. Sponsringen syftar till att stärka biblioteket som nätverkande organisation samt till att skapa resurser för nyskapande utvecklingsinsatser.

Sponsringsfrågan är stor tycker bibliotek Två men intresset i kommunen är i nuläget litet. Biblioteket finner stort intresse av att föra en diskussion med kommunen då det skulle möjliggöra deras vilja att ta kontakt med näringslivet på ett helt annat sätt. Biblioteket menar att det då kommer att bli avgörande att skydda bibliotekets val av innehåll i verksamheten från påverkan och också att säkerställa en kontinuitet i sponsringsförhållandet. Bibliotek Två menar att kommunen behöver ha en sådan policy för att rätt kunna handskas med både donationer och annan form av sponsring.

Det är intressant men Sverige måste öppna upp mer för att jobba mot företag och andra organisationer menar bibliotek Tre. Man är tvungen att våga tänka nytt och de kommer själva att söka nya ”alternativa” vägar. De ser biblioteket som stora skyltfönster för viss sorts media och lånas det mycket på biblioteket så blir konsekvensen anser de att det köps mer ute i handeln på grund av att en del vill inte låna utan äga själv. Kan då biblioteken få sponsringar på vissa medier så vinner alla på det vilket är en anledning till att sponsring är intressant för dem.

Det är absolut inte nödvändigt med sponsring för deras överlevnad hävdar bibliotek Fyra utan menar att de har möjlighet att sätta gränsen vad gäller krav på motprestation då de antingen accepterar företagets motprestation eller inte.

Vid anordnandet av olika arrangemang blir sponsring ett intressant alternativ berättar bibliotek Fem och vidare hävdar bibliotek Sex att de inte nyttjar renodlad företags-sponsring utan tar emot gåvor vilket är mycket uppskattat från bibliotekets sida.

Bibliotek Sju anser att sponsring är att likna med att bygga avtal om partnerskap. Och en av fördelarna är att de får ett ekonomiskt bidrag som möjliggör de här verksamheterna och företaget tar också del av ortens kulturutbud. Deras sponsorer har heller inte ställt några krav på utbud eller verksamhet. Sponsorskap/partnerskap behöver följa det regelverk som skattemyndigheterna föreskriver berättar Sju. De tycker att man kan säga att delaktigheten ökar eftersom företagen får större insikt i kulturlivet.

### **5.1.1 Slutsats**

Vi har kommit fram till att fyra utav sju bibliotek anser att sponsring är intressant för dem av den anledningen att det gagnar ett gott samarbete med näringslivet. För två bibliotek så är sponsring intressant då det handlar om att organisera diverse arrangemang medan ett bibliotek enbart tar emot gåvor från olika givare.

### **5.1.2 Diskussion**

Bibliotek Ett väljer att kalla sitt samarbete för fundraising och bibliotek Sex poängterar att det handlar om gåvor och inte sponsring. Sponsring förknippas ofta med reklam och av den anledningen kan man anta att allmänheten och inte minst bibliotekspersonalen själva ser det som att sponsring har en negativ påverkan på bibliotekens trovärdighet. Vi tror att sponsring inom idrott och kanske även inom övrig kulturverksamhet är mer etablerat än bibliotekssponsring och kan därför vara accepterat i högre grad.

Susann Moritz har som vi tidigare nämnt påvisat bland annat ett motiv till varför sponsring kan vara av intresse nämligen att det genererar i ett ökat kontaktnät. Just nätverkandet är en av orsakerna till varför sponsring är intressant för några av våra bibliotek i vår undersökning, där ett av biblioteken också menar att sponsring dessutom främjar nyskapande utvecklingsinsatser. Att sponsring är intressant av ekonomiska aspekter framgår också, och då handlar det framför allt om möjligheter att anordna olika arrangemang och dylikt. Bengt Lidström hävdar som vi nämnt tidigare i uppsatsen att behovet av sponsorpengar ökar i takt med att det offentliga stödet minskar. Vad är det som gör att det ändå inte är fler av landets bibliotek som anammar alternativet sponsring? Av 290 tillfrågade bibliotek var det endast 16 bibliotek som svarade att de använde sig av sponsring varav nio av dem inte ville delta i vår studie. Vi tror att det kan ligga något i vad bibliotek Två säger angående kommunens intresse och avsaknad av policy hur man handskas med sponsringsfrågor.

Utifrån undersökningen så ser man att bibliotekens skäl till sponsring bland annat handlar om att utveckla samarbete med näringslivet. Ett viktigt argument för sponsring är att det kan komplettera den offentliga finansieringen och möjliggöra arrangemang och aktiviteter utöver den ordinarie verksamheten. Vi ser det dock som viktigt att sponsring förblir ett tillskott utöver den ordinarie budgeten och att biblioteken inte blir beroende av sponsring för den löpande verksamheten.

## 5.2 Hur ser sponsringsprocessen ut?

Bibliotek Ett har en väl genomarbetad plan innehållande idéer och önskemål om samarbetspartners, skriftliga avtal som innehåller mål och syfte dessutom framhävs vikten av att både verksamhet samt val av samarbetspartner ska passa ihop med bibliotekets värdegrund. Det är väsentligt att signalera pålitlighet och kvalitet anser respondenten.

Bibliotek Ett inledde intervjun med att förklara och klargöra att de har valt att kalla deras verksamhet fundraising och inte sponsring. Anledningen till detta är att de anser att begreppet fundraising bättre beskriver deras förhållnings- och arbetssätt med fokus på samarbete snarare än att bara ta emot pengar. De förklarar fundraising som ett partnerskap och att det bygger på gemensamma intressen och värderingar samt genererar fördelar för samtliga inblandade parter. De externa aktörerna stödjer biblioteket genom bidrag i form av till exempel pengar, tjänster, varor eller kompetens. Varje partnerskap är unikt och bibliotekets motprestation varierar därför beroende på omfattning och de olika aktörernas engagemang.

