



Evaluering av Juleaksjonen

Rapport 2022 - 17

Proba-rapport nr. 2022 - 17, Prosjekt nr. 21042

ISSN: 1891-8093

AG/LS/AAN, 19.5.2022

--

Offentlig

--

Evaluering av Juleaksjonen

Utarbeidet for Gjensidigestiftelsen

Forord

Utredningen er basert informasjon fra en rekke ulike personer og kilder. Blant annet har vi intervjuet med ansatte og frivillige i frivillige organisasjoner og vi har hatt samtaler med barn som deltok i tiltak desember 2021 samt foreldre til disse barna. Vi takker alle som har avsatt tid til å snakke med oss. Vi deltok som observatører på tiltak. Covid-epidemien gjorde at enkelte av tiltakene ble endret og andre ble avlyst.

I tillegg har ansatte og frivillige besvart en spørreundersøkelse fra oss.

Vi vil også takke ansatte i Gjensidigestiftelsen for hyggelig og lærerikt samarbeid. Det er særlig Veslemøy Rue Barkenes og Annhild Mosdøl vi har hatt kontakt med.

Prosjektet har vært ledet av Audun Gleinsvik. Lise Solvoll og Anja Aaheim Naper har gjennomført observasjonene av tiltak og de fleste intervjuene.

Oslo 19.5.2022

Innhold:

SAMMENDRAG OG KONKLUSJONER	1
1 INNLEDNING	7
1.1 Leserveiledning	7
1.2 Om Juleaksjonen	8
1.3 Problemstillinger	9
1.4 Metode	10
1.4.1 Analytisk ramme	10
1.4.2 Informasjonsinnhenting	11
2 LITTERATURSTUDIE	15
3 FORVALTNING OG NØKKELTALL	26
3.1 Søknader, tildelinger og antall barn	27
4 ORGANISASJONENE SOM DELTAR I JULEAKSJONEN	31
4.1 Kirkens bymisjon	31
4.2 Røde Kors	37
4.3 Frelsesarmeen	43
4.4 Blå Kors	50
4.5 Home-Start Familiekontakten	57
4.6 Krisesentersekretariatet	62
4.7 Samarbeidspartnere	66
4.8 Juleaksjonens aktivitetstilbud	68
4.9 Inntrykk fra observasjonene	71
4.10 Oppsummering av organisasjonene virksomhet	72
5 JULEAKSJONEN - TILTAKENE OG DELTAGELSEN	73
5.1 Motivasjon for deltakelse	73
5.2 Oppfatninger av Juleaksjonen	77
5.3 Virkninger av Juleaksjonen	79
5.4 Ekskluderende jul?	85
5.5 Stigmatiserende aspekter ved Juleaksjonen	91
5.6 Gaveutdelinger	93
5.7 Medvirkning	94
5.8 Fordeling/prioritering	98
5.9 Tilbakemeldinger og ønsker fra organisasjonene	100
6 DRØFTING OG KONKLUSJONER	104
6.1 Gjensidigestiftelsen rolle i filantropisk arbeid	104
6.2 Juleaksjonen – utforming og forvaltning	104
6.2.1 Relevans	104
6.2.2 Effekter	105
6.2.3 Forvaltning	105
6.2.4 Utforming	106
6.3 Anbefalinger	107
6.3.1 Mer medvirkning	107
6.3.2 Sørge for erfaringsutveksling	107
6.3.3 Aktivitetsvalg begrunnet i behov	108
6.3.4 Tydeliggjøring av kriteriene	108
6.3.5 En helt vanlig jul – for hvem?	108
6.3.6 Tidligere tildeling	109
VEDLEGG: OBSERVASJONER	110
VEDLEGG: SPØRRESKJEMAET	116
LITTERATUR	119

Sammendrag og konklusjoner

Resymé

Juleaksjonen er en tilskuddsordning. Gjensidigestiftelsen gir tilskudd til utvalgte frivillige organisasjoner for at disse skal gjennomføre tiltak for at barn i lavinntekstshusholdninger og familier i krise skal få oppleve «en helt vanlig jul». Proba samfunnsanalyse har evaluert ordningen.

Hovedkonklusjonen er at organisasjonene er fornøyde med ordningen og at den bidrar til at mange barn i målgruppen får opplevelser eller gaver som de setter stor pris på. En styrke ved ordningen er at forvaltningen er svært ubyråkratisk og lite ressurskrevende. En svakhet er at ordningen i seg selv ikke er rettet inn mot å sikre god kvalitet i tiltakene den finansierer. Vi finner forbedringspotensial i enkelte av tiltakene. Vi anbefaler stiftelsen å vurdere å bruke opplæring, veiledning, o.l. for å styrke i kvaliteten i tiltakene. Stiftelsen kan også vurdere å tydeliggjøre kriteriene for ordningen samt sørge for tidligere lokal tildeling av midler slik at det er mer tid og ressurser til forberedelse av aktivitetene.

Oppdraget omfatter også en studie av litteratur som kan belyse stiftelsers rolle i filantropisk arbeid i en moderne velferdsstat. Vi oppfatter at den litteraturen som finnes om temaet er lite relevant for vurdering av Juleaksjonen og innretning på Gjensidigestiftelsens filantropiske arbeid for øvrig. Mye av litteraturen framstår som lite treffende for frivillig sektors rolle i Norge. Vi mener likevel at litteraturen tilsier at Gjensidigestiftelsen bør sikre at tiltakene de støtter gjennom frivillig sektor er forankret i mål satt av politiske organer, samtidig som man bevarer organisasjonenes styrker og særpreg. Videre bør stiftelsen vurdere om den bør understøtte læring basert på innovasjoner i virksomheten de finansierer.

Bakgrunn

Siden 2008 har Gjensidigestiftelsen gitt tilskudd til frivillige organisasjoners tiltak for å gi barn i lavinntekstshusholdninger, og barn i familier i krise, «en helt vanlig jul». Ordningen er utviklet over tid. De siste årene har den økonomiske rammen for aksjonen vært fra 8 til 10 millioner kroner, og seks organisasjoner har deltatt. Gjensidigestiftelsenes styre ønsket å evaluere støtteordningen. Formålet med evalueringen er å få et bedre grunnlag for å utforme framtidige støtteordninger for målgruppen.

Problemstilling

Evalueringen er dels deskriptiv. Vi beskriver rollene til de ulike aktører og presenterer nøkkeltall. Videre vurderer vi om det er riktig å prioritere denne typen tiltak, om forvaltningen er hensiktsmessig, om ordningen virker ekskluderende og om den når fram til målgruppen.

På basis av en litteraturstudie, drøfter vi mer generelt hvordan stiftelsen filantropiske virksomhet for barn i lavinntekstshusholdninger bør utformes.

Informasjonsgrunnlag

Evalueringen er i hovedsak basert på

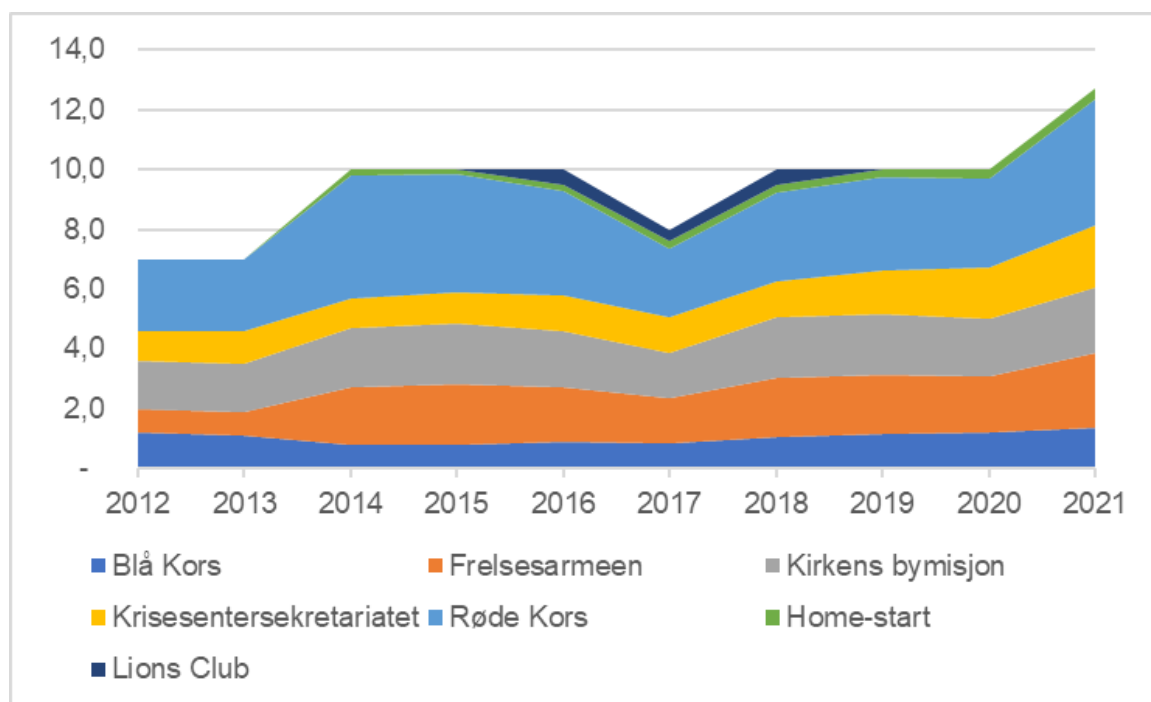
- Rapportering fra organisasjonene som mottar tilskudd
- Intervjuer med ansatte i Gjensidigestiftelsen, sentralleddet i mottakerorganisasjonene og enkelte ansatte og frivillige som arrangerer tiltak lokalt

- Observasjoner av utvalgte lokale arrangementer og samtaler med foreldre
- En spørreundersøkelse til ansatte og frivillige i mottakerorganisasjonene
- En litteraturstudie

Beskrivelse av Juleaksjonen og forvaltningen av ordningen

De senere årene er seks frivillige organisasjoner blitt invitert til å søke tilskudd. Invitasjonen sendes ut i juni med frist i august. Tildeling skjer i september. Søknadene fra organisasjonene er korte og uten detaljer om planlagte tiltak. Tildelingen til hver av organisasjonene er i hovedsak basert på tidligere års tildeling.

Figur 1: Tildelte beløp til Juleaksjonen fordelt på mottakere. Mill Kr. 2012-21



Det er føringer på hva midlene kan gå til, herunder gaver, arrangementer, utgifter til reiser for å besøke familie, mv. Det legges blant annet vekt på at tiltaket skal berøre hvert enkelt barn og at det skal være «noe utenom det vanlige».

Internt i organisasjonene er det en prosess mellom lokale enheter, som gjennomfører tiltak, og sentralledet, som har kontakt med Gjensidigestiftelsen. Prosessene internt varierer mellom organisasjonene, men alle har et system der lokale enheter melder inn ønsker, behov, planer, el. til sentralledet, og der sentralledet prioriterer mellom de ulike tiltakene. Tildeling til lokallag og lokale virksomheter skjer til ulike tidspunkt i de ulike organisasjonene - som regel mellom oktober og november. Aktivitetene i Juleaksjonen skal skje i perioden november-januar. Innen utgangen av mars skal organisasjonene rapportere om tiltak og bruk av tilskudd året før.

Innhold i og gjennomføring av tiltak

Mange av de lokale virksomhetene i mottakerorganisasjonene i Juleaksjonen samarbeider med andre aktører lokalt. Vanligvis er dette de samme aktørene som organisasjonene samarbeider med om sin ordinære virksomhet. Samarbeidspartnerne er ofte NAV,

barnevernet, andre frivillige organisasjoner samt næringslivet. Midlene fra Juleaksjonen brukes i noen tilfeller sammen med bidrag fra næringslivet (penger, mat eller gaver).

Gjennom spørreundersøkelsen har vi kartlagt innholdet i de lokale tiltakene. Gaveutdeling inngår i 86 prosent av de lokale tiltakene. I tillegg er det vanlig med en form for arrangement (julesamling, besøk på forestilling, opplevelsessenter eller juleverksted eller utendørsaktivitet). Vi ser en betydelig variasjon mellom organisasjonene, og ikke all variasjon kan enkelt forklares med rammebetingelsene. Tiltakene som Krisesentrene gjennomfører skiller seg ut, noe som trolig kan forklares med sikkerhetshensyn og isolasjon.

De lokale tiltakene framstår i hovedsak som «ansatt-drevet». Det ser ut til at de frivillige i liten grad utformer tiltakene og at det er ganske begrenset medvirkning fra barn når det gjelder valg og utforming av tiltak. Få lokale virksomheter kan vise til systematisk innhenting av barns ønsker for aktivitet og hva barna selv oppfatter som gode tiltak for å dempe effekter av fattigdom.

Oppfatninger om Juleaksjonen

Både på sentralt og lokalt nivå er ansatte og frivillige i mottakerorganisasjonene overveiende positive til Juleaksjonen. På sentralt nivå legger de blant annet vekt på at ordningen krever lite administrasjon. På lokalt nivå oppfatter de at Juleaksjonen sprer glede og entusiasme, og mange sier at de gleder seg til Juleaksjonen hvert år. Videre er det mange som beskriver glede blant barn knyttet til tiltakene.

Juleaksjonen bidrar også til å rekruttere nye frivillige og til skape kontakt med nye familier i målgruppen, noe som styrker grunnlaget for øvrig virksomhet for samme gruppe.

Selv om tilbakemeldingene i hovedsak er positive, er det også noen negative tilbakemeldinger:

- Flere skulle gjerne ha sett tildeling tidligere på året slik at de fikk mer tid til planlegging
- Enkelte opplever føringene fra Gjensidigestiftelsen om å konsentrere innsatsen om få barn som utfordrende fordi det innebærer at ansatte og frivillige må velge ut hvem som er «trengende nok». Det er ikke gitt kriterier for utvelgelsen verken av Gjensidigestiftelsen eller av organisasjonene selv. Videre kan det være vanskelig å unngå at «forskjellsbehandlingen» blir kjent blant barna og familiene som er deltakere og mottakere i Juleaksjonen.
- På lokalt nivå er det en del som opplever at ordningen krever mye administrasjon i form av dokumentasjon av gaver og andre tildelinger til enkeltindivider. Disse rutinenene er regulert av den enkelte organisasjon og ikke av Gjensidigestiftelsen.

Det er ikke framkommet noe som tyder på at det er problematisk at ordningen er knyttet til feiring av en kristen høytid. Man kunne tenkt seg at dette kunne ekskludere barn fra ikke-kristne familier, men verken intervjuene eller spørreundersøkelsen tyder på at dette er et problem. Det fremkommer imidlertid enkelt andre forhold som kan fungere ekskluderende. Ansatte og frivillige peker på at det er barn i målgruppen de ikke lykkes med å nå. Blant annet nevnes barn med foreldre uten kontakt med hjelpeapparat eller organisasjoner samt tenåringsjenter med muslimsk bakgrunn. Enkelte erfarer også at en del foreldre i «etnisk» norske familier har motvilje mot å delta i tiltak rettet mot fattige.

Inntrykk fra observasjonen

Vi observerte lokale tiltak i desember 2021. På grunn av korona-epidemien, ble enkelte arrangementer avlyst eller endret og et par arrangører trakk invitasjon til Proba begrunnet med smittevern hensyn.

I hovedsak fikk vi samme inntrykk av glede og entusiasme som i spørreundersøkelsen og i intervjuene. Flere lokale virksomheter ser ut til å arrangere Julearrangementer godt tilpasset målgruppen, der barna som deltar opplever fellesskap, glede og mestring. Flere arrangementer legger også opp til at barn og foreldre får fine opplevelser sammen.

Vi mener at enkelte av arrangementene kunne vært bedre tilpasset barn. Det handler om tilpasset og barnevennlig bevertning, å unngå køsystemer og venting og å legge til rette for at barna i aksjonen ikke fremstår som en annerledes gruppe enn øvrige barn på offentlige arenaer. Det er også uheldig å benytte barns språkkompetanse til tolking for voksnes behov for kontroll og registrering ved arrangementene.

Virkninger av tilskuddene

Virkningene kan analyseres i en resultatkjede. Det første spørsmålet er om tilskuddene faktisk utløser relevante tiltak, om de erstatter annen finansiering eller om de brukes til andre formål enn de intenderte. Vi har klart inntrykk av at midlene brukes slik de er ment. De lokale enhetene som får midlene har også annen finansiering, og en del bruker dels egenkapital eller de får tilleggsfinansiering fra andre kilder til tiltak innenfor Juleaksjonen. Vi har klart inntrykk av at uten tilskuddene fra Juleaksjonen ville tiltakene ikke blitt gjennomført eller de hadde måttet nedskaleres betydelig.

Neste spørsmål er om aktivitetene leder til resultater i form av positive, intenderte virkninger. Det er ingen tvil om at Juleaksjonen gir positive virkninger i form av opplevelser for barn i utsatte grupper.

Videre kan man spørre om tiltakene gir varige endringer for barna. Vi har ikke grunnlag for å mene noe om dette. Verken litteraturstudien eller intervjuene er egnet til å belyse dette. Flere ansatte og frivillige i organisasjonene peker på at gjentakende og varige tiltak er det som har betydning. Juleaksjonen fungerer i mange tilfeller som ett i en rekke tiltak for samme deltakergruppe og har da slik betydning.

Man kan også spørre om man kan få mer ut av midlene, enten ved å styrke kvaliteten i gjennomføringen eller ved å satse på andre typer tiltak for den samme målgruppen. Som nevnt over, ser vi et potensial for å sikre at alle tiltakene gjennomføres med god kvalitet. Når det gjelder å satse på tiltak knyttet til julen sett opp mot andre formål, ser vi ikke grunnlag for å konkludere. Vi har spurt om dette i intervjuer med sentralledet i organisasjonene, men har ikke fått klare svar. Informantene oppfatter Juleaksjonen som viktig, men det er også andre satsinger for målgruppen.

Gjensidigestiftelsen og filantropisk innsats på velferdsfeltet

Dette temaet er belyst gjennom en litteraturstudie. Vi oppfatter at litteraturen er lite relevant for stiftelsens strategiske valg knyttet til innsatsen på feltet.

Vi forutsetter at stiftelsen ikke vil drive aktiviteter eller direkte tildeling av midler til målgruppen selv, men vil arbeide gjennom frivillige organisasjoner. Videre vil virksomheten drives innenfor rammene av «Frivillighetserklæringen» - regjeringens erklæring om hvordan de vil arbeide med frivillige organisasjoner.

Styrken til frivillige organisasjoner er at de er verdidrevne, de mobiliserer ekstraressurser (i form av frivillig arbeid og donasjon), de er «tett på» (kort vei fra kontakt med målgruppene til beslutninger om innretningen av innsatsen) – noe som legger til rette for innovasjon. Videre kan kontakten med målgruppen gjøre at organisasjonene kan fungere som talerør for grupper som ellers ikke kommer til orde.

I deler av litteraturen er det en kritisk vinkling på rollen til frivillige organisasjoner og filantropi. Den gjelder dels at forskere oppfatter det er politiske organer som bør ta beslutninger om bruk av allmenntilgjengelige ressurser. Videre mener de å se en utvikling hvor innretningen av velferdsforvaltningen og -ordningene tilpasses organisasjonenes behov, dels ut fra et verdibasert, politisk ønske om økt rolle for sivilsamfunnet.

Vi oppfatter at denne kritiske vinklingen bygger på en situasjonsbeskrivelse som virker lite relevant for norske forhold og som grunnlag for vurdering av Gjensidigestiftelsens virksomhet.

Litteraturen kan tilsi at når Gjensidigestiftelsen finansierer velferdstiltak i samarbeid med frivillige organisasjoner bør de:

- Unngå å stille krav som svekker frivillige organisasjoners styrke eller underminerer deres særpreget
- Vurdere om virksomheten skaper innovasjoner som bør deles med andre gjennom formidlingstiltak
- Legge vekt på at organisasjonene har god kontakt med velferdsforvaltningen når de tar prioriteringsbeslutninger

Anbefalinger

Vi oppfatter Juleaksjonen som et godt tiltak. Noe av styrken er at forvaltningen er enkel. Svakheter er at denne forvaltningsmodellen ikke i seg selv er egnet til å sikre kvalitet i gjennomføringen. I hovedsak oppfatter vi tiltakene som godt gjennomført, men vi så forbedringspotensial i enkelte tiltak, og vi oppfatter at det kan arbeides mer med barns medvirkning i utforming og valg av tiltak. Mange av de lokale virksomhetene beskriver at barnets behov står sentralt gjennom valg og tilpasninger som gjøres i aktivitetstilbudene. Flere av organisasjonene kan utarbeide metoder som gir barna reell medvirkning, og Juleaksjonen kan bidra til dette gjennom en tydelig forventning om at barns medvirkning er del av utforming av tilbudene.

Vi vil ikke anbefale at tildelingens form endres, men at stiftelsen bruker pedagogiske tiltak i form av opplæring, veiledningsmateriell, erfaringsutveksling, el. for å sikre kvalitet i gjennomføring av tiltakene. De pedagogiske tiltakene bør utformes i samarbeid med organisasjonene og kanskje ikke knyttes spesielt til Juleaksjonen, men til all innsats overfor målgruppen for Juleaksjonen.

1 Innledning

Juleaksjonen er en tilskuddsordning som forvaltes og finansieres av Gjensidigestiftelsen. Tilskuddene finansierer tiltak for at barn i familier med ulike utfordringer i hjemmet skal få gode opplevelser i tilknytning til julehøytiden og oppleve «en helt vanlig jul». Gjensidigestiftelsen bidrar med økonomisk støtte gjennom en søknadsbasert støtteordning. Støtten går til utvalgte frivillige organisasjoner som arbeider med tiltak for målgruppen sårbare barn og unge, som gjennomfører de faktiske tiltakene Juleaksjonen består av.

Formålet med denne evalueringen er at Gjensidigestiftelsen skal få et bedre grunnlag for å utforme framtidige støtteordninger for målgruppen. Evalueringen formidler funn og resultater fra våre undersøkelser og beskriver Juleaksjonens utviklingspotensial som støtteordning.

Evalueringssoppgavet ble tildelt Proba etter en anbudskonkurranse.

1.1 Leserveiledning

Rapporten er omfattende. Teksten er utformet for å få fram nyansene og dokumentere grunnlaget for våre vurderinger. Mange lesere vil imidlertid kunne ønske en kortere tekst og derfor foretrekke å lese utvalgte deler. For mange vil avsnitt 1.2 (om Juleaksjonen), avsnittene 4.9 og 4.10 (om oppsummering av våre inntrykk fra observasjon av tiltak og av organisasjonenes arbeid) og kapittel 6 (drøfting og konklusjoner) kunne gi tilstrekkelig forståelse. Men resten av rapporten bidrar til å få fram nyanser som gir bedre forståelse av ordningen og tiltakene som får finansiering. Litteraturstudien kan bidra til å løfte blikket og se Juleaksjonen og Gjensidigestiftelsens virksomhet i et overordnet perspektiv.

Avsnitt 1.2 beskriver hovedtrekkene i tilskuddsordningen. Resten av kapittel 1 omhandler selve evalueringssoppgavet og vår metode.

Kapittel 2 inneholder litteraturstudien.

I kapittel 3 beskriver vi Juleaksjonen og forvaltningen av denne mer i detalj.

Kapittel 4 beskriver organisasjonene som deltar i Juleaksjonen og hvordan sentrallet i organisasjonene arbeider med ordningen. I tillegg er det overordnede beskrivelser av hvordan tiltakene fungerer lokalt. I avsnitt 4.9 oppsummerer vi kort inntrykkene for våre observasjoner av lokale tiltak. Avsnitt 4.10 er en oppsummering av kapitlet.

Kapittel 5 er en omfattende beskrivelse av oppfatningene blant ansatte, frivillige, samarbeidspartnere og enkelte foreldre om Juleaksjonen, herunder om positive og negative sider samt utfordringer i gjennomføringen.

I kapittel 6 drøfter vi problemstillingene i evalueringen på bakgrunn av funnene i kapitlene 2-5 og vi trekker konklusjoner og gir anbefalinger.

To vedlegg inneholder henholdsvis beskrivelser av hvert enkelt tiltak vi observerte og spørreskjemaet som ble brukt i undersøkelsen.

1.2 Om Juleaksjonen

Initiativet til Juleaksjonen ble tatt overfor Gjensidigestiftelsen av Kirkens bymisjon i 2008. Hensikten var at barn i familier med ulike utfordringer i hjemmet også skulle få mulighet til å glede seg til jul og få opplevelser tilvarende «en helt vanlig jul». To år senere ble «Juleaksjonen» etablert som en årlig satsing av Gjensidigestiftelsen.

Ordningen finansieres og forvaltes av Gjensidigestiftelsen som inntar rollen som «stille aktør». Tilskuddene tildeles frivillige organisasjoner og finansierer en rekke ulike tiltak i sine lokallag/-enheter.

Ordningen har eksistert siden 2008, men med begrenset virksomhet de to første årene. Følgende organisasjoner er/har vært med:

- Kirkens bymisjon
- Røde Kors
- Frelsesarmeen
- Blå Kors
- Home-start (2014-)
- Krisesentersekretariatet
- Lions Club (2016-18)

Målet er formulert på følgende måte i tildelingsbrevet for 2021:

Grunntanken i Juleaksjonen er å nå hvert enkelt barn på en personlig måte, og som gjør en merkbar forskjell.

Målgruppen for Juleaksjonen er barn mellom 0 og 18 år og deres familier, med en prioritet på de som lever i lavinntektsgrupper, på krisesenter eller flyktningmottak.

Midlene som tildeles organisasjonene skal gå til

- Julegaver: leker, spill, klær eller andre gaver
- «Juleopplevelsen»: arrangementer der venner og familie møtes, for eksempel juletreff eller besøk på teater
- «Julebesøket»: tog- eller flybillett for seg selv eller nær familie eller venner
- «Julehuset»: juletre, pynt, mat og alt annet som hører julehuset til
- «Jul i all hast»: midler som kan benyttes når ikke alt går som planlagt

Aktivitetene og prosjektene i Juleaksjonen skal være rettet mot barn. Det vil si at barnet skal bli direkte berørt av hendelsen og ikke som en sekundær effekt via foresatte eller for eksempel en institusjon. I Juleaksjonen skal barnet oppleve fellesskap, omsorg og «en helt vanlig jul». Videre skal aktiviteten være noe utover det «vanlige» og skal ikke inngå i den ordinære driften av organisasjonens virksomhet. Aktivitetene som arrangeres i Juleaksjonen skal skje fra november til og med januar.

De tildelte midlene kan brukes til en rekke ulike typer tiltak. I 2021 la imidlertid Gjensidigestiftelsen følgende føringer på bruk av midlene:

Da økt antall barn medfører reduksjon i økonomisk bidrag per barn, har vi derfor nådd en grense for hvor mange barn vi har mulighet for å nå ut samtidig som grunntanken i Juleaksjonen fortsatt er sikret.

Dette krever et større fokus på å nå de barna som trenger hjelpen aller mest, fremfor å nå ut til enda flere.

Gjensidigestiftelsen oppfordrer dermed Juleaksjonens deltakere til å prioritere de prosjektene som i størst grad samsvarer med grunntanken i konseptet, fremfor det å øke antall barn i årets aksjon.

Midlene tildeles etter en prosedyre som følger årshjulet nedenfor:



Figuren beskriver milepælene i samhandlingen mellom Gjensidigestiftelsen og sentralledet i hver av organisasjonene. I tillegg er det en samhandling internt i organisasjonene, mellom sentralledet og de lokale enhetene. Denne samhandlingen er ikke lik i alle organisasjonene. Enkelte av lokallagene har beskrevet at de får informasjon om tildeling sent i oktober.

Gjensidigestiftelsen krever rapportering fra organisasjonene. Innholdet i rapporteringen er spesifisert på følgende måte i tildelingsbrevet:

- Hva pengene er brukt til
- Hvilke aktiviteter hvert senter/enhet gjennomførte
- Hvor mange barn tiltakene omfattet
- Hvordan opplevdes Juleaksjonen og de aktiviteter som ble gjennomført av de som var involvert (senteret, personell, frivillige og målgruppen)
- Hvilke ringvirkninger og langsiktige effekter som kan komme ut av Juleaksjonen (f.eks. for de frivillige, for organisasjonen, for målgruppen osv.)

I praksis, er det en del forskjeller i formatet på rapporteringen fra de ulike organisasjonene. Blant annet er det enkelte organisasjoner som lager en samlet rapport og ikke rapporterer fra hvert enkelt lokale tiltak. De som rapporter for hvert tiltak, har også litt ulike formater på dette – alle rapporter bruk av midler fra Juleaksjonen, mens andre også rapporter antall barn som har deltatt og hva slags aktiviteter som er gjennomført.

1.3 Problemstillinger

Hovedmålet med evalueringen er å bidra med beslutningsrelevant informasjon og forståelse til Gjensidigestiftelsen, slik at midlene i Juleaksjonen utnyttes best mulig ut fra de overordnede målene med ordningen. På grunnlag av oppdragsbeskrivelsen i anbudsdocumentene, formulerte vi følgende problemstillinger:

- Hvem er de involverte aktørene på ulike nivåer, herunder sentralt nivå, lokallag, frivillige, målgruppe og samarbeidspartnere?
- Hvordan oppfattes Juleaksjonen av de ulike aktørene?
- Hva er mottakerorganisasjonenes og de øvrige aktørenes motivasjon for å delta?
- Hvilke virkninger og effekter har aksjonen for de ulike aktørene?
- Hvordan fordeles midlene til ulike typer tiltak og hvorfor prioriterer organisasjonene slik de gjør?
- Hvordan opplever målgruppene tiltakene, og hva betyr de for dem?
- Er det sider ved ordningens form og språkbruk som oppfattes ekskluderende for noen grupper?

Vi har også vurdert om midlene kan sies å fungere «addisjonelt» - det vil si om tilskuddene fra Gjensidigestiftelsen faktisk utløser økt aktivitet eller tiltakene ville blitt gjennomført uansett. Videre har vi vurdert om en annen innretning, herunder satsing på andre tiltak, ville kunne gitt bedre overordnet måloppnåelse.

Oppdragsbeskrivelsen omfatter også en drøfting av Juleaksjonen i lys av filantropisk arbeid i en moderne velferdsstat og stiftelsens mulige rolle. Dette er en problemstilling som kommer i tillegg til evaluering av Juleaksjonen.

1.4 Metode

1.4.1 Analytisk ramme

De fleste av problemstillingene i evalueringen er kjent fra evaluering av statlige tilskuddsordninger. Vi har derfor brukt «Veileder for evaluering av statlige tilskuddsordninger» (DFØ, 2007) som et analytisk rammeverk.

I veilederen er det tre hovedtemaer:

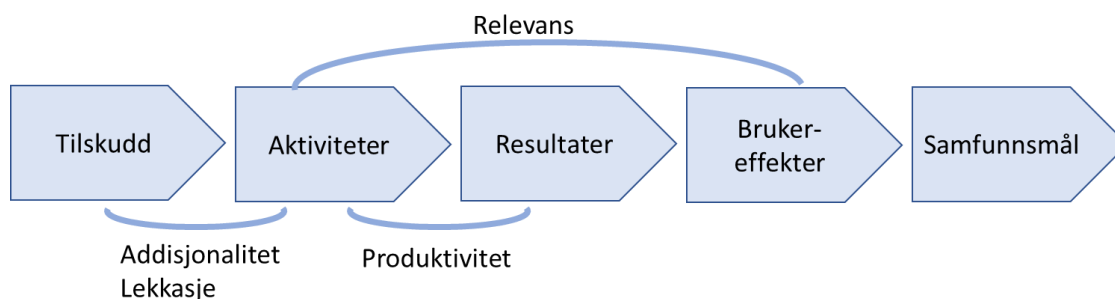
1. Effekter
2. Forvaltning
3. Utforming

I det følgende vil vi utdype hvordan disse temaene behandles i analysen av Juleaksjonen som tilskuddsordning.

Analyse av effekter

Effekter av tilskudd og andre tiltak analyseres ofte i en resultatkjede.

Figur 1-1: Effekter og evalueringsspørsmål for tilskudd



Vi vil her kort forklare hvordan modellen kan brukes som en analytisk inngang.

Evalueringen av resultatkjeden starter med å tematisere om tilskuddene faktisk gir økte aktiviteter eller om tilskuddet bare erstatter annen finansiering («lekkasje» og «addisjonalitet»).

Resultater vil i denne sammenhengen være det umiddelbare utbytte av tiltakene for barna i målgruppen. Brukereffekter vil være betydningen i en større sammenheng – barnas livssituasjon. Samfunns mål vil her være redusert utenforskap og fattigdom,

Vurdering av relevans må bygge på spørsmålet: Er det dette barna trenger mest, eller burde man heller brukt ressursene på noe annet?

Tiltak kan ha både tilskudte og utilsiktede virkninger. I tilknytning til Juleaksjonen kan man tenke seg bieffekter i form av økt rekruttering av frivillige, engasjementet hos frivillige samt utvikling av kunnskap om og kontakt med målgruppen. Hvis tiltakene i Juleaksjonen virker ekskluderende eller stigmatiserende, kan dette ses som en negativ bivirkning.

Vår informasjonsinnhenting har siktet direkte mot problemstillingene og på å belyse denne resultatkjeden.

Analyse av forvaltning

Dette temaet dekker utlysning av tilskuddsordningen, prosedyrer for mottak og behandling av søknader, utbetaling og kontrolltiltak.

Mange temaene som trekkes fram i veilederen for evalueringen av statlige tilskuddsordninger er ikke relevante for Juleaksjonen, men temaer som er relevante er om forvaltningen sikrer at midlene tildeles i samsvar med kriteriene som er definert for ordningen. Andre relevante temaer er tilskuddsmottakernes ressursbruk på å søke og rapportere om bruk av midler, graden av kontroll med bruk av tilskuddene og hensiktsmessigheten av «årshjulet», det vi si tidspunkt for ulike milepæler i forvaltningen.

Analyse av utforming

Under dette temaet vil det typisk være drøfting av endringer i

1. Avgrensningene: Hvem kan søke og til hva?
2. Krav til søknad (dokumentasjon)
3. Kriterier for tildeling

Ofte vil drøftingen omhandle en avveining mellom enkelhet og treffsikkerhet. Ved å stille strengere krav til 1. og 2., kan man sikre bedre kvalitet på tiltakene som finansieres, men samtidig øke administrative kostnader både hos forvalter og hos søkere/mottakere.

Ett tema som ligger i utkanten av metode for tilskuddsevaluering, men som ofte kommer opp, er muligheten for å etablere læringsarenaer knyttet til tilskuddsordninger. Man kan se kunnskapsoverføring mellom mottakerne som et kvalitetsfremmende tiltak og et alternativ til økt ressursbruk på forvaltning av ordningen.

1.4.2 Informasjonsinnhenting

Evalueringen er basert på en rekke ulike informasjonskilder.

Litteraturstudie

Litteraturstudien dekker i hovedsak to temaer:

- «Gode tiltak» for å nå målene og målgruppen for Juleaksjonen
- Frivillighetens rolle i filantropisk arbeid, særlig rettet mot utenforskap, fattigdom og barn

Innenfor rammen av denne evalueringen, er det ikke mulig å måle effekter av tilskuddene og tiltakene, utover aktørenes subjektive opplevelse. Gjennom litteraturstudien belyser vi sammenhengen mellom den typen tiltak som finansieres i Juleaksjonen og effekter. Vi har sett etter litteratur som belyser hva slags tiltak/aktiviteter som virker best for de aktuelle målgruppene og for å bekjempe fattigdom og sosial ekskludering.

Vi har hovedsakelig brukt Google Scholar for å finne relevant litteratur, dels ved å bruke relevante søkeord og dernest ved å søke «framover» ved å se på litteratur som har sitert

fra relevant litteratur og «bakover» ved å se på referanselisten i de mest sentrale titlene. Vi har brukt både forskningslitteratur (som har gjennomgått «peer review») og annen (grå) litteratur.

Dokumentgjennomgang

Vi har studert Gjensidigestiftelsens dokumenter som beskriver Juleaksjonen, oppsummeringer av rapporter fra organisasjonene, samt utvalgte rapporter fra organisasjonene til Gjensidigestiftelsen.

Intervjuer sentralt

Vi har intervjuet personer som representerer sentralleddet i organisasjonene som mottar støtte. Intervjuene omhandlet i hovedsak deres erfaringer med søking til og tildeling av midler fra Gjensidigestiftelsen, hvordan midlene fordeles mellom lokallag samt synet på problemstillingene omtalt i avsnitt 1.3.

Intervjuer og observasjon lokalt

Vi valgte 16 lokallag og arrangementer for observasjon og intervjuer. I valg av lokallag og lokale virksomheter, la vi vekt på å få med tiltak fra hver av mottakerorganisasjonene. I tillegg la vi vekt på å få variasjon i ulike typer tiltak. Vi var til stede ved ett til to tiltak i samtlige organisasjoner. I forbindelse med disse besøkene gjennomførte vi observasjon, samtaler med målgruppe, ansatte og frivillige. I tillegg gjorde vi formelle intervjuer med ansatte og frivillige ved 13 lokale virksomheter.

Covid 19-pandemien og restriksjoner knyttet til den, skapte problemer for observasjon og samtaler/intervjuer med barn for noen av de avtalte aktivitetene i desember 2021. Enkelte av arrangementene ble avlyst som følge av pandemien. Andre aktiviteter ble gjennomført, men på grunn av antallsbegrensninger, ønsket ikke organisasjonene å prioritere plass til eksterne aktører. Enkelte av de lokale virksomhetene la om planer til utendørs aktiviteter, og inviterte oss til å delta.

Organisasjonenes ansatte og frivillige tilrettela for deltakende observasjon og uformell samtale med deltakere i forbindelse med aktivitet. De var imidlertid opptatt av å skjerme barna og familiene i målgruppen i sin deltakelse og ville unngå at de ble oppsøkt som informanter for undersøkelsen. Flere steder var det derfor ikke ønskelig at vi gjennomførte intervjuer med barn og foreldre, slik vi i utgangspunktet hadde planlagt. Målgruppen er til stede i aktivitetene i kraft av sårbare livssituasjoner, og det sentrale for organisasjonene var at barn og deres familier skulle ha gode opplevelser uten å bli kontaktet for undersøkelse. Vi fikk imidlertid inntrykk og utsagn fra foreldre og barn gjennom tilstedeværelse i aktivitet. Vi fikk også kontaktinformasjon til informanter som vi kontaktet i etterkant for korte intervjusamtaler på telefon. I tillegg ga observasjon innsikt i målgruppens deltakelse i aktivitetene. Fordi målgruppen sårbare barn og unge er vanskelig tilgjengelig har vi også sammenfattet en del kunnskap om gruppen gjennom litteraturgjennomgangen (jf. kapittel 2) som beskriver hva annen forskning finner om målgruppens behov. Til sammen er det denne datainnsamlingen som ligger til grunn for vår analyse av barn og unges opplevelser av aktiviteter som skal dempe effekter av fattigdom, gi opplevelser som oppfattes som «vanlige» og samtidig by på noe utenom det vanlige.

Ved deltakende observasjonen i organisasjonene, la vi vekt på å beskrive hvordan aktivitetene ble lagt til rette for og tilpasset målgruppen og de barna og ungdommene som var til stede. Vi så etter barnas reaksjoner, utsagn, og på hvilke måter de kunne bli «direkte berørt» av tiltakene, i hvilken grad de var del av et fellesskap, samspill med andre barn og

voksne, hvorvidt de ga uttrykk for å oppleve mestring, inkludering og glede og hvilke elementer som kunne sies å utgjøre «noe utenom det vanlige».

Vi observerte også forhold som tilpasset språk, tilpasset bevertning, innhold i aktiviteten og om barnas meninger og tanker kom til uttrykk, hvilken posisjon de hadde i de ulike aktivitetene og hvordan aktivitetene så ut til å fungere for barn som er sjenerte, stille, pratsomme eller utagerende. For eksempel så vi på om barna var aktive, konsentrerte, urolige, så ut til å være engasjerte eller kjedet seg, om de snakket med noen og i så fall med hvem, hva de var opptatt av, og om de fremsto som trygge i situasjonen. I aktiviteter der foreldre var til stede, observerte vi også hvilken posisjon og rolle foreldrene fikk i aktiviteten.

Intervju med samarbeidspartnere

Vi ba alle organisasjonene om bistand til å komme i kontakt med samarbeidspartnere for sine lokale aktiviteter. Vi gjennomførte syv intervjuer med samarbeidspartnere, herunder et flyktningsmottak, en barneverntjeneste, en voksenopplæringsorganisasjon, et hotell, en besøksgård, en ungdomsklubb og en organisasjon som jobber med samme målgruppe.

Analyse av det kvalitative datamaterialet er basert på intervjureferater og observasjonsnotater, som er sammenstilt tematisk både per organisasjon og på tvers av organisasjonene.

Tabell 1-1: Antall observerte tiltak og intervjuer fordelt på organisasjon

Organisasjon	Antall lokale virksomheter med avtalt besøk	Gjennomført aktivitet vi fikk delta på	Formelt intervju med lokalt ansatt eller frivillig	Intervju med samarbeidspartnere	Observasjon av aktivitet	Samtale med barn og/eller foresatte
Kirkens bymisjon	3	3	3	1	1	1
Røde Kors	4	1	4	3	1	0*
Frelsesarmeen	2	2	1	1	2	1
Blå Kors	3	2	1	2	2	1
Home-Start	2	1	2	0	1	1
Krisesentersekretariatet	2	1	2	0	1	1
Totalt	16	10	13	7	8	5

*Frivilliges forberedelser til gaveutdeling, ingen barn eller foreldre til stede på det tidspunktet.

Spørreundersøkelse

Vi utformet et spørreskjema som Gjensidigestiftelsen sendte til kontaktpersoner ved organisasjonenes sentralledd. Disse sendte sentralleddene spørreundersøkelsen videre til lokallag og lokale virksomheter som var mottakere av midlene i Juleaksjonen i 2021. Vi fikk

192 svar fra ulike lokallag og lokale virksomheter, men har ikke oversikt over hvor mange som fikk tilsendt undersøkelsen og kan derfor ikke beregne svarprosenten.

Spørsmålene var i hovedsak rettet ganske direkte mot problemstillingene omtalt i avsnitt 1.3.

Analyser av rapporter

Vi har brukt data fra Gjensidigestiftelsen om søknadsbeløp og tilskudd til organisasjoner og fra lokallagenes rapportering til å belyse trender og andre statistiske sammenhenger i Juleaksjonen.

2 Litteraturstudie

I dette kapitlet presenterer vi en litteraturstudie av forskning og rapporter som belyser en del temaer knyttet til stiftelsers filantropiske arbeid for barn over vanskeligstilte barn og barn som vokser opp i fattigdom.

- Barn som vokser opp i fattigdom – de overordnede karakteristikaene
- Hvilke tiltak har vist seg å være effektive i bekjempelsen av fattigdom? (skam og inkludering)
- Hva er frivillighetens rolle? (filantropi i velferdsstaten)

Vi har sett etter forskning som er relevant for å vurdere Juleaksjonen som tiltak, herunder

- Inkludering av barn
- Barns medvirkning
- Stigmatisering ved tiltak for utsatte grupper
- De frivillige organisasjonenes og filantropiens rolle i velferdsstaten

Litteraturgjennomgangen er basert på artikler og rapporter funnet gjennom Google Scholar samt gjennom databasene Idunn og Jstor.

Avgrensninger av litteraturstudien

Mye av litteraturen vi refererer til nedenfor omhandler sivilsamfunnets eller frivillige organisasjoners rolle i arbeidet mot fattigdom eller konsekvensene av fattigdom. Problemstillingen fra oppdragsbeskrivelsen som vi har gjengitt over, gjelder filantropisk arbeid. Vi oppfatter at i Gjensidigestiftelsens filantropiske arbeid er det ikke aktuelt å gi midler direkte til personer eller tiltak for å motvirke fattigdom, men at stiftelsen alltid vil kanalisere sine midler gjennom frivillige organisasjoner eller andre «mellomledd». Derfor er litteraturen om sivilsamfunnets rolle i bekjempelse av fattigdom relevant for vurderinger av stiftelsens rolle. Stiftelsens rolle på dette feltet vil måtte være å finansiere og påvirke sivilsamfunnets virksomhet på dette feltet.

Mye av litteraturen vi refererer til omhandler forhold i andre land. En del av forholdene og funnene kan framstå som lite relevant for norske forhold. Vi mener likevel at litteraturen kan styrke forståelsen av muligheter og svakheter ved sivilsamfunnets rolle på dette feltet. Mot slutten av kapitlet trekker vi inn frivillighetserklæringen og politiske prosesser knyttet til sivilsamfunnets rolle i Norge. Disse politiske synspunktene bruker vi som ramme for drøftingen av funnene i litteraturen.

Barn i fattigdom i Norge

Barnefattigdommen i Norge har økt de siste årene (Fløtten og Grødem 2014, s. 7; Bufdir 2018, s. 8). Norske myndigheter opererer ikke med noe konkret inntektstak når man snakker om familier med vedvarende lavinntekt, og i Norge definerer man gjerne lavinntekt som noe *opplevd* heller enn noe som konkret kan måles (Fløtten 2009) (til forskjell fra absolutt fattigdom, som innebærer mangel på basale behov som mat, husly, klær). Når “normal life is the life of consumers” (Bauman 2000, s. 38), kan det å ikke kunne konsumere på lik linje med andre i nærmiljøet oppleves unormalt. Barnefattigdom i Norge i dag er dermed en situasjon der «barn har lavere materiell standard enn det som er vanlig der de bor og ekskluderes fra aktiviteter som er vanlige der de bor» (Nuland, Fløtten og Backe-Hansen 2009). Denne type fattigdom må dermed forstås som *mulighetsfattigdom* (Frønes 2017), der ulike faktorer i barns miljø forhindrer dem i å bruke mulighetene som sikrer en trygg framtid. Barnefattigdom er slik sett et problem som handler om marginalisering.

Konsekvensene av denne type fattigdom kan være store. Forskning på barn i fattige familier viser at barn som lever i lavinntekt har gjennomgående dårligere levekår og økt fare for å bli hengende etter andre barn på flere områder (Fløtten og Nielsen 2020, Kinge m.fl. 2021, Sandbæk & Pedersen 2010, Bekken mfl. 2018; Thorød 2008). For eksempel deltar de i mindre grad i fritidsaktiviteter¹ og annet sosialt liv, enn det barn som ikke vokser opp i lavinntekt gjør (Fløtten og Kavli 2009). Selv om dette kan skyldes andre forhold enn lavinntekt i seg selv, begrenser ifølge Fløtten (2009) fattigdom uansett barnas deltakelsesmuligheter direkte ved at familier ikke har råd til å skaffe utstyr eller betale medlemsavgifter, men også indirekte, ved at foreldrenes livssituasjon og sosiale status hemmer barnas sosiale deltakelse. Altså har fattigdom virkninger ut over det rent materielle. Hyggen, Brattbakk og Borgeraas (2018) fant at sosial isolasjon, ensomhet, mobbing og svake skoleprestasjoner forekommer i større grad i lavinntektsfamilier enn i andre familier. Thorød (2008) fant at eksklusjon av barn i lavinntektsfamilier også kan forekomme fordi vennene til barn i disse familiene «vet» at de aktuelle barna ikke har midler, og dermed lar være å spørre dem om å delta i sosiale sammenhenger, fordi de ikke vil stille vennen i en vanskelig situasjon.

I Norge er barn med innvandrerbakgrunn sterkt overrepresentert i lavinntektsgruppen. Mens 5,4 prosent av barn uten innvandrerbakgrunn tilhørte en husholdning med vedvarende lavinntekt i 2015, var denne andelen 38 prosent for barn med innvandrerbakgrunn (Epland og Kirkeberg 2015). Det samme året utgjorde disse barna 53,4 prosent av alle barn i husholdninger med vedvarende lavinntekt (ibid). I 2019 tilhørte om lag 115 000 barn husholdninger med vedvarende lavinntekt (SSB 2021), hvorav rundt 60 prosent hadde innvandret eller hadde innvandrerforeldre. Barn i familier med landbakgrunn fra Somalia, Syria, Irak, Eritrea og Afghanistan er særlig sterkt overrepresentert (ibid). Under koronapandemien har fattigdommen økt i alle grupper, både i familier med innvandrerbakgrunn, men også i andre familier.

Barn – inkludering og medvirkning

Barns opplevelse av å leve i fattigdom bør stå sterkt i fokus når man skal bekjempe barnefattigdom (se Haug og Tolgensbakk 2019). Dette er i tråd med prinsippet om *barns medvirkning* (blant annet nedfelt i FNs barnekonvensjon som er tatt inn i norsk lov). Over tid har et økende antall grupper og individer blitt inkludert i samfunnets politiske og juridiske sfærer (Kymlica 2002), blant annet barn, og dette innebærer et økende fokus på disse gruppernes medvirkning. *Medvirkning* innebærer blant annet retten til å delta og bidra i beslutningsprosesser som angår en selv. For eksempel er konseptet om barns medvirkning nedfelt i barneloven, barnevernloven og i programmer i skolen (Skivenes og Strandbu 2006). Barns medvirkning går ut på å anerkjenne barn og deres perspektiver i beslutningsfora og samtidig å se dem som individer og ikke kun som en gruppe.

Forskning viser at det å ta inn barnets perspektiv muliggjør en bedre oppfølging av barn i lavinntektsfamilier (jf. Rugkåsa og Bergheim 2020; Thorød 2008). I en studie av hvordan NAV fulgte opp lavinntektsfamilier, finner for eksempel Rugkåsa og Bergheim (2020) at et sterkere fokus på barns behov og perspektiver, kan bidra til et mer helhetlig tilbud og en

¹ Her er fritidsaktiviteter forstått som et sekkebegrep som omfatter handlinger og opplevelser barnet deltar i på fritiden. (definisjon i tråd med barnekonvensjonen) (Committee on the Rights of the Child. General comment no. 17 The right of the child to rest, leisure, play, recreational activities, cultural life and the arts (art.31)).

bedre oppfølging av lavinntektsfamilier, fordi man på den måten får et mer nyansert bilde av barnas og familienes behov slik at de kan få bedre hjelp (jf. Rugkåsa og Bergheim 2020).

De fleste studier der ungdom og barn er rådspurt (se for eksempel Ungdomspanelet, Bufdir 2020), viser klart at satsing på ulike type fritidsaktiviteter er nyttige for å dempe de negative effektene av fattigdom.

I rapporten «Snakk om fattigdom» fra Kirkens Bymisjon (2019), utførte forfatterne dybdeintervjuer med 17 unge i alderen 17–29 år, som hadde vokst opp i fattigdom. Rapporten presenterer flere tiltak som kan bidra til å dempe virkningene av fattigdom hos barn, basert på disse informantenes erfaringer: Holdningsskapende arbeid, konkrete tiltak for å forstå egen økonomi, konkrete tiltak for å komme i jobb, mer bevisst satsing på fritidsaktiviteter, skolen som samarbeidspartner (faglig og sosialt), behovsprøvde økonomiske støtteordninger og et mer koordinert barnevern framheves som viktige satsingsområder. Sett i lys av Gjensidigestiftelsens juleaksjon, er både punktet om holdningsskapende arbeid og mer bevisst satsing på fritidsaktiviteter relevant. Når det gjelder *holdningsskapende arbeid*, var informantene opptatt av å få bort stigmaet rundt fattigdom, å snakke om problemet, og at det burde være en åpen dialog i den offentlige samtalen om at noen familier er lavinntektsfamilier. Flere av informantene beskrev stresset som oppstår fordi barna ønsker å «spille på lag» med foreldrene, noe som gjerne innebærer å skjule at man har liten betalingsevne eller dårlig råd (2019, s. 14). Når det gjelder *fritidsaktiviteter*, trekker informantene fram at det er i sammenlikning med hva andre ungdommer opplever og har, at de selv opplevde å ha lite penger. Videre trekker flere fram at det å bli tilbudt mat, eller å få reise på ulike turer, har gitt dem positive opplevelser som de husker, og som har vært opplevd som et pusterom fra en mer beskjeden hverdag. Dette kan dermed i noen grad kompensere for denne sammenlikningen med andre. Det er også her mulighetsrommet til initiativer som Juleaksjonen ligger, nettopp ved å tilby «noe utenom det vanlige».

