

SPL 4901

MHPCC 08V

Masteroppgave i helsefremmede arbeid og
omsorg i lokalsamfunnet

Anita Gretland Karlsen

Master

”Vi blir jo tross alt bedre og bedre...”

**En kvalitativ studie av endringer i livssituasjonen til selgerne av
gatemagasinet = Fredrikstad**



Høgskolen i Gjøvik

Høgskolen i Gjøvik, seksjon for helse, omsorg og sykepleie,

Antall ord: 22944

SAMMENDRAG

Introduksjon: Studiens tema er endringer i livssituasjonen til selgerne av gatemagasinet = Fredrikstad, slik de selv beskriver det. Teoretiske perspektiver er empowerment, anerkjennelse, tilhørighet, stigma og sosial kapital. Det helsefremmende perspektivet i endringene, og selgernes plass i lokalsamfunnet er også elementer i studien.

Metode: Forskningsdesignet er induktivt, kvalitativt, og med en fenomenologisk - hermeneutisk tilnærming til materialet.

Det er gjennomført individuelle, semistrukturerte intervjuer med fem respondenter, selgere av gatemagasinet = Fredrikstad. Åpen, deltagende observasjon er brukt som supplerende metode.

Analysen er basert på den kvalitative forskningstradisjon. Dataene ble konsolidert og kategorisert etter et opplegg av Max Van Manen (1997), og tankegangen i den hermeneutiske sirkel,. Resultatene presenteres i en modell med essensielt tema, temaer og subtemaer

Resultater: Det framkom et essensielt tema og tre temaer med subtemaer. Respondentene beskriver både store og små endringer i livet, som følge av selgerjobben. Stikkord er blant annet følelsen av større tilhørighet, å føle seg mer lik andre, følelse av økt anerkjennelse, og større frihet.

Emneord: Anerkjennelse, empowerment, gatemagasin, stigma, tilhørighet.

Summary

Title: "In spite of everything, we are getting better and better..."

Introduction: The subject of the study is changes in lifesituations for salesmen of streetmagazine = Fredrikstad, as described by themselves. Theoretical perspectives are empowerment, recognition, belonging, stigma and social capital. The health promotion - perspective of the life changes, and the salesmen's participation in the local community are also elements in the study

Methods: The design is inductive, qualitative and with a phenomenological – hermeneutic approach.

I accomplished a qualitative study by conducting individual, semistructured interviews with five respondents. Open, participant observation was conducted as supplementary method.

Analyses were grounded on the qualitative research tradition. Analysis involved consolidating and categorizing the subjects' intentions, inspired by Max Van Manen (2007) and hermeneutic sircel. Results are presented in a model with essential theme, themes and subthemes.

Results: Results show one essential theme and the three themes, with subthemes. The respondents describes both small and large changes in their lives, due to the job as salesmen. Keywords are the feeling of increased belonging, to feel more like other people, increased feeling of recognition, and more freedom.

Keywords: Belonging, empowerment, street magazine, recognition, stigma.

FORORD

Masteroppgaven er innspurten på fire fantastiske, flotte, frustrerende, men mest av alt lærerike år. Gjøvik, Hamar og Lillehammer, høyskolene, lærerne som jobber der, naturen og kulturen. Alt dette har jeg blitt kjent med, og glad i gjennom disse fire årene. I tillegg har jeg fått være ”vertskap”, og fått vist fram byen min Fredrikstad når samlingene har vært her.

Mine medstudenter fra hele landet har gitt meg inspirasjon, og blitt venner for livet. Mange lærere fra de fire høyskolene har, på ulike måter, satt både faglige og personlige spor i disse årene. Takk, alle sammen.

Førsteamanuensis Hans Wiggo Kristiansen var min veileder i planleggingsfasen og i de første månedene av studien. Da han byttet jobb, steppet førsteamanuensis Geir V. Berg inn som ny veileder på kort varsel, og fulgte meg veien fram. Takk til begge to, for rettledning, motivasjon og god inspirasjon i arbeidet.

Tusen takk til de ansatte og frivillige i gatemagasinet = Fredrikstad, som fra første kontakt var positive til planene mine og stilte opp på alle måter.

En stor takk til mannen min som har ikke bare har holdt ut, men også backet opp og heiet meg gjennom studiet, til tross for mange dager og timer uten meg. Tre fine, voksne unger har inspirert meg, overbevist meg om at de er stolte av meg, og fått meg tilbake på sporet når det har buttet imot. Jeg håper jeg om noen uker kan sende dem en glad melding: Jeg klarte det!

