

**MAS5100**  
**MASTEROPPGAVE**

Høyskolen Kristiania

Oppfattet tillitsverdighet til veldedige organisasjoner:  
*Den medierende betydningen av forestillingsnivå*

---

Perceived trustworthiness of nonprofit organizations:  
*The mediating role of construal level*



Våren 2017

”Denne masteroppgaven er gjennomført som en del av utdannelsen ved Høyskolen Kristiania. Høyskolen er ikke ansvarlig for oppgavens metoder, resultater, konklusjoner eller anbefalinger.”

## **Forord**

Siste endestasjon for skoletoget mitt er endelig nådd, og nå kan 18 år med mot- og medgang sees tilbake på med nye, informerte og ivrige øyne. Denne oppgaven markerer på mange måter slutten på en rekke hendelser; slutten på evigvarende netter med konstante tanker om ”det burde jeg ha lest”, slutten på desperate telefonsamtaler til familie og venner i ren frustrasjon over ”umulige” skoleoppgaver og, ikke minst, slutten på et toårig, lærerikt og spennende masterstudie ved Høyskolen Kristiania. På en annen side markerer den også begynnelsen på noe stort; voksenlivet, også kalt arbeidslivet, som er mer motiverende enn noen gang.

Selv om jeg har skrevet oppgaven alene, hadde ikke dette produktet vært mulig uten hjelp fra min eminente veileder Jakob Utgård. Takk for at du viste interesse fra første idémyldring, og takk for at du alltid hadde troen på meg og prosjektet mitt. Det har vært en glede å ha deg som veileder.

Jeg kommer heller ikke utenom å takke familie, venner, medstudenter og min kjære samboer som har oppmuntret og motivert meg til siste slutt. Om det så har vært en liten, empatisk melding eller et stort glass vin – jeg har satt så pris på det!

**Oslo, 15. august 2017**

333723

## Sammendrag

Denne avhandlingen ble utviklet på bakgrunn av en interesse for veldedighet som forskningsfelt, og fordi svekket tillitsverdighet til veldedige organisasjoner er en reell utfordring. Hensikten var å undersøke hvordan ulike karakteristika ved veldedige organisasjoner som påvirket tillitsverdigheten. Tidligere forskning har vist at internasjonale organisasjoner og størrelse har en negativ påvirkning på donorerens vurdering av organisasjonen. Hvordan disse egenskapene påvirket tillitsverdigheten i en veldedighetskontekst ble overordnet forsknings-spørsmål for avhandlingen:

*Hvilken påvirkning har geografisk distanse og organisasjonsstørrelse på organisasjonens tillitsverdighet?*

For å besvare forskningsspørsmålet, ble Construal level theory benyttet som hovedteoribakgrunn, hvor formene geografisk og sosial distanse ble utforsket. Geografisk distanse refererer til om organisasjonen har en nasjonal eller internasjonal tilstedeværelse, og sosial distanse henviser til organisasjonsstørrelse. Organisasjonsstørrelse var før denne studien ikke en etablert form for sosial distanse, og dermed ble det gjort et forsøk på å utvikle CLT i en ny kontekst.

To eksperimentelle studier gjennomført, hvor studie 1 tok for seg det overordnede forskningsspørsmålet og studie 2 ble utviklet på bakgrunn av funnene i studie 1. Det ble ikke gjort funn på at en mindre organisasjon medførte en mindre sosial distanse, som forkastet antakelsen om organisasjonsstørrelse som en form for sosial distanse. For geografisk distanse derimot, viste studie 1 at stor distanse til en veldedighets sak (India) ga mer negative vurderinger av bedriftens tillitsverdighet gjennom et økt forestillingsnivå. Det vil si at når informasjonen som prosesseres vurderes å være abstrakt og generelt, vil organisasjonens evne, integritet og velvilje vurderes negativt. Årsakene til dette skyldes usikkerhet i hva som leveres og hvordan midlene fordeles.

Studie 2 undersøkte hvordan organisasjoner med stor distanse kunne forbedre situasjonen ved å bruke virkemidler innen CLT i kommunikasjon. Funnene viste at konkrete kommunikasjonsbudskap ga mer positive tillitsverdighetsvurderinger da mer detaljerte beskrivelser reduserer usikkerheten. Gjennom utvikling av teori og hvordan denne kan anvendes i kommunikasjonssammenheng, gir studien teoretiske implikasjoner til veldedighetsforskning og praktiske implikasjoner for organisasjoner.

# Innholdsfortegnelse

<b>1.0 Introduksjon</b> .....	<b>6</b>
1.1 Avhandlingens relevans .....	7
<b>2.0 Teoretisk rammeverk</b> .....	<b>8</b>
<b>2.1 Construal level theory</b> .....	<b>8</b>
2.1.1 Stedsdistanse .....	10
2.1.2 Sosial distanse .....	11
<b>2.2 Tillitsverdighet</b> .....	<b>12</b>
2.2.1 Tillitsverdighet.....	12
2.2.2 Tillitsverdighet og donasjonsvillighet .....	14
<b>2.3 Geografisk distanse og tillitsverdighet</b> .....	<b>15</b>
<b>2.4 Organisasjoners størrelse og tillitsverdighet</b> .....	<b>17</b>
<b>2.5 Construal level theory og kommunikasjonsbudskap</b> .....	<b>19</b>
<b>3.0 Forskningsdesign og metode</b> .....	<b>22</b>
3.1 Forskningsdesign og metodevalg .....	22
3.2 Begrensninger ved eksperimentell metode .....	23
<b>4.0 Studie 1</b> .....	<b>24</b>
<b>4.1 Forundersøkelse</b> .....	<b>24</b>
4.1.1 Utvikling av stimuli .....	24
4.1.2 Begrepsoperasjonalisering .....	26
4.1.3 Prosedyre .....	28
4.1.4 Datainspeksjon.....	28
4.1.5 Resultater .....	30
4.1.6 Konklusjon av forundersøkelse .....	31
<b>4.2 Eksperiment 1</b> .....	<b>31</b>
4.2.1 Design og deltakere .....	32
4.2.2 Utvikling av stimuli .....	32
4.2.3 Begrepsoperasjonalisering .....	32
4.2.4 Prosedyre .....	35
4.2.5 Datainspeksjon.....	35
4.2.6 Resultater .....	39
4.2.7 Diskusjon .....	45
<b>5.0 Studie 2</b> .....	<b>47</b>
<b>5.1 Eksperiment 2</b> .....	<b>47</b>
5.1.1 Design og deltakere .....	47
5.1.2 Utvikling av stimuli .....	48
5.1.3 Begrepsoperasjonalisering .....	50
5.1.4 Prosedyre .....	51
5.1.5 Datainspeksjon.....	51
5.1.6 Resultater .....	54
5.1.7 Diskusjon .....	58
<b>6.0 Generell diskusjon</b> .....	<b>60</b>
6.1 Formål og forskningsspørsmål.....	60
6.2 Diskusjon og teoretiske implikasjoner .....	62
6.3 Praktiske implikasjoner.....	63
6.4 Begrensninger .....	64
6.5 Forslag til videre forskning .....	65
<b>Referanseliste</b> .....	<b>67</b>



## Figuroversikt

Figur 2.1: Konseptuell modell, studie 1.....	19
Figur 2.2: Konseptuell modell, studie 2.....	21
Figur 4.1: Velledighets sak, stor organisasjon.....	25
Figur 4.2: Velledighets sak, liten organisasjon.....	26
Figur 4.3: Medieringsprosess, evnedimensjonen.....	41
Figur 4.4: Medieringsprosess, integritetsdimensjonen.....	42
Figur 4.5: Medieringsprosess, velviljedimensjonen.....	42
Figur 4.6: Medieringsmodell, organisasjonsstørrelse.....	43
Figur 5.1: Konkret kommunikasjonsbudskap.....	49
Figur 5.2: Abstrakt kommunikasjonsbudskap.....	50
Figur 5.3: Medieringsprosess, evnedimensjonen.....	54
Figur 5.4: Medieringsprosess, integritetsdimensjonen.....	56
Figur 5.5: Medieringsprosess, velviljedimensjonen.....	56

## Tabelloversikt

Tabell 4.1: Revidert divergent faktoranalyse, forundersøkelse.....	29
Tabell 4.2: Operasjonaliseringstabell.....	34-35
Tabell 4.3: Divergent faktoranalyse.....	36
Tabell 4.4: Reliabilitetsanalyse.....	37
Tabell 4.5: Deskriptiv analyse.....	38
Tabell 4.6: ANOVA-analyse, donasjonsvillighet.....	40
Tabell 4.7: Medieringsprosess, organisasjonsstørrelse.....	44
Tabell 5.1: Divergent faktoranalyse.....	52
Tabell 5.2: Reliabilitetsanalyse.....	53
Tabell 5.3: Deskriptiv analyse.....	54
Tabell 5.4: ANOVA-analyse, intensjon til å donere.....	57

## Vedlegg

Vedlegg I: Spørreskjema, forundersøkelse

Vedlegg II: Spørreskjema, eksperiment 1

Vedlegg III: Spørreskjema, eksperiment 2

## 1.0 Introduksjon

Veldedighet er et interessant og aktuelt tema, da ulike problemstillinger dukker opp så fort fenomenet nevnes for mange. På et mer overordnet nivå, ser vi at holdninger til norsk bistand har blitt redusert siden Statistisk Sentralbyrå begynte analysene i 1972. I den nyeste rapporten kommer det frem at fire av ti informanter mener at bistandsbudsjettet burde reduseres, som er den høyeste andelen som har ønsket reduksjon siden oppstarten (Revold 2013). I tillegg kommer det frem at én av fem mener at bistanden gir ganske eller svært dårlige resultater, som også er en mer negativ vurdering av bistandsarbeidet sammenlignet med de tidligere undersøkelsene (Revold 2013). Formeningen om at frivillige organisasjoner gir mest optimale resultater av bistanden, har også gått ned fra seks av ti til fire av ti fra 2010 til 2013 (Wilhelmsen 2010; Revold 2013). Resultatene indikerer et behov for å forstå hvorfor den negative tilliten til norsk bistand og veldedighet har oppstått, hvor denne avhandlingen tar sikte på å undersøke sistnevnte.

Hvorfor personer donerer til veldedige organisasjoner, og hvor mye de er villige til å donere, har blitt studert i flere ulike fagtradisjoner; markedsføring, psykologi, antropologi, sosiologi og økonomi (Kinsbergen og Tolsma 2013). Hva som imidlertid har blitt neglisjert, er hvordan ulike karakteristika ved veldedige organisasjoner som påvirker personers givervillighet. For nevneverdige unntak, se Kinsbergen og Tolsma (2013) og Nunnenkamp og Öhler (2011). En bred enighet blant forskere er at tillit til veldedige organisasjoner er essensielt, både for å beholde eksisterende donorer, og for å tiltrekke nye (Bekkers 2003; Sargeant og Lee 2002). I tillegg har tillit til organisasjoner vist å bidra til flere antall donasjoner og høyere donasjonsbeløp (Sargeant og Lee 2004). Ettersom det eksisterer lite forskning rundt ulike karakteristika som påvirker vurdering av tillit til veldedige organisasjoner, er dette hensiktsmessig å studere ytterligere. Mer spesifikt, vil denne avhandlingen ta sikte på å avdekke hvordan ulike karakteristika påvirker veldedige organisasjoners tillitsverdighet.

Internasjonale organisasjoner har vist å ha en negativ innvirkning på donorer (Kinsbergen, Tolsma og Ruiters 2014). Et annet karakteristika som også har vist å ha en effekt på hvordan organisasjonen oppleves, er organisasjonens størrelse. På

hvilken måte påvirker det å ha nasjonal eller internasjonal tilstedeværelse, og det å være en stor eller mindre aktør, tillitsverdigheten til veldedige organisasjoner? Problemstillingen skal belyses gjennom Construal level theory, og avhandlingens hensikt er å svare på følgende forskningsspørsmål:

*Hvilken påvirkning har geografisk distanse og organisasjonsstørrelse på organisasjonens tillitsverdighet?*

### **1.1 Avhandlingens relevans**

Ettersom det eksisterer lite forskning rundt veldedighet i Norge, er det et stort behov for å studere området ytterligere. Denne avhandlingen vil kunne gi praktiske implikasjoner for veldedige organisasjoner, hvor organisasjonene kan dra nytte av å forstå hvilke tillitsdimensjoner som er relevante avhengig av deres respektive kontekst. Videre vil studien gi teoretiske bidrag gjennom å utprøve etablerte teorier i nye sammenhenger. Tidligere forskning har i stor grad fokusert på forløpere og konsekvenser av tillit, men organisasjonskarakteristika som påvirker tillitsverdighet har i stor grad blitt neglisjert. Denne studien vil kunne avdekke hvilken påvirkning nevnte karakteristika har på fenomenet, for en videre forståelse av tillitsverdighet i en veldedighetskontekst.

## **2.0 Teoretisk rammeverk**

I dette avsnittet presenteres det teoretiske grunnlaget som forskningsspørsmålet og den metodologiske tilnærmingen skal fundamenteres i. Det første avsnittet i kapitlet tar for seg konseptualisering av Construal level theory, mens avsnitt 2.2 tar for seg konseptualiseringen av begrepet tillitsverdighet. I avsnitt 2.3 og 2.4 knyttes Construal level theory opp mot tillitsverdighet, som danner grunnlaget for utvikling av hypoteser til det første studiet. Videre tar avsnitt 2.5 for seg hvordan de nevnte konseptene påvirkes i en kommunikasjonssammenheng, som danner utgangspunktet for avhandlingens andre studie.

### **2.1 Construal level theory**

Former av distanse har blitt studert av en rekke forskere og i ulike fagtradisjoner. Den tyske filosofen og sosiologen, Georg Simmel, var den første som erkjente viktigheten av fysisk distanse ved evaluering av menneskelige relasjoner (Bligh og Riggio 2013, 22). Videre utviklet Bogardus (1925) og Park (1924) teorien, og inkluderte sosial avstand, som klasse- og raseskille, i rammeverket (Bligh og Riggio 2013, 20). I tillegg utnevnes Lewins (1951) "Field theory" som et viktig bidrag for fenomenet psykologisk distanse. Teorien viser hvordan personer predikerer, bedømmer, evaluerer og tar valg vedrørende et objekt eller en situasjon i henhold til psykologisk distanse (Danzinger, Montal og Barkan 2012, 1106).

Utviklingen av forskningsfeltet har imidlertid ført til uklarheter angående bruken av fysiske og objektive mål. En konsekvens av dette, er at forskere ofte kombinerer eller forvirrer ved å behandle disse som to identiske konstruksjoner (Boven m.fl. 2010). Ifølge Boven m.fl. (2010) er oppfattet psykologisk distanse basert på, og dermed påvirket av, objektiv distanse. Det vil si at psykologisk distanse omfatter subjektive erfaringer til en aktør og den objektive (psykologiske) avstanden til en annen aktør (Bligh og Riggio 2013, 24; Boven m.fl. 2010). Distansen oppleves dermed individuelt, og avhenger av hvordan en aktør oppfatter omgivelsene. En konsekvens av dette er at psykologisk distanse ikke kan måles ved absolutte måleparametere, som økonomisk utvikling, språk, utdanningsnivå (Sousa og Bradley 2006). Ifølge Sousa og

Bradley (2006) må målingen konsentrere seg rundt konseptet som studeres. Generelle betraktninger kan skjule viktige variasjoner, og psykologisk distanse burde dermed studeres på individnivå.

Construal level theory (videre omtalt som CLT) er en nyere utvikling av psykologisk distanse, som kombinerer distanse og abstraksjon. Rammeverket foreslår at psykologisk distanse er en viktig faktor for å forklare hvilke karakteristika som benyttes ved evalueringer (Trope, Liberman og Wakslak 2007). Ifølge CLT bruker individer lavt forestillingsnivå<sup>1</sup> for å prosessere nære hendelser, og høyt forestillingsnivå for å prosessere fjerne hendelser. Det vil si at forestillingsnivået øker desto lengre psykologisk distanse det er fra objektet (Trope og Liberman 2010). Trope, Liberman og Wakslak (2007) forklarer at lavt forestillingsnivå er relativt ustrukturerte, kontekstualiserte prosesseringer, som omfatter underordnede og tilfeldige trekk ved hendelser. I motsetning til dette, har høyt forestillingsnivå en skjematisk, dekontekstualisert prosessering, som trekker ut hovedessensen i den tilgjengelige informasjonen.

For en videre forståelse av konseptet, er det hensiktsmessig å trekke frem et eksempel. Se for deg at du skal bestille en ferietur ett år i forveien. Ettersom det er en stund før du skal reise, vil du antakeligvis ha en mer diffus og bredere oppfatning av hvilken reise du kunne tenke deg. Kanskje er kriteriene knyttet til at du ønsker en romantisk ferie med din kjære, eller en opplevelsersrik reise med vennene dine. Deretter ser du for deg at du gjennomfører den samme reiseplanleggingen ei uke før avreise. I denne situasjonen vil du mest sannsynlig vurdere mer spesifikke kriterier, som kjente strender, restauranter eller monumenter. Eksemplet refererer til hva CLT betegner som tidsdistanse. Distansen kan også være knyttet til sted, sosialt og hypotetisk fra objektet (Trope og Liberman 2010).

Et annet eksempel kan knyttes til veldedighet. Bekkers' (2004, 68) studie fant ut at den følte verdien et bidrag til veldedige formål har for et individ, avhenger av den psykologiske distansen til organisasjonen (Bekkers 2004, 68). Ifølge Bekkers (2004,

---

<sup>1</sup> Forestillingsnivå er oversatt fra den engelske terminologien "construal level".

86) medfører større psykologisk distanse mindre villighet til å donere penger. I likhet med dette, har andre studier avdekket at jo mindre sosial distanse det er fra personen som spør etter penger, desto mer sannsynlig er det at bidragsyteren vil gi tid og penger (Bekkers 2010). Det vil si at stor psykologisk avstand i slike tilfeller gir negative utfall.

Dette studiet sentrerer seg i hovedsak rundt steds- og sosialdistanse, som av den grunn vil diskuteres ytterligere i de neste to avsnittene. Hva som imidlertid er viktig å påpeke, er at alle de fire dimensjonene av distanse (tid, sted, sosial og hypotetisk) ikke bør isoleres, men sees i sammenheng med hverandre (Bar-Anan m.fl. 2007). Å få noen til å tenke på forskjellige steder (stedsdistanse), tenderer til å påvirke tankene angående fjern fremtid (tidsdistanse), om usannsynlige hendelser (hypotetisk distanse) og om andre mennesker (sosial distanse; Simandan 2016). Av dette forstår vi at selv om det er steds- og sosial distanse som studeres, påvirkes også de andre dimensjonene. De ulike formene for psykologisk distanse kan dermed ikke sees på som uavhengige, isolerte fenomener, men som hendelser som påvirker hverandre.

### **2.1.1 Stedsdistanse**

Stedsdistanse, også omtalt som geografisk distanse, bør sees i sammenheng med hva den geografiske fagdisiplinen har omtalt som ”imaginative geography”, som er individers oppfatning av andre steder, som involverer alt fra andre mennesker, områder og kulturer (Gregory m.fl. 2009). Det argumenteres for at imaginær geografi ikke kun tilhører skjønnlitteraturen, men tvert imot har en betydning i alle geografiske områder. Ser vi imaginær geografi i forhold til CLT, har sistnevnte teori argumentert for viktigheten av relasjonen mellom distansen vi reiser fra vårt referansepunkt og kvaliteten til vår mentale representasjon: jo mer distanse som oppleves å være fra oss, desto mer abstrakt blir våre mentale representasjoner av den (Simandan 2016). Den fundamentale antakelsen er at økende distanse i forhold til sted tenderer til å redusere påvirkningen eller relevansen av objekter eller hendelser (Latané 1981).

Når mennesker vurderer hendelser og objekter som er stedsmessig distansert fra dem, forklarer CLT at de vil forestille stimuli på et høyere nivå og mer abstrakt enn ved stedsmessig nære hendelser eller objekter. Forestillingsnivået avgjøres både av

konseptuelle forskjeller (hvilken informasjon som bringes til minnet) og perseptuelle forskjeller (hvordan denne informasjonen prosesseres; Liberman og Förster 2009). Selv om informasjonen som prosesseres er konkret og tilgjengelig, vil individer forestille distanserte hendelser på en mer abstrakt måte enn ved nære hendelser (Henderson m.fl. 2011; Fujita m.fl. 2006a).

Flere ulike studier har vist at det er en sammenheng mellom avstand i forhold til sted og forestillingsnivå. Fujita m.fl. (2006a) illustrerte dette ved å gjennomføre et eksperiment hvor deltakerne skulle forestille seg å hjelpe en venn med å flytte inn i en ny leilighet. Leiligheten var beskrevet å være "outside of New York City, about three miles away from here" (nær avstand) eller "outside of Los Angeles, about 3000 miles away from here" (fjern avstand) (Fujita m.fl. 2006a). Påfølgende, ble deltakerne spurt om å forestille seg flere handlinger relatert til situasjonen, hvor de skulle svare på hvilken handling av to alternativer de ville utføre. Det ene alternativet handlet om selve utførelsen, mens det andre alternativet fokuserte på resultatet ved utførelsen. Eksempelvis var maling av et rom knyttet til to handlinger; (1) anvende penselstrøk eller (2) få rommet til å se fint ut. Resultatene viste, i samsvar med tidligere forskning, at deltakerne som forestilte seg en fjern stedsdistanse prefererte den resultatfokuserede tilnærmingen. Dette beviser at individer benytter høyt forestillingsnivå ved handlinger som foregår stedsmessig distansert (Fujita m.fl. 2006a).

### **2.1.2 Sosial distanse**

Dimensjonen sosial distanse har et opphav i sosial identitetsteori, som defineres som

...the part of an individual's self-concept which derives from his knowledge of his membership of a social group together with the emotional significance attached to that membership. (Tajfel 1974, 69)

Av definisjonen fremkommer det at sosial identitetsteori omfatter de antakelsene og følelsene en person har til en gruppe. Jo færre likheter som oppleves mellom en person og en gruppe, desto større blir den sosiale avstanden, som igjen skaper en høyere grad av forestillingsnivå (Liviatan, Trope og Liberman 2008).

Den sosiale avstanden kan være på likt nivå (horisontalt), som at ”jeg føler meg nærmere min nabo enn til en nederlender i Amsterdam”, eller den kan være basert på statushierarkier (vertikalt), som at en assisterende professor kan føle seg nærmere en professor enn en student (Schubert og Maass 2011, 112). I en forlengelse av den vertikalbaserte avstanden, konseptualiserte Smith og Trope (2006) i sin studie makt som en form for sosial distanse. Tidligere forskning har vist at individer med mye makt anser seg selv å være mindre lik og dermed mer distanserte fra andre folk, enn individer med lite makt (Hogg 2001). Årsaken til dette kan være knyttet til at grupper, organisasjoner og samfunn har færre individer med mye maktposisjoner enn lavere maktposisjoner (Schubert og Maass 2011, 112). En konsekvens av at det eksisterer flere individer med mindre makt, er at denne gruppen føler seg mer lik hverandre og dermed reduserer den sosiale avstanden.

En av de relevante utfordringene som knyttes til denne avhandlingen, er om organisasjonsstørrelse også kan være en dimensjon av den sosiale avstanden. I likhet med den vertikalbaserte formen for sosial distanse, kan større organisasjoner anses å ha mer makt enn mindre organisasjoner. Videre har mindre organisasjoner vist å være mer fleksibel og ha mer nærhet til kundene sine enn store organisasjoner (Nooteboom 1994). En konsekvens av dette, er at mindre organisasjoner anses å ha en mindre sosial distanse til kundene enn større organisasjoner.

## **2.2 Tillitsverdighet**

I kapittel 2.2 vil teorijennomgang av tillitsverdighet defineres og diskuteres. Videre vil begrepet kontekstualiseres ved å redegjøre for hvilke konsekvenser tillitsverdighet har for donasjonsvillighet.