Studien fra Kirkens Bymisjon er gjort i aldersgruppen 17 – 29 år, og det er derfor mulig å tenke seg at en (nesten) voksens refleksjoner rundt dette vil være annerledes enn opplevelsen til et barn som har mye mindre erfaring er. Kanskje vil det for eksempel føles vanskeligere å snakke åpent om fattigdom når man er barn, enn det er for en voksen som har vokst opp i en lavinntektsfamilie og som reflekterer rundt dette i etterkant.

Også Thorød (2006) tar opp det skamfulle rundt å skulle snakke åpent om at man ikke har midler til å være med på bestemte aktiviteter som andre barn er med på. En av hennes informanter, en gutt på 12 år, beskriver det som «umulig» å si fra om at man ikke har råd til å være med, dersom fotballaget skal reise på utflukt. Nettopp dette peker på ambivalensen rundt å snakke åpent om lavinntekt, og at man kanskje har andre refleksjoner rundt dette når man er barn enn når man er ungdom.

I forbindelse med sitt eget sommerferietilbud for barnefamilier, har Røde Kors spurt deltakerne, i dette tilfellet kun barna, som har deltatt om hva de har likt best ved Røde Kors-ferien (Røde Kors 2019). Dette er en studie av hva barn foretrekker i et ferietilbud, som nødvendigvis vil være innrettet annerledes enn et endagsarrangement, slik Juleaksjonen gjerne er. Likevel kan noen av innsiktene likevel være relevante for Juleaksjonen. I rapporten finner de for det første at det å etablere og dyrke *relasjoner* var viktig. Barna likte spesielt godt at de hadde skaffet seg nye venner og at de i løpet av ferien hadde fått mye tid til å være sammen med de andre barna som også deltok i ferietilbudet. Et annet viktig moment var å kunne være med hele familien mens alle hadde fri. Til sist trakk barna også fram at relasjonene til de frivillige som deltok var spesielt viktige. For det andre fortalte barna

at de satt pris på å få et aktivitetstilbud i seg selv, og at det var mindre viktig om aktivitetene var «enkle» eller om de var ekstraordinære.

De forteller at de liker å bade, svømme, lære nye ting, spille fotball, slå hjul, turne, hoppe på trampoline og leke gammeldagse leker. På de stedene der de har gjort ekstraordinære aktiviteter, som rib-båtkjøring er det også noe de forteller om, men det er ikke det som stikker seg bemerkelsesverdig ut. (Røde Kors 2019, s. 22)

For barna i ferietilbudet var det altså ikke nødvendigvis av betydning hvor «dyr» aktiviteten var, men det var hovedsakelig å gjøre aktiviteter sammen med andre som de hadde gode relasjoner til.

Skam og inkludering

Det er ikke bare manglende midler og sosial status som hindrer lavinntektsfamilier i å delta. En av grunnene til at sosial isolasjon og fattigdom henger sammen, er knyttet til at det at skam over manglende midler i seg selv kan være grunn for å ikke delta i sosialt liv og fritidsaktiviteter. Flere studier har pekt på hvordan sammenhengen mellom skam og fattigdom. Både norsk og internasjonal forskning har for eksempel vist at det å motta ulike former for sosiale ytelser eller å delta i tiltak som er organisert av frivillige organisasjoner er knyttet til skamfølelse for mange (Seim og Larsen 2011, 161). Dette kan igjen bidra til å undergrave mottakerens følelse av verdighet (Ohls, 2017). Skam og verdighet er dermed nært knyttet til sosiale ordninger som er rettet mot lavinntektsfamilier. Den kommer for eksempel til uttrykk ved at barn kan prøve å dekke over at foreldrene har færre ressurser enn det som oppfattes som normalen (Kirkens Bymisjon 2019), fordi de ønsker å spille på «lag» med foreldrene.

I en studie av personer som lever i fattigdom finner Stjernø og Aaslund (2009) at det å bli møtt med interesse og oppmerksomhet fra andre har en betydelig effekt både når det gjelder det å være fornøyd med sitt eget liv, følelsen av kontroll over sitt eget liv samt håp for fremtiden. Dette gjaldt tilbud både fra stat, kommune og frivillige organisasjoner og andre private. Selv om disse studiene er utført på voksne, kan funnene likevel indikere at følelsen av å bli sett og å få aksept for situasjonen man er i, i noen grad kan bøte på følelsen av fattigdom.

Fritidstilbud har et annet mulighetsrom når det gjelder inkludering og det å forebygge stigma. Forskning har for eksempel pekt på at det å involvere mennesker fra ulike samfunnslag, og ikke bare lavinntektsfamilier, altså å unngå en form for segregering, i stor grad bøter på det stigma noen kan føle på når de mottar bestemte ytelser eller hjelp (Seim og Larsen 2011; Brattbakk, Ødegård, Aarland 2021).

En annet aspekt når det gjelder inkludering i forbindelse med Juleaksjonen, som Gjensidigestiftelsen har vært opptatt av at skal belyses, er det faktum at barn med innvandrerbakgrunn er sterkt overrepresentert i lavinntektsstatistikken og at brorparten av disse kommer fra land der det ikke feires jul (i alle fall ikke i religiøs forstand). Det finnes (så vidt vi vet) lite forskning på hvordan barn opplever arrangementer som er knyttet til religiøse høytider. Det som er av forskning, dreier seg om nyankomne asylsøkere som har tatt del i norske høytider, blant annet julefeiring, som en del av introduksjonsprogrammet (Fondevik og Halvorsen 2018). Forskerne fant at disse deltakerne satte pris på å bli introdusert for norske høytider, selv om de selv ikke feiret jul, fordi de anså det som en god introduksjon til det nye landet de skulle bo i. Men på generelt grunnlag kan man si at norsk jul er forholdsvis sekulær, ettersom julen også feires av mange etniske nordmenn som ikke er kristne. Dette er et spørsmål som har blitt tatt med i intervjuene med organisasjonene (se analysen).

Ovenfor er det skissert ulike perspektiver på hva som er viktig når man jobber med barn i fattigdom. Hvilken rolle kan initiativ som Juleaksjonen spille når det gjelder å bidra til å bekjempe barnefattigdom?

Erdvik og Ervik (2022) har sett på inkluderingsarbeidet til frivillige organisasjoner som tilbyr fritidsaktiviteter til barn og unge. Frivillige organisasjoner kan for eksempel bidra til ekskludering, ved at de krever ressurser fra familien, som å stille opp på dugnad, at barnet har utstyr eller medlemskontingent. Det er ifølge forskerne varierende oppmerksomhet innad i organisasjonene rundt hvorvidt de bidrar til inkludering eller ekskludering innad i de ulike organisasjonene.

De finner at de faktorene som har størst betydning for frivillige organisasjoners evne til å inkludere barn og unge beror på (i) økonomiske, menneskelige og organisatoriske ressurser (ii) kompetanse i form av nettverk, kultur og forvaltning (iii) koordinering internt i organisasjonen og i lokalsamfunnet (iv) organisasjonens kultur, identitet og målsettinger og (v) betydningen av gode rollemodeller.

En av de største barrierene var at familiers sosioøkonomiske ressurser påvirket barns deltakelse i fritidsaktivitet. Dette samsvarer også med tidligere forskning (Bakken, Frøyland og Sletten, 2016; Ødegård, Bakken og Strandbu 2016). Ressursaspektet både i form av økonomiske, som utstyrskrav og medlemskontingent, men også krav til foreldredeltakelse på dugnad o.l. var et gjennomgående problem. En studie trekker fra at det er et sentralt virkemiddel for organisasjonene å holde medlemskontingent og andre kostnader nede (Erdvik og Ervik 2022).

Den tredje sektoren og velferdstjenester

I dag beskrives samfunnet vårt gjerne som et velferdssamfunn heller enn en velferdsstat. Det var en utvikling som begynte på 1980-tallet (Selle og Strømnes 2012). I velferdssamfunnet skal hele samfunnet bidra til å sikre velferden, og ikke bare offentlig sektor.

Velferdssamfunnet sies gjerne å ha tre "pilarer": offentlig sektor, privat sektor (her i betydningen kommersiell virksomhet) og det som gjerne kalles «den tredje sektor» (Selle og Strømnes 2012; Enjolras og Sivesind 2018; Kobro 2019). Begrepet "den tredje sektor" ble første gang benyttet i 1980-årene (Selle og Strømnes 2012). «Den tredje sektoren» ble sett på som et supplement til offentlige tjenester. Frivillige, ikke-kommersielle aktører skulle i økende grad implementere og utføre offentlige tjenester, med støtte fra staten. Det ble ansett som et kollektivt «krafttak» på frivillig og selvregulert grunnlag, som var adskilt fra det offentlige og det private. Ifølge Selle og Strømnes (2012) presenteres en sterk velferdsstat og en sterk frivillig sektor gjerne som uforenelige i internasjonal faglitteratur. I Norge har vi likevel hatt både en sterk velferdsstat og en sterk frivillig sektor (ibid).

Denne tredje sektoren er stor og består av en rekke ulike aktører, aktiviteter og initiativ. I det internasjonale forskningsprosjektet *Third sector impact*, var målet nettopp å definere denne tredjesektoren på tvers av land (blant andre Norge), og forskerne lander på følgende definisjon: Private foreninger og stiftelser; ikke-kommersielle samvirkeforetak, gjensidige og sosiale foretak; og individuelle aktiviteter som gjennomføres uten lønn eller tvang - med mål om å gagne samfunnet eller personer utenfor egen familie og hushold (Enjolras og Sivesind 2018). Altså vil både Gjensidigestiftelsen og de organisasjonene som utfører Juleaksjonens aktiviteter kunne defineres inn i denne sektoren.

Ifølge Kobro et al. (2019), er framveksten av hybride prosjekter og organisasjoner et kjennetegn ved dagens velferdssamfunn. Med «hybride» mener de organisasjoner som har

funksjoner som drives etter modeller fra ulike sektorer, herunder offentlig tjenesteproduksjon, kommersiell virksomhet og tradisjonelt frivillig arbeid. Sosiale innovasjoner finner ofte sted der velferdsstatens tradisjonelle sektorer kombineres. Flere av de deltagende organisasjonene i Juleaksjonen er eksempler på hybride organisasjoner.

De siste årene er det, ifølge Loga (2018), blitt fornyet interesse for sivilsamfunnets potensiale i samspill med og i fornying av velferdsstaten. Diskusjoner om mulige endringer av arbeidsdelingen mellom de ulike sektorene, eller i endringen av «velferdsmiksen», har vært særlig fremtredende. Premisset for disse diskusjonene har vært at velferdsstaten er under press som følge av både økonomiske forhold, altså hvordan man kan finansiere velferdsstaten på en bærekraftig måte, men også samfunnsmessige, i den forstand at spørsmålet om hvordan man kan utvikle velferdssamfunnet på en mest mulig demokratisk måte er blitt mer sentralt. Dette innebærer å sikre et mangfold i tjenestene, styrke brukermedvirkning og individuelle tilpasninger til brukeres behov, samt å involvere flere aktører i et samarbeid om velferdsproduksjonen. Hvordan kan sivilsamfunnet, inkludert frivillig sektor, bidra i omstillingen av velferdsstaten? Loga skisserer tre roller som hun mener er sentrale i diskusjonen om sivilsamfunnets mulige rolle i en omstilling av velferdsstaten: (i) Rollen som velferdsprodusent og alternativ ideologileverandør (ii) rollen som medprodusent til velferdsstaten og (iii) rollen som innovatør.

Den første rollen, rollen som ideell tjenesteprodusent og alternativ ideologileverandør, begrunnes gjerne med at velferdstjenester som er drevet av det ideelle representerer et ideologisk alternativ til den offentlige velferdsproduksjonen, ikke gjennom direkte politisk arbeid, men ved sitt verdigrunnlag og styringsform. Vi vil her også peke på at den tredje sektoren pekes ut som viktig for å realisere velferdsmiksen, både i politikken og i forskningen. Hein Jenssen (2018) peker for eksempel på hvordan danske politiske dokumenter fremstiller frivilligheten som noe grunnleggende godt, som bidrar til en mer demokratisk innretning av velferdssamfunnet.

Den andre rollen, definert av Loga, altså sivilsamfunnet som medprodusent til velferdsstaten, bygger på en idé om at frivillig arbeid kan vitalisere sivilsamfunnet og fungere som et tillegg til offentlig tjenesteproduksjon. Dette innebærer både frivillig arbeid som foregår innenfor en organisasjon, men også i offentlige institusjoner eller i regi av private bedrifter. Dette kalles gjerne samskaping, samproduksjon og aktivt medborgerskap.

Den tredje rollen innebærer sivilsamfunnet som innovatører. Oppmerksomheten rundt innovasjon er i dag sterk, i både næringslivet og i offentlig sektor, for eksempel gjennom det økende fokuset på sosialt entreprenørskap. Ifølge Loga ser man at fokuset på innovasjon også i økende grad rettes mot frivillig sektor (Loga 2019, s. 63).

Den tredje sektor: Endringer

I takt med et økende fokus på at tredjesektoren skal bidra inn i velferdssamfunnet, har også sivilsamfunnet endret seg. Amnå (2006) pekte for eksempel på at organisasjonene og frivilligheten i Norden hadde endret karakter:

It (civil society) has now transformed from an institution that gives underprivileged groups a deliberative voice to one that mainly gives them the level of social service the welfare state fails to deliver. It has undergone an abrupt, although 'voluntary', transfer from the input to the output side of the political system. For some organizations, this means they have regressed into their pre-welfare state functions; they deliver social services, however without the same extent of independence as before.

Amnå finner altså at de frivillige organisasjonene har endret seg fra å fungere som et talerør for "underpriviligerte", til å fungere som leverandører av velferdstjenester.

En annen endring beskrives blant annet av Sivesind og Wollebæk (2010) i «Fra folkebevegelse til filantropi?». Antall medlemmer i frivillige organisasjoner har falt. Det samme har andelen av befolkning som arbeider som frivillig mer enn én time per uke. Forholdet mellom organisasjonene og de frivillige endres ved at organisasjonene kontinuerlig må rekruttere frivillige og ved at de frivillige i mindre grad deltar i styringen av organisasjonene. Videre har sammensetningen av medlemsmassen blitt sosialt skjevare – fra en bred sosial sammensetning til høystatusprofil. Samtidig har andelen som gir penger til frivillige organisasjoner holdt seg oppe. Forskerne mener at frivilligheten ikke vil forsvinne over natta, men endre karakter, og forklarer det dels med at det er inspirert av modeller man har observert i andre land, dels drevet av endringer i folks motivasjon og kapasitet og dels drevet av organisasjonenes ønske om å tilpasse seg det de oppfatter potensielle frivillige vil ha.

Andre² legger vekt på at endringer i offentlig forvaltning av velferdsytelsene har endret rammebetingelsene også for sivilsamfunnets virksomhet. Eksempler på endringer er økt bruk av markedsmekanismer i styring og friere brukervalg. De frivillige organisasjoner som leverer offentlig finansierte velferdstjenester (for eksempel sykehjemdrift) må tilpasse seg markedet samtidig som de skal legitimere sin eksistens og innretning overfor medlemmer, givere og frivillige med altruistiske motiver. Henriksen et.al. formulerer det slik:

Do they find symbolic ways of responding that primarily serve legitimation purposes to make them look reputable in the eyes of key players in their field without substantially changing their organizational practice? Or do they find creative solutions that can earnestly satisfy both funders and controllers, and still safeguard the trust of their constituency and users?

I hvilken grad kan organisasjonene bevare sitt særpreg, basert på en spesifikk ideologi eller et verdisyn, samtidig som de tilpasser seg markedet?

Pape (2020)³ tar for seg en del av de samme temaene. De legger vekt på at økt bruk av «new public management» (NPM) har preget virksomheten til frivillige organisasjoner. I studien studerer de utviklingen i reguleringen og finansieringen av frivillige organisasjoner i åtte europeiske land. De finner at frivillige organisasjoners tilgang til både offentlige og private tilskudd har falt i alle landene, mens inntekter fra produksjon har økt. Videre har økt bruk av kommersielle leverandører av velferdstjenester isolert sett bidratt til at de frivillige organisasjonene har redusert sin virksomhet og at organisasjonene er blitt mer byråkratiske for å oppfylle krav som springer ut av NPM. Fra enkelte av landene pekes det også på press for å måle «samfunnsbidrag». Dette kan ses som en trend mot økt NPM. Presset kommer både fra myndigheter og fra private givere og er nødvendig for å bevare/utvikle legitimitet.

De frivillige

Mange av de som er frivillige er medlemmer av de organisasjonene de arbeider for. Engasjementet, eller motivasjonen deres, kan dermed ligge i en sterk tilhørighet til

² Se f.eks. Henriksen, Lars Skov, Steven Rathgeb Smith, and Annette Zimmer. "Welfare mix and hybridity. Flexible adjustments to changed environments. Introduction to the special issue." *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations* 26.5 (2015): 1591-1600.

³ Pape, Ulla, et al. "Changing policy environments in Europe and the resilience of the third sector." *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations* 31.1 (2020): 238-249.

lokalsamfunnet og den organisasjonen de er medlem i. Frivillig innsats er en utbredt norm i Norge, men det kan likevel være mange grunner til at frivillige velger å engasjere seg i ulike tiltak. I frivillighetslitteraturen er studiet av motivasjon et sentralt moment, for eksempel i Wollebæk mfl. (2015). Motivasjon for frivillighet kan begrunnes langs mange perspektiver, for eksempel i personlig verdigrunnlag og holdninger, ønske om å oppfylle egne behov for fellesskapsfølelse, mulighet for læring eller å imøtekomme andres forventninger. Egne erfaringer med frivillighet i oppveksten, enten som deltaker eller i form av organisasjonsaktive foreldre/bekjente, kan også være viktige forhold. Også kontekstuelle forhold, som for eksempel tilhørighet i et lokalsamfunn preget av sterk dugnadskultur kan ha betydning.

Filantropi og fattigdom⁴

Filantropi forstår vi her som pengedonasjoner til veldedige formål, og innbakt i dette ligger det at pengene kommer samfunnet til nytte, for eksempel gjennom å dempe effektene av fattigdom. I Juleaksjonens tilfelle, er det da snakk om en stiftelse / bedrift sine pengedonasjoner.

I mange andre land er de offentlige velferdssystemene svakere enn i Norge og ulike typer filantropisk virksomhet viktigere for å bekjempe fattigdom og konsekvensene av fattigdom.

I 2010 proklamerte den daværende britiske regjeringen, ledet av David Cameron, «Big Society» som en ny retning i velferdspolitikken. Politikken la økt vekt på filantropi, mobilisering, medvirkning og lokal styring av velferdssystemet. Denne politikken kan ses som en særskilt sterk satsing på både filantropi og frivillighet som ressurser i arbeidet mot fattigdom. Politikken ble sterkt kritisert og er nå i praksis avvirket. Utviklingen kan være egnet til å belyse fallgruver og nødvendige begrensninger i rollene som filantropi og frivillighet bør spille.

En kritikk av Big Society gikk på at filantropi gir styringsrett til giverne. Dette er grunnleggende udemokratisk, framholder kritikerne.⁵ En nærliggende konklusjon er at hensynet til demokratisering begrenser rommet for filantropi som basis for styring av velferdssektoren og for beslutninger om ressursbruk på fattigdomsbekjempelse. En annen kritikk viste til at Big Society innebar at staten trakk seg tilbake. I områder med mye fattigdom ledet denne politikken til reduksjon i offentlig finansiering til velferdssystemet og svekkelse av både det offentlig finansierte og det frivillige velferdstilbudet.⁶ Evalueringen av Big Society som stiftelsen «Civil Exchange» gjennomførte, konkluderte med at politikken ga en svekkelse av velferdspolitikken og større forskjeller, både mellom ulike lokalmiljøer og individer. Selv om Civil Exchange's evaluering framstår som sterkt kritisk, konkluderer forfatterne likevel med at samarbeidet mellom offentlig sektor, frivillige organisasjoner og næringsliv bør styrkes, blant annet for å bidra til medvirkning fra lavinntektsgrupper i samfunnsutviklingen.

Det finnes en del forskning som drøfter det etiske grunnlaget for filantropi, ulike typer filantropi og forholdet mellom filantropi og politikk.

⁴ Vi mener mesteparten av litteraturen som presenteres i dette avsnittet i liten grad treffer norsk virkelighet og dermed heller ikke framstår som særlig relevant for innretning av Gjensidigestiftelsens arbeid. Vi gjengir litteraturen, delvis fordi vi ikke har funnet forskning som framstår som relevant om de samme temaene.

⁵ Jf. Smith, Steven Rathgeb. "The future of nonprofit human services." *Nonprofit Policy Forum*. Vol. 8. No. 4. De Gruyter, 2017.

⁶ "Whose Society? The Final Big Society Audit" "Whose Society? The Final Big Society Audit" (PDF). Civil Exchange. January 2015.

Vi mener at følgende sitat fra en dansk artikkel gjenspeiler en hovedtendens i denne forskningen:⁷

Artiklen analyserer hvordan civilsamfund og frivillighed bliver konstrueret i danske civilsamfundsstrategier og regeringsgrundlag hos de borgerlige regeringer mellem 2010 og 2017 samt i den kommende reform af den offentlige sektor, «Sammenhængsreformen».

...

Staten og den offentlige sektor skal være indrettet for civilsamfundets (og markedets) skyld, og italesættelsen af civilsamfund og frivillighed kommer dermed til at blive centrale legitimatoriske figurer i argumentet for ændringer i velfærdssamfundet. Civilsamfundet konstrueres som det originale, primære, levende og nære i modsætning til den kolde, fjerne og bureaukratiske stat og kommer dermed til at indgå i en politisk rationalitet, hvor staten skal trække sig tilbake og sørge for at lade de innovative og skabende processer i civilsamfund og marked komme til.

Det er flere andre kilder som har en tilsvarende kritisk holdning til den betydning frivillighet og filantropi tillegges i politikutformingen. Så vidt vi kan se, har de det til felles at de ser en risiko for at frivilligheten gjennom ulike mekanismer fortrenger politisk styrte fellesskapsløsninger (jf. kritikken av «Big Society» nedenfor). Vi vil også bemerke at i et notat fra Civita⁸, som er grunnleggende positiv til sivilsamfunnets rolle i velferdsstaten, inneholder avsnittet om «Stiftelser og sivilsamfunnsorganisasjonenes finansiering» ingen henvisninger til forskning. Dette styrker inntrykket av at temaet er lite behandlet av forskning, i hvert fall i form av forskning som belyser virkninger av filantropi samt styrker og svakheter ved ulike innretninger av filantropisk arbeid, mv.

I notatet fra Civita vises det at 12 prosent av finansieringen av frivillige organisasjoner i Norge kommer fra «andre private», herunder gaver, mens 40 prosent kommer fra offentlig sektor. I disse tallene er inntekter fra tjenesteyting (for eksempel drift av sykehjem) holdt utenfor. I notatet hevdes det at nesten alle de politiske partiene støtter tanken om at frivilligheten skal ha en selvstendig rolle. Forfatteren mener at dette krever at de ikke blir helt avhengige av offentlige midler.

Filantropi og frivillighet på velferdsfeltet i Norge

Vi mener at i Norge er det bred politisk enighet om at hovedtrekkene i samhandling mellom offentlig og frivillig sektor på velferdsfeltet kan oppsummeres som følger:

- Offentlig sektor skal sørge for universelle ordninger (minstestandarder basert på individuelle behov), mens frivillige organisasjoner kan tilby supplement til dette.⁹
- Det er bred politisk støtte til å involvere frivillige organisasjoner og sosiale entreprenører sterkere i å utforme virkemidlene, herunder som ledd i brukermedvirkning og samskaping
- Det er erkjent at dagens innretning av velferdsforvaltningen ikke er godt egnet til å utnytte styrken til frivillige organisasjoner og sosiale entreprenører

⁷ Jessen, Mathias Hein. "Civilsamfund og frivillighed som værdi og ressource: Konstruktionen af civilsamfund og frivillighed i danske civilsamfundsstrategier, 2010-2017." Dansk pædagogisk tidsskrift 4 (2018): 26-34.

⁸ Storsletten, A. V. (2022): «Sivilsamfunnets plass i Velferdsstaten», Civita-notat 1/2022

⁹ På Frivillig.no finner vi blant annet følgende formuleringer: «Velferden skal ikke baseres på frivillig arbeid og frivillighet skal ikke erstatte lønnet arbeidskraft i velferdstiltak.... Det offentlige tar ansvar på sitt vis og frivilligheten på et annet. Tilbud og tjenester som er lovpålagt, skal offentlig sektor sørge for å gjennomføre, enten i egen regi eller gjennom samarbeid med andre. Det offentlige kan ikke vedta frivillighet og kan ikke pålegge frivilligheten oppgaver. Frivillige gjør det de har lyst til på eget initiativ ut fra sitt eget engasjement og egne formål. Frivilligheten, offentlig sektor og næringslivet har ulike roller og sammen skaper vi samfunnet.»

I Norge er det bred enighet om at velferdssystemene i hovedsak skal finansieres over offentlige budsjetter og styres av demokratisk valgte organer.¹⁰ I lys av den politiske enigheten i Norge, framstår Big Society – med tilhørende «tilbaketrekning av offentlige velferdsytelser - som en uaktuell beskrivelse av virkeligheten i Norge. Etter vår mening, framstår forskningen om filantropi som vi har gjengitt tidligere, som relevant for å forstå Big Society, men ikke som særlig relevant for Norge.

Samtidig med at det i Norge er bred oppslutning om en universell velferdsstat, er det også bred enighet om at det er ønskelig med sterkere brukermedvirkning og med sterkere samspill mellom velferdsforvaltningen og frivillige organisasjoner. Dette uttrykkes i Frivillighetserklæring fra 2015 og - ikke minst - i «Strategi for økt innovasjon og bedre tjenester på arbeids- og velferdsfeltet» (ASD 2021). Strategien er en direkte oppfølging av Meld. St. 32 (2020-2021). I strategien defineres fire innsatsområder:

1. Øke bruken av innovative anskaffelser for arbeidsmarkedstiltak
2. Øke kunnskapen og kompetansen om innovative anskaffelser og sosialt entreprenørskap
3. Prøve ut nye finansieringsmodeller for sosial innovasjon
4. Særskilte tiltak for å øke involveringen av ideelle aktører på arbeids- og velferdsfeltet

Punkt 1-3 handler i hovedsak om det offentliges kjøp av tjenester fra ulike typer ideelle aktører, og vi ser ikke disse punktene som direkte relevante for Gjensidigestiftelsens virksomhet. Vi mener imidlertid at den sterke vektleggingen av behovet for innovasjon og nye løsninger samt punkt 4 spesielt, kan være relevant.

Regjeringens samarbeidsstrategi for barn og ungdom i lavinntektsfamilier (2020–2023) ser frivillig sektor som viktig bidragsyter i arbeidet med å bekjempe barnefattigdom. Blant annet skal Nasjonal tilskuddsordning for inkludering av barn og unge bidra til alternative mestringsarenaer og prosjekter som kan supplere skolegang og åpne for andre områder barn og ungdom kan oppleve mestring, føle seg inkludert og skaffe seg nettverk. Det politiske fokuset på barn som lever i fattigdom har vært sterkt de siste årene, med fokus på inkluderingen av fattige barn i organiserte fritidsaktiviteter som et prioritert tiltak.

Ideelle organisasjoner spiller en viktig rolle i norsk sivilsamfunn, og er en av pilarene i klassiske tredelingen man ofte tenker at velferdsstaten består av, med en offentlig, en privat og en frivillig sektor. Det er dessuten økende oppmerksomhet rundt at nye løsninger og modeller må utvikles og prøves ut i kombinasjoner av ulik logikk, ytelser og at det må involvere ulike aktører (se Kobro et.al. 2017).

I Norge er det bred enighet om hvilke roller frivillige organisasjoner bør kunne innta i velferdssystemet. Det er et offentlig fellesansvar å sikre tilstrekkelige velferdstilbud. Men de fleste er enige om at frivillige organisasjoner kan produsere velferdstjenester finansiert fra offentlige budsjetter (jf. pkt. 1 over). Videre er det enighet om at sivilsamfunnet kan tilby et supplement til det offentlig finansierte tilbudet, finansiert med private midler eller frivillig innsats (pkt. 2 over). Rollen som innovatør er også framhevet i mange politiske dokumenter (jf. pkt. 3).

¹⁰ I NOU 2020:13 *Private aktører i velferdsstaten* heter det: «Det er et offentlig, lovbestemt forsyningsansvar at alle innbyggere skal ha rett på tjenester når behovene oppstår.»

I tilknytning til Juleaksjonen og Gjensidigestiftelsen som filantropisk institusjon mener vi det primært er pkt. 2 som er relevant. Juleaksjonen er et eksempel på tilbud som kommer i tillegg til offentlige ytelser.

Selv det ofte er lagt opp til at offentlige ytelser skal være tilpasset behovet til hvert individ, vil ytelsene oftest ha et preg av standardisering. Dette, sammen med et grunnleggende krav om likhet/likeverdighet og at beslutningene ofte tas i et hierarkisk system, reduserer rommet for medvirkning og individualisering. De frivillige organisasjonene kan delegere ansvar og har ikke tilsvarende krav om likeverdighet i tilbudet. For eksempel vil frivillige organisasjoner kunne tilby tjenester til en gruppe uten å måtte sikre at alle med tilsvarende behov skal få samme tilbud. I tillegg vil frivillige organisasjoner kunne utnytte at de frivillige jobber uten lønn og at de har et engasjement som styrker tilbudet.

Forskning viser at innovasjoner ofte oppstår i møter mellom ulike aktører, tjenester og ytelser fra offentlig forvaltning. Frivillige organisasjoner kan ha styrker, sammenlignet med offentlig forvaltning, når det gjelder å prøve ut nye løsninger, herunder løsninger utviklet gjennom medvirkning og samskaping (Jf. Loga 2018).

En utfordring frivillige organisasjoner som jobber med lavinntektsfamilier kan møte på, er ifølge Tolgensbakk og Haug (2019) at det er vanskelig å få oversikt over myriadene av aktører og tiltak når man skal koordinere og tilrettelegge tiltak. To forhold fremheves som spesielt problematiske: For det første er det tidvis *vanskelig å fange opp enkeltindivider*, og for det andre er det *uklare grensedragninger og samarbeidslinjer* mellom hjelpeaktørene. Informantene fremhever behov for mer samarbeid og kommunikasjon, men de sier også at det er vanskelig å få dette til i praksis.

I kapittel 5, drøfter vi mulige implikasjoner av litteraturgjennomgang for innretningen av Gjensidigestiftelsens virksomhet.

3 Forvaltning og nøkkeltall

Gjensidigestiftelsens styre vedtar årlig hvorvidt Juleaksjonen skal gjennomføres. Da stiftelsen skulle etablere seg innenfor «trygghet og helse», valgte de samarbeidspartnere på bakgrunn av tilgang til og kunnskap om målgruppen samt organisasjoner som selv var godt etablerte virksomheter. Lions, Fattighuset og Redd Barna, har tidligere vært vurdert og deltatt i Juleaksjonen, men har trukket seg ut fordi de ikke har den samme tilgang til familiene og barna som de andre organisasjonene Juleaksjonen retter seg mot. Dagens seks organisasjoner er utvalgt til ordningen først og fremst på bakgrunn av tilgang til målgruppen og jevnlig arbeid med sårbare barn og unge gjennom sitt ordinære virke. Gjensidigestiftelsen uttrykker å ha stor tillit til organisasjonene, når det gjelder kunnskap og kompetanse om målgruppen, tiltak som fungerer og økonomisk integritet, som tillater de enkle søknads- og rapporteringsprosessene. Gjensidigestiftelsen kan lene seg på organisasjonenes internkontroll. Rapportene som kommer fra organisasjonenes sentralledd er aggregerte versjoner av lokal innrapportering og er ikke standardiserte med hensyn til innhold og utforming.

Vi har valgt disse organisasjonene fordi de er store og har orden i sysakene (ansatt Gjensidigestiftelsen).

Og så forstår vi at en del av de frivillige ikke er så glad i søke og rapportere. De vil gjøre aktiviteter (ansatt Gjensidigestiftelsen).

Gjensidigestiftelsens tillit til organisasjonene ligger videre i organisasjonenes tilgang til målgruppen og samarbeidsgrunnlaget med det offentlige hjelpeapparatet, som barnevern og NAV, beskriver en ansatt i stiftelsen.

Juleaksjonen ble startet som et initiativ av Kirkens bymisjon i 2008, og flere organisasjoner ble invitert med for at Juleaksjonen skulle nå flere barn. Juleaksjonen har vært holdt hvert år siden oppstarten. I 2020 ble en del arrangementer avlyst på grunn av pandemi. I 2021 hadde organisasjonene lærdom fra året før, og mye ble gjort i små grupper og utendørs.

Gjensidigestiftelsen har i perioden mellom 2008 til i dag, hatt enkelte fellesmøter med organisasjonene for å lytte til erfaringer og innspill om hvordan ordningen vil gi best mulig virkninger for målgruppen. I forbindelse med årlig søknad og rapportering, har én kontaktperson i hver av de seks organisasjonene dialog med én kontaktperson i Gjensidigestiftelsen, som formidler beslutninger i styret og eventuelle tilpasninger i tildelingskriterier.

Gjensidigestiftelsens ønsker en årlig saksbehandling av Juleaksjonen, beskriver en ansatt i Gjensidigestiftelsen. Styret er opptatt av antall barn som nås, i hvilken grad organisasjonene når frem til barna og om det er de samme barna som går igjen som mottakere hvert år.

Hvem er de som trenger det mest? Det er vanskelig å si noe på det, der er vi ikke veldig på. Men det er ikke om å gjøre å bli størst mulig. Kvalitet er målet (ansatt Gjensidigestiftelsen).

Gjensidigestiftelsen har de senere årene spisset sine tildeling og prioritert målgruppen barn og unge sterkere enn før.

3.1 Søknader, tildelinger og antall barn

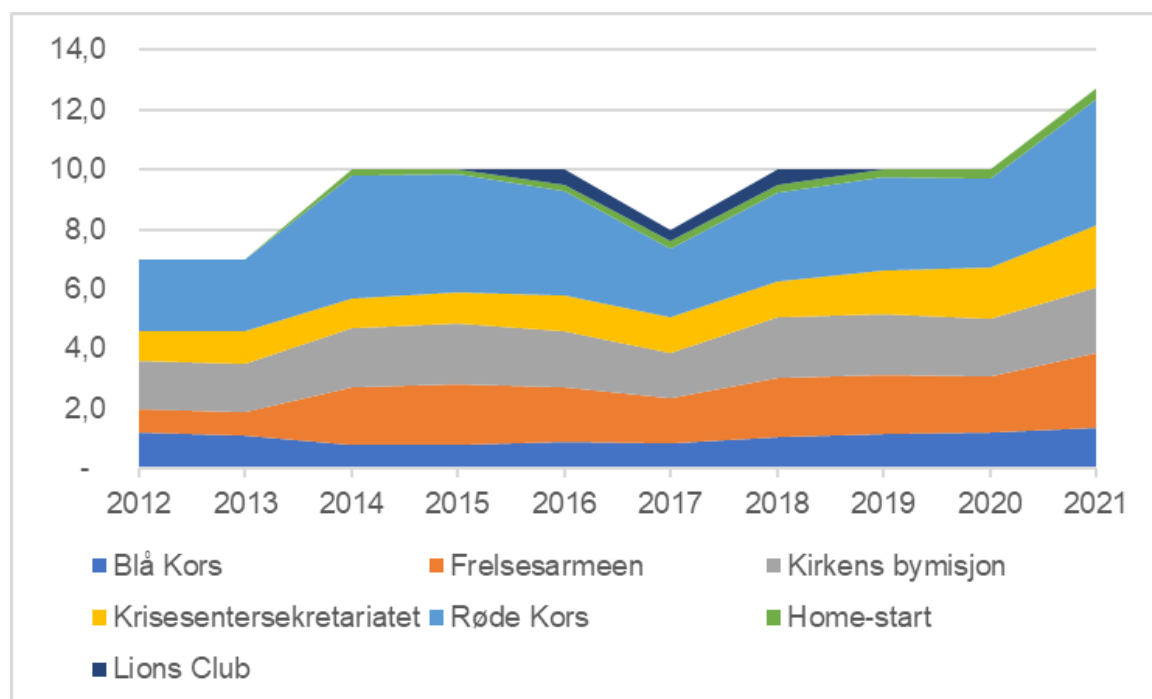
Gjensidigestiftelsen startet med Juleaksjonen i 2008, men da i begrenset omfang. Vi viser her nøkkeltall tilbake fra 2012.

Omfang

Figur 3-1 viser tildelte beløp. Samlet årlig tildeling har vært:

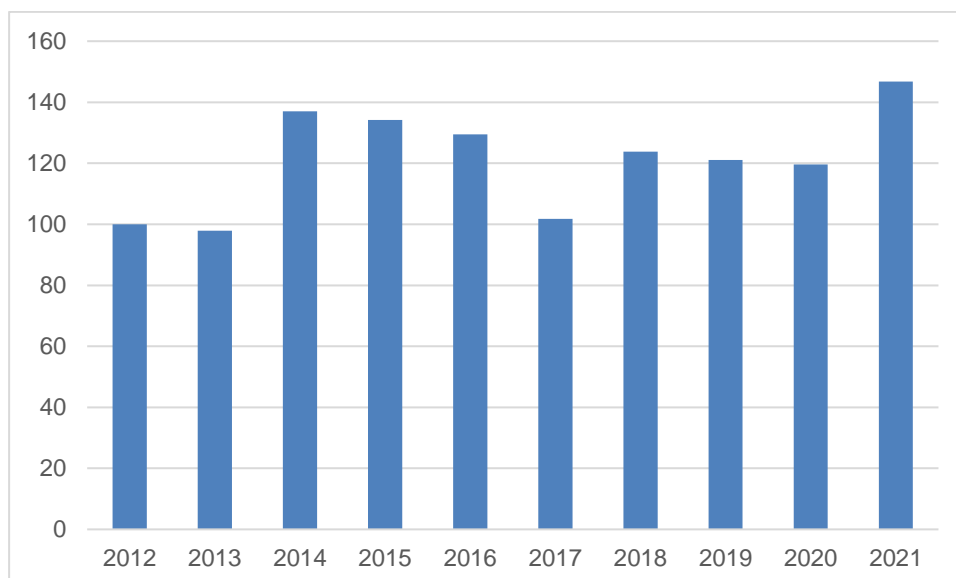
- 7 mill.kr. i 2012 og -13
- 10 mill.kr. i 2014-16 og 2018-20
- 8 mill.kr. i 2017
- 12,7 mill.kr. i 2021

Figur 3-1: Tildelte beløp til Juleaksjonen fordelt på mottakere. Mill Kr. 2012-21



Det har vært lav prisvekst i perioden, og selv om man holder 2021 utenfor, har det vært en realvekst i tildelingene, jf. Figur 3-2. Det var 20 prosent inflasjonsjustert vekst i perioden 2012-2020. Men det var en nedadgående trend i realverdien av tildelingene i perioden 2014-20 (en reduksjon på 13 prosent).

Figur 3-2: Realverdien av tildelinger til Juleaksjonen. 2012=100



Fordeling på organisasjoner

Vi mener fordelingen av midler på organisasjoner må kunne sies å være ganske stabil. Vi vil likevel nevne følgende:

- Lions Norge kom inn som ny mottaker i 2016 og fikk i hvert av årene 2016-18 tildelt 5 prosent av midlene, men trakk seg så ut av ordningen
- Home-Start kom inn i 2014 og har i alle år siden mottatt 2-3 prosent av tildelingene
- Røde Kors har i alle årene vært den største mottakeren. De har fått mellom 29 og 41 prosent av tildelingene
- Frelsesarmeen¹¹ mottok 11 prosent av tildelingene de to første årene, men har siden fått mellom 18 og 20 prosent av midlene og har da vært nest største mottaker sammen med Kirkens Bymisjon
- Krisesentersekretariatet har de senere årene blitt en stadig større mottaker og er nå oppe på omlag samme nivå som Frelsesarmeen og Kirkens Bymisjon
- Blå Kors mottok en ganske høy andel (16-17 prosent) de første årene, men har ligget på 11-12 prosent de senere årene.

Søknad og tildeling

I oversiktene til Gjensidigestiftelsen er det spesifisert søknadstall fra og med 2016. For årene før, er det oppgitt kun tildelinger.

¹¹ Frelsesarmeen og Kirken Bymisjon i Oslo fikk noen år separate tildelinger parallelt med de nasjonale enhetene sine. Vi har behandlet tall for Oslo-avdelingene sammen med resten av landet.

Tabell 3-1: Samlet søknadsbeløp og tildeling, 2016-21. Kr. og prosent.

År	Søknader	Tildelinger	Andel tildelt
2016	11 676 200	10 000 000	86 %
2017	11 234 000	8 000 000	71 %
2018	10 682 400	10 000 000	94 %
2019	10 412 500	10 000 000	96 %
2020	9 491 250	8 800 000	93 %
2021	12 698 769	12 698 769	100 %

2017 skiller seg ut med lav tildeling, både absolutt og relativt til omsøkt beløp.

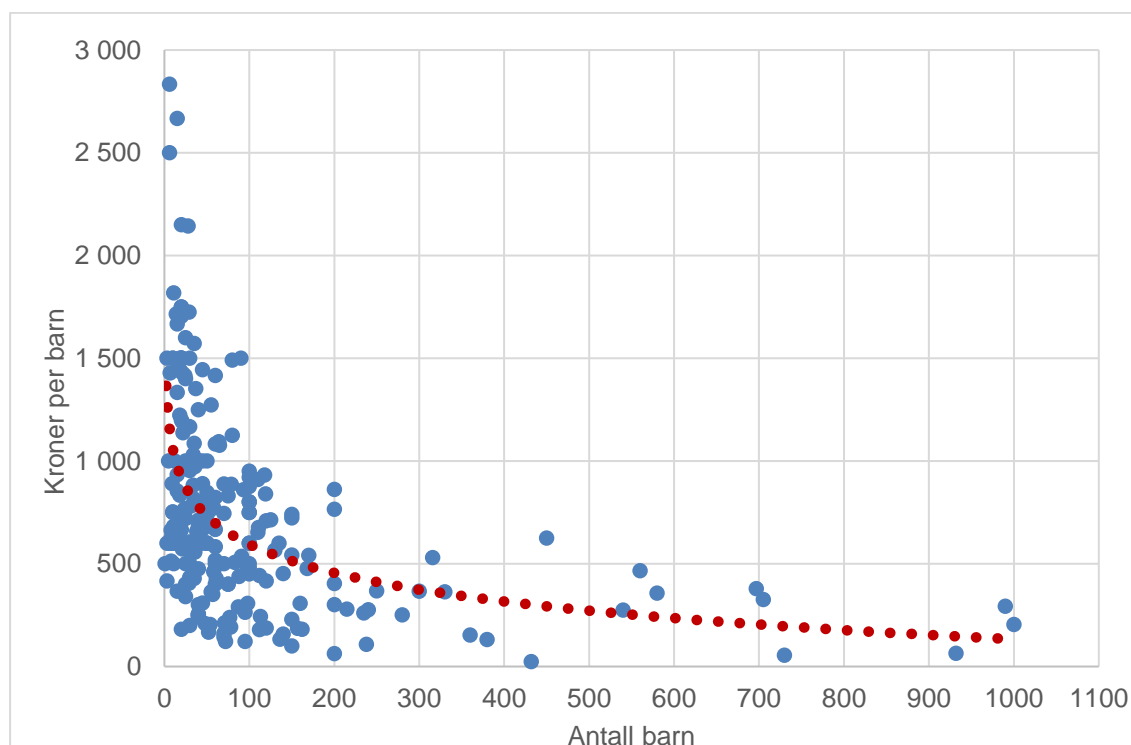
2021 skiller seg også ut fordi alle fikk det de søkte om. Dette skyldtes at styret hadde utvidet rammen fra året før.

Fordeling på organisasjoner

Figur 3-3 viser utgiftene per barn i det enkelte lokale tiltak (vertikal akse) og antall barn i tiltaket (horisontal akse). Det er en ganske klar sammenheng mellom størrelsen på de lokale tiltakene, målt i antall barn som deltar, og utgiftene per barn. Den stiplede linje er en (logaritmisk) trendlinje.

Figuren er basert på rapportering fra Blå Kors 2018, -19 og -20 Røde Kors 2020 samt Frelsesarmeen og krisesentrene 2019. Dette er de rapportene vi har mottatt, der utgiftene er brutt ned på enkelttiltak og med angivelse av antall deltagende barn.

Figur 3-3: Tiltak finansiert av Juleaksjonen. Utgifter per barn, fordelt på antall barn i tiltaket



Selv om det er en klar sammenheng mellom størrelse og utgifter per barn, er det også sterk variasjonen mellom tiltak med samme størrelse. For eksempel varierer utgiftene per barn for tiltak med rundt 100 deltagende barn mellom 120 og 1 000 kroner per barn. Vi vet ikke hva som kan forklare disse forskjeller, men trolig er forskjeller i innholdet i tiltakene den viktigste forklaringen. Vi vet mindre om forskjeller i innhold også har betydning for forskjeller i betydning for barna og familiene, slik at man kan si at «det er verdt det» å bruke ekstra penger.

Analyse av forskjeller i kostnadsnivå

Vi har også gjennomført en statistisk analyse (regresjon) av de samme dataene som er brukt i Figur 3-3. Analysen viser om kostnad per barn varierer mellom organisasjonene og mellom år. I analysen har vi kontrollert for (logaritmen av) antall barn i det enkelte tiltak.

Vi finner at det er statistisk forskjell i kostnadene mellom ulike organisasjoner. I analysen har vi brukt Blå Kors som sammenligningsgrunnlag. Vi finner at Røde Kors har lavere tiltakskostnader enn Blå Kors, mens Frelsesarmeen og (særlig) krisesentrene har høyere kostnader.

Det er ikke sikkert at dette skyldes en form for «sjenerøsitet» eller effektivitet i bruk av midlene. Mulige forklaringer kan også være forskjeller i hvordan antall deltagende barn anslås, og hva slags tiltak som er mest vanlige i de ulike organisasjonene.

Videre finner vi at kostnad per barn varierer mellom årene, også når vi kontrollerer for antall barn i tiltaket. Kostnadsnivået var høyest i 2019 og dernest i 2020. Data dekker perioden 2018-2020.

4 Organisasjonene som deltar i Juleaksjonen

De seks organisasjonene som er utvalgt for Juleaksjonen og tildeles midler, arbeider med tiltak for samme målgruppe med ulike fokus og tilnærming. Alle har barn i sårbare livssituasjoner som målgruppe for sitt arbeid, men skiller seg noe fra hverandre i prioriterte målgrupper, omfang og verdigrunnlag. Vi vil i det følgende presentere organisasjonene hver for seg, slik de fremstår som aktører i Juleaksjonen, og trekke frem forhold som skiller organisasjonene fra hverandre i sin tilnærming til Juleaksjonen. Vi vil beskrive arbeidet med Juleaksjonen internt, målgruppen og deres behov, de frivillige og organisasjonenes arbeid for å sette den enkelte frivillige i stand til arbeid med barn. Vi vil også trekke frem resultater fra spørreundersøkelsen om aktivitetene som er gjort i Juleaksjonen.

Videre presenterer vi funn på tvers av organisasjonene. For å besvare problemstillingene i oppdraget om aktørenes oppfatninger av Juleaksjonens, motivasjon for deltakelse og Juleaksjonens ulike virkninger, har vi innhentet tilbakemeldinger gjennom intervjuer og spørreundersøkelse. Svarene er nokså sammenfallende for de ulike organisasjonene. Vi fremstiller hovedtrekkene og trekker frem noen motsetningsfylte forhold. I tråd med problemstillingene, vil vi også drøfte hvorvidt noen av Juleaksjonens begreper eller innretninger kan oppleves ekskluderende og hindre deltakelse for enkelte grupper eller individer i målgruppen, organisasjonenes prioriteringsarbeid og på hvilke måter målgruppen tas inn i planlegging og utforming av aktivitetene i Juleaksjonen.

I spørreundersøkelsen er de fleste av svarene basert på åpne svar og ikke fastsatte alternativer. Vi har laget kvantitative variable på grunnlag av svarene på enkelte av de åpne spørsmålene.

Til sist vil vi presentere tilbakemeldinger og ønsker som er fra organisasjonene om Juleaksjonens fremtid.

4.1 Kirkens bymisjon

Kirkens bymisjon er en ideell diakonal organisasjon, som siden 1855 har jobbet for sosial inkludering av utsatte samfunnsgrupper i norske byer. Gjennom gatenære tiltak, kafeer, aktivitetshus, væresteder, rusomsorg, eldreomsorg, arbeidstiltak og tilbud til barn og unge, skaper organisasjonen tiltak som skal støtte mennesker i sårbare situasjoner og føre mennesker med ulik bakgrunn sammen i nye fellesskap.

Kirkens bymisjon er organisert som 12 frittstående stiftelser rundt i Norge, og er til stede i over 50 byer og steder. Den største stiftelsen er i Oslo, med omkring 40 ulike virksomheter og vel 1000 ansatte. Stiftelsen ledes av et styre og generalsekretær. Totalt er det om lag 1800 ansatte i organisasjonen og 4500 frivillige knyttet til de ulike tiltakene¹². Hovedkontoret i Oslo har en samordnende og rådgivende rolle overfor stiftelsene og delegerer bruk av innsamlede midler.

¹² <https://kirkensbymisjon.no/om-oss/>

Kirkens bymisjons arbeid for barn og unge

Kirkens bymisjons arbeid for barn og unge består både av politisk påvirkning og aktivitetstilbud. Organisasjonen skal gi barn opplevelsen av å bli sett, og støtte dem i å mestre det de opplever som vanskelig. Et mål er å motarbeide de alvorlige sosiale følgene det kan ha for et barn å komme fra et hjem med lav inntekt sammenliknet med majoritetsbefolkningen. Kirkens bymisjons tilbud for barn består av ferieaktiviteter, støtte i oppfølging av barnevernssaker, omsorgstilbud for barn som ikke kan bo med egne foreldre, langvarig omsorgsansvar og lavterskel aktivitetstilbud, som mor og barn-grupper, møteplasser etter skoletid og ungdomsklubber.

Juleaksjonen i Kirkens bymisjon

Juleaksjonen startet som et initiativ og samarbeid mellom Gjensidigestiftelsen og Kirkens bymisjon i 2008, for at barn i familier med ulike utfordringer skulle få oppleve «en helt vanlig jul». Juleaksjonens midler er viktige og har lang historie i organisasjonen.

Vi tar det (midler til Juleaksjonen) aldri for gitt, men vi har ikke noe back up-ordning, vi har ikke de midlene, så det er viktig på den måten. Det er tradisjon (ansatt sentralt).

En ansatt ved økonomiavdelingen på hovedkontoret er ansvarlig for dialogen med Gjensidigestiftelsen om Juleaksjonen og informeres årlig når styret i Gjensidigestiftelsen har besluttet at de igjen skal gjennomføre Juleaksjonen. Styret allokere en sum og gir organisasjonene mulighet til å delta ved å sende inn søknad. Kirkens bymisjon, ved hovedkontorets representant, sender inn en søknad om en totalsum på vegne av alle de 12 bymisjon-stiftelsene i Norge. Når søknaden innvilges av Gjensidigestiftelsen, initierer den nasjonalt ansatte en intern søknadsprosess i organisasjonen. Da søker de lokale virksomhetene ved de ulike stiftelsene som pleier å søke, i tillegg til noen nye som kommer til. De sender et forenklet søknadsskjema og oppgir totalsum samt antall barn de regner med å nå med aksjonen. Den ansatte sentralt arbeider med alle stiftelsene og legatene det søkes støtte fra, og fungerer som bindeledd mellom fagavdelingene og enhetene. Søknaden som går til Gjensidigestiftelsen er basert på historiske tall og hva som er gjort i foregående år, hvilke stiftelser som har vokst og hvilke virksomheter som er kommet til. Arbeidet i organisasjonen utvikles hele tiden, og fordelingen må balanseres mellom stiftelser i byer med mange og få innbyggere.