Bibliotek Ett berättar att mycket är på planeringsstadiet ännu, men deras modell förklarades med att en plan för fundraising görs för varje strategiperiod. I denna plan specificeras de områden som enligt strategin är prioriterade för fundraising. Idéer om fundraising kan också komma från personalen på biblioteket. Dessa idéer går via Ledarskap & Utveckling vidare till Ledningsgruppen där beslut fattas om hur de går vidare med idén. Om Ledningsgruppen beslutar att gå vidare med idén förs den in i planen som uppdateras en gång i halvåret. Vidare identifierar de önskade samarbetspartners. Deras biblioteks arbete med fundraising syftar till att stärka biblioteket som nätverkande organisation samt till att skapa resurser för nyskapande utvecklingsinsatser.

bibliotek Ett har följande mål för arbetet med fundraising:

- Generera resurser till bibliotekets utvecklingsarbete i form av pengar, tjänster, varor och kompetens.
- Genom strategiskt relationsarbete utöka bibliotekets kontaktnät och förutsättningar för långsiktiga samarbeten och partnerskap.
- Etablera biblioteket som en attraktiv samarbetspartner för såväl företag, frivilligorganisationer som andra offentliga verksamheter

All fundraising, både verksamhet samt val av samarbetspartner, ska ligga i linje med Stadsbibliotekets värdegrund samt signalera pålitlighet och kvalitet. Därför agerar bibliotek Ett som de själva beskriver det med suveränitet och integritet i alla externa samarbeten. Det innebär bland annat att biblioteket alltid förbehåller sig rätten att fatta beslut om innehåll och utformning av verksamhet som erbjuds i bibliotekets regi och samarbetar inte med företag eller organisationer som motsätter sig detta. Avtal tecknas inte heller om de innebär att en leverantör får exklusivitet rörande leverans av varor som på något sätt strider mot gällande upphandlingsregler för biblioteket.

Skriftliga avtal ska alltid upprättas oavsett ekonomisk omfattning eller om ersättning utgår i form av varor eller tjänster i stället för kontanta medel. Alla avtal ska kontrasteras av den ansvarige för fundraising och undertecknas av bibliotekarien eller motsvarande. Avtalet ska, förutom syfte och mål, reglera alla ekonomiska mellanhavanden och de motprestationer som är kopplat till detta. Avtalet ska också innehålla en klausul



om avtalets längd och villkor för uppsägning samt vilka rättigheter respektive part erhåller att utnyttja respektive varumärke.

Biblioteket får *inte* teckna avtal med:

- Företag eller organisationer vars verksamhet och framtoning står i konflikt med bibliotekets uppdrag och mål eller med den vision och värdegrund som verksamheten bygger på.
- Företag eller organisationer som bedriver verksamhet som uppenbart skadar människor, miljö eller bidrar till samhällsfarlig verksamhet
- Företag eller organisationer som diskriminerar anställda eller kunder på grund av t.ex. kön, sexuell läggning, etnisk tillhörighet, funktionshinder eller nyttjande av barnarbete.

Sponsringsprocessen hos bibliotek Två handlar enbart om spridda förfrågningar till näringsidkare om hjälp när de har speciella arrangemang berättar de. De tar upp ett exempel där förre Matnärahandlaren ställde upp med glögg vid jul; ett lokalt kondis har subventionerat bakelser och tårter, leksakshandlaren och bokhandlaren sponsrar ibland med priser till deras barnaktiviteter. I gengäld får de – ifall de vill ha – en lapp uppsatt där det står ”Bakelserna finns här tack vare vänligt stöd från Nordpolens Konditori” – eller motsvarande.

På frågan om hur sponsringsprocessen går till förklarar bibliotek Tre att de tar emot böcker till exempel från statens kulturråd varje år. Detta anser Tre vara en slags sponsring och därav anledningen till att de deltog i intervjun och svarade ja på frågan om de blev sponsrade eller inte. De anser att vi som intervjuare själva får avgöra om vi anser detta vara sponsring eller inte.

Bibliotek Fyra berättar att de själva tog initiativet med att ringa upp företaget och fråga om de kunde sponsra biblioteket. Biblioteket fick ett positivt svar och sponsorn krävde inte ens en motprestation som till exempel en väl synlig logga berättar bibliotek Fyra.

Bibliotek Fem berättar att när de har olika arrangemang så sponsrar lokala företag inte med pengar utan med produkter av olika slag. Det handlar aldrig, eller åtminstone ytterst sällan om att de blir sponsrade med pengar. Denna verksamhet började för flera år sedan då de anordnade skrivarläger då bistod lokala företag med olika produkter, både skrivmaterial och mat. Bibliotek Fem förklarar att sponsringen går till som så att när de ska ha något särskilt arrangemang frågar de helt enkelt runt bland företagen ifall de kan bidra med något. Och med det vill de förtydliga att det alltså är arrangemang som sponsras, inte mediebestånd, inventarier och dylikt.