### **2.2.1 Tillitsverdighet**

I forhold til tillit har tillitsverdighet<sup>2</sup> fått mindre oppmerksomhet i tidligere forskning (Jones 2012). Ifølge Jones (2012) er det likevel sannsynlig at forskere har tenkt på tillitsverdighet ut ifra hvordan tillit har blitt definert, ettersom studier av tillit

---

<sup>2</sup> Oversatt fra det engelske begrepet ”trustworthiness”.



inneholder implisitte betraktninger av tillitsverdighet. Dette støttes også av Hardin (1996, 28), som argumenterer for at forskere som forsøker å studere tillit i stedet studerer tillitsverdighet, på grunn av misforståelser av konseptene. Hardin har vanskeligheter med å forstå at flere teoretikere bekymrer seg over endringer i samfunnet, hvor de hevder at deres bekymringer er knyttet til tillit. Hvis vi er bekymret over en reduksjon av tillit i samfunnet, burde vi undersøke tillitsverdighet, ettersom tillitsverdighet danner grunnlaget for tillit (Hardin 2002, 30; Hardin 1996).

Et individ, system eller en institusjon er tillitsverdig når "it is worthy of the trust of others" (Barney og Hansen 1994, 176). Som en følge av dette, er tillitsverdighet en subjektiv oppfatning og evaluering av en annen part. Barney og Hansen (1994) skiller konseptene ved at tillit er en eller flere egenskaper ved *relasjonen mellom partnere*, mens tillitsverdighet er en eller flere egenskaper *ved en partner*. Tidligere forskning har foreslått en rekke egenskaper som utgjør en parts tillitsverdighet, men Mayer, Davis og Schoorman (1995) har identifisert tre karakteristika som ofte forekommer i lignende studier; *evne, integritet og velvilje*.

*Evne* refererer til de ferdighetene, kompetansen og karakteristika som muliggjør en part til å ha innflytelse innenfor ett bestemt område (Mayer, Davis og Schoorman 1995). At det er innenfor ett bestemt område, vil si at en person kan for eksempel bli stolt på evnen til å utvikle og ferdigstille ett bestemt produkt, men at han eller hun kan mangle evnen til å kommunisere produktet ut til kundene. Evnedimensjonen omhandler dermed hva bedriften "can do", altså den kompetansen som trengs for å gjennomføre operasjoner.

Videre omtales egenskapen *velvilje* som vil si en parts vilje til å gjøre noe godt for en annen, sett bort fra egosentrisk profittmotiv (Mayer, Davis og Schoorman 1995). En tolkning av dette, er at en part opptrer i henhold til andres ønsker, selv om dette ikke nødvendigvis kreves av ham eller henne. En parts *integritet* omfatter en parts persepsjon av at en annen oppfører seg etter akseptable prinsipper (Mayer, Davis og Schoorman 1995). Mayer, Davis og Schoorman (1995) argumenterer for at hvis en person kun er profittsøkende til enhver pris, vil dette kunne føre til lav integritet (med mindre profittmotivet er akseptert fra begge parter). Som en følge av dette innebærer

velvilje- og integritetsdimensjonen et ”will do”-konsept, som menes med organisasjonens vilje til å opptre på vegne av andre og etter riktige prinsipper.

Hvis samtlige av de tre dimensjonene; evne, integritet og velvilje blir oppfattet som høye, vil den andre parten i utgangspunktet oppleves som tillitsverdig. Det som imidlertid er viktig å nevne, er at de tre tillitsdimensjonene er kontekstavhengige (Mayer, Davis og Schoorman 1995). Eksempelvis vil oppfattet evne endres hvis dynamikken i situasjonen forandres. Dette kan illustreres gjennom at en kan stole på lederens kompetanse til det oppstår en endring på overordnet nivå, som forandrer situasjonen. Selv om lederen besitter den samme kompetansen, kan situasjonen endre hvordan medarbeiderne oppfatter hans eller hennes evne. Et annet eksempel på kontekstavhengigheten kom frem i Colquitt, Scott og LePines (2007) metaanalyse, hvor velvilje ble var en mer signifikant predikator på tillit i produksjons- og servicejobber enn for ledelsesjobber. Evne ble ansett å være viktigere i produksjonsjobber, mens integritet avgjorde tilliten i ledelses- og servicejobber i større grad enn produksjonsrelatert arbeid.

At tillitsdimensjonene er kontekstavhengige er et interesseområde for denne avhandlingen. Hensikten er å avdekke om internasjonale og nasjonale kontekster, samt små og store organisasjonsstørrelser, medfører forskjeller i de respektive tillitsverdighetsdimensjonene.

### **2.2.2 Tillitsverdighet og donasjonsvillighet**

Tillitsverdighet er en av de viktigste egenskapene både veldedige og kommersielle organisasjoner kan ha, ettersom det er en kilde til konkurransefortrinn (Lin-Hi, Hörisch og Blumberg 2015; Barney og Hansen 1994). Årsaken til dette er at tillit skaper en vilje til å samarbeide, som videre medfører effektivitet og verdifulle relasjoner til organisasjonens interessenter (Morgan og Hunt 1994).

Flere studier har vist at veldedig organisasjoner er ansett å være mer tillitsverdig enn kommersielle, hvor opphavet ligger i organisasjonsformålene: Målet for veldedige organisasjoner er å tjene samfunnets behov, mens kommersielle organisasjoners primære mål knyttes til å tilfredsstille interessentenes behov og ønsker (Moore 2000).

Samlet sett, blir veldedige organisasjoner ansett å ha et større engasjement for interessentenes velstand og samfunnet som en helhet, enn kommersielle organisasjoner (Lin-Hi, Hörisch og Blumberg 2015). Ifølge Lin-Hi, Hörisch og Blumberg (2015) resulterer dette i høyere kongruens i henhold til målene mellom organisasjonen og interessentene, enn for kommersielle aktører. En videre konsekvens av dette reduserer oppfattet risiko, som igjen øker tillitsverdigheten (Wang og Yang 2013; Lin-Hi, Hörisch og Blumberg 2015).

For å ta hensyn til avhandlingens relevans, er det hensiktsmessig å se på hvilke effekter av tillitsverdighet som er gjeldende for veldedige organisasjoner. Ifølge Sargeant og Lee (2004) har det generelt sett vært lite forskning rundt tillitsens rolle for veldedige organisasjoner. Det som imidlertid har fått bredere enighet, er at høy grad av tillit medfører en større villighet til å (a) donere penger og (b) gi høyere pengesummer (Sargeant og Lee 2004). Av den grunn, vil ikke hovedvekten av oppgaven omhandler effektene av tillitsverdighet, men heller fokusere på bakenforliggende faktorer som avgjør tillitsverdigheten til organisasjonene. Det antas imidlertid at jo mer tillitsverdighet som oppleves til organisasjonen, desto sterkere er intensjonen til å donere.

*H<sub>1</sub>: Jo mer tillitsverdig en veldedig organisasjon oppfattes, desto sterkere er donasjonsvilligheten til organisasjonen.*

### **2.3 Geografisk distanse og tillitsverdighet**

Innledningsvis er det viktig å konkretisere hva geografisk distanse betyr i en veldedighetssammenheng, for å få klarhet i hva som studeres. Med geografisk distanse, eller stedsdistanse, menes her distanse mellom donasjonsaktiviteten og forbrukeren, som kan kategoriseres som nasjonal, regional eller lokal (Varadarajan og Menon 1988). Dette fenomenet kalles også donasjonsnærhet (Grau og Folse 2007), men termen geografisk distanse blir her benyttet for å beholde terminologien fra Construal level theory.

Geografisk distanse har vist å påvirke bedømmelser og beslutninger (Henderson m.fl. 2011). Studien til Darke m.fl (2016) viste at en reduksjon av den psykologiske avstanden førte både til økt kjøpsintensjon og økt tillit til organisasjonen. Dette kan

forklares ved at store avstander fører til at individer føler seg mindre knyttet til hverandre (Williams og Bargh 2008). Videre viste Edwards, Lee og Ferle (2009) studie at større psykologisk distanse medfører et abstraksjonsnivå med en høyere grad av tvetydighet og risiko, som resulterer i lavere nivåer av tillit i forhold til situasjoner med mindre psykologisk distanse. Studien til Gatignon og Anderson (1988) viste også at relasjoner over store avstander danner grunnlag for mistillit.

Veldedige organisasjoner som opererer i en mer global kontekst, antas å ha en større psykologisk avstand knyttet til tid, sted, hypotetisk og sosial tilhørighet enn hva veldedige organisasjoner med nasjonal tilstedeværelse har. Antakelsen kommer av at jo nærmere en person føler seg til saken, desto høyere blir den psykologiske tilfredsheten til et verdifullt bidrag (Bekkers 2004, 69). Videre diskusjon sentrerer seg rundt hvordan psykologisk distanse kan påvirke de tre tillitsverdighetsdimensjonene; evne, integritet og velvilje.

I likhet med tidligere argument, fremkommer det i rapporten til Furneaux og Wymer (2015) at internasjonalt etablerte veldedighetsorganisasjoner knyttes mindre tillit til enn nasjonale aktører. Dette kan forklares med at det eksisterer en generell usikkerhet knyttet til de internasjonale operasjonene (Kinsbergen og Tolsma 2013). Usikkerheten skyldes at internasjonale aktiviteter er vanskelig å overvåke og påvirke enn nasjonale (Bekkers 2004, 68). I tillegg stilles tvil til effektiviteten og hvordan pengene blir benyttet i internasjonal sammenheng (Kinsbergen og Tolsma 2013). Funnene til Kinsbergen og Tolsma (2013) viste også at donorer var mindre villige til å gi bidrag til aktører med administrative kostnader, når de er etablert i flere enn ett land. Aktivitetene som utføres nasjonalt er dermed enklere å observere i samfunnet, og reduserer usikkerheten i det som leveres. Som et resultat av dette, antas det at veldedige organisasjoner som opererer internasjonalt oppleves å ha lavere evne, integritet og velvilje enn nasjonale organisasjoner.

*H<sub>2</sub>: Geografisk distanse påvirker negativt potensielle donorers vurdering av en veldedig organisasjons evne. Denne påvirkningen medieres av et høyt forestillingsnivå.*

- H<sub>3</sub>: *Geografisk distanse påvirker negativt potensielle donorerers vurdering av en veldedig organisasjons integritet. Denne påvirkningen medieres av et høyt forestillingsnivå.*
- H<sub>4</sub>: *Geografisk distanse påvirker negativt potensielle donorerers vurdering av en veldedig organisasjons velvilje. Denne påvirkningen medieres av et høyt forestillingsnivå.*

## **2.4 Organisasjoners størrelse og tillitsverdighet**

”Size does matter, and less is more.” (La Macchia m.fl. 2016, 1333). Hvordan organisasjonsstørrelse påvirker tillitsoppfatninger, og hvilke konsekvenser dette medfører, har også vært interesseområder i tidligere forskning. Konklusjonene er likevel todelt; i enkelte tilfeller er det mindre organisasjoner som knyttes mer tillit til, mens i andre kontekster er det større organisasjoner som oppnår dette i større grad. Ifølge Furneaux og Wymer (2015) er det høyere sannsynlighet at store organisasjoner har eksistert lenger og dermed fått mer ressurser og erfaring over tid. På en annen side har en studie gjennomført i Australia avdekket at mindre organisasjoner oppnår høyere nivåer av tillit, spesielt mellom ledere og ansatte innad i organisasjonen (Gray, Densten og Sarros 2003). Etersom det ikke er en bred enighet på dette området, besluttes det å se de ulike tillitsverdighetsdimensjonene hver for seg i kommende teorigjennomgang.

Det er knyttet mange problemstillinger i forhold til bruken av bidragene, hvor mange donorer nekter å finansiere administrative og indirekte kostnader (Duncan 2003). Studier innen sosialpsykologien har avdekket at individer generelt sett opplever at mindre grupper er mer effektive enn større grupper (Kerr 1989). Dette forklares blant annet gjennom at det er mer sannsynlig at mindre grupper er mer opptatt av å etablere samarbeidsmål til interessentene enn større grupper. I forhold til veldedige organisasjoner, har mindre organisasjoner (ofte ansett som en mer frivillig aktør) benyttet deres lave administrative kostnader for å differensiere seg fra større organisasjoner, som signaliserer effektivitet (Kinsbergen og Tolsma 2013). Som en konsekvens av dette, anses mindre organisasjoner å ha mer integritet enn større veldedighetsorganisasjoner.

H<sub>5</sub>: *Organisasjonens størrelse påvirker negativt potensielle donorerers vurdering av en veldedig organisasjons integritet. Denne påvirkningen medieres av et høyt forestillingsnivå.*

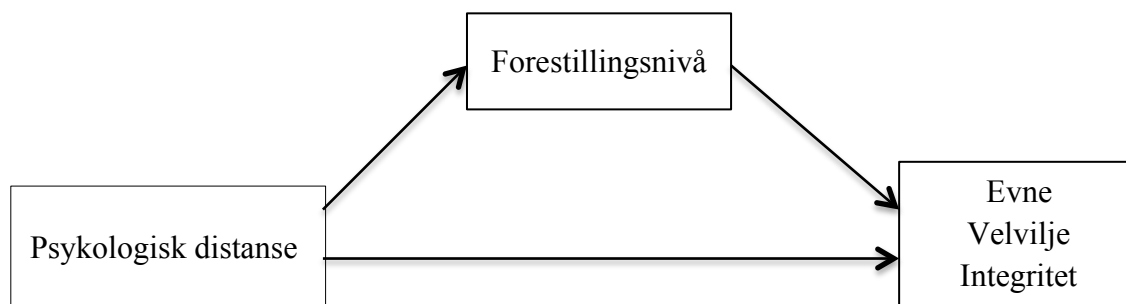
En annen studie innen sosialpsykologien, gjennomført av La Macchia m.fl. (2016), viste at mindre grupper ble ansett å være mer tillitsverdig enn større grupper av mennesker. Mer spesifikt viste studien deres at mindre grupper anses å ha mer velvilje i forhold til deres intensjoner. På en annen side, var det en klar preferanse mot de større gruppene i forhold til deres evne og kompetanse. Dette henger også sammen med Furneaux og Wymer (2015) sin teori om at store organisasjoner har eksistert lenger og dermed fått mer ressurser og erfaring over tid. Resultatene indikerer at de ulike tillitsdimensjonene ikke vektlegges likt i samtlige situasjoner, men vil variere avhengig av kontekst, som er i tråd med Mayer, Davis og Schoormans (1995) teori. Denne antakelsen støttes også av Leonardelli og Loyd (2016), som i sin studie konkluderte med at mindre grupper ble ansett å være mer særegen, tillitsfull og dermed mer prefererte, sammenlignet med større grupper.

Som et resultat av dette, anses større organisasjoner å oppfattes mer positivt i henhold til dens evner, men negativt til dens velvilje. At store organisasjoner antas å bli negativt vurdert i forhold til evnen deres, utfordrer samtlige av hypotesene i denne studien. Det vil i dette tilfellet bety at lavt forestillingsnivå påvirker evnedimensjonen negativt. Hypotesene blir som følger:

H<sub>6</sub>: *Organisasjonens størrelse påvirker negativt potensielle donorerers vurdering av en veldedig organisasjons velvilje. Denne påvirkningen medieres av et høyt forestillingsnivå.*

H<sub>7</sub>: *Organisasjonens størrelse påvirker positivt potensielle donorerers vurdering av en veldedig organisasjons evne. Denne påvirkningen medieres av et høyt forestillingsnivå.*

Figur 2.1 Konseptuell modell, studie 1



Den konseptuelle modellen for studie 1 er fremstilt i figur 2.1. Psykologisk distanse i denne studien inkluderer geografisk distanse (se avsnitt 2.3) og sosial distanse (se avsnitt 2.4). Modellen viser at psykologisk distanse er forventet å påvirke forestillingsnivå, som videre er forventet å påvirke tillitsverdighetsdimensjonene; evne, velvilje og integritet. Påvirkningen mellom psykologisk distanse og tillitsverdighetsdimensjonene er forventet å ha en medierende effekt av forestillingsnivå. I neste avsnitt gjennomgås teorigrunnlag for studie 2, som bygger videre på studie 1.

## 2.5 Construal level theory og kommunikasjonsbudskap

En videreutvikling av studie 1, sentrerer seg rundt hvordan Construal level theory påvirkes i en kommunikasjonssammenheng for veldedige organisasjoner. I likhet med konkrete og abstrakte prosesseringer av hendelser, skiller også teorien mellom konkrete og abstrakte kommunikasjonsbudskap. Det som kjennetegner et konkret budskap, er bruken av spesifikk informasjon og uttrykk i budskapet, slik at mottakeren enkelt kan forstå og prosessere meldingen (Hitchon, Duckler og Thorson 1994; Kim og Bae 2016). På den andre siden er et abstrakt kommunikasjonsbudskap karakterisert ved bruken av abstrakte termer og uttrykk (for eksempel håp), hvor mottakeren ikke blir presentert for spesifikk informasjon (Kim og Bae 2016). I tillegg skiller budskapene innen veldedighetsforskning ved at konkrete budskap omhandler donasjoner til ett enkelt offer, mens abstrakte budskap kommuniserer generelle bidrag (Ein-Gar og Levontin 2013). Å bruke disse ulike formene for kommunikasjonsstrategi, vil føre til at en veldedighetssak med konkret informasjon er enklere å lese og forstå enn et abstrakt budskap.

Tidligere forskning har vist at avhengig av om konkrete eller abstrakte kommunikasjonsbudskap benyttes, påvirkes effektiviteten budskapet. I enkelte sammenhenger har konkrete kommunikasjonsbudskap vist å være mest effektivt (Atkin, McCardle og Newell 2008; Ketelaar m.fl. 2010), mens i andre har abstrakte budskap vært mer effektivt (McQuarrie og Glen 2003; Ha og Hoch 1989). Som en følge av dette er det interessant å undersøke hvilken kommunikasjonsstrategi som egner seg i denne sammenhengen; ved liten i motsetning til stor psykologisk distanse.

Sett i forhold til Construal level theory, har forskningen innenfor kommunikasjonsbudskap i stor grad omhandlet konsistensteori mellom forestillingsnivå og kommunikasjonsbudskap. Det vil si at når en mottaker erfarer liten (stor) distanse og blir presentert for konkrete og spesifikke (abstrakte og generelle) kommunikasjonsbudskap, vil påvirkningen gi positive utfall (Fujita m.fl. 2008; Kim, Rao og Lee 2009; Kim m.fl. 2016; Ein-Gar og Levontin 2013). Ved å knytte denne antakelsen opp mot tillitsverdighetsgjennomgangen i avsnitt 2.4, vil antakelsene derimot bli annerledes.

Studier har vist at individer med høy usikkerhetsunnavikelse<sup>3</sup> foretrekker konkrete (i motsetning til abstrakte) kommunikasjonsbudskap (Kim og Bae 2016). Hvis antakelsene om at høyere forestillingsnivå skaper høyere usikkerhet, og dermed påvirker tillitsverdighet negativt (studie 1), vil konkret kommunikasjon være mer egnet enn abstrakt kommunikasjon. Antakelsen bygger på at konkret kommunikasjon kan redusere usikkerheten i budskapet når den psykologiske distansen er stor. I tillegg viste Duncans (2003) studie at de fleste donorer å gjøre en forskjell; slik at å mette ett barn er mer tilfredsstillende enn å gi generelle bidrag. Dette resulterer i en antakelse om at et konkret (abstrakt) kommunikasjonsbudskap gir et lavere (høyere) forestillingsnivå, som videre gir positive (negative) vurderinger av organisasjonens evne, velvilje og integritet. Effekten mellom det konkrete kommunikasjonsbudskapet og tillitsverdighetsdimensjonene medieres av forestillingsnivå.

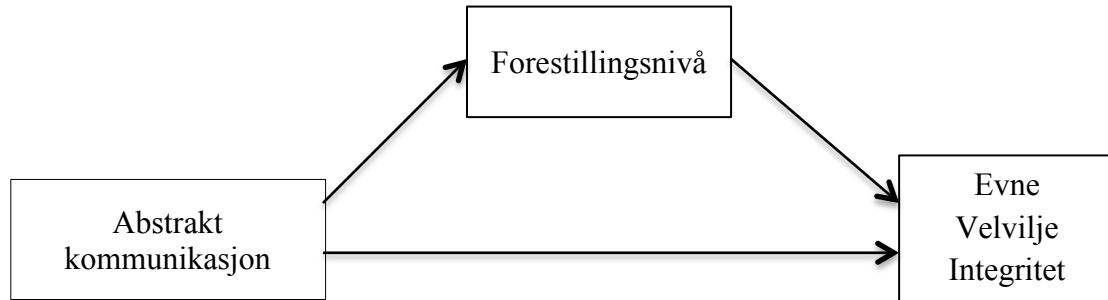
---

<sup>3</sup> Oversatt fra den engelske terminologien "uncertainty avoidance".



*H<sub>8</sub>: Ved stor psykologisk distanse påvirkes tillitsverdigheten mer negativt når et abstrakt kommunikasjonsbudskap benyttes. Denne påvirkningen medieres av et høyt forestillingsnivå.*

Figur 2.2 Konseptuell modell, studie 2



Den konseptuelle modellen for studie 2 er fremstilt i figur 2.2. Når den psykologiske distansen er stor er et abstrakt kommunikasjonsbudskap forventet å medføre et høyere forestillingsnivå, som videre er forventet å gi mer negative evalueringer av organisasjonens evne, integritet og velvilje. Påvirkningen mellom det abstrakte budskapet og tillitsverdighetsdimensjonene er forventet å ha en medierende effekt av forestillingsnivå.

I likhet med studie 1, forventes det at positive evalueringer av organisasjonens tillitsverdighet vil videre påvirke intensjon til å donere positivt.

*H<sub>9</sub>: Jo mer tillitsverdig en veldedig organisasjon oppfattes, desto sterkere er intensjonen til å donere til organisasjonen.*

### **3.0 Forskningsdesign og metode**

I det følgende avsnittet vil det redegjøres for studiets overordnede forskningsdesign og valg av metode. Begrensninger ved den utvalgte metoden diskuteres avslutningsvis.

#### **3.1 Forskningsdesign og metodevalg**

Forskningsdesignet kan beskrives som rammeverket for gjennomføring og analyse av studiet (Sreejesh, Mohapatra og Anusree 2013, 27). Ettersom studiets hovedemner tillitsverdighet og psykologisk distanse har blitt studert i flertalls fagtradisjoner over en lang tidsperiode, ble det benyttet et beskrivende forskningsdesign, også kalt deduktiv metode (Malhotra 2010, 102-103). Hensikten er å teste og videreutvikle allerede eksisterende teori i en annen kontekst.

Studiets formål var å avdekke kausale sammenhenger mellom fenomener, som av den grunn gjør det hensiktsmessig å velge eksperimentell metode. Ifølge Malhotra (2010, 250) inneholder kausalitet tre komponenter; samvariasjon, temporalitet og isolasjon. Med samvariasjon menes at det skal være en sammenheng mellom en uavhengig variabel X og en avhengig variabel Y, og det skal gjelde ved alle verdier (Malhotra 2010, 251). I forhold til temporalitet, menes at den uavhengige variabelen må komme før den avhengige variabelen, da effekten av en handling per definisjon ikke kan skje etter at effekten har funnet sted (Malhotra 2010, 252). At det må være isolasjon, betyr at det ikke skal eksistere andre forklaringsvariabler (Malhotra 2010, 252). Det vil si at en variabel (Z) ikke skal kunne virke inn på forholdet, som i utgangspunktet er en utfordrende oppgave å gjennomføre. Dette bør sees i sammenheng med manipulasjon av eksperimentet, da stimuli som blir endret i de ulike tilfellene bør være minst mulig for å utelukke andre alternative forklaringer.

Å sikre validitet i eksperimenter er avgjørende, ettersom målene knyttes til (1) å trekke konklusjoner om effekten av uavhengige variabler på en gruppe, og (2) lage valide generaliseringer til en større andel av populasjonen (Malhotra 2010, 254). Det førstnevnte målet knyttes til eksperimentets interne validitet, og omhandler hvorvidt

manipulasjonen av de uavhengige variablene faktisk er det som skaper effekter i den avhengige variabelen. En konsekvens av dette, er at annonsene utformes likt bort sett fra de uavhengige variablene som skal manipuleres.

Det andre målet omfatter eksperimentets eksterne validitet, og betyr hvorvidt eksperimentet kan generaliseres til andre deler av populasjonen. Denne studien innebærer psykologiske evalueringer, som er uavhengig av kjønn, alder, tilhørighet og andre demografiske variabler. En konsekvens av dette var at samtlige individer over 18 år, som kan gjennomføre egne donasjoner, ble ansett som interessante deltakere i eksperimentene. I tillegg bør det legges til at målet var å generalisere til veldedighetsorganisasjoner (hovedsakelig humanitære), og ikke undersøke tillitsverdighets-tematikken for kommersielle aktører.