Når jeg har samlet inn søknadene, knar vi det litt i forhold til behov og hva vi fikk i fjor, justerer litt og fordeler (ansatt sentralt).

Når aksjonen er gjennomført over nyttår, lages en samlet rapport over hvordan midlene er brukt de ulike stedene, med bilder og et narrativt tillegg.

Kirkens bymisjon finansieres gjennom «et puslespill av finansiering fra stat, kommuner, stiftelser, private givere og bedrifter», beskriver en ansatt sentralt. Forpliktelsene som følger gavene varierer, rapporteringen er mer eller mindre omfattende, midlene er alltid øremerket, og det er sjelden det går til ren drift.

Det som er spesielt med Juleaksjonen, er at virksomhetene kan kjøpe julegaver. Det ligger ikke i budsjettet ellers, beskriver en ansatt sentralt.

Vi er heldige, vi er en stor organisasjon som har anledning til å tenke langsiktig, så vår forvaltning er grundig og restriktiv, men gjennomtenkt med direktører over tid. Så driften som foregår over året, tar man høyde for på andre måter. Juleaksjonen

er et løft som kommer utenpå den vanlige driften. Det er vel litt av intensjonen, å gjøre høytiden litt annerledes (ansatt sentralt).

I julen har Kirkens bymisjon en rekke andre tiltak, for flere målgrupper enn barn og unge. Organisasjonen har tiltak for blant annet personer med bakgrunn i rus og psykiatri, ensomme, hjemløse og eldre. Organisasjonen har en egen «juleaksjon» og samler midler til tilbud med fokus på samvær og måltider, og for å kunne dele ut julegaver. Midlene fra Gjensidigestiftelsens Juleaksjon holdes adskilt fra dette og har egen rapportering. Organisasjonens virksomheter opplever at det er knapphet på midler, og at den enkelte virksomhets budsjett er stramt.

Det er alltid et større behov enn man får dekket, alle strever med å få det til å gå rundt (ansatt sentralt).

Det er de lokale virksomhetene som foretar prioriteringene om hvordan pengene skal brukes. Kirkens bymisjon nasjonalt i Oslo, har ikke en overprøvende funksjon overfor de andre stiftelsene, som er selvstendige enheter.

Lokalt administrativt arbeid

Lokale virksomheter som ønsker å delta i Juleaksjonen, sender en enkel søknad til Kirkens bymisjons nasjonalkontor, med plan for bruk av midlene. En lokalt ansatt som har jobbet med ordningen i flere år, trekker frem at det følger betydelige administrative kostnader med gjennomføringen av Juleaksjonen.

Tildelingen fordeles prosentvis ettersom hvor mange familier vi har søkt om. Det som ikke kommer fram i det hele tatt, er admin-kostnadene. Alt av admin-kostnader og lønn tar vi på faste budsjetter. I tillegg til midlene fra Juleaksjonen, bruker vi egne ressurser, frivillige og ansatte (ansatt lokal virksomhet).

De ansatte ved en lokal virksomhet beskriver stor bruk av interne ressurser på Juleaksjonen i månedene og ukene før jul, i forbindelse med en stor gaveutdeling de arrangerer. Barnefamilier kan søke om julehjelp gjennom et søknadsskjema, og ansatte og frivillige arbeider med å sortere og godkjenne søknadene. Arbeidet innebærer videre koordinering av innkjøp og mottak av gaver fra givere og næringsliv, kommunikasjon med mottakerne om henting av gaver og gavekort, samt å omsette store deler av midlene fra Juleaksjonen om til gavekort, med beløp tilsvarende antall barn i hver familie som har fått innvilget sin søknad.

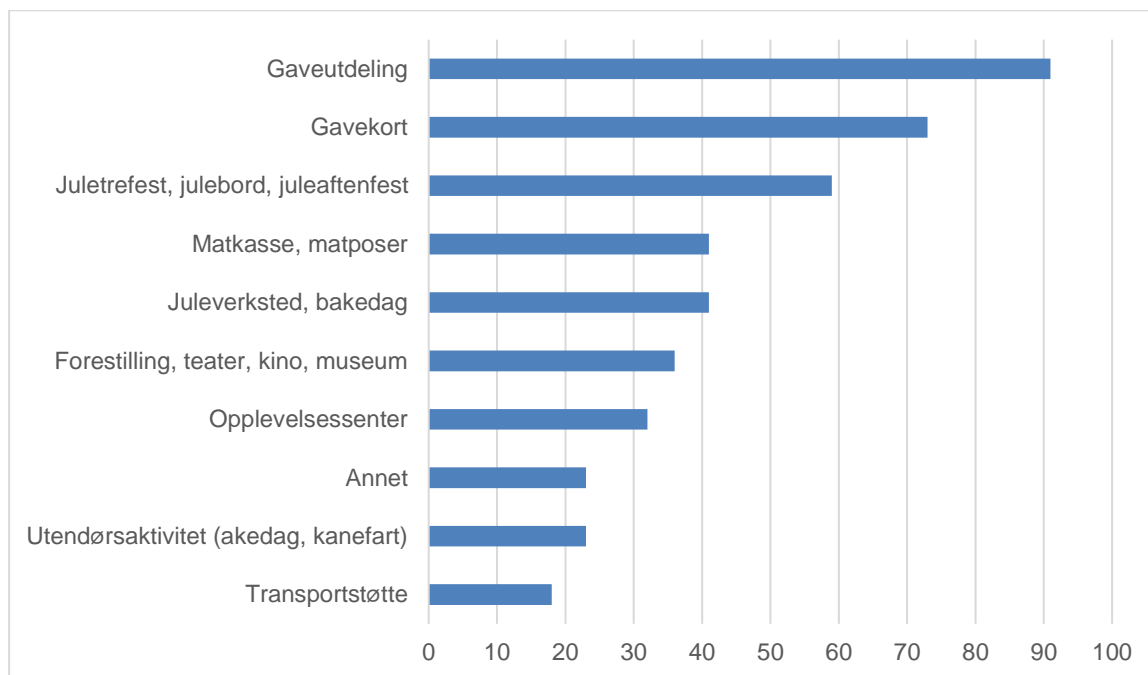
En ansatt ved en annen lokal virksomhet, peker også på at Juleaksjonen krever mye arbeid:

For meg er det bare merarbeid. Jeg må ta ut kontanter og gi de ansatte 700-800 kroner per barn, så de skal slippe å legge ut. Regnskapet og kvitteringer som skal inn, alt skal bekreftes, det kommer utenpå all annen jobb. Det er mye jobb, men det er verdt det (ansatt lokal virksomhet).

Juleaksjonen omtales som en raus ordning med høy grad av fleksibilitet. De lokale virksomhetene påpeker at bekreftelsen på og tildelingen av midler er sen, og at ved tidligere tildeling, ville det være mulig å planlegge bedre, informere bredere og nå ut til flere i målgruppen.

Spørreundersøkelsens respondenter fra Kirkens Bymisjon arrangerte følgende aktiviteter i 2021:

Figur 4-1 Hvilke tiltak har dere arrangert i år? Svar fra Kirkens Bymisjon. Prosent av svarene.



Figuren er basert på 23 svar.¹³ At det er såpass overvekt av gavekort og gaveutdelinger, har sannsynligvis noe med pandemien å gjøre, da mye måtte avlyses av smittevern hensyn og ny nedstengning i desember 2021. 20 svarer at de ikke ville kunnet gjennomføre aktivitetene eller at det ville blitt i mye mindre skala enn det de har mulighet til med støtten fra Gjensidigestiftelsen. Én svarer at de ikke ville tatt sjansen på å annonsere arrangementene sine ut over målgruppen dersom de ikke hadde hatt Gjensidigestiftelsens støtte. Tre svarer at de hovedsakelig ville gjennomført som før, men at noe kanskje ville blitt redusert, for eksempel gaver.

Av 16 respondenter, svarer 10 at de ikke har hatt noe dialog med sentralledd eller andre i organisasjonene om gode grep, veiledning, tips og råd for utformingen av disse. Seks svarer ja. På spørsmål om det er noe de vil gjøre annerledes til neste års Juleaksjon, skriver én at de ønsker flere arrangementer, og én at de vil gå på flere forestillinger. Én siste uttrykker ønske om å inkludere flere etnisk norske familier.

Frivillighet og samarbeid

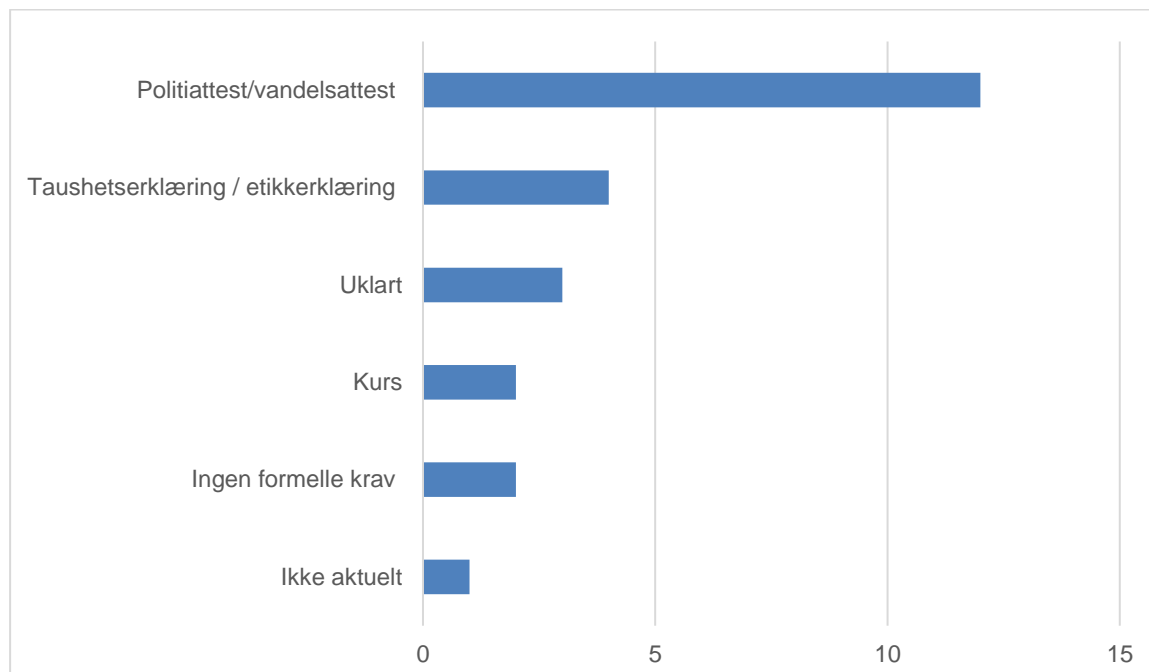
Juleaksjonen gjennomføres i stor grad av ansatte i Kirkens bymisjon. De trekker likevel på ressurser fra frivilligheten de har tilknyttet seg, både frivillige fra aktiviteter for barn, og frivillige fra andre tiltak. For å være frivillig i Kirkens bymisjon, må man gjennomføre en inntakssamtale med en frivillig koordinator og fremvise politiattest.

«Vi har opplæring og man må signere på at man har taushetsplikt. Man blir fulgt opp», beskriver en ansatt ved en lokal virksomhet.

¹³ I tilsvarende figur for andre organisasjoner har vi oppgitt antall svar, og ikke prosentandel. Dette var vi gjort der antall svar er så lavt at tilfeldigheter kan påvirke andelen svært sterkt.

I spørreundersøkelsen rapporterer 12 av 19 respondenter at de må levere politiattest, og ellers at taushetsklæring eller kurs er et krav. Noen rapporterer også at det ikke finnes noen formelle krav. Når ulike respondenter svarer ulikt, kan dette ses som en indikasjon på hvor konsekvent kravene oppfylles.

Figur 4-2: Hvilke krav stilles til de frivillige i aktivitet for barn og unge? Antall svar



I noen aktiviteter er det et mål at deltakere på sikt skal kunne fungere som ressurser og bli frivillige selv. Enkelte frivillige kan for eksempel være deltakere i andre aktiviteter, som kafé eller sykkelverksted og hjelpe til på Juleaksjonen når det er behov. Det hender også at personer som har vært målgruppe før hjelper til på grunn av for eksempel språkkunnskaper overfor nye deltakere. For en del nye frivillige, som selv har vært deltakere og som «kan det allerede», kan det være vanskelig å stille krav til å gjennomføre introduksjonskurs og opplæring, beskriver en ansatt. De frivillige er slik sett en blanding av personer som har oppsøkt Kirkens bymisjon fordi de ønsker å gjøre en innsats for andre og personer som har oppsøkt organisasjonen fordi de selv ønsker støtte eller nettverk. Ofte kan begge forhold være tilfelle for en frivillig, og en frivillig som bidrar ved Juleaksjonen beskriver at julen kan være tung også for noen av de frivillige.

Noen har det ganske stusselig, det er jo familiehøytiden over alle, og så har du kanskje ikke familie eller råd til strøm, så sitter du alene med stearinlys og mobiltelefon. Vi har eksempler på det (frivillig lokal virksomhet).

Ved en gaveutdeling er de fleste som administrerer tiltaket ansatte i bymisjonen, forteller en frivillig. Både ansatte og frivillige er med på å rigge lokalet og sortere gaver. De frivillige er gjerne personer som er frivillige gjennom året, for eksempel fra aktiviteten «Friminuttet¹⁴»

¹⁴ «Friminuttet» er et fristed etter skolen. Friminuttet tilbyr leksehjelp, næringsrike måltider, og mulighet for lek i trygge rammer sammen med omsorgsfulle voksne <https://kirkensbymisjon.no/friminuttet/>

eller nettverkskafeen, forteller en ansatt. I tillegg har de de tre siste årene hatt elever fra en videregående skole i byen, der det er noen elever som er ivrige på å samle inn julegaver.

Noen få av dem har vært litt med på utdeling, men vi må også være litt forsiktige med å involvere for mange. Vi må også begrense antallet som får være med, det er ikke en utstilling (ansatt lokal virksomhet).

Ved en lokal virksomhet, som tilbyr samværesteder for barn og foreldre, har de ikke frivillige i det hele tatt. Det er kun ansatte som gjennomfører aktivitet, også Juleaksjonens tiltak. Det begrunnes med behovet for faglig håndtering av en del av situasjonene som kan oppstå ved virksomheten, og behovet for forutsigbarhet og kontinuitet.

Det er mange følelser her, sorg, smerte, sinne, frustrasjon. Vi har ikke frivillige, men solide robuste fagpersoner som kan stå i vanskelige situasjoner (ansatt lokal virksomhet).

Målgruppens behov

Sentralledd i organisasjonen opplever at de alltid må tildele mindre beløp til de lokale virksomhetene enn det de har søkt om. Behovet er større enn det de greier å dekke. En daglig leder ved en lokal virksomhet beskriver at det er «mer fattigdom blant de som er fattige». En koordinator forteller at det er vanskelig å skulle nå alle som har behov for hjelp. I 2020 gikk de over til elektronisk søknadsskjema for julehjelp, og det førte til økning i søknader. For å komme i kontakt med familier som har behov for hjelp i julen, brukes sosiale medier, og samarbeid gjennom kontaktpersoner i NAV, introduksjonsprogrammet og barnevernstjenesten.

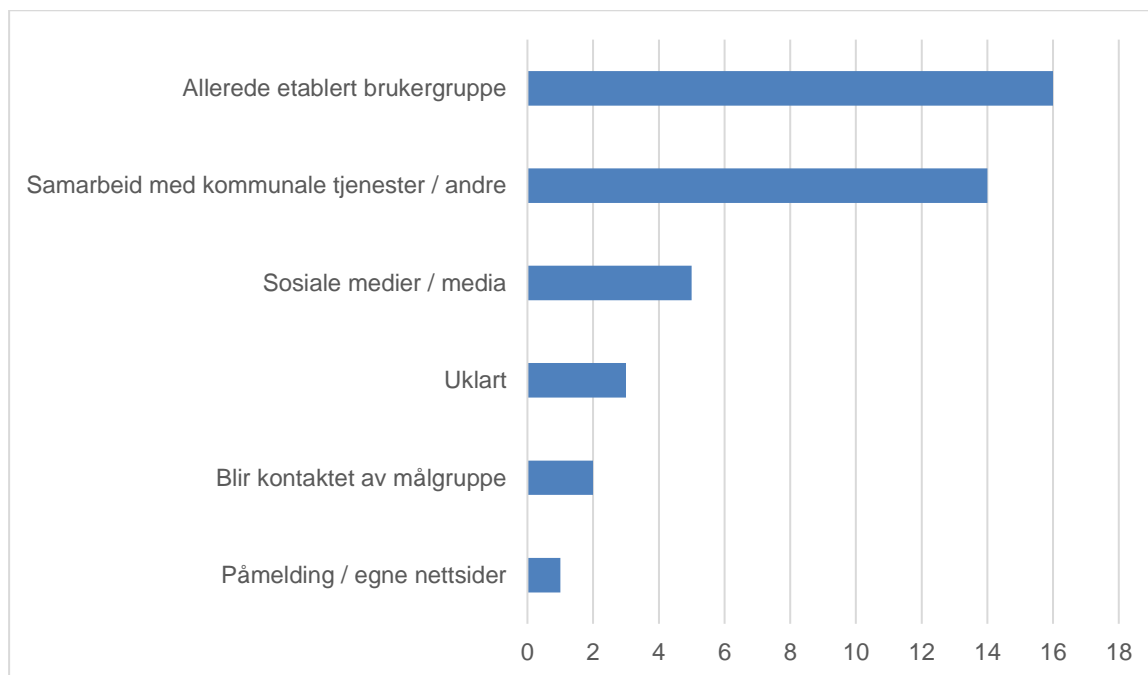
Men vi kommer ikke til å komme i kontakt med alle som kan være aktuelle for ordningen, det klarer vi ikke (ansatt lokal virksomhet).

Ved en av Kirkens bymisjons frivillighetssentraler, beskrives en behovsendring i målgruppa for Juleaksjonen:

Det er stor forskjell på de første årene med julebord, i forhold til for frem til fem år siden. Da var det bare barn av innvandrere og ingen etnisk norske. Og barna kom ofte uten foreldre. Nå ser vi økning i etniske nordmenn og at foreldrene er med. Da er det kanskje en alenemamma der som ikke har spist ordentlig julemat på to år (frivillig ved lokal virksomhet).

Kirkens Bymisjon rekrutterer i stor grad fra sin allerede etablerte brukergruppe, men 14 respondenter svarer at de også samarbeider med andre aktører for å nå fram til brukergruppa.

Figur 4-3: Hvordan arbeider dere for å finne fram til barn og barnefamilier i Juleaksjonens målgruppe? Antall



Oppsummering

Gjensidigestiftelsens kontaktperson for Juleaksjonen i Kirkens bymisjon er ansatt ved økonomiavdelingen, og den årlige søknaden om midler går først fra sentralledd til Gjensidigestiftelsen, før en intern søknadsprosess internt i organisasjonen legger grunnlag for innholdet i årets Juleaksjon. Midlene brukes til en rekke sosiale arrangementer, og gaveutdelinger. Ved noen stiftelser er gaveutdelingen behovsprøvd gjennom søknadsskjemaer og betydelige ressurser går med til logistikk knyttet til utdelingen. Organisasjonen opplever økt behov i målgruppen og opplever ikke å kunne tildele midler i tråd med lokale søknader.

4.2 Røde Kors

Norges Røde Kors ble grunnlagt i 1865 og er en av nasjonalforeningene som utgjør den verdensomspennende Røde Kors og Røde Halvmåne-bevegelsen. Norges Røde Kors er landets største humanitære frivillige organisasjon, med om lag 45 000 frivillige, og organisasjonens humanitære arbeid omfatter en lang rekke aktiviteter innen beredskap, søk og redning, førstehjelp, sosial inkludering, migrasjonsaktivitet og aktivitet for barn og ungdom i hele landet. Røde Kors har ett distriktskontor i hvert fylke og 352 lokalforeninger¹⁵, som vil si at Røde Kors er til stede i så og si alle kommuner i landet.

Ansatte tilretteleggere arbeider på distriktskontorene samt ved enkelte lokalkontor for å bistå frivillige og tillitsvalgte med administrative oppgaver, kvalitetssikring og koordinering av humanitær aktivitet. Nasjonalkontoret samordner humanitær innsats og ledes av

¹⁵ <https://www.rodekors.no/lokalforeninger/>

generalsekretæren. Ansattapparatet i organisasjonen arbeider i tråd med årsmøtet og tillitsvalgtlinjen i alle ledd (lokalstyrene, distriktsstyrene og landsstyret) som ledes av presidenten for Norges Røde Kors.

Røde Kors' arbeid for barn og unge

Røde Kors har et mangfold av aktiviteter for barn og unge som skal tilby trygge og åpne møteplasser, gratis fritidsaktivitet og arenaer for mestring og fellesskap¹⁶. Ferie for alle er et gratis ferietilbud til familier med barn i barneskolealder som strever økonomisk. Leksehjelp tilbyr skoleelever i grunnskole og videregående opplæring hjelp med skolearbeidet etter skoletid. Barnas Røde Kors (BARK) er en møteplass med aktiviteter for barn mellom 6 og 13 år, som legger til rette for mestringsopplevelser og sosiale nettverk i nærmiljøet. RØFF (Røde Kors førstehjelp og friluftsliv) er hjelpekorpsets ungdomsgrupper for ungdom mellom 13 og 17 år, som driver friluftslivsaktiviteter og lærer om førstehjelp. Røde Kors Ungdom er Røde Kors' ungdomsorganisasjon, som er unges talspersoner i organisasjonen og tilbyr aktiviteten Treffpunkt, en lavterskel, inkluderende møteplass for unge mellom 13 og 30 år. Fellesverket finnes i 16 byer i Norge, og er Røde Kors' aktivitetssentre med tilbud til unge mellom 13 og 25 år. I tillegg driver Røde Kors konflikthåndteringskurs Gatemebling og telefon- og chattjenesten Kors på halsen for alle barn opp til 18 år.

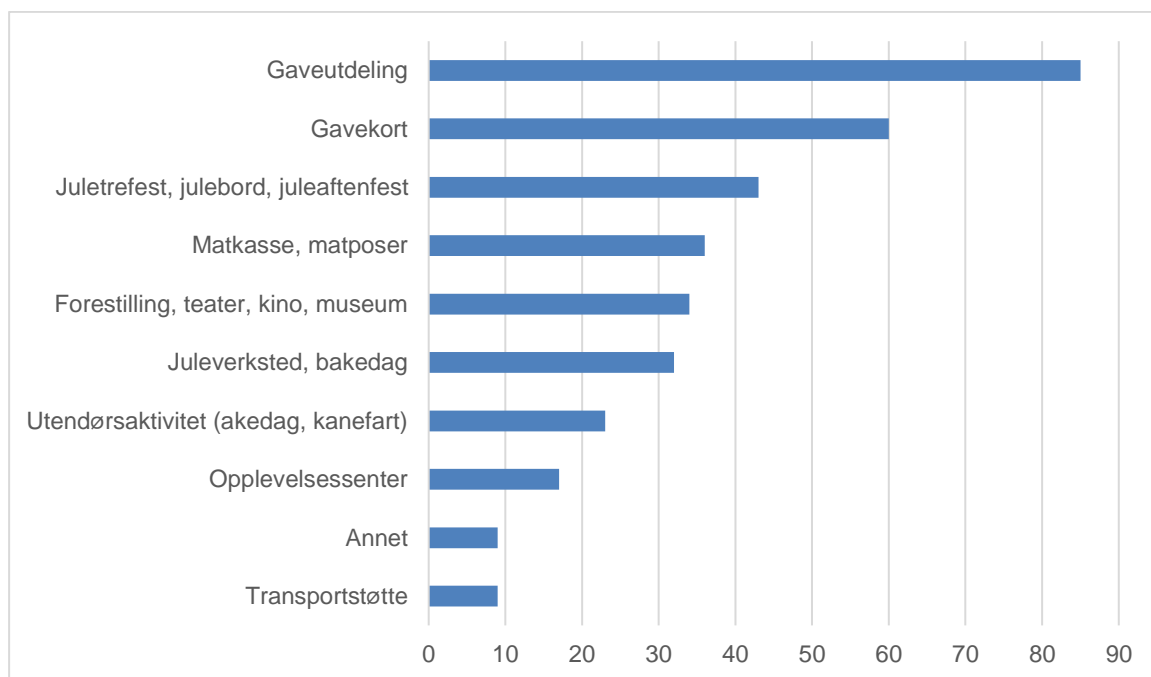
Juleaksjonen i Røde Kors

Røde Kors har deltatt i Juleaksjonen siden 2010 og mottar et betydelig høyere beløp enn de andre organisasjonene i Juleaksjonen, fordi de gjennom de mange lokalforeningene og frivillige, er i stand til å nå et høyt antall barn i målgruppen over hele landet. En rekke lokalforeninger over hele landet, som til vanlig drifter aktivitet for barn og unge, søker midler gjennom Juleaksjonen for å tilby juleaktivitet. Med midlene får mange av dem anledning til å invitere flere barn enn de vanligvis har aktivitet for, eller de vil kunne arrangere mer ekstraordinær aktivitet, som budsjettene deres ellers ikke tillater. Noen Røde Kors-lokalforeninger driver ikke aktivitet for barn til vanlig, men fokuserer på omsorgsaktivitet for eldre, migrasjonsaktivitet eller søk og redning med lokalt hjelpekorps. Enkelte av disse foreningene søker også midler fra Juleaksjonen til tiltak i julen, for eksempel for barn i flyktningfamilier de er i kontakt med, eller arrangementer for barn i lokalsamfunnet. Rett over 100 lokalforeninger deltok i Juleaksjonen 2021, med en rekke små og store initiativer som gaveutdelinger, aktivitet på mottak og krisesenter, juleverksteder, bakedag, turer til opplevelsessentre og aktivitetsskvelder på Røde Kors-hus og Fellesverk.

I spørreundersøkelsen kommer det fram at respondentene fra Røde Kors sine lokalforeninger arrangerte følgende aktiviteter i 2021:

¹⁶ <https://www.rodekors.no/vart-arbeid/barn-og-unge/>

Figur 4-4: Hvilke tiltak har dere arrangert i år?



Diagrammet over er oppgitt i prosent. Det var mulighet for å krysse av på flere alternativer. Av respondentene i Røde Kors, har de fleste altså brukt midlene fra Juleaksjonen til aktiviteter av typen gaveutdeling, gavekort og matkasser, og mindre til arrangementer. Dette må forstås i lys av koronapandemi og smittevernsrestriksjoner. Av 48 respondenter som svarte på spørsmålet «dersom dere ikke hadde hatt midlene fra Gjensidigestiftelsens juleaksjon, ville dere gjort de samme juleaktivitetene?», er det bare én som svarer at de ville gjennomført i samme grad som dersom de ikke fikk midler. De resterende 47 svarer at de ikke ville hatt mulighet til å gjennomføre i det hele tatt eller at de da måtte skalert ned arrangementene betydelig.

Norges Røde Kors' nasjonalkontor har om lag 200 ansatte, og dialogen med Gjensidigestiftelsen om søknad og tildeling, gjøres av én ansatt ved inntektsavdelingen. Fagrådgiverne i enhet for nasjonale programmer og beredskap, under programmer for barn og unge, har ikke selv kontakt med stiftelsen, men bidrar til søknaden fra nasjonalkontoret. Søknaden til Gjensidigestiftelsen skrives først nasjonalt hos Røde Kors, basert på tidligere års tildelinger. Etter at tildelingen fra Gjensidigestiftelsen er bekreftet, kan lokalforeningene bruke den interne søknadsportalen, Korsveien, for å søke midler. Sentralledet forteller at de i 2021 gjorde en endring som førte til at lokalforeningene fikk noe mer tid til planlegging:

I 2021 satt vi i gang med å åpne den interne søknadsportalen før vi visste om vi fikk midler fra Gjensidigestiftelsen. Vi har en god kommunikasjon med Gjensidigestiftelsen, og gjennom det får vi en god indikasjon på om vi får penger eller ikke (ansatt sentralt).

Ved å åpne portalen for søknader på Juleaksjonen-midlene, før midlene var bekreftet, fikk lokallagene litt bedre tid på planlegging. Da tildelingen kom, lå de interne søknadene klare og var gjennomgått, og utbetalinger kunne skje raskt. Lokalforeningene søker uten beløpsbegrensning. Nasjonalkontoret gjennomgår søknadene og tildeler hvert distrikt et samlet beløp basert på lokalforeningenes søknader og antall barn de regner med å nå. Distriktene fordeler deretter beløp til hver lokalforening. Det er ikke noen enhetlig praksis for hvordan distriktene jobber med fordeling til lokalforeningene. Det er ikke utarbeidet

kriterier for fordelingen, og det er opp til ansatte på oppvekstfeltet eller distriktsråd bestående av frivillige å fordele midlene ut til lokalforeningene.

Det er nok en aksjon som skjer mest lokalt, og den er ikke så sentralt styrt som de andre nasjonale aktivitetene. Vi hadde et møte nå før jul, da det kom nye retningslinjer i forbindelse med korona. Da samler vi folk og informerer (ansatt sentralt).

Dialogen mellom nasjonalkontor og lokalforeningene går via distriktsansatte rådgivere som er nærmere de frivilligdrevne lokalforeningene. I spørreundersøkelsen kommer det fram at 13 av de 37 respondentene svarte at de hadde hatt dialog med sentralledd eller andre i organisasjonene om gode grep, veiledning, tips og råd for utformingen av disse. 23 hadde ikke hatt dette, og én svarte uklart. Lokalforeningenes søknader skrives som regel av frivillige gruppeledere eller aktivitetsansvarlige, og søknadene kvalitetssikres av ansatte ved distriktskontorene før de sendes inn til nasjonalkontoret via «Korsveien». I større lokalforeninger med ansatte tilretteleggere, kan lokalt ansatte skrive søknader på vegne av lokalforeningen. Kvalitetssikringen handler blant annet om at organiseringen av aktivitet i Juleaksjonen skal planlegges i tråd med Gjensidigestiftelsens kriterier og at de er i tråd med Røde Kors' egne retningslinjer for aktivitet for barn og unge. I søknadene skal lokalforeningene blant annet beskrive hvilke humanitære behov de ønsker å møte, hvordan de skal komme i kontakt med målgruppen, hvor mange barn de ser for seg å nå, hvor mange frivillige som skal delta og oppgi eventuelle samarbeidspartnere.

Søknadsformen, der alle lokalforeninger kan benytte den interne søknadsportalen de allerede kjenner godt, bidrar til at flere søker ordningen og at spredningen i landet blir god. Det er også positivt at kvalitetssikring og dialog med Gjensidigestiftelsen skjer via distrikts- og sentralt ansatte, oppgir flere frivillige. Dersom det var opp til hver enkelt lokalforening å søke Gjensidigestiftelsen direkte, ville antakelig mange lokalforeninger latt være, på grunn av knappe ressurser. En frivillig aktivitetsleder i en lokalforening, beskriver prosessen slik:

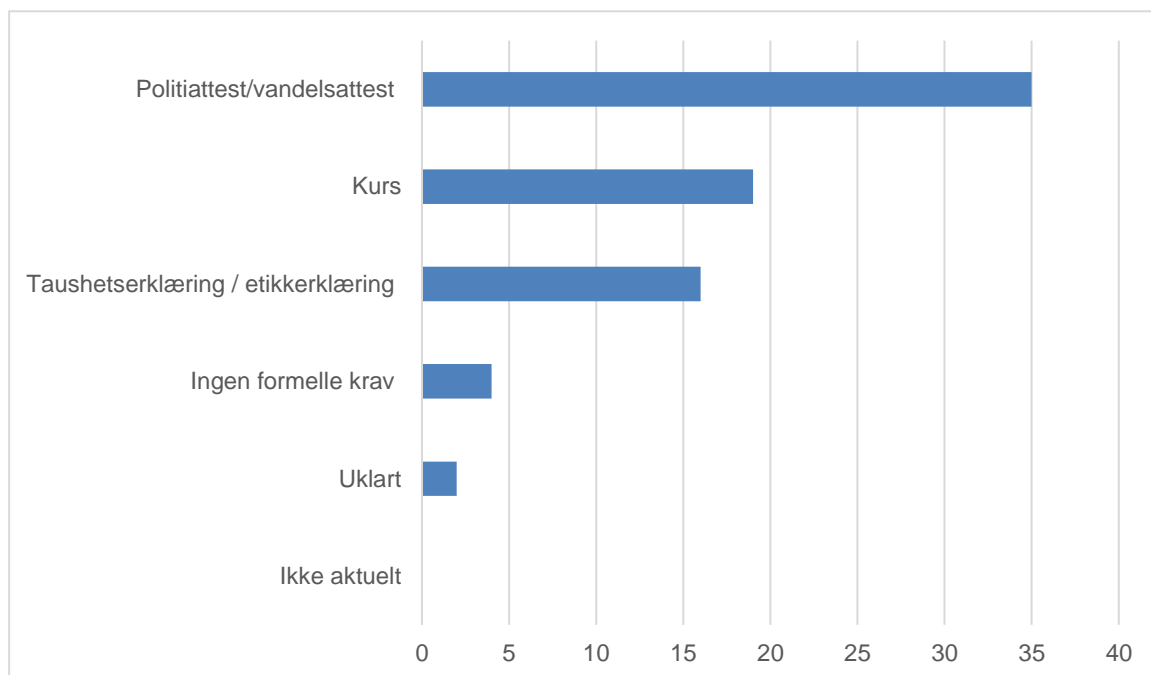
Så det er god informasjon om fristen for å søke. Det er enkel og grei søkeprosess. Og tilsvarende prosess å rapportere, det er ikke alltid like enkelt, men det er vel så enkelt som det kan få blitt. Alle parter må vel ha sikkerhet for at penga brukes til det det skal brukes til (frivillig aktivitetsleder).

Frivillige i Juleaksjonen

Alle frivillige i Røde Kors må gjennomføre et introduksjonskurs om organisasjonens historie, prinsipper og verdier samt norsk grunnkurs i førstehjelp og kurs i psykososial førstehjelp. Alle frivillige som driver aktivitet for barn og unge i Røde Kors skal videre gjennomføre et motivasjonsintervju og et eget temakurs for sin aktivitet samt signere etikk- og taushetserklæring og fremvise politiattest. I tillegg skal den frivillige oppgi to referanser som skal kontaktes for en samtale om den nye frivillige. Som et supplement, tilbyr Røde Kors også kurset «Tør du å lytte?» til alle frivillige som møter barn i sine aktiviteter. Kurset skal gjøre den enkelte frivillig bedre i stand til å lytte og være til stede for barn som forteller om noe vanskelig. Det er videre et prinsipp for all oppvekstaktivitet i Røde Kors at en frivillig aldri skal være alene med ett eller flere barn.

I spørreundersøkelsen svarer også de fleste (35 av 45) at de krever politiattest for å jobbe med barn.

Figur 4-5: Hvilke krav stilles til de frivillige i aktivitet for barn og unge? Svar fra Røde Kors. Antall



De frivillige som er med i Juleaksjonen, er i hovedsak frivillige som driver aktivitetstilbud for barn og ungdom til vanlig. De er leksehjelpere, frivillige ved ferietilbud og møteplasser og aktivitetsledere - såkalte «trygge voksne» - som er tilknyttet Røde Kors i kraft av sitt frivillige engasjement. Kravene til de frivillige er kjent for de fleste, og politiattesten er sentral i spørsmål om krav til frivillige. Ikke alle frivillige erfarer at de har vært gjennom kravene for frivillige i aktivitet for barn og unge. Noen frivillige hentes også inn fra andre aktiviteter i forbindelse med Juleaksjonen og har ikke gjennomført alle de samme prosedyrene for å bli frivillig i en oppvekst-aktivitet.

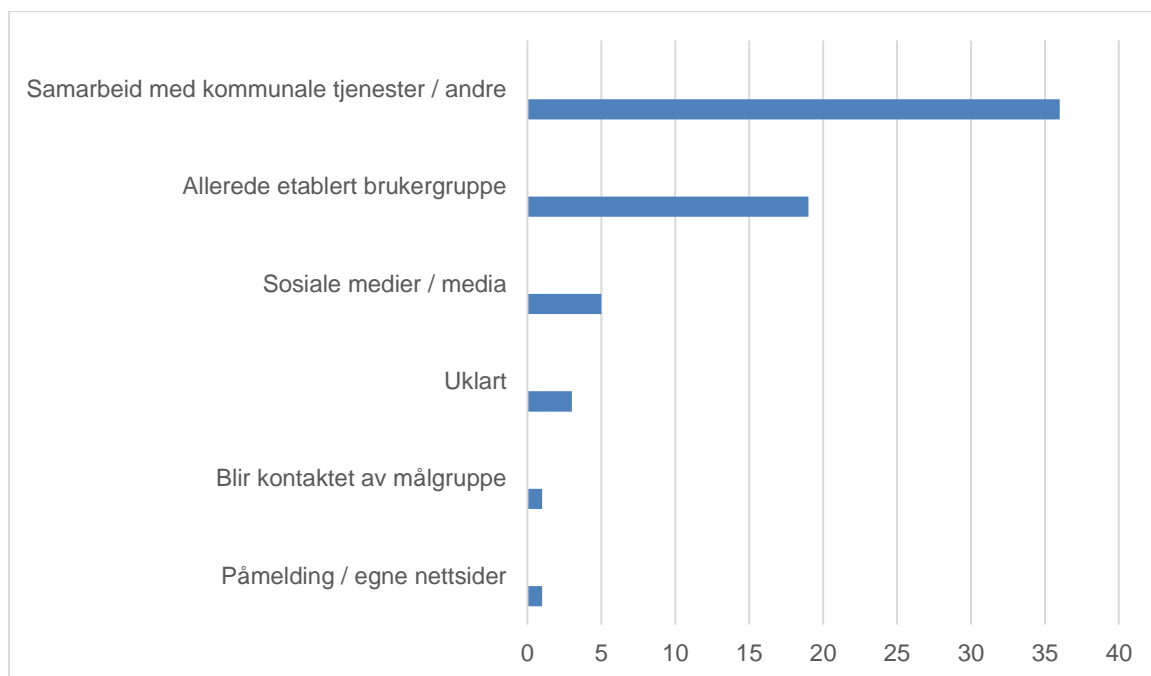
Det er sårbare barn i gruppa, men jeg tenker de er godt ivaretatt gjennom kravene Røde Kors stiller til frivillige. Men så er det én og annen som er med, plutselig så har vi et ekstra behov, da har vi med en frivillig som dekker det, men da er det personer vi kjenner godt og har kontroll på, tenker jeg. Folk som har vært med oss. Sist nå var det med en av gutta som vi har hatt med siden 2015, som har vært med på mye aktiviteter og på bli kjent-kvelder og som vil engasjere seg litt, og som er lett vint å spørre. Datteren min hjelper til og sånn som vi kjenner. Basisen er jo i de vi allerede har som har kurs (frivillig aktivitetsleder).

Målgruppen

Målgruppen i ordinær, barnerettet aktivitet i Røde Kors, er barn i sårbare livssituasjoner og barn som vokser opp i husholdninger med vedvarende lavinntekt. Barn og unge med lite sosialt nettverk, eller som strever med ulike former for utenforskap, er også målgrupper for aktivitetene. Aktivitetstilbudet skal i størst mulig grad kommuniseres som åpent for alle, for å unngå stigmatisering. Det vil si at «alle» barn som ønsker, kan delta i aktivitet og at det er ønskelig å få til en sammensetning av barn og ungdom med ulike kjennetegn, når det gjelder sosioøkonomisk og kulturell bakgrunn. Målgruppen skal likevel rekrutteres målrettet gjennom samarbeid med for eksempel instanser i kommunen for å sørge for at de som har størst behov får kjennskap til og mulighet til å delta.

I spørreundersøkelsen svarer 36 av 50 respondenter at de hovedsakelig samarbeider med kommunale tjenester eller andre for å nå fram til Juleaksjonens målgruppe.

Figur 4-6: Hvordan arbeider dere for å finne fram til barn og barnefamilier i Juleaksjonens målgruppe? Svar fra Røde Kors. Antall



En frivillig aktivitetsansvarlig i en lokalforening påpeker at rekrutteringen imidlertid ikke er behovsprøvd eller systematisk:

Hvem måler vi det opp mot? Når helsesøster ringer oss, så sier jeg ikke «er det dem som trenger det mest»? Jeg regner med at hun vet det. Det kan godt hende det er noen som har det enda verre. Men dem har ikke hun fått tak i. Så jeg må stole på de som foreslår for oss (frivillig aktivitetsleder).

Lokalforeningenes aktivitetstilbud er svært ulike med hensyn til kapasitet, og utgår ofte fra frivillige ildsjelers egne interesser og ønsker. En lokalforening tilbyr «migrasjonsaktivitet», et aktivitetstilbud for personer med innvandrerbakgrunn. Aktivitetslederen her forteller at de ikke retter seg mot «lavinntektsfamilier» i kommunen, men at mange lavinntektsfamilier likevel dekkes, innenfor deres målgruppe med innvandrerbakgrunn.

Det er en gruppe som statistisk sett har en betydelig andel som er lavinntektsfamilier, men når det er sagt, så er det vel ingen som har mulighet til å sjekke ut det på forhånd. Vi må bygge på den sannsynlighetsbetraktningen som ligger der. Vi treffer veldig mange i lavinntekt, også drar vi sikker med en og annen som er over en eller annen grense, det vet jeg ikke, de utvikler seg jo de vi har med oss også (frivillig aktivitetsleder).

Aktivitetslederen peker på at aktivitetene er åpne og at den enkeltes økonomiske situasjon ikke sjekkes eller er førende for deltakelse. Personene som inviteres til aktivitet, er også i utvikling og har kanskje vært i lavinntekt, men kommet ut av det.

Behov

Røde Kors skal alltid ta utgangspunkt i udekkede humanitære behov for sine aktivitetstilbud, og opplever betydelige udekkede behov blant målgruppen barn og unge i

lavinnteksthusholdninger. Både ansatte og frivillige beskriver behovet som økende. Spesielt i 2021 nevnes store behov både knyttet til høye strømpriser, belastet økonomisk situasjon for mange og mangel på aktivitetstilbud, fordi ordinære tilbud ble avlyst på grunn av smittevern hensyn og pandemi. Behovene handler om mangel på mulighet til å delta i sosiale felleskap, men en del melder også om at personer i målgruppen trenger hjelp for å dekke basale behov som tilgang til mat.

Det har blitt flere og flere når det skulle blitt færre og færre, det er det som er problemet. (...) Vi prøver å få til at det blir så mye som mulig. Hadde vi kunnet ha 100 [barn/ ungdom] til i Juleaksjonen, så hadde det ikke vært noe problem å finne 100 til (frivillig aktivitetsleder).

Flere beskriver at behovet for opplevelser og aktivitet er stort. Noen peker også på at aktivitetsbehovet for barn og ungdom er ulikt. Ungdom har i større grad enn barn behov for aktiviteter uten at foreldre er med. En ansatt ved et distriktskontor forteller at de forsøker å tilby aktivitet til barn i alle aldre. Barnas behov kan også handle om å treffe andre voksne enn egne foreldre, og om å være med på opplevelser som representerer normalitet. Behovet for aktivitet og opplevelser i feriene nevnes av flere.

«Feriebehovet er veldig stort, og mye større enn det Røde Kors klarer å dekke med Ferie for alle» (frivillig aktivitetsleder).

Ønsket om og behovet for at barn og unge kan delta i *ordinært* aktivitetstilbud lokalt, er noe flere er oppmerksomme på. En frivillig aktivitetsleder forteller om forsøk på å støtte barn og ungdom med deltakelse i ulike ordinære fritidsordninger. Han forteller at deltakelsen ofte stoppes av manglende evne til å betale medlemsavgift, treningsavgift og innkjøp av personlig utstyr. Her påpeker han at organisasjonene kommer til kort. Utlånsordninger som «Bua» er ment for sporadisk bruk, og Røde Kors kan ikke gi penger til enkeltpersoner for å dekke medlemskontingenter eller personlig utstyr, forklarer han. Han identifiserer et udekket behov som er vanskeligere å løse for frivillige organisasjoner.

På spørreundersøkelsens spørsmål om lokalforeningene ville gjøre noe annerledes til neste år, nevner noen av de lokale virksomhetene at de ønsker å ha en juletreffest etter jul, for å dempe trykket på de frivillige. Én nevner dessuten at de ønsker å inkludere ungdom i større grad.

Oppsummering

Røde Kors mottar størst andel av Juleaksjonenes midler og tilbyr aktivitet gjennom små og store lokalforeninger over hele landet. Nasjonalkontoret, ved ansatt på inntektsavdelingen, er i dialog med Gjensidigestiftelsen og søker midler på vegne av lokalforeningene i forkant av tildelingen. Over 100 lokalforeninger søker og mottar støtte og tilbyr aktivitet til barn i sårbare livssituasjoner gjennom en rekke arrangementer og gaveutdelinger. Frivillige står for planlegging og gjennomføring av aktivitet. Fordelingen innad i hvert distrikt gjøres av ansatte på distriktskontoret i samråd med distriktets omsorgsråd.

4.3 Frelsesarmeen

Frelsesarmeen er en global, kristen bevegelse som arbeider med sosialt arbeid i over 130 land. I Norge ble Frelsesarmeen etablert i 1888, og i dag driver organisasjonen om lag 250 virksomheter, som driver fattigdomsbekjempelse, arbeidsformidling, rusomsorg, tjenester for barn, unge og familier, samt gjenbruk og fritids-, hjelpe- og aktivitetstilbud i lokalsamfunn over hele landet. Frelsesarmeen opererer utfra en territoriell inndeling, der Island,

Færøyene og Norge har territorialt hovedkvarter i Oslo. Den øverste ledelsen består av lederråd og hovedstyre, territorialleder og sjefsekretær, som har programavdelinger, divisjonsledere og offiserer under seg. Frelsesarmeen har inndelt sitt territorium i lokalområder, og i Norge er Frelsesarmeen etablert i 172 slike områder¹⁷.

Frelsesarmeens arbeid for barn

Frelsesarmeens arbeid for barn spenner vidt. Organisasjonen har barneverninstitusjoner og driver eget fosterhjemsarbeid. De tilbyr kortidsboliger for barnefamilier som står uten bolig og ettervern for ungdom som har vært i fosterhjem eller bodd på institusjon. I nærmiljøkirkene (korpsene) tilbys en rekke aktiviteter til barn og ungdom, som speider, kor, innebandy, idrettslag, dansegrupper, babysang og junior- og ungdomsklubb. «Frelsesarmeens barn og unge», FAbu, er en organisasjon i Frelsesarmeen for barn og ungdom, som tilbyr leiropphold, nettverkssamlinger, festivaler, speidertreff og konfirmasjonstilbud. I tillegg drifter Frelsesarmeen Home-Start i 13 kommuner og bydeler.

Juleaksjonen i Frelsesarmeen

I Frelsesarmeens hovedkvarters sosialavdeling, er det fagkonsulent for velferd og utvikling, og områdeleder for forebyggende tiltak i Frelsesarmeens barne- og familievern, som i samarbeid med økonomiavdelingen har dialogen med Gjensidigestiftelsen. De har også ansvar for å kommunisere søkeprosess og retningslinjer ut til de lokale virksomhetene, korps, nærkirker og omsorgssentre. Gjensidigestiftelsens kontaktperson mottar en e-post på våren, med invitasjon til å søke midler til Juleaksjonen. Da snakker rådgiverne internt om hvordan søknadene og årets «Juleaksjonen-rigg» skal se ut, med utgangspunkt i tildelingskriterier og behov for justeringer fra tidligere år. Fagansatte ved hovedkvarteret innkaller til et digitalt informasjonsmøte for alle aktuelle lokale virksomheter, og deler informasjon om retningslinjer for ordningen og annen informasjon om Juleaksjonen.

Beskjeden fra Gjensidigestiftelsen om at midler vil være tilgjengelige, kommer før sommeren, oppgir ansatte ved hovedkvarteret. Organisasjonen søker midler i august, og får beskjed om hva de får tildelt i oktober. Midlene fordeles og utbetales til lokale enheter i begynnelsen av november. Noen enheter har arrangementer allerede i slutten av november, når adventen er i gang.

De lokale enhetene i Frelsesarmeen søker midler gjennom «Perleporten», organisasjonens interne søknadsportal. Ofte er det de samme avdelingene som søker hvert år, samt noen nye som kommer til. Sentralt ansatte beskriver ordningen som nokså forutsigbar:

Vi forventer det vel på en måte, men de har jo kanskje ikke akkurat en forpliktelse til å gi oss noe (ansatt sentralt).

I 2021 hadde Frelsesarmeen budsjettert med 2,5 millioner kroner fra Gjensidigestiftelsen til Juleaksjonen. Det kom inn søknader fra lokale enheter for 3 millioner. De lokale enhetene kan søke valgfrie beløp til aktivitet, som ikke skal overstige 300 000 kroner. Sentralt oppgis det at de ikke ville hatt problemer med å motta og bruke opp mellom tre og fire millioner.

De sentralt ansatte beskriver at de lokale enhetene til forskjell fra tidligere, må legge en plan for hvordan de skal bruke midlene når de søker inn til sentralledet. Tidligere kunne det søkes om penger uten plan for hvordan midlene skulle brukes. I planene kan det estimeres rundt 1000 kroner per barn. Ingen av midlene går til administrasjon, oppgir sentralt ansatte.

¹⁷ <https://frelsesarmeen.no/om-oss/historie>

Per nå har vi 0 kroner på administrasjonskostnader. Og det er litt dumt, da. Vi kunne lett ha brukt mer (ansatt sentralt).

For noen av de mindre lokale enhetene, blir søknad og gjennomføring av Juleaksjonen for krevende.

Noen orker ikke å søke, fordi for noen kan det oppleves litt som et tiltak, fordi de har lite ressurser i form av menneskelige ressurser. Det tar jo tid, med rapporteringer og papirskjemadelen av det. Så hvis jeg ser en ansatt som har for mye å gjøre, så anbefaler jeg å ikke søke. For det kan bli veldig mye ekstra jobb, jeg må ivareta de ansatte, og noen ganger så kan jo det at jeg må ivareta den ansatte gå utover barna, som da ikke får Juleaksjon det året. Hvis Juleaksjonen bare hadde vært å få penger, og så å kjøpe og levere, så hadde det vært enklere. Men det følger mye annet med det, rapporteringer osv., som gjør at ikke alle avdelinger alltid kan prioritere å søke. På et lite, lokalt sted, har du kanskje én sosialarbeider og noen frivillige (ansatt sentralt).

Uten midlene fra Gjensidigestiftelsen, ville organisasjonen likevel kunne gjennomføre juleaktiviteter og utdelinger av gaver og mat. Frelsesarmeens egen juleinnsamling gjennom «Julegryta» innbringer det meste av midlene til julearrangementer og julehjelp. Disse midlene går imidlertid til alle målgrupper.

Gjensidigestiftelsens juleaksjon utgjør ca. 20 prosent av inntektene, resten kommer fra julegryta, som ikke er spesielt for barn (ansatt sentralt).

Frelsesarmeens korps merker et større behov for midler rundt jul. Arrangementer ellers i året kan lages med lavere kostnader enn i julen, forteller en ansatt sentralt. En viktig forskjell fra organisasjonens egne julearrangementer, er Juleaksjonens særegne fokus på å berøre barnet direkte med et bidrag av en viss verdi, beskriver en ansatt.