Bibliotek Sex börjar med att understryka vikten av att förklara att det rör sig om gåvor. Vidare berättar de om att för många år sedan testamenterade en låntagare 200 000 kronor till böcker vid sin bortgång. Det var väldigt uppskattat av biblioteket. Först 2009 dök det upp igen. Denna gång som gåva från en privatperson och pengarna skulle användas till att köpa in Geline. I nuläget har bibliotek Sex Geline och betalar för detta själva. Ett sista exempel var en gåva från en döende föreläsningsförening som gav biblioteket sina kvarvarande medel på cirka 11 000 kronor. Det räckte till två föreläsningar däribland en med Bodil Jönsson. Renodlad företagssponsring förekommer inte på biblioteket Sex och de söker inte heller aktivt sponsring eller fikar efter bokgåvor. Men får de förslag så tar de det under övervägande.

När bibliotek Sju ska förklara hur sponsringsprocessen går till vill de börja med att berätta att bibliotek Sju är helt integrerat med något de kallar Allaktivetshuset så därför är det svårt att särskilja vad som är sponsring av just biblioteket. Men hittar ändå ett klart exempel, och berättar om ortens storindustri SSAB som sponsrar deras författarbesök. Sponsringen förhandlas då i samband med att kultursekreteraren gör ett avtal för kultursponsringen i stort, de avsätter då en viss summa för författarbesöken. I annonseringen är då SSAB's logga med. De kan också få ett visst antal fribiljetter. Bibliotek Sju anser att sponsring är att likna med att bygga avtal om partnerskap. De har också i samband med ett större familjeevenemang fått sponsring av Lions för att köpa in barn- och ungdomsböcker som de sedan delar ut gratis. Detta berättar Sju, görs via personliga kontakter. En etikett som talar om att boken är en gåva från Lions klistras då in i boken.

### **5.2.1 Slutsats**

Slutsatsen när det gäller sponsringsförfarandet vid våra undersökta bibliotek är helt klart att det skiljer sig avsevärt mellan de olika representanternas svar på hur förfarandet ser ut vid de olika biblioteken. Det är allt från en väl genomtänkt strategi till mer eller mindre planerade tillvägagångssätt. Själva sponsringsprocessen inleds i de allra flesta fall med att biblioteken själva tar kontakt med näringslivet.

### **5.2.2 Diskussion**

Det var intressant att få veta hur de olika bibliotekens förfarande såg ut vid själva sponsringsprocessen och framför allt att få ta del av så vitt skilda modeller för genomförande av sponsring. Vi tror att sponsringens omfattning kan vara en avgörande faktor för hur sponsringsprocessen ser ut. Bibliotek som använder sig av sponsring i större mått kräver kanske en mer genomtänkt strategi. De bibliotek som ägnar sig åt sponsring i lite mindre skala anser kanske att de inte behöver en policy. En annan omständighet som kan spela in är ortens storlek då det på en mindre ort är lättare att ta kontakt med näringslivet. Biblioteken känner väl till sina sponsorer och några styrdokument ses inte som nödvändiga. Som bibliotek Sju påpekar, så sköts mycket via personliga kontakter.

Vår studie visar att begreppet sponsring inte är ett entydigt begrepp, utan att det i praktiken kan stå för en rad olikartade företeelser. Av sju bibliotek var det endast ett bibliotek som hade en genomtänkt strategi för hur det skulle gå till vid sponsringsförfarandet. En mer vanlig modell var att sponsringen bestod av enstaka insatser där lokala företag bidrog med pengar eller varor och där bibliotekets motprestation bestod i att presentera företagets namn och/eller logotyp.

Ur studien framkom också att vid sidan av begreppet sponsring så förekommer också begrepp som fundraising, donationer samt gåvor. Dessutom är välgörenhet närbesläktat med de tidigare begreppen. Då det visade sig genom vår undersökning att det bakom bibliotekssponsring kan dölja sig vitt skilda fenomen så ser vi ett behov att tydligare definiera begreppen och klargöra relationerna mellan dem. Det är anmärkningsvärt att det amerikanska begreppet fundraising används i svenska sammanhang trots att det är svårt att hitta en förklaring till begreppet på svenska.

Vi menar att det är en stor skillnad mellan å ena sidan bibliotek som lägger upp långsiktiga planer för sponsring och aktivt söker upp affärspartners och å andra sida bibliotek som får bakelser från det lokala bageriet vid ett enstaka tillfälle. Det krävs tydligare definitioner och avgränsningar av vad som avses med de olika begreppen om man vill ha en djupare förståelse av fenomenet bibliotekssponsring.

### **5.3 Vilka eventuella risker kan man se med sponsring – kan sponsring av verksamheten hota bibliotekens demokratiska uppdrag?**

Bibliotek Ett har bestämt att avtal inte får tecknas om leverantören får exklusivitet när det gäller leveransen av varor. Det framgår också att de inte tecknar avtal med organisationer vars verksamhet står i konflikt med bibliotekets verksamhet samt organisationer som direkt skadar omgivningen eller bidrar till samhällsfarlig verksamhet. Bibliotek Ett anser att exponering av varumärken bör ske under uppsikt och försiktighet som svar på vår fråga om att biblioteket skulle bli för kommersiellt. De belyser istället andra alternativ som motprestation. Även bibliotek Två anser att det är viktigt att skydda biblioteket från yttre påverkan vad det gäller bibliotekets egna val av verksamhetsinnehåll, att ha som de säger kontinuitet i sponsringsförhållandet. Viktigt är också att se till sponsorerens syfte, så att sponsringen inte enbart gynnar särskilda grupper eller företag på andras bekostnad.

