Gåvoekonomin i det moderna samhället

AV GLENN SJÖSTRAND

I alla institutioner som upprätthåller och överför gemensamma värden, som till exempel familjen, religioner och andra institutioner i det civila samhället, samordnas utbyten[2] i form av gåvor (Smelser 1959). Julklappar är bara ett vardagsexempel på gåvor i det moderna samhället.[3] Även inom den reella ekonomin – där produktion, konsumtion och distribution av varor och tjänster utbytes – är gåvan av stor betydelse för det moderna samhället, inte minst för lokala och regionala ekonomier främst av karaktären industriella distrikt.[4] De flesta varors och tjänsters ekonomiska värde förstörs eller minskar kraftigt när man konsumerar dem. Andra konsumeras för att skapa och upprätthålla sociala band genom fortgående transaktioner, och i samband med konsumtionen bevaras eller till och med ökas värdet. Gåvan är ett exempel på det senare.[5] I båda fallen har vi att göra med utbyten av (materiella eller immateriella)[6] produkter mellan människor. I processen överförs också någon form av mening mellan transaktionens parter, det sker en meningstilldelning där såväl produkten som transaktionen själv tillskrivs en innebörd.[7] Produkterna får mening för att de förkroppsligar sociala relationer som krävs vid produktionen och för att de producerar och reproducerar sociala relationer vid själva distributionen.

Gåvoinstitutionens egenskaper, jämfört med rena ekonomiska utbyten, och dess betydelser i en modern ekonomi – till skillnad från arkaiska samhällen och ekonomier – ska i denna artikel presenteras och diskuteras. Syftet är tvåfaldigt: För det första hävdar jag att gåvoinstitutionen fungerar enligt starka informella institutionella normer som till vissa delar är lika viktiga för samordningen av

---

Glenn Sjöstrand *är doktorand på sociologiska institutionen i Göteborg och verksam vid samhällsvetenskapliga institutionen på Växjö universitet. Hans avhandlingsarbete handlar om ekonomins kulturella och sociala inbäddning i ett industriellt distrikt, Gnosjö.*

utbyten i det moderna samtidssamhället som i arkaiska samhällen. För att göra detta kommer jag att på sex relevanta punkter jämföra gåvologiken med den logik som kännetecknar marknaden. För det andra argumenterar jag för att gåvoekonomins effekter på sociala relationer fortfarande är av stor betydelse för hur en ekonomi fungerar, särskilt på lokal och regional nivå. Till exempel hävdar jag att många regionala ekonomier idag är hårt reglerade av sociala normer, alltså att de regleras av informella sociala institutioner (där gåvoinstitutionen ingår) snarare än formella institutioner som marknaden. De sex jämförelsepunkterna som jag kommer att ta upp är:

1. Gåvans privata och offentliga sfär.
2. Misskännandemekanismerna bakom gåvans sociala, till skillnad från dess rena ekonomiska, karaktär.
3. Gåvan är oförytterlig till skillnad från varan.
4. Gåvans funktionella redundans ur ekonomisk synvinkel.
5. Gåvoinstitutionens exkluderande kvaliteter.
6. Konkurrensbeteende inom gåvoinstitutionen.

Dessa punkter kommer sedan att relateras till den moderna ekonomin.

Den tidigare sociologiska och ekonomiska institutionella forskningen om regionala ekonomier, främst forskning om regional ekonomisk utveckling, har i hög grad fokuserat på formella institutioner och möjligheterna att använda resultaten för politiska policyprogram. Det föreligger en brist på institutionell sociologisk analys av informella institutioners betydelse för ekonomisk utveckling. Flera nutida sociologer har pekat på att studier av normer, den omgivande kulturen samt gåvoinstitutionen kan utgöra bra förklaringar till varför regionala ekonomier ser ut som de gör.[8]

Gåvans traditionella funktioner

"Gåvan" är ett ofta behandlat problem inom antropologin, allt sedan Marcel Mauss (1972) klassiska essä med samma namn från 1925. Däremot är det först på senare år som gåvan analyserats inom sociologin, och då associeras ofta gåvoinstitutionen och dess problematik med traditionella samhällen.[9] Anledningen till att sociologin inte har analyserat gåvan som en modern företeelse, hävdar Cheal (1988), är att vi just har sett gåvan som en arkaisk tradition. Vad Mauss var ute efter att göra var att beskriva gåvan i termer av ett särskilt

slags utbyte och koordination av utbyten. För Mauss var förekomsten av en gåvoekonomi inte nödvändigtvis den normala, uteslutande eller ens övervägande formen av utbyte i de arkaiska samhällen han analyserade. Inte heller menade Mauss, om jag förstår honom rätt, att gåvoekonomins giltighet endast sträcker sig till arkaiska samhällen.[10] Tvärtom genereras ett av gåvans problem genom den samtidiga förekomsten av ekonomiska och gåvoekonomiska transaktioner. De värdefulla föremål (till exempel gjorda av koppar, ben, jade, fjädrar eller snäckor), som är enheter som utbytes i en potlatch, förekommer även som vanligt betalningsmedel, och därför krävs en förklaring av hur man skiljer ut vilka värdefulla varor som får cirkulera i ekonomin från de som är underkastade gåvoekonomins specifika logik (Godelier 1999). För en sådan logik finns. För Mauss var svaret på frågan "vad är en gåva?" just en logik som bygger på regler eller normer. En gåvotransaktion innehåller tre förpliktiganden; att ge, att erhålla och att återgälda. Marcel Mauss menar att det utbyte som sker i gåvoekonomin är till synes frivilligt, generöst och utan krav på reciprocitet, men att det i realiteten faktiskt innehåller starka sociala begränsningar som gör såväl givandet som erhållandet och återgäldandet till en skyldighet. Begränsningarna kan se ut på två sätt;

1. De sociala relationerna som existerar mellan människor uttrycks i gåvans materiella förpliktelse.
2. Gåvan har en inneboende egenskap som gör att den som erhåller gåvan känner att han måste återgälda givaren. Det uppstår en mer eller mindre nödvändig reciprocitet i givandet och återgäldandet. Reciprociteten som uppstår i gåvoekonomin är i denna version definierad som en moralisk norm[11] som strukturerar givandet och återgäldandet av en gåva. Gåvan är i en bestämd mening obligatorisk. Alla som inte anpassar sig till gåvans normer förnekar att han/hon befinner sig i en social relation och avsäger sig vänskapen och uppvisar likgiltighet i relationen.[12]

När man diskuterar reciprocitet är två variabler viktiga;

1. Att värdet på gåvan ska uppfattas ha överensstämmande värde av alla parter.
2. Hur lång tid som passerat mellan givandet av gåvan till återgäldandet av ny gåva. Gåvan och återgäldandet av densamma kan få olika implikationer beroende på hur man hanterar tiden som förlöper mellan givande och återgäldande samt hur stort värde gåvan anses ha. Reciprocitetsnormerna är därmed centrala för förståelsen och förklaringarna av gåvan.

