

Det bekymmersfria resandet

En studie om socialt ansvar och svenska researrangörers arbete för homo- och bisexuella personers mänskliga rättigheter i sina destinationsländer



(Stalbaum, 2012, 9 februari)

Julia Brandström

Göteborgs Universitet

Institutionen för Globala studier

Examensarbete för kandidatexamen i Globala studier

Vårterminen 2016

Handledare: Susanne Åsman



GÖTEBORGS UNIVERSITET

Abstract

Globalisation is very much related to an increased mobility across the world. Since homosexuality or homosexual acts are criminalised in 75 countries and homophobia exists in all societies worldwide, this mobility is limited for lesbian, gay and bisexual (LGB) travelers. Destinations for vacation or travel are chosen by the need of avoiding risks that heterosexual travelers wouldn't face. This thesis examine how five Swedish tour operators work for LGB human rights within the framework of social responsibility and sustainability. By interviewing six representatives for those tour operators, it became clear that LGB rights are not prioritised in their sustainability agenda, however, no respondent objected to such work. Their understanding about the subject revealed how some elements, such as customers' lack of commitment and LGB friendly attitudes within the travel industry, effect such work. The aim of this study has been to examine how Swedish tour operators work for LGB rights in their destination countries, and to analyse the elements which promotes or obstruct such work. This has been done primarily by using Iris Marion Young's theories on social responsibility and global justice. The concept 'heteronormativity' and perspectives on global culture will be used to develop a more thorough understanding on the complex dynamics between tourism, LGB rights and global actors' social responsibility. The thesis demonstrates that tour operators are able to work for LGB rights in many ways, but lack encouragement to do so.

Key words: *Tourism, social responsibility, LGB rights, global justice.*

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1. Problemformulering och bakgrund.....	1
1.2. Syfte, frågeställning och avgränsning	3
1.3. Disposition.....	4
2. Teori	5
2.1. Tidigare forskning	5
2.2. Teoretiska perspektiv.....	6
2.2.1. Två ansvarsmodeller	7
2.2.2. Heteronormativitet	8
2.2.3. Globalisering och global kultur	10
3. Metod och metodologi	11
3.1. Metod.....	11
3.2. Metodologi.....	13
4. Resultat och analys	15
4.1. Socialt ansvar ”är självklart viktigt för allt och alla, alltid”	16
4.2. ”Man måste skapa ett engagemang för frågorna man jobbar med”	18
4.3. ”Vi är i en bransch som ändå är ganska öppen”	19
4.4. ”En självklarhet för oss att erbjuda resor till alla”	22
4.5. ”Jag tror inte att vi förstår problemet riktigt”	23
4.6. ”Nu ska man bara njuta”	26
4.7. ”Men vi vill ju inte ta en politisk ståndpunkt heller.”	28
4.8. ”Om de skulle pussas så skulle jag avråda det i de flesta länder”	30
5. Diskussion och slutsats	33
Litteraturlista	36

1. Inledning

1.1. Problemformulering och bakgrund

Trots att många modiga aktivister kämpar för bättre livsvillkor och rättigheter för homo- och bisexuella personer runtom i världen är samtyckt homosexuell praktik kriminellt i 75 länder och ännu fler har bristande lagstiftning mot diskriminering eller trakasserier av personer på grund av kön eller sexuell läggning (Carroll & Itaborahy, 2015, s. 6). Istället för att studera dessa framträdande aktivisters kamp, kommer den här undersökningen ta reda på om, och hur, andra inflytelserika aktörer på den globala arenan bidrar till en ökad respekt för homo- och bisexuella personers mänskliga rättigheter. Aktörer som är mindre framträdande inom dessa frågor. Intresset för just researrangörers arbete med frågorna, baseras på antagandet att homofoba lagar och attityder direkt kan påverka deras kunder och personal på resmålen, samt verksamheten som helhet. Genom samtalsintervjuer med sex personer på fem svenska researrangörer av olika storlek, belyses här hur ansvariga i resebranschen resonerar kring, samt vilka faktorer som främjar och försvårar arbetet för, mänskliga rättigheter med fokus på homo- och bisexuella personers rättigheter.

Idag rör sig stora volymer människor över jordklotet med en hastighet som saknar motsvarighet i planetens historia och händelser och sammanhang påverkas och är beroende av vad som sker på andra platser i världen. Dessa processer är en del av vad som kallas "globalisering" (Eriksson, Eriksson Baaz & Thörn, 2011, s. 13-14). År 2013 genomförde svenskarna 13,4 miljoner fritidsresor till utlandet och mycket tyder på att det globala resandet kommer att fortsätta öka (Tillväxtverket, 2014, s. 69). För att minska resandets skadeverkningar har frågan om reseföretags sociala ansvar blivit allt mer aktuell och arbetet för en hållbar turism är främst inriktat på arbetsrättsliga villkor, barnsexturism och skydd av djur och miljö, och få researrangörer uppmärksammar homo- och bisexuella personers mänskliga rättigheter.

I Förenta Nationernas (FN) allmänna förklaring om de mänskliga rättigheterna är sexuell läggning inte utskrivet som diskrimineringsgrund, men homo- och bisexuella personers rättigheter kan relateras till flera artiklar i förklaringen, framför allt dess första artikel om att "*alla människor är födda fria och lika i värde och rättigheter*" (Regeringskansliet, u.å.). År 2011 antog FN:s råd för mänskliga rättigheter resolution 17/19 som betonar att de mänskliga rättigheterna gäller alla, oavsett

sexuell läggning eller könsidentitet. I samband med resolutionens antagande beställde rådet en studie för att undersöka homo- och bisexuella personers och transpersoners, livsvillkor i relation till mänskliga rättigheter. Studien visade att systematiskt våld och diskriminering på grund av sexuell läggning eller könsidentitet är vanligt förekommande i alla regioner i världen. Problemen sträcker sig från diskriminering i arbetslivet, hälsovård och utbildning, till kriminalisering, fysisk misshandel och till och med mord. Flera mänskliga rättigheter, såsom alla människors rätt till liv, personlig säkerhet och privatliv, föreningsfrihet och frihet från diskriminering kränks alltså enligt studien (United Nations, 2012, s. 9-10).

För att engagera företag att arbeta med hållbarhet och mänskliga rättigheter har FN arbetat fram ett ramverk, som kallas UN Global Compacts tio principer. Ramverket behandlar mänskliga rättigheter, arbetsvillkor, miljöhänsyn och anti-korruption. De två första principerna, som baseras på FN:s allmänna förklaring om de mänskliga rättigheter, lyder: *"Businesses should support and respect the protection of internationally proclaimed human rights; and make sure that they are not complicit in human rights abuses."* (United Nations Global Compact, u.å.). Företagen *borde* alltså främja mänskliga rättigheter, men de ska *säkerställa* att deras verksamhet inte deltar i kränkningar av mänskliga rättigheter.

De större svenska researrangörerna relaterar stor del av sitt hållbarhetsarbete till "Travelife", ett certifieringssystem för hållbar utveckling inom turismnäring. Initiativet riktar sig till researrangörer och resebyråer och lanserades år 2007. Det syftar till att erbjuda företag kunskap, lösningar och verktyg att kunna genomföra positiv förändring inom sin verksamhet, och ägs av den brittiska branschorganisationen ABTA (Travelife, u.å. & ABTA, 2015). En stor fördel med initiativet är att enbart ha ett certifieringssystem istället för många olika, vilket bidrar till en större samverkan och möjlighet för företagen att påverka utvecklingen inom branschen. En nackdel kan vara att det blir svårare att påverka agendan för vilka frågor som prioriteras, vilket kan göra att företagens hållbarhetsansvarigas egna hjärtefrågor och intressen osynliggörs eller nedprioriteras. Å andra sidan utvecklas ofta den typen av certifieringssystemet genom företagens deltagande. Frågor om homo- och bisexuella personers rättigheter berörs inte i Travelife.

Det finns flera ekonomiska incitament för företag att arbeta för homo- och bisexuella personers rättigheter och inkludering. I RFSL:s (Riksförbundet för homosexuella, bisexuella, transpersoners och queeras rättigheter) projekt Fritt Frams rapport från år 2007 kartläggs bemötandet av homo- och bisexuella personer i bland annat resebranschen. Rapporten visar att 41 procent av de personer som

deltog i undersökningen är osäkra på vilket bemötande de får, men att alla tillfrågade reseföretag anser att de ger ett professionellt bemötande till kunden oavsett sexuell läggning. Dessutom rekommenderar 75 procent av deltagarna rekommenderar ofta homovänliga företag till andra (Börjesson, 2007, s. 3 & 11). Många resor bokas tillsammans med sin partner och det kan därför ses som en marknadsfördel för researrangörerna att kunna erbjuda alla sina resmål till alla sina kunder och samtidigt kunna säkerställa att kunderna är trygga på sin resa.

Det globala fritidsresandet är stort och ökar, homo- och bisexuella personers rättigheter kränks i många av världens länder, FN och andra organisationer engagerar företag att ta ett större socialt ansvar för sin verksamhet och företag har mycket att tjäna på att vara homovänliga. Men ingen studie har tidigare gjorts om hur svenska researrangörer resonerar kring sambandet mellan socialt ansvar och homo- och bisexuella personers rättigheter. Den här studien kommer att undersöka ett sådant samband och samtidigt belysa researrangörernas sociala aktörskap på den globala arenan. Studien kommer att fokusera på de faktorer som främjar och försvårar researrangörernas arbete för homo- och bisexuella personers rättigheter.

1.2. Syfte, frågeställning och avgränsning

Studiens syfte är att undersöka hur svenska researrangörer arbetar för homo- och bisexuella personers mänskliga rättigheter i sina destinationsländer, samt att analysera de faktorer som främjar och försvårar ett sådant arbete.

För att uppnå detta syfte ämnar studien att besvara följande frågor:

1. Vad avgör vilka frågor kring socialt ansvar som researrangörerna arbetar med?
2. Hur kan ett arbete för homo- och bisexuella personers rättigheter i destinationsländer se ut?
3. Hur kan globala kulturella processer påverka ett sådant arbete?

Studien är avgränsad till att enbart röra homo- och bisexuella personer, även om andra grupper, såsom trans- eller queerpersoner, också kan påverkas negativt av lagar och attityder mot homo- och bisexualitet. Organisationer som arbetar för homo- och bisexuella personers rättigheter inkluderar ofta trans- och queerpersoner, i det som kallas ”hbtq-paralyt”, och kommer därmed betecknas som ”hbtq-organisationer” i studien. Om fokus för studien istället hade varit ”hbtq-personers rättigheter”, men främst diskuterat homofoba lagar och attityder och samkönade pars möjlighet att

vara öppna med sin kärlek och sin sexuella läggning, skulle trans- och queerpersoners situation ha osynliggjorts. Hbtq-paraplygruppen är viktig för att synliggöra normer kring både könsidentitet och sexuell läggning, då identitetsfaktorerna är nära beroende av varandra, men det är också viktigt att komma ihåg att det finns stora skillnader i vilka utmaningar grupperna möter och att det finns maktordningar även inom hbtq-paraplygruppen. Trans- och queerpersoner förtjänar därför en egen studie som belyser normer och utmaningar som är förknippade med könsidentitet och turism.

Trots att många homofoba lagar rör den homosexuella praktiken, kommer studien inte att handla inte om sexualitet ”som sexuell praktik”, utan sexualitet ”som position”. Skillnaden är att sexualitet som position syftar på hur en identifierar sig med eller mot kategorier som hetero-, homo- och bisexualitet, och sexualitet som sexuell praktik syftar på sexuella handlingar och tolkningar av dessa (Wasshede, 2010, s. 34). För att poängtera identitetspositionen ytterligare kommer begreppet ”sexuell läggning” att användas istället för exempelvis ”sexuella preferenser” och därmed undviks argument eller tolkningar för eller emot olika sexuella handlingar. Studien fokuserar på gruppens rättigheter, inte på hur enskilda individer identifierar sig eller definierar sin sexualitet. Det här är en studie om researrangörers arbete för mänskliga rättigheter och rör bland annat rätten till privatliv, rätten till personlig säkerhet och frihet från diskriminering.