Bibliotek Tre däremot ser inga direkta hinder med sponsring utan tycker att det borde testas och efterlyser nytänk även om det skulle innebära vissa faror. Bibliotek Fyra anser dock att det är mycket viktigt att sätta gränser när det gäller motprestation, och passar inte avtalet biblioteket så blir det heller ingen överenskommelse. Bibliotek Fem belyser en ren praktisk nackdel och det är att det går mycket tid till att hitta sponsorer och att skapa dessa kontakter. Bibliotek Sex ansåg sig vara sponsrade men i mycket liten skala och då i form av gåvor. De ansåg att försiktighet skulle tillämpas när det gäller sponsring och att deras ambition var att klara sig utan. Bibliotek Sju svarar att de inte ser några nackdelar alls, eftersom de som sponsrar inte påverkar vad som görs med sponsormedlen.

Bibliotek Ett tror inte att sponsring utgör ett hot mot folkbibliotekens uppdrag att verka för demokratin utan anser att det handlar mycket om att inse sitt eget värde, att värna om sin suveränitet och att ta kommando över processen. Bibliotek Två har inget konkret svar på frågan men hävdar att sponsring aldrig får gynna särskilda grupper på andras bekostnad – och inte på något otillbörligt sätt heller gynna enskilda företag på andra företags bekostnad. Precis som nu kommer biblioteken i fortsättning att hävda sin egen bestämmanderätt över samlingarnas sammansättning och programverksamhetens mångfald. Bibliotek Tre tycker att det är bra att bibliotek i Sverige öppnar upp mer för att jobba mot företag och andra organisationer. Och att man måste våga tänka nytt

Bibliotek Fyra menar att sponsring inte hotar folkbibliotekens uppdrag att verka för demokratin och hävdar att antingen accepterar biblioteket motprestationen, eller så gör det inte det. Bibliotek Fyra anser heller inte att biblioteket blir ett ställe där människor tvingas omge sig med reklam och dylikt. Bibliotek Fem tror inte heller att sponsring skulle vara något som hotar folkbibliotekens uppdrag att verka för demokratin. När det

gäller bibliotek Sex så framkommer inte vad de anser. Däremot säger bibliotek Sju att då sponsorskap/partnerskap behöver följa det regelverk som skattemyndigheterna föreskriver så kan man inte säga att det är ett hot mot vårt demokratiska uppdrag. Bibliotek Sju tycker snarare att man kan säga att delaktigheten ökar eftersom företagen får större insikt i kulturlivet.

### **5.3.1 Slutsats**

Vår slutsats är att biblioteken har vägt fördelarna mot nackdelarna och funnit att fördelarna vägt tyngre. Alltså har våra respondenter svarat att de inte ser några hinder eller nackdelar. Utifrån svaren framträder emellertid viktiga aspekter att ta hänsyn till när det handlar om att anamma sponsring.

Biblioteken trodde inte att det skulle föreligga någon risk för att bibliotekens demokratiska uppdrag skulle komma att hotas.

### **5.3.2 Diskussion**

Som vi ser det så handlar det om att marknaden styr och det gäller att synas i kommersialismens era. Som vi tidigare refererat så hävdar Dorte Skot- Hansen att 1980-talet präglades av en instrumentell syn där ekonomisk utveckling stod i fokus. Marknaden styrde och kulturstöd ersattes med kulturinvesteringar och sponsorstöd ersatte offentliga medel. Vi vill påstå att den instrumentella synen gäller i högsta grad i dags dato men däremot så kan man inte säga att sponsorstöd har ersatt offentliga medel fullt ut. Vi menar att konsekvensen av allt mer minskade offentliga medel i värsta fall kan leda till att kulturinstitutioner blir beroende av sponsorpengar för att överleva. Som tidigare nämnt resonerar också Susanne Moritz just den riskfaktorn och nämner vidare att den etiska aspekten är viktig att ha i åtanke då man har för avsikt att bli sponsrade. När det gäller den etiska aspekten framgår det att bibliotek Ett inte tecknar avtal med organisationer vars värderingar inte överrensstämmer med bibliotekets. Bibliotek Två poängterar vikten av att sponsorer inte ska påverka verksamhetens innehåll. Även om det inte framgår från övriga utfrågade bibliotek hur de tänker kring den etiska aspekten tror vi att det är en självklar ståndpunkt sett från bibliotekens perspektiv. Vi är ganska övertygade om att biblioteken väljer sina sponsorer efter noga övervägande då biblioteken vill framstå som trovärdiga och pålitliga och inte förknippas med företag vars värderingar inte överrensstämmer med deras egna. Vi förmodar att de bibliotek som svarat på vår undersökning ser färre hinder med sponsring än de som valt att inte bli sponsrade.

Anthony Giddens i Hansson påtalar som tidigare nämnt, risken för två typer av uteslutning i samhället idag som skulle kunna generera i ett utanförskap. Detta resonemang hittar vi även hos bibliotek Två som belyser att sponsring aldrig får gynna särskilda grupper på andars bekostnad. Dessutom talar detta verkligen för bibliotekens oerhört viktiga roll som demokrativerkare i samhället av idag och i framtiden så de sociala klyftorna inte ökar. Som vi redogjort för tidigare så är Lars Petersons syn på kultursponsring starkt kritisk och menar att det göder elitism inom kulturinstitutionerna och den förstärker också kulturella tolkningsföreträden och hegemonier och plussar på redan gynnade och privilegierade gruppers livskvaliteter. Det han säger tycker vi är värt att beakta dock tror vi inte att det ligger någon fara i att kulturinstitutioner sponsras så länge som hu-

vudansvaret för ekonomiska medel ligger an på kommunerna och dess politiska representanter. Som tidigare nämnt resonerar Elsebeth Tank om andra alternativ för att få in pengar till biblioteken genom olika avgifter för medlemskap som ska generera i diverse förmåner och service. Det alternativet anser vi däremot vara en risk som kan utgöra ett hot mot bibliotekens demokratiska uppdrag genom att detta kan utestänga vissa grupper från tillgång till biblioteken.