Karl Polanyi (1957) menade att i den verkliga ekonomin existerar tre sätt på vilka ekonomin integreras och där reciprociteten ser olika ut; ömsesidighet, omfördelning och utbyten. Ömsesidighet kännetecknar en ekonomi som domineras av symmetriskt organiserade strukturer, till exempel familjen. Omfördelningsekonomin syftar på att det finns en stark centraliserad makt som samlar in ekonomiska värden för att sedan dela ut dem eller en del av dem till behövande. Till sist, utbytesekonomin integrerar ekonomin i ett system där marknaden producerar priser genom utbud och efterfrågan. Dessa tre integrationsprinciper är kopplade till dominansen av respektive sociala, politiska och ekonomiska principer för ordningsskapande i samhället. Dessa tre principer kan råda mer eller mindre samtidigt och ett samhälle behöver inte gå igenom dessa stadier i någon kronologisk ordning men, enligt Polanyi, är det först när utbytesprincipen dominerar på ett sådant sätt att den utesluter de andra två principerna som man kan tala om att den moderna ekonomin skapar sina egna förklaringsprinciper och därför kan man inte tala om att den moderna utbytesekonomin ska likställas med marknadsekonomin. Det är vad han kallar det ekonomistiska felslutet. Med införandet av marknaden som ekonomisk princip kommer samhället att "...styras som ett bihang till marknaden. Istället för att ekonomin är inbäddad i de sociala relationerna är de sociala relationerna inbäddade i det ekonomiska systemet."(Polanyi 1989: 70) Reciprociteten förändras alltså när utbytesprinciperna förändras.[13]

Reciprocitetens tidsaspekt är alltså viktig och gåvans funktioner varierande: Gåvan signalerar att det finns en särskild status i relationen som uttryck för kärlek, förtroende och omtanke. Men gåvan objektifierar också normativa ideal som smakomdömen som har betydelser både för givaren och mottagaren. I Helmut Berkings (1999: 5) ordalag så gör gåvan "... moralities visible; they are in a sense feelings and also, temporally speaking, memories to be grasped and held because they are structurally associated with particular histories and bound up with with particular individuals." Berking menar att gåvan kan uppfattas dels som ett uttryck för den personliga identiteten och därmed aldrig utan bakomliggande strategier. Dels kan den också uppfattas som ett uttryck för att man helt och hållet relaterar sig till en idealbild av den andre som man gärna vill bli, som en fullständig motsats till den första funktionen. Till och med aggressioner, formellt nedtonade som ironi, kan uttryckas med hjälp av givande av gåva. En gåva som blir omedelbart återgäldad kan till exempel inte betraktas som gåva – framför allt om motgåvan har ett likvärdigt värde. Gåvans inneboende norm om skyldigheten att återgälda den, liksom för-

svinner med en gång och stärker inte de sociala banden mellan aktörerna. Ett misslyckande att återgälda gåvan överhuvudtaget kan däremot göra att givaren känner ett psykologiskt övertag och kanske ett reellt maktövertag. Genom att tydligt överträda reciprocitetsnormerna genom att ge uppenbart för mycket eller för litet, kan givaren ge mottagaren tydliga tecken på intentioner bakom givandet.

Social differentiering är ett av resultaten av gåvoekonomin. Även i generella och balanserade reciprocitetsmiljöer skapas ojämlika relationer. Berking (1999: 40) anser att detta särskilt skapas genom förändringar i tidsstrukturen "... the free shaping of the time between gifts, offers opportunities for realization of a symbolic surplus; at the same time, it is the decisive gateway for the transformation of relations centred on reciprocity into ones of personal dependency".

Gåvans moderna betydelse

Arkaiska samhällen reproducerade sig själva med ömsesidiga gåvoutbyten genom offentliga ritualer och riter. I det moderna samhället däremot ses, för det första, gåvan i det närmaste uteslutande som ett utbyte som sker inom den privata sfären. Berking (1999) menar att det idag till och med är så tydliga gränser mellan marknadsutbyten och privata utbyten, till exempel i form av gåvor, att en sammanblandning genast skulle leda till politiska och ekonomiska skandaler. Den politiska och ekonomiska sfären är alltså sådana till sin karaktär att skandaler kan uppkomma om man offentligt visar att man erbjuder varandra gåvor. "It is no longer a question of groups and clans whose economic, political, cultural and moral reproduction is almost entirely conducted through the exchange of gifts. Rather, individuals organize their own reproduction on an individual basis and, through the distribution of private resources, bind themselves to one another by bestowing gifts that give pleasure." (Berking 1999: 3) Jag vill dock hävda att även om en stor del av gåvoutbytena idag sker i den privata sfären, finns en betydande del kvar i större grupper av aktörer som sinsemellan har omfattande utbyten av "tjänst – gentjänst karaktär", inte minst gäller detta i lokala och regionala ekonomier. Men det finns också en annan poäng att göra som gäller en liknande dikotomi, nämligen mellan explicita och implicita krav på reciprociteten. *För att bevara kvaliteten som gåva måste det normbestämda reciprocitetskravet vara implicit. I annat fall kan gåvan övergå till att bli någonting annat, till exempel en muta.*

Ovanstående antydningar till gåvoekonomins egenheter i det moderna sam-

hället för oss, för det andra, in på att den framför allt är social, inte ekonomisk. Tydligast märks kanske detta på gåvans sociala misskännande. Pierre Bourdieu (1999 [1977], 1990 [1980], 1999, 2000) har i ett antal arbeten tagit upp en aspekt av gåvan som har att göra med misskännande. Bourdieu gör anmärkningen att gåvan visserligen kan analyseras i termer av gåvo*ekonomi*, och att den ovedersägligen har ekonomiska aspekter. Trots allt rör det sig ju om ett utbyte av materiella nyttigheter, och dessa nyttigheter kan inte a priori lösgöras från de ekonomiska värden de besitter. Man måste också tänka sig att gåvans givare och mottagare också är medvetna om det givnas ekonomiska värde. Men, säger Bourdieu, en gåva förlorar sin sociala karaktär av gåva i den mån som aktörerna låtsas om den i vanlig mening ekonomiska aspekten av utbytet. För att en gåva inte ska berövas karaktären av gåva måste de inblandade i en mening *bortse* från dess ekonomiska värde. Detta alltså trots att parterna mycket väl är medvetna om att gåvan har ett pris. "The gift economy, in contrast to the economy in which equivalent values are exchanged, is based on a denial of the economic (in the narrow sense), on refusal of the logic of the maximization of economic profit, that is to say, of the spirit of calculation and the exclusive pursuit of material (as opposed to symbolic) interest, a refusal that is inscribed in the objectivity of institutions and in dispositions." (Bourdieu 2000: 195) Man talar alltså, enligt Bourdieu, om att man ingår i en gåvoekonomi därför att man också samtidigt ingår i en vanlig ekonomi. Det uppstår tvetydigheter för att dessa två ekonomiska system överlappar varandra. Kanske är det därför som, när man frågar människor varför de ger gåvor, får som svar; på grund av vänskap, kärlek, omtanke, förtroende, respekt och uppskattning (Cheal 1988). Men om man frågar hur de som har erhållit en gåva upplever det, svarar de att gåvan skapar ibland misstankar och farhågor och att dessa känslor blandas med den skenbara tacksamheten för gåvan (Berking 1999).