1.3. Disposition

Förutom ovanstående inledning, är studien uppdelad i fyra avsnitt. Nedan följer ett teoriavsnitt med tidigare forskning om turism för homo- och bisexuella personer och om researrangörers sociala ansvar för en hållbar turism. Efter det redogörs för de teoretiska perspektiv som är centrala för studiens analys. Avsnittet därefter berör den metod som användes, alltså samtalsintervjuer, samt en reflektion kring utmaningar som uppstod i samband med intervjuerna. Det följs av en diskussion om varför studien bör läsas utifrån en hermeneutisk ansats. I nästföljande avsnitt kombineras studiens resultat- och analysdel, där exempel på hur researrangörerna kan arbeta för homo- och bisexuella personers rättigheter, samt vilka faktorer som främjar och försvårar ett sådant arbete, kommer att diskuteras. Det avslutande avsnittet diskuterar studiens slutsats, ger förslag på framtida arbete för researrangörers främjande av homo- och bisexuella personers rättigheter, samt ger förslag på vidare forskning.

2. Teori

2.1. Tidigare forskning

I framför allt USA och Storbritannien har det forskats relativt mycket om turism riktad till homo- och bisexuella personer, men då ofta med en marknadsinriktad utgångspunkt. Boken *Pink Tourism* av Howard L. Hughes (2006) är en litteraturgenomgång av tidigare forskning och berör flera aspekter om ämnet. Boken belyser historiska, geografiska och ekonomiska aspekter, skillnader mellan homosexuella kvinnor och mäns resande, vad grupperna efterfrågar för typ av resa, beteende i det offentliga rummet med mera. Ett kapitel handlar om hur val av destination görs utifrån var det är lättast att undvika risker, såsom våld, hot om våld och kränkande bemötande av lokalbefolkning eller hotellpersonal. Hughes (2006) skriver:

Gay space, gay-friendliness and lack of homophobia are important in the holiday choice and it would appear that gay and lesbian tourists do face some additional difficulties when on holiday. These affect the holiday experience and can influence future choices and the choices of others. (s. 88).

Han refererar också till en studie där alla deltagare själva hade utsatts för eller kände någon som har utsatts för kränkande behandling som turist på grund av sin sexuella läggning (Hughes, 2006, s. 73). Det är tydligt i Hughes' bok att homosexuella turister utsätts för risker som heterosexuella personer inte råkar ut för.

I David R. Coons (2012) artikel *Sun, sand and citizenship* behandlas ett annat ämne som ofta diskuteras i samband med homo- och bisexuella personers mänskliga rättigheter, nämligen att erkännas som samhällsmedborgare. Artikeln är en ideologianalys av resematerial riktat till homosexuella turister för att ge en inblick i hur situationen i det egna, amerikanska, samhället ser ut. Coon (2012) kommer fram till att materialet erbjuder en bild av ett perfekt fantasisamhälle med lika rättigheter oavsett sexuell läggning, vilket ställs i kontrast till resenärernas verkliga vardag. Homosexuella personer görs till andra klassens medborgare då de framställs som någon som flyr verkligheten på grund av sin identitet, och därmed förutsätts uppleva diskriminering och kränkande behandling på hemorten. Coon (2012) visar att reseaterialet använder ett språk som indikerar att homo- och bisexuella personer blir diskriminerade i det land de bor och är medborgare, samtidigt

som Hughes (2006) poängterar att resenärerna tvingas göra noggranna val av destinationsmål för att inte diskrimineras på semestern. Heteronormen i världen är därmed tydlig, och researrangörer både påverkar och påverkas av den.

Queerforskaren Jasbir K. Puar (2002) undersöker i sin artikel *Circuits of queer mobility* hur lokala och globala aktörer bidrar till produktionen av ett "global gay community", med utgångspunkt i queer turism. Hon menar att allt starkare förbindelser mellan globalisering, turism och sexualitet troligtvis kommer att leda till fler konflikter mellan olika aktörer på den globala arenan.

Tillsammans med Hughes (2006) och Coon (2012), bidrar Puar (2002) med argument för varför researrangörer bör prioritera homo- och bisexuella personers rättigheter i sina hållbarhetsagendor, samt varför det behövs mer forskning inom ämnet.

Det har även bedrivits en hel del forskning de senaste åren kring hur researrangörer påverkar och ansvarar för en hållbar turism. Adriana Budeanu (2005) uppmärksammar de utmaningar på global och lokal nivå som researrangörer möter med en växande "massturism" i arbetet för en hållbar turism. Hon menar att företagen är medvetna om problemen som turismen skapar för naturen, samhällen och kulturer och gör mycket för att motverka dem, men att de skulle kunna göra mer för att förebygga framtida utmaningar. Arrangörerna spelar en central roll för att förändra beteende och attityder mot en mer ansvarsfull syn på turism (ibid.). Marika Erikssons (2006) masteruppsats om svenska researrangörers sociala ansvar fokuserar på mänskliga rättigheter och berör frågor om ekonomi, arbetsrättigheter, miljöförstöring, sexturism, ursprungsbefolkningar, tvångsflyttningar och kulturella rättigheter, men nämner ingenting om homo- och bisexuella personers rättigheter.

Forskning har alltså bedrivits kring *antingen* homo- och bisexuella personers resande *eller* researrangörers sociala ansvar kring hållbar turism och mänskliga rättigheter. Den här studien ämnar därför att kombinera dessa två aspekter för att se hur researrangörer kan förbättra situationen för homo- och bisexuella kunder, personal och lokalinvånare på sina resmål.

2.2. Teoretiska perspektiv

Det här avsnittet kommer att presentera de verktyg som kommer att användas i studien för att analysera vilka faktorer som främjar och försvårar researrangörers hållbarhetsarbete med homo- och bisexuella personers mänskliga rättigheter. Avsnittet kommer att jämföra två olika ansvarsmodeller

som kommer att användas för att belysa researrangörernas förhållande till socialt ansvar och global rättvisa. Begreppet heteronormativitet kommer att definieras och diskuteras för att senare i studien kunna visa hur samhällsnormer och motstånd mot dessa normer påverkar hur researrangörerna resonerar kring socialt ansvar. Avsnittet kommer även att presentera teorier om vilka konsekvenser globaliseringen kan ge för påverkansarbete som rör kultur, identitet och politik.

2.2.1. Två ansvarsmodeller

I en diskussion om global rättvisa argumenterar Iris Marion Young (2007) för en modell som hon kallar "den sociala förbindelsens ansvarsmodell", vilken hon särskiljer med fem karaktärsdrag från en mer vedertagen ansvarsmodell som hon kallar "skyldighetsmodellen". Hon menar att den sociala förbindelsens ansvarsmodell är mer lämplig att utgå ifrån i en värld av komplexa processer som kollektivt bidrar till global orättvisa, vilket gör den användbar i analysen av researrangörernas resonemang kring socialt ansvar i sina destinationsländer.

Det första karaktärsdraget, icke-isolering, innebär att fler aktörer än de som kan straffas juridiskt för sin delaktighet i skapandet av strukturell orättvisa kan ses som ansvariga. Skyldighetsmodellen vill peka ut och isolera en ansvarig aktör för att kunna frikänna övriga aktörer från ansvar. Young (2007) bedömer utpekandet som olämpligt, eftersom tusentals personer kan vara delaktiga i institutioner och praktiker som skapar strukturell orättvisa. Det andra karaktärsdraget handlar om att bedöma bakgrundsförutsättningar istället för att försöka hitta en specifik felaktig handling som kan leda till straff. En bakgrundsförutsättning inom resebranschen är exempelvis att många destinationer är säsongsbundna, vilket kan försvåra arbetet för goda arbetsvillkor. Att hotellpersonal inte har fast anställning, eller arbetar många övertidstimmar vissa perioder kan då anses förståeligt och normalt (Young, 2007, s. 210-211). Det tredje karaktärsdraget är att den sociala förbindelsens ansvarsmodell är mer framåtblickande än skyldighetsmodellen, som snarare ämnar att straffa någon för en tidigare handling. Young (2007) menar att "*De orättvisor som skapas genom strukturer är inte avslutade utan tvärtom pågående*" (s. 213), och därför slutar inte människor att lida av orättvisorna för att enskilda gärningsmän straffas. Det fjärde karaktärsdraget liknar det första, och poängterar att ansvaret är delat istället för isolerat. Alla inblandade aktörer har en personligt, delat ansvar för orättvisornas skadeverkningar. En person kan inte ensam stå till svars för strukturernas konsekvenser. Det femte och sista karaktärsdraget visar att förändring endast kan ske om många aktörer från olika sociala positioner går samman i en kollektiv handling. Den sociala förbindelsens ansvarsmodell är till för att motivera aktörer till att vilja skapa förändring, istället för att agera

defensivt och skylla på andra aktörer, vilket skyldighetsmodellen ger upphov till (Young, 2007, s. 213-214).

Youngs (2007) modell belyser ett nytt sätt att resonera kring socialt ansvar på den globala arenan, vilket är nödvändigt för att alla mänskliga rättigheter ska främjas och respekteras av alla inblandade aktörer i en allt mer komplex och globaliserad värld. Hon visar på vilket sätt den sociala förbindelsens ansvarsmodell är mer användbar än skyldighetsmodellen genom att exemplifiera med hur textilbranschens olika aktörer kan ta ansvar för att förbättra arbetsvillkoren för arbetarna i produktionsländerna. Exemplet erbjuder många likheter med resebranschen, men i relation till homo- och bisexuella personers rättigheter är hennes modell flera gånger bristfällig. Den poängterar att globala företag måste respektera lokala lagar och utgår främst från arbetsrättsliga frågor. Young (2007) ger inga förslag eller alternativ till hur företag bör ta ansvar för att mänskliga rättigheter ska respekteras i frågor som rör personlig säkerhet och rätten till privatliv eller hur företag bör agera när de lokala lagarna strider mot mänskliga rättigheter. Hennes diskussion om global rättvisa kommer ändå att vara central i den här studien och användas för att belysa hur synen på ansvar påverkar företagens hållbarhetsarbete.

2.2.2. Heteronormativitet

Normer och förväntningar påverkar hur människor lever och beter sig i olika sammanhang. Att vara medveten om vilka samhällsnormer som begränsar individens agerande ger också en möjlighet för individen att förändra dem. Den här studien kommer att fokusera på hur normer för sexuell läggning påverkar researrangörernas resonemang kring arbetet för homo- och bisexuella personers rättigheter. Nedan ges en kortfattad historik över heteronormens utveckling och potentiella förändring.

År 1973 tog American Psychiatric Association (APA) bort homosexualitet från listan över psykiska sjukdomar, vilket var ett stort genombrott för homo- och bisexuella personers medborgerliga rättigheter i USA, men också globalt. I samband med detta uppstod en debatt mellan olika forskare i APA eftersom beslutet baserades på politisk press från organisationer som kämpade för homosexuella personers rättigheter, inte på vetenskaplig forskning. Debatten ledde till en omröstning där ja-sidan vann och sjukdomsstämpeln togs bort. En av de som försvarade beslutet var Robert L Spitzer, som menade att naturen inte visar oss vad som är friskt eller sjukt. Det är människan som skapar normer för vad som är normalt och onormalt, och listan över sjukdomar är

till för att förenkla för individer med sjukdomen att få behandling, samt är en fråga om vad som är nyttigt för samhället. Sjukdomsstämpeln togs alltså bort för att forskarna inte längre ansåg att den var nyttig för varken individer eller samhälle (Gilje & Grimen, 2007, s. 306-309). I Sverige tog Socialstyrelsen bort sjukdomsstämpeln år 1979 efter protester från gayrörelsen, men World Health Organization dröjde med beslutet till år 1992 (Kungliga biblioteket, u.å. & Hughes, 2006, s. 17). Exempelen visar hur starka föreställningar om vad som är normalt och onormalt kan förändras genom påtryckningar från organisationer och andra aktörer, samt att kulturella värderingar inte är statiska, men att förändring kan ta tid.