#### **5.4 Hur ser biblioteken på deras roll i dagens samhälle?**

Bibliotek Ett menar att biblioteken har en stor roll i dag och även i framtiden men för att kunna upprätthålla den höga kvaliteten som biblioteken står för krävs utveckling och lyhördhet inför omvärldens krav, vanor och önskemål. Bibliotek Ett anser vidare att det krävs en hög beredskap och stor flexibilitet inför nya arbetsuppgifter av biblioteken och biblioteken måste ändra formen på den helhet de befinner oss i. Bibliotekarieprofessionens identitet, utveckling och omställning blir en förutsättning för denna förvandlings- och utvecklingsprocess. För att kunna svara upp mot dagens samhälle och framtiden tycker bibliotek Ett att det krävs en modern organisation med en hög beredskap för omvärldens föränderlighet. Andra områden som biblioteken bör sätta fokus på är hur de skapar och iscensätter den demokratiska mötesplatsen, hur vi som demokratisk institution kan låta den digitala utvecklingen manifesteras sig genom biblioteken, och hur vi integrerar den medskapande aspekten i vår biblioteksutveckling. Vidare anser de att biblioteken inte längre kan fungera som isolerade enheter utan måste utvecklas i samverkan och i samarbete med externa parter. Och förklarar att arbetet med fundraising är för dem en systematisk process som består av att identifiera, involvera, och utveckla de finansiella eller mänskliga resurser som ett projekt eller en verksamhet behöver för att nå sitt mål. På så sätt kan de utveckla verksamheten på ett sätt som inte hade varit möjligt med endast deras kompetens och deras egna resurser.

Bibliotekens roll i samhället handlar om att ge ett bildningsperspektiv till samhällsbygget säger bibliotek Två och förklarar vidare att det innebär att biblioteken ska arbeta med kompetens och lärande (informellt, oformellt och formellt) och att stå för input både vad gäller samhällets mjuka, kreativa värden och dess mer faktainriktade, informationsförmedlande behov.

Bibliotek Tre anser att biblioteken spelar en mycket stor roll i dagens digitala samhälle. Biblioteken vägleder, guidar rätt, förmedlar och bjuder på upplevelser och mycket mer.

Bibliotekens roll i dag är att hjälpa till vid informationssökning dessutom ska biblioteken vara en mötesplats och en frizon i samhället anser bibliotek Fyra.

Bibliotekens roll i dag är att verka för demokrati, folkbildning, och finnas till som en öppen mötesplats svarar bibliotek Fem.

Enligt bibliotek Sex så är bibliotekens roll i dagens samhälle flerfaldig. De anser att förutom rollen som mötesplats så har biblioteken roller som kulturell hörnsten och samhällsminne. Fler roller som bibliotek Sex tar upp är idégenerator och hälsostimulerare vilket det sistnämnda är en roll som bibliotek Sex anser sig ha och innebär att en lokal Må Väl - grupp besöker dem regelbundet. Biblioteket är en plats för skapande och workshops vilket innebär skrivarkverkstad, lovaktiviteter, levande ateljé tillsammans med utställningar. Bibliotek Sex belyser också den viktiga rollen att vara ett demokra-

tiskt forum samt bistå med samhällsinformation och så vidare. Bibliotek Sex tillägger att också deras bokbuss levandegör landsbygden och deras sociala uppsökande verksamhet möjliggör att äldre och funktionshindrade får en högre livskvalitet.

Bibliotek Sju anser att bibliotekens roll i dagens samhälle är att det ska vara en neutral mötesplats som ska säkra allas tillgång till information och kultur i samarbete med ideella organisationer och företag. Vidare ska biblioteken tillhandahålla olika media och informationskanaler och det ska vara ett ställe att gå till för att få hjälp när samhället i övrigt kräver internettillgång. Biblioteken ska ge inspiration till läsning och tillgång till böcker för alla åldrar och i olika medier.

### **5.4.1 Slutsats**

Alla tillfrågade bibliotek anser att biblioteken spelar många viktiga roller såväl idag som i framtiden. Det är allt från att fungera som informationsförmedlare, nätverkande, guide, idégenerator, hälsostimulerare till att verka som folkbildare och kulturell hörnsten. Biblioteken ska vara en mötesplats och frizon i samhället och de ska vidare verka för demokrati och kunna bjuda på upplevelser och vara förberedda på att möta omvärldens föränderlighet.

### **5.4.2 Diskussion**

Att de bibliotek som vi undersökte ansåg att de har en stor roll i dagens samhälle var ett på förhand givet svar men det intressanta var deras syn på vilka roller biblioteken har. En av bibliotekets absolut viktigaste roller har varit att fungera som folkbildare. Vi menar att detta har förändrats markant då folkbiblioteken i takt med samhällets utveckling fått andra betydande roller. Men bildningsaspekten kvarstår och det är en roll som några av biblioteken i vår studie nämner. Som tidigare nämnt så menar Joacim Hansson att folkbiblioteken alltid har befunnit sig i spänningsfältet mellan bildning och utbildning. Han liknar bibliotekets roll som en brygga mellan socialgrupper och som verktyg för samhällets strävan att minska sociala klyftor. Rollen som informationsförmedlare är av elementär betydelse och belyses också av respondenterna som en viktig roll. Vår uppfattning är att detta är en viktig aspekt i dagens informationsrika samhälle där alla människor ska ges förutsättningar att skaffa information. Alla har inte tillgång till datorer och många har inte kunskap om hur man skaffar sig information. Ges inte de möjligheterna för allmänheten kan konsekvensen bli den att klyftorna ökar i allt större utsträckning då samhällets teknologiska utveckling accelererar allt snabbare. Bibliotek Tre menar att biblioteken vägleder och guidar rätt i dagens digitala samhälle.