Gåvans sociala betydelse och regelstyrning i vårt samtida samhälle avspeglas bland annat vid jul då vi ofta lägger ned ett stort besvär på att fundera ut inte bara hur mycket en gåva får kosta för att det ska vara skäligt, utan också på att undanröja alla signaler som kan ge mottagaren en säker uppskattning om hur mycket gåvan har kostat. Vi tar helt enkelt bort prislappen på julklappen. Att låta prislappen sitta kvar är en social fadäs. Det är en fadäs som saboterar misskännandet. Det går inte längre att inte låtsas om gåvans monetära värde. Det är i denna mening som man, kanske aktivt, måste bortse från det ekonomiska värdet av en gåva. Paradoxalt nog, som Berking (1999) visat, spelar det ibland ingen

roll hur omsorgsfullt man har tagit bort alla prislappar från en gåva, är det ändå inget effektivt skydd mot en tolkning av gåvan i enlighet med dess ekonomiska värde – för billig eller för dyr, obehagligt mycket eller pinsamt lite. Oavsett är denna typ av återgång att tolka gåvan i ekonomiska termer ett tecken på irritation och besvikelse. Än mer problematiska blir relationerna, som Zelizer (1994) visat, när man ger bort pengar som gåva, eftersom prislappen per definition varken går att plocka bort eller misskänna. Länken mellan gåvan och objektet som givits blir tydligast när mottagaren inte gillar gåvan. Att lämna tillbaka den till affären eller till givaren känns obehagligt för mottagaren. "People are uncomfortable about getting rid of an unwanted Christmas present because rejecting it rejects as well the giver and the giver's relationship to the recipient." (Carrier 1995: 26) Sammantaget ger det, i denna aspekt, en komplex bild av relationen mellan ekonomi och gåvoekonomi. Gåvan kräver ju att man aktivt lyckas mörklägga dess (faktiskt existerande) monetära värde. Det finns ingen a priori självklar lösning på hur man ska hantera de paradoxala situationer man kan hamna i när misskännandet fallerar, men alla måste förhålla sig till det faktum att misskännandeprinciperna existerar. Att vända sig till traditioner och normer som är inbäddade i kulturen är ofta ett sätt att söka lösningar på paradoxen. Gåvans egenskaper, som de beskrivs ovan, gäller endast om ekonomi och gåvoekonomi existerar jämsides med varandra. Detta eftersom man, i de arkaiska samhällen som Mauss utgår ifrån i sin analys, mycket väl kan tänka sig att det finns ett förbud mot att använda gåvorna, och att de därigenom berövas sitt bruksvärde, samt mot att sälja gåvan vidare, varigenom de också berövas sitt (möjliga) monetära värde.

Genom gåvans egenskaper kommer objektet som erbjuds att identifieras med givaren och fortsätta göra det efter att själva utbytet skett (Carrier 1995). Men inte bara detta, gåvor är också, för det tredje, oförytterliga (inalienable) till skillnad från varor som är förytterliga (alienable) Det här betyder att man, i juridisk mening, avsäger sig alla rättigheter till en vara när man byter den mot andra varor. Gåvor, å andra sidan, är av den karaktären att en donators rättigheter till en gåva aldrig fullständigt kan överges och det är den här kvaliteten som gåvan har som skapar en skyldighet att återgälda den. "The defining characteristic of gift exchange is therefore... that it is an exchange of inalienable things between persons who are thereby united in a state of reciprocal bondage."(Cheal 1988: 10)

Genom utbytet av gåvor uppstår ett ömsesidigt beroende, som ett resultat av socialt konstruerade band mellan människor. Innehållet i dessa band definieras

av aktörernas förväntningar på reciprociteten. "Reciprocity describes a social situation in which goods and services are allocated and distributed through flows between points (people or groups) in a symmetrical arrangement. It is a situation similar to that of trade, except that the latter requires the presence of the motive of gain, and a price mechanism, i.e., the presence of a market." (Berti 1996: 36) Det är genom att acceptera en gåva som man erkänner en viss status hos givaren och existensen av en speciell typ av regler för hur reciprociteten ska se ut. Dessa reciprocitetsregler kan innebära att man måste återgälda en gåva av samma typ eller värde, eller för att åtnjuta känslor av tacksamhet och aktning (Hagstrom 1982).

För det fjärde utgör gåvan ur rent ekonomisk synvinkel en redundant transaktion. Det har föreslagits (Cheal 1988) att i ett modernt samhälle med hög arbetsdelning tas utbyten för givna. Vi måste tillgodose varor och tjänster till alla som kan uttrycka ett behov. Gåvan måste därför vara något som går utöver de utbyten som annars anses vara givna. Det måste vara något extra utöver det som vi redan förväntar oss, därför skulle alltså gåvan vara redundant. Det finns även andra argument till varför gåvan är redundant:

a) I termer av varor och tjänster tillför gåvan ingenting som inte redan kan införskaffas eller utbytas i det ekonomiska systemet. Det kan till och med vara så att om givaren inte känner mottagaren särskilt väl och därför inte vet vad mottagaren uppskattar, kan givaren erbjuda en gåva som inte uppskattas och kanske tas för en förolämpning.
b) Gåvor är redundanta i den meningen att de inte tillför någon nettonytta till mottagarna.[14] Värdet av en gåva given till en mottagare har kalkylerats för att balansera värdet av en erhållen gåva. Resultatet blir att ingen aktör har tjänat, i ekonomiska termer, på att utväxlingen av gåvor har skett.
c) Det hävdas ofta att gåvor är redundanta därför att de gåvor som erhålls kan, om man verkligen vill, införskaffas utan att man förväntar sig gåvan i present.
d) Den sista anledningen till varför gåvan skulle vara redundant är att gåvan är ett resultat av rituella erbjudanden i situationer där det hade räckt med en vanlig artighets- eller hövlighetsvisit. Det är dessa redundanta aspekter av gåvoekonomin som, enligt Cheal (1988), gör att den skiljer sig från andra ekonomiska utbyten.

De redundanta aspekterna på gåvan hänger också ihop med att de utbytta prestationerna inte enkelt låter sig värdebestämmas (Stenlås 1998). Dels är en gåva,

om den ses och uppskattas som gåva, något värdefullt för mottagaren utan att den automatiskt måste vara ekonomiskt kostsam för givaren. Detta förutsätter, enligt Stenlås (1998), att gåvan är, vad han kallar, kvalificerad. En kvalificerad gåva är en gåva som mottagaren inte enkelt själv kan skaffa sig. Ett exempel på denna typ av gåva är tillhandahållande av otillgänglig information. Ytterligare ett exempel är tjänster i form av hjälp att agera utanför den egna maktdomänen (Strathern 1992).

Gåvoekonomin skiljer sig, för det femte, dessutom från ekonomiska institutioner genom att den måste begränsas för att inte det sociala systemet ska falla sönder. Detta är en annan jämförelsepunkt mellan ekonomin och gåvoekonomin som blir synlig först i moderna gåvoekonomier. I den arkaiska gåvoekonomin var det relativt fastlagt vilka som var berättigade att ingå i gåvoekonomin, och kanske till och med vilka gåvor som fick ges av vem till vem. I de arkaiska samhällena var begränsningen inget stort problem eftersom gruppstrukturerna var solida och reglerades enligt hierarkier som bestämde vem som hade rätt att förvänta sig att bli medlem i en gåvoekonomi och vilken typ av rättigheter och ansvarigheter detta medlemskap medför. I dagens moderna samhälle är inte gruppstrukturerna lika solida och ibland har de blivit helt upplösta. Ett problem för gåvoekonomin, som systemrekvisit, är nu att reglera vem som får delta i utbytet inom den och även att begränsa det ekonomiska värdet av gåvan, ett problem som inte existerade tidigare. Inslag av arkaiska regler för gåvoekonomin finns naturligtvis även i en modern gåvoekonomi. Man kan till exempel tänka sig följande exempel; Inom familjen är det möjligen ett brott mot gåvans regler att barnen ger föräldrarna pengar som julklapp,[15] medan det omvända mycket väl kan vara fallet.[16] Att pengar sällan anses vara en acceptabel gåva, förklarar Berking (1999), beror på att den symboliska betydelsen av gåvogivandet försvinner om man ger pengar och det är endast det symboliska värdet som förstärker de sociala banden – främst i relationer utanför familjen. Vidare är det i de moderna gåvoekonomiska sammanhangen inte klart vilka som ska ingå i gåvoekonomin, ens när det gäller familjen. Det uppstår ofta en sorts förhandling om vem som ska ingå. "Skall min förra frus nya mans barn ha julklappar?"; "skall faster ha en julklapp i år?" et cetera. Troligen har en sådan förhandlingsaspekt alltid funnits med – i större eller mindre omfattning – i gåvoekonomiska sammanhang. I det moderna samhället har den emellertid accentuerats och därigenom blivit tydligare och lättare att upptäcka. Denna förhandlingsaspekt är