Även om homosexualitet inte längre betraktas som en sjukdom menar Cathrin Wasshede (2010) att heteronormen i samhället är stark. Heteronormativitet innebär att: *"heterosexualitet privilegieras, medan det som avviker stigmatiseras, marginaliseras och osynliggörs. /.../ Ett ifrågasättande av heterosexualitet betraktas som brist på förståelse för det uppenbart självklara."* (Wasshede, 2010, s. 27). Genom att ifrågasätta heterosexualitet som uppenbart självklart synliggörs orättvisor och diskriminering som många gånger tas för givna. Även Hughes (2006) diskuterar det heteronormativa samhället. Han menar att heteronormen påverkar behovet av "gay space", alltså platser där homo- eller bisexualitet är norm, samt betonar hur viktiga dessa platser är i värderingen av sin egen identitet och för mer makt och synlighet i samhället.

Gay space, whatever form it takes, is of great significance for gays and lesbians. In a heteronormative world, gay space provides the opportunity to relate to other homosexuals and to validate one's own identity. It also enables gays and lesbians to 'be themselves', so that behaviour can change between gay and straight places. It brings a sense of belonging to a community and confers a sense of empowerment. (Hughes, 2006, s. 22).

Barer, klubbar och festivaler kan bidra till att heteronormen i samhället försvagas. Men det finns också andra motståndsstrategier som enskilda individer använder. I Wasshedes (2010) studie om aktivister i den utomparlamentariska vänstern i Göteborg definieras flera olika motståndsstrategier. "Humanisering" är en strategi som syftar till att bli sedd som "bara människa", vilket innebär att kategorier kring kön och sexualitet ses som sekundära (s. 90). Att väva in "kön" i diskussionen om heteronormativitet är nödvändigt, då kön och sexualitet är ömsesidigt beroende av varandra:

Hetero-, homo- och bisexualitet är inte begripliga utan en indelning i kön, eftersom de bygger på ett antagande om att man begär det ena eller det andra, alternativt båda könen.

Sexualitet, betraktat som sexuell identifikation, blir således begriplig genom könsskillnader. (Wasshede, 2010, s. 35).

Att göra motstånd mot könsnormer kan därmed även ses som ett motstånd mot heteronormen. Humaniseringsstrategin ligger också nära språkanvändningen för mänskliga rättigheter, som betonar *alla människors* lika värde, men kan också bidra till att maktordningar inom gruppen ”människor” osynliggörs. Heteronormativitet kommer att användas som ett viktigt teoretiskt verktyg i studiens analys för att se om, och i så fall hur, avvikare från heteronormen stigmatiseras, marginaliseras eller osynliggörs i researrangörernas hållbarhetsarbete, samt för att se om, och i så fall hur researrangörerna gör motstånd mot heteronormen.

2.2.3. Globalisering och global kultur

Generellt sett är globalisering *”en komplex och mångtydig process som inbegriper en rad olika dimensioner: kulturella, politiska, teknologiska, ekonomiska och ekologiska”* (Eriksson et al., 2011, s. 14). Den här studien kommer att fokusera på de kulturella processerna och diskutera om de svenska researrangörerna bidrar till en homogenisering av världens alla kulturer, om ett erkännande av homo- och bisexuella personers rättigheter kan ses som ”västerländsk import” och om hur researrangörernas arbete för gruppens rättigheter därmed kan uppfattas som ett kolonialt arv.

Enligt Catharina Eriksson, Maria Eriksson Baaz och Håkan Thörn (2011) har kulturer aldrig utgjort fasta och homogena enheter med definierbar kärna, men globaliseringen har medfört att kulturella sammanhang som tidigare haft en viss stabilitet nu är i upplösning och kan snarare ses som ”kulturella flöden”. De menar att globaliseringen har bidragit till att begrepp som ”kultur”, ”identitet” och ”etnicitet” har fått nya betydelser, men också allt oftare tillskrivs politiska innebörder på grund av förändringsprocesser och politiska debatter som rör mångkulturalism eller nya former av främlingsfientlighet (s. 14). Att försöka förändra andra länders lagstiftningar för att de strider mot mänskliga rättigheter är politiskt, men att reducera homo- eller bisexualitet till enbart en politisk fråga kränker personernas människovärde. Den klassiska feministiska parollen *”Det personliga är politiskt”* är fortfarande i hög grad aktuell.

John Tomlinson (1999) menar att diskursen om en ”global kultur” ofta fokuserar på dess problematiska aspekter kring västerländsk kulturell dominans, som ger bilden av att enbart vara ett hot istället för en möjlighet. Några av de kulturella värderingar som människor syftar på när de

pratar om västerländsk kultur handlar om personlig frihet, genus och sexualitet, mänskliga rättigheter, den politiska processen, religion och mycket annat. Ett motargument mot den västerländska kulturella dominansen är att västerländsk kultur inte är ett färdigt paket som tas i bruk, utan att vissa värderingar och attityder kan upplevas som udda och irrelevanta och därför ratas. Vad som tas i bruk och vad som ratas varierar från samhälle till samhälle och även inom olika grupper i samhällena (s. 23-24). Tomlinson (1999) tar diskussionen ett steg längre och argumenterar för att globaliseringen till och med kan motverka och minska den västerländska kulturella dominansen i världen. Han menar att globaliseringens natur är tvetydig: *"its mixture of risk and opportunity, its 'dialectical' counterposing of generalising and particularising tendencies, its confusing capacity both to enable and to disempower"* (s. 26), vilket nyanserar förståelsen av hur kulturer idag är beroende av och påverkas av varandra och att de strukturer som researrangörerna förhåller sin verksamhet till är i ständig förändring. Globala processer påverkar lokala kulturer och lokala processer påverkar globala kulturer. Hans reflektioner och resonemang kring globaliseringens tvetydiga natur kommer att användas i analysen av hur arbete för homo- och bisexuella personers rättigheter kan uppfattas som en västerländsk politisk process, men som är mycket mer komplex än så. Olika samhällen och olika delar av dessa samhällen kan betyda både risker och möjligheter för homo- och bisexuella personer. Det finns inget färdigt paket som passivt ska tas emot, men respekt, dialog och påtryckningar kan göra att gruppens medlemmar erkänns som medborgare och rättighetsbärare. Trots att Tomlinsons (1999) artikel nästan är tjugo år gammal är hans resonemang kring, och kritik mot, globalisering som främst en västerländsk process fortfarande aktuell, särskilt i relation till svenska researrangörers resonemang kring turism och andra kulturer.

3. Metod och metodologi

3.1. Metod

Denna studies undersökningsmetod är semi-strukturerade samtalsintervjuer med tre hållbarhetsansvariga, en VD och en försäljnings- och verksamhetsansvarig på fem reseföretag som som alla arrangerar eller förmedlar resor till minst ett land med lagar som kränker homo- och bisexuella personers mänskliga rättigheter. Under en intervju deltog även en produktchef under en kortare tid, vilket innebär att sex personer kommer att citeras i studien. Tre av researrangörerna,

Apollo Travel Group AB, Fritidsresor AB, Ving Sverige Aktiebolag, ingår i europeiska koncerner och kommer att refereras till som ”större”. Två av dem, Deluxe Vacations AB och Singelresor Norden AB, är privatägda och kommer att refereras till som ”mindre”. Respondenternas namn, kön, titel eller vilket företag de representerar kommer inte att nämnas i citaten, då studiens syfte inte är att bedöma enskilda företags hållbarhetsarbete, utan att ta reda på vilka faktorer som främjar och försvårar företagens och branschens arbete för homo- och bisexuella personers mänskliga rättigheter. I de citat där respondenternas sexuella läggning är relevant för tolkningen av svaret, kommer den att anges. Totalt tillfrågades tio researrangörer, men fem tackade nej eller svarade inte trots upprepade försök till kontakt. Fyra av intervjuerna skedde ansikte mot ansikte och pågick i ungefär en timma, och en intervju med en av de mindre arrangörerna genomfördes per telefon och pågick i femton minuter. Telefonintervjun frångick den ursprungliga intervjuguiden på grund av tidspressen och blev därmed mer fokuserad på homo- och bisexuella personers rättigheter och berörde bara kort företagets hållbarhetsarbete i sin helhet.

Valet av samtalsintervjuer som undersökningsmetod till studien, istället för exempelvis enkäter eller textanalys, gjordes för att bäst ta reda på hur respondenterna upplever världen, för att kunna se mönster i respondenternas vardagsfarenheter och för att bäst uppmärksamma komplexiteten i ämnet för studien. Intervjuer ger möjlighet till oväntade och spontana svar från respondenterna, samt möjlighet att ställa följdfrågor (McCracken, 1988, s. 9, 16-17 & 21). Flera rekommendationer för vad som är bra att tänka på vid en intervju, betonar vikten av att ställa öppna och ej ledande frågor för att låta intervjupersonen själv beskriva sin verklighet och för att intervjuaren inte ska dominera intervjun (McCracken, 1988, s. 34-35 & Häger, 2007, s. 56 & 63). Det är, enligt Björn Häger (2007, s. 22), viktigt att inte använda ord som kan uppfattas som negativt laddade, då orden kan leda till en motvillighet hos respondenten att svara. Begrepp som är svårförståeliga bör också undvikas då de kan skapa en känsla av distans mellan intervjuare och intervjuperson. Följdfrågor, som *”Vill du berätta mer om det?”* eller *”Hur då?”*, ska enligt Häger (2007, s. 66-67 & 75) signalera att intervjuaren lyssnar intresserat, men de ska även vara fria från egna åsikter, och det är minst lika viktigt att våga vara tyst för att pressa intervjupersonen till att fylla tystnaden eller att ge hen möjlighet till reflektion. Dessa enkla råd var väldigt användbara för att lyckas med intervjuerna och följdfrågorna gav många gånger mer intressanta svar än huvudfrågorna.

En nackdel med samtalsintervjuer är att relationen mellan respondent och forskare, och den enes föreställningar om den andre, påverkar utfallet av intervjun. Det kan göra att forskaren bara lyssnar efter det som bekräftar hens egna föreställningar, eller att missförstånd uppstår (McCracken, 1988,

s. 19-21). Att som student på ett universitetsprogram som fokuserar på mänskliga rättigheter, global rättvisa och maktanalyser intervjuar personer med lång erfarenhet inom en bransch som fokuserar på turism, ekonomiska vinster och marknadsanalyser påverkade troligtvis relationen mellan mig som intervjuare och respondenten. Genom att visa en öppenhet till och nyfikenhet inför dessa skillnader försökte jag uppmuntra respondenterna att berätta hur de upplever världen, utan att känna sig granskade eller kritiserade. Trots att jag var medveten om en del av mina föreställningar om studiens respondenter, uppstod ibland missförstånd som påverkade mina följdfrågor och intervjuens innehåll. På samma sätt tolkade respondenterna i vissa fall intervjufrågorna utifrån föreställningar om vem jag var eller vad mitt syfte var med intervjun. Jag kände väl igen Hägers (2007, s. 201) farhågor med att intervjuar medietränade personer. En av respondenterna upplevde jag som särskilt medietränad, vilket märktes genom att hen hade ett eget budskap med sig in i intervjun och att vi därför kom in på sidospår flera gånger. Det var inte enbart negativt, utan gav mig inblick i vilka frågor som hen tyckte skulle prioriteras och vilka utmaningar som hen upplever i sin roll som hållbarhetsansvarig. Det gjorde också att jag blev medveten om att företagsrepresentanter kan uppleva sig granskade även av forskare och studenter, trots att jag betonade att studien inte görs för att granska eller bedöma enskilda företag.