### **3.2 Begrensninger ved eksperimentell metode**

Selv om det foretas minimalt med endringer i stimuli til de ulike eksperimentgruppene, vil det ikke være mulig å kontrollere for alle andre alternativer, for eksempel humør, erfaringer og så videre. Så fort man endrer på stimuli, kan det være en mulighet til at andre alternative forklaringer kan forekomme. Et annet poeng er at denne studien foregår på Internett, hvor avsender ikke kan kontrollere for tid og sted der undersøkelsen besvares. Dette kan føre til at respondentene samhandler, som medfører at manipulasjonen blir mislykket. I tillegg er det ikke mulighet for å observere ansiktsuttrykk og få dypere forklaringer enn de svaralternativene som presenteres.

Kausalitet er en god metode for å finne årsak-/virkningssammenhenger, men dypere forklaringer enn det vil som regel ikke bli inkludert i analysen. Det store ”hvorfor”-spørsmålet kan dermed bli ubesvart, hvor det i enkelte tilfeller er nødvendig å kombinere metoden med en kvalitativ studie for en dypere forståelse av fenomenet.

## **4.0 Studie 1**

I dette kapittelet vil det redegjøres for hvordan studie 1 ble planlagt, gjennomført og hvilke resultater som ble oppnådd. Oppsummert diskuteres resultatene i avsluttende i kapittelet. Kapittel 4.1 omhandler forundersøkelsen til eksperimentet og kapittel 4.2 tar for seg eksperimentgjennomføringen.

### **4.1 Forundersøkelse**

Hensikten med forundersøkelsen til eksperimentet var å undersøke om organisasjonsstørrelse påvirker den sosiale avstanden til objektet, samt om geografisk og sosial distanse påvirker forestillingsnivået til respondentene. Videre var et mål å sjekke om deltakerne leste informasjonen som ble presentert. Hva som lå til grunn for å utvikle stimuli blir gjennomgått i neste avsnitt, før begrepsoperasjonalisering, gjennomføring og resultater diskuteres videre.

#### **4.1.1 Utvikling av stimuli**

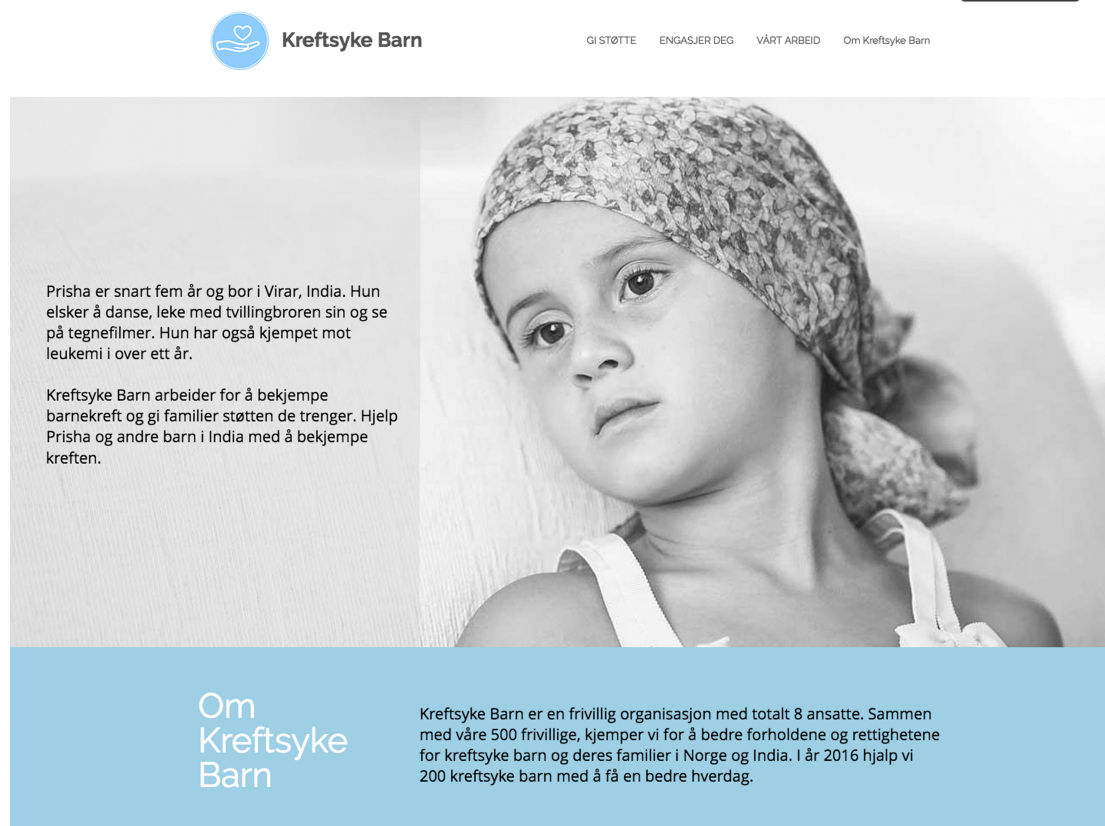
Innledningsvis bør det poengteres at geografisk distanse i forundersøkelsen ble holdt konstant, hvor stor geografisk distanse ble valgt for å avdekke påvirkningen på forestillingsnivået. India ble valgt ut som det landet som skal representere saken med stor distanse, som videre skulle sammenlignes med Norge (liten distanse) i eksperimentet. Veldedighetssaken ble også holdt konstant for å unngå skjeve oppfatninger i henhold til sakens relevans. En konsekvens av dette var at eksempelvis humanitær- og utdanningssaker ikke ble utvalgt, da sakene er vanskelig å sammenligne med Norge og andre land. En diskusjon med andre medstudenter førte til at en sak vedrørende barnekreft ble valgt, da andre omgivelsesfaktorer som selvpåførte helseskader, naturskader og andre årsaker, enklere kunne utelukkes.

På bakgrunn av dette ble det utarbeidet to fiktive utgaver av en veldedighetsnettside, hvor organisasjonsstørrelse ble manipulert. Gjennom publiseringsverktøyet WIX ble de fiktive nettstedene opprettet (WIX), og etter informasjonen ble lagt til ble det foretatt skjermdumper fra sidene. Inspirasjon til utforming av nettsiden ble hentet fra blant andre Plan Norge, Redd Barna, Røde Kors og Unicef sine nettsider. Dette ble

ansett som en viktig kilde til å sikre den fiktive organisasjonens troverdighet, samt å opprettholde ekstern validitet. Fellesnevner for disse sidene var et konkret budskap, med en kort og enkel tekst ved siden av bildet. Stimuli til denne studien bygget på det samme designet som de øvrige veldedighetsorganisasjonene.

Organisasjonsstørrelse ble manipulert gjennom ulikheter i antall ansatte i organisasjonen, antall frivillige og antall hjulpede barn det siste året. Gruppen som ble presentert for den lille organisasjonen ble fortalt at bedriften hadde 8 ansatte, 500 frivillige og 200 hjulpede barn. Den store organisasjonen inneholdt 144 ansatte, 9 000 frivillige og 3 500 hjulpede barn. Beskrivelsen av liten og stor bedrift er hentet fra Regjeringens definisjoner, hvor små bedrifter består av mindre enn 20 ansatte, mellomstore består av mellom 20 og 100 ansatte og store bedrifter består av 100 ansatte eller mer (NOU 1997, 21). Figur 4.1 og 4.2 illustrerer de ulike versjonene som ble presentert for deltakerne.

Figur 4.1: Veldedighetssak, stor organisasjon.



The image shows a screenshot of a website for 'Kreftsyke Barn'. At the top left is the logo, which consists of a blue circle containing a white heart with a hand above it, followed by the text 'Kreftsyke Barn'. To the right of the logo are four navigation links: 'GI STØTTE', 'ENGASJER DEG', 'VÅRT ARBEID', and 'Om Kreftsyke Barn'. The main content area features a large black and white photograph of a young girl with a patterned headscarf. To the left of the photo is a text box with the following content:

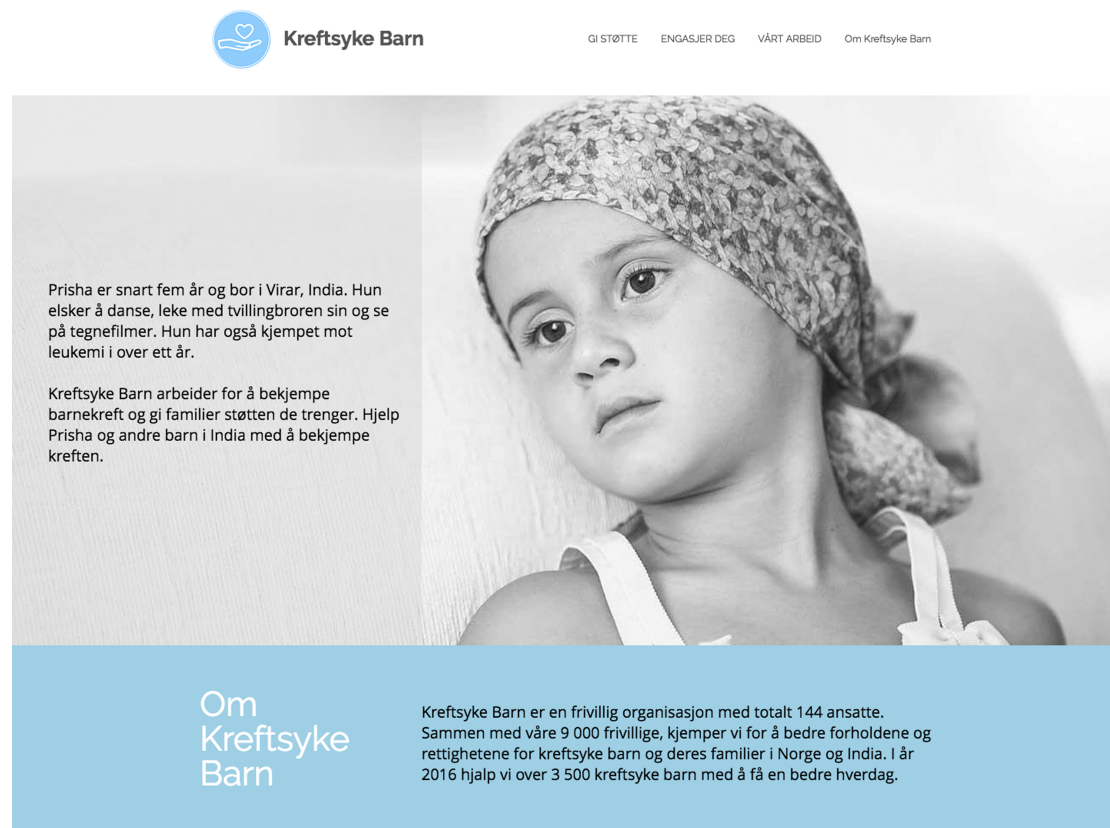
Prisha er snart fem år og bor i Virar, India. Hun elsker å danse, leke med tvillingbroren sin og se på tegnefilmer. Hun har også kjempet mot leukemi i over ett år.

Kreftsyke Barn arbeider for å bekjempe barnekreft og gi familier støtten de trenger. Hjelp Prisha og andre barn i India med å bekjempe kreften.

At the bottom of the page, there is a blue banner with the text 'Om Kreftsyke Barn' on the left and a paragraph on the right:

Kreftsyke Barn er en frivillig organisasjon med totalt 8 ansatte. Sammen med våre 500 frivillige, kjemper vi for å bedre forholdene og rettighetene for kreftsyke barn og deres familier i Norge og India. I år 2016 hjalp vi 200 kreftsyke barn med å få en bedre hverdag.

Figur 4.2: Veldedighetssak, liten organisasjon.



The image is a screenshot of the website for 'Kreftsyke Barn'. At the top left is the logo, which consists of a blue circle containing a white heart and a pair of hands. To the right of the logo is the text 'Kreftsyke Barn'. Further right, there are four navigation links: 'GI STØTTE', 'ENGASJER DEG', 'VÅRT ARBEID', and 'Om Kreftsyke Barn'. The main content area features a large black and white photograph of a young girl wearing a patterned headscarf. To the left of the photo, there is text in Norwegian. Below the photo, there is a blue horizontal bar containing the text 'Om Kreftsyke Barn' and a paragraph of text.

Prisha er snart fem år og bor i Virar, India. Hun elsker å danse, leke med tvillingbroren sin og se på tegnefilmer. Hun har også kjempet mot leukemi i over ett år.

Kreftsyke Barn arbeider for å bekjempe barnekreft og gi familier støtten de trenger. Hjelp Prisha og andre barn i India med å bekjempe kreften.

Om Kreftsyke Barn

Kreftsyke Barn er en frivillig organisasjon med totalt 144 ansatte. Sammen med våre 9 000 frivillige, kjemper vi for å bedre forholdene og rettighetene for kreftsyke barn og deres familier i Norge og India. I år 2016 hjalp vi over 3 500 kreftsyke barn med å få en bedre hverdag.

#### 4.1.2 Begrepsoperasjonalisering

I dette avsnittet redegjøres det for operasjonalisering av begreper som er benyttet i undersøkelsen. Formålet med begrepene i forundersøkelsen var å undersøke om de kunne benyttes videre i eksperimentet. En konsekvens av dette er at flere metoder ble brukt for å definere begrepene. Det gjelder spesielt operasjonalisering av organisasjonsstørrelse som sosial avstand, da dette tidligere ikke har blitt gjennomført. Spørreskjema som ble utdelt kan sees i sin helhet i vedlegg I.

##### *Operasjonalisering av sosial avstand*

For å avdekke om størrelse påvirker den sosiale avstanden til organisasjonen, ble det benyttet flere metoder. Metoden til Liviatan, Trope og Liberman (2008) ble benyttet, og i tillegg ble spørsmål fra Taylor, Halstead og Haynes (2010) inkludert. Ifølge den førstnevnte tilnærmingen blir informantene bedt om å svare på hvor lik objektet er til dem selv og hvor nær de føler seg objektet, på en 9-punktsskala (1 = "Ikke i det hele tatt" til 9 = "Veldig mye"). Videre gjennomførte respondentene Aron, Aron og

Smollans (1992) Inclusion of Others in Self Scale (IOS-scale), som måler nærhet mellom individer. Respondentene velger en av syv par sirkler, som best beskriver deres forhold til objektet. Sirklene rangeres fra fullstendig adskilthet hvor sirklene er plassert ved siden av hverandre ("1") til nesten fullstendig overlapping hvor sirklene er plassert over hverandre ("7"). I tillegg til dette, ble den sosiale avstanden målt ved Taylor, Halstead og Haynes (2010) sin skala; Similarity (Self to Other), som er en psykologisk vurdering av seg selv i forhold til en annen. Respondentene blir bedt om å svare på spørsmålene; "Kreftsyke Barn er veldig lik på meg", "Kreftsyke Barn har like oppfatninger som meg" og "Kreftsyke Barn har like holdninger som meg", på en 9-punktsskala (1 = "Helt uenig", 9 = "Helt enig"). I denne studien ble samtlige spørsmål med likertskala målt fra 1 til 7, hvor 1 = "Helt enig" og 7 = "Helt uenig". Årsaken til dette er for å gi et sammenligningsgrunnlag og en antakelse om at 7-punktskala gir tilstrekkelig godt grunnlag for variasjon.

### ***Operasjonalisering av forestillingsnivå***

For å avdekke om stimuli påvirket respondentenes forestillingsnivå, ble det benyttet å gjennomføre personlighetstesten *Behavioral Identification Form* (BIF-test; Vallacher og Wegner 1989). BIF-testen består av 25 dikotome spørsmål, som benyttes for å identifisere handlinger. For hvert spørsmål, velger respondentene mellom en av to identifiseringer: et alternativ relatert til "hvorfor"-aspektet for handlingen (abstrakt) og en for "hvordan"-aspektet for handlingen (konkret; Trope, Liberman og Wakslak 2007). Et eksempel på dette er handlingen "Låse en dør", hvor respondentene blir spurt om å velge mellom handlingsalternativene "Vri om nøkkelen" (konkret) eller "Sikre huset" (abstrakt). I dette studiet ble den forenklete versjonen bestående av 10 spørsmål fra BIF-testen benyttet (Slepian, Masicampo og Ambady 2015). Den forenklete BIF-testen har blitt benyttet før, og det ble sett som en fordel å redusere antall spørsmål fra denne testen for å unngå undersøkelsestretthet.

### ***Manipulasjonssjekk av organisasjonsstørrelse***

For å avdekke om manipulasjonen av organisasjonsstørrelse var vellykket, ble en egen skala benyttet. Differansen mellom en stor og liten organisasjon ble operasjonalisert med spørsmålet: "I hvilken grad opplever du organisasjonen å

være...” med alternativene ”Liten - Stor”, ”Lite kompleks - Svært kompleks” og ”Lite omfattende - Svært omfattende”.

### ***Kontrollspørsmål***

Kontrollspørsmålene som skulle avdekke om informantene leste igjennom veldedighetsaken tilstrekkelig, ble knyttet til (1) vurdering om saken ble oppfattet som nasjonal eller internasjonal, og (2) vurdering av antall ansatte som jobbet for Kreftsyke Barn. Intensjonen var å kontrollere for at saken som ble omtalt var internasjonal og, avhengig av hvilken organisasjonsstørrelse som ble representert, ville respondentene svare i henhold til riktig antall ansatte. Dette ble operasjonalisert gjennom spørsmålene: ”Denne saken omhandlet en...” med alternativene ”nasjonal sak” og ”internasjonal sak”, og ”Antall ansatte som jobber for Kreftsyke Barn” med alternativene ”8”, ”100” og ”144”.

### **4.1.3 Prosedyre**

Deltakerne ble rekruttert via en Qualtrics-lenke, som ble distribuert gjennom sosiale medier til venner og bekjente. Da undersøkelsen bestod av et bekvemmelighetsutvalg, ble det ikke kontrollert for tid og sted hvor deltakerne gjennomførte den. Før undersøkelsen startet, ble deltakerne informert om at svarene deres ville bli behandlet anonymt, at informasjonen måtte leses nøye og at deres deltakelse ble satt stor pris på. Deretter ble respondentene presentert for én av de to veldedighetssakene, som ble randomisert tildelt. Etter å ha lest igjennom saken, ble informanten bedt om å svare på spørsmålene. Det ble vist takknemlighet av deres bidrag i slutten av undersøkelsen. Til sammen deltok 65 respondenter i forundersøkelsen.

### **4.1.4 Datainspeksjon**

Gruppefordelingen var tilfredsstillende, da 34 respondenter (52 prosent) fikk den lille organisasjonen mot 31 (47 prosent) som fikk den store organisasjonen. Fordelingen er dermed balansert, og vil ikke bidra til skjevheter i resultatene.



### **Begrepsvaliditet og -reliabilitet**

Variablene i forundersøkelsen bestående av flere enn ett spørsmål ble undersøkt i faktoranalysen. Dette innebærer at spørsmålene vedrørende størrelsen til organisasjonen, samt sosial distanse til organisasjonen ble analysert i faktoranalysen. Det ble både gjennomført en konvergent og divergent faktoranalyse av variablene. Ekstraksjonsmetodene som ble benyttet var *Maximum Likelihood* og *Direct Oblimin-rotasjon*, for å undersøke om faktorene korrelerte med hverandre. Ettersom utvalgsstørrelsen er liten, stilles det strengere krav til faktorladningene for å oppnå best mulig begrepsvaliditet. Dermed ble faktorladninger over .500 godkjent (Hair m.fl. 2010, 116). Fra den konvergente analysen tilfredsstilte alle faktorladningene kravet, som videreførte dem til den divergente analysen.

Tabell 4.1: Revidert divergent faktoranalyse

<b>Pattern Matrix</b>	<b>Faktor</b>	
	<b>1</b>	<b>2</b>
<b>Organisasjonsstørrelse</b>		
Størrelse1		.76
Størrelse2		.86
Størrelse3		.70
<b>Nærhet til organisasjon</b>		
Nærhet1	.51	
Nærhet2	.88	
Nærhet3	.99	

Tabell 4.1 viser den reviderte utgaven av den divergente analysen. Eventuelle kryssladninger vil være problematisk da to ulike begreper i dette tilfellet potensielt sett måler det samme. Det ble dermed avgjort at kryssladningene skulle være over .20 for å kunne konkludere med at spørsmålene målte forskjellige begreper. Da spørsmålene ”Jeg føler en nærhet til organisasjonen” og ”Kreftsyke barn samsvarer med mine verdier” ikke tilfredsstilte kravene til at kryssladningene skal være over .20, ble disse fjernet i validitetsanalysen. De resterende spørsmålene som herved måler hvor nære respondentene føler seg organisasjonen, avgjøres av Taylor, Halstead og Haynes (2010) sin skala; Similarity (Self to Other). Å ekskludere etablerte måleskalaer vil få konsekvenser for begrepenes validitet. På en annen side har Similarity (Self to Other) også en sosialpsykologisk tilnærming, med spørsmål som på

samme måte måler likheten mellom to individer. Av den grunn, vurderes denne skalaen som tilstrekkelig for å måle den sosiale avstanden til organisasjonen.

Videre avdekket reliabilitetsanalysen at begrepene oppnådde Cronbach's Alpha-verdier ( $\alpha$ ) på .82 og .81, som er over kravet på  $X > .07$  (Field 2013, 709). Dette indikerer at begrepene er sammenfallende, og at de er pålitelige.

#### **4.1.5 Resultater**

##### ***Manipulasjonssjekk***

Det er klare indikasjoner på at manipulasjonen har hatt en effekt, da veldedighets sakene ble oppfattet forskjellig fra hverandre. Den lille organisasjonen ble oppfattet signifikant mindre ( $M_{\text{Liten}} = 3.15$ ) enn den store organisasjonen ( $M_{\text{Stor}} = 4.84$ ),  $t(63) = 3.15$ ,  $p < .01$ . Manipulasjonen anses dermed som vellykket.

##### ***Kontrollspørsmål***

Kontrollspørsmålene, som skulle avdekke om informasjonen ble lest i sin helhet, ble undersøkt gjennom krysstabeller og t-tester. 26 av de 34 respondentene (76,5 prosent) som fikk den lille organisasjonen, svarte riktig på at organisasjonen omfattet 8 ansatte. 25 av de 31 respondentene (80,6 prosent) svarte riktig på at den store organisasjonen hadde 144 ansatte. Av de spurte svarte 60 respondenter (92 prosent) at saken omhandlet en internasjonal sak, som indikerer at de aller fleste leste igjennom saken som ble representert. Det er likevel verdt å merke at enkelte ikke svarte riktig, som indikerer at de ikke har lest nøye nok, eller at spørsmålet som ble stilt ble misforstått.

##### ***Organisasjonsstørrelsens effekt på sosial avstand***

For å undersøke om organisasjonsstørrelsen påvirket den sosiale avstanden, ble de tre spørsmålene fra den divergente faktoranalysen, samt spørsmålet vedrørende vurdering av figurene (IOS-scale) benyttet. Respondentene som ble presentert for den mindre organisasjonen, opplevde en noe større nærhet til organisasjonen ( $M_{\text{Liten}} = 4.33$ ) enn de som ble presentert for den store organisasjonen ( $M_{\text{Stor}} = 4.01$ ). Effekten var derimot ikke signifikant,  $t(63) = .72$ ,  $p < .47$ . I likhet med dette, viste også spørsmålet knyttet til IOS-scale at de som fikk den lille organisasjonen opplevde organisasjonen å være

noe nærmere ( $M_{\text{Liten}} = 2.82$ ) enn de som fikk den store organisasjonen ( $M_{\text{Stor}} = 2.55$ ). Denne effekten var heller ikke signifikant,  $t(63) = .67, p < .51$ .

### *Sosial avstands effekt på forestillingsnivå*

Avslutningsvis ble det antatt at den sosiale avstanden skulle påvirke forestillingsnivået gjennom BIF-testen. BIF-testen viste ingen signifikante forskjeller avhengig av om respondentene mottok den lille eller den store organisasjonen,  $t(63) = -.266, p = .79$ ). Forklaringen til dette er todelt; effekten av organisasjonsstørrelse på sosial avstand fungerte ikke og/eller at BIF-testen ikke er en egnet manipulasjonssjekk.

#### **4.1.6 Konklusjon av forundersøkelse**

Forundersøkelsen viste at manipulasjonen av organisasjonsstørrelse var vellykket. Resultatene ga ikke indikasjoner på at størrelse påvirket den sosiale avstanden til organisasjonen. En naturlig konsekvens av dette, var at forestillingsnivået heller ikke ble påvirket av størrelsen til organisasjonen.