mycket viktig, för den pekar på den centrala egenskapen hos gåvoekonomierna; att deras centrala problem är att begränsa antalet deltagare. Reciprocitetsnormen, den tredje normen i Mauss uppräkning av gåvans normer, säger ju att vi måste återgälda erhållna gåvor. Det gör att varje ytterligare person som kommer in i gåvoekonomin blir en betungande post och ett alltför stort antal deltagare hotar att knäcka dem som ingår i den. Hyde menar även att starka sociala band mellan människor i en gåvoekonomi inte klarar för många individer, rent emotionellt. "Our feelings close down when the numbers get to big." (Hyde 1979: 89) När antalet medlemmar i en gåvoekonomi ökar kommer också riskerna att öka. Det innebär att när du erbjuder någon en gåva uppstår en osäkerhet om och när han eller hon kommer att återgälda den till dig, vilket medför risker av olika slag. Riskerna kan vara ekonomiska (har jag råd att återgälda gåvan?), men kan också ha att göra med status och maktpositioner. Att acceptera en gåva kan ge en signal om min svaghet (jag behöver få min gåva återgäldad!). Normerna som medföljer gåvoekonomin kan omvänt även visa att en givare är stark och oberoende (genom att erbjuda gåvor visar jag att jag har resurser och att jag inte tycker att risken överväger nyttan med att ge). *Förutsättningen för att gåvoekonomin ska fungera är alltså att man kan begränsa antalet deltagare.* Detta låter sig nu jämföras med ekonomin i vanlig mening. Där gäller ju det omvända; marknader strävar efter att expandera. På denna punkt fungerar gåvoekonomins och ekonomins respektive logiker på motsatt sätt; den förstnämnda kräver begränsning, den sistnämnda expansion. Ett konkret system kommer alltså att fungera mycket olika beroende på vilken logik det är som gäller. Ovanstående sagt för att intrikata gåvoregler ingalunda saknas i moderna gåvosammanhang.

Frågan är då vilka som ska ingå i ekonomin. Hur tar man sig in och vilka (institutionella) resurser kan man dra på för att lyckas bli en del av gåvoekonomin? Institutionella resurser har att göra med vad man kan hänvisa till för att få inträde, till exempel medlemskap i frikyrkan eller deltagande i idrottsklubben, alltså att man innehar en form av socialt kapital. Eftersom gåvan innefattar en plikt i både givandet och mottagandet blir det viktigt att veta vilken typ av gåva som är rimlig att ta emot respektive att ge: "... what sometimes makes a gift a failure is not that the recipient doesn't like the present but, rather that the object given is 'inappropriate' to the relationship between the giver and the recipient: It means the 'wrong thing' or sends the 'wrong signal. ... Gifts must be 'proportional' to the relationships in which they are embedded." (Carruthers & Babb 2000: 22) Frågan om vad som kan ingå som gåva kan delvis besvaras av vil-

ken information och annat socialt kapital som finns att tillgå. Dessutom måste man kunna leverera för att erhålla den legitimitet som krävs för att bli en deltagare i ekonomin. Ett exempel på vilken typ av gåvor som är rimliga att erbjuda tydliggjordes i Bilklubben i en regional ekonomi. Medlemmarna i denna klubb är ofta företagare och de delar ett intresse för antika sportbilar. Till dessa medlemmar ges en viss typ av gåvor; till exempel originalnavkapslar, men inte en bil. På den industriella arenan däremot är det accepterat att låna ut maskiner, lokaler och personal som gåva. De kulturella normerna för denna särskilda regionala ekonomi avgjorde vilket värde som kan eller inte kan accepteras som gåva. Det är liknande normativa mekanismer som får en gåvoekonomi att utesluta aktörer. Om man medvetet eller omedvetet bryter mot någon av de normer som reglerar gåvoekonomin kan man mer eller mindre bryskt bli utesluten ur densamma. Vid ett tillfälle bestämde den lokala företagarföreningen att man skulle ge samhället en gåva, man ville ge något tillbaka och visa sig generös mot lokalsamhället. Man bestämde att alla företagare skulle bidra med något, men två företagare vill inte vara med om detta, vilket föranledde ordföranden i föreningen att senare kommentera, *"de lär aldrig mer göra om det"*. Kommentaren antyder att dessa två företagare blev i det närmaste uteslutna från gåvoekonomin och inte längre fick tillgång till de gåvor som tidigare erbjudits dem. Ett konkret exempel i en lokal ekonomi är hur omgivningen reagerar på en företagare som gör konkurs. Vissa aktörer som gör konkurs blir dramatiskt och obarmhärtigt uteslutna från ekonomin, medan andra kan få en andra chans, beroende på om man ingår i gåvoekonomin eller inte. Dessutom, ska vi tillägga, har det också att göra med om man själv är orsak till konkursen eller om man ofrivilligt har drabbats av någon annans dåliga beslut, exempelvis kunder som inte betalar fakturan och så vidare. Gåvoekonomin blir enklare att kontrollera om de strukturella omständigheterna är homogena, till exempel när företagen i ett industriellt distrikt producerar och tillverkar liknande produkter.

Gåva och reell ekonomi

I normala ekonomiska sammanhang kan den person eller företag betraktas som vinnare som själv lagt ut lite och får tillbaka mycket. Även i detta hänseende skiljer sig gåvoekonomin från ekonomin. Mauss tycks nämligen mena att det rakt omvända förhållandet gäller i gåvoekonomin. "Enligt Mauss bestäms status i samhället genom gåvans regler. När en relation upprättas genom gåvor följer, att

den som erhåller största värdet i utbytet, får lägre status."(Erikssons förord till Mauss 1972: 11) Enligt denna analys skulle alltså vinnaren vara den som har givit mest, inte den som tagit emot mest och gåvogivarens motiv är "... precisely the opposite to the capitalist's: whereas the latter maximises net incomings, the former maximises net outgoings". (Gregory 1982: xx) Gåvoekonomin är i denna mening en spegelvänd ekonomi. Därmed har vi kommit till den sjätte jämförelsepunkten.

Gåvoekonomin kännetecknas, för det sjätte, av att konkurrens är omöjlig, eller åtminstone att man inte kan konkurrera på samma sätt som på den ekonomiska marknaden. Med konkurrens om gåvor kan man dumpa värdet på andras gåvor till en viss gräns, men det är inte möjligt att göra detta öppet och tydligt. Att konkurrera om gåvor skapar en hierarki inom det sociala systemet. Genom att göra affärer och köpslå på marknaden om varor och tjänster kan man göra en stor vinst, men att agera på samma sätt inom gåvoekonomin kan leda till en ohanterlig situation.