Til slutt den viktigste og største takken: Den går til de fem magasinselgerne som sa ja til å snakke med meg, og lot meg få innblikk i livene sine på en så åpenhjertig og flott måte. De har gjort studien mulig, og bidratt til ny innsikt og kunnskap. De har gitt meg mening i arbeidet, og lyst til å jobbe videre på feltet.

Et utsagn fra en av selgerne publisert på magasinets facebookside i januar i år, gjorde at jeg bestemte meg endelig for tema for studien, og har også vært en god inspirasjon til å gjennomføre:

”Vi er nok som vi var, men vi har nok vokst siden vi var den vi var for en stund siden. Vi blir jo tross alt bedre og bedre... Fordi vi får noe gjennom arbeidsdagen.”

Rolvøy i Fredrikstad den 13.12.2011

Anita Gretland Karlsen

INNHold

Innhold

SAMMENDRAG	2
SUMMARY	3
FORORD	4
INNHold	5
1. INNLEDNING	8
1.1 HVA ER GATEMAGASINET = FREDRIKSTAD	8
1.2 BAKGRUNN FOR VALG AV TEMA	9
1.3 = FREDRIKSTAD I LOKALSAMFUNNET	11
1.4 HVORFOR HØRE SELGERNES STEMME?	13
1.5 PROBLEMSTILLING	15
2. TEORI	16
2.1 HELSEFREMMEDE PERSPEKTIVER OG LOKALSAMFUNNETS RESSURSER	17
2.1.1 <i>Helsefremmende perspektiver</i>	17
2.1.2 <i>Sosial kapital</i>	17
2.1.3 <i>Empowerment</i>	19
2.2 Å VÆRE I LOKALSAMFUNNET	20
2.2.1 <i>Lokalsamfunnet</i>	20
2.2.2 <i>Tilhørighet</i>	21
2.2.3 <i>Anerkjennelse</i>	22
2.2.4 <i>Stigma</i>	23
2.3 RELEVANT FORSKNING	24
3. METODE	29
3.1 VITENSKAPSTEORETISK TILNÆRMING OG METODE	29

3.2	UTVALG	32
3.2.1	<i>Hvem er respondentene?</i>	34
3.3	DATAINNSAMLINGEN	34
3.4	BEARBEIDING OG ANALYSE	37
3.5	ETIKK	40
3.6	METODISKE VURDERINGER	42
3.6.1	<i>Gyldighet</i>	42
3.6.2	<i>Pålitelighet</i>	43
3.6.3	<i>Generaliserbarhet</i>	44
3.6.4	<i>For forståelse</i>	45
4.	HVA FORTALTE RESPONDENTENE?	47
4.1	OPPLEVER TILHØRIGHET GJENNOM....	49
4.1.1	<i>Å føle lojalitet</i>	49
4.1.2	<i>Å bety noe for andre</i>	51
4.1.3	<i>Å bli akseptert</i>	53
4.2	OPPLEVER Å BLI MER LIK ANDRE GJENNOM....	56
4.2.1	<i>Å gjøre en ærlig jobb</i>	56
4.2.2	<i>Å ha en normal døgnrytme</i>	57
4.2.3	<i>Å snakke med nyktre folk</i>	58
4.3	OPPLEVER ØKT FRIHET GJENNOM....	59
4.3.1	<i>Å ha bedre økonomi</i>	59
4.3.2	<i>Å kunne bidra til fellesskapet</i>	59
4.3.3	<i>Å kunne bestemme mer selv</i>	60
4.4	OPPSUMMERING AV RESULTATENE	61

5. DISKUSJON	63
5.1 HVORDAN FRAMSTÅR ENDRINGENE I EGNE RESSURSER OG I FORHOLDET TIL LOKALSAMFUNNET?.....	63
5.2 HELSEFREMMEDE PERSPEKTIVER.....	71
5.3 METODEKRITIKK.....	73
6. OPPSUMMERING OG KONKLUSJON	75
6.1 FORSLAG TIL VIDERE FORSKNING.....	77
LITTERATURLISTE	78
VEDLEGG A I.....	82
VEDLEGG B.....	84
VEDLEGG C.....	85
VEDLEGG D I.....	86

1. INNLEDNING

Kapittelet gir introduksjon til, og bakgrunn for studiens tema. Studiens problemstilling og forskningsspørsmål presenteres til slutt i kapittelet.