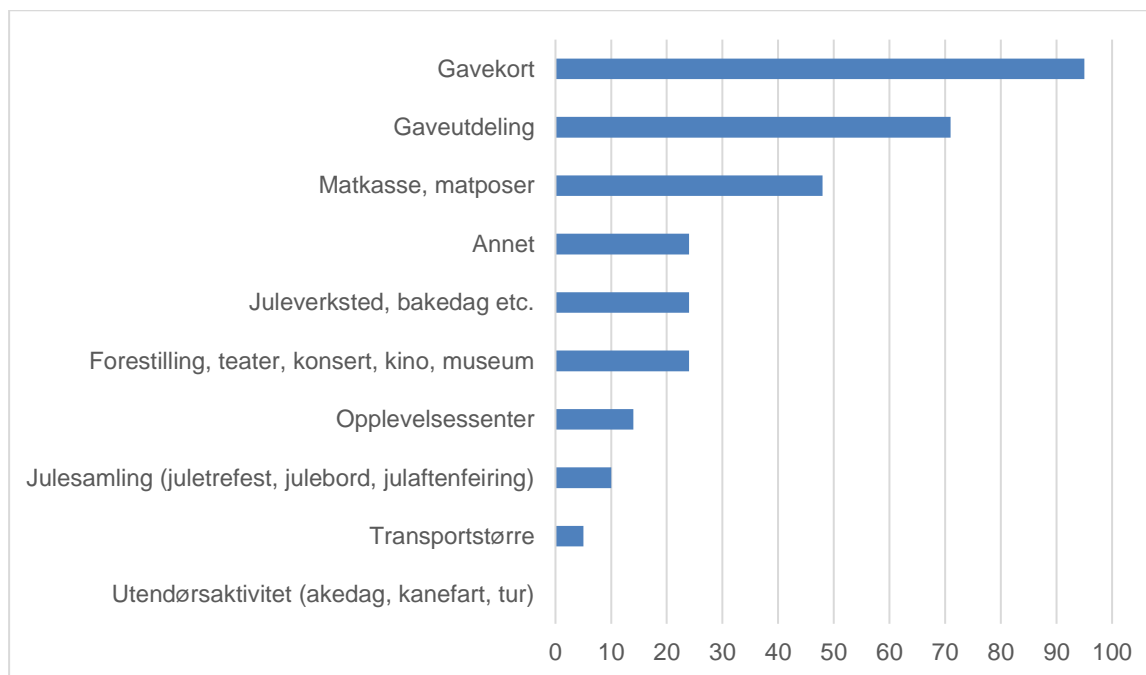
Vi har jo et fokus i Frelsesarmeen som går på nøkternhet. Og våre sentre er jo veldig kriseorienterte. Og vi har ikke ekstra midler til å kjøpe julegaver. Juleaksjonen gir et såpass stort beløp per barn. En liten legobit hver til mange barn, det har ingen effekt. Men å kunne få et Frozen-kostyme eller legobyggesett, det har noe å si. Eller å kunne gå på en forestilling og få en opplevelse. Hvis det er 200 kroner per barn, så monner det ingenting. Men Gjensidigestiftelsen gjør at vi faktisk kan bruke et gitt antall penger per barn, og det er nok penger til å gi en god opplevelse (ansatt sentralt).

Juleaksjonens innhold

Juleaksjonen får ulike uttrykk avhengig av hvilken del av Frelsesarmeen som arrangerer aktivitet. I spørreundersøkelsen kommer det fram at respondentene fra Frelsesarmeen i hovedsak har satset på gavekort, gaveutdeling og matkort, og har mindre fokus på arrangementer enn mange av de andre organisasjonene.

Diagrammet nedenfor viser prosentfordelingen. Det var mulig å krysse av på flere alternativer.

Figur 4-7: Hvilke tiltak har dere arrangert i år (kryss av for alle tiltak som er gjort i Juleaksjonen i din lokale virksomhet i år)? Svar fra Frelsesarmeen. Prosent



I intervjuene beskriver en ansatt at Juleaksjonen kommer «inn i hjemmene» i det familierettede arbeidet. I korpene, nærkirkene, møter folk Juleaksjonen gjennom lavterskeltilbud. Korpene har sin egen juleaksjon, Julehjelpen, hvert år, og den blir ofte slått sammen med Juleaksjonen til Gjensidigestiftelsen. Da kan for eksempel mat dekkes av korpens julehjelp-midler, mens midlene fra Gjensidigestiftelsen går til gaver, aktiviteter, forestillinger, juleverksted eller turer.

Gjensidige ønsket færre barn og mer kvalitet for to år siden. Juleaksjonens retningslinjer tilsier at noen få skal få mye. Derfor velger vi ut familier vi kjenner godt som vi vet har behov. Slik skilles Juleaksjonen fra Frelsesarmeens Julehjelp (ansatt sentralt).

Midlene fra Juleaksjonen brukes etter retningslinjene for Juleaksjonen, blant annet ved at det skal være et visst beløp per barn. Derfor velges noen familier ut til å også omfattes av Juleaksjonen. *Mange korps betjener flere hundre familier til jul og alle de skal ikke dekkes av Juleaksjonen*, beskriver en ansatt sentralt. Korpens «Julehjelp» har ikke barn som eneste målgruppe, den skal dekke alle med behov, så det gjøres forskjell på hvordan midlene benyttes overfor ulike familier. På spørreundersøkelsens spørsmål om «Dersom dere ikke hadde midlene fra Gjensidigestiftelsen til Juleaksjonen, ville dere da gjort de samme aktivitetene», svarer alle de 22 respondentene nei, eller at de ikke ville hatt mulighet til å gjøre det i samme skala som det de får mulighet til gjennom Gjensidigestiftelsen sine midler.

Frelsesarmeens korps, gjennomfører Juleaksjonen ulikt og jobber også ulikt med utvelgelse av mottakere. Noen steder blir familier intervjuet, og de som trenger det mest får tildelt støtte. Andre steder pakkes gaver inn og så kan de som trenger hente. Noen steder er det egne juletrær, der de som ønsker kan skrive ned gaveønsker og senere motta gaver. Gavekort er også mye brukt. *XXL nevnes som et egnet sted å kjøpe gavekort. Her kan pengene vanskelig misbrukes, samtidig som gavekortet oppmuntrer til bevegelse*, beskriver

en frivillig i en lokal virksomhet. I noen tilfeller handler frivillige inn tilpassede innkjøp av gaver til utvalgte barn.

Ferdige [innkjøpte] gaver er jo ofte vanskeligere å gi bort, enn ting som har med aktiviteter å gjøre. Sånne ting er vanskeligere, for enten ønsker du deg dette, eller så gjør du ikke. Gavekort på Badeland eller lignende, er kanskje bedre alternativer. Det at folk skal velge gaver kan skape mange skjær i sjøen. Hva pengene i Juleaksjonen går til, kommer an på kapasiteten til de ansatte. Ett år er det julefest på Tryvannsstua, neste år er det XXL-gavekort, neste år igjen kan det være gårdsbesøk (ansatt sentralt).

Fra hovedkvarteret forteller de ansatte at de prøver å «pushe» avdelingene til å ha arrangementer, slik at det ikke blir for mye fokus på gaver.

Det er jo veldig hyggelig for et barn å få gave, men ved å arrangere noe eller gjøre en aktivitet, viser vi at vi ser familien litt mer helhetlig, at de får være med på noe (ansatt sentralt).

I spørreundersøkelsen oppgir åtte av de 15 respondentene at de har hatt dialog med sentralledd eller andre i organisasjonen om gode grep osv. Fem har ikke hatt noen dialog, og to svarer uklart.

Å gi bort gavekort, er også forbundet med en viss fare for misbruk, beskriver en frivillig ved en lokal virksomhet.

Det som er litt farlig med å gi gavekort, er at det kan bli det brukt feil. Vi har ikke noe kontroll med det. Vi kan be om kvittering, men vi kan ikke kreve det. Vi ønsker at de skal gjøre det [vise kvittering]. Noen sender oss bilde av kvitteringen eller av det de har kjøpt. Andre lever kaosliv og tar ikke vare på kvitteringen. Vi hører om at noen kan selge gavekortet. Vi er nøye i utvalgsprosessen. Spesielt med midlene fra Gjensidigestiftelsen (frivillig korpsleder lokal enhet).

I spørreundersøkelsen har vi også spurt om hvorvidt de lokale virksomhetene ønsker å gjøre noe annerledes til neste år. Her er det en del som svarer koronarelaterte svar, som at de vil prioritere å kunne møtes framfor å dele ut gavekort. Én svarer at de ønsker å ha flere juleverksteder, fordi dette er veldig populært.

Frivillige i Frelsesarmeen

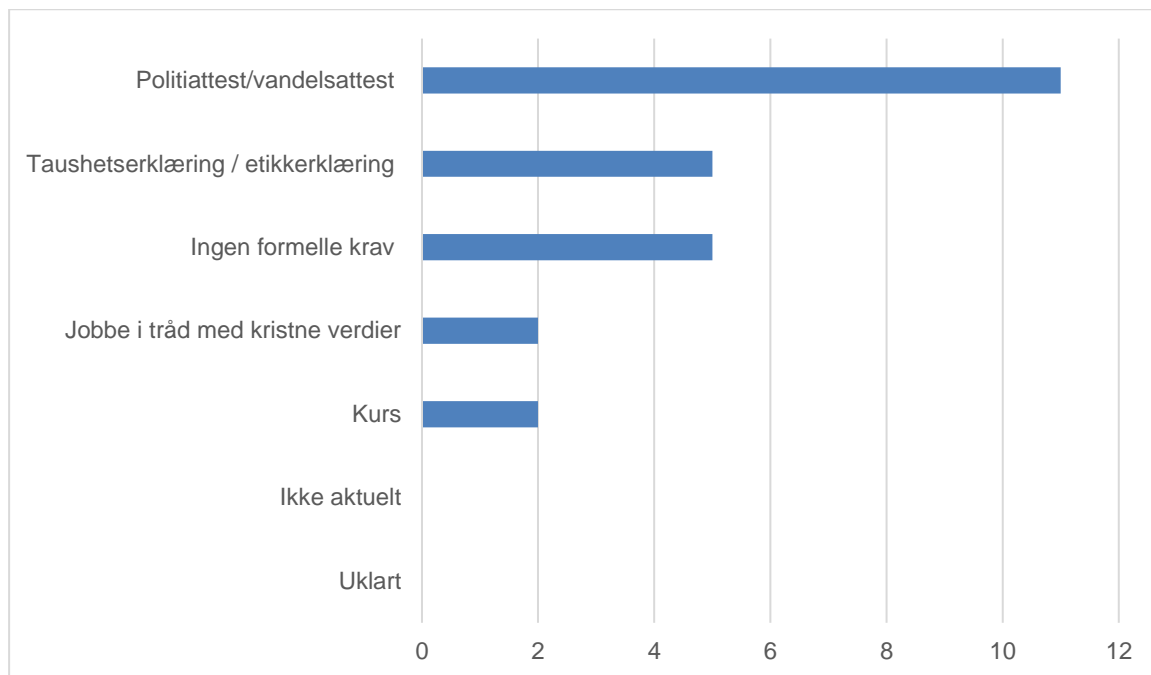
Frivillige i Frelsesarmeen er gjerne tilknyttet en lokal Frelsesarmeen-enhet eller nærkirke og lokalt korps. De ansatte ved hovedkvarteret forteller at for mange ansatte er det glidende overganger inn i frivillig innsats for dem, ved de lokale enhetene og nærkirkene de er tilknyttet. De ansatte er gjerne også operative i aktivitet og kjenner aktivitetene gjennom egen erfaring.

Frivillige som skal jobbe i aktiviteter med barn, må fremvise politiattest. *Vi har også en forventningsavklaring på hva oppdraget går ut på, for de frivillige. Det er ikke folk som bare dumper inn en dag (frivillig korpsleder lokal enhet).* Mange steder hentes likevel ekstra frivillige inn til jul. Ved en lokal enhet er Home-Start en viktig samarbeidspartner som bidrar i julearrangementer. En lokal korpsleder beskriver at de gjør en vurdering av hvilke frivillige som egner seg til ulike oppgaver. De frivillige som er med på gaveutdelingen ved enheten, er både frivillige i Home-Start og andre frivillige knyttet til den lokale nærkirken og menighetenes diakonale råd. De frivillige vurderes ikke etter bestemte kriterier, men utfra en skjønnsvurdering om egnethet.

Vi velger nøye hvem av de frivillige som egner seg. Det skal ikke oppleves som at du kommer med lua i hånda og at det er vi som skal hjelpe deg. Du skal møtes med respekt og kunne være deg selv. Det skal være folk det er hyggelig å møte som tar imot og vi jobber med at de skal vise folkeskikk (frivillig lokal enhet).

I spørreundersøkelsen kommer det frem noe av det samme.

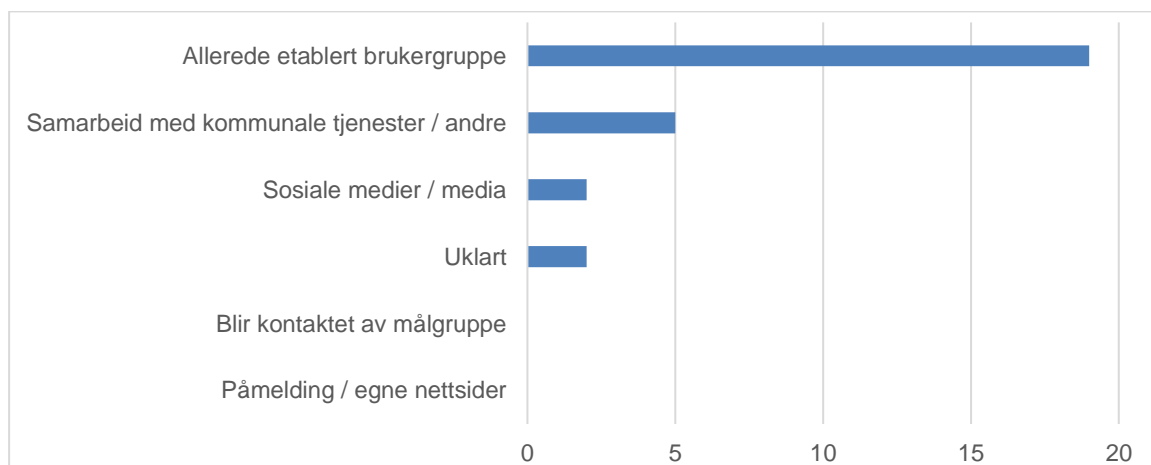
Figur 4-8: Hvilke krav stilles til de frivillige i aktivitet for barn? Svar fra Frelsesarmeen. Antall



Noen respondenter har svart flere alternativ. Av 17 respondenter i spørreundersøkelsen, svarer 11 at de krever politiattest, og resten taushets- eller etikkerklæring eller kurs, og fem svarer at de ikke har noen spesielle krav. To svarer at man må kunne jobbe i tråd med kristne verdier, men presiserer at man ikke trenger å være kristen.

Målgruppen

Figur 4-9: Hvordan arbeider dere for å finne fram til barn og barnefamilier i Juleaksjonens målgruppe? Svar fra Frelsesarmeen. Antall



Ansatte og frivillige i Frelsesarmeen forteller at de opplever at målgruppen i stor grad oppsøker dem, og at de ikke er avhengige av å bruke mye tid på rekruttering til sine tilbud. Organisasjonen opplever en jevn tilstrømning av nye familier. Dette kommer også frem i spørreundersøkelsen. Av 22 respondenter svarer 19 at de rekrutterer blant personer de allerede er i kontakt med. Fem sier at de i tillegg samarbeider med kommunale tjenester eller andre, og to svarer at de reklamerer i sosiale medier. Også her har flere av respondentene svart flere alternativ.

Som man ser ut fra grafen, arbeider respondentene fra Frelsesarmeen i liten grad med rekruttering utenfor den allerede etablerte brukergruppa. De samarbeider i noen grad med andre aktører, fortrinnsvis kommunale tjenester som barnevern, Nav og skole, og også i noen grad med andre organisasjoner.

I intervjuene forteller de samtidig at de er i kontakt med flere instanser i hjelpeapparatet og andre organisasjoner samt krisesentre for å informere bredt om sine tilbud. De opplever også at familiemedlemmer eller andre bekjente, tar kontakt på vegne av en familie som trenger hjelp, for eksempel etter at Frelsesarmeen har vært i avisen om en sak.

Frelsesarmeen har et navn og rykte som betyr at tilliten finnes der. Når folk er i krise så oppsøker de Frelsesarmeen. Innvandrere finner oss etter hvert de også, selv om det jo er norsk, og kanskje vanskelig å finne fram til (sentralt ansatt).

Frelsesarmeen oppsøkes gjerne av personer som strever, når de er synlige i bybildet.

De fleste steder går det helt naturlig, det går av seg selv. I de aller fleste byene så er vi jo synlige. Mange steder er det ved julegryta at folk tar kontakt og sier at de trenger hjelp. Og via sosiale medier snapper vi opp mange. Det er jo lavinntektsfamilier vi inviterer, men det er ikke noe vi snakker så mye om. Det er jo ikke sånn at man kan se på dem at de er en lavinntektsfamilie. Noen foreldre er for eksempel livredde for barnevernet, og kjøper derfor dyre ting, dyre dresser og så videre, så det ikke skal syns at de er en lavinntektsfamilie (ansatt sentralt).

For å finne frem til målgruppen jobber korpene ulikt, og avveininger om hvem som skal få ekstra bistand fra Juleaksjonen kan være utfordrende. Ansatte forteller om behov som øker rundt jul og utfordringer med prioriteringer.

Familiene føler på en skam når det nærmer seg jul. De gleder seg ikke, de tenker på alle utfordringene og de tindrende øynene til barna som er fulle av forventninger som de ikke klarer å oppfylle. Gjensidigestiftelsen gir mulighet til å kunne gi store pakker til barna. Det er mange emosjonelle møter som er fine. Så kan vi bli litt utfordret, for noen barn sier «hun fikk det, men jeg fikk det, det er urettferdig», og noen foreldre som sier «å, men kan vi få det og det også». Og det syns vi er krevende å stå i (ansatt sentralt).

Den biten der [utvelgelse] er nok vanskeligst for korpene, for de har så mange. Noen byer har jo over 100 i en nærkirke. Og så må man velge ut 50. I [navn på by] hadde vi det, de var 800 og ville ha til alle. Men da måtte vi her sentralt si nei (ansatt sentralt).

Ved en lokal enhet beskriver korpsleder for nærkirken at de har samtaler med familiene for å kartlegge hvem som utpeker seg.

Vi prøver å ha samtaler med familier og ser om noen utpeker seg, men det er kjempevanskelig. Vi kontakter også krisesentrene for eksempel, og hører om det er noen som trenger. Men det er ikke lett selvsagt (frivillig lokal enhet).

I enheter som jobber med tiltak for et mer begrenset antall familier, går midlene direkte til lavinntektsfamiliene, enten som bidrag til husholdningene eller til sosiale fellesarrangementer som juleverksteder. En ansatt sentralt forklarer at det ikke ville være hensiktsmessig å utarbeide kriterier for tildeling. *Vi kan ikke gjøre sorteringen så mye mer komplisert, for da blir det masse mer papirarbeid, og da ville mange flere sagt nei [til å søke midler].*

Oppsummering

Frelsesarmeen har dialog med Gjensidigestiftelsen gjennom ansatt i sosialavdelingen ved organisasjonens hovedkvarter. Søknaden som sendes stiftelsen far Frelsesarmeen er basert på tidligere års søknader. Organisasjonen melder imidlertid at de har kapasitet til å gjøre mer med mer midler. Midlene benyttes til ulike arrangementer i Frelsesarmeens tiltak for barn og barnefamilier i lavinntekt og kombineres ofte med organisasjonenes egne innsamlede julemidler. Juleaksjonen gjennomføres av både frivillige og ansatte, som tidvis også bidrar som frivillige i lokale virksomheter.

4.4 Blå Kors

Blå Kors er en ideell organisasjon som eier og driver 54 virksomheter fordelt over store deler av Norge. Organisasjonen har behandlingsinstitusjoner, poliklinisk virksomhet, arbeid for barn og unge, videregående skoler, arbeidstrening, gatenære tiltak, boligsentre, lokale stiftelser og foreninger. Organisasjonen har 1700 medarbeidere og om lag 1500 frivillige tidgivere, samt 2400 aktive medlemmer.

Blå Kors er videre en paraplyorganisasjon på rusfeltet for 16 medlemsorganisasjoner og er del av International Blue Cross som teller rundt 40 medlemsorganisasjoner. Organisasjonen baserer sin virksomhet på diakonalt arbeid som uttrykkes gjennom nestekjærlighet, inkluderende fellesskap og kamp for rettferdighet¹⁸.

Blå Kors' arbeid for barn og unge

Etter TV-aksjonen med NRK i 2008, ble det mulig for Blå Kors å etablere og utvikle tilbudet Blå Kors Barnas stasjon. I tillegg drifter organisasjonen egne skoler og barnehager, og tjenesten «kompasset», samt chattetjenester¹⁹. Blå Kors Ung omfatter barn som vil være medlem i Blå Kors.

I dag møter vi fortsatt mange som tror Blå Kors kun arbeider med behandling av rus og avhengighet, men en stor del av vår virksomhet retter seg mot arbeid med sårbare barn og familier. Midlene fra TV-aksjonen i 2008 var viktig for vår satsning på forebyggende arbeid rettet mot barn, unge og familier. Eksempelvis ble Blå Kors barnas stasjon - et tilbud for barn i alderen 0-12 år som vokser opp i familier med varierte utfordringer i hverdagen, etablert som følge av disse midlene (ansatt sentralt)

¹⁸ Tekst fra ansatt sentralt i Blå Kors.

¹⁹ <https://www.blakors.no/for-barn-og-ungdom/>

Juleaksjonen i Blå Kors

Rådgiver for søknader ved Blå Kors' hovedkontor har dialogen med Gjensidigestiftelsen, og begynner med søknaden om Juleaksjonen før august. Søknaden som sendes inn, er basert på fjorårets søknad samt erfaringer fra året som er gått. Sammen med rådgiver for forebygging, vurderes antall søkere det har vært tidligere, og om det ligger an til økning og større behov. Svaret om tildeling fra Gjensidigestiftelsen kommer i midten av september, og en intern utlysning i organisasjonen skjer så i midten av oktober. Det utformes et enkelt skjema for alle medlemsorganisasjoner og virksomheter, som utgjør om lag 25-35 søkere hvert år. Utlysningsbrevet sendes til divisjonsdirektører og ledere på alle nivåer. Da har de én måned til å innhente og registrere søknader og sette opp oversikt over søknadene. Videre setter avdelingen som håndterer tildelingen seg ned for en felles vurdering og gjennomgang. I 2021 var det 35 søknader for til sammen over én million kroner mer enn tildelingen fra Gjensidigestiftelsen. Blå Kors valgte derfor å «spe på» med midler fra fundraising-avdelingen, og ta i bruk midler som ikke kun er ment for julen, men for blant annet feriearbeid.

Virksomhetene som søker, er gruppert etter i hvilken grad de jobber direkte mot barn, forklarer ansatte ved hovedkontoret. Beløp og antall barn sammenholdes videre for å beregne hvor mye en virksomhet skal bruke per barn. Virksomheter som jobber direkte med sårbare barn og familier gjennom året, er i første bolk. Nederst er skole og barnehage som tilhører Blå Kors' divisjon for opplæring, samt gatenære tiltak og andre organisasjoner. Ofte er søknadsbeløpene høyere enn det Blå Kors får tildelt, og tildelingsbeløpene til lokale virksomheter må justeres ned, forteller en rådgiver ved hovedkontoret.

Når det er behov for å kutte i tildelingene, kuttes det i søknadene hos virksomhetene som i minst grad jobber i direkte tilknytning til barn. For eksempel er aktivitets- og oppfølgingstiltaket «Steg for steg» nedprioritert. Tiltaket kan søke om midler til arrangementer for barn av brukere, men har lave tall for antall barn de kan vise til at de klarer å nå. Den største mottakergruppen er virksomheter som jobber mest spisset mot målgruppen, for barn med foreldre som mangler nettverk, sliter psykisk eller med rus, eller som har asylbakgrunn i tillegg til Blå Kors' barnevernsarbeid.

Lokalt administrativt arbeid

Lokale virksomheter mottar en e-post fra ansatte ved hovedkontoret med informasjon om årets rammer for Juleaksjonen. Sentralledet deler midlene til de ulike tiltakene for barn som søker, som Barnas stasjon, minJUL og ulike prosjekter for ungdom.

Det er ren mailutveksling (ansatt lokal virksomhet)

En ansatt i en lokal virksomhet forteller at de i tillegg til gaver fra private givere, søker Bufdir om midler som dekker blant annet lønn. Kommunens «fattigdomsfond» har også tildelinger de kan søke på. Ansatte ved virksomheten bruker mye tid på å søke om midler for å få gjort alt de ønsker. Juleaksjonen opplever de som lite krevende administrativt. Handlingsrom og mulighet for å vekte prioriteringer trekkes frem som positivt, og fleksibiliteten i ordningen settes høyt.

Det du trodde 1. november, kan du endre den 20. desember. Jeg liker ikke tanken på å bruke opp pengene til julegaver, men så senere se at jeg egentlig trenger mat (ansatt lokal virksomhet).

Midlene fra Juleaksjonen beskrives som «kjemp viktig», og som en mulighet som ikke ellers ville vært tilgjengelig. En ansatt sentralt beskriver at det ikke er nok midler til å dekke behovet og at virksomhetene som jobber direkte med brukere, ikke har midler de kan sette

av til høytider i sine budsjetter. Høytidsmarkeringer finansieres stort sett med midler fra givere. En lokal virksomhet beskriver at firmaer kan gi noe og at private givere kan komme med gaver.

Vi får jo foreldre med barn på døra her, som sier at sønnen min vil gjerne gi denne julegaven til et barn som ikke får julegaver. Og bra det, veldig hyggelig det, men det er jo ikke nok, da hadde vi hatt 30 gaver. Juleaksjonen gjør at vi kan dele ut til flere (ansatt lokal virksomhet).

Dette bekreftes også av spørreundersøkelsen. Av 19 respondenter svarer samtlige at de ikke ville kunnet gjennomføre aktivitetene eller at det ville blitt i mye mindre skala enn det de har mulighet til med støtten fra Gjensidigestiftelsen.

Ansatte lokalt som ikke jobber med søknad og finansiering, men som driver aktivitetstilbudet for barn og barnefamilier, har ikke nødvendigvis noe forhold til Juleaksjonen og hvor midlene som dekker deres aktivitet kommer fra. En ansatt beskriver at med «ekstra midler» er det enklere for dem å lage gode opplevelser for målgruppen, for eksempel å bestille busstransport til et opplevelsessenter.

Det gjør det mye enklere for både dem og oss, vi slipper å kjøpe billetter til alle i forveien, stresse med om det er plass til alle, at alle kommer seg med. Med egen buss så ventet den bare til vi var klare, og kjører oss også tilbake etterpå. Det føles som «litt ekstra» og gjør at vi kanskje får med oss noen flere (ansatt lokalt).

Ansatte med administrativt ansvar peker på at det ville lette arbeidet dersom bekreftelse på tildeling kom tidligere til de lokale virksomhetene.

Hvis midlene kommer tidligere hadde det vært bra, tilslaget kommer så tett opp til jul, og vi legger programmet for jul i september. Og så får vi tilslag i november. Grunnen til at vi tør å legge det opp sånn, er at vi har oppfattet juleaksjonen som veldig forutsigbar, vi vet sånn ca. hvor vi ligger. Jeg går ut fra at jeg får det. Men det er jo på slutten av året, og man kan jo ikke bruke mer enn man har. Men det er to sider ved det, har vært fint at vi kan gjøre noe i januar også. Disse foreldrene er blakke i januar også, etter jula (ansatt lokal virksomhet).

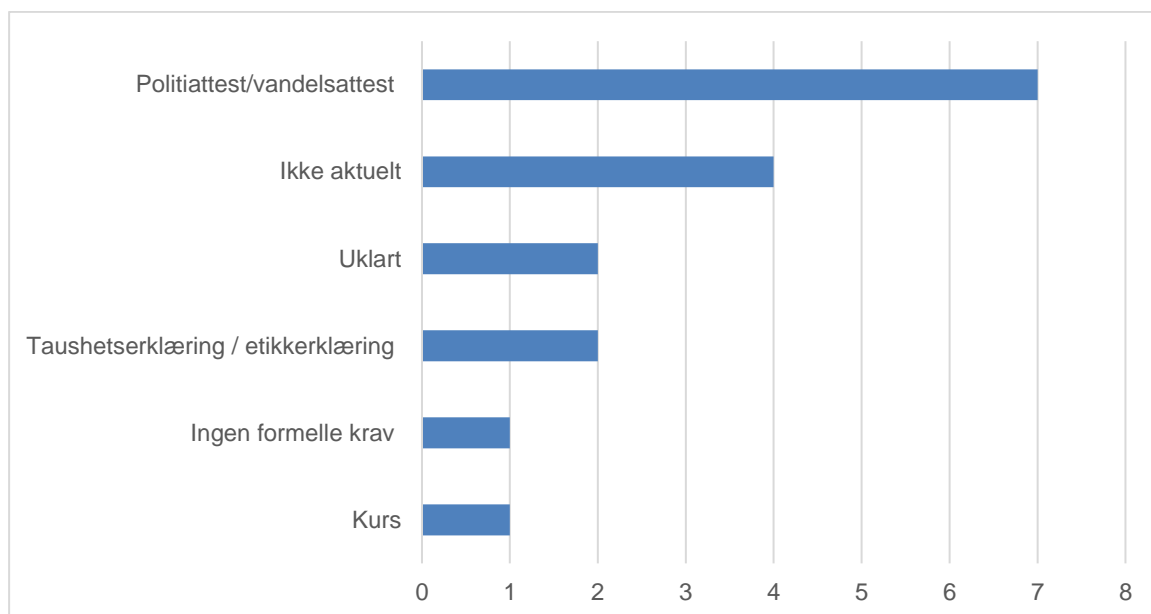
I spørreundersøkelsen svarer 12 av 13 respondenter at de ikke hatt dialog med sentralledd eller andre i organisasjonene om gode grep, veiledning, tips og råd for utformingen av aktivitet. Den ene som svarte ja, forklarte at det var nyttig å be om råd i forbindelse med smittevernstiltakene. Ansatt sentralt i organisasjonen, påpeker imidlertid at det i utlysingsbrevet til de lokale virksomhetene, opplyses om kontaktperson som kan støtte i søknadsutforming og rapportering, og at de hvert år er i dialog med virksomheter som har ulike spørsmål, særlig i forbindelse med rapportering.

Frivillige tidgivere

Blå Kors bruker begrepet «tidgiver» om sine frivillige. Tidgivere får opplæring og kurs knyttet til sin aktivitet og attest for sitt arbeid. Frivillige må fremvise gyldig politiattest og signerer en taushetserklæring. De må også akseptere Blå Kors' regler for aktivitet, som for eksempel innebærer å ikke komme til aktivitet beruset.

I spørreundersøkelsen rapporterer de 14 respondentene følgende krav som stilles til de frivillige som jobber med barn:

Figur 4-10: Hvilke krav stilles til de frivillige i aktivitet for barn? Svar fra Blå Kors. Antall



Tidgiverne er hjelpende hender og gir av sin tid til personer i aktivitet og tiltak. De er imidlertid ikke ansvarlige for administrasjon, økonomi eller faglig innhold i aktivitetene. Det er ansatte fagpersoner som står som ansvarlige for det administrative knyttet til aktivitetstilbud. For noen av de ansatte, kan grensen mellom arbeidet som ansatt og innsats som tidgiver gli over i hverandre. En ansatt ved hovedkontoret forteller for eksempel om arbeid både som ansatt og som tidgiver under et arrangement på julaften. De ansatte er operative i aktivitet og gjennom erfaring opparbeider de seg bevissthet rundt situasjoner som kan dukke opp. Tidgiverne skånes for en del ansvar: *For å ivareta verdighet og ikke påføre et ansvar de ikke skal stå i*, beskriver en ansatt sentralt. De ansatte jobber aktivt med måter å tilnærme seg brukere og familier og viderefører dette til tidgivere.

Jeg har hatt et innlegg om språkbruk, om hvordan man kan vise at man ser familien. Som frivillige skal du klare å komme og tilby hjelp, uten å vise at du ser at de er sårbare. Å ha det faglig på agendaen, når du jobber med frivillige, er viktig. Noen av dem [tidgiverne] kan ikke forstille seg for eksempel at noen [av brukerne] kan stjele gaver som er til andre. Da er det viktig å forberede seg på hvordan man bør reagere. (ansatt sentralt).

De frivillige blir tildelt ulike oppgaver avhengig av hvor de eger seg best. For et «MinJUL-arrangement», holdes for eksempel et verksted med frivillige i forkant av aktivitet, der ulike oppgaver fordeles. Ved en lokal virksomhet forteller en ansatt at frivilligheten har to sider, at den er like viktig for den som er frivillig, som for dem som mottar et tilbud. En del frivillige bidrar hele året, men rundt jul kommer alltid flere henvendelser fra personer som ønsker å bidra på ulike vis:

Vi får henvendelser fra alt fra syklubber til klasser. Det å komme og pakke inn pakker, kle seg ut som julenisse på julefesten, ting som har vært viktige for dem (ansatt lokal virksomhet).

En ansatt ved en lokal virksomhet beskriver imidlertid utfordringer med endringer i frivilligheten:

Frivilligheten er mer ad hoc enn før. Før var det mer langsiktig, man forpliktet seg til foreningen sin i 15 år. Nå er det flere som gjør et stunt. Så samarbeid med

frivillighetssentralen er jo ikke noe for oss. Det er så mange som bare kommer i jula for eksempel. Det gjør det vanskeligere, for vi kjenner dem mindre. Og det er mange som søker seg til frivilligheten, som trenger hjelp selv. Så det er viktig å ikke koble folk som trenger noe, på folk som trenger noe (ansatt lokal virksomhet).

Ansatte i Blå Kors er opptatt av at de frivillige skal være godt egnet i arbeidet de skal bidra med, og foretrekker at de frivillige tidgiverne er frivillige gjennom året, ikke kun til jul.

Så jobben vi gjør med å skaffe rett frivillig, den er veldig viktig. Den tror jeg ikke alle er like gode på. Hvis noen bare jobber i juleaksjonen, så er det en veldig stor jobb for å få lært og rekruttert rett frivillig (ansatt lokal virksomhet).

Målgruppens behov

Blå Kors' ansatte og frivillige beskriver at under koronapandemien har de opplevd at flere har trengt mer. Spesielt i 2020 erfarte de at mange følte usikkerhet knyttet til egen økonomi. I familier som tidligere var ressurssterke, kunne plutselig begge foreldre ha mistet jobben. Organisasjonen jobber med å tilby aktiviteter der foreldre og barn skal få gode opplevelser sammen. Flere beskriver at det er «for det meste mødre, og fedre et par ganger» som deltar i aktivitet med barna. De ansatte beskriver at mange av familiene de møter har dårlig økonomi, men at det er andre ekstra utfordringer som gjør at det er behov for bistand for å aktivisere barna og familien.

De har andre utfordringer i tillegg som gjør at det gavekortet ikke blir tatt i bruk hvis det ikke organiseres, da (ansatt lokal virksomhet).

Lokale virksomheter samarbeider gjerne tett med barnevern og NAV for å knytte til seg familier i målgruppen. En lokal virksomhet forteller at det er stor etterspørsel etter matkasser. Gjennom juleaksjonen kan organisasjonen tilby aktivitet, men også dele ut matkasser og gavekort.

Heldigvis så vet ikke de [barna] at det ikke er foreldra som betaler for det. Det er jo ganske viktig at når de får en pakke, så skal det stå hilsen mamma og pappa, det skal ikke stå hilsen Barnas stasjon eller Gjensidige. Barnet skal oppleve at det er mamma og pappa som gir gaven. For at de skal føle seg ivaretatt av foreldra, og kjenne seg like andre (ansatt lokal virksomhet).

Voksne som trenger hjelp, er ofte ute og leter etter tilbud, beskriver en ansatt sentralt i Blå Kors.

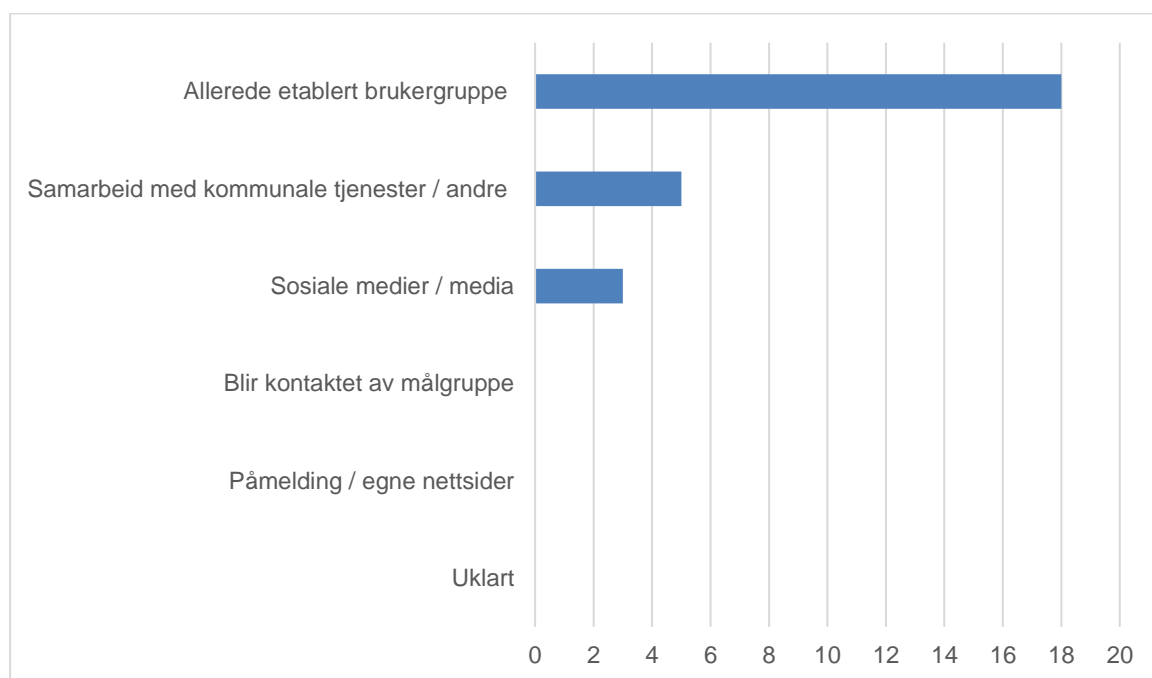
Når vi annonserer et arrangement, står det ofte «har du behov for å feire en tradisjonell jul, har du lyst til å bli med fordi du ikke har mulighet eller familien din ikke er til stede denne julen, eller andre ting som gjør det vanskelig å arrangere jul hjemme – er du velkommen». Vi sier ingenting om minoriteter, eller kjennetegn for målgruppen. Din sårbarhet er kjennetegn på at du er velkommen (ansatt sentralt).

Ved Barnas stasjon er en del barn og familier formidlet via barnevernstjenesten, gjennom frivillige eller obligatorisk tiltak. En del oppsøker også Barnas stasjon fordi de mangler nettverk i lokalmiljøet, og noen har hørt om tilbudet gjennom NAV, familievernkontor eller gjennom venner og bekjente. For de fleste familiene er det frivillig å søke seg inn i Blå Kors-tilbudet. Enkelte familier kan imidlertid bli pålagt av barnevern å delta i tilbudet ved Barnas stasjon. Der skal de tas imot i et imøtekommende miljø, «som i et hjem med kjøkken, aktivitet og for eksempel mulighet til å lage middag og tradisjonell mat», beskriver en ansatt ved lokal virksomhet.

Organisasjoner som jobber med minoriteter, er kommet langt med å jobbe med dem på god måte (ansatt sentralt).

I spørreundersøkelsen kommer det fram at de fleste av respondentene retter Juleaksjonens midler mot tiltak til brukere de allerede kjenner. På spørsmålet *hvordan arbeider dere for å finne fram til barn og barnefamilier i Juleaksjonens målgruppe*, svarer 18 av 21 respondenter at de hovedsakelig rekrutterer fra den gruppen de allerede kjenner til.

Figur 4-11: Hvordan arbeider dere for å finne fram til barn og barnefamilier i Juleaksjonens målgruppe? Svar fra Blå Kors. Antall

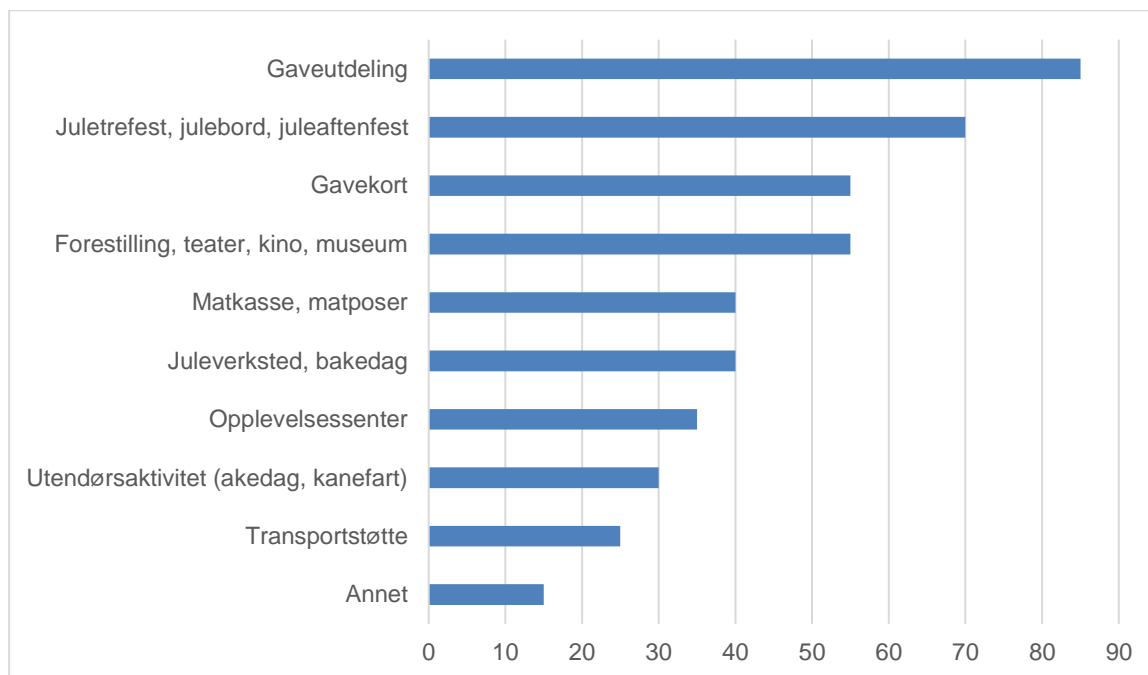


I tillegg er det flere som samarbeider med kommunale tjenester (Nav, barnevern, etc.) og noen som reklamerer i sosiale medier eller lokalmedier.

Juleaksjonens aktiviteter

Blå Kors sine arrangementer utformes i tråd med organisasjonens retningslinjer for endringsarbeid. I 2021 arrangerte Blåkors følgende aktiviteter i forbindelse med

Figur 4-12: Hvilke tiltak har dere arrangert i år (kryss av for alle tiltak som er gjort i Juleaksjonen i din lokale virksomhet i år) Svar fra Blå Kors. Prosent



Figuren over er oppgitt i prosent, og det var mulighet for å krysse av på flere alternativer. Gaveutdeling var det klart vanligste tiltaket. I tillegg har Blå Kors fått til forholdsvis mange aktiviteter for barna, som julefest, forestilling etc. (hhv. 70 % og 55 %).

I intervjuene beskriver de ansatte at de er opptatt av å kvalitetssikre arbeidet, og å ha langsiktig arbeid med de familiene de jobber med. Aktivitetene skal ofte fungere som eksempler på noe familiene selv kan gjøre, aktiviteter der de lærer noe de kan ha bruk for videre, som ikke koster mye og gjerne utendørs. En ansatt forteller at friluftsliv er en av metodene de bruker i arbeidet med barna og familiene.

Å mestre friluftslivet har positive effekter på andre områder i livet. For eksempel henger motorikk og kroppslig koordinering sammen med kognitive evner, og sånn sett hjelper friluftaktivitetene kanskje med å lykkes på skolen også, beskriver en ansatt.

Slik jobber virksomheten målrettet for å møte behov og mål for hvert barn.

En ansatt ved en lokal virksomhet beskriver at i tilfeller der det er behov for å prioritere, vil de prioritere utfra hvordan de kjenner familiene og utfra frafall.

De som har mye frafall, da velger vi de som har mulighet til å gjennomføre (ansatt lokal virksomhet).

En frivillig tidgiver beskriver sin oppfatning av Blå Kors' arbeid:

Jeg synes de er veldig flinke til å snakke med barna, at det ikke er så store skiller mellom ansatte og tidgivere, og «dere er familiene», på en måte. De er flinke til å ta initiativ, snakke med barna, prøve å få foreldrene til å snakke med hverandre og barna til å snakke med hverandre. Det synes jeg er fint og viktig. De er flinke til å organisere og tenke på hvilke barn som kommer til å like dette. Det er godt gjennomtenkt og planlagt (tidgiver lokal virksomhet).

Det er hovedsakelig ansatte som planlegger innhold i aktivitet, gjennomføring og oppgavefordeling.

Vi er med å høre om disse [familiene] og høre om hvordan man kan prøve å komme i kontakt med dem. De har snakket om å ikke henge oss opp i for eksempel hvor familiene kommer fra, og at for eksempel to familier ikke nødvendigvis vil være venner selv om de kommer fra samme land. Og ikke snakke så mye om hvor de kommer fra nødvendigvis. Det passer de på (tidgiver lokal virksomhet).

I etterkant av en aktivitet er det vanlig å holde en «debriefing».

Vi snakker om hvordan vekten var og om det skjedde noe spesielt, vanligvis går det greit. Hvis det er et spesielt mål, snakker vi om det. Sist hadde vi for eksempel en mutist som vi skulle jobbe for å inkludere, så – fikk vi det til og hvordan gikk det? (tidgiver lokal virksomhet)

Når det gjelder hva de lokale virksomhetene kan tenke seg å gjøre annerledes til neste år, kommer det i spørreundersøkelsen fram at en lokal virksomhet rapporterer at de ønsker flere fellesaktiviteter, en annen at de ønsker å hjelpe mer til med transport, og en tredje at de ønsker flere utendørsaktiviteter.

Oppsummering

Blå Kors tilbyr en rekke arrangementer i forbindelse med Juleaksjonen. Midlene fordeles til ulike lokale virksomheter etter en beregning av beløp per barn og i hvilken gard virksomheten arbeider direkte med målgruppen. Kontakten med Gjensidigestiftelsen skjer via ansatt ved hovedkontoret i markeds- og kommunikasjonsavdelingen, og lokale virksomheter søker sentralledet om midler til sine tiltak etter at Blå Kors er tildelt midler. Tidgivere er frivillige som bidrar i aktivitetene, men det er i stor grad de ansatte i organisasjonen som planlegger innhold og gjennomføring av Juleaksjonen.

4.5 Home-Start Familiekontakten

Home-Start Familiekontakten (HSF) er en nettverksorganisasjon som retter seg mot småbarnsfamilier som mangler støttespillere, trenger avlastning i forelderrollen, og skal bistå småbarnsfamilier i en sårbar fase. Home-Start Familiekontakten Norge ble startet i 1995 og er del av Home-Start Worldwide. Organisasjonens overordnede motiv er å gi barn en god barndom gjennom å styrke foreldrene. Det gjøres gjennom familiestøtteprogrammer hvor frivillige familiekontakter besøker småbarnsfamilier som har minst ett barn under skolealder, i to til fire timer i uken.

I Norge finnes Home-Start i 35 kommuner, fordelt på 44 avdelinger, med til sammen 51 kontorer²⁰. Hver Home-Start-avdeling har et lokalt styre eller ressursgruppe med ansvar for Home-Starts gjennomføring av målsettingene for kommunen. Minst én koordinator skal være ansatt for hver avdeling. Koordinatoren har ansvar for rekruttering, opplæring og veiledning av frivillige og å holde kontakt med instansene som arbeider med småbarnsfamilier. En kommune eller en samarbeidsorganisasjon har arbeidsgiveransvar for de ansatte koordinatorene. Home-Start-koordinatoren kan være ansatt i Kirkens bymisjon, Frelsesarmeen, i en kommune og i noen tilfeller ved en frivillighetssentral. En koordinator kan følge opp i gjennomsnitt 30 koblinger mellom familier og familiekontakter i

²⁰ <https://homestartnorge.no/om-oss/>

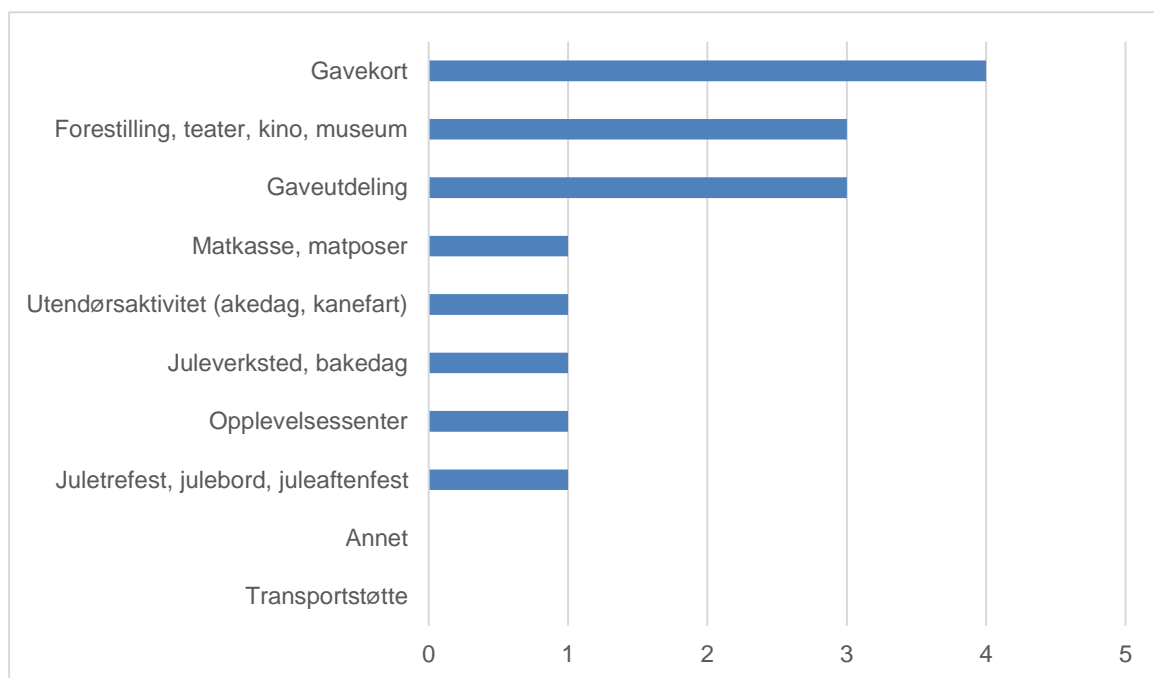
året, men det varierer fra sted til sted. Det nasjonale kontoret har overordnet ansvar for konseptet, og mottar driftsmidler fra Barne-, ungdoms- og familiedirektoratet.