Man kan nu självfallet fråga sig om Mauss har rätt i sitt påstående – särskilt om vi förflyttar oss från arkaiska samhällen till moderna. Man kan nu tänka sig en alternativ modell, men även den är motsatt logiken i det vanliga ekonomiska utbytet. Enligt den kan man tänka sig att gåvan främst måste hålla sig inom rimliga ramar. Även här blir alltså det ekonomiska värdet viktigt, även om det vore en plumphet och ett brott mot gåvans logik att uttala det. Man kan formulera det som att det inte bara är antalet deltagare i gåvoekonomin som behöver kontrolleras och begränsas, utan även prisnivåerna eller det ekonomiska värdet på de gåvor som ges. Härvidlag skiljer sig naturligtvis gåvan från den ekonomiska transaktionen; ingen blir arg för att han har fått för mycket betalt för en vara han sålt. Ett intressant exempel som faller mitt emellan kategorierna finns i basarernas prutande. Där är det likaledes ett normbrott att gå med på att betala ett för högt pris på varan. Prisnivåproblemet accentueras när gåvor ges i församlingar som inte är naturliga grupper, som till exempel anonyma julgåvor på en arbetsplats. I sådana fall saknas möjlighet för deltagarna att känna av vad som är en rimlig nivå. Därför får man vid sådana tillfällen ta sin tillflykt till att diktera vad som är en rimlig nivå, vad som annars är ett brott mot den gåvonorm som antyddes av Bourdieu. Det kan till exempel heta att man skall ge för högst 100 kronor. Märk väl att man säger högst 100 kronor, inte minst 100 kronor. Självfallet får deltagarna inte kraftigt understiga det angivna beloppet (vilket också skulle vara ett brott), men diktatet gäller likväl maximibeloppet.

Eftersom gåvologikens normer bland annat är utformade för att stärka de sociala banden kan man förstå Hagstroms (1982:22) kommentar att "... as in all giftgiving, the expectation of return gifts (of re-cognition) cannot be publicly acknowledged as the motive for making the gift. A gift is supposed to be given, not in the expectation of a return, but as an expression of the sentiment of the donor toward the recipient." Den här typen av förväntningar kan systematiskt användas för manipulering av den sociala relationen. Eller som Hagstrom (1982: 22) skriver; "Giftgiving is capable of cynical manipulation; if this is publicly expressed, however, the exchange of gifts ceases, perhaps to be succeeded by contractual exchange". Att det existerar en förväntning på att gåvan ska bli återgäldad blir tydligt när den uteblir (kanske på ett medvetet manipulativt sätt). I arkaiska samhällen brukade ett misslyckande att återgälda en gåva i rimlig tid eller till rimligt värde, betyda krig och i modern tid starka antagonistiska känslor och ibland kontroverser och öppna konflikter. Åtföljandet av reciprocitetsnormerna utgör generellt en stabiliserande roll i samhället. Till exempel Gouldner (1960: 168) menade utifrån ett funktionalistiskt systemperspektiv att "... if a social system is to be stable there must always be some 'mutuality of gratification'. Social system stability, then, presumably depends in part on the mutually contingent exchange of gratifications, that is, on reciprocity as exchange." Därför blir ett normbrytande just en risk för systemet i sin helhet. *Gåvoekonomin utgör därmed en lämplig metod för effektiv social kontroll av de aktörer som ingår i den.*

Ovanstående aspekter av gåvoekonomin gör att denna typ av ekonomi skiljer sig radikalt från andra typer av ekonomier. Att gåvoekonomin i sig är redundant i ekonomiska termer skiljer den från annan ekonomi. Gåvoekonomin, i motsats till marknadsekonomin, är i strikt mening inte nödvändig för produktion och distribution av varor och tjänster. Om gåvoutbytet inte styrs av ekonomisk (lag-) nödvändighet, så framstår gåvoinstitutionen som relativt oberoende från strukturell nödvändighet eller determination. Alltså, mellanmänskligt gåvoutbyte i det moderna samhället verkar inte vara starkt determinerad av sociala positioner, roller eller klasser. Cheal (1988) menar tvärtemot att gåvoutbytet är strukturerad av interaktionsprocesser styrda av starka normer som förutsättning för effektivt socialt samarbete i samhället. Gåvor används för att konstruera specifika typer av frivilliga sociala relationer. Cheal (1988) menar att utbyten av gåvor från en individ till en annan ska förstås som ett sätt att institutionalisera sociala band. Nätverksinstitutionen och framför allt gåvoekonomin tillhandahåller de mekanismer som strukturerar interna positioner och möjligheter inom institutionen,

men endast för dem som kan spelets regler och har resurser att byta med. Samtidigt belägger institutionen aktörerna med restriktioner där de sociala processerna innebär att sanktioner kan drabba den som bryter med nätverkets normer (Stenlås 1998).

De relationer som produceras och reproduceras inom ramen för en gåvoekonomi kan utgöra en källa till förtroendeskapande relationer. Man kan lita på de personer som återgäldar en gåva och gör det inom rimlig tid med en gåva som har ett likartad värde. Vid situationer där det råder brist på förtroende, till exempel beroende på om det råder osäkerhet om återgäldandet av en gåva kommer att genomföras eller ej, blir praktiska lösningar betydelsefulla. Dessa lösningar kan inkludera ritualer och rutiner som genererar förtroende som ett resultat av att människor delar en gemensam gåvoekonomi. Rutiniseringen av en gåvoinstitution, och också en gemensam kunskap eller förståelse av gåvoinstitutionen, kan vara grunden till ett ömsesidigt förtroendekapital. Gåvoinstitiutionens stabilitet och förmåga att reproducera de sociala relationerna påverkar förtroendenivån i det givna samhället. Gåvor ges dock inte till vem som helst. De ges till personer vilken givaren har personliga band till eller till någon som innehar en position inom samhället som givaren själv tillhör. Att det är på detta vis, menar Cheal, beror på att gåvoekonomin är redundant och inte skapar någonting, endast tillför och utvecklar vad som redan existerar. Konsekvensen av detta är att gåvor cirkulerar inom relativt stängda sociala grupper som redan innan har relationer till varandra. Man föredrar att utbyta gåvor inom vissa grupper (oftast familj och släkt) och därmed utestänga andra grupper från gåvoekonomin.

Gåvan och regional ekonomi

För att kunna uppnå något utanför sitt eget företag krävs kontakter som man erhåller via socialt kapital och gåvoinstitutionen. Utan dessa goda kontakter som hjälper honom är företagaren maktlös. En av de normer som kan finnas i industriella distrikt kan, precis som i Stenlås studie, formuleras; Du ska alltid, om det låter sig göras, hjälpa en person som ingår i gåvoekonomin med vadhelst det rör sig om. "Om bistånd av någon anledning inte låter sig lämnas, måste detta förklaras för vederbörande på ett sådant sätt att själva den personliga relationen inte skadades. En sådan förklaring kunde vara mycket omständlig och ofta mer komplicerad än att verkligen utföra den begärda tjänsten. Det kunde exempelvis röra sig om olika kompensatoriska tjänster eller upprepade försäkringar om att vänskapen (och därmed relationen) bestod."(Stenlås 1998: 233-234)[17] Marcel Mauss

(1972) påpekar att en utbytesekonomi för det första inte börjar med efterfrågandet av en tjänst utan med givandet av en gåva. Det är med sin förmåga att ge generöst som en ledare bygger upp sin position. För det andra visar Mauss att själva tinget som byts inte är det primära utan den status givandet ger. Det oerhört starka implicita kravet på återgäldande som gåvan medför är själva grundvalen i gåvans ekonomi. Det rör sig om kulturellt bestämda statusreglerande mekanismer. Genom att ge, att ta emot och att återgälda, produceras och reproduceras status, det gäller i lika mån för företagsledare som för Mauss hövdingar. Mauss menade att en förutsättning för gåvomekanismen var att värdet inte kunde fastställas exakt. Om detta lät sig göras, blev gåvan möjlig att återbetala. Om man tänker sig gåvan som en regulativ princip även för tjänster och inte bara varor som inte låter sig mätas i pengar och utbyte av värden som inte är egna utan kontrolleras för någon annans räkning, kan inte utbytet utan vidare återgäldas med pengar, och det finns därmed ingen anledning att förvisa gåvomekanismen till arkaiska samhällen i dessa fall (Stenlås 1998).