Temaet for studien er endringer i livssituasjonen til selgerne av gatemagasinet = Fredrikstad, slik de selv beskriver det. Temaet ses i lys av begrepene empowerment, anerkjennelse, tilhørighet, stigma og sosial kapital, og i tillegg belyses det helsefremmende perspektivet i endringene. Selgernes plass i lokalsamfunnet er også et element i studien.

1.1 Hva er gatemagasinet = Fredrikstad

Gatemagasinet = Fredrikstad ble startet i juni 2009 etter en sosial forretningsmodell utviklet i USA og England. Utgiver er stiftelsen Erlik, som også gir gatemagasiner andre steder i landet.. Magasinet er medlem av det internasjonale nettverket International Network of Streetpapers (INSP) som har over åtti medlemsmagasiner i over tretti land (Erlik Fredrikstad 2009).

Et gatemagasin er et magasin eller en avis som selges av hjemløse, narkomane og andre mennesker ”på gata”. Målet er å hjelpe vanskeligstilte og sosialt utstøtte til å få et bedre liv og økt verdighet gjennom å tilby hederlig arbeid, slik at de ikke må ty til tigging eller vinningsforbrytelser. Verdighet, forståelse og like rettigheter er nøkkelord for hele gatemagasinbevegelsen. Det arbeides for at alle skal ha de samme rettighetene når det gjelder rettsvern, utdanning og helse. Målet om større toleranse og forståelse av vanskeligstiltes livssituasjon er en viktig del i arbeidet. For svært mange representerer magasinsalg en kilde til selvrespekt og inkludering i samfunnet (ibid).

På magasinets nettside kan vi videre lese at = Fredrikstad er et partipolitisk uavhengig og reklamefritt gatemagasin, som vil fungere som et talerør for vanskeligstilte og sosialt utstøtte. Viktige mål ved virksomheten er å styrke selvilliten til selgerne ved å tilby hjelp til selvhjelp, skape debatt omkring sosiale spørsmål og endre holdninger i forhold til vanskeligstilte og sosialt utstøtte. Det siste skal oppnås blant annet i møtet mellom kjøper og selger (ibid).

=Fredrikstad er et nonprofit magasin, det er ingen eiere som krever gevinst av driften. Bladet selges av vanskeligstilte, i hovedsak rusmiddelmissbrukere, på gaten i Fredrikstad og omegn. Selgerne rekrutteres ved at de selv kommer og søker på jobb. Alle må gjennom intervju før de får jobben, og må underskrive en arbeidskontrakt når de begynner å jobbe. Magasiner kjøpes av selgerne for 25 kroner per stykke, og selges videre til kundene for 50 kroner. Inntekten på salget er skattefri. Et eventuelt driftsoverskudd kommer også selgerne til gode, i form av aktivitetstilbud, materiell og diverse prosjekter.

Det er to ansatte i magasinet, en redaktør i 100 % stilling og en daglig leder i 50 % stilling. Mange frivillige er tilknyttet tiltaket. De frivillige er i magasinets lokale på skift, bistår med utlevering av magasinene, snakker med selgerne og gjør forefallende, praktisk arbeid.

Magasinet holder til i et lite lokale i sentrum av byen, bestående av ett stort rom med kontor i et lite avlukke i hjørnet. Lokalet er oppmøtestedet for alle selgerne når de henter ut magasinene de ønsker å selge hver dag. Det er det alltid enten ansatte eller frivillige til stede i åpningstiden. Mange selgere er innom daglig, enten for å hente ut bladene, eller bare for å treffe andre og slå av en prat. Daglig er også mange andre innom, folk som kommer med mat og gaver, samarbeidspartene, eller andre som bare vil se hvordan det er der, eller treffe folk.

Det har blitt solgt om lag 6000 eksemplarer av magasinet hver måned siden oppstarten.

Fra september 2011 gikk magasinet over til å ha hele Østfold som nedsalgfelt og byttet navn til = Østfold. Målet er å gi jobb også til vanskeligstilte i de andre byene i Østfold i tiden framover.

1.2 Bakgrunn for valg av tema

Målet med Master of Health Promotion and Community Care (MHPCC) - studiet er blant annet å utvikle kunnskap som vil bidra til en bedret livssituasjon for utsatte og sårbare grupper, og å bidra til sosial rettferdighet, deltagelse og likeverd i samfunnet. Dette skal oppnås blant annet gjennom å utvikle handlingskompetanse innen ressursmobiliserende arbeid (Høgskolen i Gjøvik 2009).