Juleaksjonen i Home-Start

Om lag 20 av Home-Start-avdelingene søker Juleaksjonen gjennom nasjonalt kontor. Den andre halvparten deltar også, men de søker og mottar midler gjennom sin lokale forening, som drives av Kirkens bymisjon eller Frelsesarmeen. Nasjonalt kontor innhenter antall barn hver avdeling regner med å nå med Juleaksjonen og skriver en felles søknad til Gjensidigestiftelsen. Tildelingen skjer i november. De lokale avdelingene har sine egne prosesser for den videre organiseringen. Vurderingen av hva de ulike lokale juleaksjonene skal innebære, gjøres lokalt av dem som kjenner Home-Start-familiene. Noen arrangerer større juletreffester og juleverksteder som er åpne for alle, mens andre inviterer til juleaktiviteter kun for familiene som allerede er i Home-Start.

I spørreundersøkelsen er det bare seks respondenter fra Home-Start, og de rapporterer at aktivitetene som ble arrangert hos dem i forbindelse med Juleaksjonen i 2021, hovedsakelig var utdeling av gavekort, matkasse eller gaver, men også noen arrangementer.

Figur 4-13: Hvilke tiltak har dere arrangert i år (kryss av for alle tiltak som er gjort i Juleaksjonen i din lokale virksomhet i år). Svar fra HomeStart. Antall



Figuren over er oppgitt i prosent, og det var mulighet for å krysse av på flere alternativer. På spørreundersøkelsens spørsmål om *dere ville dere gjort de samme juleaktivitetene dersom dere ikke hadde hatt midlene fra Gjensidigestiftelsens juleaksjon*, svarer samtlige av de 5 respondenterne at de ikke ville kunnet gjennomføre aktivitetene eller at det ville blitt i mye mindre skala enn det de har mulighet til med støtten fra Gjensidigestiftelsen.

Home-Start har fått delta hvert år de har søkt og opplever ordningen som forutsigbar, selv om Gjensidigestiftelsen ikke har forpliktelser til å tildele midler til organisasjonen, beskriver en ansatt sentralt. De lokale avdelingene forholder seg til søknads- og rapporteringsfrister og kan gi innspill via sentralledet om hvordan ordningen fungerer. En avdeling forteller at

de har bidratt med innspill, som resulterte i endringer i formuleringene om kriterier for tiltakene.

De første årene skulle ikke pengene gå til noe praktisk hverdagslig, men for noen foreldre er det å få dekket boblejakke i november når ungene fryser viktigere enn å legge den under juletreet 24. desember (ansatt lokalt).

Noen steder inviteres «alle» barn som er tilknyttet Home-Start med på julearrangementer, uavhengig av om de er i en lavinntektsfamilie eller ikke. For gaveinnkjøp og gavekort gjøres utvelgelsen basert på familiens behov og økonomi. Det er ingen formaliserte utvelgelseskriterier. Koordinatorer og familiekontakter tar utgangspunkt i sin kjennskap til familiene og gjør en skjønnsmessig vurdering.

På spørsmålet *er det noe dere vil gjøre annerledes i Juleaksjonen i kommende år* i spørreundersøkelsen, svarer én av fire respondenter at de ønsker å lage et arrangement i samarbeid med andre. Resten har ingen andre planer om å endre det eksisterende opplegget.

Det er få av respondentene som kommuniserer med Home-Start sentralt om hvordan aktivitetene kan utformes. På spørsmål om hvorvidt de *har hatt dialog med sentralt eller andre i organisasjonene om gode grep, veiledning, tips og råd for utformingen av disse*, svarer én at de koordinerer med Home-Start sentralt, mens de resterende tre respondenter svarer nei.

Nasjonalt kontor sender ut informasjon om formål med, og kriterier for utlysningen når midlene lyses ut. Avdelinger som ikke har erfaring med Juleaksjonen fra tidligere får videre veiledning og tips til hvordan midlene kan anvendes. Etablerte avdelinger har ofte ikke behov for dette, men kan få veiledning ved behov.

Frivillige familiekontakter

Familiekontakten som besøker familien, er en frivillig som selv skal ha foreldreerfaring. Behovet for hjelp avhenger av den enkelte familiens situasjon og defineres av familien selv. Den frivillige skal tilby emosjonell støtte, praktisk hjelp og vennskap. Støtten er gratis og varigheten avhenger av familiens behov, men varer inntil seks måneder. For å bli familiekontakt må den frivillige gjennomføre et 21-timers refleksjonskurs over syv uker, som blant annet omhandler informasjon og opplæring i Home-Starts verdier og holdninger, retningslinjer for kommunikasjon, taushetsplikt, hjemmebesøk og familieliv. Den frivillige må fremvise politiattest og gjennomføre individuelle samtaler. I tillegg gjør en ansatt Home-Start-koordinator et hjemmebesøk hos den frivillige, for å bli godt kjent med interesser og personlighet, og danner seg et bilde av om den frivillige er egnet for oppdraget. En frivillig familiekontakt må videre ha egen foreldreerfaring eller erfaring fra arbeid med barn.

Det kan skje under kurset, at vi finner ut at dette kanskje ikke er den rette personen for oppgaven, forteller en koordinator. Noen nye frivillige blir veiledet ut av oppdraget, men de fleste blir. Mange er pensjonerte lærere og sykepleiere eller mennesker som har annen relevant bakgrunn, men som er uføretrygdet for eksempel på grunn av helseforhold. Andre familiekontakter er personer «med stort hjerte som har lyst til å bidra», beskriver en ansatt. De frivillige blir de fulgt opp regelmessig med veiledning og erfaringsutveksling. Det er alltid behov for flere frivillige, for det er mange familier på venteliste, forteller en koordinator ved et lokalt Home-Start-kontor.

Målgruppen og behov

Home-Starts målgruppe er familier med minst ett barn under skolealder. Disse er også målgruppen for Juleaksjonen i Homestart, og på spørreundersøkelsens spørsmål om *hvordan arbeider dere for å finne fram til barn og barnefamilier i Juleaksjonens målgruppe*, svarer samtlige at de bare retter seg mot den brukergruppen de allerede har kontakt med.

Noen familier ønsker ikke familiekontakt, men vil være med på sosiale arrangementer. Andre ønsker ikke å delta på felles sosiale arrangementer, men vil ha en familiekontakt knyttet til sin familie. Andre igjen ønsker både familiekontakten og mulighet til å delta på felles arrangementer. En økende andel av familiene som tar kontakt er lavinntektshusholdninger. Flere familier krysser også av for «mangelfullt nettverk» og «ensomhet», når de registrerer seg hos Home-Start.

Det er mye ensomhet, mer nå enn i 2015, 2016, 2017-åra, det går en trist vei (ansatt Home-Start).

Økt ensomhet kan ha sammenheng med pandemien de to siste årene, foreslår en frivillig. Man har ikke hatt de arrangementene man vanligvis har, barselgrupper og andre aktiviteter i forbindelse med graviditet og fødsel. Det er behov for flere felles arrangementer og møteplasser for Home-Start-familiene, slik at de kan danne et nettverk og møtes også uten familiekontaktene. En ansatt forteller at det ikke alltid er ressurser til slikt arbeid og at stillinger flyttes og endres, men ser at Gjensidige-midlene kan bidra til å få til slik aktivitet.

Det har vel noe med økonomi å gjøre, men jeg ville hatt mer midler som gikk konkret til fellesaktiviteter. Vi trenger et møtested eller vi trenger å reise på en fellestur. Jeg synes det er viktigere enn julegaver osv. Våre familier trenger først og fremst nettverk (ansatt Home-Start).

Sykdom eller nylig innflytting til kommunen kan også være årsaker til å søke støtte fra organisasjonen. I fem kommuner har Home-Start et pilotprosjekt der barna i Home-Start-familiene kan være opptil 16 år. Home-Start ønsker å være et tilbud for alle barnefamilier som trenger støtte, også de som faller mellom stoler, de som ikke har krav på hjelp fra det offentlige, men som har lav inntekt, beskriver en ansatt sentralt i organisasjonen. Familiene er vanligvis Home-Start-familier i seks måneder med besøk av familiekontakten ukentlig, men koblingens varighet vurderes også skjønnsmessig av koordinator.

Noen familier tar kontakt direkte med Home-Start, andre blir formidlet via instanser i kommunen. Noen familier kommer i kontakt med Home-Start via bekjente eller familiemedlemmer som tar den første kontakten for å hjelpe familiene i gang. Mange familier kommer i kontakt med Home-Start gjennom helsestasjonen, men de fleste familiene tar selv kontakt. Familien registreres og krysser av i et skjema om hva de ønsker hjelp til, når de ønsker hjelp, om de har ønsket for om familiekontakten skal være kvinne eller mann, og alder. Noen kan ønske seg en frivillig i en «besteforelderrolle», mens andre foreldre ønsker jevnaldrende familiekontakter som blir mer som venner. Familiene som er tilknyttet organisasjonen kalles Home-Start-familier, og de får tildelt en familiekontakt. Det første familiekontakten gjør er å snakke med dem om hva som er deres behov.

En koordinator som jobber i Home-Startet driftet av kommunen, forteller at det i forbindelse med Juleaksjonen også formidles familier til organisasjonen gjennom kommunens «samtidige tjenester»-samarbeid. Der utveksles informasjon om hvilke familier som bør inviteres til å delta i Juleaksjonen. Home-Start informerer ellers om sin virksomhet i sosiale medier, og legger ut annonser på nettsiden frivillig.no for å komme i kontakt med mulige nye frivillige. En lokal avdeling forteller at de innimellom deltar på arrangementer, har stand og deler ut flyers for å være synlige og rekruttere. De har også saker i lokalavisen en gang

i halvåret, og postkasseaksjoner der de frivillige leverer lapper i postkasser om muligheten til å bli del av Home-Start. Det er mange flere familier som henvender seg, enn organisasjonen greier å koble med en familiekontakter.

Behov

Det er ikke noe problem å finne fram til familier, de kommer jevnt, forteller koordinatoren ved en Home-Start-avdeling.

Jeg tror at hadde vi dobla antall frivillige, så hadde ingen vært arbeidsledige (ansatt lokalt).

Vi gjør en kartlegging når vi blir kjent med en ny familie, en registrering om blant annet hva de liker å gjøre, pleier å gjøre og da kommer det frem hvordan man har det. Og hvis det er tre barn og én som jobber, da trenger man ikke spørre hvordan økonomien er (ansatt lokalt).

Familiekontaktene er på besøk hos familiene jevnlig. Ut fra kunnskapen de får om familiene, inviterer de med på Juleaksjonen. Ved noen avdelinger er de ansatte opptatt av at Juleaksjonen er til for alle barna i Home-Start. Alle barn som er tilknyttet Home-Start inviteres med på julearrangementer, uavhengig av om de er i en lavinntektsfamilie eller ikke. For gaveinnkjøp og gavekort gjøres utvelgelsen mer basert på familiens behov og økonomi. Det er ingen formaliserte utvelgelseskriterier, koordinatorene og familiekontakter tar utgangspunkt i sin kjennskap til familiene og gjør en skjønnsmessig vurdering. Ved andre avdelinger, er deltakelsen mer behovsprøvd.

I hvert tilfelle gjør vi en behovsvurdering. I ett geografisk område kan du for eksempel ha en frisk familie, men de har fått tvillinger og de har ikke fått sovet mer enn 13 timer det siste året. Så trenger de at noen tar barna på en trilletur. Og i den samme avdelingen så har du en alenepappa til fire barn, som ikke har råd til å feire skikkelig jul. Da velger vi alenefaren. Vi ønsker å gi barna en like god jul som andre barn ville hatt. Og da prioriterer vi familier med økonomiske behov, og familier med lite nettverk (ansatt lokalt).

Familiene er Home-Start-familier av ulike årsaker og det er ulikt hva som vil utgjøre en positiv forskjell i julen for familiene. Koordinatorene og familiekontaktene forteller at de vet hva som er behovet hos de ulike familiene; for de som ikke har mye nettverk, er det viktigste å få treffe andre familier i et sosialt fellesskap. For andre, kan det være viktigere å få ullklær til jul.

Når den frivillige snakker med sin familie, og behovene kommer fram, så kan de frivillige gå tilbake til Home-Start og drøfte om vi kan finne penger. Vi er veldig fleksible hva gjelder aktiviteter. Vi hadde en familie der de ikke hadde fått besøkt familien på seks måneder, de hadde ikke råd til billetter. Og da fikk de penger til å dra og besøke dem (ansatt lokal virksomhet).

Noen ønsker og behov er for dyre å dekke, slik som flybilletter til opprinnelsesland for å besøke familie eller internettilgang i en lang ferie eller i perioder med hjemmeskole. Slike behov kan ikke en tilskuddsordning dekke, men det er likevel slike behov organisasjonen ser og gjerne skulle hatt penger til, beskriver en ansatt lokalt. En avdeling oppgir at NAV har blitt flinke på rask saksbehandling og at de derfor rakk å hjelpe noen i julen. *Men det tar tid med skjema og hele runden, og så kan det hende at du tjener nok til at du skulle kunne hatt det [internett],* forklarer en ansatt koordinatorene.

Home-Start oppgir at de kunne ha fått til mer. Inkluderingsmidler fra Bufdir er ellers med på å finansiere noen julearrangementer i organisasjonen.

Vi har kapasitet. Vi kunne søkt for flere barn, enn bare de vi har i Home-Start. Så kunne vi nådd ut til enda flere barn. Home-Start er veldig godt etablert (ansatt sentralt).

Oppsummering

Home-start har småbarnsfamilier som målgruppe og har hjemmebesøk og oppfølging av enkeltfamilier som hovedvirksomhet. I Juleaksjonen tilbyr de både fellesarrangementer for familiene, og ekstra gaver og oppmerksomhet til familier med behov. Til forskjell fra de andre organisasjonene, er Home-Start driftet lokalt av andre organisasjoner og kommuner. Kontakten med Gjensidigestiftelsen skjer via ansatt ved Home-Starts hovedkontor, og lokale Home-Start-kontor søker om midler til sine tiltak. Lokale kontor som driftes av frelsesarmeen og krikens bymisjon, får tildelt midler gjennom disse organisasjonene. Frivillige familiekontakter bidrar med praktisk gjennomføring av aktivitetene, og innhenter behov i familiene som legges til grunn for prioritering av midler.

4.6 Krisesentersekretariatet

Krisesentersekretariatet er en uavhengig paraplyorganisasjon for krisesentre i Norge. Krisesentersekretariatet ble opprettet i 1994, med mål om å styrke krisesentrene og arbeidet med vold mot kvinner²¹. Organisasjonen finansieres med midler fra organisasjonens medlemmer. Sekretariatet kom på statsbudsjettet i 2022, for første gang. Medlemssentrene drives ulikt, som ideelle organisasjoner, interkommunale selskap, kommunalt eller som stiftelser.

Krisesentrene er et tilbud til personer som er utsatt for vold eller overgrep fra en partner, familie eller i en nær relasjon. Man trenger ikke å være i en akutt krise for å få hjelp på krisesenteret, de tilbyr beskyttelse, sikkerhet, råd og veiledning til kvinner, menn og barn²². Krisesentrene har akuttovernattingstilbud, botilbud og dagsentertilbud for personer som kommer til veiledning på dagtid. Krisesentrene tilbyr samtaler, hjelp til kontakt med hjelpeapparatet, informasjon om rettigheter og muligheter, samtalegrupper og aktivitetstilbud.

Krisesentersekretariatet har årsmøtet som sitt høyeste organ, og medlemssentrene forplikter seg til årsmøtevedtakene. Organisasjonen fungerer som krisesentrenes talerør for å løfte saker til beslutningstakere. Styret i organisasjonen består av en leder og fem styremedlemmer fra regionene sør/øst, nord og vest, samt én ansattrepresentant. Krisesentersekretariatet er medlemsorganisasjon for 21 medlemskrisesentre²³. Det finnes 44 krisesentre i Norge (2020).

Juleaksjonen i Krisesentersekretariatet

Tre personer er ansatt og jobber med problemstillinger knyttet til krisesentrenes virksomhet, taler krisesentrenes sak, sammenfatter og formidler informasjon som berører krisesentrene.

²¹ <https://www.krisesenter.com/om-oss/>

²² <https://www.krisesenter.com/finn-ditt-senter/>

²³ <https://www.krisesenter.com/medlemmer/>

Informasjon om tilgjengelige tilskuddsmidler, som Gjensidigestiftelsens Juleaksjon, går via sentralledet til medlemssentrene. Krisesentrene som ikke er medlem i krisesentersekretariatet har også fått anledning til å søke midler fra Juleaksjonen. Til sammen søkte 37 krisesentre midler i 2021. Sekretariatet beskriver at de har tett kontakt med Gjensidigestiftelsens kontaktperson og opplever dialogen som hyggelig og enkel.

Vi får som oftest det vi søker om og betaler ut til medlemmer og ikke-medlemmer. I tillegg tar krisesentersekretariatet en liten administrasjonspris for arbeidet med å administrere søknadene, tildeling og rapportering. Vi vil berømme Gjensidigestiftelsen for den flotte ordningen (ansatt sentralt).

Krisesentersekretariatet søker ikke andre stiftelser for tilsvarende aktivitet, men søker ellers Bufdir om tilskudd til drift. Lokale krisesentre får varsel fra krisesentersekretariatet om at de kan søke midler til Juleaksjonen. Søknads- og rapporteringsprosessen oppleves som «veldig grei», sier flere av de ansatte ved sentrene. «Det er enkelt og godt å svare på de spørsmålene vi skal svare på, og så legger vi ved et budsjett» (ansatt krisesenter).

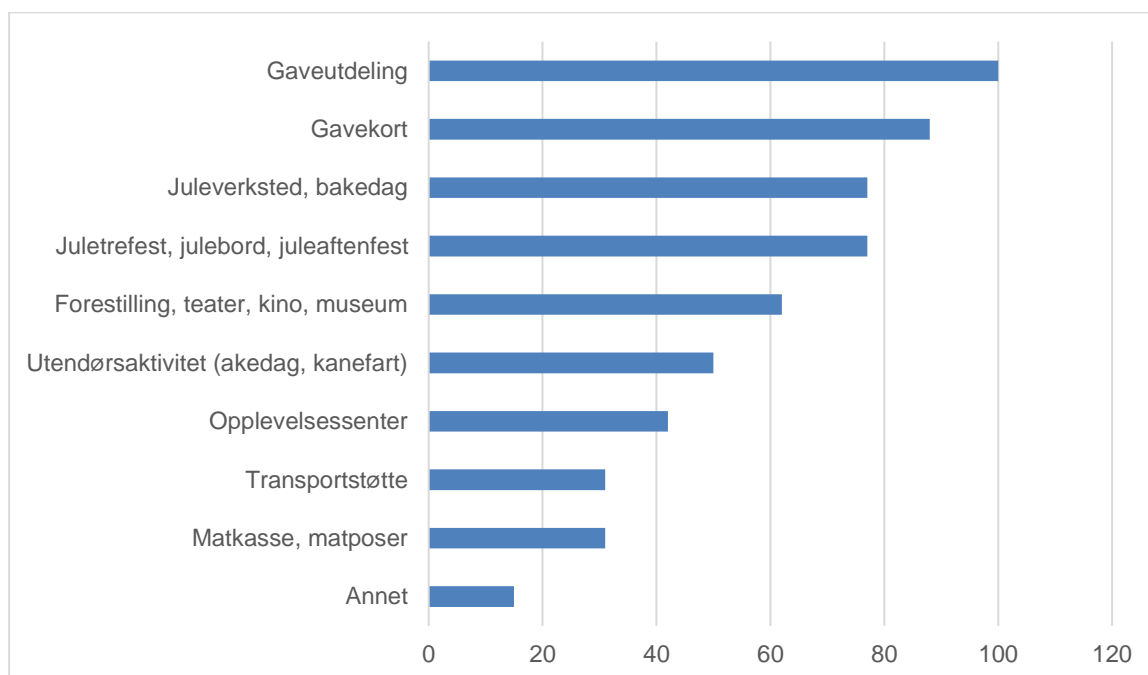
Både søknad og rapport går til sekretariatet, som samler inn fra alle sentrene og formidler videre til Gjensidigestiftelsen. Krisesenteret i Oslo forteller at det stort sett søkes om det samme hvert år; utstyr, hobbyartikler, opplevelser, og de legger opp til at midlene skal kunne brukes til «litt forskjellig».

Aktivitet ved krisesentrene

Aktivitetene som tilbys i juleaksjonen på de 37 krisesentrene i 2021, spenner vidt fra juleverksted med julekort og julegaver, til bakedag, juletreff, Luciafeiring, julekalender og julebord. Mange aktiviteter skjer på krisesentrene, av sikkerhetsårsaker, men en del tilbyr også opplevelser utenfor sentrene, slik som hundekjøring, tur til lekeland, badeland, kino, teater, konserter, Disney on Ice, Hjorteparken og gårdsturer. Hjelp til reise, klær og mat, er også nevnt i søknadene fra sentrene.

I spørreundersøkelsen kommer det fram at de ulike krisesentrene til sammen fikk til ganske mange ulike aktiviteter. Alle har hatt gaveutdeling, og i tillegg har flere arrangert utflukter, julefester eller juleverksted. Dette til tross for koronapandemien, da mye har måttet blitt avlyst eller utsatt av smittevern hensyn.

Figur 4-14: Hvilke tiltak har dere arrangert i år (kryss av for alle tiltak som er gjort i Juleaksjonen i din lokale virksomhet i år). Svar fra krisesentrene. Prosent



Vi fikk 26 svar på dette spørsmålet fra krisesentrene. I intervjuene utdyper et av sentrene at de bestiller forskjellig god mat gjennom Juleaksjonen, slik at de som bor der skal få noe de også setter pris på – «det er ikke pinnekjøtt øverst på ønskelista hos alle» (ansatt krisesenter). Innholdet i aktivitetene varierer, og et krisesenter forteller om et strikkeprosjekt i år. Men det er betydelig variasjon:

Noen aktiviteter er sikre vinnere, for eksempel tur til hoppeslott. Konserter er også populært, både for de som bor og de som har bodd på sentrene.

Dersom Juleaksjonen-midlene falt vekk, forteller sentrene at de ville søkt andre steder. De ville hatt aktiviteter til jul, «men det ville ikke blitt så flott».

Det ville bety at vi for eksempel ville bruke mer tid på å hente skøyter på frivilligsentraler og sånt, da går mer tid og det blir mer komplisert. Det ville blitt mer sårbart hvor mye vi ville fått til. Men vi ville klart å gi en god jul (ansatt krisesenter).

Lokalt kan sentrene søke om andre finansieringskilder i tillegg. Et krisesenter forteller at de har søkt Sparebankstiftelsen som har bidratt med et mindre beløp til et barnehagetilbud. En bokhandelkjede gir også sentret en del gaver til jul. Lederen forteller at de gjerne skulle brukt enda mer penger på teater og opplevelser utenfor huset. På grunn av juleaksjonen-midlene kan de for eksempel ta med alle på skøytebanen.

Vi får gjort mye og det blir stas. Noe av det ville vi kunnet gjøre ellers også, men det blir ikke like mye stas, vi kan kjøpe bedre og gjøre aktiviteter vi ikke hadde hatt råd til ellers (ansatt krisesenter).

I spørreundersøkelsen svarer samtlige av de 28 respondentene at de ikke ville kunnet gjennomføre aktivitetene eller at det ville blitt i mye mindre skala enn det de har mulighet til med støtten fra Gjensidigestiftelsen.

Fra spørreundersøkelsen kommer det også fram at ingen av de 23 respondentene har hatt dialog med sentralledd eller andre i organisasjonene om gode grep, veiledning, tips og råd for utformingen av disse.

På spørsmål om det er noe de ønsker å gjøre annerledes til neste år, svarer en av respondentene at de ønsker å lage et tilbud også til dem som har flyttet ut av krisesentrene.

Frivillighet og samarbeid

Krisesentrene skiller seg fra de andre organisasjonene i Juleaksjonen, ved at de så og si ikke benytter seg av frivillige krefter, verken i Juleaksjonen eller ellers. Krisesentrenes beliggenhet er hemmeligholdt og de har stort sett hemmelig adresse. De som bruker sentrene har rømt vekk fra noen, og det impliserer at bruk av frivillige er vanskelig, av hensyn til sikkerhet. Konfidensialitet og taushetsplikt og er avgjørende både for de som bor på sentrene og for de som bruker sentrene på dagtid. Av samme grunn har krisesentrene heller ikke faste samarbeidspartnere på samme måte som en del av de andre organisasjonene.

I spørreundersøkelsen har derfor 14 av 18 respondenter svart «ikke aktuelt» på spørsmål om hvilke krav som stilles til de frivillige i aktivitet for barn i organisasjonen. Én har svart kurs, og én har svart politiattest.

Noen krisesentre har samarbeid med frivillige organisasjoner som Røde Kors og Redd Barna, som tilbyr aktivitetstilbud for barna ved krisesentret og står for økonomien i det. Redd Barna har for eksempel et tilbud som heter «Fritidsvenn», som kobler familien med en person de kan ha kontakt med, når de skal over i egen bolig etter opphold på krisesenter. I nettverkstilbudet tilknyttet krisesentrene, kan det også være noen faste frivillige, men de er ikke involvert i Juleaksjonen. Et krisesenter forteller at de har hatt et samarbeid med én frivillig eldre dame, som har hatt håndarbeidskurs for beboere.

De ansatte på krisesentrene arrangerer aktivitetene i Juleaksjonen selv. Ansatte tar kontakt med mulige aktører. For eksempel har de hatt besøk av en make up-artist, musikkgrupper, eller de organiserer tur til hoppeslott eller bestiller hobbyutstyr. Forberedelse til aktivitet innebærer å planlegge innholdet i aktiviteten, men også å lage og henge opp informasjonsplakater, gå innom alle boenhetene og informere og motivere til deltakelse, og ønske velkommen og ta imot de som kommer.

Det er alltid noen ansatte som brenner mer for det enn andre, og så brukes ressurser og kompetanse man har (leder ved et krisesenter).

Målgruppen

Krisesentrenes målgruppe i Juleaksjonen, er de barna som oppholder seg på krisesentrene i løpet av perioden Juleaksjonen foregår, og spesielt i ukene nærmest jul. På spørreundersøkelsens spørsmål om *hvordan dere arbeider for å finne fram til barn og barnefamilier i Juleaksjonens målgruppe*, svarer 28 av 29 respondenter dermed at de kun retter seg mot den allerede etablerte brukergruppen.

Barna som bor på krisesenter er barn i familier i krise, og en andel av dem er også barn i familier i lavinntekt. Sentrene har et ujevnt antall barn til stede og rekrutterer ikke målgruppen aktivt. De kan ikke vite hvor mange barn de vil ha knyttet til seg i forbindelse med julen, men de kan anta om lag hvor mange de vil ha utfra erfaring. Et krisesenter forteller at romlisten aldri ser lik ut fra en dag til den neste. Det er alltid noen som har flyttet ut eller kommet til. Aktivitetstilbud og personalressurser må justeres i forhold til det. I løpet av et år har de om lag 100 barn på boenheten.

Krisesentrenes målgruppe er voksne og barn som bor på sentrene midlertidig, eller er dagbrukere. De som går til samtaler på dagsenteret, skal ikke føle seg alene, de som fortsatt er i nettverk eller går til samtaler, de inviteres. Det setter de veldig pris på, forteller en ansatt. Noen tidligere beboere er knyttet til sentrene i en overgangsperiode tilbake ut i samfunnet. Beboere på krisesenter er i en sårbar posisjon, beskriver en ansatt:

De som bor på eller bruker krisesentrene har det ikke fett økonomisk. Hvis du gjemmer deg for noen, kan det hende de har bankkortet ditt (avdelingsleder krisesenter).

Kvinnene og barna på krisesentrene er kommet til sentrene på ulike måter av ulike grunner. Et krisesenter forteller at de lykkes best i arbeidet med kvinner som kommer selv, og ikke via politi eller barnevern. Det kan være mødre som har tatt valget om å oppsøke krisesenter, hentet barna på skole eller i barnehage og kommet. *Å ha tatt det valget selv er vanskelig, men vi lykkes godt med den gruppa*, forteller leder ved et krisesenter. Arbeidet kan være vanskeligere med kvinner som kommer via andre instanser, som ikke ennå har bestemt seg for hva de vil gjøre. Krisesentrene jobber med denne gruppen på en litt annen måte.

Vi er klare når de er klare, og de skal ikke føle på skyld og skam dersom de går tilbake [til voldsutøveren] (leder krisesenter).

Ansatte på krisesentrene forteller at kan det være mange mødre som aldri har fått lov til å ha egne penger i lomma, som ikke har egne bankkort. De har barn som ikke er vant til å få mye, og det handler ikke om at de er fattige.

Å ikke ha tilgang til penger har vært en del av kontrollen de har vært utsatt for. Det kan gi barna følelsen av at «jeg har veldig mye mindre enn andre», særlig når de kommer i skolealder, og det forventes av andre at du er en del av ting og har mer (ansatt krisesenter).

Jeg tror i hvert fall at når de er med på aktiviteter hos oss, så opplever veldig få at de er fattige (ansatt krisesenter).

De ansatte blir godt kjent med barna og mødrene, og jobber med at aktivitetstilbud skal opprettholdes når de flytter ut. Det demper ikke bare fattigdom i form av å ha penger, men også fattigdom i betydningen av *muligheter* til deltakelse og å være aktiv.

Oppsummering

Krisesentrene tilbyr aktiviteter og tiltak i Juleaksjonen for barn og mødre som er tilknyttet krisesentrene i november til januar. I motsetning til de andre organisasjonene, jobber de ikke med rekruttering av verken målgruppe eller frivillige. De barna og deres mødre som er til stede, er deltakerne i Juleaksjonen og krisesentrene benytter ikke egne frivillige bidragsytere av sikkerhetsmessige hensyn. Enkelte sentre har samarbeid med frivillige organisasjoner. Alle krisesentre i Norge kan søke Krisesentersekretariatet om midler i Juleaksjonen, selv om de ikke er medlem av organisasjonen. Midlene brukes til feiring av jul og nyttår på sentret, samt julegaver, juleopplevelser og annen støtte til familiene som bor på sentrene eller bruker sentrenes dagtilbud.

4.7 Samarbeidspartnere

I dette avsnittet omtaler vi samarbeidspartnerne til alle organisasjonene samlet. Det er betydelig overlapp, men også stor variasjon i bruk av samarbeidspartnere, både mellom organisasjonene og mellom ulike enheter i organisasjonene.

Organisasjonenes samarbeidspartnere i Juleaksjonen er i stor grad de samme som i ordinær aktivitet. Samarbeidspartnere er kommunenes hjelpetjenester og andre offentlige aktører som jobber med målgruppen, for eksempel NAV, asylmottak, frivillighetssentraler, krisesentre, barnevern, flyktningetjenester, helsestasjon og skolehelsetjeneste. Samarbeidet handler dels om å videreformidle informasjon om tilbudene til personer i målgruppen, ungdom eller foreldre i barnefamilier, for at organisasjonene skal sikre seg at personer med reelle behov mottar støtten og aktivitetene de tilbyr.

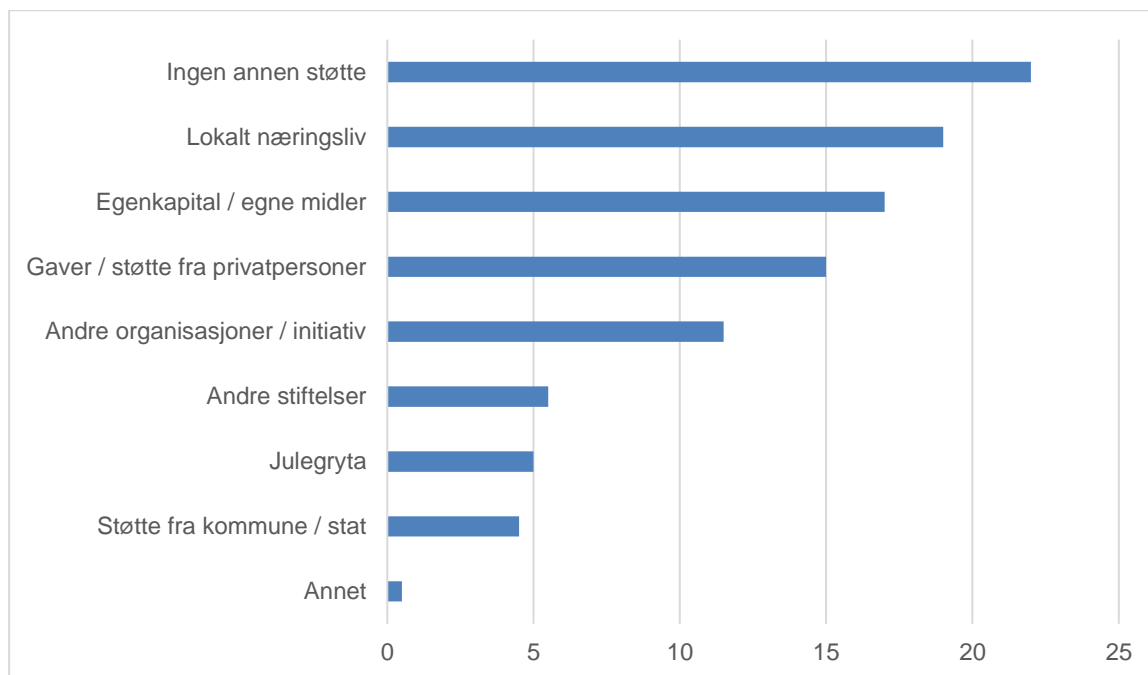
Samarbeidspartnerne kan også indentifisere og videreformidle målgruppens behov til organisasjonene. Det kan være konkrete gaveønsker, som ulltøy og vintersko, til mer overordnede hjelpebehov og utvikling i målgruppen, som ensomhet, arbeidsledighet, økonomiske utfordringer og manglende nettverk.

Noen av samarbeidene med kommunens hjelpeapparat er godt forankret og etablerte og knytter seg noen steder til kommunens arbeid for målgruppen gjennom tverrsektorielle samarbeid og «samtidige tjenester», som også inkluderer frivillige organisasjoner. Andre samarbeid mellom organisasjoner på lokalt nivå og lokale aktører bærer preg av å være midlertidige og sporadiske. For en del lokalforeninger og lokale virksomheter er det snakk om mindre og uformelle samarbeid, som ikke er skriftliggjort i samarbeidsavtaler med offentlige myndigheter eller andre aktører. Noen lokale virksomheter opplever å være en kjent aktør og å ha «god nok» kontakt med familier og personer i målgruppen og bruker ikke mye tid på å skaffe seg samarbeidspartnere.

Det er jo veldig in å samarbeide med andre, mer enn det vi gjør nå. Men, ja. Vi klarer oss selv, egentlig. Vi kan jo ikke bare samarbeide mer bare for samarbeidets skyld (frivillig aktivitetsleder).

Andre samarbeidspartnere har kommersiell funksjon og bidrar med sponsing eller finansiering av for eksempel arrangementer eller produkter. Samarbeid med andre aktører, kan videre handle om lån av lokaler, transport, gaver i form av varer (for eksempel matprodukter, klær) eller andre støtteordninger. På spørsmål om hvilke andre finansieringskilder enn Gjensidigestiftelsen organisasjonene har for julearrangementer, svarer 22 prosent at de ikke mottar noe annen støtte enn den fra Gjensidigestiftelsen.

Figur 4-15: Hvilke andre finansieringskilder enn Gjensidigestiftelsen har din organisasjon for julearrangementer? Alle organisasjonene. Prosent



19 prosent av de lokale virksomhetene og foreningene rapporterer om at de samarbeider med lokalt næringsliv, slik som hoteller, sportsbutikker og matvarebutikker. I intervjuene forteller en del om avtaler med aktører som teatre, kinoer og kulturhus, som tilbyr ulike rabattordninger slik at organisasjonene skal ha mulighet til å ta med seg større grupper på forestillinger. Et eksempel er en lokalforening som benytter «Bli med-billetten» ved Oslo Nye. Ordningen gir lag og foreninger mulighet til å kjøpe billetter til 50 kroner per stykk og gjør det mulig for lokalforeningen å ta med seg store grupper med foreldre og barn på teaterforestillinger og gi teateropplevelser til jul. Samarbeidene kan være etablert for ordinære aktivitetstilbud som skjer gjennom året i hverdag og ferier, eller være nye samarbeid opprettet spesifikt for Juleaksjonen.

17 prosent av virksomhetene bruker dessuten egenkapital eller egne midler til julearrangementer. Til sammen er lokalt næringsliv, egne midler og støtte eller gaver fra privatpersoner og andre organisasjoner eller initiativ (for eksempel strikkeforeninger, fritidslag o.l.) de viktigste finansieringskildene i juletiden, i tillegg til Gjensidigestiftelsens støtte.

4.8 Juleaksjonens aktivitetstilbud

I spørreundersøkelsen spurte vi ansatte og frivillige «Hvilke tiltak har dere arrangert i år?». Vi hadde oppgitt en rekke ulike alternativer som de kunne krysse av for. Svarene er gjengitt i Tabell 4-1. Det var mulig å krysse for flere alternativer. I gjennomsnitt satte informantene litt over fire kryss.

I tabellen er tiltakene rangert fra mest til minst vanlig. Det store flertallet av tiltakene (86 prosent) inkluderer gaveutdeling. Det er en del variasjon mellom organisasjonene. Noe av denne variasjonen (for eksempel mellom Krisesentrene og Home-Start) kan ha sammenheng med rammebetingelsene for arbeidet, det vil si hvordan de arbeider med målgruppen), mens andre variasjoner kan skyldes andre forhold. Svarene tyder på at mens

Tabell 4-1: «Hvilke tiltak har dere arrangert i år?». Prosentandel av lokalt ansatte og frivillige som har oppgitt ulike typer tiltak. Mulig med flere svar.

	Frelsesarmeen	Røde Kors	Kirkens bymisjon	Blå Kors	Krisesentersekretariatet	Home-Start	I alt
Gaveutdeling	71 %	85 %	91 %	85 %	100 %	60 %	86 %
Gavekort	95 %	60 %	73 %	55 %	88 %	80 %	72 %
Julesamling (juletreffest, julebord, grøttest, julaftenfeiring)	10 %	43 %	59 %	70 %	77 %	20 %	50 %
Forestilling, teater, konsert, kino, museum	24 %	34 %	36 %	55 %	62 %	60 %	42 %
Juleverksted, bakedag o.l.	24 %	32 %	41 %	40 %	77 %	20 %	41 %
Matkasse, matposer	48 %	36 %	41 %	40 %	31 %	20 %	38 %
Opplevelsessenter o.l. (lekeland, badeland, trampolinepark, besøksgård)	14 %	17 %	32 %	35 %	42 %	20 %	26 %
Utendørsaktivitet (akedag, kanefart, tur)	0 %	23 %	23 %	30 %	50 %	20 %	26 %
Transportstøtte	5 %	9 %	18 %	25 %	31 %	0 %	16 %
Annet	24 %	9 %	23 %	15 %	15 %	0 %	15 %

ett av ti tiltak hos Kirkens Bymisjon ikke inkluderer gaveutdeling, er dette tre ganger så vanlig i tiltakene hos Frelsesarmeen. På den andre siden bruker Frelsesarmeen gavekort hyppigere enn noen andre. Det er også store forskjeller mellom organisasjonene i andelen av tiltakene som inkluderer arrangementer. Arrangementer (både forestilling, Opplevelsessenter, juleverksted og utendørsarrangementer).

Det er krisesentrene som bruker arrangementer mest, noe som trolig kan forklares med at sikkerhetshensyn kan forhindre at barn på krisesentre kan delta på åpne arrangementer.

4.9 Inntrykk fra observasjonene

I løpet av desember deltok vi ved ni ulike aktiviteter og initiativer i de seks organisasjonene (se «vedlegg: Observasjoner» for beskrivelser av disse). Vi gjorde et utvalg av aktiviteter med hensyn til variasjon i aktivitetene, størrelse på by/ sted og antall deltakende barn. På grunn av koronapandemien og antallsrestriksjoner i smittevernstiltak, ble enkelte av arrangementene vi hadde avtalt å delta på avlyst. Noen arrangementer ble gjennomført, men kunne ikke prioritere eksterne deltakere. Noen tiltak ønsket ikke besøk, på bakgrunn av sensitive forhold knyttet til målgruppen, og vi kunne ikke delta uavhengig av pandemi. Vi fikk i disse tilfellene likevel gjennomført intervjuer med lokalt ansatte tilknyttet Juleaksjonsaktivitet, som beskrev gjennomføringen av aktivitet.

Vi gjorde observasjoner ved aktivitetstilbud i Drammen, Sandefjord, Moss, Hønefoss, Kongsvinger og Tønsberg samt ved fire bydeler i Oslo. Vi observerte gaveutdelinger, juletreffester, utendørs tilpassede arrangementer, juleverksted og kinobesøk. Ved noen besøk fikk vi kun observere distansert, uten å involvere oss med deltakerne, mens i andre aktiviteter kunne vi delta selv, snakke fritt med barn og foresatte og stille spørsmål der det passet.

Oppsummert er inntrykkene fra observasjonene at Juleaksjonen i stor grad gjennomføres i tråd med intensjonen om å tilby fellesskap og juleopplevelser. Aktivitetstilbudene som fremstår som mest vellykket, er de der det er etablert en tillit mellom barn og ansatte/frivillige som arrangerer, hvor både barn og foreldre ser ut til å oppleve å være velkomne og «hjemme» i et fellesskap av bekjente.

I flere av aktivitetene ser det ut til at arrangørene lykkes med å legge til rette for Juleaksjonens intensjon om mestring, fellesskap, omsorg, glede og «en helt vanlig jul». Barna er i sentrum for aktiviteten, de får rom til å prøve seg i nye aktiviteter, der det er kort vei til hjelp og støtte. De får svar og forklaringer på det de lurer på, får skryt, viser stolthet og engasjement. De ser ut som de er fornøyde, de kommer og viser frem ting, de beveger seg fritt og aktivitetene ser ut til å fungere både for barn som er stille, og for de som snakker mer. I aktiviteter som fremstår som gode, virker ikke barna urolige og de ser ikke ut som de kjeder seg. Aktivitetene gir familiene tid sammen og opplevelser som er enkle å delta i, som ser ut til å fenge både barn og foreldre.

En utfordring som er gjennomgående, er lavt oppmøte i målgruppen. Organisasjonene er vant til problemstillingen, og vet at de må regne med at flere av de påmeldte ikke vil dukke opp, selv om arrangørene gjør det de kan for å tilby lavterskel, tilgjengelige aktivitetstilbud, og arbeider grundig med kommunikasjon, tilrettelegging og påminnelser i forkant.

Organisasjonenes lokale virksomheter evner tilsynelatende i varierende grad å «treffe» barna med sitt aktivitetstilbud. I noen settinger, oppfører barna seg svært avslappet og fritt,

mens de i andre settinger blir passive tilskuere og er mindre engasjert i det de tas med på. Særlig fremstår gaveutdelinger som mindre egnede for barn å delta på.

I noen aktiviteter er det enkelte forhold som fremstår som uheldige. For eksempel virker lite egnet beverning for barn negativt, køsystemer og mye venting kan virke utrivelig, og å benytte barns språkkompetanse i situasjoner der det er behov for tolking er ikke heldig. Det kan også være uheldig å oppsøke offentlige arenaer, der Juleaksjonen-gruppen opptrer som annerledes enn, eller adskilt fra, deltakere/ publikum for øvrig. Juleaksjonens midler bør antakelig heller ikke gå til å supplere aktivitetstilbud for voksne, der barn også «kan» delta.

4.10 Oppsummering av organisasjonene virksomhet

Juleaksjonens seks utvalgte organisasjoner er svært takknemlige for midlene i Gjensidigestiftelsens Juleaksjon og beskriver midlene som avgjørende for innsatsen de får til i julen. Ordningen er unik i at den løfter frem en personlig oppmerksomhet til enkelte barn i forbindelse med julehøytiden. Dette er noe organisasjonene ikke har midler til ellers. Dette er også noe organisasjonene ikke har verktøy, kriterier og rutiner for, og en del peker på at utvelgelsen av barn og familier med «mest behov» kan oppleves som forskjellsbehandling og være krevende for frivillige og ansatte.

Den enkle formen på Juleaksjonen skal legge opp til minst mulig tidsbruk på søknad og rapportering slik at tid kan brukes på gjennomføring av aktivitet. Av de seks organisasjonene, er det kun Røde Kors som har frivilligdrevne lokalforeninger som selv søker og gjennomfører Juleaksjonen. Hos de andre organisasjonene, er det ansatte tilretteleggere som står for søknad og rapportering, samt mye av den praktiske gjennomføringen av juleaksjonens tiltak. I Kirkens bymisjon, Blå Kors, Frelsesarmeen og Home-Start, er det likevel betydelige bidrag fra frivillige tilknyttet den lokale virksomheten som har fått midler til aktivitet gjennom Juleaksjonen.

Gjensidigestiftelsens kontaktpersoner er alle tilknyttet sentralt nivå i de seks organisasjonene, og i Røde Kors, Kirkens bymisjon og Blå Kors, er kontaktpersonene ansatt på avdelinger for økonomi og inntekt og har slik sett ikke stor kjennskap til organisasjonenes arbeid når det gjelder aktivitetstilbud for barn, oppvekstaktivitet, lavinntektsproblematikk, frivilligkontakt og Juleaksjonens virkninger for målgruppen. Kontaktpersonene samarbeider imidlertid med kollegaer som er noe nærmere disse ansvarsområdene.

En del lokale ansatte og frivillige uttrykker at de er fornøyde med ordningen slik den er i dag. Mange ansatte på lokalt og sentralt nivå ønsker imidlertid tidligere bekreftelse og tildeling av midlene. Et forslag som kom fra flere, var å innrette ordningen slik at den sentrale søknaden som går fra hovedkontor til Gjensidigestiftelsen, bygger på lokale virksomheters søknader, som sendes til sentralt ledd *i forkant*. Slik mener organisasjonene at de vil kunne planlegge bedre og nå flere. Røde Kors testet lokale søknader før bekreftelsen fra Gjensidigestiftelsen kom, med positive erfaringer.

Samtlige organisasjonene melder om økte humanitære behov blant barn og unge de er i kontakt med og deres familier. De presiserer imidlertid at selv om behovene syns mest i julen, er de like sterke ellers i året også.

5 Juleaksjonen - tiltakene og deltagelsen

Dette kapitlet er strukturert etter problemstillingene i oppdragsbeskrivelsen. Kapitlet bygger på intervjuene, spørreundersøkelsen og observasjon av tiltak/arrangementer. På mange områder uttaler organisasjonene seg nokså likt. I tilfeller der organisasjonene har uttrykt særegne holdninger, presiserer vi hvilken organisasjon det gjelder.

5.1 Motivasjon for deltakelse

Motivasjon for deltakelse i Juleaksjonen, oppfatninger av Juleaksjonen og virkningene av Juleaksjonen henger på mange måter sammen og kan være utfordrende å skille fra hverandre.

Alle organisasjonene melder at Juleaksjonen er blitt noe som etterspørres av frivillige, ansatte og barnefamilier. Det er mange grunner til at aksjonen er populær blant aktørene som er involvert.

Motivasjon blant barn, unge og barnefamilier

Målgruppen for Juleaksjonen kan beskrives både som barn og unge som lever i familier med lavinntektsutfordringer og som barnefamilier og foreldrene i disse familiene. Barna som deltar i aktivitet i Juleaksjonen, har i liten grad noen bevissthet om at de deltar i et tiltak som skal avhjelpe familiens situasjon og beskriver ikke en egen motivasjon for deltakelse. På bakgrunn av samtaler og observasjon, kan vi likevel regne med at når barna deltar i Juleaksjonens aktiviteter, opplever de fellesskapsopplevelser, mestring, glede og opplevelser som ligner det andre jevnaldrende barn deltar i. Motivasjonen kan vi regne med at handler om å få delta i fellesskap, få noe ekstra, og at det å bli sett og gjort stas på av andre er motiverende og oppleves godt.

Jeg tror de [barna] bare gjør det fordi de syns det er gøy, tror ikke de tenker mer over det – det virker ikke som de får disse mulighetene ellers (frivillig lokal virksomhet).

En ansatt leder ved et kritesenter, knytter motivasjonen til betydningen av at det blir gjort noe som oppleves som «litt ekstra» for beboerne.

De setter pris på å bli gjort stas på. For eksempel at vi bestiller pizza når vi gjør en aktivitet – det er mange som aldri har bestilt en ferdigpizza noen gang, det kan virke enkelt, men betyr veldig mye (ansatt leder kritesenter).

Deltakelse i aktivitetene i Juleaksjonen knyttes til opplevelsen av livsglede:

Det gir en livsglede til de barna som ikke har all verdens livsglede. Det er noe med å komme tilbake på skolen å si at «jeg var med på dette». Å føle seg inkludert, gjør noe med livsgleden, og så går de kanskje «opp ett trinn», som igjen gjør at de tør å gjøre enda mer (ansatt leder kritesenter).

Motivasjonen for familiene og foreldrene handler om å benytte seg av anledninger til å oppleve noe sammen som familier og til å oppleve noe sammen med andre barnefamilier. Mange familier opplever behov for noe å gjøre i dagene før julen, i julen, og i romjulen. Gjennom Juleaksjonen får barnefamiliene tilbud om å få gaver og mat og aktiviteter som er tilpasset og tilrettelagt for dem av personer som kjenner dem og deres behov. En ansatt

ved et mottak, beskriver betydningen av gavekortene til ulike opplevelsessentre, de mottar fra Røde Kors, gjennom Juleaksjonen:

Det er et kjempetilskudd til hverdagen. Vi fikk brukt dem [gavekortene] så fort det åpna. For barn og unge her, så er det prioritet nummer én å få kommet ut og få opplevelser som andre barn (ansatt asylmottak).

Ansatte og frivillige beskriver at målgruppens motivasjon til deltakelse også handler om behovet for økonomisk hjelp til å feire jul og å få julegaver. Foreldre får muligheten til å handle inn matvarer eller andre produkter og å kunne velge selv hva de vil gi barna, enten på en julegaveutdeling eller med bruk av et gavekort, utfra egen kunnskap om hva de barna trenger eller ønsker seg. En samarbeidspartner og flere frivillige peker også på at for dem som ikke feirer jul, kan motivasjonen handle om muligheten til å få noe de har behov for gratis. En del ansatte og frivillige gjengir foreldrenes takknemlighet og at den økonomiske hjelpen, i form av gavekort eller matkasser, bidrar til å redusere stress og press knyttet til julehøytiden for mange foreldre.

Foreldrene får en følelse av at «nå er jula redda», og kan gå letta inn i juletiden (frivillig lokal virksomhet).

Motivasjon blant de frivillige

De frivillige beskriver at motivasjonen de opplever knyttet til å delta i Juleaksjonen, handler om flere ting. Det viktigste fremstår som muligheten til å tilby et aktivitetstilbud i tråd med det de frivillige ønsker å få til for målgruppene. De frivillige kjenner barna og familiene i målgruppen og kjenner til behovene de har. Ofte har de en del ressurser å spille på, i form av tilgjengelige lokaler, biler og frivillige krefter. Når en ekstern aktør ønsker å støtte arbeidet for målgruppen de allerede arbeider for, oppleves det motiverende. De frivillige forteller om følelsen av å kunne gjøre noe betydningsfullt, spesielt i julen, som beskrives som en utfordrende høytid av mange.

Alle aktiviteter vi får til, syns de frivillige er fantastiske. Jo mer vi får til, jo mer blir medlemmer og de frivillige gira. Det har stor betydning for oss (frivillig aktivitetsleder).

...

Vi får alltid bra tilbakemelding fra de frivillige på disse aktivitetene, det er populært å bidra, særlig når man kan gi noe spesielt og ekstra, som med Juleaksjonen. Det gir ekstra motivasjon for de frivillige (frivillig aktivitetsleder).

Ansatte beskriver at de kan nå mange med midlene og at det også er med på å øke motivasjonen for mange frivillige. Uten midlene ville de ikke hatt mulighet til å nå så mange med aktiviteter for barn og unge, beskriver en ansatt på sentralt nivå i en organisasjon.