Bibliotek Sex hävdar att bibliotekens roll i dagens samhälle är mångfaldig och olika förutsättningar gör att man kan poängtera olika sidor. Bibliotek Sex anser liksom flera av de andra biblioteken att rollen som mötesplats och frizon är viktig på samma sätt som deras uppdrag att verka för demokrati. Bibliotek Ett i vår undersökning framhåller bibliotekens betydelsefulla roll i samhället men det krävs en modern organisation som är förberedd för omvärldens förändringar. Fokus måste sättas på hur biblioteken skapar och iscensätter den demokratiska mötesplatsen det vill säga hur de som demokratisk institution kan låta den digitala utvecklingen visa sig genom biblioteken och hur biblio-

teknik integrerar den medskapande aspekten i biblioteksutvecklingen. Bibliotek Etts tankegångar ligger i linje med det som vi refererade tidigare nämligen Göran Greiders resonemang kring folkbibliotekens huvudansvar som ska ge en grund för att demokratin fungerar. På ett offentligt bibliotek ska mångfalden garanteras enligt Greider. Vi anser att resonemangen visar att de ideologiska grundidéerna angående det demokratiska uppdraget som ligger an på folkbiblioteken fortfarande är väl förankrat och vi hävdar att det kommer det att vara så även i framtiden.

Nätverkande är i dag ett tidsenligt ord och visar att biblioteken genom sponsring får ytterligare en roll att spela. Bibliotek Ett menar nämligen att sponsringen syftar till att stärka biblioteket som nätverkande organisation dessutom till att skapa resurser för nyskapande utvecklingsinsatser. Biblioteken kan inte längre fungera som isolerade enheter utan måste utvecklas i samverkan och i samarbete med externa parter. Detta poängterar som vi tidigare nämnt också Skot-Hansen och Anderson när det säger att biblioteken inte kommer att överleva som en isolerad ö i det kommunala maktspelet utan biblioteken måste i allt högre grad göra sig synligt på den kommunala arenan. Dock understryker Skot-Hansen som vi tidigare sagt, att det finns en risk för kulturinstitutionerna och inte minst folkbiblioteken som kan komma i kläm i den rådande kampen om att vara synliga och användbara på den kulturella arenan. Vår uppfattning kring dessa diskussioner är att det finns ambitioner vid folkbiblioteken att synliggöra sig och att det finns en vilja att utveckla men vi vill påstå att det är tidskrävande och därför kanske det behövs särskilda personer inom verksamheten som ägnar all uppmärksamhet på frågor kring detta.

Vi har tidigare i uppsatsen refererat till Carin Adlén som framhåller att staten inte får fräntas sitt kulturansvar då faktum är att kulturinstitutionernas basverksamhet är det allmännas uppgift och sponsringen endast ska ses som ett komplement. När staten själva går ut med att uppmuntra till ökad kultursponsring 2010 så funderar vi på om det finns anledning till oro med tanke på vad Adlén hävdar om statens kulturansvar. Vår åsikt är den att det är oerhört viktigt att politiker både på riks - och lokalnivå är medvetna om vilken viktig roll biblioteken spelar i dagens samhälle och framförallt hur biblioteken nu som förr verkar för ett demokratiskt samhälle. Finns kunskapen och medvetenheten hos politikerna anser vi att det inte finns anledning att tro att staten inte skulle vilja ta sitt ansvar för kulturen. Frågan är dock om den insikten verkligen existerar fullt ut hos politikerna? Vi menar att det är viktigt att biblioteken verkligen påvisar sitt värde som kulturinstitution och dess betydelsefulla roll i samhället. Det handlar framför allt om att föra en kontinuerlig kommunikation med lokala politiker för att på så sätt öka medvetenheten hos politikerna. Som tidigare sagt resonerar Skot-Hansen och Andersson på samma sätt då de framhäver vikten av samspel mellan kulturinstitutioner och de lokala politikerna och användarna för att på så sätt synliggöra verksamheten. Även om detta är av oerhörd vikt vill vi påstå att det kan vara svårt i realiteten att hålla fortlöpande kommunikation med lokalpolitikerna då det inom många verksamheter kan vara svårt att få tiden att räcka till. Alla verksamheter kräver sitt och det är kanske inte helt ovanligt att man är kort om personal. Vi refererar till Dorte Skot-Hansens redogörelse om kaospiloten, som är en person som ska försöka hitta finansieringsmöjligheter till projekt. Denna person ska alltså formulera ansökningar och ha en förmåga att kunna samarbeta med olika institutioner, föreningar, kulturbyråkrater och sponsorer. Enligt vår mening skulle en sådan person även kunna ha i uppdrag att föra den så viktiga kommunikationen med lokalpolitikerna. Men å andra sidan kräver det att det finns ekonomiska resurser för att anställa en person för detta ändamål.

## 6. Reflektion och förslag till vidare forskning

Vi hade i uppsatsens inledande skede ingen uppfattning om hur utbrett sponsring på folkbibliotek i Sverige är. Vi använde oss av kvantitativ metod för att ta reda på det genom att skicka ut en direkt fråga via e-post huruvida de var sponsrade eller inte. Det var en väl fungerande metod då vi fick svar av 165 folkbibliotek i landet och kunde på så sätt göra ett urval som var relevant för vår studie.