På bakgrunn av at IOS-scale og BIF-testen ikke fungerte i pretesten, ble spørsmålene fra den reviderte utgaven av den divergente analysen benyttet videre som grunnlag for å vurdere sosial avstand til organisasjonen. En konklusjon av at etablerte måleskalaer for sosial avstand blir utelukket i videre analyser, kan gi konsekvenser for begrepsvaliditeten. Sosial avstand innen Construal level theory er et sosialt fenomen, som i utgangspunktet er ment for å omhandles mellom individer. Selv om forundersøkelsen avdekket at størrelse ikke påvirket den sosiale avstanden til organisasjonen og dermed forestillingsnivået, er det ønskelig å avdekke om resultatene blir annerledes i en mer homogen og større utvalgsstørrelse. Dette undersøkes i eksperiment 1.

## **4.2 Eksperiment 1**

Formålet med det første eksperimentet var å undersøke den overordnede problemstillingen for avhandlingen: Hvilken påvirkning har geografisk distanse og organisasjonsstørrelse på organisasjonens tillitsverdighet? Og om denne effekten blir

medieres av individers forestillingsnivå. Avsnitt 4.2 vil omhandle hvordan eksperimentet ble gjennomført og resultatene diskuteres avslutningsvis.

#### **4.2.1 Design og deltakere**

Et 2x2 Between Subjects-design (geografisk distanse; kort/lang og sosial distanse; liten/stor organisasjon) ble benyttet. Som det ble nevnt tidligere, var det hensiktsmessig for avhandlingen å gjennomføre eksperimentet med en homogen gruppe mennesker. Av den grunn ble totalt 201 studenter ved Høyskolen Kristiania rekruttert til undersøkelsen. Ingen av deltakerne fra forundersøkelsen ble inkludert i eksperimentet.

#### **4.2.2 Utvikling av stimuli**

Stimuli som ble utviklet i forundersøkelsen ble videreført til eksperimentet (se figur 4.1 og 4.2), men i tillegg ble det også utarbeidet to nye veldedighetssaker som manipulerte for den geografiske distansen. Det eneste som forandret seg på veldedighetssaken med liten geografisk distanse, var at jenta i dette tilfellet het Emilie og kom fra Skien, Norge (i motsetning til Prisha fra Virar, India). Alt annet ble holdt uforandret, for å utelukke andre alternative forklaringer.

Kommunikasjonsbudskapet (veldedighetssaken) som ble utviklet i forundersøkelsen og presentert til informantene i eksperimentet var konkret. Det bør påpekes at selv om informasjonen som prosesseres er konkret og tilgjengelig, vil individer forestille distanserte hendelser på en mer abstrakt måte enn ved nære hendelser (Henderson m.fl. 2011; Fujita m.fl. 2006b). Av den grunn, vil informantene med stor geografisk og sosial distanse benytte et høyere forestillingsnivå, selv om kommunikasjonsbudskapet er konkret og tilgjengelig.

#### **4.2.3 Begrepsoperasjonalisering**

Tabell 4.2 viser hvordan hver variabel og indeks ble operasjonalisert gjennom spørsmål i spørreundersøkelsen. Spørreundersøkelsen er vedlagt i sin helhet (se vedlegg II). De samme kontrollspørsmålene ble videreført fra forundersøkelsen, bortsett fra at et alternativ ble fjernet fra spørsmålet "Antall ansatte som jobber for

Kreftsyke Barn...”. Årsaken til at dette ble fjernet, var at flere svarte feil i forundersøkelsen og at det ikke var meningen å forvirre deltakerne med for mange alternativ.

I forundersøkelsen ble det erfart utfordringer i forhold til å gjennomføre BIF-testen for å avgjøre respondentenes forestillingsnivå. Som nevnt tidligere kunne dette skyldes enten at stimuli ikke påvirket forestillingsnivå, eller at BIF-testen ikke var egnet i dette tilfellet. Det ble dermed tatt en beslutning om å undersøke en annen metode for å måle forestillingsnivå i eksperiment 1.

I teorigjennomgangen kom det fram at forestillingsnivået både avgjøres av informasjonen som bringes til minnet og hvordan denne informasjonen prosesseres (Lieberman og Förster 2009). En følge av dette var at forestillingsnivå-spørsmålet omfattet gjentatte beskrivelser av konseptet fra ulike forskere. Et høyt forestillingsnivå karakteriseres ofte som abstrakte, helhetlige, fjerne og generelle prosesseringer, mens et lavt forestillingsnivå omfatter konkrete, detaljerte, nære og spesifikke prosesseringer (Henderson 2011; Fujita m.fl 2006a; Liberman og Förster 2009; Trope og Liberman 2010; Trope, Liberman og Wakslak 2007). Beskrivelsene er hentet fra forskerne som utviklet psykologisk distanse til Construal level theory og andre anerkjente forskere med høy kredibilitet. Spørsmålet ”Hvordan tolker du denne veldedighetssaken å være...” med de nevnte egenskapene skulle gi svar på om informasjonen ble vurdert på et høyt eller lavt forestillingsnivå.

De godkjente spørsmålene fra forundersøkelsen angående nærhet til organisasjonen ble videreført til eksperimentet. Det samme var tilfelle for tillitsverdighets-spørsmålene. For å definere donasjonsvillighet ble det besluttet å utvikle et handlingsfokuseret spørsmål, som ikke bare tok med *intensjonen* til å donere, men en faktisk donasjon til organisasjonen. Her ble deltakerne bedt om å bruke en slider til å bestemme hvilket beløp de ønsket å donere. Avslutningsvis ble de demografiske variablene kjønn og alder satt for å unngå at dette ville påvirke hvordan spørsmålene ble besvart.

Tabell 4.2: Operasjonaliseringstabell

Variabel/indeks	Spørsmål	Skala	Mål	Utviklet på bakgrunn av
<b>Kontrollspørsmål</b>	”Denne saken omhandlet en...”	Dikotomt spørsmål	Nasjonal sak/Internasjonal sak	Grau og Folsø 2007
	”Antall ansatte som jobber for Kreftsyke Barn...”	Dikotomt spørsmål	8/144	
<b>Forestillingsnivå</b>	”Hvordan tolker du denne veldedighetssaken å være...”	1-7	Nær/Fjern Lokal/ Helhetlig/ detaljert* Abstrakt Spesifikk/ Generell	Henderson 2011; Fujita m.fl 2006a; Liberman og Förster 2009; Trope og Liberman 2010; Trope, Liberman og Wakslak 2007
<b>Nærhet til organisasjonen</b>	”Hvor enig er du i følgende... 1. Jeg kan identifisere meg med Kreftsyke Barn 2. Kreftsyke Barn har like oppfatninger som meg 3. Kreftsyke Barn har like holdninger som meg”	1-7	Veldig uenig/ veldig enig	Taylor, Halstead og Haynes 2010
<b>Tillitsverdighet Evne</b>	”Jeg opplever denne organisasjonen å... 1. være veldig kompetent 2. være i stand til å tilfredsstille mine behov som donor 3. kunne gi gode råd og anbefalinger”	1-7	Veldig uenig/ veldig enig	Mayer, Davis og Schoorman 1995; Büttner og Göritz 2008
<b>Velvilje</b>	”Denne organisasjonen... 1. er genuint interessert i mine behov som donor 2. setter mine behov og interesser 3. behandler meg rettferdig hvis problemer skulle oppstå”	1-7	Veldig uenig/ veldig enig	Mayer, Davis og Schoorman 1995; Büttner og Göritz 2008
<b>Integritet</b>	”Hvor enig/uenig er du i følgende utsagn... 1. Jeg er fornøyd med hvordan organisasjonen opererer 2. Organisasjonen kan operere med god samvittighet 3. Jeg tror på uttalelsene som organisasjonen presenterer”	1-7	Veldig uenig/ veldig enig	Mayer, Davis og Schoorman 1995; Büttner og Göritz 2008
<b>Donasjonsvillighet</b>	”Bruk slideren for å bestemme hvilket beløp du ønsker å donere til Kreftsyke Barn.”	0-150 kr		Olsen, Pracejus og Brown 2003
<b>Demografiske variabler</b>	Kjønn	Svaralternativ	Mann/ Kvinne	

	Alder	Svar- alternativ	Fritekst	
--	-------	---------------------	----------	--

\* I undersøkelsen ble dette oversatt til ”global” og ”lokal”. Det ble imidlertid oppdaget i ettertid at den engelske terminologien for å beskrive høyt forestillingsnivå som ”global” i denne sammenhengen betyr helhetlig, og for lavt forestillingsnivå blir ”local” oversatt til detaljert (Fujita m.fl. 2006a).

#### 4.2.4 Prosedyre

Respondentene fikk utdelt en Qualtrics-lenke som ledet dem inn til den internettbaserte undersøkelsen. Innledningsvis ble respondentene informert om at de nå ble presentert for en utskrift av en nettside til en veldedig organisasjon. Årsaken til dette var at deltakerne ikke skulle oppfatte at veldedighetssaken var fiktiv. Videre ble det forklart viktigheten av å lese informasjonen nøye før svarene skulle besvares og at deres deltakelse ville bli behandlet anonymt.

Etter introduksjonen ble respondentene tilfeldig presentert for én av de fire veldedighetssakene. Når informasjonen ble lest, ble deltakerne først bedt om å svare på kontrollspørsmål knyttet til informasjonen som ble gitt. Årsaken til dette var å sjekke om informasjonen ble lest tilstrekkelig nøye. Videre ble spørsmålet som skulle måle respondentenes forestillingsnivå og påfølgende spørsmål angående manipulasjonssjekk presentert. Etter dette ble tillitsverdighetsspørsmålene presentert, hvor de deretter ble bedt om å gjennomføre en faktisk donasjon. Avslutningsvis ble det stilt spørsmål om kjønn og alder. Grunnen til at demografiske spørsmål ble stilt avslutningsvis var for at dette ikke skulle påvirke hvordan respondentene besvarte spørsmålene. Etter besvarelsen ble de informert om at veldedighetssaken var fiktiv, samt at det ble vist takknemlighet for deres bidrag.

#### 4.2.5 Datainspeksjon

Innledningsvis ble informantene som benyttet mindre enn to minutter på å gjennomføre hele undersøkelsen analysert. Veldedighetssaken var i seg selv ikke omfattende å lese (se figur 4.2), men svarene er avhengige av at respondentene har lest igjennom teksten før de besvares. Tre informanter ble som følge av denne analysen ekskludert for videre analyser. En inspeksjon av deltakerne viste at kontrollspørsmålene ble besvart feil i samtlige tilfeller, og at det samme

svaralternativet ble valgt i de fleste spørsmålene. Videre ble to deltakere som svarte det samme svaret i samtlige spørsmål ekskludert. Dette gir klare indikasjoner på at deltakerne ikke har lest igjennom saken og benyttet tilstrekkelig innsats i besvarelsene. Totalt ble fem ekskludert fra analysene, hvor det endelige utvalget bestod av 196 respondenter.

### ***Begrepsvaliditet og -reliabilitet***

Det ble både gjennomført konvergent og ent faktoranalyse for å måle begrepenes validitet. Ettersom det var en større utvalgsstørrelse enn i forundersøkelsen, ble alle faktorladninger over .400 godkjent for videre analyser (Hair m.fl. 2010, 116). Variabelen *Forestilling2*, som omhandlet at informasjonen som ble lest ble oppfattet å være *Lokal* mot *Global*, hadde en faktorladning på .31 og ble dermed fjernet. Det ble imidlertid oppdaget at den engelske terminologien for å beskrive høyt forestillingsnivå som ”global” i denne sammenhengen betyr helhetlig, og for lavt forestillingsnivå kan ”local” oversettes til detaljert (Fujita m.fl. 2006a). Ekskluderingen av *Forestilling2* ble dermed sett på som en nødvendighet. De resterende faktorladningene tilfredstilte kravet på .400, og ble dermed videreført til den divergente faktoranalysen.

Tabell 4.3: Divergent faktoranalyse

Pattern Matrix	Factor			
	1	2	3	4
<b>Organisasjonsstørrelse</b>				
Størrelse1				.59
Størrelse2				.72
Størrelse3				.67
<b>Tillitsverdighetsdimensjoner</b>				
Evne1		.80		
Evne2		.74		
Evne3		.72		
Velvilje1			.70	
Velvilje2			.76	
Velvilje3			.69	
Integritet1	.68			
Integritet2	.93			
Integritet3	.75			

Extraction Method: Maximum Likelihood.

Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.



Videre tok den divergente analysen med de begrepene som var ansett å kunne måle de samme begrepene (se tabell 4.3). Spørsmålene som var knyttet til vurdering av organisasjonen ble dermed utvalgt. Ekstraksjonsmetoden *Maximum Likelihood* med rotasjonen *Direct Oblimin* ble valgt, da det ble antatt at variablene kunne korrelere med hverandre. Tabell 4.3 viser at alle begrepene tilfredsstillt kravet til .400, de fire variablene lader på fire forskjellige faktorer og det eksisterer ingen kryssladninger mellom dem. En tolkning av dette er at begrepene som ble benyttet i undersøkelsen måler det de har som hensikt til å måle.

Den neste analysen omfattet en reliabilitetsanalyse, for å måle konsistensen av begrepene (Field 2013, 715). Metoden som ble benyttet var reliabilitetskoeffisienten Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ), hvor ladninger på .70 var ansett å indikere god reliabilitet i begrepene (Field 2013, 715). Tabell 4.4 viser samtlige begreper bestående av mer enn ett spørsmål i reliabilitetsanalysen. Alle begrepene tilfredsstillt kravet på .70, hvor begrepene *Forestillingsnivå* og *Organisasjonsstørrelse* akkurat godkjennes. På bakgrunn av denne analysen konkluderes det med at gjentatte målinger gir gjennomgående samme resultat, og at begrepene er pålitelige.

Tabell 4.4: Reliabilitetsanalyse

Indeks	Cronbach's Alpha ( $\alpha$ )
Forestillingsnivå	.69
Organisasjonsstørrelse	.69
Nærhet til org.	.74
Evne	.83
Velvilje	.80
Integritet	.85

### ***Deskriptiv analyse***

Den deskriptive analysen beskriver innledningsvis gjennomsnittsalderen og fordelingen av kjønn som deltok i undersøkelsen. Da deltakerne ble samlet inn hovedsakelig fra institusjonen Høyskolen Kristiania, var gjennomsnittsalderen relativt lav på 24 år. Den største andelen av de spurte var kvinner, hvor hele 129 kvinnelige respondenter ble innhentet, som utgjorde 66 % av utvalget. En konsekvens av dette er at menn i så måte er underrepresentert, med 67 deltakere og 34 % av det totale

utvalget. Det er ikke et mål for eksperimentet å undersøke forskjeller mellom verken kjønn eller alder, men det er interessant informasjon i forhold til å si noe om hvilken andel av befolkningen som er representert. Datamaterialets utvalgsstørrelse, gjennomsnitt, standardavvik, skewness (skjevhet) og kurtosis (spisshet) er videre illustrert i den deskriptive analysen (se tabell 4.5).

Tabell 4.5: Deskriptiv analyse

	N	Mean	Std. Dev.	Skewness		Kurtosis	
				Statistics	Std. Error	Statistics	Std. Error
<b>Forestillingsnivå</b>							
Forestilling1	196	3.44	1.56	.40	.17	-.66	.35
Forestilling3	196	2.90	1.51	.76	.17	-.11	.35
Forestilling4	196	2.98	1.51	.73	.17	.07	.35
<b>Organisasjonsstørrelse</b>							
Størrelse1	196	3.67	1.58	.17	.17	-.79	.35
Størrelse2	196	3.99	1.18	.16	.17	-.27	.35
Størrelse3	196	4.58	1.34	-.13	.17	-.41	.35
<b>Nærhet til org.</b>							
Nærhet1	196	3.58	1.60	.08	.17	-.84	.35
Nærhet2	196	4.41	1.49	-.34	.17	-.47	.35
Nærhet3	196	4.41	1.54	-.46	.17	-.34	.35
<b>Tillitsdimensjoner</b>							
Evne1	196	5.12	1.16	-.60	.17	.19	.35
Evne2	196	4.82	1.21	-.48	.17	.49	.35
Evne3	196	5.17	1.19	-.76	.17	.66	.35
Velvilje1	196	4.57	1.29	-.29	.17	.24	.35
Velvilje2	196	4.09	1.33	-.26	.17	.13	.35
Velvilje3	196	4.62	1.12	-.29	.17	1.06	.35
Integritet1	196	4.95	1.07	.12	.17	-.75	.35
Integritet2	196	5.43	1.11	-.44	.17	-.51	.35
Integritet3	196	5.30	1.20	-.73	.17	.35	.35

En videre forutsetning for at begrepene kan benyttes i videre analyser, er at de er normalfordelte. Tabellen viser at det ikke eksisterer skjevheter i variablene, ettersom verdiene for skewness og kurtosis er innenfor regelen på  $\pm 1.96$  (Hair m.fl. 2014, 71). Dette indikerer at variablene er normalfordelte og kan videreføres i neste analyse.

#### **4.2.6 Resultater**

I dette avsnittet vil resultatene i undersøkelsen redegjøres for, etter at de nødvendige ekskluderingsene fra datainspeksjonen er gjennomført. Før hypotesene testes, gjennomgås manipulasjonssjekkene.

##### ***Manipulasjonssjekk***

En manipulasjonssjekk av organisasjonsstørrelse viste tilfredsstillende resultater, da den lille organisasjonen ( $M_{\text{Liten}} = 3.78$ ) ble oppfattet som signifikant mindre enn den store organisasjonen ( $M_{\text{Stor}} = 4.37$ ),  $t(194) = -3.96, p < .01$ . Videre viste resultatene at veldedighetssaken med den korte distansen (Norge) ble oppfattet som nærmere ( $M_{\text{Kort}} = 2.96$ ) enn veldedighetssaken med lang distanse ( $M_{\text{Lang}} = 3.92$ ). Denne effekten var signifikant,  $t(194) = -4.5, p < .01$ , som viser at manipulasjonen av geografisk distanse var vellykket.

##### ***Tillitsverdighetens påvirkning på donasjonsvillighet***

Forutsatt at samtlige av tillitsverdighetsdimensjonene har lik betydning for å definere begrepet tillitsverdighet, ble det gjennomført en lineær regresjonsanalyse ved avdekking av sammenhengen mellom begrepet og donasjonsvillighet. Regresjonsanalysen viste at det ikke var en sammenheng mellom tillitsverdighet og donasjonsvillighet,  $F(1, 194) = .31, p = .58$ . Et resultat av dette er at hypotese 1 forkastes.

Det var imidlertid ønskelig å undersøke om de tre tillitsverdighetsdimensjonene predikerte donasjonsvillighet ulikt, ettersom teorien tilsier at de tre dimensjonene vil være kontekstavhengige. Dermed ble det gjennomført en ANOVA-analyse med tre uavhengige variabler (tillitsverdighetsdimensjonene) og én avhengig variabel (donasjonsvillighet).

Tabell 4.6: ANOVA-analyse, donasjonsvillighet

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	31.63	23.71		1.33	.18
	Evne	-6.44	4.14	-.13	-1.55	.12
	Velvilje	7.19	4.12	.14	1.75	.08
	Integritet	1.51	4.36	.03	.35	.73

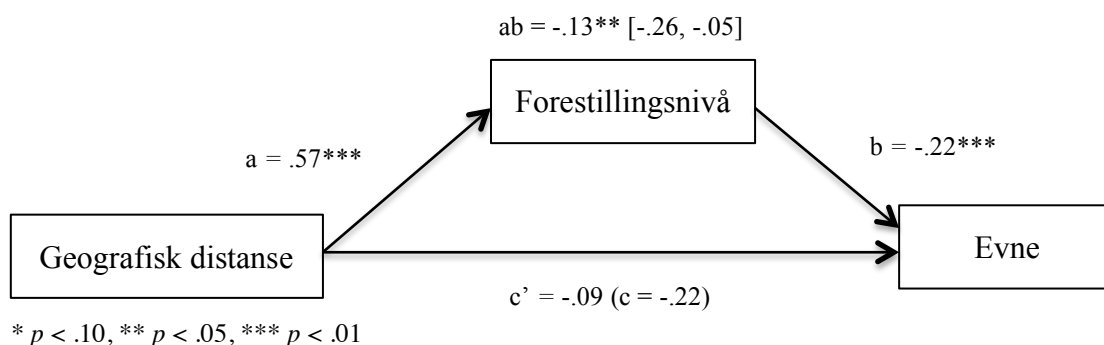
a. Dependent Variable: Donasjonsvillighet

Av tabell 4.6 er det spesielt interessant å se at *evne*-dimensjonen har en negativ påvirkning på donasjonsvillighet. Effekten er ikke signifikant, men den er likevel såpass merkbar at den er verdig å kommentere,  $t(3, 192) = -1.55, p = .12$ . Videre ser vi at *velvilje*-dimensjonen predikerer donasjonsvillighet i størst grad av dimensjonene, med en marginal signifikans på 10 %-nivå,  $t(3,192) = 1.75, p = .08$ . *Integritets*-dimensjonen viste ingen signifikante effekter på donasjonsvillighet,  $t(3,192) = .35, p = .73$ .

### ***Geografisk distanse og dens påvirkning på tillitsverdighet***

For å undersøke om den uavhengige variabelen (geografisk distanse) mediert av forestillingsnivå predikerte de avhengige variablene (evne, integritet og velvilje), ble regresjonsanalysen PROCESS av Hayes (2013) benyttet. Resultatene er basert på 90 % konfidensintervall for *evne*-, *integritets*- og *velviljedimensjonen*. Modell 4 ble benyttet, med 5000 uttrekk til bootstrapanalysen (Preacher og Hayes 2008). For en oversiktlig gjennomgang av analysen, blir en mediert prosess av hver av de tre avhengige variablene presentert.