Gjensidigestiftelsens midler kommer som noe ekstra, i tillegg til det vi ellers driver med, og midlene vi har. Juleaksjonen er viktig for distriktene, og har generelt mye å si for å få til en ordentlig julefeiring for barn i lavinntektsfamilier. Vi jobber med mange målgrupper og det er mye vi gjør, så dersom vi ikke hadde hatt Gjensidigestiftelsen-midlene, ville julefeiringen for barn gått på bekostning av noe annet (ansatte sentralt).

En ansatt koordinator forteller at de frivillige familiekontaktene viser stort engasjement:

Det er kjempegøy, vi sto her og fordelte, fire frivillige pakket 110 poser til jul. Først var de ute på handletur og handlet for flere og tjue tusen, og så står de og pakker og skulle vært der i en og en halv time, men så blir det til fire timer i stedet. De må bare være, og bytter avtaler, og synes det er fint og ålreit. Å ta med seg julepose, å få gi bort gaver familiene ønsker seg, og å få være den som får lov til å levere til familiene, er stort. Å dele ut er fint, det vil de gjerne være med på, det er jo en grunn til at de er familiekontakter.

Midlene i Juleaksjonen bidrar til at organisasjonens frivillige opplever å kunne realisere noe av det de ønsker å kunne gi familiene. I tillegg til at midlene setter de frivillige i stand til å gjøre en forskjell for barn og familier i julen, beskriver flere også at aksjonen betyr mye for dem personlig.

De blir så glade, det er hyggelig å se. Det er veldig hyggelige arrangementer. Vi frivillige synes det er gøy å være med på, det er jo en god gjerning. Vi gir, men får masse tilbake. Jeg har vært frivillig i (organisasjon) i ti år, og jeg tenker på alle familiene jeg har vært i hver dag (frivillig i lokal virksomhet).

En frivillig beskriver opplevelsen han får i Juleaksjonen som viktig og noe han ville ønsket for flere.

Jeg skulle ønske at det var flere av oss vanlige mennesker som fikk et innblikk i det vi opplever i denne julegaveaksjonen. Du får et innblikk i noe som ligger rett rundt hjørnet for deg til vanlig, av og til så er det mange sterke opplevelser. Det merker du på måten det blir tatt imot på, hvilken takknemlighet de viser (...) (frivillig lokal virksomhet).

Motivasjon blant ansatte

De ansatte i organisasjonene gir svært like beskrivelser av motivasjonen de opplever for å delta i Juleaksjonen. Motivasjonen knytter seg til muligheten midlene representerer for å få til noe ekstra fint for målgruppen de arbeider med og for i det daglige. De ansatte er sentrale i Juleaksjonen i alle organisasjonene, som tilretteleggere for og i mange tilfeller også som operative i gjennomføringen av Juleaksjonen.

Motivasjonen er å kunne lindre, gjøre juletida bedre for ungene som er i målgruppa, og å bidra til at de får oppleve, som alle andre, julegaver, feiring hjemme, og at de gjør noe som er likt de andre, det er jo veldig viktig for barn og ungdom (ansatt lokal virksomhet).

En ansatt peker på at midlene gjør det mulig å «kompensere for akkurat det barnet», og gjør det mulig å gjøre det organisasjonen ønsker å få til. Flere ansatte beskriver at motivasjonen for å delta i Juleaksjonen kommer av at aksjonen gir mulighet til å hjelpe målgruppa og gjøre en forskjell. Motivasjonen for Juleaksjonen er stor, fordi grunntanken og hensikten med aksjonen i stor grad er sammenfallende med hensikten med organisasjonenes overordnede arbeid. Juleaktivitetene og bidragene til gaver, klær og reiser blir del av arbeidet.

Det genererer positivitet å ha felles opplevelser, for eksempel en tur. Det gjør Juleaksjonen mulig. Det gjør at de sårbare barna som har det dårlig, får en tøddel mer sjanse til et bedre liv, som de ellers ikke ville hatt, for det er det ikke penger til. Det gjør at de fatter litt håp. Aksjonen gir håp til sårbare (ansatt lokal virksomhet).

En leder ved en lokal virksomhet beskriver at det ikke er vanskelig å finne ansatte til å bidra i Juleaksjonen.

Og det blir satt pris på av oss ansatte også, for vi syns jo det er fint å ha muligheten til å gjøre noe ekstra. Det er ikke vanskelig å få noen til å være i den juleaksjonen-gruppa. For det er stas, det er gøy for oss også, vi er jo miljøterapeuter og går sammen med beboerne 24 timer i døgnet. Vi ser jo hvor mye glede det gir (ansatt krisesenter).

Motivasjon blant samarbeidspartnere og andre aktører

Flere samarbeidspartnere beskriver opplevelsen av Juleaksjonen som positiv. Ved en barneverntjeneste, beskriver en ansatt deres motivasjon for å bidra i Juleaksjonen med å formidle gaveønsker og å informere barnefamilier i målgruppen om muligheten til å motta julegaver:

Vi syns det er ålreit å kunne gi noe, det er jo ikke ofte vi får mulighet til det. Så det er stor oppslutning om det her. Det er ikke mye merarbeid for oss heller, vi har uansett kontakt med familiene ofte, så det blir liksom bare å spørre dem om det i tillegg (ansatt barneverntjeneste).

En samarbeidspartner beskriver også motivasjonen med bakgrunn i erfaringer fra egen oppvekst:

Jeg kommer selv fra et lavinntektshjem med eneforsørger, og det var mye jeg ikke fikk være med på fordi moren min ikke hadde råd. Jeg bor i dette nabolaget, barna mine har vokst opp her, og mine barn opplevde at mange barn fra andre kulturer ikke hadde noen form for julefeiring, og ikke fikk være med på det samme som de selv fikk være med på (samarbeidspartner).

Flere frivillige forteller at Juleaksjonen også får en betydning for «vanlige borgere», som er med og bidrar med innkjøp av gaver til gaveutdeling. Mange forteller at de har brukt anledningen til å snakke med egne barn om forskjeller i samfunnet, og gjøre barna bevisste på egne privilegier.

Vi har det så godt de fleste av oss. Jeg tror mange føler at det er bra å kunne gjøre noe for andre. Noen tar med barna, og får en god samtale rundt det å finne et gaveønske og kjøpe en gave til noen som trenger det. De får en samtale rundt forskjeller når de kjøper gaven (frivillig lokal virksomhet).

Aksjonen gir også muligheter for utvikling og samarbeid, gjerne med næringslivsaktører. En lokal virksomhet beskriver initiativer de har tatt overfor en lokal besøksgård. En organisasjon forteller om samarbeid med næringslivsaktør og lokalt torg i bydelen.

Det er veldig spennende med næringslivet. Da [telefonselskap] skifte navn, så fikk vi masse termoser, ullklær, nett og så videre med den gamle logoen på. Så da hektet vi det på Juleaksjonen-arrangementet. Vi har også samarbeid med [lokalt torg], der var det et juletre der barn kunne henge opp ønsker. Jeg har inntrykk av at det er gøy for næringslivet å henge seg på.

5.2 Oppfatninger av Juleaksjonen

I organisasjonene

Gjensidigestiftelsen har ønsket å vite mer om hvordan Juleaksjonen oppfattes blant aktørene som er involvert i Juleaksjonen. Aktørene i Juleaksjonen beskriver at de opplever Juleaksjonen som fleksibel, raus og at det er god dialog om ordningen med Gjensidigestiftelsen. På sentralt nivå i organisasjonene melder alle om svært godt samarbeid med stiftelsen, enkel og imøtekommende dialog, der nye behov og ønsker om justeringer blir lyttet til og der det er lydhørhet for organisasjonenes kompetanse og kunnskap om målgruppen. På spørsmål om oppfatninger om Juleaksjonen er tilbakemeldingene fra organisasjonene svært like og kan sammenfattes rundt noen felles punkter.

Fleksibel ordning

Ordningens fleksibilitet trekkes frem som svært positiv fra samtlige organisasjoner.

Jeg har stor respekt for Gjensidigestiftelsen, de har vært med på å finansiere mye bra. Om vi får innmeldt spesielle behov, har vi innlemmet det i vårt arbeid og fått det til. Vi er glade for at de er åpne for fleksibilitet og åpen dialog, de er tilgjengelige. Det er ikke alle stiftelser som er det (ansatt lokal virksomhet)

Jeg har ikke noe å si på hvordan den er rigget utlysningsmessig (ansatt lokal virksomhet).

Juleaksjonen beskrives av flere som «en slags dugnad» og en frivillig forteller at

«Juleaksjon-midlene gjør at vi kan sette inn et støt».

Juleaksjonens fleksibilitet beskrives også som avgjørende for at den passer for ulike lokale virksomheter av ulik størrelse, men ulike ressurser på ulike steder, der enhetene jobber ulikt og har ulike samarbeidspartnere.

Forventninger og etterspørsel

Alle organisasjonene forteller om etterspørsel og forventning til «om det blir Juleaksjonen i år», mens de venter på den årlige bekreftelsen fra Gjensidigestiftelsen. Spørsmålene kommer fra både frivillige og ansatte på lokalt og sentralt nivå i organisasjonene. På lokalt nivå kommer også henvendelser fra personer i målgruppen som tidligere har deltatt, om det blir Juleaksjonen eller tilsvarende arrangementer og hjelp til jul, slik det har vært tidligere år. Sentralt ansatte opplever at «i desember mobiliserer organisasjonen». De ser at mange frivillige og ansatte har forventninger og ønsker å få til mye, og at det er lokalt eierskap til aksjonen.

Man vil komme i gang og mange lurer på når midlene kommer. Vi hører tilbakemeldinger om at det er en hektisk måned med masse aktivitet, og fullt trøkk (ansatt sentralt).

Hvis vi er sent ute med utlysning, begynner det å komme mailer. Skal det være juleaksjonen i år? Kan vi søke midler? (ansatt sentralt)

Flere frivillige som bidrar i Juleaksjonen, trekker frem at Juleaksjonen er arbeidskrevende, men oppleves meningsfull.

Jeg synes det er veldig flott, det er jo fem dager rett før jul som går med til dette, og det er lange dager og strevsomt, men det er veldig verdt det, og hjemme – kona mi og – det er liksom full aksept for at jeg ikke er til stede den uka før jul.

En frivillig beskriver imidlertid at Juleaksjonen også byr på sterke opplevelser som kan være krevende å stå i for en del, også for de ansatte.

Men så er det noen som jobber i [organisasjon] som ikke vil være med fordi det kan være litt tøft. Det er noen av de ansatte som er med her, leder og flere, men det er noen som ikke vil være med, for de føler det er litt tøft, det er ikke alle som takler det, du møter jo mye – du får det tett innpå deg. Det er jo begrenset hva vi kan tilby, vi må jo fordele. Vi skulle jo gjerne gitt bort alt til alle (frivillig lokal virksomhet).

Behov

Ansatte sentralt beskriver et økende behov for hjelp blant familier de er i kontakt med. Behovet blir generelt bare større og større. Mange av sentrene har enda flere søkere i år. Det er et mye større behov. Det er flere avdelinger, men også flere per avdeling. Det har blitt flere som er fattige.

En del barnefamilier sliter. Ikke bare er det strømpriser, men på grunn av pandemien er det også en del som har mistet en deltidsjobb, hvis de bare har hatt vikariater, får de ikke sykepenger, så det er et etterslep av pandemien. Det er også mer behov for utstyr, betaling av kontingent og til klasseturer, behov for å dekke utgifter eller utstyr i det daglige. Det har økt og jeg tror ikke det blir mindre. (frivillig lokalt korps)

I en lokal enhet forteller en frivillig at de har kommet i kontakt med en del nye familier dette året.

Vi har hatt mulighet til å sette oss med dem og sett på behovene. Hvordan er førjulstiden for dere?

En korpsleder oppgir at midlene er «veldig kjærkomne» og at de som mottar gaver og hjelp er takknemlige og blir glade. Vi får ofte meldinger fra foreldrene om at barna har blitt glade. Han forteller videre om en jente ved en videregående skole:

«hun gråt fordi hun fikk kjøpt seg nye klær». Sosiallærerne på [de to videregående skolene i byen], har heist rødt flagg lenge. De ser ungdommer som går i slitte klær, ikke fordi det er kult, men fordi de har ikke annet. Vi vet at de ungdommene som får noe føler seg privilegert. (korpsleder ved lokal enhet)

Målgruppens oppfatninger

Målgruppens oppfatning av Juleaksjonen kommer frem gjennom de frivilliges samtaler med barna som deltar, og gjennom det foreldre forteller at barna sier, og det de selv observerer. En frivillig beskriver sin oppfatning av hvordan juleaksjonen oppfattes for målgruppen:

De ville jo ikke gå herfra da de skulle gå på grunn av de hadde sin pulje på grunn av korona. Vi har noen som kommer tilbake selv om de har flyttet fra bydelen. For de har sin familie her, det er oss. Barna blir kjempeglade, de løper rundt og leker og prater både med oss og andre. Det er viktig å ha flere trygge voksenpersoner.

I en lokalforening er teateropplevelser for barnefamilier del av Juleaksjonens aktivitetstilbud. Den frivillige aktivitetslederen som arrangerer tilbudet forteller:

Det er helt fantastisk. Det er noe de færreste gjør. Mange forteller at det er første gang. De får noe gjennom den kulturelle skolesekken på skolen, men det er nok ikke sammenlignbart med å ta de med på en ordinær forestilling på de flotte teatrene som vi har. Så det er utrolig fint å kunne gjøre. Og det er en fantastisk flott opplevelse for de som er med (frivillig).

En del av aktørene i Juleaksjonen kjenner imidlertid ikke til at aktivitetene de er med på går inn under et initiativ som kalles Juleaksjonen og at det finansieres av Gjensidigestiftelsen. Det gjelder hovedsakelig barna og mange av barnefamiliene, men også en del ansatte og frivillige som ikke forholder seg til administrative prosesser i organisasjonene.

De får det de savner. Litt av vårt oppdrag er at man skal ikke føle seg annerledes. Man skal ikke føle skam. Vi er mer opptatt av at de skal få det de trenger, enn at «denne hjelpen kommer fra Gjensidigestiftelsen». Det gjelder alt vi driver med. Det er kommunisert til de utafør brukergruppa, i rapporter og sånn (ansatt lokal virksomhet).

Ved et krisesenter, forteller de ansatte at de får mange tilbakemeldinger om Juleaksjonen, og at særlig de ansatte hovedkontaktene er veldig takknemlige. Mødrene og barna tenker at aktivitetene er i regi av krisesentrene, og har ikke et forhold til at aktivitetene er finansiert av utenforstående aktører, beskriver en leder. En ansatt gjengir barnas kommentarer om at «det er så fint å være her» og «det er den beste julen jeg noen gang har hatt, kan vi komme neste år?»

De får litt pauser og at det skjer noen aktiviteter som gjør at man slipper å tenke og gå og gruble og bekymre seg mye, for det er det mange som gjør. Også for barna, selv om barna er flinkere til å gå inn og ut av lek, og gi seg selv mer pauser enn voksne. Så det er ordentlig stor stas (ansatt krisesenter).

En annen lokalforening har i flere år arrangert en lokal «Julegaveaksjon» med støtte fra Juleaksjonen. Aktivitetslederen forteller at Juleaksjonen får mye skryt fra borgerne og mange gode tilbakemeldinger.

Det er selvfølgelig alltid noen som er kritiske og lurer på hvorfor de [barna] skal ønske seg dyre ting, som vinterjakke. Men det at vi kommer i mål, viser at det er mange som vil hjelpe barna. Mange barn er med på å hente gaver, noen er veldig høflige og takker, og lyser opp fordi de får en ting. Andre tar det som en selvfølge. Men vi får tilbakemeldinger med takk i etterkant (frivillig aktivitetsleder).

5.3 Virkninger av Juleaksjonen

Juleaksjonen består av små og store aktiviteter, arrangementer og initiativ som har en verdi i seg selv for dem som deltar og mottar bidrag. I tillegg har Juleaksjonen en rekke virkninger utover deltakelsen i aktivitetene som arrangeres, både for personene i målgruppen og for organisasjonene. Juleaksjonen ser ut til å forsterke effektene av andre aktiviteter i organisasjonene. Virkningene knytter seg både til at tilskuddet fra Gjensidigestiftelsen kommer som noe ekstra utover organisasjonens ordinære tilbud, at det oppleves å «monne» og kan utgjøre en forskjell, og at de foregår i tilknytning til julehøytiden, som er en ekstra sårbar tid for opplevde forskjeller.

Virksomheter for deltakerne i Juleaksjonen

Representanter for alle organisasjonene beskriver at aktivitetene, gavene og opplevelsene i Juleaksjonen skal gi barna noe å fortelle om. I møte med andre jevnaldrende i barnehage, på skolen eller på fritiden, skal barn og ungdom oppleve at de, som andre også har fått noe og gjort noe utenom det hverdagslige i løpet av julen.

Når barna snakker om «hva skal du i ferien?», så er det en del som bare klapper igjen og ikke forteller hva de skal, for de skal ikke så mye (frivillig lokal virksomhet).

Et av barna som fikk godtepose på døra før jul, fortalte om det på skolen, han synes det var veldig stas. Det var det jo ingen av kompisene hans som hadde fått, og det var stort for ham, at han hadde fått noe ekstra (frivillig lokal virksomhet)

Ved et krisesenter forteller en ansatt at barna som deltar, skal få fine opplevelser de kan fortelle om på skolen og i barnehagen, i stedet for å måtte holde ting hemmelig. Intensjonen med aktivitetene er blant annet å gi barna gode opplevelser sammen med mor, fordi det har vært så mange skumle opplevelser sammen. Gode opplevelser er også ledd i arbeidet med å etablere trygghet mellom mor og barn, etter utrygge opplevelser sammen, der barnet har vært redd og følt seg lite skjermet, forteller en ansatt.

Det er mye utrygghet og det kan også være det mellom mor og barn, så vi jobber med at barna skal bli trygge på mamma igjen (ansatt lokal virksomhet).

Videre nevner mange at Juleaksjonen introduserer familiene til aktiviteter og opplevelser de selv kan gjøre på egenhånd i ettertid. Aktivitetene skal gi positive erfaringer og mestring, som kan motivere til gjentakelse.

I flere organisasjon forteller ansatte at foreldre kan ha mange spørsmål og føle seg usikre i sosiale sammenhenger og at det kan være barrierer for å dra ut.

De vet ikke hvordan de andre ser ut [de andre som er på teater], om barn kan klare å sitte stille, hva du skal ha på deg. Foreldrene kan bekymre seg for at barna ikke kommer til å sitte rolig. De kan tenke at ungene må være begynt på skolen.

Når Home-Start-frivillige hjelper til, arrangerer, og viser hvor du skal gå og sitte, gir det en positiv erfaring, og en tanke om at «dette får jeg til selv». De erfarer hvordan man gjør, ringer og bestiller og kan gjøre det selv senere.

I møtet med andre familier og andre barn, er en ønsket virkning av organisasjonenes aktiviteter, blant annet Juleaksjonen, at personene i målgruppen skal få nye bekjentskaper, etablere relasjoner og finne nye venner. De ansatte og frivillige i en organisasjon beskriver at er bevisste på sammensetningene av barn og familier og legger en innsats i å gjøre grundige vurderinger knyttet til hvem de kobler sammen i aktivitet. Det kan gi effekter i form av utvidet nettverk og vennskap

Det å treffe andre er veldig viktig for dem. Noen av barna har funnet hverandre på de turene. Det gjelder særlig de større barna, de blir venner (ansatt lokal virksomhet).

En organisasjon peker på at dette imidlertid er vanskelig å fasilitere, og at det tar lang tid før personene som deltar i ulike aktiviteter får selvstendige relasjoner til hverandre. Tid sammen som familie, trekkes også frem som viktig virkning, og mange familier er

takknemlige for å kunne komme til tilrettelagte opplegg for barna der de kan ha gode opplevelser sammen og ikke bekymre seg for kostnader eller organisering.

Noen av de jobber mye eller får ikke så mye tid med barna, men på de lørdagene er vi sammen i 6-7 timer, og da får man bedre tid til å være med barna sine, blir bedre kjent og har minner for livet, for dette er jo aktiviteter man gjør, som man kan huske (frivillig lokal virksomhet).

En viktig virkning av deltakelse i aktiviteter, er at barna får positive erfaringer og relasjoner til trygge voksenpersoner, som de kan stole på. Erfaringene er viktige for sårbare barn og unge, som kan se etter voksne forbilder, noen å dele noe vanskelig med, eller trygg voksenkontakt fra en voksen som har tid og interesse. Frivillige og ansatte beskriver videre at aktivitetstilbudet i Juleaksjonen gir glede, mestring, gode minner, og et løft i form av et positivt og annerledes avbrekk fra hverdagen. Et asylmottak forteller om betydningen for barna som får delta i utflukter med Juleaksjonen. En samarbeidspartner for en organisasjon, beskriver at hun oppfattet at det var mye glede å spore blant barna som deltok i juleaktivitetene.

Det var mye glede og takknemlighet som jeg ikke oppfatter av vanlig publikum. Det var så barnlige barn. De synes det var veldig gøy. Noen ganger kan de andre som er her, være litt bortskjemte på opplevelser, og synes ikke det er så spesielt. Jeg ble glad og rørt av hele opplevelsen (samarbeidspartner).

Vi merker på barna når vi planlegger utflukter. Det fyller dagen og gir gode minner. Det betyr alt for disse barna. Mange venter på retur ut, og det er deilig å komme ut av mottaket. Vi har alltid mange barn trippende i resepsjonen en time før avreise. For gavekortene har vi brukt litt ekstra tid på utflukten. Vi har spist mat og sånne ting i tillegg, for å være lengst mulig på tur (ansatt mottak).

Følelsen av normalitet kan for en del barn være et lyspunkt å tenke tilbake på. Gjennom deltakelse i aktiviteter som også er tilgjengelige for andre jevnaldrende, kan aktivitetene i Juleaksjonen bidra til å utjevne forskjeller, gjennom å gi erfaringsgrunnlag, referanser og utvide perspektiver og barn og unges mulighetsrom. Deltakelse i organisasjoners møteplasser gir barn og unge andre fellesskap enn de de har på skolen, og kan fungere som arenaer for integrering og inkludering i «det norske».

Veldig positivt, skikkelig positivt, vi ser at barna som mottar gaver har et behov, de får lov å være integrert i det som handler om jul. Mange har familier som ikke feirer jul og ikke får gaver, men blir en del av det norske fordi du fikk julegave, de kan fortelle i barnehage og skole, fortelle at du fikk gave. Jeg har bare fått positive tilbakemeldinger (lokal samarbeidspartner).

Virkningene er både kortsiktige og langsiktige. Barna får delta i en sosial og positiv opplevelse utenom det vanlige. Samtidig blir hendelsen en del av minnene og opplevelsen av å komme til Norge:

Man husker godt hvordan man ble tatt imot i den første perioden hvor man er i Norge. Alle de tre mottakene er et av de første man kommer til i Norge. Det er min opplevelse, at det er kjempeviktig (ansatt distriktskontor).

Ved å bli invitert til aktivitet i Juleaksjonen, kan barn, ungdom og foreldre introduseres for arenaer de ikke kjente til, der de kan treffe og bli kjent med både likesinnede så vel som personer med ulik bakgrunn enn dem selv.

Vi kan informere dem om aktivitet, de kan se hvor det er, komme inn i aktivitet, se hva som skjer på oppslagstavle, vi forteller, for eksempel om kvinnegrupper for kvinner som ikke er i jobb, som har lave språklige ferdigheter, kan vi tilby kurs om helse, seksualitet, bank-ID og masse forskjellig som de har nytte av (ansatt ved lokal virksomhet).

For mange er tilknytningen til en frivillig organisasjon, første steg inn i en sosial sammenheng som minsker opplevelsen av annerledeshet, å ikke kunne eller å ikke ha. Opplevelsen av å bli møtt og akseptert, kan være viktig for å bryte isolasjon, skam og frykt og føre til økt samfunnsdeltakelse.

Når vi får den anledningen til å nå ut, så er det lettere for folk å komme til oss resten av året. Hvis de først har vært med på Juleaksjonen, så kan de bli med på andre ting i (organisasjon). Juleaksjonen bidrar dermed til mer samfunnsdeltakelse der de bor (ansatt sentralt)

Mange av familiene lever isolert, det kan det være mange grunner til, det kan være skam knyttet til det å ikke ha penger, og fordi man ikke har midler, blir man mer isolert. Dermed blir jul en inngangsport for å bli med på mye annet. For barn og ungdom som får gaver som klær, leker eller utstyr, er en virkning at de får noe av nytteverdi som kan vare. En ansatt beskriver at for de som har lite, kan Juleaksjonens bidrag oppleves som mye. Gavene de mottar kan i seg selv være virkningsfulle i hverdagen, ettersom barna får en del praktiske ting som kan brukes i skolehverdagen og vinterhverdagen. Mange familier opplever å få råd til et «skikkelig julemåltid», i hvert fall muligheten til å kjøpe inn til det, med gavekortet på matbutikk, beskriver en frivillig.

Juleaksjonen bidro for eksempel kanskje til én av de fem julegavene de får under juletreet. Eller at en familie kunne kjøpe gaver fordi de fikk mat fra oss. Barna kan komme og fortelle at de har vært på kino og teater, og vært sammen med andre. Det er ikke sikkert de har familie eller selskaper, men da har de opplevd at de har vært sammen med andre og at noen har vært glad for å se deg (frivillig lokal virksomhet)

I enkelte lokale virksomheter er det lagt opp til at barna selv kan kjøpe og gi gaver. Juleverksteder eller bakedager kan også bidra til at barna lager produkter de kan gi bort og får den viktige opplevelsen og muligheten til å også være den som gir. Noen peker også på muligheten til at målgruppen selv kan oppleve å bidra. En samarbeidspartner forteller om foreldre som har kunnet bidra til å gi en gave, fordi de selv mottar hjelp.

Ja, flere har vært stolte og tatt med barna og kjøpt gaver til andre igjen. De får intro-stønad, men det handler også om å delta og å gi. De kan ha dårlig økonomi og ønsker seg fire gaver til fire barn, så har de kanskje råd til å gi én gave selv (lokal samarbeidspartner).

Der er det flere av de store ungene som sier «Det verkstedet vi var på i fjor, kan vi være med på det i år også?» Da hadde de ting å gi bort til venninner, de laget risboller, pynt og marsipan. Det er ikke alle som baker hjemme, så det er stor stas å være med på. For hver familie som får noe, så har det en betydning (ansatt lokal virksomhet).

Flere frivillige nevner at en sentral virkning av midlene fra Juleaksjonen, er at familiene kan få en roligere juletid, som igjen vil føre til mindre konflikt i hjemmene.

Når krybba er tom, bites hestene. Det er ofte konflikter i et hjem som har knappe ressurser. Så det å kunne bidra til fred i hjemmet, kan ha virkninger som man ikke ser der og da, men som kan bidra til mindre konflikt, til ro. En far fortalte at det var så godt å kunne gå inn i jula med senkede skuldre (frivillig lokal enhet),

I et intervju blir en ansatt leder rørt til tårer når hun forteller om noen av reaksjonene og opplevelsenes betydning for noen av deltakerne.

Det gir glede. Mor og far blir glade, og for et menneske som i utgangspunktet ikke er så glad, så er det flott (ansatt lokal virksomhet).

Noen aktører nyanserer imidlertid oppfatningene om Juleaksjonens virkninger og vil ikke overdrive betydningen av enkelttiltakene.

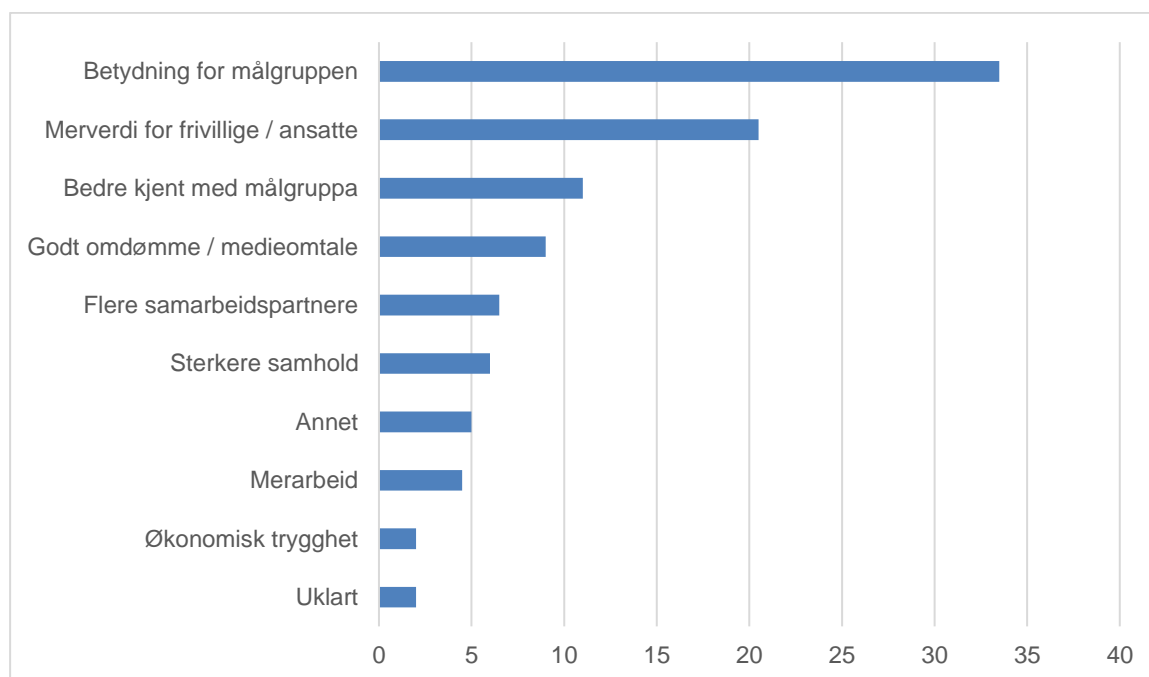
Barnefattigdom er komplekst. En juleaksjon kan ikke gjøre noen annet enn å skape litt lys noen timer. Og det er viktig, men det kan ikke endre så mye annet enn at man har noe å glede seg til (samarbeidspartner ungdomsinitiativ).

Det har nok ikke ringvirkninger, jeg tror ikke det. Summen av gode minner er jo positivt. Men det må nok være mer gjentakende for å ha dypere «impact». Man forstår mer av norsk juletradisjon, men tror ikke man skal vektlegge det for mye, det blir kanskje å dra det litt langt (samarbeidspartner besøksgård).

Virkninger for organisasjonene

Ansatte og frivillige peker på flere positive organisatoriske virkninger av Juleaksjonen. De ser økt motivasjon blant frivillige, samhold, eierskap, mobilisering og ambisjoner om å nå mange i målgruppen. Noen lokalforeninger forteller at engasjementet deres fremstilles i lokale medier, tilbudene i organisasjonen blir mer kjente, og frivillige mottar skryt og ros for sin innsats. Flere av organisasjonene nevner at Juleaksjonen betyr mye for målgruppen, og i spørreundersøkelsen svarer 33,5 prosent at dette i seg selv gir merverdi for dem. Videre svarer 20,5 prosent at det gir merverdi for de frivillige eller de ansatte.

Figur 5-1: Hvilke virkninger har Juleaksjonen for dere lokalt i organisasjonen? Prosent



For flere fungerer juleaktivitetene dessuten som rekrutteringsarena for de andre ordinære aktivitetene i organisasjonen. I spørreundersøkelsen oppgir nesten halvparten av respondentene at de rekrutterer flere inn i frivillig aktivitet gjennom Juleaksjonen. En av fire rapporterer at de rekrutterer flere brukere. Da fungerer gjerne Juleaksjonen som en informasjonskanal for andre aktiviteter som virksomhetene arrangerer gjennom året. 18 prosent oppgir at de rekrutterer flere frivillige, og 4 prosent spesifiserer ikke om de rekrutterer brukere eller frivillige. 23,5 prosent oppgir at de ikke rekrutterer noen gjennom Juleaksjonen. For 30 prosent er ikke dette spørsmålet aktuelt (det gjelder hovedsakelig Krisesentrene som vanligvis ikke benytter seg av frivillige) eller de svarer uklart.

Også i intervjuene trekker flere av organisasjonene frem at Juleaksjonen fører til at flere frivillige blir rekruttert til organisasjonen, og at Juleaksjonen-aktivitetene er veldig populære å være frivillig på. For eksempel forteller en frivillig i en lokalforening at foreldre som har vært med barna på Juleaksjonen, også har blitt frivillige selv i andre aktiviteter organisasjonen tilbyr. Noen trekker dessuten frem at de blir bedre kjent med foreldrene til barna i målgruppa, og at de får mulighet til å følge opp familier tettere, fordi familier som ikke har turt å ta kontakt tidligere, tar kontakt ved jul. Noen trekker også frem at Juleaksjonen gjør at de får tettere og bedre samarbeid med andre aktører.

En ansatt sentralt peker også på at midlene bidrar til at organisasjonen «bygger seg ut», gjennom at mange hører om feiringene som arrangeres og kjenner til tilbudene. Noen organisasjoner opplever videre at de ulike lokale virksomhetene blir mer sammenknyttet med nasjonalkontoret, gjennom dialog og samarbeid om aksjonen. Sentralt i organisasjonene, opplever flere at Juleaksjonen bidrar til at julen tematiseres i organisasjonen.

Det gjør at vi prater mer om utfordringene i jula. Det er juleaksjonen som trekkes fram i (organisasjon) i jula. Det er det som får dekning på Dagsrevyen og i media. Det betyr mye for de frivillige også. Det er en veldig attraktiv aktivitet for de frivillige å delta på. Mange av de frivillige ønsker å være til stede (ansatt sentralt).

Ved en lokal virksomhet opplever de at samarbeidet mellom instansene i byen som jobber med barn i lavinntekt, samarbeider godt i forbindelse med aksjonen og har god dialog seg imellom resten av året. Flere beskriver at Juleaksjonen virker samlende og motiverende på ansatte i organisasjonen.

Den «boosten» det er å kunne samarbeide om å gi noe ekstra, det er kjempebra. Den forventningen er jo der, om at vi skal gjøre noe ekstra (ansatt sentralt).

For ansatte er Juleaksjonen samlende. De opplever samhold og skaper en «positiv fortelling om noe vi har fått til før jul (ansatt sentralt).

Virkninger for samarbeidspartnere

Enkelte samarbeidspartnere nevner virkninger de setter pris på i sine virksomheter. Ved et mottak beskriver en ansatt at virkningene av Juleaksjonen oppleves positivt for «hele mottaket», ikke bare for barna i målgruppen. For de ansatte der oppleves det positivt at eksterne aktører engasjerer seg i målgruppen.

Det påvirker positivt og er gøy at Juleaksjonen vil delta i det mottakene driver med, det er ikke så mange andre aktører som engasjerer seg i dem som bor på mottak. Det påvirker hele mottaket når man får ekstra utflukter. Det har mye å si for lange dager på mottak (ansatt ved mottak).

En samarbeidspartner ved en besøksgård opplevde at Juleaksjonen-besøket gjorde ansatte på gården oppmerksomme på en målgruppe de ikke tidligere var kjent med.

Vi fikk nye erfaringer med brukergruppe vi ikke ante noe om. Vi ble obs på noe vi ikke har vært eksponert for før (samarbeidspartner).

De forteller at de opplevde det som motiverende å spennende å samarbeide med Blå Kors, og at de kan ønske å jobbe mer for målgruppen.

I en by er et hotell samarbeidspartner og bidrar med julegaveinnsamling og holder julebord for barn og ungdom. Hotelldirektøren beskriver virkningene hun ser blant sine ansatte:

For folka mine, den gleden de ser i barna som kommer inn, som kanskje har pynta seg, som skal få spise, være på hotell for første gang, setter sterkest inntrykk på folka mine, gleden barna viser, og å se gavehaugen som blir større og større. Vi har også samarbeid med barnehager. De samler inn gaver mens de snakker om forskjeller i samfunnet og om hvordan man har det. Så kommer de hit og leverer, og synger en sang for oss og så får de kakao og kaker. Det er der vi ser at det treffer, det er de tinga som gir mest. Ikke å lese om at hotellet ga så og så mange gaver til (organisasjon), men å se at det gjør noe med noen. Det er bra for folka våre og for gjester å se, de drar ut og handler og legger en gave under treet før de reise.

Renommémessig er det positivt å være i en bedrift som bidrar til at andre, gjennom (organisasjon) – som ser behovene og har de rette veiene for å nå frem til mottaker, vi kan stå her og fortelle til gjester at gavene skal gå til folk som ikke har råd. Vi kan fremstå som en lokal bedrift som bryr seg og kan bidra, det har effekt utover det for de som kjenner oss. Vi kan være flinkere til å promotere det og vise at vi har hjertet på rett sted (hotelldirektør, samarbeidspartner).

Juleaksjonens virkninger er mange og når bredt. Samtidig er virkningene ikke uløselig knyttet til Juleaksjonen, men er effekter av sosiale fellesskap, opplevelser og tiltak som arrangeres av organisasjonene også til vanlig. Juleaksjonen muliggjør imidlertid en effektiv forbindelse mellom målgruppens økte behov i julen og nok midler til å utgjøre en forskjell for deltakerne i aktivitetene. Organisasjonene og samarbeidspartnere opplever også styrket motivasjon, fellesskap og innsats forbindelse med Juleaksjonen.

5.4 Ekskluderende jul?

I intervjuer med ansatte og frivillige i organisasjonen samt i spørreundersøkelse har vi innhentet erfaringer og tanker knyttet til Juleaksjonens fokus på julehøytiden. Er det riktig å prioritere julen som avgrenset periode for ekstra tiltak og aktivitet for målgruppen? Og er det noe ved Juleaksjonens begreper, innhold eller utforming som oppfattes som barrierer for at organisasjonene skal nå frem til individer eller grupper i målgruppen? Kan Juleaksjonen oppleves ekskluderende?

Ekskludering handler i denne sammenhengen om uintentert utestenging av noen grupper eller individer gjennom å utforme aktivitetstilbudet slik at det ikke er relevant eller tilgjengelig for noen grupper. Det religiøse aspektet ved julen var sentralt i problemstillingen, men andre problemstillinger knyttet til inkludering og stigmatisering kom også frem i organisasjonene.

Ansatte og frivillige på tvers av organisasjonene beskriver i hovedsak julen som en viktig periode for ekstra innsats overfor målgruppen. Flere trekker frem at julen og desember er spesiell, og preget av engasjement, forventninger, og at det skal skje noe utover det vanlige.

Det ligger litt i hvordan desember har blitt her i landet (frivillig lokalforening).

Juleaksjonens fokus på julehøytiden er knyttet til erfaringer om at julen er en spesielt utsatt tid for mange som har sårbare livssituasjoner.

De som er sårbare i juletiden, er mest sårbare da, for det er så synlig at alle skal ha det hyggelig, gøy og varmt, men de har kanskje erfaringer fra barndommen som gjør at de klarer ikke å gi den julen som egne barn trenger, fordi de ikke har den erfaringen (ansatt lokal virksomhet).

Julefokuset i Juleaksjonen har ikke vært et tema som har kommet opp som et problem, forteller en sentralt ansatt.

De som bor i Norge blir jo utsatt for jul, for å si det sånn uansett, og for det samme presset og forventningene som oss (ansatt lokal virksomhet).

En frivillig ved en gaveutdeling, beskriver:

Det som skjer i desember her er jo helt absurd, og alt kulminerer noen timer på den 24. med gaveutdelingen. Og det er jo som å stikke hull på ballongen da, du må jo bli påvirket, selv om du er muslim, hindu eller kommer fra en annen kultur eller del av verden, og kommer hit, selv om du ikke har bakgrunnen for det hele, så må du jo bli påvirket, av alt det styret som foregår (frivillig lokal virksomhet).

Ved krisesentrene forteller de at det oppleves fint å kunne tilby noe ekstra i ferier og spesielt i julen. Når man bor her i Norge, så forholder man seg til at det er jul. Alle vet ikke nødvendigvis hva som er ulike tradisjoner, men mødrene kan delta i å planlegge hva de kunne tenke seg å gjøre.

Man blir minnet om at det er jul med så mye annet, de fleste vet hva det er, barna vet i hvert fall hva det er i form av skole og barnehage, og at de har flere knagger å henge ting på, at det blir noe lystbetont og hyggelig og at det skjer noe da som ikke skjer ellers, det tenker jeg er okey (ansatt krisesenter).

Ansatte og frivillige i organisasjonene omtaler julen som viktig å fokusere spesielt på. Å kunne gi gaver er viktig for mange, og er knyttet til stolthet og verdighet. Julen omtales som «en spesiell tid» og på grunn av flere fridager er det for mange viktig å ha aktiviteter å gå til nettopp i julen. Fridagene som følger med julen og juleferien trenger innhold. Mange er mye inne, og det er ekstra tid borte fra skolen. Flere legger vekt på at det er stas med aktiviteter som koster litt, slik at jul blir noe annerledes.

Det er alltid bra å bli gjort stas på, og så er det ålreit at det er forskjell på hverdag og ferier, eid, 17. mai, jul og alle høytider er ganske viktige (ansatt krisesenter).

Inkluderende jul

På spørsmål om fokuset på jul kan virke ekskluderende overfor noen individer eller grupper, forteller flere at de opplever det motsatt. Julen er en anledning til å inkludere og Juleaksjonen oppfattes som samlende, der fokuset legges på fellesskap og samvær. Juleaksjonen inkluderer også ved å vise frem juletradisjoner og tilpasse dem, slik at de er

tilgjengelige for alle. Dette gjøres for eksempel ved å være fleksible i mattilbud og gi valgmuligheter i aktiviteter.

Vi gjør jo noe ekstra fordi det er jul. Noe som skal handle om andre opplevelser og om å bli kjent med juletradisjoner, som å pynte juletreet, aktiviteter inne og ute, og å ha flere felles samlinger og måltider. Jeg tror ikke det kan oppleves ekskluderende. Jeg tror kanskje tvert imot at det kan oppleves inkluderende. Vi gjør jo ikke noe sånn spesielt budskapsmessig. Hvis vi hadde kalt det «Jesu fødsel» så hadde det blitt litt mer komplisert (leder krisesenter).

Ved en tilstelning er barnefamilier med flyktningsbakgrunn målgruppe for Juleaksjonen-aktivitet. De frivillige og ansatte beskriver at familiene er glade for å bli inkludert i julefeiring og for å få julegaver. En frivillig opplever ikke at det kan være noe ekskluderende ved aktivitetene som tilbys.

Det oppfatter jeg som en konstruert problemstilling. Vi møtes på tvers av kulturer og religioner. Julen er en tid der man samles uansett, det handler om å møte hverandre først og fremst. Flyktingene blir glade for å vise barna sine hva norsk tradisjon er, uansett om de er kristne eller ikke (frivillig lokal virksomhet).

Begrepsbruk og innhold i Juleaksjonen omtales som inkluderende snarere enn ekskluderende av flere.

Jeg tenker at det virker motsatt. De som ikke feirer jul er utsatt for noe de ikke er med på. Hvis de ikke får mulighet til å kjenne det og se hvordan det ser ut, kan de ikke forstå hva det dreier seg om og gi sine barn en følelse av at barna er del av det som andre barn er med på (ansatt lokal virksomhet).

Flere av organisasjonene i Juleaksjonen er organisasjoner med kristent verdigrunnlag. Noen av organisasjonene har det kristne budskapet mer til stede i aktivitetene. En ansatt i en frivillig organisasjon tematiserer organisasjonens kristne verdigrunnlag.

Vi er veldig bevisst på det kristne med jul i vår organisasjon. Under arrangementet i kulturkirken for eksempel, var Oslo Soul Children der og sang kristne sanger om Jesus og den tematikken. De som satt i salen, var helt inne i budskapet. Det er mye likhet i religionene. Blå Kors kan komme med sin bakgrunn til minoriteter som har egne religionserfaringer (ansatt sentralt).

Flere peker på at Julen er tema på skole og i barnehager, og at uavhengig av religiøs bakgrunn vil barn ønske å ta del i det som skjer rundt dem i samfunnet.

Når barna har fri, når det er juleaktiviteter på skolen, så er det klart at uansett om man er muslim, hindu eller ateist har barna lyst til å være med på denne feiringen, når alle andre i klassen feirer (frivillig lokal virksomhet).

Jeg synes det er en nyttig tilbakemelding at det fortsetter å hete Juleaksjonen. Fordi der er tradisjonsbundet, jul skal være annerledes med pump og fjas. Vi skal møtes litt ekstra og spise litt ekstra godt. Det er Juleaksjonen med på å gi muligheten til. Det hadde blitt litt mindre «swung» hvis det var «vinteraksjonen». Da hadde vi mistet «vi skal gjøre dette til jul» (ansatt lokal virksomhet).

Ved noen asylmottak, har enkelte snakket om å kalle Juleaksjonen for «Vinterfest».

Men samtidig gir man jo en intro til hvordan Norge er. Det trenger jo ikke være knytta til religion, for det er jo mange av oss som feirer jul selv om vi ikke er kristne. At

julenissen kommer, trenger ikke ha noe med religion å gjøre, så jeg tror det går ganske greit, egentlig (ansatt distriktskontor).

Sentralt ansatte peker på Røde Kors' grunnleggende prinsipper om upartiskhet og nøytralitet, og at organisasjonen er en ikke-forkynnende, uavhengig organisasjon. De nevner videre at de, gjennom temakursene, jobber med opplæring og bevisstgjøring blant frivillige om målgruppa. En aktivitetsleder beskriver:

Røde Kors er jo religionsfri. Hvis vi synger noen julesanger, så er det jo fordi det er norsk tradisjon. Det er jo det blitt for flere nordmenn også, det er en kulturaktivitet, og ikke en kristen aktivitet. Folk sier ja til å være med uansett. Det eneste vi har opplevd er at vi må ha en kyllingmiddag også, vi kan ikke bare ha ribbe. Nissen er ikke kristen han heller. Ingen sier nei takk til noe av dette fordi det er kristent, det er min opplevelse (frivillig aktivitetsleder).

Noen frivillige poengterer at mange av aktivitetene i Juleaksjonen ikke er direkte knyttet til jul eller julens kristne tradisjon, slik som for eksempel en tur til «Trampolineland» og akedag.

Selv om julefokus i Juleaksjonen ikke beskrives som et problem, er mange frivillige opptatt av at behovet for opplevelser, aktivitet, fellesskap og støtte, er like stort for målgruppen ellers i året. For en del av deltakerne i målgruppen, er ikke hjelp til jul i seg selv det viktige, men støtten som tilbys i forbindelse med julen eller det sosiale fellesskapet. Både ansatte og frivillige i organisasjonene bemerker for eksempel at en del foreldre, som har fått hjelp til julegaver til barna, gir gaven til barna med en gang og barna åpner den umiddelbart. «De venter ikke på jul, for de feirer ikke jul».

Og så er det jo noen med en annen kulturell bakgrunn som sier «Jeg trenger ikke hjelp til jul, jeg trenger hjelp til Eid» (frivillig lokal virksomhet).

En samarbeidspartner har vært oppmerksom på problemstillingen knyttet til den kristne julehøytidens fokus, og har løst det ved å være i dialog med moskeene i byen for å tydeliggjøre hva julearrangementene handler om.

Vi har avklart det med de lokale moskeene, og har laga en religionsnøytral julefeiring. Vi gjør akkurat det samme som vi gjorde da vi var små. Vi går rundt juletre, spiser grøt, deler ut gaver, men synger ikke religiøse julesanger. Det er jo mange som ikke er kristne, men som feirer jul. Det er en kulturaktivitet (samarbeidspartner Blå Kors).

En ansatt ved et krisesenter vil ikke utelukke at juleaktivitetene kan oppleves ekskluderende for noen, selv om hun ikke kjenner til det.

På krisesentrene bor mennesker fra ulike trosretninger og med ulik nasjonalitet, så man kan ikke se bort fra at det kan hende noe ved Juleaksjonens form eller begrepsbruk kan oppleves ekskluderende (ansatt krisesenter).

I spørreundersøkelsen er det særlig stigma knyttet til fattigdom som nevnes når respondentene blir spurt om hvorvidt det er noe ved juleaksjonens form eller innhold som kan virke ekskluderende. For det første nevner flere av respondentene at de er forsiktige med å vektlegge at Juleaksjonen er for lavinntektsfamilier, og at noen brukere ikke vil komme dersom de får vite at det er for familier med dårlig råd. En som arrangerer juletreff, sier for eksempel at selv om de kjenner situasjonen til de ulike familiene «hender det flere ganger at noen ikke vil ikke være med på juletreff, fordi de mener de ikke er fattige». I den forbindelse nevner noen at organisasjonene prøver å «skjule» at dette er en ordning for lavinntektsfamilier.

For det andre er det flere som nevner at Juleaksjonens *form* kan være ekskluderende, fordi den tvinger organisasjonene til å prioritere mellom flere trengende familier. Flere nevner også her at det er vanskelig å gjøre en prioritering blant familiene, og at målgruppen burde vært større fordi det er mange som trenger hjelp. For eksempel skriver en at det er ekskluderende at «kriteriet at det skal være en litt stor gave til få barnefamilier ekskluderer», fordi mange av de som søker om hjelp ikke blir vurdert trengende nok. Dermed er det hvert år familier som ikke får anledning til å gi julegave til barna sine, fordi noen andre har blitt vurdert mer trengende. En annen sier at det også kan oppstå problemer brukerne imellom, fordi man må sette dem opp mot hverandre, og at det «kan bli misnøye og knurring» når bare et utvalg av alle brukerne får gavekort, gave eller noe annet fra Juleaksjonen. På bakgrunn av dette melder flere også at de derfor er prøver å unngå at alle skal vite at det bare er noen familier som mottar gaver. I forlengelsen av dette, nevnte et par av respondentene at noen etnisk norske familier synes det var rart at muslimer var i målgruppa for Juleaksjonens midler, ettersom de ikke feirer jul. Altså kan en slik fordeling skape noe misnøye og kanskje unødvendige konfliktlinjer mellom ulike grupperinger, som i utgangspunktet alle er lavinntektsfamilier.

Hvilke barn nås ikke med Juleaksjonen?

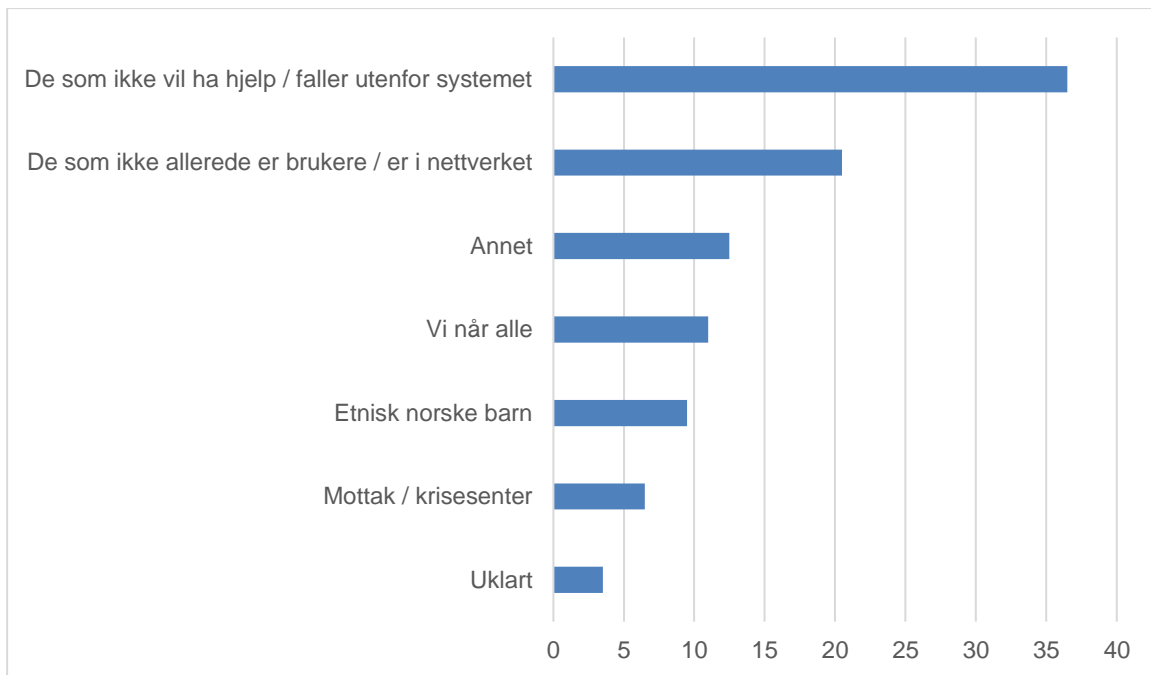
Spørsmålet om hvilke barn i målgruppen organisasjonene ikke når, får vi i flere intervjuer inntrykk av at dette er noe organisasjonene ikke har tenkt mye på. Noen nevner at det ikke er mulig å nå «alle», noen peker på at foreldrene er inngangsporten for å nå barna i de fleste tilfeller, og at det er vanskelig å nå barn med foreldre som ikke oppsøker hjelpetiltak.