Genom gåvoutbyten inom begränsade sociala nätverk i en regional ekonomi, framför allt inom den ekonomiska eliten, kan de sociala banden stärkas och ett symboliskt och socialt kapital produceras. Denna möjlighet uppstår bland annat därför att det i de industriella distrikt som här avses finns en balans mellan marknaden och gåvoekonomin. Bland annat arbete ses som en gåva till företaget från företagarens familj. *I dagens ekonomi har gåvoinstitutionen ytterligare en annan funktion som inte fanns i traditionella samhällen; att underlätta ekonomisk (monetär) utveckling i begränsade ekonomiska regioner.*

Gåvans användning idag

Historiskt sett har en allt större del av den substantiella produktionen av varor och cirkulationen av dessa förflyttats från hushållets domän till separata kommersiella institutioner (Carrier 1995). Varor kännetecknas av att de är flyktiga och opersonliga, till skillnad från gåvor som är uthålliga och personliga. Dessutom är varor något som köpes och säljes, gåvor är givna och erhållna.

Berking (1999) menar att gåvoekonomins betydelse till och med ökar och genomtränger allt större delar av vardagslivet i det moderna, kapitalistiskt organiserade samhället. "Reciprocity is gaining ground as a protest against equivalance." (Berking 1999: 20) Även Godelier (1999) menar att gåvoekonomin i hög grad fortfarande existerar men under andra omständigheter. Idag behöver vi inte använda oss av

gåvor för att producera eller reproducera de fundamentala sociala strukturerna. Vi behöver inte heller tävla om att ge gåvor för att få politiskt inflytande (även om detta händer då och då). "Gift-exchange exists, but it is now free from the burden of having to produce and reproduce the fundamental social relationships common to all members of society."(Godelier 1999:207)

Gåvoekonomin följer fortfarande idag en logik och ett normsystem som befinner sig utanför marknad och vinstmaximering, kanske till och med utanför kalkylerat beteende. Godelier (1999) menar att dagens gåvoekonomi inte bara befinner sig utanför marknaden utan även innehåller normer som är motsatta och motsätter sig marknadens logik. För Godelier (1999) är nödvändigheten av att producera samhället lika stort idag som i arkaiska samhällen, men idag kommer inte något potlatchliknande system att kunna få dess medlemmar att återgälda, än mindre återgälda med ett högre värde. I samtidens gåvoekonomi kommer alltså inte gåvor av ekvivalent värde att återgäldas. Samtidigt är de icke kalkylerade utbytena i gåvoekonomins skepnad en öppning för det solidariska handlandet som ger möjligheter för olika sociala rörelser att bedriva välgörenhet till socialt behövande. Cirka 75 procent av de amerikanska invånarna ger bidrag till olika välgörenhetsfonder och 4,3 procent av hushållens inkomster används till gåvor till nära och kära.[18] Gåvoekonomins aktualitet tydliggörs när vi ser på angränsande fenomen som är vanliga i dagens ekonomi; mutor, filantropi och sponsorskap. Möjligheterna att utveckla entreprenörskap, inom framför allt etniskt företagande, och för monetärt resurssvaga att ingå i en social ekonomi av typen bytesringar eller så kallade Rotating Credit Associations, ökar betydligt med utbytesprinciper som följer den generella reciprociteten som finns i gåvoekonomin (Seligman 1997). En stor del av den reella ekonomin rör sig fortfarande kring givandet av gåvor eller angränsande fenomen som följer en liknande logik som gåvan. *Blat*-systemets informella utbytesregler har fortsatta implikationer i den post-Sovjetiska ekonomin (Ledeneva 1998). Att till exempel ge pengar till välgörande ändamål eller att ge blod- eller organdonationer och den status som kan följa med sådant givande, följer likartade normer som gåvan i dess generella mening (Titmuss 1997). Ibland är gränsen mellan muta (som är olagligt) och gåvogivande (som är lagligt) suddig, likväl följer dessa kulturella normer som fortfarande är starka (Smart 1993). Som vi har sett när det gäller diskussionen om misskännande, är de normativa krav som skapas via gåvan endast giltiga så länge reciprocitetsnormerna är implicita. Vid explicita krav på reciprocitet

transformeras gåvan till exempelvis en muta.

I det moderna samtidssamhället används fortfarande gåvor på åtminstone fyra olika sätt:

1) Som ett sätt att starta en relation och närma sig en annan individ och som ett sätt att visa sin vilja att "investera" i relationen.
2) Som en bekräftelseritual där gåvor utbytes för att signalera att saker och ting är som de ska vara. Att bringa ordning i en osäker relation, helt enkelt.
3) Samhörighetsritualer som är designade för att visa att relationen har en framtid. Denna ritual ska inte lämna några tveksamheter om att aktörerna hör ihop även framåt i tiden.
4) Som ett sätt för en regional ekonomi att skapa resurser som marknaden inte kan tillhandahålla lika enkelt och som underlättar konkurrensen för företagare på nationell och global nivå.

> "Giving is, in general, one of the strongest sociological functions. Without constant giving and taking within society – and also outside exchange – no society would come into existence. For giving is not at all a mere effect of one person upon another; it is precisely what is required of a sociological function: it is interaction" (Simmel i Berking 1999: 31.)

Noter

[1] Denna artikel diskuterades på svenska sociologförbundets årsmöte i Växjö den 28-29 januari 2000 i arbetsgruppen Ekonomisk sociologi och organisationssociologi. Tack till samtliga som där gav mig kommentarer och tack till Ola Agevall som i en tidig version av denna text har kommit med fruktbara kommentarer, samt till Sven-Åke Lindgren. Tack också till tidskriftens granskare för konstruktiva synpunkter.

[2] Jag kommer nedan att använda mig av begreppen utbyten och reciprocitet. Dessa begrepp har olika betydelser. I arkaiska samhällen hävdar Berking, var likheterna mellan utbyten och reciprocitet mer liknande varandra än de är idag. Gåvor syftar i första hand till att uppnå reciprocitet emedan marknaden och varor som cirkulerar där syftar till det rena utbytet. Berking (1999) *Sociology of Giving SAGE*. Se särskilt kapitel 4.

[3] Enligt TT 23/12-2000 visar den snabbmätning som Handelns Utredningsinstitut(HUI) gjort för handeln mellan 1 december och 19 december 2000 att omsättningen kring julklappshandeln ökat med omkring 4 procent jämfört med 38,2 miljarder kronor under samma period förra året. "Det pekar mot att decemberhandeln kommer att uppgå till närmare 40 miljarder i år. Det innebär att år 2000 blir ett av handelns bästa år genom tiderna. I decemberhandeln sätter varje svensk sprätt på 4470 kronor och varje hushåll gör av med 9460 kronor."

[4] Industriella distrikt brukar beskrivas med att de har fyra specifika kännetecken: 1. Industriella distrikt är ett kluster av just geografiskt koncentrerade och sektorsspecialiserade små- och medelstora industrier. 2. Det finns en stark, relativt homogen kulturell och social bakgrund som länkar samman de ekonomiska aktörerna samt skapar en gemensam och brett accepterad beteendekod, ibland är denna kod explicit, men oftast implicit. 3. Det finns en uppsättning relationer mellan de ekonomiska aktörerna och andra sociala institutioner som är både vertikala och horisontella, som baseras både på mark-nads- och icke-marknadsutbyten av varor, tjänster, service, information och människor. Relationerna kännetecknas av en balans mellan samarbete och konkurrens. 4. Det finns ett nätverk av offentliga och privata lokala institutioner som stöttar de ekonomiska aktörerna i sina kluster. Rabellotti (1997) *External Economies and Cooperation in Industrial Districts – A Comparison of Italy and Mexico* Macmillan Press LTD. Inom företags- och nationalekonomi har man använt andra begrepp än industriellt distrikt för att tydliggöra fenomenet. Till exempel Porter (1990) *The competetive advantage of nations The Free Press*, använder "clusters", Storper (1992) "The limits to globalization: Technology districts and international trade" *Economic Geography*, 68 60 93, använder begreppet "technology districts", Lundvall (Ed.) (1992) talar om *National systems of innovations* i en bok med samma titel. Pinter, Pyke & Sengenberger (Eds.) (1992) använder just begreppet "Industrial districts" i boken *Industrial districts and local economic regeneration* Basic Books.