Siden jeg startet på studiet, har et prosjekt rundt gruppen rusmiddelmissbrukere vært planlagt som tema for masteroppgaven. Dette henger sammen med både min utdanningsbakgrunn, yrkeskarriere og et personlig engasjement overfor gruppen. Av alle marginaliserte, svake grupper er dette den gruppen som kanskje sliter mest i vårt samfunn, slik jeg ser det. Tiltak som = Fredrikstad må sies å være et tilbud som tar opp i seg mye av målsettingen i læreplanen for MHPCC.

Mange ser på rusmiddelmissbrukere som mennesker som kan skylde seg selv for den situasjonen de er i. Det er mange slike holdninger i samfunnet, som gjør det enda vanskeligere for den enkelte rusmiddelmissbruker. Ved innføringen av rusreformen i 2004 ble rus et helserelatert spørsmål. Rusmiddelmissbrukeres rettigheter er ikke lenger bare regulert av sosiallovgivningen alene, men også forankret i loven om spesialisthelsetjenester (Lov om spesialisthelsetjenester 1997). Rusreformen innebar at de fikk pasientrettigheter etter Lov om pasientrettigheter, på lik linje med andre ”sykdomsgrupper” (Pasientrettighetsloven 1999). Men det er fortsatt slik at i motsetning til for eksempel psykisk syke, som får sine medisiner på legal måte gjennom leger, er de fleste av rusmiddelmissbrukerne avhengige av illegale stoffer til høye priser. Avhengigheten medfører at de gjør noe ulovlig hver dag bare ved å bruke rusmiddelet, fordi det er brudd på både legemiddeloven og straffeloven. I tillegg fører misbruket til mye kriminalitet for å skaffe seg nødvendige midler til å kjøpe stoffet. Det er mange rusmiddelmissbrukere som har mange opphold i fengsel, både bak seg og foran seg.

Behandlingstilbudet til gruppen er sammensatt og mangfoldig, Ingen ser ut til å ha funnet svaret på hva den beste behandlingen er. I dag, som tidligere, er det lang ventetid for å komme inn til behandling, og få tilbud i ventetiden. Stadig flere av tilbudene til rusmiddelmissbrukerne har blitt polikliniske, noe som har gjort det vanskeligere for mange. De klarer ikke å forholde seg faste dager eller til timeavtaler, og går glipp av mye av det tilbudet de trenger og har rett på. Erfaringene er basert på opplevelser i mitt eget arbeid.

Mange rusmiddelmissbrukere er i dag i legemiddelassistert rehabilitering (LAR). Antallet har økt betraktelig etter endringen i retningslinjene for LAR i 2010 (Helsedirektoratet 2010). Kommunene har ikke klart å legge til rette for aktiviteter,

sysselsettingstiltak eller jobber, i takt med økningen i antall LAR – deltagere. For den enkelte bruker medfører det at utover det å få den faste dosen med metadon eller subutex, er det lite som skjer i hverdagen. Som en følge av at de selv blir bedre fungerende ønsker de å kutte kontakten med det gamle miljøet. De klarer ikke å finne alternative miljøer, og dette resulterer at de blir sittende mye alene.

Tiltak som = Fredrikstad gir et reelt og reall tilbud om sysselsetting, og noe å fylle dagene med. Det gir i tillegg den enkelte selgeren mulighet til å bli del av et nettverk, noe som kan bidra til å skape muligheter for nye aktiviteter. Det er mye godt helsefremmende arbeid i å gi enkeltpersoner, eller for så vidt grupper, følelsen av større kontroll over og mestring av sitt eget liv, det å få følelse av tilhørighet og annet syn på egen identitet.