Efter intervjuerna transkriberade jag varje intervju noggrant. För att analysera intervjuerna använde jag sedan Grant McCrackens (1988) analysmetod med fem stadier som går från det specifika till det generella. Innan jag började med analysen läste jag igenom utvalda teorier och litteratur för att distansera mig till mitt material. Det första stadiet syftade till att observera yttranden i intervjuerna var för sig och poängtera varför jag tyckte att de var intressanta. I det andra stadiet kopplade jag in teori i yttrandena och belyste även relationen mellan specifika yttranden i intervjuerna. Då analyserades de enskilda intervjuerna i sin helhet, men var för sig. Det tredje stadiet syftade till att observera likheter mellan de olika intervjuerna, främst i relation till litteraturen. I det fjärde stadiet synliggjordes teman och mönster kring synen på socialt ansvar och homo- och bisexuella personers rättigheter, samt faktorer som påverkar företagens hållbarhetsagenda och arbete för gruppens rättigheter. Dessa resultat ledde fram till det femte stadiet, alltså den analys som presenteras i nästa kapitel (McCracken, 1988, s. 31 & 42).

3.2. Metodologi

Studien utgår ifrån en hermeneutisk metodologi, vilket innebär att meningsfulla fenomen, som

exempelvis mänskliga handlingar, måste *tolkas* för att kunna förstås. Ett viktigt begrepp inom hermeneutiken är den ”hermeneutiska cirkeln”, som innebär att se samband mellan det som ska tolkas, förförståelsen och det sammanhang som det ska tolkas i. Med förförståelse menas sådant som aktören grundar sin förståelse i, exempelvis tidigare erfarenheter, språk och värderingar. Tolkningarna motiveras av mig som forskare genom att se hur helheten påverkar delen och hur delen påverkar helheten, alltså görs tolkningarna i en typ av cirkelrörelse (Gilje & Grimen, 2007, s. 171, 179 & 187). Min forskarposition i studien är metodologisk kollektivism, då det är individernas position, arbetsuppgifter och plikter inom bransch- eller företagsstrukturen som formar deras inställning och gör att de handlar eller tolkar världen omkring sig på ett visst sätt. Det betyder däremot inte att alla individer i strukturen alltid och överallt är likadana, men det är strukturen som ger individernas handlingar mening. Om jag hade varit metodologisk individualist hade jag tvärtom utgått ifrån att individernas resonemang och handlingar kan förklara strukturen de verkar inom (ibid., s. 215 & 227-229).

I studiens syfte har jag medvetet valt att inte använda ordet ”förklara”, framför allt för att studiens ämne är relativt outforskat vilket gjorde att jag inte visste vilket meningsfullt fenomen jag ville förklara. Att hitta förklaringar till sociala fenomen är enligt Nils Gilje och Harald Grimen (2007) ”*en central del i samhällsvetenskapernas målsättning*” (s. 129). Om jag hade kunnat konstatera innan studien att researrangörer inte prioriterar ett hållbarhetsarbete för homo- och bisexuella personers rättigheter skulle mitt syfte ha varit att förklara varför de inte gör det. Orsaksförklaringar som ”*kunderna efterfrågar inte det*”, eller ändamålsförklaringar som ”*de hållbarhetsansvariga tror inte att det skulle stärka företagets varumärke*”, skulle involvera respondenternas förförståelse och vilket sammanhang de verkar i, men studien skulle bli marknadsinriktad och det skulle saknas en djupare analys av fenomenet. Därför är Anthony Giddens (i Gilje & Grimen, 2007, s. 177) begrepp ”dubbel hermeneutik” användbart här eftersom det betonar att forskaren måste gå längre och tolka det som de sociala aktörerna, i det här fallet respondenterna, redan har tolkat. Analysen kommer därmed innebära en tolkning av aktörernas tolkningar med hjälp av samhällsvetenskapliga begrepp som global rättvisa, heteronormativitet och globalisering. Förklaringen till researrangörernas agerande går därmed utanför respondenternas egna tolkningar och uppfattningar, men motiveras av mig genom att belysa samband mellan helhet och del i enlighet med den hermeneutiska cirkeln.

4. Resultat och analys

Det här avsnittet kommer att redogöra för hur fem svenska researrangörer resonerar kring arbetet för homo- och bisexuella personers rättigheter i sina destinationsländer. Ingen av de stora arrangörerna arbetar med dessa frågor lika omfattande som de arbetar för bättre arbetsvillkor, barns rättigheter eller djurskydd. Deras motiveringar till varför så är fallet belyser vilka faktorer som främjar och försvårar ett arbete för homo- och bisexuella personers rättigheter. Anledningar som ett för litet aktörskap i relation till problemen, personalens bristande engagemang, problemens frånvaro i resebranschen, ovilja att göra skillnad på olika grupper, organisationers påtryckningar kring andra frågor, kundernas bristande efterfrågan, samt försiktighet i frågor som rör kulturella skillnader kommer att analyseras i detta avsnitt. Vissa delar av avsnittet kommer att vara mer fokuserade på studiens resultat och andra delar kommer att vara mer fokuserade på analys av resultaten. Alla berörda frågor kommer att inkluderas i analysen.

Av det insamlade materialet hade det här kunnat bli en studie om hur marknaden förändras med enklare sätt att själv sy ihop sin resa på olika internetsidor och med en växande informell marknad med privatpersoner som hyr ut sina bostäder, eller varför människorätsorganisationer främst granskar researrangörer som anordnar paketresor, när det nu finns så många andra aktörer på marknaden. Att göra den typen av marknadsanalys skulle inte uppnå studiens syfte. Den här studien kommer istället att analysera researrangörernas resonemang kring vilka faktorer som främjar och försvårar ett arbete för homo- och bisexuella personers mänskliga rättigheter utifrån Youngs (2007) teorier om global rättvisa. Analysen kommer att fördjupas genom en diskussion om heteronormativitet och globaliseringens påverkan på arrangörernas hållbarhetsarbete, samt arrangörernas påverkan på globaliseringen.

I studien synliggjordes stora skillnader mellan resonemangen hos de mindre arrangörerna och de större. De större arrangörerna har egna flygbolag, äger hotell och har egen personal på destinationerna, ingår i stora europeiska koncerner och arbetar mer uttalat med mänskliga rättigheter än vad de mindre gör. Den här analysen kommer att ha störst fokus på de stora arrangörerna, medan de mindre arrangörernas resonemang kommer att användas för att belysa alternativa förhållningssätt till frågorna och till resebranschen. Det finns skillnader mellan alla arrangörer som jag har intervjuat, men i samband med homo- och bisexuella personers rättigheter är resonemanget bland de större relativt likartat.

4.1. Socialt ansvar ”är självklart viktigt för allt och alla, alltid”

En faktor som påverkar företagens hållbarhetsarbete är synen på ”socialt ansvar” och vilka frågor som inkluderas i begreppet. En generell uppfattning hos respondenterna på de stora arrangörerna var att de inte ansåg sig ansvariga att arbeta för homo- och bisexuella personers rättigheter i sina destinationsländer, samt att frågorna sällan diskuterades inom företaget eller branschen. De större arrangörerna förknippade socialt ansvar med bra arbetsvillkor, arbete mot barnsexturism och djurskydd. De mindre relaterade det främst till bra och lokala samarbetspartner och poängterade att de inte har så stor möjlighet att påverka i ett större perspektiv. En respondent från en mindre arrangör sade att:

Det [sociala ansvaret] är självklart viktigt för allt och alla, alltid. Vi känner att vi har ju inte så himla stor möjlighet att påverka men det är viktigt för oss att veta och känna till att våra hotellsamarbetspartners jobbar så schyst och rent, så att säga, som det går då.

Företaget som respondenten representerar har några få anställda och en årsomsättning på ett fåtal miljoner kronor. Men även bland de större arrangörerna kunde respondenter poängtera sitt begränsade aktörskap och handlingsutrymme. I en diskussion om hur det svenska företaget upplever sitt aktörskap i en större europeisk koncern svarade en respondent att det är positivt att vara en del av en större koncern eftersom påverkan blir större. Respondenten företräder ett företag med flera hundra anställda och flera miljarder kronor i årsomsättning, men hävdade ändå att de är ”små” i jämförelse med sina tyska och brittiska motsvarigheter:

Men jag tror också att i det här sammanhanget, när det gäller socialt ansvarstagande och särskilt kring mänskliga rättigheter, det går inte med att vi sitter här själva i Norden och gör saker. Det hjälper inte ett skvatt. Vi måste finnas i England, vi måste sitta med i de stora forumen /.../ Ja man måste ju, det blir inte samma gehör om jag skulle prata med... eftersom vi är ju så små. De är ju tio gånger så stora kundvolymsmässigt än vad vi är här. Det blir ju mycket mer kraft.

I relation till diskussionen om socialt ansvar och homo- och bisexuella personers rättigheter sade en

respondent på en större researrangör att *"Jag funderar på hur mycket det här är en sak för oss liksom och om vad vi kan göra och vad som är rimligt."* Synen på vad social ansvar innebär och företagens upplevelse av det egna aktörskapet kan därmed ses som en faktor som försvårar arbetet för homo- och bisexuella personers rättigheter.

Resonemanget stämmer väl överens med vad Young (2007) kallar skyldighetsmodellen. Modellen vill isolera och bestraffa den aktör som är mest skyldig till orättvisan, och Young (2007, s. 197) menar att många institutioner och individer anser att det är absurt att exempelvis försäljare och konsumenter skulle bära ett ansvar för förhållanden långt borta. Staterna har det yttersta ansvaret för att mänskliga rättigheter ska implementeras i den nationella lagstiftningen, men i allt mer invecklade globala affärssystem är det bättre att alla inblandade aktörer delar på ansvaret. Att fransäga sig allt ansvar är att förringa sitt aktörskap och sin möjlighet att påverka strukturella orättvisor. Young (2007) skriver att *"Alla aktörer som genom sina handlingar bidrar till de strukturella processer som skapar orättvisa har ett ansvar att avhjälpa dessa orättvisor."* (s. 191). I denna definition av socialt ansvar poängteras tydligt det rättviseperspektiv som många gånger saknas i företagens mer marknadsinriktade hållbarhetsarbete.

Det är inte särskilt förvånande att företagen utgår från sin egen verksamhet och vad de är skyldiga att göra för att respektera mänskliga rättigheter. En respondent från en större arrangör pekade på att resebranschen *"är en riktigt lågmarginalbranch"* med hård konkurrens och en annan poängterade att som företag ska vi *"tjäna pengar till våra aktieägare."* Argumenten visar att företagen inte utgår från globala orättvisor eller känner något ansvar för att alla mänskliga rättigheter ska respekteras på deras resmål. Om de som företag inte direkt kränker homo- och bisexuella personers rättigheter, anser de sig heller inte skyldiga att arbeta med frågorna. Det kan vara svårt att veta om researrangörerna direkt kränker gruppens rättigheter genom sin verksamhet, ingen av respondenterna berättade om några specifika fall, men företagen bedriver verksamhet i länder där gruppens rättigheter kränks och deras verksamhet kan därmed inte anses vara befriad från dessa orättvisor. Det är exempelvis troligt att deras homo- och bisexuella kunder eller personal blir lidande av resmålens lagstiftning eller homofoba attityder. Youngs (2007) poäng med den sociala förbindelsens ansvarsmodell är inte att klandra eller straffa, utan syftar till att *"uppmuntra alla dem som genom sina handlingar deltar i det kollektiva handlandets processer att förändra dem"* (s.213). Om researrangörerna deltar i processer som kan förbättra situationen för homo- och bisexuella personer bör de alltså uppmuntras till att göra det.

4.2. "Man måste skapa ett engagemang för frågorna man jobbar med"

En viktig drivkraft för de större researrangörernas hållbarhetsarbete är att skapa engagemang hos kunder och leverantörer, men också hos den egna personalen på huvudkontoret. Företagen vill förmedla en attraktiv arbetsplats och hållbarhetsarbetet blir någonting att samlas kring, som en sorts solidarisk handling, vilken även bedrivs tillsammans med andra företag. En respondent på en av de större arrangörerna menade att:

Det interna perspektivet har varit jätteviktigt för vårt hållbarhetsarbete /.../ för att den [verksamheten] ska lyckas i en organisation så måste den väcka känslor. Det är bättre att göra någonting lite mindre, men som får organisationens engagemang. Än att försöka ta jättestora grepp och inte engagera människor. Så det tror jag är ett nyckelord. /.../ Man måste skapa ett engagemang för frågorna man jobbar med, annars blir det ingenting.