Trots att vi inte valde att genomföra våra intervjuer på gängse sätt, det vill säga genom att intervjua våra respondenter på plats, så tycker vi att vi har fått fram ett bra underlag för att kunna presentera ett resultat utifrån de frågor vi ställde via e-post. Vi anser att den metod vi valde fungerade bra. En nackdel var att det dröjde innan vi fick in alla svar så vi kunde påbörja sammanställningen av intervjuerna.

En viktig aspekt är att de bibliotek som inte är sponsrade kanske skulle ha haft andra svar på vilka risker och reella nackdelar som kan finnas med sponsring. Å andra sidan upplevde vi att de sponsrade biblioteken vi frågade hade god insikt i de eventuella faror och fallgropar som kan föreligga med sponsring.

Det faktum att en stor del av landets folkbibliotek inte använder sig av sponsring skulle kunna vara intressant att forska vidare om där huvudfrågan skulle kunna vara varför de inte anammar sponsring som en alternativ finansieringskälla. Vi har genom vår kvantitativa undersökning fått reda på att sponsring inte är så utbrett på svenska folkbibliotek. Det vore intressant att undersöka hur det ser ut internationellt, i vilken omfattning bibliotek sponsras, framförallt då det gäller folkbiblioteken i Norden.

Vi har i vår uppsats inte undersökt hur politiker ser på bibliotekssponsring och därför vore det av intresse att forska vidare kring detta sett från en kulturpolitisk aspekt.



## Sammanfattning

Folkbiblioteken ska verka för demokrati och kunna erbjuda bibliotekens tjänster till användarna utan att det kostar något. Folkbiblioteken måste kunna hänga med i utvecklingen i dagens samhälle där teknologin spelar en allt större roll. Teknologi är kostsamt och dessutom behöver biblioteken ordna olika arrangemang och dylikt för att synliggöra sig och sin verksamhet.

I takt med minskade offentliga medel kan det vara svårt att finansiera både dyr teknologi och övriga aktiviteter. Sponsring är ett alternativ för att finansiera verksamheter. När det gäller bibliotek är frågan om dess traditionella fortbildningstanke säljs ut om externa parter blir involverade och kanske vill påverka och styra biblioteksverksamhetens innehåll.

Syftet med studien är att undersöka bibliotekspersonalens syn på sponsring av biblioteksverksamhet, dess möjligheter och risker mot bakgrund av hur man ser på bibliotekens roll i samhället. Våra frågeställningar är:

- Varför är sponsring av biblioteksverksamheten ett intressant alternativ?
- Hur ser sponsringsprocessen ut?
- Vilka eventuella risker kan man se med sponsring – kan sponsring av verksamheten hota bibliotekens demokratiska uppdrag?
- Hur ser biblioteken på dess roll i dagens samhälle?

Den tidigare forskning vi redovisat för handlar delvis om bibliotekssponsring men även om kultursponsring i allmänhet som också är relevant för vårt valda ämne. De teoretiska utgångspunkterna grundar sig på litteratur som belyser bibliotekens roll i samhället, kultursponsring, kulturpolitik och motiv för sponsring.

Vi använde oss av kvantitativ metod för att samla in data över hur många bibliotek som är sponsrade i Sverige. 16 bibliotek svarade att de använde sig av sponsring och av dem var det 7 bibliotek som ville ställa upp på vår undersökning. För att uppnå studiens syfte gick vi vidare med kvalitativ metod genom att via e-post intervjuade de valda biblioteken.

Resultatet visar att sponsring är av intresse av den anledningen att det främjar ett gott samarbete med näringslivet och vidare för att kunna organisera diverse arrangemang. Angående tillvägagångssättet vid sponsring så visar det sig i de allra flesta fall att det är mer eller mindre planerat. När det gäller planering av sponsring är spännvidden stor i undersökningen, exempel finns på allt från tillfälliga gåvor från lokala butiker till långsiktig strategisk planmässighet i sponsringsverksamheten. Biblioteken ser inga risker med sponsring men däremot tog de upp viktiga synpunkter att ta hänsyn till innan man ägnar sig åt sponsring. Sponsring är inte heller något som hotar bibliotekens demokratiska uppdrag enligt vad som framkom i vår undersökning. Biblioteken har i dagens samhälle många olika roller att spela och informationsförmedlare, nätverkande och demokrativerkande är några av de roller som belyses av de intervjuade biblioteken.

# Käll- och litteraturförteckning

## Otryckta källor

Intervjuer via e-post

## Tryckta källor

Adlén, Carin (1995). Har kultursponsring kommit för att stanna i Sverige? Ingår i *Kulturpolitisk tidskrift*. nr.3, s.24-28

Andersson, Marianne & Skot – Hansen, Dorte (1994). *Det lokale bibliotek-afvikling eller udvikling*. Danmarks biblioteksskole samt Uviklingscenteret for folkeoplysning og voksenundervisning, 1994. Jellings Bogtrykkeri.

Anjou, Marika (2008-07-06). Bibliotekschef kan tänka sig sponsoring av hamburgerkedja. Sydsvenskan.  
<http://sydsvenskan.se/malmo/article343901/Bibliotekschef-kan-tank-a-sig-sponsring-av-hamburgerkedja.html> [2010-02-22]

Arndtzén, Mårten (2010-01-12). Svårare för de som vill sponsra kultur. Sveriges Radio.  
<http://www.sr.se/sida/gruppsida.aspx?programid=478&grupp=8679&artikel=3363298> [2010-01-26]

Bonassi, Sandra(2008). *Kultursponsring på folkbibliotek- En ideologikritisk analys av kulturpolitiska dokument*. Magisteruppsats i biblioteks- och informationsvetenskap vid biblioteks- och informationsvetenskap/Bibliotekshögskolan.2008:13

Bryman, Alan (2006). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Liber AB. Malmö.