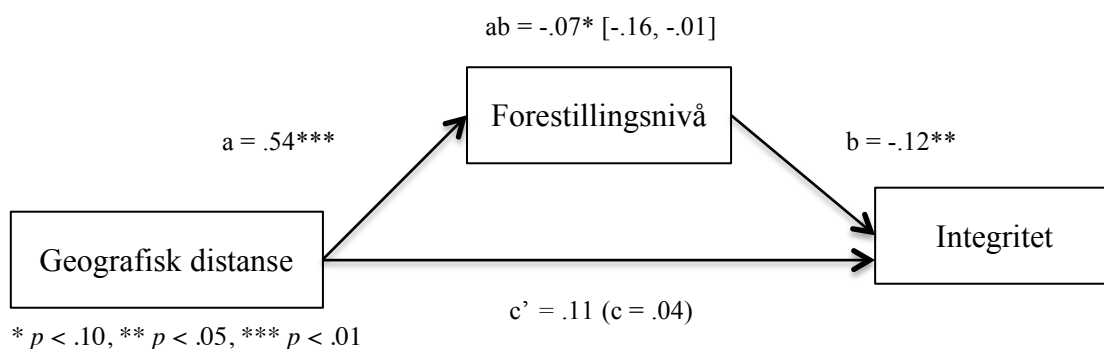
Figur 4.3: Medieringsprosess, evnedimensjonen



Figur 4.3 illustrerer hvordan geografisk distanse, mediert av forestillingsnivå, predikerer evnedimensjonen. Linje a viser at geografisk distanse har en signifikant effekt på forestillingsnivå,  $a = .57$ ,  $t(194) = 3.44$ ,  $p < .01$ . Det vil si at selv om informasjonen var konkret i samtlige tilfeller, ble den prosessert mer abstrakt, fjern og generell når geografisk distanse var stor. Dette bekrefter i så måte at et høyere prosesseringsnivå ble benyttet når distansen var stor. Videre viser linje b at forestillingsnivå også har en signifikant negativ effekt på evne,  $b = -.22$ ,  $t(193) = -3.58$ ,  $p < .01$ . Linje c' viser at den direkte effekten mellom geografisk distanse og evne ikke er signifikant,  $c' = -.09$ ,  $t(193) = -.67$ ,  $p = .51$ . Ettersom 0 ikke er i 90 %-konfidensintervallet, er den indirekte effekten signifikant forskjellig fra null,  $ab = -.13$ , CI [-.26, -.05]. Figuren viser dermed at forestillingsnivå medierer forholdet mellom geografisk distanse og evnedimensjonen. For at det skal oppstå en negativ vurdering av organisasjonens evne, må prosesseringen foregå på et høyt forestillingsnivå når geografisk distanse er stor. Dette er i tråd med tidligere antakelser, som *bekrefter* hypotese 2:

H2: *Geografisk distanse påvirker negativt potensielle donorers vurdering av en veldedig organisasjons evne. Denne påvirkningen medieres av et høyt forestillingsnivå.*

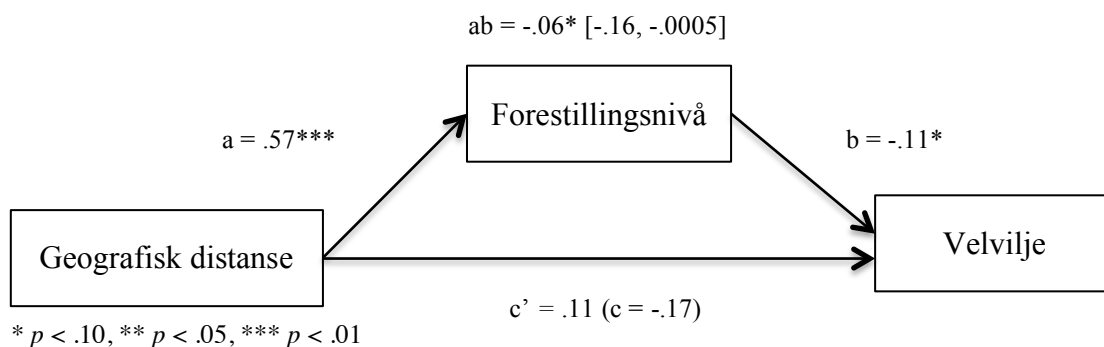
Figur 4.4: Medieringsprosess, integritetsdimensjonen



Figur 4.4 viser i likhet med figur 4.3 at geografisk distanse påvirker forestillingsnivå,  $a = .54$ ,  $t(194) = 3.44$ ,  $p < .01$ . Videre ser vi at forestillingsnivået har en signifikant negativ effekt på integritetsdimensjonen,  $b = -.12$ ,  $t(193) = -1.93$ ,  $p = .05$ . Den direkte effekten mellom geografisk distanse og organisasjonens integritet viser ingen signifikante effekter,  $c' = .11$ ,  $t(193) = .74$ ,  $p = .46$ . Den indirekte effekten er signifikant ettersom 90 %-konfidensintervallet ikke inneholder verdien 0,  $ab = -.07$ , CI [-.16, -.01]. Som en følge av dette, ser vi en mediering av forestillingsnivå på forholdet mellom geografisk distanse og integritet. Ved høyt forestillingsnivå vurderes organisasjonens integritet lavere enn ved lavt forestillingsnivå. Konklusjonen blir dermed at hypotese 3 *bekreftes*:

H3: *Geografisk distanse påvirker negativt potensielle donorers vurdering av en veldedig organisasjons integritet. Denne påvirkningen medieres av et høyt forestillingsnivå.*

Figur 4.5: Medieringsprosess, velviljedimensjonen



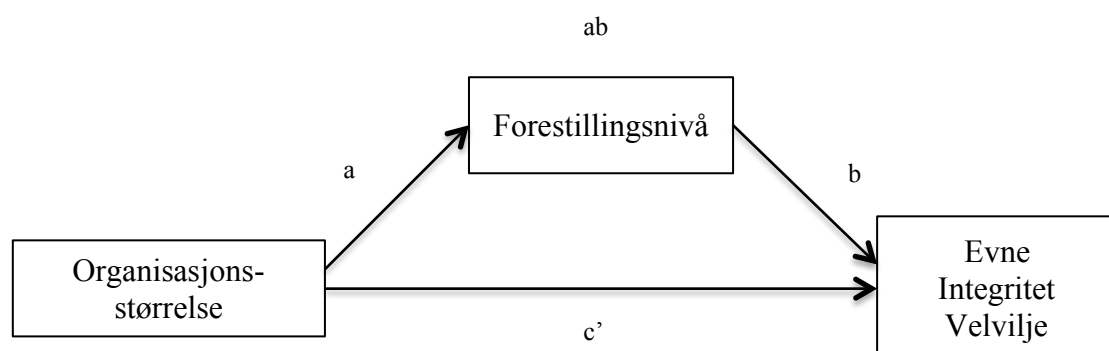
Den siste dimensjonen viser at geografisk distanse påvirker forestillingsnivå,  $a = .57$ ,  $t(194) = 3.44$ ,  $p < .01$  (se figur 4.5). Videre ser vi at forestillingsnivå kun har en marginal signifikant effekt på velviljedimensjonen på 10 %-nivå,  $b = -.11$ ,  $t(193) = -1.71$ ,  $p = .09$ . Det ble ikke gjort noen signifikante funn på den direkte effekten mellom geografisk distanse og velvilje,  $c' = .11$ ,  $t(193) = -.71$ ,  $p = .48$ . I motsetning til dette, ble den indirekte effekten signifikant, da 90 %-konfidensintervallet ikke inneholdt verdien 0,  $ab = -.06$ , CI  $[-.16, -.0005]$ . Vi kan med dette bekrefte at medieringen har hatt en signifikant effekt, men at effekten ikke er like sterk som for de andre tillitsverdighetsdimensjonene. Konklusjonen er likevel klar: jo høyere forestillingsnivå, desto svakere vurdering av organisasjonens tillitsverdighet. I likhet med hypotese 2 og 3, eksisterer det tilstrekkelig bevis for å *bekrefte* hypotese 4:

H4: *Geografisk distanse påvirker negativt potensielle donorerers vurdering av en veldedig organisasjons velvilje. Denne påvirkningen medieres av et høyt forestillingsnivå.*

#### ***Organisasjonsstørrelsens påvirkning på sosial avstand og tillitsverdighet***

For en oversiktlig gjennomgang av organisasjonsstørrelsens påvirkning på sosial avstand og tillitsverdighet, besluttet det å rapportere resultatene i en oppsummerende tabell. Den samme metoden som i de foregående hypotesene ble benyttet; PROCESS av Hayes (2013) med medieringsmodell nummer 4 og 5000 uttrekk til bootstrapanalysen.

Figur 4.6: Medieringsmodell, organisasjonsstørrelse



Figur 4.6 viser medieringsmodell for organisasjonsstørrelsens påvirkning på tillitsverdighet mediert av forestillingsnivå. A-linjen representerer forholdet mellom

organisasjonsstørrelse og forestillingsnivå, og b-linjen viser til påvirkningen av forestillingsnivå på tillitsverdighetsdimensjonene. C'-linjen representerer den direkte effekten mellom organisasjonsstørrelse og tillitsverdighet, mens ab-linjen står for den indirekte effekten av forestillingsnivå på organisasjonsstørrelse og tillitsverdighet.

Tabell 4.7: Medieringsprosess, organisasjonsstørrelse

	Evne	Integritet	Velvilje
<b>a-linje</b>	$b = .13$	$b = .13$	$b = .13$
<b>b-linje</b>	$b = -.23^{***}$	$b = -.11^*$	$b = -.12^*$
<b>c'-linje</b>	$b = .28^{**}$	$b = .21$	$b = -.06$
<b>ab-linje</b>	$b = -.03$	$b = -.01$	$b = -.02$
* $p < .10$ , ** $p < .05$ , *** $p < .01$			

I likhet med forundersøkelsen, viste resultatene i eksperiment 1 at organisasjonsstørrelse ikke påvirker forestillingsnivå,  $a = .13$ ,  $t(194) = .75$ ,  $p = .46$  (se tabell 4.7). Hva som imidlertid viste signifikante resultater, var en negativ påvirkning av forestillingsnivå på samtlige av tillitsverdighetsdimensjonene, som er i tråd med resultatene for geografisk distanse. Når respondentene prosesserte informasjonen på et høyere forestillingsnivå, ble organisasjonen oppfattet mer negativt i henhold til dens evne, integritet og velvilje. Dette gjelder særlig for evnedimensjonen,  $b = -.23$ ,  $t(193) = -3.99$ ,  $p < .01$ . I forhold til antakelsene i teorigjennomgangen, hvor forestillingsnivået var antatt å kunne gi høyere vurderinger av evnedimensjonen, viser resultatene det motsatte: Forestillingsnivå påvirker samtlige av tillitsverdighetsdimensjonene negativt. Videre er det også interessant å se at det er en signifikant positiv direkteeffekt mellom organisasjonsstørrelse og evnedimensjonen,  $c' = .28$ ,  $t(193) = 1.97$ ,  $p = .05$ . Selv om denne effekten ikke påvirkes indirekte gjennom forestillingsnivå,  $ab = -.03$ , CI  $[-.10, .03]$ , er det et interessant funn med tanke på tidligere antakelser om at store organisasjoner vurderes mer positivt i forhold til evnene deres.

På bakgrunn av at den indirekte effekten ikke er signifikant i alle tilfeller, *forkastes* samtlige av hypotesene knyttet til organisasjonsstørrelsens påvirkning på tillitsverdighet mediert av forestillingsnivå:

H5: *Organisasjonens størrelse påvirker negativt potensielle donorers vurdering*



*av en veldedig organisasjons integritet. Denne påvirkningen medieres av et høyt forestillingsnivå.*

H6: *Organisasjonens størrelse påvirker negativt potensielle donorerers vurdering av en veldedig organisasjons velvilje. Denne påvirkningen medieres av et høyt forestillingsnivå.*

H7: *Organisasjonens størrelse påvirker positivt potensielle donorerers vurdering av en veldedig organisasjons evne. Denne påvirkningen medieres av et høyt forestillingsnivå.*

#### **4.2.7 Diskusjon**

Studie 1 viser at tillitsverdighet ikke predikerer donasjonsvillighet. *Evne-*dimensjonen, som går på organisasjonens kompetanse, viser seg å påvirke donasjonsvilligheten negativt. Dette er ikke i tråd med tidligere antakelser, men det er et interessant funn med tanke på hvilke egenskaper ved veldedige organisasjoner som appellerer til donorer. *Velvilje-*dimensjonen viste størst predikasjon på donasjonsvillighet av de respektive dimensjonene, som indikerer at donorer er opptatte av at deres interesser for donasjonen blir ivaretatt, at deres behov imøtekommes før organisasjonens og at donorer blir behandlet rettferdig hvis problemer skulle oppstå.

Det er imidlertid viktig å nevne at ingen av dimensjonene ga signifikante resultater på 95 %-nivå, som kan stille tvil til at tillitsverdighet er viktig å ivareta for veldedige organisasjoner. Kan det være andre motiver som påvirker donorer i større grad? Metoden som ble benyttet for å måle donasjonsvillighet kan også ha påvirket svarene. Da respondentene ble presentert for undersøkelsen i store auditorium, kan det være andre årsaker som sosial norm eller hvordan man ønsker at andre skal oppfatte deg som kan spille en rolle. I tillegg kan det skyldes monetære årsaker. Dette må imidlertid undersøkes videre for å kunne konkludere med eventuelle årsaker.

Studie 1 viser også at organisasjonsstørrelse ikke påvirker den sosiale avstanden til organisasjonen. Dette ble testet gjennom flere etablerte skalaer som er benyttet innen Construal level theory og innenfor øvrig sosialpsykologi. Som en følge av dette, blir heller ikke forestillingsnivået påvirket. Resultatet ble at hypotesene angående

organisasjonsstørrelsens påvirkning på tillitsverdighet gjennom forestillingsnivå forkastes. Et interessant funn i denne forbindelse derimot, var at organisasjonsstørrelse viste signifikant positiv direkteeffekt på evnedimensjonen. Selv om ikke dette påvirkes av forestillingsnivå, er den praktiske tolkningen av det likevel relevant: Store organisasjoner anses å ha bedre evner enn mindre organisasjoner, som er i tråd med tidligere teorigjennomgang.

I forhold til geografisk distanse, viste eksperimentet at en veldedighetssak med stor distanse påvirker forestillingsnivået. Funnene viste at når informasjonen vurderes mer abstrakt, generelt og fjernt (høyt forestillingsnivå), svekkes tillitsverdigheten til organisasjonen. Dette gjelder tillitsverdighet knyttet til samtlige av dimensjonene; evne, integritet og velvilje. Som nevnt tidligere, kan dette skyldes usikkerheten i hva som leveres, at aktivitetene som utføres er vanskelig å observere og at store avstander fører til at individer føler seg mindre knyttet til hverandre.

## **5.0 Studie 2**

Resultatene fra studie 1 viste at høyere forestillingsnivå svekket tillitsverdigheten til organisasjonen negativt. Som nevnt i avsnitt 2.5 vil det neste studiet sentrere seg rundt hvordan dette påvirkes i en kommunikasjonssammenheng. Av den grunn, er studie 2 et mer praktisk relevant forskningsbidrag. Dette kapittelet vil innledningsvis ta for seg hvordan eksperiment 2 ble gjennomført, og diskusjon av resultatene blir diskutert avslutningsvis.

### **5.1 Eksperiment 2**

Ettersom stor geografisk distanse har vist at forestillingsnivået øker og at tillitsverdigheten til organisasjonen svekkes, er et interesseområde for denne avhandlingen hvordan organisasjoner med stor distanse kan redusere slike oppfatninger. Av den grunn, inkluderer eksperiment 2 veldedighetssaker med stor distanse, og ekskluderer veldedighetssaker med liten distanse. Hensikten er å undersøke om valg av kommunikasjonsstrategi kan forbedre oppfatningene i forhold til organisasjonens tillitsverdighet. I eksperiment 1 ble antakelsene blant annet bygget opp ved at høyere forestillingsnivå skaper høyere usikkerhet, og dermed påvirker tillitsverdighet negativt. Da konkret kommunikasjon antas å redusere usikkerheten i budskapet, vil konkret kommunikasjon være mer egnet enn abstrakt kommunikasjon ved stor distanse.

#### **5.1.1 Design og deltakere**

Dette eksperimentet omfattet to eksperimentgrupper, hvor geografisk distanse (stor) ble holdt konstant. Med hensyn til tidligere vellykket manipulering av distanse, ble India valgt som landet med stor geografisk distanse i begge tilfellene. Deltakerne som ble rekruttert til undersøkelsen var venner og bekjente gjennom en Qualtrics-lenke i sosiale medier og sosiale lag. Hovedårsaken til dette var kapasitetsmessige begrensninger i forhold til tid, som ikke ga mulighet til å gjennomføre eksperimentet på en homogen gruppe individer. Totalt deltok 67 deltakere i eksperiment 2.

### 5.1.2 Utvikling av stimuli

#### *Manipulasjon av forestillingsnivå*

Som nevnt tidligere er et konkret kommunikasjonsbudskap karakterisert ved bruken av spesifikk informasjon og uttrykk slik at mottakeren enkelt kan forstå og prosessere budskapet (Hitchon, Duckler og Thorson 1994). I kontrast til dette, er et abstrakt kommunikasjonsbudskap karakterisert ved bruken av abstrakte ord og uttrykk, hvor mottakeren ikke blir presentert for spesifikk informasjon (Kim og Bae 2016). Informasjon som konkrete tiltak eller aktiviteter som gjennomføres av veldedighetsorganisasjonen ekskluderes dermed fra det abstrakte kommunikasjonsbudskapet. En naturlig følge av dette er at det konkrete budskapet omfattet en større tekst med mer spesifikk informasjon om konkrete tiltak fra situasjonen. Videre ble budskapene differensiert ved at den konkrete kommunikasjonen fokuserte på ett enkelttilfelle (ett barn), mens det abstrakte budskapet sentrerte seg rundt en helhetlig situasjon (fadderbarnsordninger; Ein-Gar og Levontin 2013). For å understreke dette, ble i tillegg informasjonsteksten (over budskapet, se figur 5.1) skilt ved at det konkrete tilfellet sentrerte seg i Raipur, India (spesifikt nivå) og det abstrakte sentrerte seg i India (mer generelt nivå).

For å unngå at andre ting enn forestillingsnivået påvirker resultatet, inneholder begge budskapene like mange argumenter (5) med samme overordnet budskap; men det konkrete budskapet inneholder mer spesifikk informasjon enn det abstrakte. Eksempler på abstrakte begreper benyttet i denne sammenhengen er ”håp” og ”trygghet” (se figur 5.2). De ulike kommunikasjonsbudskapene som ble presentert er illustrert i figur 5.1 og 5.2.

Figur 5.1: Konkret kommunikasjonsbudskap

Vi ønsker at du skal sette deg inn i en veldedighetssak fra SOS-barnebyer. Saken som presenteres sentrerer seg i landsbyen Raipur, India, og omhandler foreldreløse barn. Uavhengig av hvilket engasjement du har bidratt med tidligere, vil vi at du skal vurdere informasjonen som blir gitt:

*”Kiara (6) ble forlatt av foreldrene som fireåring og vokste opp uten omsorg, skolegang og helseoppfølging. SOS-barnebyer arbeider for at barn som Kiara opplever den beste prosessen ved å få nye adoptivforeldre. Hvert bidrag gir henne hjelp til å få en trygg oppvekst, utdanning, helsetjenester og til å komme seg ut av fattigdom. Som barnebyfadder bidrar du til at ett barn som Kiara kan fortsette å bo med sin SOS-familie i trygge omgivelser. Hjelp ett barn med å få en stabil oppvekst i en trygg familie i dag.”*



Figur 5.2: Abstrakt kommunikasjonsbudskap

Vi ønsker at du skal sette deg inn i en veldedighetssak fra SOS-barnebyer. Saken som presenteres sentrerer seg i India, og omhandler foreldreløse barn. Uavhengig av hvilket engasjement du har bidratt med tidligere, vil vi at du skal vurdere informasjonen som blir gitt:

*”Flere barn i India blir utsatt for å vokse opp uten trygghet. SOS-barnebyer støtter barn, unge og familier i hele India med omsorgsordninger. Våre bidrag gir håp til barna. Som barnebyfadder gir du en mulighet til å hjelpe utsatte barn. Hjelp barn og unge som trenger støtte i dag.”*



### 5.1.3 Begrepsoperasjonalisering

Som en konsekvens av at forestillingsnivå-begrepet ble undersøkt i det første eksperimentet, blir de samme spørsmålene benyttet for å operasjonalisere dette i eksperiment 2. Dette gjelder samtlige spørsmål bortsett fra det som ble misforstått. ”Global” ble av den grunn byttet til den korrekte termen ”Helhetlig” og ”Lokal” ble byttet til ”Detaljert” (se avsnitt 4.2.3). Tillitsverdighet- og demografispørsmålene ble videreført fra eksperiment 1 til 2 uten endringer.

For å måle intensjonen til å donere i dette eksperimentet, ble et annet måleparameter benyttet da saken i prinsippet innebar en mer kontinuerlig donasjon enn hva som var tilfellet i eksperiment 1. Av den grunn, var ikke en enkeltdonasjon egnet til å definere intensjon til å donere. En 5-punkts likertskala (1 = ”Enig”, 5 = ”Uenig”) utviklet av Michel og Rieunier (2012) ble benyttet, hvor påstanden: ”Hvis jeg skulle bidratt med penger til en veldedig organisasjon, ville jeg donert til SOS-barnebyer” ble besvart.

Dette innebærer en mindre handlingsfokusert donasjon, men den faktiske *intensjonen* til å donere blir undersøkt.

Spørsmålet som skulle finne ut om respondenten leste informasjonen og hadde nok fokus på besvarelsene, var et kontrollspørsmål som ble plassert sammen med tillitsverdighetsspørsmålene. Her ble respondenten eksponert for ”Vennligst hopp over dette spørsmålet”. Eventuelle svar på dette spørsmålet måtte analyseres for å avgjøre om respondentene skulle bli ekskludert fra analysene, som vi kommer tilbake til i avsnitt 5.1.5. Hele spørreskjemaet kan sees i sin helhet i vedlegg III.

#### **5.1.4 Prosedyre**

En Qualtrics-lenke ble sendt ut til respondentene som sendte dem inn til den internettbaserte undersøkelsen. Innledningsvis ble de informert om at de nå ble presentert for en sak til en veldedig organisasjon. Videre ble det forklart viktigheten av å lese informasjonen nøye før svarene skulle besvares, at vi kun var ute etter deres umiddelbare respons, og at deres deltakelse ville bli behandlet anonymt. Etter introduksjonen ble respondentene tilfeldig presentert for én av de to veldedighetssakene. Da besvarelsen ble gjennomført ble de informert om at veldedighetssaken var fiktiv, samt at det ble vist takknemlighet for deres bidrag.

#### **5.1.5 Datainspeksjon**

Nødvendige ekskluderinger ble gjennomført før resultatene ble analysert. Innledende ble deltakerne som ikke hoppet over kontrollspørsmålet gjennomgått. Det var flere av deltakerne som henvendte seg til meg etter de gjennomførte undersøkelsen, og sa at de (1) ikke skjønnte dette spørsmålet eller (2) trodde jeg hadde lagt inn feil i spørsmål. Kontrollspørsmålet ble i disse tilfellene dermed ikke hoppet over, men deres responsidentitet ble notert og de respektive deltakerne ble inkludert selv om de ikke besvarte dette i henhold til målet. Det var likevel andre respondenter som svarte dette feil uten å si ifra, og disse ble ekskludert for videre analyser. Det samme var tilfelle for informanter som svarte det samme svaralternativet gjennomgående i hele analysen. Totalt ble seks deltakere ekskludert, og det endelige utvalget bestod av 61 respondenter.

### **Begrepsvaliditet og -reliabilitet**

Det ble både gjennomført konvergent og divergent faktoranalyse for å måle begrepenes validitet. Faktorladninger over .400 i den konvergente faktoranalysen ble godkjent for videre analyser (Hair m.fl. 2010, 116). Samtlige av faktorladningene tilfredsstilte kravet på .400 i denne analysen, og ble dermed videreført til den divergente faktoranalysen.

Tabell 5.1: Divergent faktoranalyse

Pattern Matrix	Factor		
	1	2	3
<b>Tillitsverdighetsdimensjoner</b>			
Evne1	.79		
Evne2	.83		
Evne3	.84		
Velvilje1			.72
Velvilje2			.85
Velvilje3		.66	.51
Integritet1		.70	
Integritet2		.86	
Integritet3	.55	.72	

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations

Den divergente analysen tok med begrepene som var ansett å kunne måle de samme begrepene (se tabell 5.2). For eksperiment 2 var spørsmålene knyttet til tillitsverdighetsdimensjonene ansett å kunne krysslade, som medførte at disse ble analysert i den divergente analysen. Ekstraksjonsmetoden *Principal Component* med rotasjonen *Varimax* ble valgt, da eksperimentet omfattet en mindre utvalgsstørrelse. Tabell 5.2 viser at faktorene *Velvilje3* og *Integritet3* krysslader med andre faktorer. Årsaken til at *Velvilje3* krysslader med faktor 2 (.66) kan forklares ved at både velvilje- og integritetsdimensjonen omhandler konseptet "will do"; organisasjonens vilje til å utføre aktiviteter på vegne av donorene, mens evnedimensjonen handler om konseptet "can do" (se avsnitt 2.2.1). *Integritet3* tilfredsstiller heller ikke kravet på en kryssladning over .20 (.55), men variabelen regnes som en nødvendighet for å definere begrepet, slik at denne medføres i videre analyser.



At ikke samtlige av faktorene tilfredsstillt kravet på at kryssladningene skal være over .20, kan også forklares ved at en liten utvalgsstørrelse kan ha hatt en innvirkning på resultatene. Variablene ble testet med en større utvalgsstørrelse i eksperiment 1 med tilfredsstillende resultater, samt at dette er en etablert skala som er benyttet i tidligere forskning. En konsekvens av dette er at både *Velvilje3* og *Integritet3* beholdes for å definere de respektive tillitsverdighetsdimensjonene.

Tabell 5.2: Reliabilitetsanalyse, eksperiment 2

Indeks	Cronbach's Alpha ( $\alpha$ )
Forestillingsnivå	.86
Evne	.84
Velvilje	.94
Integritet	.88

For å måle konsistensene i begrepene til eksperiment 2, ble en reliabilitetsanalyse av Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) benyttet (se tabell 5.2). I likhet med det første eksperimentet, ble verdier over .70 ansett å indikere god reliabilitet i begrepene (Field 2013, 715). Samtlige av begrepene godkjennes i denne analysen som en følge av at begrepene har høyere  $\alpha$ -verdier enn kravet på .70. På bakgrunn av denne analysen kan begrepene sies å være pålitelige, og at de med gjentatte målinger gir gjennomgående samme resultater.