Respondenten berättade om hur stort det interna engagemanget var "när flyktingkatastrofen drog in över Medelhavet" för att hjälpa flyktingar i och runt sina resmål där. Ett av de större konferensrummen på kontoret fylldes av kartonger med barnkläder, leksaker, hygienartiklar, sängkläder och mycket annat, och skickades med det egna flygbolagets plan till resmål runt Medelhavet. Respondenten berättade också om hur specifika verksamheter riktade till utsatta barn väcker engagemang och ger en känsla av att "Yes, det här är företagsverksamhet som jag vill stå för!". En annan respondent poängterade också att engagemang för hållbarhetsfrågorna präglar vilka frågor som prioriteras. Hen berättade att intresset för djur är väldigt stort och säger att "För det är det jag menar med djur. Vad är det som väcker vår empati, våra känslor så mycket när vi vet att människor utnyttjas och grupper diskrimineras."

Exemplen belyser att "skapa engagemang" är synonymt med att "väcka känslor", och visar samtidigt vilka känslor som skapar engagemang. Hållbarhetsarbetet ska först väcka känslor av empati och efter bekräftat resultat väcka känslor av stolthet för att ha bidragit till att hjälpa utsatta andra. Varför ett arbete för homo- och bisexuella personers rättigheter inte förmodas väcka liknande känslor kan bero på tre saker. Det första är att organisationer som arbetar med barn eller djur redan präglas av empati, då det inte är barnen eller djuren själva som driver organisationen, utan istället engagerade personer som representerar och värnar om gruppen. Den andra anledningen är att hbtq-organisationer inte vill väcka empati hos människor, utan drivs av andra mer konfliktorienterade

känslor. En av Wasshedes (2011) slutsatser i analysen av aktivisters motstånd mot en heteronormativ könsmaktsordning är att rörelsen präglas av passion, alltså både lidelse och lidande. Passionen skapar både en känsla av samhörighet inom gruppen och en självdisciplinerad kraft för att genom det personliga uttrycket nå förändring i samhället. Hon menar att *”När det personliga ska förändras krävs passionerade insatser och en politik som rymmer passion, konflikt och ambivalens”* (s. 315). Researrangörerna vill inte se sitt hållbarhetsarbete som politiskt och arbetet präglas snarare av ”konsensus” inom företaget och inom branschen och av ”tydlighet” genom policyer och uppförandekoder, än av ”konflikt” och ”ambivalens”. Organisationer som arbetar för barns rättigheter och djurskydd är därför mer samstämmiga med researrangörernas hållbarhetsarbete, än organisationer som arbetar för homo- och bisexuella personers rättigheter.

Den tredje anledningen är att barns och djurs utsatthet är mer synlig. Andra personer kan inte objektivt se om någon är homo- eller bisexuell, vilket gör att homo- och bisexuella personer på heteronormativa platser kan bete sig enligt normen för att undvika ”bestraffningar” som normavvikare, alltså utsättas för kränkningar. De har ett större eget aktörskap än barn och djur och kan därmed välja när de vill utmana samhällsnormer och när de vill passera som det förväntade. Dessa tre anledningar gör att ett arbete för homo- och bisexuella personers rättigheter inte passar in i de större researrangörernas hållbarhetsagenda, frågorna väcker helt enkelt inte de känslor av empati som företagen vill skapa internt.

4.3. ”Vi är i en bransch som ändå är ganska öppen”

Flera respondenter poängterade att resebranschen är en mer liberal bransch än många andra och att många homo- och bisexuella personer därför arbetar i den. Personalfrågor är kopplade till goda arbetsvillkor, förbud mot diskriminering, föreningsfrihet och företagets varumärke. Antagandet att många homo- och bisexuella personer arbetar i resebranschen skulle kunna vara en faktor som främjar researrangörernas arbete för gruppens rättigheter i sina destinationsländer, men också i Sverige. Ett resonemang som gör att de större arrangörerna, trots detta, inte ser frågan som prioriterad, är att de anser att branschen *i sig* kan främja homo- och bisexuella personers rättigheter genom att göra gruppen mer synlig i samhället och i arbetslivet. Andra branscher, som inte är lika liberala, bör alltså prioritera frågan högre. En respondent sade:

Jag har inte upplevt, rätt eller fel, jag har inte upplevt att det har varit ett stort problem.

Kanske beroende på att vi är i en bransch som ändå är ganska öppen. Det är, tror jag, en lite liberalare bransch än många andra industrier. Också i destinationsländerna.

Efter en längre utläggning om att det är naivt att kräva av en "liten" researrangör att arbeta med vad hen upplever som väldigt specifika frågor om mänskliga rättigheter, fortsatte hen:

Det var en lång utveckling, men det var lite grann att komma till också diskriminering mot homosexuella och bisexuella. Jag har inte drabbats av det, jag tror att vår bransch är mer liberal och tror att det finns större frihet, och det finns större tolerans än i många andra branscher. Det står i våra kontrakt att vi tillåter inte diskriminering. Jag vet inte vad jag kan svara mer.

Det kan vara relevant att här poängtera att respondenten är heterosexuell, vilket skulle kunna förklara varför hen inte har drabbats av diskrimineringen eller anser att frågan inte är relevant att arbeta för. Citatet belyser att respondenten upplevde frågan om homo- och bisexuella personers mänskliga rättigheter som "för stor" och företaget "för litet" för att kunna göra någon skillnad. Samtidigt ansågs inte problemet vara ett problem för dem och den liberala branschen kunde legitimera varför företaget inte arbetar mer med frågorna. Young (2007, s. 198) menar däremot att tystnad kring vissa frågor inte enbart bör tolkas som ett genuint samtycke hos den utsatta gruppen. Tystnad kring orättvisor kan betyda att fack- och föreningsfriheten inte respekteras, eller att enskilda arbetare riskerar att mista sin anställning om de klagar eller uppmärksammar kränkningar av mänskliga rättigheter. Enligt Fritt Fram-rapporten är homo- och bisexuella personer relativt vana att bli illa behandlade (Börjeson, 2007), vilket också kan bidra till att de står ut med vissa orättvisor i en annars "liberal" bransch. De behöver inte dölja sin sexuella läggning i samma utsträckning där som i andra sammanhang.

Att hävda sin litenhet i förhållande till problemets storlek eller till andra aktörers större påverkan är, enligt Young (2007), vanligt i diskussioner om företags sociala ansvar. Företagen hänvisar till faktorer som är bortom deras kontroll och säger att de verkar i en miljö med hård konkurrens. Resonemanget är en del av skyldighetsmodellen, där aktörerna får höra hur de själva beskylls för skadeverkningar och reagerar defensivt genom att försöka hitta andra aktörer att skylla på eller finna ursäkter som lindrar deras egen skuld. Istället för att beskylla en aktör som ansvarig för orättvisan, uppmuntrar den sociala förbindelsens ansvarsmodell till ett delat ansvar (s. 207 & 215). Ett delat ansvar behöver däremot inte betyda ett lika stort ansvar för alla inblandade aktörer. Young

(2007) föreslår att ”personer kan resonera kring sina handlingar i förhållande till strukturell orättvisa utifrån parametrarna makt, privilegier, intressen och kollektiv förmåga.”(s. 218).

Att vara en ekonomisk viktig aktör i destinationslandet ger researrangörerna *makt* och inflytande inom de globala handelsprocesserna. De har därmed möjlighet att påverka andra makthavare i landet, exempelvis de politiska, vilka ibland har ett egenintresse av att orättvisor för homo- och bisexuella personers rättigheter fortsätter. De större researrangörernas makt och inflytande inom de globala handelsprocesserna är mycket större än makten hos de mindre. Att ha makt att påverka orättvisa strukturer betyder också att aktören har vissa *privilegier*. Omfattningen av aktörens ansvar beror därmed på vilka nya förhållanden som aktören kan anpassa sig till, utan att lida för stor skada. Det skulle exempelvis kunna innebära att researrangörerna är villiga att avsluta samarbete med hotellverksamheter på destinationsmålen, där ägaren på något sätt kränker homo- och bisexuella personers mänskliga rättigheter, trots hotellets överlägsna placering i jämförelse med andra hotell. Researrangörernas *intressen* att förändra den strukturella orättvisan avgör också storleken på deras ansvar. Det finns många fördelar för företagen att arbeta med frågorna, men det är också viktigt att arbetet inkluderar perspektiv och erfarenheter från den utsatta gruppen för att nå en hållbar och accepterad förändring för dem. I den förmodat öppna branschen, finns de perspektiven och erfarenheterna även internt i företagen. Researrangörernas intressen, maktposition och organisationsstruktur ger sammantaget en *kollektiv förmåga* att organisera ett arbete för homo- och bisexuella personers rättigheter i sina destinationsländer. Att använda denna förmåga kan vara en vägledande princip i allt arbete för mänskliga rättigheter (Young, 2007, s. 218-221).

En fråga som kan tyckas obegriplig i sammanhanget är varför researrangörernas homo- och bisexuella personal inte engagerar sig mer i frågor som rör gruppens rättigheter i destinationsländerna. På samma sätt som det finns maktordningar inom exempelvis gruppen ”kvinnor” finns det också maktordningar inom gruppen ”homo- eller bisexuella personer”. Wasshede (2010, s. 30-31) menar att många maktanalyser, tenderar att fokusera på enbart en identitetsfaktor istället för att använda ett mer intersektionellt angreppssätt. Genom att även ta hänsyn till faktorer som klass, etnicitet, religion och kön synliggörs maktordningar inom gruppen ”homosexuella” eller ”bisexuella” och en bristande solidaritet mellan homo- och bisexuella personer på olika platser i världen blir inte längre lika obegriplig. I en diskussion om identitet och gemenskap belyser Eriksson et al. (2011) att:

Den enskilde individens identitet skapas genom de olika positioner som hon identifierar sig

med – som svart, kvinna, homosexuell, muslim osv och ingen av dessa positioner kan på förhand sägas ha den mest grundläggande betydelsen för formandet av hennes identitet.
(s.44)

Det går alltså inte att på förhand anta en känsla av samhörighet bland alla homo- och bisexuella personer i världen, utan den homo- eller bisexuella identiteten kan istället ses som en positionering som får olika betydelse i olika kontexter. I en kontext kan ”turist”, ”personal” eller ”västerlänning” vara mer betydande än ”homosexuell”, ”kvinna” eller ”aktivist”.

4.4. ”En självklarhet för oss att erbjuda resor till alla”

En faktor som försvårar researrangörernas arbete för homo- och bisexuella personers rättigheter, är idén om att rättvisa nås genom att inte göra skillnad på olika grupper. I en diskussion om reklam som visar samkönade par sade en respondent på en av de större arrangörerna att:

Vi vill vara med i tiden, vi är moderna och det är en självklarhet för oss att erbjuda resor till alla. /.../ Vi ser liksom inte hbtq-rörelsen som något annorlunda, alltså, det är ingenting i vår kommunikation som skiljer de här grupperna åt. För oss är det bara människor och potentiella resenärer. Sedan kanske bildspråket råkar liksom spegla två kvinnor som kysses eller om det är två killar, ja. När det kommer till reklamen och vår kommunikation, som vi skriver till kund, så presenterar vi våra hotell och våra resmål på exakt samma sätt. Så vi vill bara nå ut, tror jag, till den breda massan.

Svaret kan tolkas som att i resebranschen är alla människor primärt kunder, och sekundärt hetero-, homo- eller bisexuella. Det är en bra målsättning, men riskerar att förbise vissa behov och vardagssituationer som de olika grupperna ställs inför. Målsättningen liknar den strategi mot heteronormen som är vanligast bland heterosexuella personer i Wasshede (2010, s. 90) studie, nämligen ”humanisering”. Strategin innebär att ”människa” ses som primär kategori och ”kön” eller ”sexuell läggning” som sekundär. Vidare menar Wasshede (2010) att heteronormativitet är normativa krafter som förser oss med ett heterosexuellt perspektiv, där ”heterosexualitet förväntas och vi bedöms, mäts och utvärderas utifrån heterosexuella normer.” (s. 27). Det är därför sannolikt att de flesta, om inte alla, personer som ser en reklam med ett samkönat par reagerar, antingen positivt eller negativt, eftersom reklamen avviker från den förväntade heterosexualiteten.