[5] Se till exempel Hyde (1979) *The Gift – Imagination and the Erotic Life of Property* Vintage Books.

[6] Gåvor kan alltså i den betydelse jag lägger i dem, vara både materiella (maskiner, pengar, varor, personal, lokaler) och immateriella (information, förtroende, status, makt).

[7] Camerer (1988) menar att gåvor ger olika typer av (ekonomiska) signaler som blir svårbegripliga utifrån en traditionell ekonomisk analys då gåvan i ekonomisk mening är ineffektiv. Därför föreslår Camerer, utifrån spelteoretiska resonemang, andra förklaringar till varför gåvor ges, som till exempel att man signalerar en beredskap att "satsa" på en relation, vi ger gåvor av konvention, att ge en gåva visar hur mycket en givare vet och kan om mottagarens smak och intressen. Dessa förklaringar visar alla att gåvor ges trots deras ekonomiska ineffektivitet. Se jämförelser med diskussionen om gåvans redundans.

[8] Se till exempel Nee & Ingram (1998) "Embeddedness and Beyond: Institutions, Exchange, and Social Structure" i Brinton & Nee (Eds.) *The New Institutionalism in Sociology Russell* Sage Foundation. DiMaggio (1994) "Culture and Economy" i Smelser & Swedberg (Eds.) *The Handbook of Economic Sociology* Princeton Russel Sage Foundation. Hollingsworth & Boyer (1997) *Contemporary Capitalism – The Embeddedness of Institutions* Cambridge University Press.

[9] Som en granskare av denna artikeln påpekade, har den franska tidskriften Revue de MAUSS sedan ett antal år försökt utveckla en hel samhällsvetenskap centrerad kring Marcel Mauss verk "Gåvan".

[10] Analysen av gåvoekonomin har traditionellt använts för att dra slutsatser om hur arkaiska samhällen har fungerat, men analysen går också att använda på samtida samhällen som kännetecknas av modern kapitalism. Se argument i till exempel Cheal (1988) *The Gift Economy Routledge.*

[11] Idéerna om att se förväntningarna på att en gåva ska returneras som en norm har omfattats av sociologer och antropologer som Emile Durkheim, Marcel Mauss, Bronislaw Malinowski och Lévi Strauss. Att det skulle vara på grund av en norm som gåvoutbyten sker har senare kritiserats av till exempel Weiner, som utifrån en omtolkning av antropologiska studier menar att det snarare beror på att det finns en stark kraft att vilja undanhålla de oförytterliga varorna från cirkulation eller utbyten. Det finns en kulturell ideologi som består i att det alltid framgår vem givaren av en gåva är samtidigt som man gärna vill erhålla gåvor vill man slippa att själv ge några, och det är kombinationen eller paradoxen i detta som gör att utbyten uppmuntras, enligt Weiner. Weiner (1992) *Inalienable Possessions – The Paradox of Keeping-While-Giving* The University of California Press.

[12] Carrier (1995) *Gifts and Commodities Routledge.* Carrier visar, med hänvisning till Davis Exchange Open University Press 1992 och Lea, Walker & Webley "An Interview Study on the Origins of the Problem of Debt" paper presenterat på SASE:s konferens 1992, att normen att ge gåvor till närstående ibland kan vara så stark att man hellre hamnar i skuld än låter bli att ge.

[13] På liknande sätt diskuterar Marshall Sahlins reciprocitet utifrån vad han kallar social distans och som betecknar avståndet mellan människor i den sociala strukturen. Han gör distinktioner mellan tre typer av reciprocitet; generaliserad reciprocitet, balanserad reciprocitet och negativ reciprocitet. Vid generaliserad reciprocitet är likvärdigheten i gåvans värde inte viktigt. I en kontext där den moraliska normen av reciprocitet är väldigt stark, till exempel i – idealtypiskt sett – små lokala samhällen, är behovet hos den som erhåller gåvan det som utlöser utbytet. Hjälp ges och förväntas ges när behov hos någon uppstår. Men det uppstår inte en en-till-en situation mellan gåvan (hjälpen) och återgäldandet vad gäller värdet av varorna eller tjänsterna som utbyts. Alltså, man behöver inte återgälda gåvan med någonting som har likvärdigt värde. Gåvor är uttryck för sociala relationer på ett sådant sätt att de aldrig kan uppnå statusen av att kunna mätas i termer av likvärdigt värde. Även tidsaspekten mellan att gåvan givits till dess att den återgäldats är obestämd och än en gång är behovet avgörande för återgäldandet. Är relationen bra kan ensidiga utbyten ske även över långa tidsperioder. Generaliserad reciprocitet beskriver utbyten som sker i en social kontext där människor är mer eller mindre skyldiga varandra. Obestämdheten i utbytena stärker de sociala banden via förpliktiganden och inordnandet av materiella intressen i förpliktiganden. Att ge en gåva är i denna kontexten alltid ett återgäldande av hjälp som man erhållit tidigare av någon som står en nära. Den generaliserade reciprociteten kännetecknar alltså den minsta sociala distansen och de nära relationerna i famil-jen, bysamhällen och lokala områden. Stabiliteten i det sociala systemet kan sägas vara en funktion av att alla är skyldiga alla någonting som vid något tillfälle förväntas betalas tillbaka.

Den balanserade reciprociteten existerar där de sociala banden är lösare än i ovanstående fall och där de social banden är skilda från materiella intressen. Därför är utbytet av varor och tjänster regle-

rat till att de ska ha likvärdigt värde och tiden det tar att bli återgäldad. Idealet i denna typ av utbyten är att ett simultant utbyte sker av identiska varor. I denna typ av utbyten utvecklas sociala och symboliska band mellan individer och grupper genom materiella varor där utbytets likvär-dighet uttrycks i varornas värde samt att man avstår från att vara skyldig någon någonting. Generellt sett är alltså den balanserade reciprociteten ett sätt att beskriva utbyten där givandet och återgäldandet sker och kompenserar varandra inom en specifik tidsrymd. Det materiella utbytet i transaktionen är fortfarande inbäddat i sociala relationer och används som ett medel genom vilka sociala band produceras och reproduceras utan att vara inordnat i det materiella utbytet. Balanserad reciprocitet kännetecknar samhällen där det sociala avståndet mellan människor är på medeldistans, som avlägsna släktingar, relationer mellan människor som befinner sig på olika orter och så vidare. Det är denna typ av reciprocitet som underligger Mauss tolkning av gåvoutbyten som en policy för att säkerställa fredliga relationer med grannar.

Till sist den negativa reciprociteten som uppstår där den sociala distansen är som störst och där det materiella intresset är det enda motivet till transaktionen. Typiska exempel är stöld, svindel, köpslående där den negativa sociala relationen är ett direkt resultat av den materiella vinst som den starkare förhandlingsparten gör. Transaktionerna kännetecknas av ett tagande utan ett givande och avslutas så fort man erhållit det man tänkt sig erhålla.

För gåvoinstitutionens vidkommande är utbytet i hög grad kännetecknat av en balanserad reciprocitet, då och då kombinerad med en generaliserad reciprocitet. Sahlins (1972) *Stone Age Economics* Aldine-Atherton Inc.