### ***Deskriptiv analyse***

Av de 61 respondentene som deltok, var 30 av disse kvinner og 31 menn, som er en svært jevn fordeling mellom kjønnene. Gjennomsnittsalderen på deltakerne var på 26 år. Tabell 5.3 viser den beskrivende statistikken for utvalget, hvor datamaterialets utvalgsstørrelse, gjennomsnitt, standardavvik, skewness (skjevhet) og kurtosis (spisshet) er presentert.

Tabell 5.3: Deskriptiv analyse

	N	Mean	Std. Dev.	Skewness		Kurtosis	
				Statistics	Std. Error	Statistics	Std. Error
<b>Forestillingsnivå</b>							
Forestilling1	61	4.26	1.79	-.16	.31	-.86	.60
Forestilling2	61	4.15	1.62	-.10	.31	-.83	.60
Forestilling3	61	3.82	1.69	.12	.31	-.55	.60
Forestilling4	61	3.93	1.86	-.01	.31	-1.13	.60
<b>Tillitsdimensjoner</b>							
Evne1	61	2.72	1.49	.74	.31	-.16	.60
Evne2	61	3.21	1.54	.31	.31	-1.10	.60
Evne3	61	3.16	1.56	.61	.31	-.41	.60
Velvilje1	61	3.61	1.49	.06	.31	-.60	.60
Velvilje2	61	4.13	1.43	-.27	.31	.02	.60
Velvilje3	61	3.69	1.37	-.29	.31	-.52	.60
Integritet1	61	3.39	1.43	.19	.31	-.87	.60
Integritet2	61	3.13	1.49	.36	.31	-.64	.60
Integritet3	61	3.15	1.64	.53	.31	-.96	.60

For å undersøke om variablene var normalfordelte, ble datamaterialets skewness og kurtosis undersøkt. Tabellen viser at det ikke eksisterer skjevheter i variablene, ettersom verdiene for skewness og kurtosis er innenfor regelen på  $\pm 1.96$  (Hair m.fl. 2014, 71). Dette indikerer at variablene er normalfordelte og kan videreføres i neste analyse.

### 5.1.6 Resultater

I dette avsnittet vil resultatene fra eksperiment 2 analyseres. Manipulasjonssjekken gjennomgås før hypotesene testes. Avslutningsvis diskuteres resultatene i en konklusjon av eksperimentet.

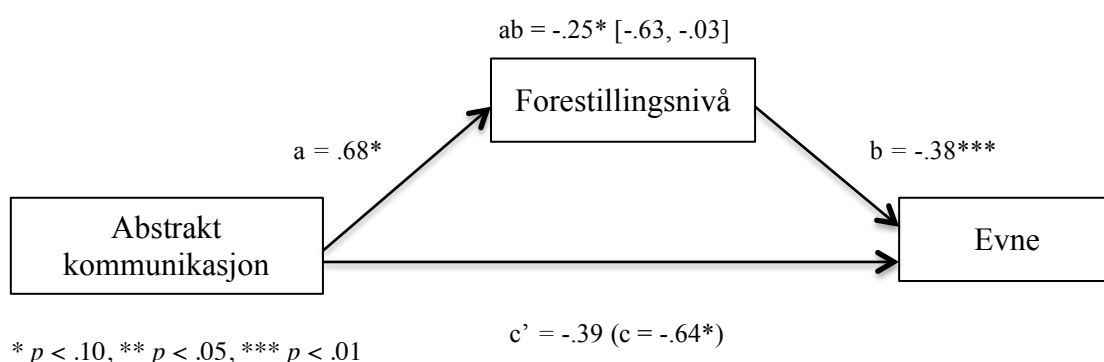
#### *Manipulasjonssjekk*

Det konkrete budskapet ( $M_{\text{Konkret}} = 3.50$ ) ble oppfattet som signifikant mer spesifikt enn det abstrakte ( $M_{\text{Abstrakt}} = 4.41$ ),  $t(61) = -1.96$ ,  $p = .05$ , som indikerer at manipulasjonen var vellykket.

### *Kommunikasjonsbudskapets påvirkning på tillitsverdighet*

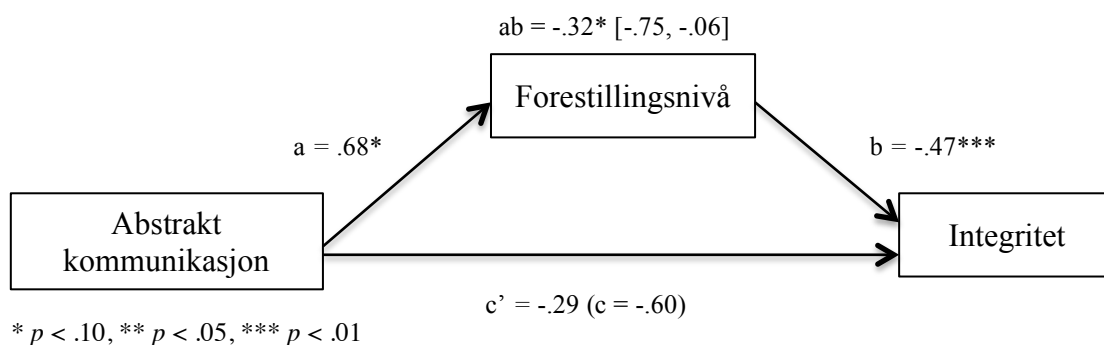
I likhet med det første eksperimentet ble regresjonsanalysen PROCESS, utviklet av Hayes (2013), benyttet for å belyse hypotese 8. Resultatene ble basert på et 90 %-konfidensintervall med 5000 uttrekk til bootstrapanalysen i modell 4 (Preacher og Hayes 2008). En mediert prosess av hver av de tre avhengige variablene (evne, velvilje og integritet) blir presentert, for en oversiktlig gjennomgang.

Figur 5.3: Medieringsprosess, evnedimensjonen



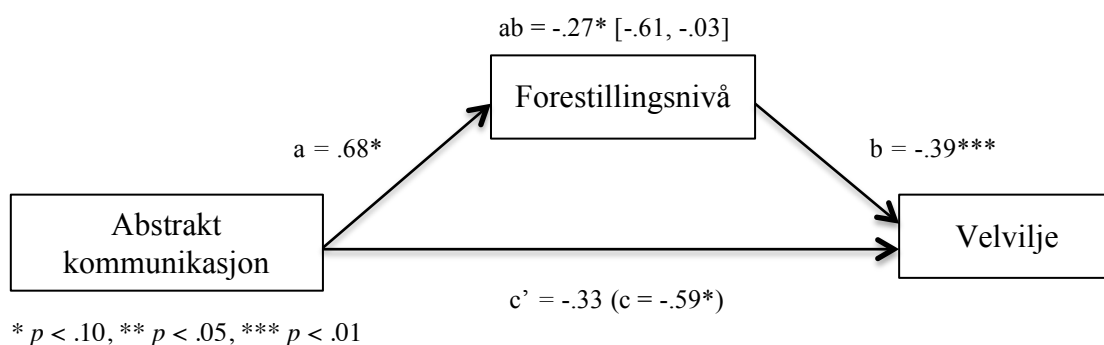
Figur 5.3 illustrerer hvordan abstrakt kommunikasjon, mediert av forestillingsnivå, predikerer evnedimensjonen. Figuren viser at jo mer abstrakt kommunikasjon som blir mottatt, desto høyere blir forestillingsnivået (linje a:  $t(59) = 1.84, p = .07$ ). Det vil si at når en mottaker presenteres for et abstrakt budskap oppfattes informasjonen mer helhetlig, generelt, fjernt og abstrakt enn når konkrete budskap prosesseres. Videre viser linje b at forestillingsnivå har en signifikant negativ effekt på evnedimensjonen (linje b:  $t(58) = -3.11, p < .01$ ). Når forestillingsnivået øker som en følge av et abstrakt kommunikasjonsbudskap, påvirkes oppfatningen av organisasjonens evne negativt. Linje c', som viser den direkte effekten mellom abstrakt kommunikasjon og evne, viser ingen signifikante resultater,  $t(58) = -1.09, p = .28$ . Og, ettersom 0 ikke er i 95 %-konfidensintervallet, er den indirekte effekten (ab) signifikant forskjellig fra 0 på  $p < .10$  (tohalet), som betyr at forestillingsnivå medierer effekten mellom det abstrakte kommunikasjonsbudskapet og den negative vurdering av organisasjonens evne.

Figur 5.4: Medieringsprosess, integritetsdimensjonen



I likhet med figur 5.3 ser vi at abstrakt kommunikasjon påvirker forestillingsnivå,  $a = .68$ ,  $t(59) = 1.84$ ,  $p = .07$  (se figur 5.4). Videre påvirker forestillingsnivå organisasjonens integritet negativt,  $b = -.47$ ,  $t(58) = -4.13$ ,  $p < .01$ . Vi ser at den indirekte effekten (forestillingsnivå) er signifikant fordi linje  $ab$  viser et konfidensintervall som ikke inneholder 0, og at den direkte effekten mellom abstrakt kommunikasjon og integritet ikke er signifikant. Den negative vurderingen av organisasjonens integritet avgjøres dermed av økt forestillingsnivå, som en følge av et abstrakt kommunikasjonsbudskap.

Figur 5.5: Medieringsprosess, velviljedimensjonen



Den siste tillitsverdighetsdimensjonen, velvilje, viser lignende resultater som de andre dimensjonene: Abstrakt kommunikasjon påvirker forestillingsnivå,  $a = .68$ ,  $t(59) = 1.84$ ,  $p = .07$  (se figur 5.5). Forestillingsnivå har som en følge av dette også en signifikant negativ effekt på velviljedimensjonen,  $b = -.39$ ,  $t(58) = -3.11$ ,  $p < .01$ . Den direkte effekten mellom abstrakt kommunikasjon og velvilje viste ingen signifikante effekter,  $c' = -.33$ ,  $t(58) = -1.10$ ,  $p = .28$ . Linje  $ab$ , som illustrerer den indirekte effekten mellom abstrakt kommunikasjon og velvilje, viser at 90 %-

konfidensintervallet er forskjellig fra 0, som betyr at den indirekte effekten er signifikant,  $ab = -.27$ , CI  $[-.61, -.03]$  Gjennom forestillingsnivå, vurderes organisasjonens evne negativt når en potensiell doner blir presentert for et abstrakt kommunikasjonsbudskap.

Samlet sett ser vi dermed at forestillingsnivå medierer forholdet mellom abstrakt kommunikasjon og tillitsverdighetsdimensjonene. En negativ oppfatning av organisasjonens tillitsverdighet er dermed avhengig at prosesseringen av kommunikasjonsbudskapet foregår på et høyt forestillingsnivå. På en annen side, vil dette også bety at konkret kommunikasjon fører til lavere forestillingsnivå og mer positive vurderinger av organisasjonens tillitsverdighet. Effekten av det konkrete kommunikasjonsbudskapet og tillitsdimensjonene medieres av forestillingsnivå, som er i tråd med tidligere antakelser. Det er dermed grunnlag for å *bekreft*e hypotese 8:

*H<sub>8</sub>: Ved stor psykologisk distanse påvirkes tillitsverdigheten mer negativt når et abstrakt kommunikasjonsbudskap benyttes. Denne påvirkningen medieres av et høyt forestillingsnivå.*

### ***Tillitsverdighetens påvirkning på intensjon til å donere***

Det ble gjennomført en ANOVA-analyse for å avdekke om tillitsverdighetsdimensjonene predikerte intensjonen til å donere, med tre uavhengige variabler (evne, integritet og velvilje) og én avhengig (intensjon til å donere). Analysen viste at effekten av tillitsverdighetsdimensjonene på intensjonen til å donere var signifikant,  $F(3, 57) = 37.59$ ,  $p < .001$ . Hvordan tillitsverdighetsdimensjonene isolert sett predikerte intensjonen, vises i tabell 5.4.

Tabell 5.4: ANOVA-analyse, intensjon til å donere

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.51	.38		-1.34	.19
Evne	.24	.13	.26	1.87	.07
Velvilje	.32	.14	.31	2.52	.03
Integritet	.28	.14	.30	1.99	.05

a. Dependent Variable: Intensjon til å donere

Som tabell 5.4 viser har alle dimensjonene positiv påvirkning på intensjon til å donere, hvor velvilje har størst positiv effekt,  $t(57) = 2.52, p < .05$ . Det vil si at de viktigste egenskapene en veldedig organisasjon kan ha, er å være genuint interessert i donorene sine behov og interesser. Integritet har også en signifikant positiv effekt på donasjonen,  $t(57) = 1.99, p = .05$ . Organisasjonens troverdighet i forhold til hva som kommuniseres og hvordan den opererer er dermed også viktige egenskaper å ivareta. En moderat signifikant effekt av evnedimensjonen på intensjon til å donere ble også oppdaget,  $t(57) = 1.87, p = .07$ . Samlet sett viser analysen at tillitsverdighetsdimensjonene har en signifikant positiv effekt på intensjon til å donere, som danner grunnlag for å *bekreft*e hypotese 9:

*H<sub>9</sub>: Jo mer tillitsverdig en veldedig organisasjon oppfattes, desto sterkere er intensjonen til å donere til organisasjonen.*

### **5.1.7 Diskusjon**

Studie 2 undersøkte hvordan veldedighetsorganisasjoner kan benytte virkemidler innen Construal level theory i kommunikasjonssammenheng. Som studie 1 konkluderte med, påvirker økt psykologisk (geografisk) distanse tillitsverdighetsdimensjonene negativt. Hensikten med studie 2 var dermed å undersøke hvordan veldedige organisasjoner kunne redusere den psykologiske avstanden for å oppnå positive vurderinger av organisasjonens tillitsverdighet.

Antakelsen om at et konkret kommunikasjonsbudskap gir mer positive evalueringer av organisasjonens evne, integritet og velvilje, ble bekreftet i det andre eksperimentet. Dette ble analysert i en medieringsprosess hvor det abstrakte kommunikasjonsbudskapet påvirket forestillingsnivået positivt, som videre påvirket samtlige av tillitsverdighetsdimensjonene negativt. Dette betyr på den andre siden at et konkret budskap fører til et lavere forestillingsnivå, som videre gir positive evalueringer av organisasjonens tillitsverdighet. Årsaken til dette er at et konkret kommunikasjonsbudskap inneholder mer spesifikk informasjon om de ulike aktivitetene som gjennomføres, som dermed reduserer usikkerheten hos donorene.

Det er verdt å legge merke til konsistensen i de to eksperimentene. Selv om eksperimentene omfatter forskjellige uavhengige variabler, har samtlige av dimensjonene blitt vurdert negativt ved høyere forestillingsnivå. Dette forsterker teorien om at et høyt forestillingsnivå skaper usikkerhet og dermed negative vurderinger av organisasjonens tillitsverdighet.

Hva som imidlertid ikke viste konsistente resultater mellom dem, var tillitsverdighetens påvirkning på donasjonsvillighet/intensjon til å donere. I det første eksperimentet viste resultatene kun en marginal signifikant effekt mellom velviljedimensjonen og donasjonsvillighet. For integritetsdimensjonen ble ingen signifikant effekt oppdaget. I motsetning, viste evnedimensjonen å ha negativ effekt på donasjonsvillighet. I forhold til eksperiment 2, viste resultatene signifikant positiv effekt mellom tillitsverdighetsdimensjonene og intensjon til å donere.

Det kan være flere årsaker til dette. Den åpenbare årsaken er at metodene som ble benyttet var forskjellige. I det første eksperimentet ble det benyttet en langt mer handlingsrettet tilnærming for å unngå store ulikheter i forhold til hva respondentene ”tenker å gjøre” (intensjon) og hva de faktisk gjør. Denne metoden kan kritiseres spesielt fordi monetære årsaker kan være grunner til at donasjonen ikke ble valgt. Etersom eksperiment 2 omfattet en mer kontinuerlig donasjon, en fadderbarnsordning, ble intensjon til å donere benyttet, og tillitsverdighetsdimensjonene påvirket intensjonen til å donere positivt.

En opplagt problemstilling knyttet til dette er forholdet mellom intensjon og handling. Ut ifra resultatene i eksperiment 1 og 2 kan det konkluderes med at det er mange som ønsker å hjelpe, men det er kun en andel av disse som faktisk gjør det.

## 6.0 Generell diskusjon

Siste og avsluttende kapittel vil ta for seg hvilke funn denne avhandlingen har bidratt med til å løse forskningsspørsmålet som ble introdusert innledningsvis. Videre vil funnene implementeres i en diskusjon rundt teoretiske og praktiske implikasjoner, før nødvendige begrensninger redegjøres for. Til slutt diskuteres ulike forslag til videre forskning.

### 6.1 Formål og forskningsspørsmål

Hensikten ved denne avhandlingen var å avdekke hvordan ulike karakteristika ved veldedige organisasjoner som påvirker personers givervillighet. Ettersom tillitsverdighet har vist seg å være viktig både for å beholde eksisterende donorer og for å tiltrekke nye (Bekkers 2003; Sargeant og Lee 2002), var det et interesseområde å undersøke hvordan ulike karakteristika påvirket veldedige organisasjoners tillitsverdighet. Tidligere forskning har vist at internasjonale organisasjoner har en negativ innvirkning på donorer (Kinsbergen, Tolsma og Ruiten 2014). I tillegg har organisasjonsstørrelse vist seg å påvirke opplevelsen av organisasjonen. Forskningsspørsmålet som ble utviklet på bakgrunn av dette var følgende:

*Hvilken påvirkning har geografisk distanse og organisasjonsstørrelse på organisasjonens tillitsverdighet?*

For å belyse forskningsspørsmålet ble Construal level theory benyttet for å begrunne antakelsene. Mer spesifikt tok oppgaven for seg to former for psykologisk distanse innen CLT; geografisk og sosial distanse. Geografisk distanse refererer til om organisasjonen har en nasjonal eller internasjonal tilstedeværelse, og sosial distanse henviser til organisasjonens størrelse. Organisasjonsstørrelse var før denne studien ikke etablert som en form for sosial distanse, og dermed ble det gjort et forsøk på å utvikle CLT i en ny kontekst.

Totalt ble to eksperimentelle studier gjennomført. Det studie 1 skulle svare på den overordnede problemstillingen, og bestod av syv hypoteser. Den første hypotesen var



en antakelse om at tillitsverdighet medfører en større donasjonsvillighet, da det har vært en bred enighet om dette i tidligere forskning. De neste tre hypotesene bygget på antakelser om at geografisk distanse påvirket de tre tillitsverdighetsdimensjonene negativt gjennom et høyt forestillingsnivå. Dette er basert på tidligere forskning av Kinsbergen og Tolsma (2013) og Bekkers (2004), der stor distanse har vist å øke usikkerheten i hva som leveres og hvordan midlene fordeles.

Videre i studie 1 ble organisasjonsstørrelse testet som en form for sosial distanse og dens påvirkning på tillitsverdighet. Store organisasjoner var antatt å føre til en større sosial distanse til forbrukerne på grunn av en høyere maktposisjon, og fordi mindre organisasjoner har vist å ha mer nærhet til kundene sine. En større sosial distanse vil som en konsekvens av dette øke forestillingsnivået til donoren. Hvordan dette påvirket tillitsverdigheten, ble begrunnet med tidligere forskning hovedsakelig fra Fucneaux og Wymer (2015), Kinsbergen og Tolsma (2013) og Leonardelli og Loyd (2016). Mindre organisasjoner blir ofte omtalt som mer frivillig og effektiv, samtidig som at de vurderes å være mer opptatt av å etablere samarbeidsmål til interessentene enn større organisasjoner. Som en følge av dette ble det antatt at mindre organisasjoner har sterkere oppfatninger i forhold til deres integritet og velvilje. Et unntak av dette var størrelsens påvirkning på evnedimensjonen. Større organisasjoner ble antatt å ha mer erfaring og kompetanse enn mindre organisasjoner. En konsekvens av dette var en motstridende tendens i forhold til foregående hypoteser: organisasjonsstørrelse påvirker evnedimensjonen *positivt* gjennom forestillingsnivå.

Studie 2 bygget videre på studie 1, og var en mer praktisk relatert tilnærming til fenomenet. Dette studiet undersøkte hvordan veldedige organisasjoner kunne benytte virkemidler innen Construal level theory i en kommunikasjonssammenheng. Hvis antakelsene fra studie 1 kunne bekreftes; at økt psykologisk distanse påvirket tillitsverdigheten negativt som følge av økt usikkerhet, vil et konkret kommunikasjonsbudskap bidra til å redusere usikkerheten og dermed gi mer positive evalueringer av organisasjonens tillitsverdighet. I likhet med studie 1 ble positive vurderinger av tillitsverdigheten antatt å øke intensjonen til å donere.

## 6.2 Diskusjon og teoretiske implikasjoner

På et overordnet nivå er det viktig å nevne at den norske forskningstradisjonen ikke innebærer et stort omfang av veldedighetsstudier. Dette medfører at funnene i denne studien bidrar til flere implikasjoner innen veldedighetsforskning i Norge. For øvrig utfordret studien etablert teori innen Construal level theory og hvordan psykologisk distanse gjennom forestillingsnivå påvirker tillitsverdighetskonseptet. Etter min kjennskap har dette være neglisjert i tidligere forskning.

Det ble gjort et forsøk på å utvikle CLT i en ny kontekst, hvor organisasjonsstørrelse ble ansett å kunne påvirke den sosiale avstanden til organisasjonen. Resultatene viste at størrelse ikke har en effekt på forestillingsnivå. Dette ble testet gjennom flere etablerte skalaer innen Construal level theory og annen sosialpsykologi. En videre konsekvens av dette var at tillitsverdigheten heller ikke ble vurdert negativt. På bakgrunn av dette kan det med god samvittighet konkluderes med at størrelse ikke påvirker den sosiale størrelsen til organisasjonen.

Tidligere forskning har vist at geografisk distanse reduserer tilliten til organisasjoner. Funnene i denne studien viser at for at en negativ vurdering skal oppstå, må individets forestilling foregå på et høyt nivå. Sannsynlige årsaker til dette er at når donorer prosesserer informasjonen på et høyt nivå, eksisterer det en større usikkerhet i hva som leveres og det blir vanskelig å forstå hvordan midlene fordeles.

Studie 2, som undersøkte hvordan CLT kunne benyttes i en kommunikasjons-sammenheng, gjorde funn som ikke var i tråd med tidligere forskning. Tidligere studier har i stor grad funnet en konsistens mellom psykologisk distanse og kommunikasjon. Det vil si at når distansen er stor (for eksempel stor geografisk distanse) prefererer forbrukere og donorer abstrakte kommunikasjonsbudskap nettopp fordi dette samsvarer med forestillingsnivået. Avhandlingen viste at denne måten å kommunisere på er negativt i forhold til vurderinger av organisasjonens tillitsverdighet. Et konkret kommunikasjonsbudskap reduserer usikkerheten i forhold til aktivitetene som utføres, og gir mer positive vurderinger av organisasjonen når den geografiske distansen er stor.

Forholdet mellom tillitsverdighet og donasjonsvillighet/intensjon til å donere skulle omfatte en liten del i denne oppgaven da det eksisterte en bred enighet om at tillitsverdighet er en viktig forutsetning for donasjon. Det ble likevel gjort interessante funn som resulterte i en større diskusjon, da studie 1 målte en faktisk donasjon og studie 2 omfattet kun intensjonen til å donere. Studie 1 viste at tillitsverdighet ikke predikerer donasjonsvillighet, mens studie 2 viste signifikante bevis på at *intensjonen* til å donere var positiv. Det kan være flere årsaker til dette, men en teoretisk implikasjon fra dette er at koblingen mellom tillitsverdighet og donasjonsvillighet kanskje ikke er så sterk som tidligere antatt.

### **6.3 Praktiske implikasjoner**

De praktiske implikasjonene begrenser seg i stor grad til å gjelde veldedige organisasjoner og spesielt innenfor humanitær-organisasjoner. I studie 1 kom det frem at organisasjonsstørrelse ikke har betydning i forhold til hvilke tillitsverdighetsoppfatninger som vurderes, bortsett fra en positiv direkteeffekt mellom organisasjonsstørrelse og evnedimensjonen. Det vil si at store organisasjoner anses å ha større kompetanse og ferdigheter enn mindre organisasjoner. Dette er noe de store organisasjonene kan utnytte i kommunikasjonssammenheng til potensielle donorer.