Researrangören skulle då bedömas arbeta främjande för homo- och bisexuella personers rättigheter genom att utmana och synliggöra normer kring sexuell läggning. De informerar dessutom om risker för homo- och bisexuella personer i sina reseguider för destinationer där problemet är aktuellt. Primärt är alltså alla människor välkomna, och sekundärt görs en skillnad i vilken information som riktar sig till vilken grupp. Det visar att de inte presenterar sina resmål *"på exakt samma sätt"* till alla, samt att det heller inte är önskvärt.

Fritt Fram-rapporten av Kristina Börjeson (2007) belyser också att målsättningen att *"behandla alla lika"* riskerar att leda till att alla kunder bemöts utifrån att de är det förväntade, alltså heterosexuella. Det kan leda till ett *"aningslöst, oprofessionellt och ojämnt bemötande och i värsta fall en kränkande behandling av enskilda kunder."* (s. 7). Normer kring sexuell läggning kan därmed innebära att homo- och bisexuella personer inte upplever sig kunna vara öppna med sina behov och sin vardagssituation, trots företagens vilja att behandla alla lika. Det finns alltså en skillnad mellan att behandla alla likadant, och att behandla alla likvärdigt.

Respondents svar vittnar dessutom om en motsägelse mellan ideal och praktik. Varför respondenten använder *"hbtq-rörelsen"* som benämning på reklamens målgrupp, när hen förmodas mena *"vanliga"* homo- och bisexuella personer och inte aktivister, beror sannolikt på en omedveten felsägning. Benämningen belyser dock en liknande inställning som uppmärksammades i ovanstående diskussion om den liberala branschen. Att identiteten *i sig*, kan ses som ett motstånd mot en stark samhällsnorm och en del av en rörelse vars syfte är att synliggöra skillnader i rättigheter, möjligheter och skyldigheter mellan hbtq-personer och övriga samhällsmedborgare. Att personer som identifierar sig som homo- eller bisexuella per automatik förväntas ingå i denna motståndsrörelse, utan att själva aktivt välja det, vittnar om att gruppen är starkt marginaliserad i samhället och att det är en lång väg kvar innan alla människor behandlas lika.

4.5. "Jag tror inte att vi förstår problemet riktigt"

Att säga att företagen inte arbetar för homo- och bisexuella personers rättigheter alls, stämmer inte. Det är främjande för gruppens rättigheter att erkännas som konsument, att inkluderas i diskrimineringsklausuler i samarbetskontrakt, att ha lika personalförmåner kring föräldraledighet och så vidare. Faktum är att ingen respondent motsätter sig ett bredare arbete för gruppens rättigheter, men researrangörerna saknar uppmuntran från andra aktörer och frågorna diskuteras

därför sällan inom branschens hållbarhetsarbete. En respondent sade till exempel att: *”Jag tror inte att vi förstår problemet riktigt. I alla de här länderna, vi har inte analyserat det riktigt.”*

Respondenten har flera års erfarenhet av hållbarhetsarbete på företaget och svaret belyser därför tydligt att frågorna sällan diskuteras. En fråga som är lika viktig att besvara som *varför* företagen bör uppmuntras till att ta ett större ansvar för homo- och bisexuella personers utsatthet i sina destinationsländer, är *hur* de bör ta ansvar.

En faktor som försvårar researrangörernas arbete för homo- och bisexuella personers rättigheter är att organisationer, kunder eller personal inte tidigare har uppmärksammat frågorna eller erbjudit lösningar och verktyg till hur ett sådant arbete kan gå till. Det gör frågan till en ”icke-fråga”. En respondent på en större arrangör sade:

Utländsk arbetskraft under slavlikna förhållanden, det vet vi. Barns utsatthet, det vet vi, både vad gäller arbete och ”abuse” och det vet vi. Men den här frågan har inte lyfts. Och jag kan heller inte uttala mig om huruvida det är ett problem eller inte.

En annan påpekade att arbetet måste börja med en analys av situationen i deras destinationsländer och se om det finns någon typ av certifiering eller märkning som kan användas för ett sådant arbete. Som tidigare nämnts avgörs de stora arrangörernas hållbarhetsarbete till stor del utifrån agendan som certifieringssystemet Travelife (u.å.) erbjuder, där arbete för homo- och bisexuella personers rättigheter inte inkluderas.

Granskande organisationer påverkar också företagens hållbarhetsagenda. En respondent menade att:

Det är superviktigt att det finns engagerade människor som tar det vidare, och jag kanske inte kan ändra allt på en dag. Men precis som vi påverkar våra destinationer så kan organisationerna påverka oss.

En organisation som har stort inflytande på resebranschen är nätverket Schyst resande, som arbetar för att turismen ska bidra till hållbar utveckling. De rekommenderar företagen att anta en etisk policy och handlingsplan som omfattar lokal ekonomisk utveckling, arbetsvillkor, prostitution och barnsexturism, alkohol och droger, miljö och markkonflikt (Schyst resande, u.å.). Det verkar snarast som att ett arbete för homo- och bisexuella personers rättigheter inte ryms inom begreppet ”hållbar turism” och därför nedprioriteras eller osynliggörs.

En respondent på en av de större arrangörerna berättar att situationen för homo- och bisexuella personer i Gambia är väldigt svår och att ämnet ofta diskuteras med agenter och andra kontakter i landet. I Gambia kan homosexualitet straffas med 14 år till livstids fängelse (Carroll & Itaborahy, 2015, s. 54-55). Respondenten poängterar samtidigt att det är mycket annat som är svårt i Gambia, vilket kan tolkas som ett tecken på att andra hållbarhetsfrågor prioriteras högre. En av de mindre arrangörerna ger ett annat konkret exempel på påverkansarbete kring homo- och bisexuella personers rättigheter. Arrangören arbetar för att kunna genomföra lagliga vigslar av samkönade par i flera destinationsländer där gruppens rättigheter kränks. De för dialog med ansvariga myndigheter, turismministrar, ambassader med mera, trots att det ofta leder till konflikter och motstånd. Respondenten berättade att:

En av de värsta faktiskt som vi har haft att göra med är väl Jamaica. Där har de varit väldigt väldigt så "anti" och tyckt att det är olagligt, och hur kan ni ens ställa frågan och nästan lite så. Tyvärr.

I Jamaica kan manlig homosexualitet straffas med tvångsarbete eller fängelse i upp till tio år (Carroll & Itaborahy, 2015, s. 90). Arrangören arbetar med de här frågorna för att kunna erbjuda alla sina resmål till alla sina kunder och respondenten ansåg att de stora arrangörerna bör ta ett större ansvar för de här frågorna. Exemplet belyser dels att dialog med samarbetspartner, myndigheter och andra verksamheter där företaget har inflytande ger möjlighet att påverka orättvisa strukturer, och dels att hållbarhetsarbete inte behöver vara knutet till ett certifieringssystem eller en uppförandekod, även om det också är önskvärt.

I Youngs (2007) diskussion om ansvar i klädindustrin spelar den så kallade antisweatshop-rörelsen en stor roll för att olika aktörer i kedjan ska agera. De står utanför butiker och delar ut flygblad för att informera om arbetarnas villkor i produktionsländerna och sätter press på butiksägare, institutioner och företag som köper kläder från sweatshop-fabrikerna (s. 196-197). På liknande sätt skulle hbtq-organisationer eller andra människorätsorganisationer kunna sprida information och öka medvetenheten om homo- och bisexuella personers situation i världen och uppmuntra researrangörer att använda sina kontakter och nätverk i destinationsländerna att skapa förändring. Bara en respondent nämnde organisationen International gay & lesbian travel association (IGLTA), som är världens största nätverk för hbtq-resenärer. Organisationens syfte är att *"create value for LGBT travelers and expand LGBT tourism globally by demonstrating its significant social and*

economic impact” (IGLTA, 2015). Om övriga respondenter inte kände till organisationen är svårt att veta, men att den inte nämndes i intervjuerna ger en indikation till att frågorna sällan diskuteras.

Organisationernas påtryckningar kring olika frågor främjar företagets hållbarhetsarbete, och det faktum att det inte erbjuds några verktyg eller lösningar på hur företagen kan arbeta för homo- och bisexuella personers rättigheter kan därmed anses vara en faktor som försvårar ett sådant arbete.

4.6. "Nu ska man bara njuta"

Hållbarhetsagendan styrs delvis av kundernas efterfrågan, men respondenterna på de större researrangörerna menade att kunderna sällan visar intresse för deras hållbarhetsarbete för mänskliga rättigheter. En respondent sade att:

Det är ingen som bryr sig, jag är ledsen alltså men folk gör inte det. Jag tycker att det är jättetråkigt. Det skulle ju ge, om de gjorde det, då skulle det vara en jäkla fart på de här frågorna i företagen, om kunderna verkligen vill ha det. Men kunderna efterfrågar inte det. Och det är sådär. Resor, det blir svårt med resor. /.../ man lämnar ju hjärnan hemma liksom många gånger. Vi reser ju från helvetet Sverige till ett varmt och skönt ställe. Då vill man inte behöva tänka på sånt där, man är ju på semester. /.../ man ska koppla bort alla krav, nu ska man bara njuta. Och det blir liksom en krock då.

En annan respondent hade ett liknande resonemang och menade att:

Så är det lite generellt med hållbarhet att när du reser, vi får oftast intrycket av att det nu är semester, då vill du glömma det här jobbiga ansvarstagandet, det sociala ansvarstagandet, det vill du lite glömma hemma. När du reser ut ska du bara lägga dig på en solstol och njuta och det ska vara bekymmersfritt. Man vill inte konfronteras med utnyttjande av barn, dåliga arbetsvillkor, sunkig sophantering och sådär.

Citaten skulle kunna tolkas utifrån ett heterosexuell perspektiv och ifrågasätta för vem semestern är bekymmersfri. Hughes (2006) uppmärksammar att homo- och bisexuella personer väljer destinationer där riskerna för att bli utsatt för kränkningar är minimal. Det innebär att många

resenärer söker information kring lagar och attityder för de olika resmålen innan de bokar sin resa och deras önskemål och resonemang når därmed inte researrangörerna, åtminstone inte de hållbarhetsansvariga på företagen. Samtidigt belyser citaten en av de mest betydande anledningarna till att företagen inte arbetar med homo- och bisexuella personers rättigheter. Kunderna efterfrågar inte ett sådant arbete eftersom semesterresor är detsamma som avkoppling och passivitet. En respondent på en av de mindre arrangörerna uppmärksammade också kunders liknande inställning till resande, men var mycket mer kritisk och menade att charterresornas uppmuntran till total avkoppling har bidragit till en attityd där:

Man åker till ett annat land och sedan tror att man kan, man blir en annan människa. Man uppför sig ibland väldigt illa mot... att nu ska alla serva mig på nåt sätt. /.../ Jag tycker att när man åker till ett annat land är vi gäster /.../ Men tyvärr har charterresorna förstört väldigt mycket.

Respondenten beskrev beteendet som att:

Man tror att man är bedragen hela tiden, en del har den känslan. De kan skrika åt försäljare och personal, serveringspersonal och sånt. Och så är det ju inte. De flesta, de absolut flesta människor, är ärliga.