[14] Det här gäller framför allt den balanserade reciprociteten i Sahlins termer.

[15] Dessutom är det normalt att det uppstår en obalanserad reciprocitet i föräldrar–barn relationen. Föräldrar ger mycket fler julklappar med större värde till sina barn än tvärtom. Till exempel i Caplow's studie *Middletown III* gav föräldrarna sju gånger fler julklappar till sina barn än vad de mottog själva. Caplow (1984) "Rule Enforcement without Visible Means: Christmas Gift Giving in Middletown." *American Journal of Sociology*. May Vol 89, No 6. 1306-1324.

[16] Se Zelizer (1994) för en diskussion kring pengarnas sociala betydelse och användning. The Social Meaning of Money

[17] Stenlås (1998), I Stenlås studie analyseras de inre nätverken som fanns kring Wallenberg under tiden före andra världskriget.

[18] För olika empiriska mätningar av gåvoekonomins storlek se Caplow (1982) "Christmas Gifts and Kin Networks" *American Sociological Review* June, Vol 47, No 3. Och Cheal (1988) *The Gift Economy* Routledge.

Referenser

Berking, H. (1999) Sociology of Giving London: SAGE.

Berti, L. (1996) "Society and the Market: Remote and Less Remote Sources of a Present Issue" I Nudler, O & Lutz, M. (Ed.) *Economics, Culture and Society – Alternative Approaches: Dissenting Views from Economic Orthodoxy* New York: The Apex Press och Tokyo, New York, Paris United Nations University Press..

Bourdieu, P. (1999) [1977] *Outline of a Theory of Practice* Cambridge:

Cambridge University Press.
Bourdieu, P. (1990) [1980] *The Logic of Practice* Cambridge: Stanford University Press.
Bourdieu, P. (1999) *Praktiskt förnuft. Bidrag till en handlingsteori* Göteborg: Daidalos.
Bourdieu, P. (2000) *Pascalian Meditations* Cambridge: Polity Press.
Brinton, M & Nee, V. (Eds.) (1998) *The New Institutionalism in Sociology* New York: Russell Sage Foundation.
Camerer, C. (1988) "Gifts as Economic Signals and Social Symbols" *American Journal of Sociology* Supplement.
Caplow, T. (1982) "Christmas Gifts and Kin Networks" *American Sociological Review* June, Vol 47, No 3.
Caplow, T. (1984) "Rule Enforcement without Visible Means: Christmas Gift Giving in Middletown." *American Journal of Sociology*. May. Vol 89, No 6. 1306-1324.
Carrier, J. (1995) *Gifts and Commodities* London: Routledge.
Carruthers, B. G. & Babb, S. L. (2000) *Economy/Societey – Markets, Meanings, and Social Structure* London & New Dehli: Pine Forge Press.
Cheal, D. (1988) *The Gift Economy* London & New York: Routledge.
DiMaggio, P. (1994) "Culture and Economy" i Smelser, N. J. & Swedberg, R. (Eds.) *The Handbook of Economic Sociology* New York: Princeton Russel Sage Foundation.
Eriksson, B. G. *förord till Mauss M. (1972) Gåvan* Lund: Argos.
Godelier, M. (1999) *The Enigma of the Gift* Cambridge: Polity Press.
Gouldner, A. (1960) "The Norm of Reciprocity: A Preliminary Statement" *American Sociological Review* April, Volume 25, Number 2.
Gregory, C. A. (1982) *Gifts and Commodities* London: Academic Press.
Hagstrom, W. O. (1982) "Gift giving as an organizing principle in science" I Barnes, B. & Edge, D. (Eds) *Science in Context. Readings in the Sociology of Science* Open University Press. Milton Keynes. Open U. P.
Hollingsworth, J. R. & Boyer, R. (1997) *Contemporary Capitalism – The Embeddedness of Institutions* Cambridge: Cambridge University Press.
Hyde, L. (1979) *The Gift – Imagination and the Erotic Life of Property* New York: Vintage Books.
Ledeneva, A. (1998) *Russia's Economy of Favors* Cambridge: Cambridge University Press.
Lundvall, B-Å. (Ed.) (1992) *National systems of innovations* London: Pinter.

Mauss, M. (1972) *Gåvan* Lund: Argos.
Nee, V. & Ingram, P. (1998) "Embeddedness and Beyond: Institutions, Exchange, and Social Structure" i Brinton, M & Nee, V. (Eds.) *The New Institutionalism in Sociology* New York: Russell Sage Foundation.
Polanyi, K. (1957) "The Economy as Instituted Process" Polanyi, Arensberg & Pearson (Eds) *Trade and Market in the early Empires* New York: The Free Press.
Polanyi, K. (1989) *Den stora omdaningen* Lund: Arkiv förlag.
Porter, M. E. (1990) The competetive advantage of nations London: The Free Press.
Pyke, F. & Sengenberger, W. (Eds.) (1992) *Industrial districts and local economic regeneration* Geneve: Basic Books.
Rabellotti, R. (1997) *External Economies and Cooperation in Industrial Districts – A Comparison of Italy and Mexico* New York: Macmillan Press LTD.
Revue du MAUSS (1988-) Paris: La Découverte.
Sahlins, M. (1972) *Stone Age Economics* New York: Aldine-Atherton Inc.
Seligman, A. B. (1997) *The Problem of Trust Princeton*: Princeton University Press.
Smart, A.(1993) "Gifts, Bribes, and Guanxi: A Reconsideration of Bourdieu's Social Capital" *Cultural Anthropology* 8(3): 388-408
Smelser, N. (1959) "A Comparative View of Exchange Systems", *Economic Development and Cultural Change.* 7: 173-182.
Smelser, N.J. & Swedberg, R. (Eds.) (1994) *The Handbook of Economic Sociology* New York: Princeton Russel Sage Foundation.
Stenlås, N.(1998) *Den inre kretsen* Lund: Arkiv Förlag.
Storper, M. (1992) "The Limits to Globalization: Technology Districts and International Trade" *Economic Geography*, 68 60 93
Strathern, M. (1992) "Qualified value: the perspective of gift exchange" i Humphrey C. & Hugh-Jones S. Barter, *Exchange and Value: Anthropological Approach* Cambridge: Cambridge University Press.
Titmuss, R. M. (1997/1970) Oakley A. & Ashton J. (Eds) *The Gift Relationship – From Human Blood to Social Policy* London: LSE Books.
Weiner, A. B. (1992) *Inalienable Possessions – The Paradox of Keeping-While-Giving Berkeley*, Los Angeles, Oxford: The University of California Press.
Zelizer V. (1994) *The Social Meaning of Money* New York: Basic Books.

Abstract

The Gift-Economy in the Modern Society

In the article it is argued that the institution of the gift – analysed ever since Marcel Mauss influential essay from 1925 "The Gift" – still is of sociological interest. The article proceeds by comparing the gift-economy to the market economy, which is done in six subsequent steps: 1. The private and public spheres of the gift. 2. The social mechanisms misrecognition of the gift. 3. The gift as an inalienable possession. 4. The functional redundancy of the gift from an economical viewpoint. 5. The excluding characteristics of the gift-institution. 6. Competitive behaviour within the bounds of the gift-institution. On the basis of this argument, it is argued, firstly, that the gift institution works through strong informal and institutionalised norms that are important for the co-ordination of exchanges in a modern society, not just the archaic societies analysed by Mauss. Secondly, it is argued that the effects of the gift-economy on social relations have great impact on the workings of everyday economic exchanges, especially in the local and regional context.

Keywords: Gift-economy, reciprocity, norms.