For veldedige organisasjoner som opererer internasjonalt, bør det være en forståelse av at distanserte hendelser er både vanskelige å observere og forstå. Som en konsekvens av at en veldedighetssak i India (stor geografisk distanse) medførte negative vurderinger i henhold til organisasjonens tillitsverdighet, bør internasjonalt etablerte aktører forsøke å redusere slike vurderinger. En måte å bruke virkemidler til å gjennomføre dette er gjennom kommunikasjon.

Som nevnt tidligere, viste studie 2 at konkrete kommunikasjonsbudskap ga mer positive vurderinger av organisasjonens tillitsverdighet enn ved abstrakte kommunikasjonsbudskap. Med et konkret kommunikasjonsbudskap reduseres usikkerheten i hva som leveres, som dermed er et viktig virkemiddel å benytte for at organisasjonens tillitsverdighet skal bli vurdert positivt. Veldedige organisasjoner som opererer med store avstander fra hjemlandet bør i så måte benytte spesifikke og detaljerte budskap, gjerne med et enkelttilfelle i fokus (ikke generelle bidrag).

## 6.4 Begrensninger

I dette avsnittet vil det redegjøres for de ulike begrensningene som må tas i betraktning ved vurdering av konklusjoner fra denne studien. Den første begrensningen knyttes til utvalgsstørrelsen, da det har blitt benyttet bekvemmelighetsvalg i samtlige undersøkelser. Dette kommer som en følge av kapasitetsmessige begrensninger, og kan virke inn på avhandlingens generaliserbarhet. Respondentene som ble hentet inn via sosiale medier ble ikke kontrollert for verken tid eller sted, som kan ha påvirket eventuelle samhandlinger. Ettersom flesteparten av de som deltok ikke kjenner til hverandre og at de samtidig befant seg på forskjellige steder i Norge, regnes ikke samhandling som et sannsynlig utfall og burde ikke påvirke besvarelsene. En liten utvalgsstørrelse i det andre eksperimentet burde også kommenteres. Selv om eksperimentgrupper ikke må inneholde like mange respondenter som spørreundersøkelser, bør det

En annen begrensning ved studien kan knyttes til for lite informasjon i forkant av spørsmålene. Da spørsmålene som ble besvart var relativt omfattende vurderinger om organisasjonens tillitsverdighet, kan for lite informasjon gi vanskeligheter med å gi reelle konklusjoner. Likevel var den umiddelbare responsen viktig ettersom beslutninger i praksis ofte blir tatt på lite grunnlag. I tillegg er alt bortsett fra manipulasjonen likt mellom tilfellene. Videre viste funnene at det eksisterte et gap mellom intensjon (studie 2) og handling (studie 1) til å donere, som kan være en konsekvens av at respondentene svarer det de "bør" og ikke det de ville gjort i en reell situasjon. Dette er i så fall en svakhet i undersøkelsen.

I forhold til manipulasjonene, bør eksperiment 2 kommenteres da det ble foretatt større endringer av stimuli som ble presentert i de ulike eksperimentgruppene. For eksempel kan lengden på budskapet være en faktor som har påvirket besvarelsene. Da det abstrakte kommunikasjonsbudskapet omfattet lite informasjon, kan det også ha resultert i vanskeligheter i besvarelsene.

Da etablerte skalaer for å måle forestillingsnivå ikke fungerte i forundersøkelsen, ble det besluttet å bruke en annen metode. Denne metoden var basert på beskrivelser av ulike karakteristika av høyt og lavt forestillingsnivå. Beskrivelsene ble hentet fra flere

anerkjente forskere innen Construal level theory, og anses dermed å kunne skille mellom konseptene på en tilstrekkelig måte. Det bør likevel kommenteres at de etablerte skalaene ikke ble benyttet som kan ha ført til at forestillingsnivå ikke ble korrekt operasjonalisert i studien.

Bruken av fiktiv veldedighetsorganisasjon (studie 1) kan også ha skadet datainnsamlingen. Problemene knyttes til at respondentene oppdager at det er en fiktiv organisasjon før spørsmålene besvares. For å sikre at den fiktive nettsiden hadde kredibilitet, ble inspirasjon fra andre lignende nettsider benyttet både i kommunikasjon og utforming. Det ble heller ikke mottatt spørsmål fra respondentene vedrørende den fiktive organisasjonen, så ingen synlige bevis på at organisasjonen ble oppfattet som fiktiv ble gjort.

På en annen side, kan bruken av en allerede eksisterende organisasjon (studie 2) også ha påvirket besvarelsene. Selv om respondentene fikk beskjed om å besvare på bakgrunn av informasjonen som ble gitt, kan predefinerte holdninger påvirke hva som svares. I tillegg, siden flere av de spurte mest sannsynlig har sett et kommunikasjonsbudskap fra SOS-barnebyer tidligere, må den gjeldende saken oppfattes i henhold til deres design og "tone of voice". For å sikre dette ble det hentet inspirasjon fra SOS-barnebyer sine nettsider på hvordan abstrakte budskap kommuniseres, så vel som konkrete. Det poengteres at det er enda vanskeligere å oppdage om dette har virket inn på besvarelsene da holdningene ikke nødvendigvis trenger å være bevisste, men er ofte skjulte oppfatninger av virkeligheten.

## **6.5 Forslag til videre forskning**

Som nevnt helt innledningsvis eksisterer det generelt lite forskning i Norge på veldedighet. Det er klart at flere publiserte studier er overførbart til Norges befolkning, men det er likevel klare kulturforskjeller på tvers av nasjonene. Store deler av den anerkjente veldedighetsforskningen kommer fra land som USA, England og Nederland, som har et ganske annet forhold til veldedighet enn det som er gjeldende i Norge. Et overordnet forslag til videre forskning, er dermed å etablere et større forskningsfelt for veldedighet i Norge.

Mer konkrete forslag ut ifra denne studien kan være å undersøke ulike grader av geografisk distanse. Denne avhandlingen studerte to kontraster av distanse; hvor den ene saken omhandlet en nasjonal sak og den andre en sak i India, som er langt unna norsk sokkel. Hvor går grensen for ”stor” distanse? Det kunne vært interessant å duplisere studien og i tillegg inkludere et land i Europa, som ligger geografisk og kulturmessig nærmere Norge.

Videre er en oppfordring å utforske flere former for psykologisk distanse som forløpere til tillitsverdighet. Det kunne for eksempel vært interessant å se hvordan ulik distanse i forhold til tid ville påvirket forholdet. En begynnelse kunne vært å se på forskjeller av pengedonasjoner i sanntid og mer kontinuerlige donasjoner over lengre perioder, og hvordan dette påvirker vurderinger av organisasjonens tillitsverdighet.

Ettersom relasjonen mellom tillitsverdighet og donasjonsvillighet i denne studien har vist seg å være svakere enn antatt, kunne dette bli studert ytterligere for å avdekke eventuelle andre forklaringer. Kan det være andre ting, eksempelvis psykologiske faktorer, som påvirker doneringen? I tillegg viste resultatene fra denne studien at det eksisterer et gap mellom intensjon og handling, som kan være interessant å undersøke ytterligere.

Da utvalgsstørrelsen var en begrensning i eksperiment 2, kunne det vært interessant å se om en lignende studie med et større utvalg ville oppdage de samme funnene. I tillegg var dette eksperimentet avgrenset til å gjelde kun saker med stor distanse. Hvilket kommunikasjonsbudskap som egner seg for kortere distanser har dermed ikke blitt inkludert i denne studien, og kunne vært en interessant videreføring av funnene. Etter å ha avdekket hvilket budskap som gir positive evalueringer av organisasjonens tillitsverdighet ved liten psykologisk distanse, kunne det vært interessant å se hvordan veldedige organisasjoner gjør dette i praksis. En feltstudie av ulike norske aktører kunne gitt praktiske implikasjoner for å tilpasse kommunikasjonen på en optimal måte.

## Referanselistse

- Aron, Arthur, Elaine N. Aron og Danny Smollan. 1992. "Inclusion of Other in the Self Scale and the Structure of Interpersonal Closeness." *Journal of Personality and Social Psychology*, 63(4):596-612. PsycArticles (1993-03996-001).
- Atkin, Joann L., Megan McCardle og S. J. Newell. 2008. "The role of advertiser motives in consumer evaluations of 'responsibility' messages from the alcohol industry." *Journal of Marketing Communications*, 14(4):315-335. Business Source Complete (33210303).
- Bar-Anan, Yoav, Nira Liberman, Yaacov Trope og Daniel Algom. 2007. "Automatic Processing of Psychological Distance: Evidence From a Stroop Task." *Journal of Experimental Psychology: General*, 136(4):610-622. PsycArticles (2007-16657-006).
- Barney, Jay B. og Mark H. Hansen. 1994. "Trustworthiness as A Source of Competitive Advantage." *Strategic Management Journal*, 15:175-190. Business Source Complete (12569930).
- Bekkers, René. 2003. "Trust, Accreditation, and Philanthropy in the Netherlands." *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 32(4):596-615. SAGE Journals (10.1177/0899764003258102).
- Bekkers, René. 2004. *Giving and Volunteering In The Netherlands: Sociological and Psychological Perspectives*. Utrecht: Utrecht University.
- Bekkers, René. 2010. "Who Gives What and When? A Scenario Study of Intentions To Give Time and Money." *Social Science Research*, 39(3):369-381. Lesedato 18. januar 2017:  
<http://dx.doi.org.ezproxy.library.bi.no/10.1016/j.ssresearch.2009.08.008>

- Bligh, Michelle C. og Ronald E. Riggio. 2013. *Exploring Distance in Leader Follower Relationships: When near Is Far and Far Is Near*. New York: Routledge.
- Bogardus, Emory S. 1925. "The Occupational Attitude." *Journal of Applied Sociology*, 9:171-176. Lesedato 23. januar:  
[https://brocku.ca/MeadProject/Bogardus/Bogardus\\_1925a.html](https://brocku.ca/MeadProject/Bogardus/Bogardus_1925a.html)
- Boven, Leaf Van, Joanne Kane, Peter A. McGraw og Jeanette Dale. 2010. "Feeling Close: Emotional Intensity Reduces Perceived Psychological Distance." *Journal of Personality and Social Psychology*, 98(6):872-885. PsycArticles (2010-09990-002).
- Büttner, Oliver B. og Anja S. Göritz. 2008. "Perceived Trustworthiness of Online Shops." *Journal of Consumer Behaviour*, 7(1):35-50. Business Source Complete (31239547).
- Colquitt, Jason A., Brent A. Scott og Jeffery A. LePine. 2007. "Trust, Trustworthiness, and Trust Propensity: A Meta-Analytic Test of Their Unique Relationships With Risk Taking and Job Performance." *Journal of Applied Psychology*, 92(4):909-927. PsycArticles (2007-09571-002).
- Danzinger, S, R Montal og R Barkan. 2016. "Idealistic advice and pragmatic choice: a psychological distance account." *Journal of Personality and Social Psychology*, 102(6):1105-1117. Lesedato: 5. mai: doi: 10.1037/a0027013.
- Darke, Peter R., Michael K. Brady, Ray L. Benedictus og Andrew E. Wilson. 2016. "Feeling Close From Afar: The Role of Psychological Distance in Offsetting Distrust in Unfamiliar Online Retailers." *Journal of Retailing*, 92(3):287-299. ProQuest (1824544541).
- Duncan, Brian. 2003. "A Theory of Impact Philanthropy." *Journal of Public Economics*, 88(9-10):2159-2180. ScienceDirect (S0047272703000379).



- Edwards, Steven M., Jin Kyun Lee og Carrie La Ferle. 2009. "Does Place Matter When Shopping Online? Perceptions of Similarity And Familiarity As Indicators of Psychological Distance." *Journal of Interactive Advertising*, 10(1):35-50. Business Source Complete (49258244).
- Ein-Gar, Danit og Liat Levontin. 2013. "Giving from a distance: Putting the charitable organization at the center of the donation appeal." *Journal of Consumer Psychology*, 23(2):197-211. ScienceDirect (S1057740812001209).
- Field, Andy. 2013. *Discovering Statistics Using SPSS*. 3 utg. London: SAGE Publications.
- Fujita, Kentaro, Tal Eyal, Shelly Chaiken, Yaacov Trope og Nira Liberman. 2008. "Influencing Attitudes Toward Near And Distant Objects." *Journal of Experimental Social Psychology*, 44(3):562-572. ScienceDirect (S0022103107001503).
- Fujita, Kentaro, Henderson D. Marlone, Juliana Eng, Yaacov Trope og Nira Liberman. 2006a. "Spatial Distance and Mental Construal of Social Events." *Psychological Science*, 17(4):278-282. Business Source Complete (20238230).
- — —. 2006b. "Construal Levels and Selfcontrol." *Journal of Personality and Social Psychology*. 90(3):351-367. Lesedato 13. mars 2017: doi:10.1037/0022-3514.90.3.351.
- Furneaux, Craig W. og Walter Wymer. 2015. *Exploring antecedents and outcomes of charity trust*. ARNOVA-rapport. 11/15. Lesedato 5. februar 2017: [https://scholar.google.no/scholar?q=Exploring+antecedents+and+outcomes+of+charity+trust&btnG=&hl=no&as\\_sdt=0%2C5](https://scholar.google.no/scholar?q=Exploring+antecedents+and+outcomes+of+charity+trust&btnG=&hl=no&as_sdt=0%2C5)

- Gatignon, Hubert og Erin Anderson. 1988. "The Multinational Corporation's Degree of Control over Foreign Subsidiaries: An Empirical Test of a Transaction Cost Explanation." *Journal of Law, Economics and Organization*, 4(2):305-336.  
Lesedato 15. mars 2017: <http://www.jstor.org/stable/764925>
- Grau, Stacy Landreth og Judith Anne Garretson Folsø. 2007. "Cause-Related Marketing (CRM): The Influence of Donation Proximity and Message-Framing Cues on the Less-Involved Consumer." *Journal of Advertising*, 36(4):19-33. Business Source Complete (27956228).
- Gray, Judy H., Iain L. Densten og James C. Sarros. 2003. "Size Matters: Organizational Culture in Small, Medium and Large Australian Organizations." *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 17(1):31-46.  
Lesedato: 7. februar 2017:  
<http://dx.doi.org/10.1080/08276331.2003.10593311>
- Gregory, Derek, Ron Johnston, Geraldine Pratt, Michael J. Watts og Sarah Whatmore. 2009. *Dictionary of Human Geography*. ProQuest-utgave. Pondicherry: SPi Publisher Services.
- Ha, Young-Won og Stephen J. Hoch. 1989. "Ambiguity, Processing Strategy, and Advertising-Evidence Interactions." *Journal of Consumer Research*, 16(3):354-360. Business Source Complete (4662271).
- Hair, Joseph F., William C. Black, Barry J. Barbin og Rolph E. Anderson. *Multivariate Data Analysis*. 7 utg. Essex: Pearson Education Limited.
- Hardin, Russell. 1996. "Trustworthiness." *Ethics*, 107(1):26-42. Lesedato 20. januar 2017: <http://www.jstor.org.ezproxy.library.bi.no/stable/2382242>.
- Hardin, Russell. 2002. *Trust and Trustworthiness*. New York: Russell Sage Foundation.

- Hayes, Andrew F. 2013. *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis*. New York: The Guilford Press.
- Henderson, Marlene D., Cheryl J. Wakslak, Kentaro Fujita og John Rohrbach. 2011. "Construal Level Theory and Spatial Distance: Implications for Mental Representation, Judgment, and Behavior." *Social Psychology*, 42(3):165-173. PsycArticles (2011-14603-002).
- Hitchon, Jacqueline, Peter Duckler og Esther Thorson. 1994. "Effects of ambiguity and complexity on consumer response to music video commercials." *Journal og Broadcasting & Electronic Media*, 38(3):289-306.
- Hogg, Michael A. 2001. "A Social Identity Theory of Leadership." *Personality & Social Psychology Review*, 5(3):184-200. Business Source Complete (4802751).
- Jones, Karen. 2012. "Trustworthiness". *Ethics*, 123(1):61-85. Chicago Journals (10.1086/667838).
- Kerr, Norbert L. 1989. "Illusions of efficacy: The effects of group size on perceived efficacy in social dilemmas." *Journal of Experimental Social Psychology*, 25(4):287-313. ScienceDirect (0022103189900243).
- Ketelaar, Paul E., Marnix S. Van Gisbergen, Jan A. M. Bosman og Hans Beentjes. 2010. "The Effects of Openness on Attitude Toward the Ad, Attitude toward the Brand, and Brand Beliefs in Dutch Magazine Ads." *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 32(2):71-85. Business Source Complete (67045833).
- Kim, Hakkyun, Akshay R. Rao og Angela Y. Lee. 2009. "It's Time to Vote: The Effect of Matching Message Orientation and Temporal Frame on Political Persuasion." *Journal of Consumer Research*, 35:877-889. Lesedato 29. april 2017: doi:10.1086/593700

- Kim, Jungkeun, Peter BeomCheol Kim, Jae-Eun Kim og Vincent P. Magnini. 2016. "Application of Construal-Level Theory to Promotional Strategies in the Hotel Industry." *Journal of Travel Research*, 55(3):340-352. SAGE Journals (10.1177/0047287514550097).
- Kim, Soojung og Jiyang Bae. 2016. "Cross-cultural differences in concrete and abstract corporate social responsibility (CSR) campaigns: perceived message clarity and perceived CSR as mediators." *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1(1):1-14. Springer (s40991-016-0009-1).
- Kinsbergen, Sara og Jochem Tolsma. 2013. "Explaining Monetary Donations to International Development Organisations: A Factorial Survey Approach." *Social Science Research*, 42(6):1571-1586. Lesedato 13. januar 2017: <http://dx.doi.org.ezproxy.library.bi.no/10.1016/j.ssresearch.2013.06.01>
- Kinsbergen, Sara, Jochem Tolsma og Stijn Ruiter. 2014. "Bringing the Beneficiary Closer: Explanations for Volunteering Time in Dutch Private Development Initiatives." *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 42(1):59-83. SAGE Journals (10.1177/0899764011431610).
- Latané, Bibb. 1981. "The Psychology of Social Impact." *American Psychologist*, 36(4):343-356. PsycArticles (1982-01296-001).
- La Macchia, Stephen T., Louis R. Winnifred, Hornsey J. Matthew og Leonardelli J. Geoffrey. 2016. "In Small We Trust: Lay Theories About Small and Large Groups." *Personality and Social Psychology Bulletin*, 42(10):1321-1334. SAGE Journals (10.1177/0146167216657360).
- Leonardelli, Geoffrey J., Denise Lewin Loyd. 2016. "Optimal Distinctiveness Signals Membership Trust." *Personality and Social Psychology Bulletin*, 42(7):843-854. SAGE Journals (10.1177/0146167216643934).

- Lewin, Kurt. 1951. *Field Theory in Social Science; Selected Theoretical Papers*. New York: Harper & Row.
- Liberman, Nira og Jens Förster. 2009. "The Effect of Psychological Distance on Perceptual Level of Construal." *Cognitive Science Society*, 33:1330-1341. Lesedato 23. mars 2017: doi:10.1111/j.1551-6709.2009.01061.x
- Lin-Hi, Nick, Jacob Hörisch og Igor Blumberg. 2015. "Does CSR Matter for Nonprofit Organizations? Testing the Link Between CSR Performance and Trustworthiness in the Nonprofit Versus For-Profit Domain." *International Journal of Voluntary and Nonprofit*, 26(5):1944-1974. ProQuest (1712277559).
- Liviatan, Ido, Yaacov Trope og Nira Liberman. 2008. "Interpersonal similarity as a social distance dimension: Implications for perception of others' actions." *Journal of Experimental Social Psychology*, 44(5):1256-1269. ScienceDirect (S0022103108000723).
- Malhotra, Naresh K. 2010. *Marketing Research: An Applied Orientation*. 6. utg. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.
- Mayer, Roger C., James H. Davis og David F. Schoorman. 1995. "An Integrative Model of Organizational Trust." *Academy of Management Review*, 20(3):709-734. Business Source Complete (9508080335).
- McQuarrie, Edward F. og David Glen. 2003. "Visual and Verbal Rhetorical Figures under Directed Processing versus Incidental Exposure to Advertising." *Journal of Consumer Research*, 29(4):579-587. Business Source Complete (9479586).
- Michel, Géraldine og Sophie Rieunier. 2012. "Nonprofit Brand Image and Typicality Influences On Charitable Giving." *Journal of Business Research*, 65(5):701-707. ScienceDirect (S0148296311001123).

- Moore, Mark H. 2000. "Managing for value: Organizational strategy in for-profit, nonprofit, and governmental organizations." *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 29(1):183–204. SAGE Journals (10.1177/0899764000291S009).
- Morgan, Robert M. og Shelby D. Hunt. 1994. "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing." *Journal of Marketing*, 58(3):20-38. Business Source Complete (9408160246).
- Nooteboom, Bart. 1994. "Innovation and Diffusion in Small Firms: Theory and Evidence." *Small Business Economics*, 6(5):327-47. Business Source Complete (16844852).
- NOU 1997:21. *Offentlige anskaffelser*. Nærings- og handelsdepartementet.
- Nunnenkamp, Peter og Hannes Öhler. 2011. *Donations to US based NGOs in International Development Cooperation: How (Un-)Informed Are Private Donors?* Kiel Working Papers, 02/11. Lesedato 10. januar 2017:  
<https://www.ifw-members.ifw-kiel.de/publications/donations-to-us-based-ngos-in-international-development-cooperation-how-un-informed-are-private-donors/kwp-1680.pdf>
- Olsen, G. Douglas, Pracejus, John W. og Norman R. Brown. 2003. "When Profit Equals Price: Consumer Confusion About Donation Amounts in Cause-Related Marketing." Lesedato 5. mai:  
<https://doi.org/10.1509/jppm.22.2.170.17641>
- Park, Robert Ezra. 1924. "The Concept of Social Distance As Applied to the Study of Racial Attitudes and Racial Relations." *Journal of Applied Sociology*, 8:339-344. Lesedato 23. januar: [https://brocku.ca/MeadProject/Park/Park\\_1924.html](https://brocku.ca/MeadProject/Park/Park_1924.html)

- Preacher, Kristopher J. og Andrew F. Hayes. 2008. "Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models." *Behavior Research Methods*, 40(3):879-891. Springer (BRM.40.3.879).
- Revolv, Mathias Killengreen. 2013. *Holdning til bistand 2013*. SSB-rapport, 50/13. Lesedato 5. januar 2017: [http://www.ssb.no/offentlig-sektor/artikler-ogpublikasjoner/\\_attachment/146030?\\_ts=142046f1ca0](http://www.ssb.no/offentlig-sektor/artikler-ogpublikasjoner/_attachment/146030?_ts=142046f1ca0)
- Sargeant, Adrian og Stephen Lee. 2002. "Individual and Contextual Antecedents of Donor Trust in the Voluntary Sector." *Journal of Marketing Management*, 18(7-8):779-802. Business Source Complete (7407242).
- Sargeant, Adrian og Stephen Lee. 2004. "Donor Trust and Relationship Commitment in the U.K. Charity Sector: The Impact on Behavior." *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 33(2):185-202. SAGE Journals (0899764004263321).
- Schubert, Thomas W., og Anne Maass. 2011. *Spatial Dimensions of Social Thought*. ProQuest Ebook Central. Lesedato 10. mars 2017: <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.library.bi.no/lib/bilibrary/detail.action?docID=799413>.
- Simandan, Dragos. 2016. "Proximity, Subjectivity, and Space: Rethinking Distance in Human Geography." *Geoforum*, 75:249-252. Lesedato 16. mars 2017: <http://dx.doi.org.ezproxy.library.bi.no/10.1016/j.geoforum.2016.07.018>
- Slepian, Michael L., E. J. Masicampo og Nalini Ambady. 2015. "Cognition From on High and Down Low: Verticality and Construal Level." *Journal of Personality and Social Psychology*, 108(1):1-17. PsycArticles (2015-00656-001).