Med ett sådant resonemang skulle kundernas passiva inställning till orättvisor på resmålen kunna förklaras med att charterkulturen *i sig* uppmuntrar till passivitet, där researrangörernas reklam- och kommunikationsmaterial reproducerar normer kring semesterresande som enbart inkluderar avkoppling och exkluderar ansvarstagande. Likt Coons (2012) ideologianalys kring resematerial riktat till homosexuella turister, kan en sådan diskurs uppmärksamma globala ojämlika maktförhållanden mellan turister och lokalbefolkning som livnär sig på turismen. Att uppmärksamma vem som har råd att åka på semester och slippa ansvar kan säga något om skillnader i globala, såväl som lokala, levnadsförhållanden och hur dessa påverkar människors attityder gentemot varandra. I enlighet med den sociala förbindelsens ansvarsmodell bör även turister uppmuntras till att följa mänskliga rättigheter och handla gentemot varandra ”*i en anda av gemenskap*” (Regeringskansliet, u.å.).

4.7. "Men vi vill ju inte ta en politisk ståndpunkt heller."

Researrangörerna är företag, inte människorättsorganisationer. Deras primära syfte är att vara en vinstdrivande näringsverksamhet, men inte på bekostnad av människor, djur, klimat eller miljön. De står för en hållbar leverantörskedja och arbetar med hållbarhet och socialt ansvar av flera anledningar, såsom stärkande av varumärke, moralisk och juridisk skyldighet och anställdas förtroende för företaget. Företagen förbinder sig också att följa nationella lagar och mänskliga rättigheter i länder där de bedriver sin verksamhet. Det blir därför problematiskt när de nationella lagarna strider mot de mänskliga rättigheterna. Att arbeta för homo- och bisexuella personers rättigheter skulle kunna innebära att bryta mot de nationella lagarna. En respondent från en av de större arrangörerna reflekterade kring dilemmat och om vad de faktiskt kan göra:

Det är svårt, det är jättesvårt, men vi tror på att finnas där, att fortsätta konversationen och när man kommer in på det, vi kanske inte kan sätta ner foten och ändra allt på en dag, för så fungerar det inte. Då kan de bara säga adjö och adjö. Utan vi tror på närvaro och en ständig utveckling och en ständig påverkan. /.../ Just att uppmana, det vill säga, vi respekterar, och vi vill att ni ska respektera mänskliga rättigheter. Och det är ju någonting som ligger i våra kontrakt. Och ibland går det ju, som du säger, går det ju stick i stäv, de nationella lagarna är ju inte detsamma som mänskliga rättigheter. Men ja, där tror vi på en påverkan av att vi finns istället.

Respondentens resonemang präglas av frågan om att bojkotta destinationer på grund av nationella lagar som strider mot mänskliga rättigheter, vilket skulle kunna ses som ett politiskt ställningstagande där de "sätter ner foten". En annan respondent från en av de större arrangörerna gav ett liknande resonemang och menade att:

Vi ska ju respektera mänskliga rättigheter, vi ska jobba för att säkra att de respekteras i våra leverantörsled. Men vi vill ju inte ta en politisk ståndpunkt heller. Vi är ju trots allt ett företag, vars syfte är att göra samhällsnytta, men också att tjäna pengar till våra aktieägare. Så därför, vi slutar ju inte anordna resor till ett land för att det är brott mot mänskliga rättigheter. Då är det ju bättre att vara världens största researrangör och vara där och försöka långsiktigt påverka. Så är liksom resonemanget.

En tredje respondent, från en större arrangör, poängterade att stora volymer turister kommer från länder där homo- och bisexuella personers rättigheter inte heller respekteras, så om respondentens företag lämnar, så innebär det enbart att en röst har tystnat.

En annan respondent på en av de mindre arrangörerna var inte lika tolerant. Företaget arrangerar resor till ungefär 75 länder i världen och för varje nytt land börjar de med att hitta en bra samarbetspartner. Respondenten lever i ett samkönat förhållande och brukar berätta det för att se hur potentiella samarbetspartner reagerar:

Det är ett väldigt bra test. Hur reagerar de då? En del tycker inte om det här, då kan man låta bli med en gång att samarbeta, för då har de inte rätt människosyn. Jag förväntar mig också, om vi åker till länder som är kanske inte är så öppet [sic] ännu, men att min samarbetspartner måste ha den öppenheten, annars funkar det inte.

Ungefär nio av tio potentiella samarbetspartner faller bort efter det här ”testet”. Ibland väljer respondenten bort länder med hårda lagar eller attityder av säkerhetsskäl för sig själv och sina kunder, men i en diskussion om situationen i Tanzania, där homosexualitet kan bestraffas med fängelse i 30 år upp till livstid (Carroll & Itaborahy, 2015, s. 64-65), sade respondenten att:

Men jag har inte märkt i Tanzania att på något sätt... Så regeringen kan ju ha en uppfattning och befolkningen en helt annan uppfattning. Det är viktigt. Och det är en så in i vassen bra affär att de (samarbetspartner, min anm.) har den positiva attityden mot gay, då fungerar det mot andra människor också på ett väldigt bra sätt. Tycker jag. Det är en väldigt bra grundstolpe på något sätt, en väldigt bra start. Det fungerar bra gång på gång. Tycker jag. De som tycker att det inte är bra, då avslutar vi på en gång.

Respondenten konstaterade en stund senare att ”Jag är en annan arrangör som är jobbig. Så är det.”, vilket visar ett avståndstagande från andra researrangörer, som hen menar inte tar ställning eller ställer liknande krav på sina samarbetspartner. För den här respondenten är homo- och bisexuella personers rättigheter en personlig fråga, vilket kan tolkas som en anledning till att arrangören resonerar annorlunda kring frågorna, i jämförelse med de andra respondenterna i ovanstående citat.

4.8. "Om de skulle pussas så skulle jag avråda det i de flesta länder"

En viktig målsättning med arbetet för homo- och bisexuella personers rättigheter är att gruppen ska slippa att dölja sin sexuella läggning i offentliga miljöer och att kunna vara öppen med sin identitet utan att riskera bestraffningar. Samma respondent som i ovanstående stycke ställer krav på sina samarbetspartner att ha en positiv attityd mot homo- och bisexuella personer, reflekterade återkommande kring hur samkönade par bör bete sig på offentliga platser. Hen brukar uppmana till försiktighet både i Sverige och i andra länder:

Och kanske, vi har nog fler gaymänniskor med på våra resor. Det är jättebra, att eller hur? De två tjejerna de byter rum, de är kompisar och kan vara ihop på våra resor. Det är ingen som skulle märka nånting. Men det är klart att om de skulle pussas så skulle jag avråda det i de flesta länder. En del människor blir provocerade, en del känner så. Och det är klart att det är deras fel men att vi är försiktiga.

Homo- och bisexuella personer möter andra utmaningar i samhället än vad heterosexuella personer gör. Det är tydligt att beteende och uttryck som kopplas till kärlekskänslor och identitet begränsas på offentliga platser, såväl som i grupper och sammanhang där deltagarnas attityder till homosexualitet är okänd. Hughes' (2006) resonemang om behovet av "gay space" och hur resenärer noggrant väljer destinationer efter var det är lättast att undvika risker, blir här tydligt. En respondent, som också är homosexuell, på en av de större arrangörerna vittnade om samma sak och sade något eftertänksamt att:

Men annars så, samkönade par i Sverige är ganska pålästa och de reser också där de vet att de kan, vad ska man säga... leva som de vill. Men sedan är ju... vad ska man säga, de flesta är ju inte heller, alltså... Man kanske håller lite lägre profil än vad man gör hemma.

Respondentens svar tyder på en vana att bli begränsad, eller begränsa sig själv, på grund av sin sexuella läggning. Relationen mellan turism och homo- och bisexuella personers rättigheter kan därmed förstås genom frågor om rörlighet och synlighet på olika offentliga platser (Puar, 2002, s. 102). Om researrangörerna har ambitionen att kunna erbjuda alla sina resmål till alla sina kunder, krävs alltså att deras positiva inställning till homo- och bisexuella personer syns på offentliga och heteronormativa platser i Sverige och i sina destinationsländer, samt att de kan säkerställa, i

möjligaste mån, att platserna som resenärerna vistas på är trygga och fria från kränkningar.

Som vi såg i det första citatet, skulle ett sådant arbete kunna ses som en provokation mot normer och värderingar som råder på resmålet. Frågan om homo- och bisexuella personers rättigheter kan därför leda till en diskussion om kulturella skillnader. En positiv utveckling under de senaste femtio åren i Europa och USA för gruppens rättigheter gör att frågorna kan tolkas som västerländska moderna värderingar. Det gör att icke-västerländska kulturer ses som omoderna och konservativa. År 2015 uppmärksammade den amerikanska presidenten Barack Obama situationen för homo- och bisexuella personer i Kenya under ett besök i landet och Kenyas president, Uhuru Kenyatta, svarade att gruppens rättigheter är en ”icke-fråga” för dem. För att ge sitt stöd till Kenyatta, uttalade sig en kenyansk, republikansk politiker på ett sätt som illustrerar problematiken väl: *”Obama should know that gay rights is Western. When in Africa he should value our rights”* (Westcott, 2015, 27 juli). Citatet belyser spänningar mellan ”västerländsk” och ”afrikansk” kultur och hur politiska ledare använder homosexualitet som ett sätt att särskilja de två förmodat statiska och enhetliga kulturena åt. Den historiska utvecklingen kring synen på homosexualitet är komplex och kommer inte redogöras för här, men kortfattat kan poängteras att homosexualitet under större delen av 1900-talet betraktades i västvärlden som en sjukdom och många aktuella lagar som förbjuder homosexuell praktik, i exempelvis Kenya, Mauritius, Maldiverna och Indien, härstammar från den brittiska kolonialmakten (Gilje & Grimen, 2007, s. 306 & Han & O'Mahoney, 2014, s. 272). Diskussionen om homosexualitet som en åsiktsfråga tenderar att fokusera på sexualitet som praktik, istället för sexualitet som position. Det blir då en fråga om tolkningar av vad som är rätt och fel, sjukt och friskt, rent och orent, istället för att vara en fråga om mänskliga rättigheter och alla människors lika värde.

Enligt Eriksson et al. (2011) har kulturer alltid varit föränderliga, men globaliseringen har medfört att kulturer bör ses som ännu mindre stabila. Kultur bör istället liknas vid ”kulturella flöden”, där kultur skapas och omskapas hela tiden och olika grupper i samhället tar till sig olika influenser från olika kulturer (s. 14). Att göra skarpa skillnader mellan ”västerländsk” och ”afrikansk” kultur är därför problematiskt, och kan snarare tolkas som ett motstånd mot globala maktordningar som lever kvar sedan kolonialtiden. Michael Freeman (2011) menar att den typen av motstånd i frågor som rör mänskliga rättigheter är ett sätt att behålla sin värdighet och kräva frihet från västerländsk dominans. Han poängterar att denna inställning försvårar tolkningen och implementeringen av rättigheterna, men att den ändå inte försvagar deras giltighet (s.122).

Även Tomlinson (1999) menar att globalisering inte bör ses som en förlängning av historisk västerländsk imperialism i världen, och känslan av att tillhöra en kultur som är överlägsen andra kulturer och mer ”modern” i frågor som rör mänskliga rättigheter är heller inte framträdande hos respondenterna. En respondent från en av de mindre arrangörerna sade visserligen att *”De är gammaldags i våra ögon”* och syftade på myndigheter i ett antal samarbetsländer, men en respondent från en av de större arrangörerna gav en mer nyanserad bild och menade att:

Ja det kan bli en konflikt liksom, om vi inte är känsliga för det andra landets värderingar. Och vi, det är ju ofta sådär, tycker jag, lite svensk naivitet, vi stövljar gärna in och tycker att vi är så jävla mycket bättre än alla andra. Men de tycker inte så. Och det måste vi också respektera. Att de tycker annorlunda.

Respondenten poängterade att det är viktigt att respektera olika åsikter och kulturer, och att försöka ändra ett lands värderingar genom att tro att ”vi” är bättre än ”dem” är inte rätt väg att gå. Samtidigt behöver inte respektfullhet betyda total tystnad kring frågorna. I Youngs (2007) diskussion om global rättvisa, argumenterar hon för att rättvisepprinciper som förr var förknippade med nationalstaten, nu även kan anses ha global räckvidd:

De sociala förhållanden som förbinder oss med andra begränsas inte av nationalstatens gränser. Våra handlingar är villkorade av och bidrar till institutioner som påverkar fjärran andra, och deras handlingar bidrar i sin tur till verksamheten inom de institutioner som påverkar oss. (s. 195).