En frivillig ved en lokal virksomhet forteller at deltakere som tilhører Jehovas vitner, tidligere ikke har ønsket å delta i julearrangementer, fordi de ikke feirer jul. Julearrangementene tar dermed ikke høyde for barn i denne gruppen. En samarbeidspartner nevner erfaringer med barrierer for noen muslimske jenter for å delta i sosiale arrangementer.

De må hjelpe hjemme, passe småsøsken. Da har de ikke tid. De har mye ansvar hjemme, forpliktelser. Med det gjelder i hovedsak litt eldre jenter. Men vi ser det på julefesten, at vi har færre jenter fra 12-16 år (samarbeidspartner).

I spørreundersøkelsen svarer 36,5 prosent at de har problemer med å nå de som ikke allerede mottar hjelp fra ulike instanser, de som ikke vil ha hjelp, eller de som «faller utenfor systemet».

Figur 5-2: Hvilke barn i Juleaksjonens målgruppe når dere ikke fram til?



20 prosent av respondentene svarer at de ikke når fram til de som de ikke allerede har kontakt med. I disse tilfellene ser det ikke ut til at det er en separat rekruttering til Juleaksjonen.

Flere av respondentene er Krisesentre, og dette kan muligens forklare noe av det høye antallet virksomheter som ikke jobber med rekruttering av brukere. 10 prosent av respondentene sier at de ikke når etnisk norske barn. Dette kan delvis komme av at flere kun jobber med flyktninger, men flere av respondentene nevner at det virker som om etnisk norske familier har høyere terskel for å be om hjelp enn familier med innvandrerbakgrunn. Ganske få (7 prosent av respondentene) trekker dessuten fram at de ikke når fram til barn som bor på asylmottak eller krisesenter.

I «annet»-kategorien trekker noen få spesielt fram at de ikke når fram til barn av arbeidsinnvandrere med bakgrunn fra Øst-Europa. Til sist har noen pekt på at unge over 18 år også burde få hjelp, og at det er mange tilbud til barn, men færre til unge voksne, selv om mange av disse også trengte hjelp, særlig de som bor alene og har lite kontakt med foreldre.

Organisasjonene har ulik bevissthet knyttet til arbeidet med å nå målgruppen og hvem de ikke når frem til. For eksempel nevner ingen at de jobber med barn i lavinntektsfamilier, som også har nedsatt funksjonsevne. En organisasjon beskriver at målgruppen kommer av seg selv, og sentralt har de ikke gjort vurderinger på hvem de eventuelt ikke når frem til.

Det er uproblematisk å få tak i folk, de kommer av seg selv. Det er uproblematisk å nå folk i bredden. Det vil alltid finnes noen som ikke kommer, men vi har ikke gjort noen analyse på hvorfor de ikke kommer. Vi rekrutterer via folk som tar kontakt selv, men de rekrutteres også via helsestasjonen, mottak, NAV, krisesentre og så videre (ansatt sentralt).

Noen frivillige og ansatte bemerker at andre forhold ved Juleaksjonen, som ikke knytter seg til juleaspektet, kan fungere ekskluderende. De nevner utvelgelsen som problematisk noen steder, der barn skiller i grupper utfra behov og familiens økonomi.

Man skiller jo barn som er i målgruppa og barn som ikke er i målgruppa. Og for oss er det viktig at det er et inkluderende fellesskap for alle. Men det kan bli ekskluderende når man skiller på de som trenger det og de som ikke trenger det (ansatt distriktskontor).

Problematisk prioritering og behovsprøvd julehjelp

En del ansatte og frivillige problematiserer prioriteringen som i mange tilfeller må gjøres overfor målgruppen i Juleaksjonen. I spørreundersøkelsen er det en del som uttrykker at de ønsker seg at Gjensidigestiftelsens kriterier kunne favnet bredere.

Flere fram at det problematiske som ligger i at man skal «gi dem som trenger det mest» blant alle de som trenger hjelp. Dette er en prioritering som flere lokallag ikke føler seg rustet til å gjøre, og som noen mener står i kontrast til oppdraget deres. Flere nevner at denne vurderingen alltid vil være tuftet på tilfeldige observasjoner, og at det dermed blir vanskelig å gjøre rett vurdering. Andre nevner at det å gjøre en slik vurdering i seg selv er ressurskrevende.

Det oppleves problematisk for flere å skulle prioritere innenfor en større gruppe av mennesker som trenger hjelp. I spørreundersøkelsen sier enkelte at det er vanskelig for et lokallag å gjøre en vurdering av hvem som trenger hjelpen mest, blant alle de som trenger hjelp. Det kan bli en vurdering som er tatt på tilfeldige observasjoner, og det er ikke sikkert det er riktig vurdering. Det trekkes videre frem at det er ressurskrevende å vurdere hvem som har det verst. Ordningen fører slik sett til at ansatte og frivillige som gjør vurderingen, havner i en maktposisjon overfor deltakerne de skal bistå, ofte uten kriterier å støtte seg til. Flere viser til skjønnsvurderinger og opplever at de er kjent med behovene i familiene. Om målgruppen på sin side vil være enig i en slik påstand er imidlertid ikke kjent. Frivillige i Juleaksjonen nevner videre at prioriteringen kan oppleves som forskjellsbehandling og føles urettferdig for noen. En oppgir at «pålagt forskjellsbehandling skaper unødvendig støy mellom de som søker hjelp». En annen skriver i spørreundersøkelsen at det kan være vanskelig å gi store gaver bare til noen utvalgte familier, og at de heller kunne ønske seg å gi kinobilletter til alle barnefamilier. Juleaksjonens anmodning om at midlene skal være en «litt stor gave til få barnefamilier», kan slik bidra til ekskludering, ettersom mange i målgruppen som søker hjelp, ikke får det samme tilbudet til sine barn, fordi de ikke trenger det «nok».

5.5 Stigmatiserende aspekter ved Juleaksjonen

Til tross for at få forhold knyttet til Juleaksjonen ses som ekskluderende, er det flere frivillige og ansatte som påpeker forhold som kan oppleves *stigmatiserende*, i sine beskrivelser. Stigmatisering handler ikke om å bli utelukket, men om å oppleve å få et stempel eller merke hengende ved hvem man er, på en måte som oppleves negativ. Stigmatiseringen handler i denne sammenhengen om å føle seg mindreverdig eller utpekt som trengende gjennom deltakelse i aktivitets- og støttetilbudet. Flere frivillige og ansatte nevner at de er forsiktige med å informere om at Juleaksjonen er for lavinntektsfamilier. Flere lokale virksomheter som arrangerer gaveutdelinger, beskriver at for en noen av mottakerne i målgruppen, oppleves det vanskelig å motta hjelp.

En enslig mor gråt da hun kom hit for å hente gave. Hun syns det var så skamfullt. Det vi kan gjøre, er å snakke om det på en god måte. Alle kan komme i en situasjon med trang økonomi på grunn av ting utenfor vår kontroll. Det er helt greit å søke

hjelp, vi har mulighet til det i vårt samfunn. Men en del opplever at det er frustrerende og skamfullt (frivillig lokalforening).

Det er primært foreldre som trosser egen skam og nederlag, og vil at barna skal oppleve tilnærma det jevngamle gjør. De vil prøve å gi likt referansegrunnlag. Og så er det desperasjon hos foreldra (frivillig lokal virksomhet).

Flere peker også på at terskelen for å be om hjelp er høyere for personer med «norsk bakgrunn», enn for innvandrere.

Jeg tror rett og slett at behovet hos den enkelte familien er så sterkt at de bryr seg ikke om noen ser dem. Det er nok mer en norsk reaksjon tror jeg. Vi har en følelse av at det er nok en del som har noe høyere terskel for å komme, og det er norske (frivillig lokal virksomhet).

Noen frivillige nevner at det er enkelte familier som er vanskelig å få med på arrangementer i regi av Juleaksjonen, fordi de ikke vil være med på arrangementer for fattige. En barneverntjeneste som samarbeider med en organisasjon om å videreformidle tilbudet om gaveutdeling, beskriver en tilsvarende erfaring:

Ja, det er jo veldedighet, så det kan være vanskelig. En familie så det som en fornærmelse å bli spurt. Det at noen ser på dem som trengende, og å bli vurdert som det. Så man må tenke seg om hvem man tilbyr, være forsiktig, og gjøre det som en generell forespørsel, ikke spesielt for noen. Det er ikke alle vi ringer, vi er nøye på at det er en generell forespørsel, fordi det kan være stigmatiserende at andre ser deg som fattig (ansatt barneverntjeneste).

En frivillig peker på at innretningen og organiseringen av gaveutdelingene ikke er uten betydning for hvordan det oppleves å komme dit.

I fjor så hadde vi jo store oransje plakater i vinduene, det var jo ikke noe tvil om hva som foregikk der (frivillig lokal virksomhet).

Den frivillige forteller at dette imidlertid ikke er tematisert som mulig barriere når gaveutdelingen planlegges i virksomheten. En ansatt ved en lokal virksomhet sier «Vi vil aldri komme helt utenom at det er vanskelig og kan oppleves stigmatiserende» og påpeker at det å møte til gaveutdeling også kan gi positive erfaringer av at «det gikk jo fint, det er flere som er i samme situasjon som meg, og jeg ble tatt godt imot».

Noen informanter sier videre at de prøver å unngå at alle skal vite at det bare er noen familier som mottar gaver. Andre forklarer at dersom det kommer fram at bare noen mottar midler fra Juleaksjonen, kan det bli misnøye og «knurring». I forlengelsen av dette, nevnte et par av respondentene at noen etnisk norske familier syns det er rart at muslimer er i målgruppen for Juleaksjonens midler, ettersom de ikke feirer jul.

Stigma ved deltakelse kan også oppstå i situasjoner der en gruppe knyttes til veldedighet og hjelpetiltak. Et forhold kommer frem i beskrivelsen av teaterturer i regi av en lokal virksomhet.

Vi blir lagt merke til, enten det er Oslo nye eller Det norske teater. For å bruke uttrykket som noen ganger brukes: teatrene er forholdsvis «blendahvite». Så hvis du ser utover tilskuere i et norsk teater, så er det forholdsvis lite innslag av de med litt annen bakgrunn og farge enn vi. Så når jeg kommer trekkende med vår gruppe, så legges det merke til (frivillig aktivitetsleder).

Den frivillige trekker ikke selv frem at opplevelser av å bli lagt merke til eller skille seg ut er omtalt som ubehagelig eller stigmatiserende. Forholdene som beskrives kan likevel tenkes å gi opplevelser av annerledeshet blant barna eller ungdommene som deltar.

Motvirke stigmatisering

Mange av aktørene i Juleaksjonen gir uttrykk av å være bevisst problemstillinger knyttet til stigmatisering, og jobber med å motvirke stigmatisering i sine aktivitetstilbud. En ansatt trekker frem begrepsbruk som viktig, i rekruttering og i invitasjoner til arrangementer.

Det handler om at vi ikke går ut og sier at det er for sårbare familier. Vi er opptatt av verdiene med egenkraft og verdighet når vi kommuniserer hva vi jobber med.

En ansatt i Home-Start løfter frem holdningen om at man er likemennesker i organisasjonen, at familiene og familiekontakten skal være likestilt i relasjonen de etablerer. De frivillige skal for eksempel ikke bruke profiltøy i aktivitet, beskriver en ansatt.

De frivillige er likemennesker, og det er ikke noen påfallende «ansatthet» ved dem. Det ser som regel ut som at det er en besteforelder som er med på forestillinger, for eksempel. På forberedelseskurset for de frivillige, snakker vi om verdier, holdninger, likeverd, og hvordan man ivaretar barn med særskilte behov. Det går mye på å reflektere rundt det (ansatt).

5.6 Gaveutdelinger

Juleaksjonens store helling mot gaveutdeling er verdt å merke seg. Gavens betydning tillegges mye vekt, både blant frivillige og ansatte. Logistisk krevende oppsett settes i gang årlig for å sørge for at gaveønsker innhentes gjennom lappesystemer og digitale søknadsskjemaer, barneverns- og NAV-ansatte, foreldre og andre søkere. Frivillige, ansatte og lokale borgere handler inn gaver og leverer i containere og ved innsamlingspunkter. Gavene pakkes opp og pakkes om, registreres og merkes med kjønn, alder og innhold. Foresatte kan så hente pakkene og velge om de selv igjen pakker om, bytter ut merkelapp og gir gaven fra seg selv. Om vinterdressen, skoene, hettegenseren eller lekene passet og falt i smak, får vi aldri vite.

Gaveutdelingenes fokus er at barn i sårbare livssituasjoner skal motta en gave i forbindelse med jul. Utdelingene tar imidlertid ikke opp i seg gaven som en gjensidig handling, som ikke kun handler om å motta, men også om å kunne gi, bekrefte relasjonelle bånd og posisjonere seg sosialt.

Noe av presset og stresset knyttet til julehøytiden, handler om nettopp julegaveutvekslingenes sosiale regnskap. Dette er ikke kun de voksnes bekymring, og det kan tenkes at det er like viktig, eller viktigere for et barn eller en ungdom, å selv kunne gi en gave til en forelder, et søsken eller en venn. Med dette tatt i betraktning, har Juleaksjonen-organisasjonene et utforsket potensial når det gjelder å støtte barn og unges egne behov for å være den som kan gi.

Et annet aspekt ved å prioritere gaveutdeling fremfor sosiale arrangementer, er at gaveutdelingen ikke i seg selv oppfyller kriteriene fremsatt av Gjensidigestiftelsen, som omhandler at Juleaksjonen skal tilby fellesskapsopplevelser. I noen tilfeller kan en til og med si, at gaveutdelingene er organisert på en slik måte at det kan tenkes at de kan forsterke opplevelser av utenforskap. Kø, kølappsystem, registrering, venterom, vakthold

og opprop, er ikke forbundet med opplevelser som gir «en helt vanlig jul», men snarere «noe utenom det vanlige», kanskje i negativ forstand.

5.7 Medvirkning

Barn har rett til medvirkning i alle forhold som vedrører dem²⁴, og det gjelder også i deres fritidsaktivitet. Medvirkning innebærer at barnet skal informeres og gis anledning til å uttale seg før det tas avgjørelser som berører barnet. Barns synspunkter skal alltid tas med i vurderingen og bidra til at avgjørelser som fattes er til barnets beste. Medvirkning innebærer dessuten mer enn å få si sin mening. Reell medvirkning handler om at barna skal få anledning til å bruke sin egen kunnskap til å påvirke sin hverdag og fremtid. Ofte vil det bety å hjelpe barna med å danne seg en mening, informere om muligheter og sette dem i stand til å kunne si sin mening. Når barn får uttale seg og får anledning til å påvirke i saker som gjelder seg, er det lettere at hensynet til barnets beste blir ivaretatt. At barnet skal medvirke er ikke det samme som at barnet skal bestemme. Hensyn som økonomiske begrensninger og fordeling av ressurser, skal blant annet ha plass i vurderinger om aktivitetstilbud.

I frivillige organisasjoners aktivitetstilbud og i Juleaksjonen, vil barnas medvirkning handle om at barna selv har mulighet til å påvirke tiltakenes form og innhold. Det er nødvendig for å sikre at aktivitetene og tiltakene oppleves gode og attraktive for målgruppen, og at organisasjonen har et tilbud som gir opplevelser barna har glede av å minnes og ønsker å fortelle om. Gjensidigestiftelsen har antatt at Juleaksjonen kan bidra til å dempe effekten av fattigdom i høytiden. For å vite om en gave, en fest, en bakedag, en forestilling, eller en matkasse vil bety mest og berøre barnet på en direkte og personlig måte, er det nødvendig å være i dialog med barnet.

Manglende medvirkning kan føre til at barna for eksempel får gaver de ikke ønsker seg, ikke liker, eller ikke vil bruke, at de ikke ønsker å delta eller at de deltar i aktiviteter som gir negative opplevelser, oppleves stigmatiserende eller irrelevante.

Organisasjonene i Juleaksjonen er valgt fordi de nettopp er i kontakt med barn i målgruppen og har en unik tilgang til familier i sårbare situasjoner. Organisasjonene er imidlertid i stor grad ansattstyrt og voksenstyrt aktivitet. Mange av de lokale virksomhetene forteller at de ikke involverer barna i planlegging og utforming av aktivitetene.

Noe av årsaken til lav grad av medvirkning, kan være at Juleaksjonen ofte planlegges «i all hast». Mye av innholdet er på den andre siden gjentakende og basert på tidligere år og dermed ikke preget av dårlig tid. Mange frivillige og ansatte beskriver sin rolle som fasiliterende - som tilretteleggere for familiene og for tid mellom foreldre og barn. Det er dermed foreldrene som er de ansatte og frivilliges kontaktpersoner. I mange tilfeller blir foreldrene konsultert på vegne av barna. En del av tiltakene er også eksplisitt ment for å dempe foreldrenes bekymringer, som igjen skal gi effekt for barna i hjemmet.

I noen tilfeller fremstår utformingen av aktivitet som basert på de frivilliges oppfatning av hvordan en julefest skal være.

Jeg så at de aldri hadde gjort det før, aldri spist på hvit duk. Barna spiste medisterkaka som en is, med gaffelen ned i hele kaka og spiste av gaffelen. De ble

²⁴ Jf. FNs barnekonvensjon artikkel 12

oppvarta, fikk maten servert, hvit duk, glass, bestikk. Det var en opplevelse for meg (frivillig aktivitetsleder).

I spørreundersøkelsen stilte vi spørsmålet «Har barn vært del av planleggingen og utformingen av tiltak/ aktivitet i Juleaksjonen? Hvis ja, beskriv gjerne hvordan det foregikk».

Av 139 respondenter svarer 28 (20 prosent) at de involverer barn i planleggingen eller utformingen av aktiviteter. 10 svarer uklart, mens 101 svarer at de ikke gjør dette. Av disse er det noen som kun deler ut gavekort, og derfor er det vanskeligere å involvere barna, og andre steder svarer de nei fordi det er et krisesenter, og det er ikke de samme barna som er der når det planlegges som når de utfører arrangementene. Likevel tyder dette på et gjennomgående lavt fokus på barns medvirkning. Mange av organisasjonene sier likevel at de mener de ser at barna er fornøyde, og at de får tilbakemeldinger som tyder på at barna har kost seg på de ulike aktivitetene. Noen nevner også at korona har gjort det vanskeligere å involvere barn i planlegging og utforming av aktiviteter. Andre svarer at de involverer ungdom i utdeling av gaver.

Eksempler på medvirkningsarbeid

Organisasjonene nevner ulike varianter av initiativ for å innhente barns ønsker, behov og meninger om aktivitetstilbudene. De fleste nevner at «de spør barna», og få kan vise til organisatoriske grep der medvirkningen er satt i system.

Ved en lokal virksomhet forteller de at de har en blokk liggende for å innhente tilbakemeldinger og kommentarer fra deltakere i ulike tilbud. Blokken er ikke ment for barn, spesifikt, men brukes for tilbakemeldinger om forskjellige aktiviteter.

Det er positive tilbakemeldinger. Noen ville hatt mer, føler at de burde fått mer. Sånn er det jo alltid, noen tenker sånn (ansatt lokal virksomhet).

På en ungdomsklubb er ungdommene med på å bestemme, forteller en ansatt, for eksempel gjennom «stories» på Instagram, der de kan stemme på alternativer eller gi kommentarer til hva de ønsker av aktivitetstilbud.

Ved en lokal virksomhet som fungerer som et samværssted, forklarer en ansatt at de hele tiden jobber med å ha fokus på hva som er viktig for barnet. Midlene i Juleaksjonen kan brukes til gaver til barnet, men kan også være en mulighet for at barnet kan kjøpe en gave til sin mor eller far, dersom det er behovet. For eksempel i foreldretvistsaker, eller der en forelder sitter i fengsel, og den andre forelder eller omsorgspersonen ikke vil hjelpe barnet med å kjøpe julegave, vil samværsstedet, ved hjelp av Juleaksjonen, være en brobygger og bidra til at barnet får gjort det som oppleves som viktig for seg. Medvirkningen handler om å sjekke ut med barnet hva som er beste bruk av midlene i deres situasjon, at virksomheten ikke bidrar til å sette barnet i vanskelige lojalitetsdilemmaer, men at man finner frem til gode måter å håndtere samværsituasjoner i julen på for barnet.

I to organisasjoner nevnes brukerråd og barnemøter som konkrete tiltak for å sikre systematisk innhenting av barns tilbakemeldinger. I en organisasjon er det opprettet brukerråd som påvirker på aktivitetstilbudet.

Vi har også brukerråd to ganger i året, hvor familiene sier hva de savna, hva de vil ha mer av og så videre. Og da kan familiene si for eksempel at «dette synes de ble litt stressende og litt liten tid». Og så er vi jo veldig glade i å være utendørs, og så ser vi at det er ikke alle som er like glad i det. Og så er det jo ikke alle som benytter seg av muligheten til å bli hørt (ansatt lokal virksomhet).

Ved en lokal virksomhet, forteller de ansatte at de har to brukermøter to ganger i året, både for barn mellom 9 og 12 år og for foreldrene.

Det er jo ikke lett for alle å si hva man tenker og mener, men vi har metoder for det. De skriver på lapper og liknende, så blir de anonyme. I jul og sommerferien har de en del ønsker (ansatt ved lokal virksomhet).

Barna på krisesentrene er ikke nødvendigvis delaktige i å planlegge og velge aktiviteter som skal være del av Juleaksjonen. De har imidlertid etablerte strukturer for å innhente tilbakemeldinger og ønsker fra barn og kvinner. Et senter forteller om ukentlige barnemøter og mødremøter. Disse møtene er arenaer for å ta opp spørsmål med beboerne, dele informasjon og innhente ønsker og innspill. I slike møter kan sentrene informere om at de har fått penger til aktivitet og spørre hva beboerne ønsker å gjøre med pengene.

De større barna har vi gjort det med, da sier vi for eksempel «på torsdag skal vi finne på noe gøy, vi kan gjøre det eller det eller det». Og så velger de hva de har lyst til å gjøre. Men for de minste har vi stort sett kjøpt inn, organisert og lagt det opp. (...) Og så er det noen som ikke klarer å tenke og bidra med så mye heller, fordi man har nok med tankene sine, som synes det er nydelig å bare få presentert og bare få det servert og delta (ansatt krisesenter).

De ansatte på krisesenteret blir godt kjent med brukerne, de er tett på og får stort sett med seg hva barna vil, forklarer en ansatt. De ansatte har erfaring med å velge og finne frem til aktiviteter som fungerer for ulike aldre og kjønn. I helgerapporter noteres det videre hva beboerne har vært med på av aktiviteter, og det gir en viss oversikt over hvilke tilbud som har vært populære. Noen beboere gir umiddelbar tilbakemelding, og de ansatte har ofte en opplevelse av om en aktivitet kjentes vellykka og treffer godt, beskriver en leder ved et krisesenter.

Et medvirkningsgrep som foreslås av flere, er å gi barna alternativer og gi eksempler på valgmuligheter for å få frem barn og unges ønsker, innenfor de rammene som er gitt av Juleaksjonen. Noen ansatte sier at de kan foreslå quizkveld og temakveld som ungdom kan velge mellom. En frivillig foreslår at det kan bli gjort tydeligere for barn og ungdom hvilke aktivitetsforslag og gaveønsker som kan få gjennomslag. Hun mener at mange får vinterklær og sko, fordi det virker som det er det man kan ønske seg på ønskelisten som fylles ut.

En organisasjon forteller at medvirkning har vært «mer på agendaen» de siste årene og at det er utarbeidet en håndbok for barns medvirkning i organisasjonen. Samtidig er de ikke sikre på hvordan medvirkningen gjennomføres i lokalforeningene.

Vi vet ikke alt. Jeg tror det er mye bra som skjer når det gjelder å lage aktivitetene til jul, at de som skal delta sier hva de vil gjøre og sier hvordan det har vært. Hvis de skal dele ut julegaver, spør de for eksempel barna på hva de ønsker seg. I samarbeid med krisesenter tror jeg at man hører på hva barna vil (ansatt sentralt).

Det å spørre barna, nevnes av de fleste som noe de gjør i ulik grad. En frivillig aktivitetsleder beskriver at hun spør barna om hva de synes, men at hun tror de ikke alltid tør å svare:

Jeg spør jo «Hvordan var denne aktiviteten?», etter at vi kommer hjem «– er det noe annet dere kunne tenke dere?» Men de tør jo ikke svare egentlig, de sier at de er glade for de aktivitetene som er. De er beskjedne, vet du (frivillig aktivitetsleder).

En frivillig ved en julefeiring beskriver «De er glade uansett hva de får. De sier ikke at de vil sånn eller sånn, eller krever noe.» En samarbeidspartner forteller at de har drevet det

samme opplegget i mange år, men at de ikke involverer barn og ungdom i planlegging av aktiviteten de tilbyr: «Jeg tror nok det er rom for fornyelse».

Mangelfull medvirkning

En stor andel av ansatte og frivillige forteller at de ikke har barna med på planlegging av aktivitet. Noen baserer seg på inntrykk og spontane tilbakemeldinger i aktivitet, som indikator for om en aktivitet fungerer godt for barna.

De hopper og spretter! Nissen kom jo, og da er det veldig stas (frivillig lokalforening).

En ansatt antyder også at tilbakemelding kan spores i barnas deltakelse og spontane respons i aktivitet:

Barn på 9-10 år kommer ikke hvis de ikke synes det var gøy å være med forrige gang eller de ikke har lyst til å gjøre aktivitetene. De er jo glade og synes det er gøy å være her (ansatt lokal virksomhet).

En arbeidsledig alenemor forteller at hun har mottatt hjelp og gaver fra en organisasjon de fire siste årene. Moren forteller at de har god kontakt med organisasjonen og at hun alltid takker ja til tilbud om støtte. Sønnen på seks år blir imidlertid ikke spurt om hva han kan tenke seg. De mottar gaver og får tilbud om aktiviteter. Sønnen blir ikke spurt om hva han ønsket seg, men han fikk en klokke i gave til jul i tillegg til opplevelser.

Jeg sa det var greit. Han vil ikke bruke klokka, han kan ikke klokka ennå.

Nei, de spør ikke han. Det er jeg som vet hva han trenger. Vi har alt vi trenger, men vi vil være sammen med andre og gå på turer og være med på det som skjer. Vi ringer ikke spør om ting, men vi blir med hvis vi får mulighet. Være sammen med andre. Så lenge han er liten, vet ikke hva han vil (mor).

Juleaksjonen trekkes frem som en god anledning til å teste nye ting for målgruppen. Likevel er en fellesnevner at det er voksne som preger aktivitetenes innhold. Samarbeidspartnere og frivillige tror for eksempel at det er foreldre som står bak mange av gaveønskene som samles inn på vegne av barna. De voksne antakelser kan legge føringer for prioriteringer av aktivitetene som gjøres:

Vi drar ikke på overnatting fordi det koster såpass mye at vi velger heller selve aktiviteten. Vi drar heller på en dagstur (frivillig aktivitetsleder).

Det er bedre for dem at ting skjer flere ganger, enn én gang (frivillig aktivitetsleder)

I flere organisasjoner beskriver de at deres fokus er å bidra til trygg oppvekst for barna, gjennom å øke kompetanse hos foreldrene. Organisasjonen skal støtte foreldrene i å gi barna gode opplevelser. Tilbakemeldinger fra barna går også gjerne gjennom foreldre.

Vi får meldinger fra foreldre. Ellers kan det være spontane reaksjoner [fra barna] der og da (frivillig lokal enhet).

Barnas mulighet til å påvirke aktivitetstilbud i Home-Start, går gjennom familiekontaktene og foreldre. Familiekontaktene forteller at de snakker med barna om hva de vil gjøre, og tar med seg tilbakemeldingene. De forteller at de er i tett dialog med småbarnsforeldrene og «vet jo litt hva som gjelder». For noen arrangementer er det full påmelding i løpet av en kveld, for andre arrangementer må de purre og motivere.

Når vi går inn i familier, så kommer det en slags bestilling fra familien ut fra det de ønsker å gjøre (frivillig Home-Start-avdeling).

Familiekontaktene melder familienes ønsker og behov til koordinator slik at det blir del av planene. Koordinatoren har jevnlig veiledningstreff med de frivillige, og da er familienes ønsker og hvordan midler best kan benyttes et tema som er oppe. En koordinator og en frivillig forteller at de vanligvis arrangerer forskjellige utflukter for barna før jul med midlene fra Juleaksjonen, men at de ikke har snakket med barna direkte om hva barna har lyst til å gjøre. Fra tidligere juleaksjoner mener de å ha sett at barna koser seg spesielt mye på arrangementer. *I fjor ble det bare gavekort, og det var kjedelig*, forteller en frivillig.

Når frivillig og ansatte forteller om betydningen Juleaksjonen har for barna, oppgis intensjonen med aksjonen også som virkninger. For eksempel at de skal oppleve glede, fellesskap, og få gode opplevelser å fortelle om til andre. De ansatte og frivilliges inntrykk av aksjonen er imidlertid ikke hentet fra barna som har deltatt, men baserer seg i stor grad på antakelser og tolkninger av aktivitetene. Det er få eksempler på evalueringer av aktivitetene, og systematisk bruk av tidligere erfaringer i for planlegging av kommende års Juleaksjoner.

5.8 Fordeling/prioritering

Økonomisk bidrag per barn

Grunntanken i Juleaksjonen er å nå hvert enkelt barn på en personlig måte, som gjør en merkbar forskjell. Gjensidigestiftelsen har de siste årene oppfordret organisasjonene i Juleaksjonen om å prioritere aktiviteter som i størst grad samsvarer med Juleaksjonens grunntanke, fremfor å øke antall barn. Organisasjonene tolker imidlertid oppfordringen ulikt, og har ulike forståelser av hva det vil si å «nå hvert barn».

I en del lokale virksomheter settes administrativt krevende prosesser i gang for å gjøre en behovsprøvd tildeling, i forbindelse med gavekort- og gaveutdeling.

Familieene søker via søknadsskjemaer på nett eller via skriftlig skjema på papir. På skjemaet oppgis personlig informasjon som navn, adresse, telefonnummer, antall barn under 18 år og barnas kjønn, om familien har mottatt hjelp av ordningen tidligere, hvordan man planlegger å benytte pengene man søker om, og hva som er begrunnelsen for at man søker om hjelp. I en organisasjon må en gyldig søknad også inneholde dokumentasjon på behov i form av vedtak om ytelse fra NAV, eller utskrift fra «dine utbetalinger» fra «Min side» på nav.no. Gyldig dokumentasjon kan også komme fra barnevern eller fra ansatt ved en av organisasjonens egne avdelinger. I en organisasjon oppgis det i søknadsskjemaet at tilskuddet vil variere utfra hvor godt søknaden er dokumentert, og at rammen for tildeling ligger mellom 500 og 3000 kroner, avhengig av antall barn under 18 år.

Det er viktig å nå frem til de som trenger det mest, barn som lever med fattigdomsutfordringer. Det har vært løst ulik tidligere, vi har landet på en form som fungerer bra, men er tidkrevende (ansatt lokal virksomhet)

Virksomhetens koordinator forteller at de har vært med på Juleaksjonen siden 2013 og at de har rigget det på samme måte hele tiden. Gaveutdelingen skal sikre at de som trenger det mest, er de som får. Vi kunne arrangert store arrangementer for alle, for å nå flere, med store juletreffester for eksempel, men det ville være veldig kostnadskrevenende og vanskelig å vite at de som trenger det får den gode opplevelsen. En frivillig i virksomheten forteller:

De får inn en masse søknader, hvis de ikke er fyllestgjørende blir de lagt til side, hvis de er godkjent blir det satt en sum utfra antall barn, og de får da vite på telefon

eller SMS at de kan komme, for eksempel torsdag mellom kl. 10 og 12. Noen får avslag (frivillig gaveutdeling).

Gavekortene som deles ut, kan være tilknyttet ulike steder fra år til år. Stiftelsen har i 2021, valgt et stort kjøpesenter der kortet er gyldig i alle forretningene. «*Man kan ikke vite hva pengene brukes til, det er opp til foreldrene*», bemerket en frivillig. En lokal virksomhet påpeker at de kjøper gavekort på sentre der det ikke er vinmonopol.

Og så er det noen som hadde ønsket seg mer, og noen som har fått avslag av en eller annen grunn at den ikke er god nok eller at de faller ut av andre årsaker, da kan de få komme og velge gaver. Men de som får gavekort får også gaver. Vi er jo så rause vi kan. (frivillig ved gaveutdelingen).

Noen familier har gitt beskjed om at de ikke trenger hjelp til økonomi, men at de ønsker en familiekontakt. Noen få familier får ikke så mye av Juleaksjonen.

Organisasjonene nevner flere ulike beløp, som standard beløp som skal settes av for hvert barn. De opererer med beløp mellom 500 og 1000 kroner for hvert barn, men i en del tilfeller, er arrangementer mindre kostbare og beløpet per barn blir i realiteten mindre. Tilpasninger gjøres hos de fleste og i organisasjonene som er tette på enkeltindivider og familier beskriver de at det ofte gjøres individuelle prioriteringer.

I begynnelsen var det sånn «per barn» men så ser vi at det er forskjeller på hva de trenger. Så der har vi litt kunstnerisk frihet til å gjøre prioriteringer. (ansatt)

En koordinator beskriver målgruppen bredere enn sin kollega i en annen kommune.

[Målgruppa] er jo barn fra 0-18 år i lavinntekt, men alle familier som mottar hjelp fra Home-Start er innenfor våre vinger. Så vi har ikke en ordning som ikke dekker alle våre. Juleaksjonen er blitt «en greie» for [organisasjonen] som skal nå ut til alle. Så vi følger ikke den linjen helt stramt. Alle barna er ikke i lavinntekt, men de kan ha behov av andre grunner (ansatt lokal virksomhet).

Flere organisasjoner forteller at de mottar gave fra private givere rundt jul. Disse gavene er ofte ment til «de aller minste». Da kan organisasjonene prioritere eldre barn og ungdom og bruke noe mer per barn på dem.

Da kan vi prioritere ungdom og gi dem noe som er litt ålreit, da har vi allerede en gave til et mindre barn (lokalt ansatt).

Krisesentrene er i en spesiell situasjon fordi tilfanget av barn er ustabil og endres fra dag til dag. Noen barn kan være inno i to dager, mens andre kan bo på sentret i opptil tre måneder, og det er vanskelig å komme utenom at noen vil få mer enn andre. Det påpekes videre at aktiviteter for de eldste barna og ungdommene kan koste noe mer. Aktivitetene bør deles opp i noe for de yngste og noe annet for de eldste for å være attraktive beskriver en leder. Ved et krisesenter får imidlertid alle barna som er tilknyttet dagsenter eller boenheter mulighet til å delta i aktivitetstilbudet som arrangeres. I et bokollektiv tilknyttet et krisesenter, bor noen jenter på 18 år som har vært utsatt for æresrelatert vold eller forsøkt tvangsgiftet, forteller en avdelingsleder.

Vi inviterer de med selv om de er 18. De er gjerne med på å hoppe i hoppeslottet. Det er mye tapt barndom å ta igjen (avdelingsleder krisesenter).

En lokal virksomhet har inngått et samarbeid med et lokalt Inkluderingsiltak for barn og ungdom i byen. Samarbeidet i dette tiltaket går ut på at organisasjonen søker midlene og

gir de videre til samarbeidspartneren som lager julefest for barn og unge de har tilknyttet seg.

Jeg så mange unger som hadde ingenting, og ingen steder å være, de feira ikke jul, og ble veldig utenfor når alt annet var lagt opp rundt jul. Derfor satte jeg i gang med Julefesten. Da kunne alle fortelle at de hadde hatt en type jul (samarbeidspartner).

Lederen for initiativet forteller om julefest for 175 mennesker.

Noen ganger kommer det flere, vi er åpne for alle. Vi hadde kjøpt inn grøt, papptallerkener og leid lokale, og vi kjøper en julegave til 100 kroner per unge, de får godteripose. Jeg har aldri hørt om 750 kroner per unge, så vi er ikke der i det hele tatt. [Organisasjonen] har søkt om dette, jeg vet ikke noe om kriteriene der (samarbeidspartner).

En organisasjon sier at de i utgangspunktet beregner 750 kroner per barn, men at hvordan midlene fordeles er opp til koordinatoren lokalt.

Hvis ett barn har et behov for en kjeledress til 1000 kr, så kjøper hun det, og så er det en annen som kanskje får litt mindre (ansatt nasjonalkontoret).

Koordinatoren bestemmer, men det er noen bestemte retningslinjer. En lokal koordinator sier:

Men jeg tror også vi er veldig edruelige når vi søker om dette. Vi har ligget på det samme nivået i ganske mange år nå, med 750 kroner per barn. Vi er kanskje for forsiktige. Hadde vi begynt å ta av og søke om masse greier, så... Vi er en samvittighetsfull gjeng som tenker at alle som trenger det skal nås.

Noen av organisasjonene kjenner hverandre og samarbeider ved enkelte julearrangementer. Hos noen aktører er det et ønske å tydeliggjøre bruk av midler og jevnere tildeling per barn. Når noen virksomheter satser på større arrangementer, mens andre gir individuelt tilpasset oppmerksomhet til høyere verdi, opplever organisasjonene at barna ikke får det samme tilbudet.

5.9 Tilbakemeldinger og ønsker fra organisasjonene

Organisasjonene har gjennom intervjuene og spørreundersøkelsen kommet med en del tilbakemeldinger og ønsker til Gjensidigestiftelsen. Disse har vi samlet, og vi gjengir tilbakemeldingene i det følgende.

God kommunikasjon med Gjensidigestiftelsen

Alle kontaktpersoner på sentralt nivå som er i dialog med Gjensidigestiftelsen, beskriver kommunikasjonen som god. Kontaktpersonene beskriver dialogen som enkel, hyggelig og imøtekommende. De opplever at Gjensidigestiftelsen er lydhøre overfor organisasjonenes forslag, behov og ønsker. Ved behov for ekstra tid til rapportering eller fleksible løsninger for å nå målgruppen, opplever organisasjonen at Gjensidigestiftelsen har tillit og strekker seg langt for å muliggjøre organisasjonenes ønsker.

Fleksibel ordning og åpne kriterier

Organisasjonene er videre fornøyde med organiseringen med én felles søknad på vegne av alle lokale virksomheter til Gjensidigestiftelsen. Det reduserer arbeidet for den enkelte lokale forening og samler organisasjonen om et felles prosjekt. Flexibiliteten i ordningen

trekkes frem som svært god, ved at både arrangementer og gaveutdeling, og en rekke andre initiativer kan få plass i samme ordning. Flexibiliteten gjør det mulig å tilpasse aktivitet underveis.

Det nevnes videre at det ville være nyttig å se til de andre aktivitetene i samme organisasjon og i de andre organisasjonene som drives med Juleaksjonen-midlene. Det er et uutnyttet potensial for å lære og få ideer av det andre i samme organisasjon har gjort. Noen peker videre på behovet for å vurdere hva som gir best effekt og opplevelse for målgruppen, for eksempel om det er riktig å fortsette å gi gaver, sett opp mot å tilrettelegge for aktivitet eller at familiene kan gjøre aktiviteter selv.

Det uttrykkes noe usikkerhet rundt ulik bruk av midler på barn i de forskjellige organisasjonene. Enkelte organisasjoner kan tenke seg tydeligere føringer som gir «like mye penger per barnehode» uavhengig av organisasjon.

Noen lokale aktører peker på at en utvidet frist for perioden midlene kan brukes, kan føre til at man når flere i målgruppen. Noen mener at et vinterfokus vil være nyttig. Andre ønsker at juleperspektivet fastholdes både tematisk og som tidsperiode slik ordningen er i dag.

Men samtidig, hadde datoen vært litt senere, så kunne vi hatt juletreffest i januar, for mange har så mye greier desember (ansatt lokal virksomhet).

Flere peker på at desember er en travel måned for mange, både i målgruppen, ansatte og frivillige. Med rapporteringsfrist i slutten av januar, blir deler av januar mindre aktuell for gjennomføring av aktivitet.

Søknadsprosess

Alle organisasjonene beskriver nokså like årlige søknadsprosesser, der sentralt ledd søker Gjensidigestiftelsen i forkant av intern utlysning om midler. Flere organisasjoner peker på at det er flere fordeler ved å snu rekkefølgen, slik at de lokale sender sine søknader til sentralt ledd i forkant av søknaden til Gjensidigestiftelsen. På den måten ville søknadene til stiftelsen, og i sin tur tildelingene, ta utgangspunkt i variasjoner og endringer lokalt, og ikke kun bygge på fjorårenes tildelinger, i like stor grad som den gjør nå.

Da hadde vi klart å sette noe som er oppdatert inn i søknaden. Det vi har i søknaden baserer seg på tidligere søknader og rapportering fra i fjor. Vi åpner stadig nye [lokale virksomheter og tiltak], organisasjonen utvikler seg, og vi vet ikke alltid hva vi kan forvente i lokale søknader (ansatt sentralt).

Det kunne vært tidligere søknad fra oss lokalt først, der vi kunne meldt inn nyoppståtte utfordringer, nye situasjoner og nye behov (ansatt lokal virksomhet).

I tilknytning til tidligere lokale søknader, foreslås det også at beskrivelser av tidligere erfaringer fra ulike aktører i aksjonen kunne være tilgjengelige for alle som vil søke eller vurderer å søke. På den måten kan man bli inspirert til tiltak og ideer for Juleaksjonens innhold i søknadsprosessen.

Tidligere tildeling

Den tydeligste tilbakemeldingen fra organisasjonene til Gjensidigestiftelsen, er ønsket om tidligere tildeling. Både sentralt og lokalt i organisasjonene melder flere at det ville være fordelaktig at prosessen med søknader, tildeling og utbetaling skjer tidligere. Organisasjonene antar at midlene kommer, men usikkerheten medfører at planlegging ikke starter før klarsignal er gitt.

Vi søker sent og får svar ganske sent – det fører til noe usikkerhet og treghet i systemet. Vi antar alltid at vi får. Men det er noe som kunne vært justert, for avdelingene sin del som planlegger ulike aktiviteter for barn og unge med fattigdomsutfordringer, de kan ha god nytte av å vite og å kunne spikre tidligere. Da kunne man gjennomført flere aktiviteter (ansatt sentralt).

Tidligere tildeling vil være fordelaktig også for den interne kommunikasjonen i organisasjonene. Sentralt ledd i organisasjonene opplever generelt mange henvendelser fra lokale enheter i desember.

Vi er egentlig allerede overarbeida i desember, så det er fint at vi får vite fra Gjensidigestiftelsen i god tid, sånn at spørsmålene fra avdelingene kan komme tidligere enn i desember (ansatt sentralt).

Sentralleddene ønsker å kunne dele ut midlene tidligere slik at lokalforeningene skal kunne planlegge aktivitetene bedre. Da vil de også kunne nå flere, mener de. Også lokale ledd ønsker tildeling så tidlig som mulig, for å kunne planlegge desember så godt som mulig. I tillegg til forutsigbarhet i organisasjonene, er tidligere tildeling også av verdi for målgruppen. Vissheten om at det blir mulig å få støtte til jul, er i seg selv med på å dempe effektene av fattigdom i julehøytiden.

De har mindre bekymringer i forkant fordi vi er tidlig ute og sier at dette ordner seg, og det gjør igjen noe med den psykiske helsen både til ungene og til foreldra, vil jeg tørre å påstå (ansatt lokal virksomhet).

I spørreundersøkelsen er det en del som uttrykker at de ønsker en tidligere tildeling for å kunne planlegge bedre og dermed inkludere flere. Det er også noen som nevner at det er en ulempe at søknadsfristen er i sommerferien, ettersom personalet avviker ferie da, og noen melder om at de ønsker enklere digital rapportering. Et par lokale enheter kunne tenke seg å søke direkte til Gjensidigestiftelsen i stedet for å måtte gå gjennom større organisasjoner.

På spørreundersøkelsens spørsmål om *hvordan det ville fått betydning dersom avgjørelsen om tildeling av midler kom på et tidligere tidspunkt i året*, svarer 70 prosent at det ville gitt dem bedre tid til å planlegge, og 19 prosent svarer at det ikke ville gjort noen forskjell. De resterende 11 prosent svarer andre alternativer.

Respondentene trekker fram flere fordeler ved å kunne planlegge bedre. Det første er det knyttet til aktivitetene i seg selv: Noen mener de ville kunne fått til et bredere spekter av aktiviteter, samt flere større opplevelser, som teater, opplevelsespark o.l. dersom de hadde hatt bedre tid på seg. Det andre er knyttet til målgruppa: En del nevner at de ville nådd ut til flere lavinntektsfamilier, fordi de da hadde hatt mulighet til å bruke mer tid på å nå ut til målgruppen. Noen svarer dessuten at de ville hatt bedre mulighet for å involvere barna og barnas ønsker i planleggingen dersom midlene hadde kommet før. Det tredje angår de frivillige: Flere melder om at bedre tid ville gjort det enklere å rekruttere flere frivillige. Den fjerde fordel som nevnes angår virksomhetens ressurser: Noen av organisasjonene nevner at det er travelt før jul, og at en tidligere tildeling ville lettet arbeidspresset i førjulstiden.

Av de som svarer andre alternativer er det en liten andel som mener det ville vært negativt dersom avgjørelsen om tildeling kom tidligere, med premisset at søknadsfristen også da vil være tidligere på året. En nevner for eksempel at man tidlig på året ikke vet hvor mange barn det søkes for.

Rapportering

Organisasjonene uttrykker at det er positivt at ordningens rapportering ikke er mer omfattende og komplisert enn den er. Noen av organisasjonene peker på at det ikke er krav om revisorgodkjenning og at det er både kostnads- og tidsbesparende. Både ansatte og frivillig nevner at rapporteringen likevel kan oppleves som tidkrevende. Lokale virksomheter sender sine rapporter inn til sentralt ledd i organisasjonene. Sentralt sammenstilles et overordnet aggregert rapport som sendes til Gjensidigestiftelsen. Noen organisasjoner legger ved narrative beskrivelser med «gode historier» og bilder.

En del opplever at fristen for rapportering er knapp og går på bekostning av aktivitet som kunne vært planlagt til januar. For å ivareta de frivillige som skal ha den tiden de trenger for å gjennomføre aktivitet og rapporterer inn, fremholder noen organisasjoner at det er ønskelig med senere rapporteringsfrist. Siste frist for innrapportering er kort tid etter at det er mulig å ha siste aktivitet i januar.

For oss som har så mye forskjellig vi driver på med, skulle vi helst hatt tre måneder for å få gode nok regnskapstall. Ofte etterfakturer jo de lokale, og så skal det videre til distrikt, og så skal det til sentralt (ansatt sentralt).

Aktivitets- og opplevelsesbehov ellers i året

Juleaksjonens tilknytning til jul oppleves som god. Samtidig påpekes det at det for mange er mye som skjer i desember.

Å kunne bidra i julefeiringa er kjempestrålende, men å invitere til fine hendelser i januar og februar, når det er mange dyre regninger å betale og mørkt ute, hadde vært kjempefint (ansatt lokal virksomhet).

Ved å utvide Juleaksjonens periode for aktivitet, vil man kanskje kunne nå flere, eller kunne planlegge større turer med overnatting, foreslår noen. En koordinator nevner at da ville også overnattingsturer kunne være del av aksjonen. Flere frivillige og ansatte er også opptatt av at barn i lavinntektsfamilier har stort behov for aktivitet og opplevelser også ellers i året, og noen nevner at eventuelle restbeløp fra Juleaksjonen gjerne skulle gått til slike aktiviteter heller enn tilbakebetaling.

6 Drøfting og konklusjoner

Hovedformålet med denne evalueringen har vært å bidra til et grunnlag for bedre fremtidige støtteordninger. Som del av oppdraget skal vi gi råd og refleksjoner om hvordan fremtidige støtteordninger for Juleaksjonens målgruppe kan utformes. I det følgende drøfter vi hovedtemaene i evalueringen og konkluderer med noen anbefalinger for å styrke måloppnåelse og bidra til Gjensidigestiftelsens ønskede virkninger for målgruppen.

6.1 Gjensidigestiftelsen rolle i filantropisk arbeid

Dette punktet er basert på litteraturstudien.

Våre vurderinger bygger dessuten på forutsetninger om at

- Gjensidigestiftelsen vil bruke frivillige organisasjoner som kanal for tiltak overfor utsatte grupper
- Frivillighetserklæringen brukes som ramme for innsatsen

Vi mener at litteraturstudien ga skuffende få studier som framstår som relevante for stiftelsens virksomhet. For eksempel omhandler ingen av studiene hvordan man skal lykkes best med filantropisk virksomhet. Det vi sitter igjen med er følgende:

1. Prioriteringer om bruk av allmennnyttige ressurser bør i hovedsak skje i politiske organer
2. Bruk av frivillige organisasjoner for gjennomføring av tiltak bør sikre at de frivilliges styrker ikke undergraves
3. Innovasjon kan være nyttige bieffekter av de frivilliges arbeid

Etter vår mening tilsier punkt 1 at Gjensidigestiftelsen bør legge vekt på at de frivillige organisasjonene som brukes for gjennomføring av tiltak har godt samarbeid med forvaltningen slik at de kan tilpasse seg forvaltningens vurdering av behov (tiltak og målgruppe).

Punkt 2 tilsier at organisasjonene bør få frihet i utforming av tiltakene slik at gjennomføringen kan styrke organisasjonene, mobilisere medlemmer og frivillige og tilpasses organisasjonenes øvrige virksomhet.

I litteraturen (jf. Kobro, 2019 og Loga, 2015) pekes det på at sosiale innovasjoner finner ofte sted der velferdsstatens tradisjonelle sektorer kombineres; frivillig-, privat- og offentlig sektor. Juleaksjonen og de deltagende organisasjonene kan ses som et eksempel på dette. For innovasjoner i organisasjonene skal få sterkest mulig effekt, må kunnskap om løsningene spres. Punkt 3 tilsier derfor at Gjensidigestiftelsen bør vurdere om det bør etableres ordninger for læring fra tiltak som Gjensidigestiftelsen finansierer.

6.2 Juleaksjonen – utforming og forvaltning

6.2.1 Relevans

Vi mener at verken intervjuene eller spørreundersøkelsen tilsier at midlene til Juleaksjonen heller burde vært brukt på noe annet. Men samtidig er det en del som uttrykker at prioritering innenfor målgruppen er vanskelig og at det er andre formål som er like relevante, herunder opplevelser i årets andre ferier og å finne veier inn i ordinære aktivitetstilbud. mv.