- Smith, Pamela K. og Yaacov Trope. 2006. "You Focus On The Forest When You're In Charge Of The Trees: Power Priming and Abstract Information Processing." *Journal of Personality and Social Psychology*, 90(4):578-596. PsycArticles (2006-05169-004).
- Sousa, Carlos M. P. og Frank Bradley. 2006. "Cultural Distance and Psychic Distance: Two Peas in a Pod?" *Journal of International Marketing*, 14(1):49-70. Business Source Complete (19918695).
- Sreejesh, S, Sanjay Mohapatra og M. R. Anusree. 2013. *Business Research Methods*. Sveits: Springer International Publishing.
- Taylor, Valerie A., Diane Halstead og Paula J. Haynes. 2010. "Consumer Responses to Christian Religious Symbols in Advertising." *Journal of Advertising*, 39(2):79-92. Business Source Complete (51313147).
- Tajfel, Henri. 1974. "Social Identity and Intergroup Behaviour." *Social Science Information*, 13(2):65-93. SAGE Journals (10.1177/053901847401300204).
- Trope, Yaacov, Nira Liberman og Cheryl Wakslak. 2007. "Construal Levels and Psychological Distance: Effects on Representation, Prediction, Evaluation, and Behavior." *Journal of Consumer Psychology*, 17(2):83-95. Business Source Complete (24823669).
- Trope, Yaacov og Nira Liberman. 2010. "Construal-Level Theory of Psychological Distance." *Psychological Review*, 117(2):440-463. PsycArticles (2010-06891-005).
- Vallacher, Robin R. og Daniel M. Wegner. 1989. "Levels of Personal Agency: Individual Variation in Action Identification." *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(4):660-671. PsycArticles (1990-01330-001).



Varadarajan, Rajan P. og Anil Menon. 1988. "Cause-Related Marketing: A Coalignment of Marketing Strategy and Corporate Philanthropy." *Journal of Marketing*, 52(3):58-74. Lesedato 02. mars 2017: <http://dx.doi.org/10.2307/1251450>.

Wang, Xuehua og Zhilin Yang. 2013. "Inter-firm opportunism: A meta-analytic review and assessment of its antecedents and effect on performance." *The Journal of Business & Industrial Marketing*, 28(2):137-146. Emerald Group Publishing Limited: (08858624).

Wilhelmsen, Marit. 2010. *Holdning til bistand 2010*. SSB-rapport, 05/11. Lesedato 4. januar 2017: [https://www.ssb.no/a/publikasjoner/pdf/rapp\\_201113/rapp\\_201113.pdf](https://www.ssb.no/a/publikasjoner/pdf/rapp_201113/rapp_201113.pdf)

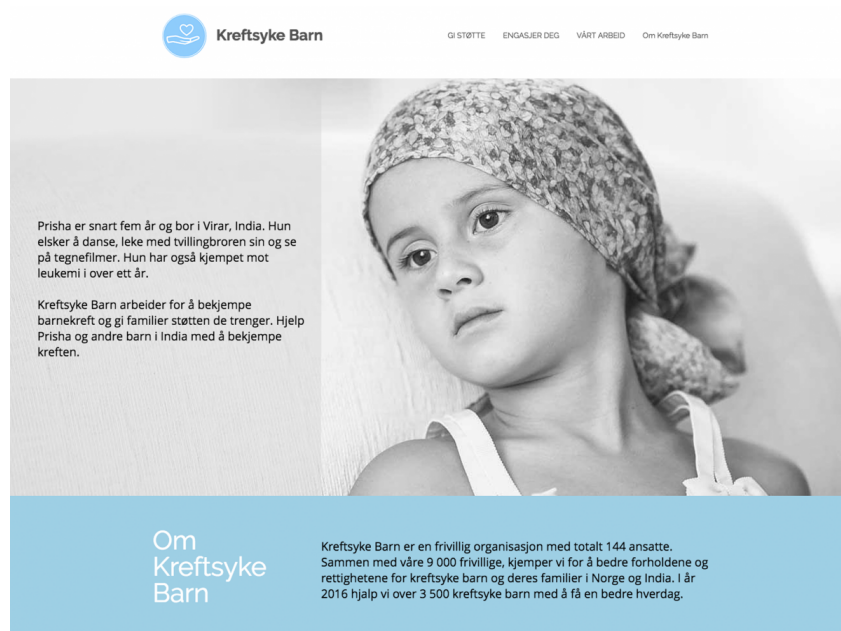
Williams, Lawrence E. og John A. Bargh. 2008. "Keeping One's Distance: The Influence of Spatial Distance Cues on Affect and Evaluation." *Psychological Science*, 19(3):302-308. Business Source Complete (31147714).

WIX. Om oss. Lesedato: 3. mai 2017: <https://no.wix.com/about/us>

## Vedlegg I: Spørreskjema, forundersøkelse

1. Takk for at du tar deg tid til denne undersøkelsen i forbindelse med min masteroppgave. På neste side vil du bli presentert for en utskrift av en nettside til en veldedig organisasjon. Det er viktig at du leser teksten nøye før du svarer på undersøkelsen. Testen er ikke mobilvennlig. Svarene du avgir blir behandlet anonymt. Takk igjen for bidraget ditt!

2. (Utdeling av én av veldedighetsnettsidene).



Kreftsyste Barn

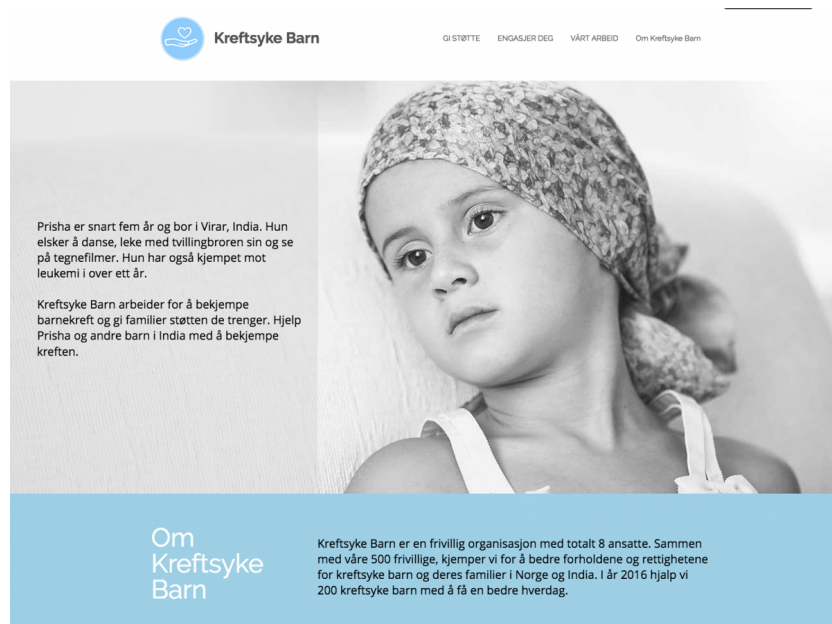
GI STØTTE ENGASJER DEG VÅRT ARBEID Om Kreftsyste Barn

Prisha er snart fem år og bor i Virar, India. Hun elsker å danse, leke med tvillingbroren sin og se på tegnefilmer. Hun har også kjempet mot leukemi i over ett år.

Kreftsyste Barn arbeider for å bekjempe barnekreft og gi familier støtten de trenger. Hjelp Prisha og andre barn i India med å bekjempe kreften.

Om Kreftsyste Barn

Kreftsyste Barn er en frivillig organisasjon med totalt 144 ansatte. Sammen med våre 9 000 frivillige, kjemper vi for å bedre forholdene og rettighetene for kreftsyste barn og deres familier i Norge og India. I år 2016 hjalp vi over 3 500 kreftsyste barn med å få en bedre hverdag.



Kreftsyste Barn

GI STØTTE ENGASJER DEG VÅRT ARBEID Om Kreftsyste Barn

Prisha er snart fem år og bor i Virar, India. Hun elsker å danse, leke med tvillingbroren sin og se på tegnefilmer. Hun har også kjempet mot leukemi i over ett år.

Kreftsyste Barn arbeider for å bekjempe barnekreft og gi familier støtten de trenger. Hjelp Prisha og andre barn i India med å bekjempe kreften.

Om Kreftsyste Barn

Kreftsyste Barn er en frivillig organisasjon med totalt 8 ansatte. Sammen med våre 500 frivillige, kjemper vi for å bedre forholdene og rettighetene for kreftsyste barn og deres familier i Norge og India. I år 2016 hjalp vi 200 kreftsyste barn med å få en bedre hverdag.

4. Denne saken omhandlet en...

- nasjonal sak
- internasjonal sak

5. Antall ansatte som jobber for Kreftsyke Barn

- 8
- 250
- 144

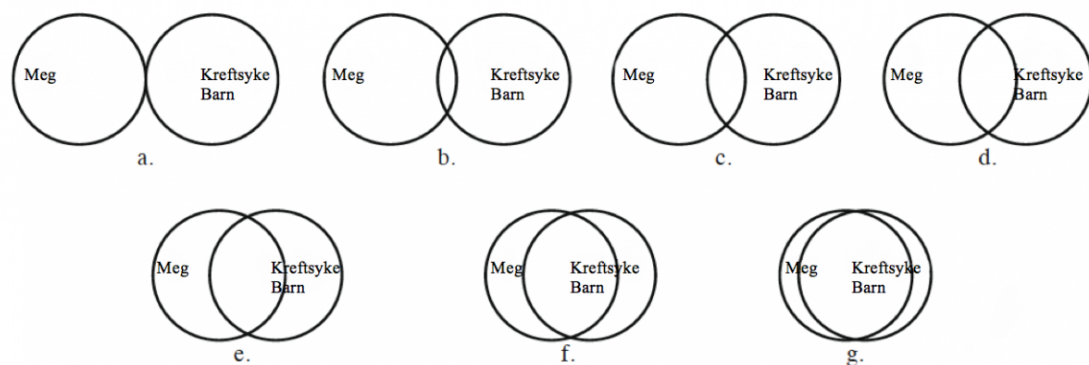
6. I hvilken grad opplever du organisasjonen å være...

	1	2	3	4	5	6	7	
Liten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Stor
Lite kompleks	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Svært kompleks
Lite omfattende	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Svært omfattende

7. Under er noen utsagn andre har sagt om Kreftsyke Barn. Se for deg hvordan ditt forhold er til denne organisasjonen, ut ifra informasjonen som er gitt. Hvor enig er du i følgende...?

	Ikke i det hele tatt						Veldig mye
Jeg kan identifisere meg med Kreftsyke Barn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kreftsyke Barn har like oppfatninger som meg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kreftsyke Barn har like holdninger som meg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg føler en nærhet til organisasjonen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kreftsyke Barn samsvarer med mine verdier	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Ut ifra informasjonen du har fått: Hvilken figur representerer hvor nær du føler deg Kreftsyrke Barn?



- a.
- b.
- c.
- d.
- e.
- f.
- g.

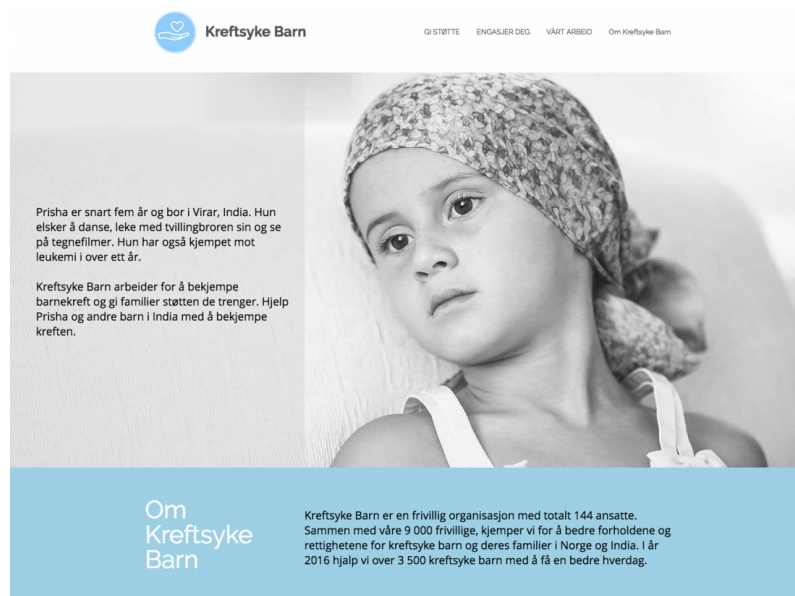
9. Avslutningsvis vil jeg gjerne at du ser for deg en rekke handlinger. Handlingen kan beskrives på ulike måter, hvor jeg er ute etter måten du velger å løse den gitte situasjonen. Vennligst velg den måten som beskriver handlingen best for deg. Det er ingen riktig eller feil måte i denne sammenhengen.

Plukke et eple	<input type="radio"/> Plukke et eple fra et tre	<input type="radio"/> Ta deg noe å spise
Male et rom	<input type="radio"/> Bruke en malekost	<input type="radio"/> Få rommet til å se "fresht" ut
Låse en dør	<input type="radio"/> Vri om nøkkelen	<input type="radio"/> Sikre huset
Stemme ved valg	<input type="radio"/> Fylle ut en stemmeseddel	<input type="radio"/> Ha innflytelse på valgresultatet
Gjennomføre en personlighetstest	<input type="radio"/> Svare på spørsmål	<input type="radio"/> Avsløre hvordan du er
Hilse på noen	<input type="radio"/> Si hallo	<input type="radio"/> Være vennlig
Ta en test	<input type="radio"/> Svare på spørsmål	<input type="radio"/> Vise frem kunnskap
Motstå fristelser	<input type="radio"/> Si nei	<input type="radio"/> Vise moral og mot
Reise i bil	<input type="radio"/> Se omgivelser	<input type="radio"/> Følge et kart
Snakke til et barn	<input type="radio"/> Bruke enkle ord	<input type="radio"/> Lære et barn noe

## Vedlegg II: Spørreskjema, eksperiment 1

1. Takk for at du tar deg tid til denne undersøkelsen! På neste side vil du bli presentert for en utskrift av en nettside til en veldedig organisasjon. **Det er viktig at du leser informasjonen nøye før du svarer på spørsmålene.** Testen er ikke mobilvennlig og svarene du avgir blir behandlet anonymt. Takk igjen for bidraget ditt!

2. (Utdeling av én av veldedighetsnettsidene).



Kreftsyke Barn

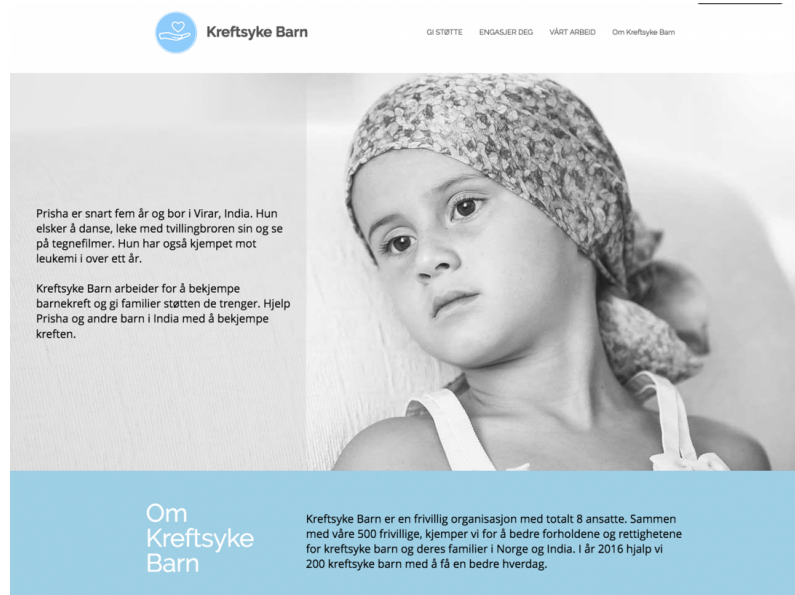
GI STØTTE ENGASJER DEG VÅRT ARBEID Om Kreftsyke Barn

Prisha er snart fem år og bor i Virar, India. Hun elsker å danse, leke med tvillingbroren sin og se på tegnefilmer. Hun har også kjempet mot leukemi i over ett år.

Kreftsyke Barn arbeider for å bekjempe barnekreft og gi familier støtten de trenger. Hjelp Prisha og andre barn i India med å bekjempe kreften.

Om Kreftsyke Barn

Kreftsyke Barn er en frivillig organisasjon med totalt 144 ansatte. Sammen med våre 9 000 frivillige, kjemper vi for å bedre forholdene og rettighetene for kreftsyke barn og deres familier i Norge og India. I år 2016 hjalp vi over 3 500 kreftsyke barn med å få en bedre hverdag.



Kreftsyke Barn

GI STØTTE ENGASJER DEG VÅRT ARBEID Om Kreftsyke Barn

Prisha er snart fem år og bor i Virar, India. Hun elsker å danse, leke med tvillingbroren sin og se på tegnefilmer. Hun har også kjempet mot leukemi i over ett år.

Kreftsyke Barn arbeider for å bekjempe barnekreft og gi familier støtten de trenger. Hjelp Prisha og andre barn i India med å bekjempe kreften.

Om Kreftsyke Barn

Kreftsyke Barn er en frivillig organisasjon med totalt 8 ansatte. Sammen med våre 500 frivillige, kjemper vi for å bedre forholdene og rettighetene for kreftsyke barn og deres familier i Norge og India. I år 2016 hjalp vi 200 kreftsyke barn med å få en bedre hverdag.



Emilie er snart fem år og bor i Norge. Hun elsker å danse, leke med tvillingbroren sin og se på tegnefilmer. Hun har også kjempet mot leukemi i over ett år.

Kreftsyke Barn arbeider for å bekjempe barnekreft og gi familier støtten de trenger. Hjelp Emilie og andre barn i Norge med å bekjempe kreften.



### Om Kreftsyke Barn

Kreftsyke Barn er en frivillig, landsdekkende organisasjon med totalt 144 ansatte. Sammen med våre 10 000 frivillige, kjemper vi for å bedre forholdene og rettighetene for kreftsyke barn og deres familier i Norge. I år 2016 hjalp vi over 3000 kreftsyke barn med å få en bedre hverdag.



Emilie er snart fem år og bor i Norge. Hun elsker å danse, leke med tvillingbroren sin og se på tegnefilmer. Hun har også kjempet mot leukemi i over ett år.

Kreftsyke Barn arbeider for å bekjempe barnekreft og gi familier støtten de trenger. Hjelp Emilie og andre barn i Norge med å bekjempe kreften.



### Om Kreftsyke Barn

Kreftsyke Barn er en frivillig, landsdekkende organisasjon med totalt 8 ansatte. Sammen med våre 500 frivillige, kjemper vi for å bedre forholdene og rettighetene for kreftsyke barn og deres familier i Norge. I år 2016 hjalp vi over 200 kreftsyke barn med å få en bedre hverdag.

### 3. Denne saken omhandlet en...

- nasjonal sak
- internasjonal sak

### 4. Hvordan tolker du denne veldedighetssaken å være...

	1	2	3	4	5	6	7	
Nær	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Fjern
Lokal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Global
Konkret	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Abstrakt
Spesifikk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Generell

5. Antall ansatte som jobber for Kreftsyke Barn

- 8
- 144

6. I hvilken grad opplever du organisasjonen å være...

	1	2	3	4	5	6	7	
Liten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Stor
Lite kompleks	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Svært kompleks
Lite omfattende	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Svært omfattende

7. Under er noen utsagn andre har sagt om Kreftsyke Barn. Se for deg hvordan ditt forhold er til denne organisasjonen ut ifra informasjonen som er gitt. Hvor enig er du i følgende...?

	Veldig enig	Enig	Noe enig	Verken enig eller uenig	Noe uenig	Uenig	Veldig uenig
Jeg kan identifisere meg med Kreftsyke Barn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kreftsyke Barn har like oppfatninger som meg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kreftsyke barn har like holdninger som meg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Jeg opplever denne organisasjonen å...

	Veldig enig	Enig	Noe enig	Verken enig eller uenig	Noe uenig	Uenig	Veldig uenig
være veldig kompetent	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
være i stand til å tilfreds-stille mine behov som donor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kunne gi gode råd og anbefalinger	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Denne organisasjonen...

	Veldig enig	Enig	Noe enig	Verken enig eller uenig	Noe uenig	Uenig	Veldig uenig
er genuint interessert i mine behov som donor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
setter mine behov og interesser før organisasjonens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
behandler meg rettferdig hvis problemer skulle oppstå	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



10. Hvor enig/uenig er du i følgende utsagn...

	Veldig enig	Enig	Noe enig	Verken enig eller uenig	Noe uenig	Uenig	Veldig uenig
Jeg er fornøyd med hvordan organisasjonen opererer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Organisasjonen kan operere med god samvittighet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg tror på uttalelsene som organisasjonen presenterer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Avslutningsvis vil vi gi en mulighet til å donere til organisasjonen. Bruk slideren for å bestemme hvilket beløp du ønsker å donere til Kreftsyke Barn.



Doneringen vil fullføres på neste side.

12. Kjønn

- Kvinne
- Mann

13. Alder

14. Til slutt vil vi informere om at organisasjonen og nettsiden er fiktiv. Av den grunn, er den eventuelle donasjonen ikke mulig å gjennomføre. Intensjonen er derimot like interessant! Tusen takk for ditt bidrag!

### Vedlegg III: Spørreskjema, eksperiment 2

1. Takk for at du tar deg tid til denne undersøkelsen! På neste side vil du bli presentert for en sak til en veldedig organisasjon. **Det er viktig at du leser informasjonen nøye før du svarer på spørsmålene.** Vi er kun ute etter din umiddelbare respons. Svarene du avgir blir behandlet anonymt. Takk igjen for bidraget ditt!

2. (Utdeling av **én** veldedighetssak).

Vi ønsker at du skal sette deg inn i en veldedighetssak fra SOS-barnebyer. Saken som presenteres sentrerer seg i landsbyen Raipur, India, og omhandler foreldreløse barn. Uavhengig av hvilket engasjement du har bidratt med tidligere, vil vi at du skal vurdere informasjonen som blir gitt:

*”Kiara (6) ble forlatt av foreldrene som fireåring og vokste opp uten omsorg, skolegang og helseoppfølging. SOS-barnebyer arbeider for at barn som Kiara opplever den beste prosessen ved å få nye adoptivforeldre. Hvert bidrag gir henne hjelp til å få en trygg oppvekst, utdanning, helsetjenester og til å komme seg ut av fattigdom. Som barnebyfadder bidrar du til at ett barn som Kiara kan fortsette å bo med sin SOS-familie i trygge omgivelser. Hjelp ett barn med å få en stabil oppvekst i en trygg familie i dag.”*



Vi ønsker at du skal sette deg inn i en veldedighetssak fra SOS-barnebyer. Saken som presenteres sentrerer seg i India, og omhandler foreldreløse barn. Uavhengig av hvilket engasjement du har bidratt med tidligere, vil vi at du skal vurdere informasjonen som blir gitt:

*”Flere barn i India blir utsatt for å vokse opp uten trygghet. SOS-barnebyer støtter barn, unge og familier i hele India med omsorgsordninger. Våre bidrag gir håp til barna. Som barnebyfadder gir du en mulighet til å hjelpe utsatte barn. Hjelp barn og unge som trenger støtte i dag.”*



### 3. Hvordan tolker du denne veldedighetssaken å være...

	1	2	3	4	5	6	7	
Nær	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Fjern
Detaljert	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Helhetlig
Konkret	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Abstrakt
Spesifikk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Generell

#### 4. Jeg opplever denne organisasjonen å...

	Veldig enig	Enig	Noe enig	Verken enig eller uenig	Noe uenig	Uenig	Veldig uenig
være veldig kompetent	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
være i stand til å tilfreds-stille mine behov som donor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kunne gi gode råd og anbefalinger	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

#### 5. Denne organisasjonen...

	Veldig enig	Enig	Noe enig	Verken enig eller uenig	Noe uenig	Uenig	Veldig uenig
er genuint interessert i mine behov som donor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
setter mine behov og interesser før organisasjonens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
vennligst ikke svar på dette spørsmålet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
behandler meg rettferdig hvis problemer skulle oppstå	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Hvor enig/uenig er du i følgende utsagn...

	Veldig enig	Enig	Noe enig	Verken enig eller uenig	Noe uenig	Uenig	Veldig uenig
Jeg er fornøyd med hvordan organisasjonen opererer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Organisasjonen kan operere med god samvittighet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg tror på uttalelsene som organisasjonen presenterer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Hvor enig er du i påstanden etter å ha lest informasjonen: "Hvis jeg skulle bidratt med penger til en veldedig organisasjon, ville jeg donert til SOS-barnebyer."

- Enig
- Noe enig
- Verken enig eller uenig
- Noe uenig
- Uenig

8. Kjønn

- Kvinne
- Mann

9. Alder

10. Til slutt vil vi informere om at veldedighetsaken er fiktiv. Tusen takk for ditt bidrag og god sommerferie!