Med det perspektivet har researrangörer möjlighet att begränsa den globala orättvisan genom delat ansvar och kollektiva handlingar.

Det kan vara en svår balansgång att både respektera andra kulturer och värderingar och att samtidigt respektera mänskliga rättigheter. Researrangörernas arbete för homo- och bisexuella personers rättigheter i sina destinationsländer påverkas av kundernas inställning till resande, men det är också viktigt att komma ihåg att mänskliga rättigheter angår alla människor i världen och även resenärer har ett ansvar att respektera alla människors lika värde. Kulturer är i ständig förändring och olikheter inom samhällen kan ibland vara fler och större än mellan samhällen. Att diskutera dessa olikheter på ett respektfullt sätt, kan därmed vara ett sätt att främja homo- och bisexuella personers rättigheter.

5. Diskussion och slutsats

Frågan om researrangörers arbete för homo- och bisexuella personers rättigheter i sina destinationsländer har i studien visat sig vara en komplicerad fråga, med för- och nackdelar och utan enkla svar. Efter att ha redogjort för vilka faktorer som främjar och försvårar researrangörernas arbete kan det konstateras att flera faktorer kan både göra både och. Aktörer som kunder, personal och organisationer kan påverka företagets hållbarhetsarbete, men intresset för homo- och bisexuella personers rättigheter uppfattas inte av respondenterna som särskilt stort från någon av grupperna. För att kunna förbättra situationen för många homo- och bisexuella personer i världen är Youngs (2007) sociala förbindelsens ansvarsmodell lämplig att utgå ifrån. Om alla aktörer som deltar i strukturella processer som bidrar till orättvisa uppmuntras till att motverka dessa orättvisor, kommer förändring troligtvis att ske snabbare än om de fortsätter att utgå från skyldighetsmodellen.

Den här studien har belyst, liksom flera tidigare studier, att homo- och bisexuella personer kränks och diskrimineras i hela världen på grund av att heterosexualitet är en stark global samhällsnorm. Vems ansvar är det då att motverka denna orättvisa? Stater är ytterst ansvariga för att nationella lagar ska stämma överens med mänskliga rättigheter (Regeringskansliet, u.å.). Enligt Young (2007) är många statsorgan ”*odugliga och korrupta*” (s. 207), vilket ökar behovet av påtryckningar från andra aktörer i olika sociala positioner. Nationella och internationella hbtq-organisationer bedriver ett viktigt påverkansarbete, men utsätts ofta för hat och hot, vilket försvårar deras syfte och inflytande. Politiska partier, religiösa samfund och organisationer, massmedia och många andra aktörer kan också påverka attityder kring homo- och bisexualitet. Den här studien har uppmärksammat hur ekonomiskt inflytelserika aktörer inom resebranschen arbetar med frågorna. För att minska globala orättvisor krävs att alla aktörer som har möjlighet att påverka, ser socialt ansvar som en gemensam strävan. Young (2007) skriver att:

Vårt framåtblickande ansvar består i att ändra institutionerna och processerna så att deras följdverkningar blir mindre orättvisa. Ingen av oss kan göra detta på egen hand. /.../ De strukturella processerna kan endast förändras om många aktörer i skilda positioner arbetar tillsammans för att förändra strukturer och skapa andra följdverkningar. (s. 214).

För att resandet verkligen ska kunna vara bekymmersfritt för alla, alltid, kan researrangörerna exempelvis arbeta för ett ökat branschsamarbete kring homo- och bisexuella personers rättigheter,

de kan införa ”sexuell läggning” som diskrimineringsgrund i leverantörskontrakt, de kan föra dialog med destinationspersonal och övriga kontakter på destinationen. De kan öka homo- och bisexuella personers synlighet i sitt kommunikationsmaterial, de kan öka koncernledningens medvetenhet genom att göra interna undersökningar om den egna personalens upplevelser på resmålen, och de kan stödja lokala eller internationella hbtq-organisationer. Att möjliggöra för den egna och underleverantörers personal att engagera sig i facklig verksamhet eller i hbtq-organisationer utan att riskera sin anställning är också ett viktigt arbete för homo- och bisexuella personers mänskliga rättigheter.

Globala kulturella processer, såsom charter- eller semesterkulturens distansering från ansvarstagande och flera icke-västerländska kulturers inställning till homo- och bisexuella personers rättigheter, påverkar researrangörernas arbete för gruppens rättigheter. Studien har däremot visat att ingen av dessa kulturer är statiska eller enhetliga, utan istället föränderliga och influerar varandra. Vissa kunder gör mycket efterforskning innan de bokar sin resa och väljer bort resmål där mänskliga rättigheter kränks på grund av risk för sin egen säkerhet. Andra kunder betar sig illa på resmålen just *för att* de är på semester, vilket kan spä på lokala attityder om att västerländsk kultur inte är önskvärd för dem. Det är viktigt att komma ihåg att både homofoba och homovänliga attityder finns i alla samhällen, oavsett nationell lagstiftning, och ett ökat ställningstagande för homo- och bisexuella personers rättigheter på offentliga platser, eller i affärsrelaterade sammanhang, kan minska stigmatiseringen av gruppen och påverka en stark heteronorm.

Vidare forskning skulle kunna beröra homo- och bisexuella personers rättigheter i relation till hållbar turism, men istället fokusera på granskande eller turismrelaterade organisationers inställning till ett sådant arbete, alternativt resenärers eller personals upplevelser och resonemang. Forskningen skulle även gynnas av att inkludera andra aktörer inom resebranschen, såsom hotellkedjor, flygbolag och internetbaserade reseförmedlare. Att belysa trans- eller queerpersoners rättigheter i relation till resande och socialt ansvar skulle också vara önskvärt.

Avslutningsvis kan det konstateras att det kommer att dröja innan resande blir bekymmersfritt för alla. Med tanke på att det globala resandet ökar och globaliseringen bidrar till en ökad rörlighet över nationsgränser, krävs det mer forskning på vad olika aktörer faktiskt kan göra för att förbättra situationen för diskriminerade och utsatta grupper. Den här studien har bidragit till att väcka frågor som rör homo- och bisexuella personers rättigheter hos fem svenska researrangörer, samt diskuterat arrangörernas möjliga aktörskap i frågorna. Studien har analyserat vilka faktorer som främjar och

försvårar företagens hållbarhetsarbete och givit förslag på vidare forskning. Genomgående har argumenterats för att alla aktörer som har möjlighet att påverka strukturer som bidrar till global orättvisa bör uppmuntras till att göra det, samt att svenska researrangörer är några av dessa aktörer. Förhoppningsvis kommer ett framtida resande att kunna kombinera socialt ansvar och bekymmersfri njutning.

Litteraturlista

ABTA. (2015). *Who we are*. Hämtad 2016-04-28 från <http://abta.com/about-us/who-we-are>

Budeanu, A. (2005). Impacts and responsibilities for sustainable tourism: a tour operator's perspective. *Journal of Cleaner Production*, vol. 13, 89–97. DOI: 10.1016/j.jclepro.2003.12.024

Börjeson, K. (2007). *Våningssäng på bröllopsresan: En kartläggning av hur bra svenska företag är på att bemöta homo- och bisexuella kunder* (Fritt Fram-rapport). Hämtad 2015-10-27 från <http://www.rfsl.se/?p=3952>

Coon, D. R. (2012). Sun, Sand, and Citizenship: The Marketing of Gay Tourism. *Journal of Homosexuality*, vol. 59(4), 511-534. DOI: 10.1080/00918369.2012.648883

Carroll, A. & Itaborahy, L.P. (2015). *State Sponsored Homophobia 2015: A world survey of laws, criminalisation, protection and recognition of same-sex love*. (ILGA-rapport, maj 2015). Genève: International Lesbian, Gay, Bisexual, Trans and Intersex Association (ILGA).

Eriksson, C., Eriksson Baaz, M. & Thörn, H. (2011) En introduktion till postkolonial teori. I C. Eriksson, M. Eriksson Baaz & H. Thörn (Red.) (2011). *Globaliseringens kulturer. Den postkoloniala paradoxen, rasismen och det mångkulturella samhället*. (s. 13-53). Nora: Nya Doxa.

Eriksson, M. (2006). *Massturism och mänskliga rättigheter: En analys av svenska researrangörers sociala ansvar* (Masteruppsats). Malmö: Institutionen för globala politiska studier, Malmö Högskola. Hämtad 2016-05-12 från <https://dspace.mah.se/bitstream/handle/2043/6365/a.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Freeman, M. (2011). *Human rights – An interdisciplinary approach* (2nd ed.). Cambridge, UK & Malden, USA: Polity Press

Gilje, N. & Grimen, H. (2007). *Samhällsvetenskapernas förutsättningar*. Göteborg: Daidalos.

Han, E. & O'Mahoney, J. (2014). British colonialism and the criminalization of homosexuality. *Cambridge Review of International Affairs*, vol 27(2), 268-288. DOI: 10.1080/09557571.2013.867298

Hughes, H. L. (2006). *Pink Tourism: Holidays of gay men and lesbians*. Oxfordshire: CABI.

Häger, B. (2007). *Intervjuteknik*. Stockholm: Liber AB.

IGLTA. (2015). *LGBT travelers are welcome here*. Hämtad 2016-05-16 från <https://www.iglta.org/about-iglta/>

Kungliga biblioteket. (u.å.) *Homosexuella ockuperar Socialstyrelsen*. Hämtad 2016-05-11 från http://www.kb.se/nyheter/genus_homosexutredning.html

McCracken, G. (1988). *The long interview*. Newbury Park: Sage Publications, Inc.

Puar, J. K. (2002). Circuits of queer mobility: Tourism, travel and globalization. *GLQ: A Journal of Lesbian and Gay Studies*, vol. 8(1-2), 101-137. DOI: 10.1215/10642684-8-1-2-101

Regeringskansliet. (u.å.). *FN:s allmänna förklaring*. Hämtad 2016-05-16 från <http://www.manskligarattigheter.se/sv/vem-gor-vad/forenta-nationerna/fn-s-allmanna-forklaring>

Schyst resande. (u.å.) *Rekommendationer till researrangörer*. Hämtad 2016-05-16 från <http://www.schystresande.se/rekommendationer-till-researrangorer>

Stalbaum, P. (2012, 9 februari) Is gay the only way... to travel? *Next Magazine South Florida*. Hämtad 2016-05-14 från <http://guymag.net/articles/travel/is-gay-the-only-way-to-travel>

United Nations Global Compact. (u.å.). *The Ten Principles of the UN Global Compact*. Hämtad 2016-04-28 från <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>

United Nations. (2012). *Born free and equal: Sexual orientation and gender identity in international human rights law*. New York & Genève: United Nations.

Tillväxtverket. (2014). *Fakta om svensk turism: Turismens effekter på ekonomi, export och sysselsättning samt volymer, beteenden, utbud och efterfrågan*. Stockholm: Tillväxtverket.

Tomlinson, J. (1999). Globalised culture: the triumph of the West? In T. Skelton & T. Allen (Eds.) (1999). *Culture and global change*. (pp. 22-29). London & New York: Routledge.

Travelife. (u.å.) *Organisation*. Hämtad 2016-04-28 från http://www.travelife.info/index_new.php?menu=about_travelife&lang=en

Wasshede, C. (2010). *Passionerad politik: Om motstånd mot heteronormativ könsmakt*. Malmö: Bokbox Förlag

Westcott, L. (2015, 27 juli). Kenyan leaders respond to Obama's support for LGBT rights. *Newsweek*. Hämtad 2016-05-19 från <http://europe.newsweek.com/kenyan-leaders-respond-obamas-support-lgbt-rights-330881?rm=eu>

Young, I. M. (2007). *Globala utmaningar - Krig, självbestämmande och global rättvisa*. Hägersten: Tankekraft förlag.