Bång, Trygve (2009-09-13). Stadsbibliotekarien i de kommersiella krafternas tjänst. Newsmill.  
<http://www.newsmill.se/artikel/2009/09/13/stadsbibliotekarien-i-de-kommersiella-krafternas-tjanst> [2010-02-22]

Cohen, Louis, Manion, Lawrence, Morrison, Keith (2007). *Research Methods in Education* (6th ed.) Oxon: Routledge.

Ekström, Åsa (2010). Biblioteken och ekonomin 2010. 9 av 10 måste skära ner. *Biblioteksbladet* nr.10: 2009

Erichs, Johan (2007). Elsebeth Tank, ny stadsbibliotekarie i Malmö. *Biblioteksbladet* nr. 7: 2007

Greider, Göran (2000) *Biblioteket, demokratin och kulturen* ingår i *Biblioteket - mötesplats i tid och rum*. En bok om demokrati. Lund, 2000.

- Grönkvist, Uno (2000). *Sponsring & event marketing*. Näsviken: Björn Lundén Information AB.
- Hansson, Joacim (2005). *Det lokala folkbiblioteket - förändringar under hundra år*. Mimer och författaren. Linköping
- Häll, Karin (2003). *Kultursponsring och kulturfinansiering - En undersökning av diskursiv förändring i fyra statliga kulturpolitiska dokument*. Magisteruppsats i biblioteks- och informationsvetenskap vid biblioteks- och informationsvetenskap/Bibliotekshögskolan. 2003:86
- Kulturdepartementet, *Regleringsbrev för budgetåret 2010 avseende Statens kulturråd*, 2009-12-21
- Kulturen i siffror 2008#7. Kulturens finansiering 2007, Kulturrådet  
[http://www.kulturradet.se/Documents/publikationer/2008/kulturens%20finansiering/kulturens\\_finansiering\\_2007.pdf](http://www.kulturradet.se/Documents/publikationer/2008/kulturens%20finansiering/kulturens_finansiering_2007.pdf)  
[2010-01-25]
- Lidström, Bengt (1998). *Det svenska kulturlivet och kultursponsring*. Umeå: Umeå Universitet. (Forskningsrapport nr 1998:4, Statsvetenskapliga institutionen).
- Lindqvist, Katja (2009). Näringslivets stöd till kulturen ännu blygsamt.s.99-102 Ingår i KulturSverige 2009: Problemanalys och statistik.  
<http://liu.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:220679> [2010-05-10]
- Massip Farid Ikken (2010-01-18). Så raggas kulturen sponsring. Uppsala Nya Tidning.  
<http://www.unt.se/startsidan/saring-raggas-kulturen-sponsring-103826-default.aspx>  
[2010-02-15]
- Moritz Susann (2002) *Gratis pengar? Om sponsring av kultur*. Magisteruppsats i biblioteks- och informationsvetenskap vid biblioteks- och informationsvetenskap/Bibliotekshögskolan. 2002:90
- Peterson, Lars (1988) *Det kulturella kapitalet: kritik av kultursponsring*. Tidens förlag, Stockholm
- Skot-Hansen,D (1999). Kultur til tiden - strategier i den lokale kulturpolitik. I *Nordisk Kulturpolitisk Tidskrift*, Nr 1, s.7-27
- Stockholms Universitet.  
<http://www.su.se/pub/jsp/polopoly.jsp?d=14495&a=79637> [2010-05-27]
- Tank, Elsebeth (2010). Galafest i ekonomisk lågkonjunktur. *Biblioteksbladet* nr.1: 2010.

# Bilaga

## Brev till respondenterna

Nu har vi fått in alla svar från vår undersökning, och eftersom Ni var ett av de bibliotek som svarade att Ni använder er av sponsring i större eller mindre mått, så undrar vi om Ni skulle vilja ställa upp på en intervju via e-post? Intervju via e-post innebär i detta fall att besvara de bifogade frågorna, och att även vara beredd på en eller två följdfrågor. Intervjun är redan bifogad så Ni ser vilka frågor det rör sig om, och vi är mycket tack-samma för svar.

Först och främst kommer svarsmaterialet att användas till vår uppsats, men vi ser också ett värde i att en sammanställning om sponsring finns till förfogande för andra bibliotek som funderar kring detta, och kanske får en liten hjälp av Era svar.

Alla svar är betydelsefulla och intressanta för oss även om sponsringen på Ert bibliotek sker i mycket liten skala.

Förhoppningsfulla  
Katarina Björnestam  
Annalena Olsson

## Intervjuguide

Vad för slags bibliotek har ni? Integrerat folk- och skolbibliotek eller enbart folkbibliotek?

Vilken roll har biblioteken i dagens samhälle anser ni?

**Hur går sponsringsprocessen till:** Från anledningen till val av sponsring till själva processen och slutligen eventuella nackdelar med sponsring?

Hur ser ni på att folkbibliotek blir en del av den kommersiella marknaden? Hur tänker ni kring att sponsrade bibliotek nu blivit ett ställe där människor tvingas omge sig med reklam och dylikt?

Är sponsring något som hotar ett av folkbibliotekens uppdrag nämligen att verka för demokratin?

Har det framkommit intresse från andra biblioteksverksamheter i landet angående sponsring?