Juleaksjonens relevans ligger i Juleaksjonen som del av en større helhetlig innsats overfor målgruppen og gir best effekt når den er knyttet til tilbud som er varige eller som kan antyde vei inn i fellesskap og sammenhenger også etter jul. Like fullt er Juleaksjonens «øyeblikksopplevelser» av verdi. Juleaksjonen har flere positive virkninger for barna i målgruppen, ifølge ansatte og frivillige. Foreldre og barn vi snakket med er fornøyde med tilbudene de har deltatt på og peker på viktigheten av opplevelser i fellesskap med andre. Aktivitetene i Juleaksjonen ligner aktivitetstilbudet som drives av organisasjonene ellers i året, men får et løft og noe ekstra til jul ved hjelp av midlene fra Gjensidigestiftelsen. Gjennom aktiviteter og tiltak som oppfyller Juleaksjonens kriterier, har ordningen relevans ved å finansiere tiltak som gir barna erfaringer av fellesskap, mestring, glede og opplevelser knyttet til julehøytiden.

6.2.2 Effekter

Vi har ikke grunnlag, verken fra litteraturen eller på grunnlag av vår egen datainnhenting, for å konkludere om effektene av Juleaksjonen på målgruppen, bortsett fra at informasjonen klart indikerer at Juleaksjonen gir gode opplevelser både for barna i målgruppen og andre aktører. Det er ikke grunnlag for å vurdere om Juleaksjonen også har effekter på lengre sikt.

I tillegg vil vi peke på at Juleaksjonen virker motiverende på de frivillige og ansatte i organisasjonene og at tiltakene gjør at organisasjonene knytter kontakter til nye personer i målgruppen slik at disse kan nås også gjennom andre tiltak. Vi har også spurt ansatte i organisasjonene om de mener at det er riktig å prioritere Juleaksjonen, altså om de, hvis de hadde hatt myndighet, ville overført midler fra eller til andre tiltak. De fleste uttrykker at de vil beholde Juleaksjonen som den er. Mange har ikke en klar oppfatning. De ser Juleaksjonen som et godt tiltak, men det samme kan sies om de andre tiltakene. De ser derfor ikke grunnlag for å konkludere om Juleaksjonen bør prioriteres opp eller ned, sammenlignet med andre tiltak.

Inntrykket fra observasjonene er at kvaliteten på de lokale tiltakene er variabel. Hvis vår vurdering av kvaliteten er riktig, bidrar det til å svekke effektene av hele tilskuddsordningen.

6.2.3 Forvaltning

Juleaksjonen har en meget enkel modell for utlysning, søknadsbehandling og utbetaling. Kontroll er i realiteten overlatt til organisasjonene som mottar tilskudd.

Denne enkelheten innebærer at det brukes ganske små ressurser på administrasjon, både i Gjensidigestiftelsen og i sentralleddet i organisasjonene. På lokalt nivå derimot, kan administrasjonskostnadene bli betydelige fordi utdeling av gaver eller gavekort kan kreve en del dokumentasjon. Disse kostnadene på lokalt nivå følger ikke av kravene Gjensidigestiftelsen stiller, men følger av organisasjonenes egne regler for økonomiforvaltning. En hovedkonklusjon er derfor at prosedyrene for søknad, tildeling og rapportering bidrar til lav ressursbruk på administrative funksjoner.

Proseduren for tildeling gjør også at Gjensidigestiftelsen i liten grad har innflytelse på om midlene fordeles til organisasjoner, enheter og tiltak som gir best måloppnåelse. Avveining mellom fordeler og ulemper ved denne enkelheten er dekket av neste tema: Utforming.

6.2.4 Utforming

Drøftingen over tilsier at Gjensidigestiftelsen bør vurdere om det er mulig å styrke kvaliteten på tiltakene uten (sterk) økning i administrativ byrde.

Vi har, delvis basert på erfaring med evalueringer av statlige tilskuddsordninger, skissert følgende alternativer som kan vurderes

1. Kvalitetsvurdering av lokale søknader og søkere
2. Stille krav til organisasjonenes kvalitetsarbeid, særlig kompetanseoppbygging for de som utformer og gjennomfører tiltakene
3. Tiltak for kompetanseoppbygging, for eksempel i form av erfaringsutveksling mellom de som driver lokale tiltak
4. Sentral veiledning, for eksempel materiale om «gode grep/god praksis» og eksempler på svak utforming som lokale arrangører kan bruke ved utforming av tiltak

Vi mener alternativ 1 vil måtte innebære at de lokale arrangørene må dokumentere at de har god kompetanse og en god plan for sine tiltak. For at en slik dokumentasjon skal gi Gjensidigestiftelsen (eventuelt sentralledet i organisasjonen) et godt grunnlag for å vurdere ulike søknader opp mot hverandre, mener vi dokumentasjonen må være ganske omfattende og at arrangøren setter seg inn i hvordan en slik søknad bør utformes. De fleste lokale tiltakene som finansieres av midler fra Juleaksjonen er ganske små. Krav om kvalitetsvurdering av hvert lokale tiltak vil kreve administrative ressurser som ikke vil stå i rimelig forhold til tiltakenes omfang. Vi vil derfor ikke anbefale dette alternativet.

Alternativ 2 innebærer krav om at sentralledet i organisasjonene driver opplæring eller veiledning av de lokale enhetene. Arbeid med tiltak for barn kan sies å stille særlig krav til forståelse av hva som er viktig for barn og hvordan man kan gi barn dette. Vi mener dette alternativet kan være hensiktsmessig, men er usikre på om dette skal formuleres som et krav eller som en anbefaling.

Gjensidigestiftelsen kan selv initiere opplæring i form av erfaringsutveksling mellom organisasjonene (alternativ 3). Trolig kan det være fornuftig at slike aktiviteter ikke avgrenses til Juleaksjonen, men gjennomføres for alle barnerettede tiltak som Gjensidigestiftelsen finansierer eller med bredere deltagelse uavhengig av finansieringskilde. Jo bredere deltagelsen blir, jo mindre naturlig er det at Gjensidigestiftelsen tar en lederrolle i arbeidet. Man kan kanskje tenke seg at de frivillige organisasjonene med mest barnerettet virksomhet kan stå for slike aktiviteter, men kanskje med finansiering fra Gjensidigestiftelsen. Dette temaet omtales også i avsnitt 6.3.2.

Gjensidigestiftelsen har laget en relativt kortfattet beskrivelse av innretningen på tiltak som finansieres av Juleaksjonen. Alternativ 4 kan ta form av en presisering av denne beskrivelsen samt beskrivelse av «gode grep» og fallgruver. Vi mener dette kan være et godt tiltak.

Alternativene 2, 3 og 4 er alle pedagogiske tiltak som delvis virker på samme måte. Selv om de ikke er strengt gjensidig utelukkende, vil det trolig være hensiktsmessig å velge mellom dem. Vi har ikke grunnlag for en klar anbefaling om hvilket alternativ Gjensidigestiftelsen bør velge.

6.3 Anbefalinger

6.3.1 Mer medvirkning

Barna i Juleaksjonen er i stor grad holdt utenom planlegging og organisering av aktivitetene. Hensikten med dette kan være at de ansatte og frivillige ønsker å skjerme dem fra å måtte forholde seg til tiltak som skal avhjelpe krisesituasjoner eller effekter av lavinntekt. Ønsket om å skåne eller beskytte barna, kan samtidig frata dem muligheten til å være aktive aktører på en viktig arena i sitt liv, ikke kun i Juleaksjonen isolert, men i utformingen av tilbud i regi av frivillige organisasjoner som er ment for dem. For eksempel kan en julegave være «perfekt» eller «ubrukelig», og en julefeiring kan være kjedelig eller fin, og å få barnas stemmer med, vil bidra til bedre og mer treffsikre aktiviteter.

Tidvis bærer Juleaksjonen preg av å skje «i all hast». Det er kort tid for planlegging og det er sjelden etablert gode prosesser for å ta med erfaringer fra tidligere år, innhente brukererfaringer, samt å bruke tid på å innhente behov og ønsker for fremtidige juleaktiviteter. Hva vil kunne dempe effekter av fattigdom i best mulig forstand for en gruppe barn i målgruppen? Hvordan oppleves fellesskapene? Blir Juleaksjonens aktiviteter «noe utenom det vanlige» i positiv forstand? Tidligere studier viser at en del unge ønsker mer åpenhet rundt fattigdomstematikk. Organisasjonene jobber imidlertid med å dysse ned at tiltakene har en uttalt målgruppe. Hva er best for dem som deltar? Disse spørsmålene er det grunn til å reflektere over i en del av de lokale virksomhetene. Mange av de lokale virksomhetene beskriver at barnets behov står sentralt gjennom valg og tilpasninger som gjøres i aktivitetstilbudene. Flere av organisasjonene kan utarbeide metoder som gir barna reell medvirkning, og Juleaksjonen kan bidra til dette gjennom en tydelig forventning om at barns medvirkning er del av utforming av tilbudene.

6.3.2 Sørge for erfaringsutveksling

Juleaksjonen er en lokalt styrt aktivitet, der sentralledd i liten grad kvalitetssikrer og legger føringer. Aksjonens fleksibilitet fremholdes som nøkkelkriterium for entusiasmen den har evnet å opprettholde og de gode resultatene aksjonen gir alle som er involvert. Ansatte og frivillige har imidlertid begrensede ressurser til videreutvikling av Juleaksjonens aktivitetstilbud, og i mange lokale virksomheter bærer aksjonen preg av å være planlagt på kort tid og å repetere det samme som i fjor og årene før. Aktørene er lite kjent med hva som ellers skjer i Juleaksjonen, både innad i egen organisasjon og mellom mottakerorganisasjonene.

En rekke gode grep gjøres for å tilby treffsikre juleaktiviteter for målgruppen, når det gjelder attraktivt innhold, tilpasninger for å få med nye deltakere, kvalitetssikringsarbeid blant frivillige, brukermedvirkning og arbeid for å motvirke stigmatisering og ekskludering. Denne erfaringen deles ikke systematisk per i dag.

Erfaringsutvekslinger kan være effektive for å dele informasjon, ideer og metoder for å løfte kvalitet, tenke nytt, sikre barns medvirkning og dele erfaringer til inspirasjon for andre. For eksempel kunne en faglig veileder presentere gode grep og mulige fallgruver i Juleaksjonens aktivitetstilbud, samt presentere gode metoder for medvirkning og kvalitetsarbeid i arbeid med barn.

Frelsesarmeen, Røde Kors, Kirkens bymisjon og Blå Kors Ung er alle del av organisasjonsnettverket NDFU (Nasjonal dugnad mot fattigdom blant barn og unge) og de tre førstnevnte sitter også i styringsgruppen for nettverket. NDFU har utviklet informasjons-

og handlingsverktøyet «ALLEMED» som skal sette organisasjoner i stand til å arbeide systematisk med inkludering og medvirkning. På lokalt nivå i organisasjonene kunne verktøyene med fordel være mer kjent og tatt i bruk.

Man kan også se for seg at Juleaksjonen kunne være et forum for årlig erfaringsutveksling, i forbindelse med planlegging av aktivitet, og/ eller som evaluering etter gjennomført aktivitet. Kanskje er det mer hensiktsmessig å ha felles erfaringsutveksling med andre som mottar finansiering til barnerettede tiltak fra Gjensidigestiftelsen, eller også felles med andre som driver lignende arbeid basert på annen finansiering. Frivillige og ansatte fra organisasjonene kunne bidra til erfaringsutvekslinger på tvers av organisasjoner. Aktuelle temaer for slike seminarer, er mange og en rekke mulige problemstillinger presenteres i denne rapporten.

6.3.3 Aktivitetsvalg begrunnet i behov

I kombinasjon med økt brukermedvirkning, vil det å aktivt begrunne valg av aktivitet, være hensiktsmessig og bevisstgjørende. Hva ligger til grunn for organisasjonenes valg av aktivitet? Rapportering fra organisasjonene og spørreundersøkelsen i denne evalueringen, viser at en stor andel av midlene i Juleaksjonen går til gaveutdelinger. Årsakene til at gaver prioriteres over for eksempel sosiale arrangementer, er ikke etterspurt av Gjensidigestiftelsen eller sentralt ledd i organisasjonene. Beslutningene om å tilby det ene eller det andre, gjøres i den enkelte lokale virksomhet, og begrunnelsene fremkommer ikke nødvendigvis i søknader.

Ansatte og frivillige velger tiltak på bakgrunn av målgruppens oppgitte behov, i tillegg til oppfatninger om deres behov. En del organisasjoner har de siste årene dessuten tydd til mer julegaveutdeling enn de normalt sett ville, fordi smittevernsregler har gjort sosiale arrangementer krevende å gjennomføre. En del har fått til mindre samlinger og utendørsaktivitet, mens mange har sett utdeling av gaver som et godt alternativ. Ved å etterspørre begrunnelse for aktivitetsvalg, og på hvilke måter aktiviteten skal møte barnas behov, vil ansatte tilretteleggere og frivillige som planlegger aktivitet i Juleaksjonen kunne få en mer treffsikker innretning av tiltak.

6.3.4 Tydeliggjøring av kriteriene

En del ansatte og frivillige problematiserer prioriteringen, som i mange tilfeller må gjøres overfor målgruppen i Juleaksjonen. Det oppleves problematisk for flere å skulle prioritere innenfor en større gruppe av mennesker som trenger hjelp. Vurderingen av hvem som trenger hjelpen mest, er ressurskrevende og kan oppleves som forskjellsbehandling både for dem som må utføre prioriteringen og for en del i målgruppen. Hos mange lokale virksomheter er det ikke systematikk i prioriteringen, som gjøres på bakgrunn av kjennskap og skjønn. Andre iverksetter søknadsordninger for å «dokumentere» og sammenlikne behov. Vi ser ikke helt at det kan være hensiktsmessig at Gjensidigestiftelsen avgrensner målgruppen mer presist, men kanskje kan det være mulig å løfte fram eksempler på kriterier og metoder for avgrensning som ulike lokale enheter har brukt og som de mener har fungert godt.

6.3.5 En helt vanlig jul – for hvem?

Juleaksjonens kriterium om å gi barn i målgruppen «en helt vanlig jul» legger opp til fortolkning av hva «en vanlig jul» vil si. Hva «en vanlig jul» ender opp med å bli, vil i stor grad være opp til den eller de som planlegger innholdet i aksjonen. Våre intervjuer og

spørreundersøkelse viser at det i hovedsak er ansatte tilretteleggere som står for planlegging av innhold i Juleaksjonen. En del frivillige er også med i utforming av aktivitetene. I begge tilfeller vil planleggerne av Juleaksjonen, være godt voksne personer med sine assosiasjoner til hva en vanlig jul bør innebære. Juleaksjonens intensjon kan forstås som muligheten til å gi barn opplevelser som gjør at de ikke skiller seg negativt ut fra det andre jevnaldrende gjør. For eksempel fremgår det i denne evalueringen at oppmerksomheten mot 24. desember og julegaver ikke er like stort hos alle i målgruppen. En mer fleksibel formulering av kriteriet vil kunne åpne for mer treffsikre aktiviteter, mer løst fra tradisjonelle oppfatninger av «en vanlig jul», og kunne løfte barnas ønsker og forhåpninger, over tilretteleggerens oppfatning. Ved å tenke nytt om aktivitetenes innhold og undersøke hva forståelser av å dempe effektene av fattigdom for barn i lavinntektshusholdninger i julen *kan* være, kan organisasjonene frigjøre seg fra antakelser om hvordan julen «skal være», og hva man har gjort før, og rette seg mot det som vil gi mest fellesskap, glede, og mening for barna i målgruppen.

6.3.6 Tidligere tildeling

En gjennomgående tilbakemelding fra lokale virksomheter i organisasjonene, er at tidligere tildeling vil kunne gi bedre planlegging og mer variert aktivitet for flere i målgruppen. Flere lokale virksomheter melder at bekreftelse på innvilget søknad og tildeling, kommer sent og tett på advent.

Ifølge Juleaksjonens årshjul sender Gjensidigestiftelsen tildelingsbrev til organisasjonenes sentralledd i siste del av september. Den interne fordelingen og tildelingen i organisasjonene skjer så i løpet av oktober og delvis i november. Gjensidigestiftelsen bør vurdere tidligere tildeling. Videre kan de oppfordre organisasjonene til raskere fordeling til lokale ledd.

Vedlegg: Observasjoner

Observasjon: Utendørs julefeiring

Innendørs julefest med julegrøt, gløgg og nissebesøk, er erstattet med utendørs gløgg, julekaker og gaveutdeling utenfor en frivillighetssentral. Fakler er satt opp, bål er tent i bålpanna og rundt ti frivillige og ansatte serverer gløgg og kaker til de som ankommer. På grunn av smittevernregler, er det munnbindpåbud under hele arrangementet, og det gjør kanskje at det er noe vanskelig å få god kontakt med de ulike deltakerne. For de frivillige virker det imidlertid som det har liten innflytelse på hvordan de omgås besøkende som har møtt opp. De nyere frivillige virker å være litt mer tilbakeholdne. Ettersom restriksjonene setter en stram begrensning på hvor mange som kan delta, er kun flyktningfamilier invitert til dagens julearrangement. Det er rundt 70 familier som er invitert, til ulike tidspunkter mellom klokken 17 og 19, slik at det ikke skal ansamles for mange samtidig.

Familier kommer, noen sammen med barn, andre uten. Noen av barna ser ut til å kjenne de frivillige og stedet godt, og de er komfortable med en gang: de løper bort til de ansatte for å prate, hylar, danser, løper og leker med de andre barna som kommer. Andre av barna er nyere på stedet, de opptrer mer sjenert. Noen nye familier kommer også uten barn, de frivillige prater ekstra lenge med disse, «det er viktig å ta ekstra godt vare på de nye som kommer», forteller en frivillig som serverer dem kaker og gløgg. De fleste familiene står lenge og prater med de frivillige og de andre familiene, det virker som om mange kjenner hverandre, og at dette er et viktig sted for nettverksbygging i bydelen. Mange av foreldrene snakker dårligere norsk enn barna, så barna fungerer i noen tilfeller som en slags tolk mellom frivillige og foreldre. Ellers leker barna med hverandre, og de voksne snakker sammen.

Arrangørene har også invitert en familie som er nyankomne i bydelen, som hverken snakker norsk eller engelsk. De frivillige forteller at de er usikre på om familien vil tørre å komme, «men vi håper jo de kommer, vi har alt koblet dem med en av de andre brukerne her som snakker samme språk». Noen familier blir ikke lenge, de slår av en kort prat, henter en gavepose og går. I tillegg til gaveposen, får de en pose med utgåtte varer fra et telefonselskap som har byttet navn og logo, termosar, fleecejakker, gymbagger og drikkeflasker. Gaveposene er satt sammen med midlene fra Juleaksjonen. «Vi er mindre opptatt av å gi barna leker med Juleaksjonen-midlene, det er ullklær de trenger», sier en av lederne. Gaveposene inneholder ullklær som de frivillige har funnet på førjulsalget, da det er 40 prosent på Pierre Robert-klær på Coop, og gavekort på matbutikk, «sånn at familiene får laget en god julemiddag».

På anlegget spilles «Last christmas» av Wham, og en jente på 10-11 år, begynner å lære de voksne hvordan vi skal danse til sangen og retter på oss når vi ikke gjør det bra nok. Barna virker som de har et nært forhold til de ansatte, og det virker som de føler dette som en trygg plass. De er mindre opptatt av gaveposene, og mer av kakene og leken med de andre barna. Et barn forteller at frivillighetshuset er kjempefint å komme til, at «det er hyggelig å feire jul her, og gøy å treffe de andre barna».

Deltakerne går inn selv om smittevernregler tilsier at alle skal være ute. Noen ungdommer løper stadig inn og ut av huset, uten munnbind, som egentlig var påbudt. Det ser ut til at arrangørene prioriterer at deltakerne skal ha det hyggelig og at de får dyrke nettverket.

Observasjon: Gaveutdeling ved en lokal virksomhet

Ved en lokal virksomhets lokaler, er en stor gaveutdeling forberedt og skal foregå over to dager noen uker før jul. En omfattende logistikk er etablert for utdelingen. De frivillige møter på forhånd til rigging av lokalene og får beskjed om hvordan gjennomføringen er tenkt. Ulike roller skal fylles. Et par frivillige er dørvakter og skal sørge for kontrollert innslipp og håndsprit ved inngangen. Noen frivillige har en vertskapsfunksjon, de er tilgjengelige i lokalet, videreformidler beskjeder og skal servere pepperkaker. Andre frivillige sitter klare i forsamlingslokalet ved registreringsbord med PC-er, og skal sørge for å registrere de som får sin tildelte levering. To frivillige står ved trappen ned til gaverommet, og to står ved inngangen til registreringsrommet. Et knippe frivillige er også plassert i kjellerlokalet der gavebordene er forberedt, og skal geleide foresatte gjennom utvelgelsen av gave, med hensyn til alder og kjønn.

Dørene åpner kl. 18.00 og én etter én slippes mottakerne inn fra køen som strekker seg langt utenfor hovedinngangen. Døren er stengt og dørvakten slipper folk inn og ut. Han sjekker at mottakerne er på rett plass. «Har du fått SMS om at du kan komme i dag?» Etter håndsprit tildeles et lodd, som fungerer som kølapp, og mottakerne blir vist til et sted de kan sitte og vente, i inngangspartiet eller i en kafédél i rommet ved siden av.

Lokalene fylles raskt opp av mennesker som venter. En mann roper opp nummer i mikrofon etter hvert som det blir ledig i registreringsrommet. «Nå kan vi ta en til». «Og en til». Beskjeden bærer ikke alltid frem, og de frivillige gjentar beskjeden ved å rope over inngangspartiet, slik at det skal høres hos de som er i kafeen. «En til!» Alle skal ha søkt på forhånd, og har oppgitt blant annet navn og adresse, antall barn i familien og alder på barna.

Hver familie skal få en matkasse kjørt hjem og får velge seg ut én gave til hvert barn. Matkassen er et samarbeid med en kommersiell matleverandør og inneholder én middag og én frokost til hele familien. Familiene kan velge mellom torsk, skinke eller ribbe. De fleste kommer alene uten barn, mens andre har med seg barna. Noen av barna blir også med ned i gaverommet for å velge gaver, andre sitter igjen og venter oppe eller ute i bilen.

Noen gaver er gitt av bedrifter, andre er kjøpt inn for penger fra julegryta og fra juleaksjonenmidlene. Gavene er sortert etter alder de er ment for, og ligger på gutte- og jente-gavebord. Når registreringen er i orden, følges én og én mottaker av en frivillig, for å finne frem til en gave som kan passe barna i familien. I tillegg til gaver, kan mottakerne også velge et ullprodukt til hvert barn, som sokker, hals, lue og votter. Dersom mottakeren ønsker det kan de få gavene pakket inn av frivillige i et tredje rom, eller man kan få med papir og bånd og pakke inn selv. Barna som er med ned i gaverommet ser ut som de synes det er fint å få velge noe til seg selv og søsken.

Barna som venter oppe, sitter på benker og stoler med sine familier. Noen ser ut i luften. Det er ikke noe spesielt som skjer. En frivillig deler ut pepperkaker. Inne i menighetssalen, som brukes som registreringsrom, er lyset dempet og det er tent stearinlys. Det er tiltak for å gjøre det litt stemningsfullt, «det kan være både fint å få hjelp og vanskelig å måtte komme hit. Det må vi prøve å ta hensyn til», forklarer en frivillig. Vanligvis er det noe mer aktivitet og opplegg for barna rundt dette, forteller korpsleder. Det har de droppet i år på grunn av smittevern.

En mor og to barn sitter ved et av bordene for registrering. Den ene sønnen er rundt 9-10 år, og hjelper moren. Han oversetter fra arabisk til norsk og forsøker å oppklare noe for moren og for organisasjonsrepresentanten, som sitter bak PC-skjermen. Det tar noe tid å få registreringen i orden. Gutten må spørre og forklare på vegne av både mor og den

frivillige. De får beskjed om å sette seg på en benk og vente. Til slutt blir registreringsproblemet oppklart, og moren får kølapp til gaveutdelingen. De må vente en stund til. Når det blir deres tur, bes sønnene om å vente oppe, slik at så få som mulig går ned i gaverommet.

Observasjon: Kinobesøk for barnefamilier

På en kino er det kjøpt 20 billetter til barn og foreldre som skal se den nye innspillingen av «Tre nøtter til Askepott» sammen. Tiltaket er en del av Juleaksjonen for familier som er tilknyttet organisasjonens arbeid for familier i kriser, eller som trenger oppfølging og nettverk. To ansatte arrangerer aktiviteten, og skal møte familiene utenfor kinoen. De har sendt påminnelser og forklart reisevei og oppmøtetidspunkt til de foresatte som er påmeldt med sine barn. To familier møter til filmvisningen, en far med to døtre, og en mor med en sønn. Sted, tidspunkt og filmvalg er gjort med tanke på barnefamiliene, at det skal være lett fremkommelig og i grei tid før leggetid, forteller den ene ansatte. Likevel er det en del som ikke kommer, de har kanskje ikke fått det med seg, glemt det, eller prioriterer ikke kinoturen av andre årsaker. Den ansatte ringer opp de påmeldte som hun har navn og nummer til på en liste. De tre barna sitter på en benk og venter. De ser mot den lange køen med andre besøkende barn og voksne som kjøper brus, godteri og popcorn. De ansatte kjøper ikke godteri. «Det byr meg litt imot å kjøpe godteri på kino, fordi det er så dyrt», sier en av de ansatte. «Hadde vi tenkt på det, kunne vi kjøpt på Rema i forkant», sier en annen ansatt.

Gruppen på syv venter på at det skal komme flere. De ansatte snakker litt med dem mens de venter. Til slutt går gruppen inn i kinosalen for filmvisning. En ansatt forteller at det av erfaring er mest effektivt å ha ansatte med på organiseringen. De kunne ikke gitt billettene ut til familiene på forhånd, for det er ikke alle som ville organisert det selv og faktisk dratt, forklarer hun. Organisasjonen må stå for å bestille billetter, sende ut informasjon, hjelpe med å planlegge reisevei og sende påminnelser til foreldrene. De ansatte og frivillige skal legge til rette for at barna og foreldrene skal få en god opplevelse sammen med hverandre og med andre barnefamilier, beskriver hun.

En mor forteller i etterkant at hun er takknemlig for alt hun får delta på i regi av organisasjonen Hun var til stede på kinobesøket med sønnen:

Han synes det var litt skummelt. Han er ikke vant til å gå på kino, det var litt høy lyd. Han sa sånn «når kan vi gå ut, når er filmen ferdig?» Det var litt for mye for ham. Han kan ikke sitte rolig og han forstår ikke så mye, han er mer opptatt av å leke og løpe ute (mor).

Observasjon: Juletefest i en lokal virksomhet

En lokal virksomhet har mottatt midler fra Juleaksjonen som bidrag til sin «Juletefest» for sine ansatte. 28 personer er til stede på arrangementet, seks av dem er barn. Frivillige og deltakere i et arbeidstiltak er invitert til en juletefest. I tillegg er tre ansatte med og organiserer. En ansatt forteller at de er veldig glad for midlene «Da kan de gjøre litt ekstra og gi finere gave, og deltakerne kan ha med seg «noen» til feiringen og vise frem hvor de jobber».

Det er dekket på to langbord, men det er ikke noe juletre i lokalet. Buffet-middag er stilt opp i kantine-lokalene til virksomheten, et klassisk «norsk koldtbord». Trukket laks, ribbe, medisterkaker, poteter, saus, surkål, focaccia, wienerpølser, kylling, potetsalat, salater og eggerøre er dandert i en kjøledisk.

Daglig leder og de andre ansatte ønsker deltakerne velkommen når de kommer. Alle blir sett og tatt imot. Deltakerne, som til daglig jobber ved virksomheten som brukere i

arbeidstrening, har pyntet seg og har med seg samboere, søsken eller egne barn – sine nærmeste. Alle ønskes velkommen til bords av daglig leder, og hun sier videre at det er «spesielt hyggelig med dere «mini-ene» som er med», og at «Kanskje nissen kommer». Barna lyser opp når de hører om nissen. Gjestene setter seg sammen med de de kom sammen med, det ser ikke ut til at barna snakker med hverandre. De ansatte snakker litt med barna og ellers snakker barna med foreldrene og søsken.

Ved buffeten forsyner et barn seg med wienerpølse uten tilbehør. En ansatt henter ketchup når et av barna spør etter det. Et annet barn forsyner seg med litt laks, men den blir liggende på tallerkenen. Etter mat og litt prat, er det gaveutdeling. Daglig leder tar ordet og beklager at nissen ikke kom opp til dem, men at han har vært her og levert gaver. Ett av barna er på mobilen og får ikke med seg det som blir sagt. Alle de seks barna blir bedt om å komme opp, og får en plastjulestrømpe med godteri og et gavekort på kino hver. Deretter blir alle deltakerne ved virksomheten, og frivillige, ropt opp én og én, og mottar en julegave; en flaske eplemost og et glass solbærgele i cellofan, samt et gavekort på kjøpesenter. «Bruk det på deg sjøl» sier daglig leder til en av deltakerne.

Barna sitter ved bordet sammen med de voksne under hele arrangementet. De får beskjed om at de kan hente is i isboksen hvis de ikke vil ha desserten som er riskrem og karamellpudding. Alle som er til stede får høre noen fine ord om hver av deltakernes innsats det siste året «vi setter pris på dere, dere er savnet når dere ikke er her de dagene dere ikke kan komme på jobb, vi er glade i dere», sier daglig leder.

Observasjon: Akedag i romjulen

Vi møter opp ved en lokal virksomhet, og treffer tre ansatte som forbereder akedag. En av de ansatte har allerede vært på plass i noen timer og bakt pizzasnurrer som skal tas med på aktiviteten og laget toddy og kakao på 10 termos. Det er ingen frivillige med på aktiviteten, det er ansatte som står for alt av planlegging og gjennomføring.

Det er mest barn og mødre som er med på aktiviteter, forteller en annen ansatt. To ulike klubber med barn i alderen 6-8 år og 9-12 år, møtes en gang i uken til vanlig. Foreldrene engasjeres og må følge opp, «det er ikke en fritidsklubb», forteller den ansatte aktivitetslederen. En del av familiene, rundt 25 prosent, henvises fra barnevernet, som også dekker en av stillingene ved virksomheten. Andre hører om det fra barna som allerede går der, eller blir tipset i sitt nettverk. Så å si alle er familier med flyktning- eller innvandrerbakgrunn.

De kommer ikke alltid selv om de har sagt at de skal komme. Det er jo også noe av det disse familiene sliter litt med – å ta tak i livene sine. Så det må vi vende oss til og alltid forvente at det ikke er alle som kommer (ansatt lokal virksomhet).

29 personer er påmeldt til akedagen og aktiviteten skal vare fra klokken 10 til 12. Akebakken ligger rett ved virksomheten og er lett tilgjengelig og kjent for alle som er tilknyttet stedet. Noen andre barn og voksne er også ute og aker samtidig, selv om det er en del tåke. Litt over klokken 10.30 kommer to familier, en mor med to gutter og en baby i vogn, og en mor og far med to gutter og en jente. Barna blir ønsket velkommen når de kommer. «Så fint å se deg», «så fint at dere kom». En jente kommer og lager mjaueulyder og snakker om alt hun ser og er opptatt av, peker rundt seg og snakker en blanding av norsk og tigrinja.

Det blir med de åtte personene. De fem barna får rumpeakebrett og rattkjelker, og aker i snøen, mange ganger opp og ned i de to bakkene vi er ved. Foreldrene er også med, og faren prøver akebrett for første gang. De tre ansatte er også med på aking og går opp og ned med akebrettene, og prater med alle barna.

Så er det varm toddy og pizzasnurrer ved bålpanna. For å holde varmen, lærer den ene ansatte OL-floka-sangen og alle er med på bevegelsene selv om de ikke kan tekst og melodi. To ansatte snakker litt om minner fra OL i 94, selv om de andre voksne ikke helt henger med på hva de snakker om.

Den ene moren forteller at hun og barna også deltok på akedag i fjor. «Det er enkel aktivitet, men det betyr så mye for barna. Vi snakker mye om det hjemme både før og etterpå», forteller hun. Barna smiler og ler, de snakker med hverandre og de voksne. De virker engasjerte og opptatt av akingen. De hiver seg utfor bakken, ser på når andre aker, og vil ha med seg den ene ansatte på å kjøre i tog nedover bakken.

Aktivitetene ser ut til å engasjere, akingen og samvær med de ansatte, å legge ved på bålet, bruke akebrett til å blåse luft på bålet, helle toddy fra termosene over i koppen selv, ake på forskjellige måter, og å se foreldrene ake. En ansatt snakker med foreldrene og forklarer norsk ord som bålpanne, smelte, røyk. Samværet virker trygt og vant. Det er trygt å vise følelser. Den ene jenta gråter når hun faller og når hun er kald. Ellers ler og prater hun.

Observasjon: Overraskelsesbesøk i hjemmene

Julefest med nissebesøk, sledekjøring og julegrøt måtte avlyses av smittehensyn. Det skal i stedet deles ut lussekatter, godteposer og gavekort eller blomsterbuketter til familiene som skulle deltatt.

I det første hjemmet vi kommer inn i, sitter to jenter og baker pepperkaker. De lyser opp når de ser at tre julenisser banker på. De kjenner ikke nissene igjen med en gang, på grunn av munnbindene, men når de skjønner hvem det er, vil de at vi skal komme inn og se på juletreet og hva de har bakt. Den ene jenta tar en av de frivillige i hånda, og leier henne rundt i huset, mens hun snakker og peker: Her er juletreet, her har vi pyntet med det. Barna får tildelt hver sin godtepose og lussekatt, og moren får et gavekort som hun tilsynelatende blir veldig glad for.

Flere liknende scenarier utspiller seg i løpet av bilturen. Hjemme hos en flyktningsfamilie, som akkurat har fått oppholdstillatelse, blir lillesøster hoppende glad når hun ser hvem som banker på, og enda mer glad når hun får en godtepose. Familien har ingen møbler i leiligheten. Jenta løper ut i gangen der vi står for å ta flere godteposer fra kurven mens hun roper på storesøster. Mor sier «du får bare én, de godteposene er til noen andre».

Hjemme hos en av familiene, sitter de og spiser middag, far er ikke der, ifølge en frivillig er han sjelden hjemme. Hun forteller at hun kjenner denne moren godt. Hun går rett inn, der mor og to barn sitter og spiser middag. Moren beklager alt rotet, og at hun bare har på seg singlet. Hun forteller at hun endelig har funnet noen senger som var billige nok til at hun hadde råd til dem, de kostet bare 400 kroner på Finn.no. Det er mye fint som er gratis på Finn, sier hun. Hun forteller at hun er ufør og ikke vet hvordan hun skal betale strømregningen på 3000 kroner, den kom akkurat i postkassen. Broren til mor kommer ut fra badet, han er på besøk. Barna gjemmer seg under bordet, og tar hver sin godtepose. Det ser ut som de synes det er stas med godteri, men de virker sjenerte. Etterpå får mor utlevert gavekortet. «Det er bare 500 kroner, altså», sier den frivillige. «Men det hjelper oss veldig mye. Det blir enten mat eller gaver til jul. Takk», sier mor.

Observasjon: Juleverksted

En organisasjon skal holde juleverksted for en mindre gruppe barn. Lokalet er hjemmekoselig innredet og innrettet for å bygge opp under det faglige arbeidet med beboerne, forteller lederen ved senteret. Det skal legges opp til samhandling mellom kvinner

og barn, tilby sosiale rom og soner og systematikk som gjør det enkelt å orientere seg. Sikkerhet og beskyttelse preger inngangspartiet, mens husets funksjoner er ellers sentrert rundt tett samhandling mellom beboere og ansatte, oversikt og praktiske løsninger. For eksempel er boenheter, hyller, skap og kjøkkenbenk markert med gjenkjennelige symboler og farger, som skal gjøre det enkelt å finne frem for kvinner og barn som kan være preget av opprørende erfaringer.

I timen før oppstart løper tre, fire barn rundt i gangene og venter på at verkstedet skal begynne. De virker forventningsfulle. Det er fyr i peisen, og julemusikk i bakgrunnen. På en plakat henger planene for julen, med blant annet julegrøt, filmvisning, juleaftenfeiring og nyttårsfeiring.

Barna setter seg rundt bord som er forberedt med hobbyutstyr. En gutt maler en nisse på en trekloss, og to jenter syr juletrepynt av filt. Det er kjøpt inn en del forskjellig utstyr, så barna kan velge mellom ulike aktiviteter. Sy-oppgaven virker som den fenger, jentene er konsentrerte og nøyaktige og spør om hjelp når de står fast. Den ene jenta syr et julehjerter med glitterstoff, den andre syr juletrepynt som forestiller et reinsdyransikt. Etter en liten stund løper en av jentene ut på kjøkkenet for å hente moren sin og vise henne hjertet. Moren er opptatt med å vaske, men etter hvert kommer hun og setter seg ned og blir med på juleverkstedet. Det ser ut som hun også synes det er gøy å lage ting. Gutten er ferdig med nissen og begynner på et nytt prosjekt. Han klipper veldig nøyaktig i et papir, det ser ut som han liker å bruke saks. Etter hvert begynner han å male på en klementin. Det får han lov til og de andre barna ler av julekulen han lager av klementin og maling. Han spør hva appelsiner har med jul å gjøre. Den ansatte som sitter sammen med barna sier at det er vanlig i julen. Gutten sier at appelsiner har ingenting med jul å gjøre. Den ansatte spør ham «Hva er det du synes har med jul å gjøre, da?» Gutten svarer «juletre».

Hjertet jenta har sydd, pakker hun inn med forskjellige typer innpakkingspapir og bånd. Hun ber den ansatte om hjelp til å krølle båndene. Hun skriver selv «Til Mamma» på en papirremse som hun vil bruke som kort. Hun spør den ansatte om å hjelpe henne med å skrive «Ha en god bursdag, Mamma» og det gjør hun. Jenta og broren hennes snakker om at moren har bursdag i julen og at de skal gi gavene de lager til henne.

En mor spør senterlederen om hun kan hjelpe datteren med en kort oppgave med hjertet datteren syr. Senterlederen foreslår at moren gjør det selv, som «et dytt» for å få moren til å sette seg med datteren og være del av aktiviteten. Moren gjør seg ferdig med vaskingen og kommer og setter seg og blir værende der med sine to barn. I løpet av tiden de er sammen klemmer og kysser hun begge barna.

Etter hvert kommer en annen mor innom juleverkstedet. Hun ser på det datteren lager, skryter av det og sier at hun er veldig flink. Jenta har sydd juletrepynt; et reinsdyransikt som kan henge på juletreet. Hun har festet for- og bakstykke og sydd rundt kantene, festet piperensere som gevir, limt på rosa kinn, øyevipper og nese, og skal feste den siste pynten, etter en oppskrift som følger med sy-prosjektet. Moren setter seg ved siden av henne og de snakker sammen om det de lager. Jenta har yngre søsken som er i barnehagen. Seks barn og tre mødrene lager ting sammen i et rom med rolig julemusikk, sammen med en ansatt ved senteret. Senterlederen forteller at det er sjelden at foreldrene har tid til å gjøre en aktivitet i ro sammen med ett av barna om gangen, sånn som nå.

Vedlegg: Spørreskjemaet

Tekst til organisasjonene i mail/ i spørreskjema:

Kjære organisasjoner som deltar i Gjensidigestiftelsens Juleaksjon!

Vi i Proba samfunnsanalyse har fått gleden av å evaluere Juleaksjonen – Gjensidigestiftelsens tilskuddsordning som har som mål at barn i familier med utfordringer skal få oppleve «en helt vanlig jul». Vi har gjennomført intervjuer med ansatte og frivillige i alle mottakerorganisasjonene, og vi har også fått være med på gaveutdeling, juleverksted, juletreffest, akedag og flere andre juleaktiviteter – tusen takk for at dere har tatt godt imot oss!

Som del av datainnsamlingen til evalueringen, ønsker vi også å stille noen spørsmål om Juleaksjonen til dere som deltar i Juleaksjonen lokalt.

Gjensidigestiftelsen innhentet en del informasjon fra organisasjonene etter Juleaksjonen i 2020. Disse svarene er sammenfattet i en rapport, og vi har fått tilgang til det som ble sendte inn i fjor. Vi stiller derfor andre spørsmål i år og håper dere vil ta dere tid til å svare. Hvert bidrag er viktig for å danne et godt kunnskapsgrunnlag for Juleaksjonens betydning og potensial for utvikling.

Svarene dere sender inn går direkte til Proba samfunnsanalyse og lagres digitalt hos oss frem til ferdig rapport er levert Gjensidigestiftelsen (mars 2022). Deretter vil vi slette svarene. Ved spørsmål om evalueringen, ta kontakt med prosjektleder Audun Gleinsvik i Proba samfunnsanalyse, ag@proba.no.

Frist for besvarelse: mandag 31. januar

Takk for dine svar og for samarbeidet!

--- -- --

Ekstraspørsmål i forbindelse med rapportering av Juleaksjonen 2021

Hvilken organisasjon tilhører du? (avkrysning)

- Frelsesarmeen
- Røde Kors
- Kirkens bymisjon
- Blå Kors
- Krisesentersekretariatet
- HomeStart

Målgruppe

Målgruppen for Juleaksjonen er barn som lever i lavinnteksthusholdninger, barn på mottak og barn på krisesenter.

- Hvordan arbeider dere for å finne frem til barn og barnefamilier i Juleaksjonens målgruppe?
- Hvilke barn i Juleaksjonens målgruppe når dere ikke frem til?
- Har barn vært del av planleggingen og utformingen av tiltak/ aktivitet i Juleaksjonen? Hvis ja, beskriv gjerne hvordan det foregikk.

Finansiering

Midlene i Juleaksjonen tildeles lokalt fra sentralledet i organisasjonen basert på søknader og planer for lokal juleaktivitet.

- Hvilke andre finansieringskilder enn støtten fra Gjensidigestiftelsen har dere for julearrangementene?
- Hvordan ville det få betydning dersom avgjørelsen om tildelingen av Juleaksjonen-midler kom på et tidligere tidspunkt i året?
- Dersom dere ikke hadde midlene fra Gjensidigestiftelsen til Juleaksjonen, ville dere gjort de samme aktivitetene?
- Er det noen av innretningene knyttet til Juleaksjonen som kunne vært tilpasset bedre, for mer effektiv bruk av midlene? (Kriterier, forvaltningsmodell, administrative prosedyrer, vektlegging av spesifikke tiltak, krav om samhandling med andre aktører, annet?)

Juleaksjonens betydning

I Juleaksjonen samles mange krefter for en felles innsats opp mot jul, noe som kan ha utløsende effekt på flere områder.

- Hvilke virkninger og effekter har Juleaksjonen for dere lokalt i organisasjonen?
- Fører Juleaksjonen-aktivitet til at dere rekrutterer nye personer inn i annen aktivitet/ tiltak gjennom året? Hvis ja, beskriv hvordan/ hvilke tilbud.
- Har dere opplevd at noe ved Juleaksjonens innhold, form, ord- eller begrepsbruk kan virke ekskluderende på noen individer eller grupper? Hvis ja, på hvilken måte?

Aktivitetene i Juleaksjonen

Mellom desember og januar gjennomføres en rekke ulike arrangementer og tiltak for barn i Juleaksjonens målgruppe, med formål å tilby juleopplevelser, glede og fellesskap.

- Hvilke tiltak har dere arrangert i år? (kryss av for alle typer tiltak som er gjort i Juleaksjonen i din lokale virksomhet i år)
 - a. Gaveutdeling
 - b. Julesamling (juletreffest, julebord, grøttest, julaftenfeiring)
 - c. Forestilling, teater, konsert, kino, museum
 - d. Opplevelsessenter o.l. (lekeland, badeland, trampolinepark, besøksgård)
 - e. Juleverksted, bakedag o.l.
 - f. Utendørsaktivitet (akedag, kanefart, tur)
 - g. Matkasse, matposer
 - h. Transportstøtte
 - i. Gavekort
 - j. Annet (åpent felt for tekst)
- Deltakelse i Juleaksjonen
- Hvor mange barn i målgruppen deltok i aktivitet/ tiltak?
- Hvor mange barn utenfor målgruppen deltok i aktivitet/ tiltak?
- Hvor mange frivillige var med på aktivitet?
- Har dere hatt dialog med sentralledd eller andre i organisasjonen om gode grep, veiledning, tips og råd for utformingen av aktivitetene/ tiltakene? Hvis ja, kan dere beskrive det?
- Hvilke krav stilles til de frivillige i aktivitet for barn i organisasjonen?
- Er det noe dere vil gjøre annerledes i Juleaksjonen i kommende år? Hvis ja, hva ville det være? (ikke korona-relatert)

Litteratur

Amnå, E. (2006) "Still a Trustworthy Ally? Civil Society and the Transformation of Scandinavian Democracy" *Journal of Civil Society* Vol. 2, No. 1, s. 1–20

Arbeids- og sosialdepartementet (2021) *Strategi for økt innovasjon og bedre tjenester på arbeids- og velferdsfeltet*. Departementenes sikkerhets- og serviceorganisasjon 08/2021 – opplag 100

Bauman, Z. (2000) *Liquid Modernity* Cambridge: Polity

Bekken, WB; Dahl, E; van der Wel, KA (2018) Sosiale ulikheter blant barn og unge: Hva kan norske kommuner gjøre? Noen tilnærminger

Brattbakk, I.; Ødegård, G. og Aarland, K. (2021) «Byområder med levekårsutfordringer» i *Plan* Vol. 53, utg. 1, s. 6-13

Bufdir (2020) *Hva skal til for at barn og unge som vokser opp med dårlig råd, kan få det bedre? Ungdomspaneletts innspill til regjeringens lavinntektsstrategi*. Oslo: Bufdir

Enjolras, B. og Sivesind, K.H. (2018) "The Roles and Impacts of the Third Sector in Europe" i *The Third Sector As A Renewable Resource for Europe* i (red) Enjolras, B; Salamon L.M.; Sivesind, K.H.; Zimmer, A. Palgrave Macmillan. Kapittel 4, s. 95-124

Epland, J. og Kirkeberg, M. I. (2015) «Utvikling i vedvarende lavinntekt- Fleire økonomisk utsatte barn» på ssb.no. Tilgjengelig på: <https://www.ssb.no/inntekt-og-forbruk/artikler-og-publikasjoner/flere-okonomisk-utsatte-barn>

Erdvik, I.B. og Ervik, R (2022) Frivillige organisasjoners arbeid for inkludering av barn og unge: Barrierer, virkemidler og samspill med kommunene i inkluderingsarbeidet Senter for forskning på sivilsamfunn og frivillig sektor, Rapport 2022: 2

Fløtten, T. og R.A. Nielsen (2020) Barnefattigdom – en kunnskapsoppsummering. Vedlegg til Like muligheter i oppveksten. Regjeringens samarbeidsstrategi for barn og ungdom i lavinntektsfamilier (2020-2023) Oslo: Barne- og familiedepartementet.

Fløtten, T. og A.S. Grødem (2014) *Helhetlige tiltak mot barnefattigdom. En kunnskapsoppsummering*. Fafo-rapport 2014: 18. Oslo: Allkopi

Fløtten, T. (2009) «Barnefattigdom» i Fløtten, T. (red.) *Barnefattigdom* Oslo: Gyldendal

Fløtten, T og Kavli, HC (2009) «Barnefattigdom og sosial deltakelse» i T. Fløtten (red.) *Barnefattigdom* Oslo: Gyldendal Akademisk, s. 92-118.

Fondevik, B og L J Halvorsen (2018) «Kapittel 13: Fra Syria til det norske hus – en studie av integrert språk- og kulturoplæring for syriske flyktninger» i (red) Hogset, H; Berge, DM; Dale, KY Det regionale i det internasjonale Oslo: Universitetsforlaget

Frønes, I. (2017) «Barnefattigdom i kompetansesamfunnet. Artikkel 2.» i *Oppvekstrapporten 2017 - Økte forskjeller - gjør det noe?* Bufdir

Haug, A.V. og Tolgensbakk, I. (2019) *Humanitær rapport 2019. Mellom velferdsstat og frivillighet*. Novarapport 11/19. OsloMet: Oslo.

Henriksen, L.S.; Smith, S.R.; Zimmer, A (2015) "Welfare mix and hybridity. Flexible adjustments to changed environments. Introduction to the special issue." *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations* 26.5 (2015): s. 1591-1600.

Hyggen, C; Brattbakk, I; Borgeraas, E (2018) Muligheter og hindringer for barn i lavinntektsfamilier En kunnskapsoppsummering Nova-rapport 11:18

Jessen, Mathias Hein. "Civilsamfund og frivillighed som værdi og ressource: Konstruktionen af civilsamfund og frivillighed i danske civilsamfundsstrategier, 2010-2017." *Dansk pædagogisk tidsskrift* 4 (2018): 26-34.

Kinge, J.; Minet (2021) «Parental income and mental disorders in children and adolescents: prospective register-based study» i *International Journal of Epidemiology* 66

Kirkens Bymisjon (2019) *Snakk om fattigdom* Oslo: Kirkens Bymisjon

Kobro, L.U.; Borg, M; Karlsson, B; Vike, H. (2019) *Recovery på banen Gatelag som samskapende sosial innovasjon i norske kommuner* Porsgrunn: Skriftserien fra Universitetet i Sørøst-Norge nr. 16

Kymlicka, W. (2002) *Contemporary Political Philosophy* Oxford: Oxford University Press

Loga, J. (2018) "Sivilsamfunnets roller i velferdsstatens omstilling." I *Norsk sosiologisk tidsskrift* 2.1, s. 58-73.

Normann, TN (2021) «Barna som vokser opp i lavinntekt» på *Ssb.no* Tilgjengelig på: <https://www.ssb.no/inntekt-og-forbruk/inntekt-og-formue/artikler/barna-som-vokser-opp-i-lavinntekt>

Nuland, B.R. Fløtten T. og Backe-Hanssen, E (2009) «Kommunenes arbeid med barnefattigdom» i T. Fløtten (red) *Barnefattigdom* Oslo: Gyldendal Akademisk.

Ohls, C. (2017) "A qualitative study exploring matters of ill-being and well-being in Norwegian activation policy" i *Social Policy and Society* Vol. 16.

Pape, U. (2020) "Changing policy environments in Europe and the resilience of the third sector." *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations* 31.1 (2020): s. 238-249.

Rugkåsa, M. og Bergheim, B. (2020) «Betydningen av barns deltakelse i bekjempelse av fattigdom» i *Tidsskrift for velferdsforskning* Årgang 23, nr. 3 2020, s. 157-169

Røde Kors (2019) *Barna mener om ferie og fritid* Oslo: Røde Kors

Sandbæk, M. og A.W. Pedersen (2010) *Barn og unges levekår i lavinntektsfamilier En panelstudie 2000–2009* Oslo: Bufdir

Seim, S. og Larsen H. (2011) *Barnefattigdom i et rikt land. Kunnskapsoppsummering om fattigdom og eksklusjon blant barn i Norge* Oslo: HiO-rapport 2011 nr. 10

Selle, P og Strømnes, K (2012) *Organisasjonene og det offentlige - Har vi fått en ny frivillighetspolitikk?* Rapport 2012:6 Senter for forskning på sivilsamfunn og frivillig sektor

Skivenes, M. og Strandbu, A. (2006) "A Child Perspective and Children's Participation" i *Children, Youth and Environments* Vol. 16, no. 2, s. 10-27

Ssb.no (2021) "Barn i lavinntektshusholdninger" [Barn i lavinntektshusholdninger \(ssb.no\)](https://www.ssb.no/barn-i-lavinntektshusholdninger)

Stjernø, S. og Aaslund, H. (2009) «Tilfreds med livet - men fattig og isolert» i *Fonteneforskning*, Vol. 2

Thorød, A.B. (2008) «Sosial eksklusjon» i Sandbæk (red.) *Barns levekår. Familiens inntekt og barns levekår over tid. Rapport 7/08* Oslo: NOVA, s. 212 – 236

Wollebæk, Dag, and Karl Henrik Sivesind. "Fra folkebevegelse til filantropi? Frivillig innsats i Norge 1997-2009." (2010).