Som innbygger i Fredrikstad har jeg fulgt med = Fredrikstad siden oppstarten, og observert hvordan selgerne ble synlige i bybildet og salgssteder utenfor byen, på en annen måte enn tidligere. Pressedekningen og annet fokus på tiltaket gjorde at jeg ble nysgjerrig på om tiltaket virket så bra som det så ut fra mitt ståsted. Det ble mer og mer aktuelt med en studie rundt dette tiltaket, dersom det lot seg gjøre. Jeg laget en skisse til forslag til studie, og kontaktet redaktøren i magasinet. Hun fikk en kort informasjon om meg, om masterstudiet og om prosjektet som var ønskelig å gjennomføre. Videre ba jeg om hennes vurdering av om det i det hele tatt var mulig å gjennomføre det som var ønskelig å få til. Redaktøren var umiddelbart positiv til planene. Hun mente det ville la seg gjennomføre, og at studien ville være positivt for både selgerne og for magasinet som tiltak. Vi avtalte et møte der hun ble nærmere orientert om planene, og om kriterier for utvelgelse av respondenter. Hun fikk også et informasjonsskriv om meg, masterstudiet og om studien, som hun kunne dele ut til aktuelle kandidater (vedlegg A).

1.3 = Fredrikstad i lokalsamfunnet

De fleste av de som selger magasiner i dag, var tidligere synlige i bybildet i Fredrikstad som tunge rusmiddelmissbrukere. Mange av dem sto på ulike steder i sentrum og tigget penger av forbipasserende. Det ble kjøpt og solgt stoff åpenlyst på gatene. Det var stor misnøye med dette i lokalsamfunnet. Folk skrev leserbrev i

avisene og innlegg på nettet, for å få dem vekk fra gatebildet i sentrum. Holdningene så ut til å endre seg raskt etter at = Fredrikstad ble etablert, og de begynte å selge bladene.

Magasinet ble svært positivt mottatt i lokalsamfunnet, og populariteten ser ut til å holde seg. Da magasinet feiret sitt ett års – jubileum i juni 2010 møtte 500 mennesker opp for å delta på festen. Det samme gjentok seg ved toårsfeiringen denne sommeren. En feiring der for øvrig magasinet lanserte egen CD med musikk og tekster også fra noen av selgerne En av selgerne sto på scenen og framførte egne tekster sammen med fullt band.

Engasjementet i lokalsamfunnet, gjør seg gjeldende på mange måter. Magasinet har egen facebookside med over 5000 medlemmer. Der etterlyste de blant annet en frisør som kunne stille opp og klippe selgerne for en billig penge. Samme kveld var en frisør på banen, og møter nå opp i lokalet til magasinet faste dager og tilbyr sine tjenester. I magasinets lokaler er det nesten daglig er mennesker innom lokalet med gaver i form av klær, mat eller andre ting. Mange av byens innbyggere stikker innom bare for å slå av en prat.

En lokal idrettsstjerne deltar i høst som leder av et av lagene i ”Fangene på fortet” på TV. Laget vant konkurransen og ga hele premiesummen til = Fredrikstad.

Fotballaget ”En for alle” startet denne høsten opp som et samarbeid mellom Fredrikstad fotballklubb, Fredrikstad kommune, Rusmisbrukernes interesseorganisasjon (RIO) og TV 2 sporten. Dette er et tiltak for å redusere sosial ulikhet i helse for rusavhengige i Fredrikstad og omegn. Mye av rekrutteringen til laget har skjedd gjennom = Fredrikstad. Det går serie om laget på TV2, og det er mye aktivitet og presse rundt laget. De har spilt mot mange ulike motstandere, blant annet lag fra politiet.

Høgskolen i Østfold benytter tiltaket både som praksissted, og som utgangspunkt for og tema i studentoppgaver.

Mange av selgerne bidrar med stoff til magasinet i hvert nummer. Sammen med redaktøren er noen av selgerne rundt på blant annet skoler og forteller om magasinet,

og om livet sitt som rusmisbruker. Flere av dem har også stilt opp til intervjuer i lokalavisene.

Magasinet og selgerne fremstilles på en positiv måte i media. Mens studien har pågått har det vært mye lokal presse rundt tiltaket. Lokalavisen Fredriksstad blad (FB) har hatt mange artikler og innlegg om magasinet og selgerne. Stortingsrepresentanter, artister og andre ”kjendiser” har vært på besøk, noe som har medført mye positiv omtale.

Selv om responsen og medieomtalen har vært overveldende, og overveiende positiv, har det også blitt stilt et kritisk blikk på hvordan folk i det daglige reagerer på tiltaket og behandler selgerne. Fredriksstad blad sendte en dag i mai en av sine journalister ut på gata som selger av magasinet. Det ble laget en stor reportasje under tittelen ”Reporter ble til luft” (Nilsson 04.05.2011). Er det slik at folk er så positive til tiltaket som vi får inntrykk av, var utgangspunktet for reportasjen. I artikkelen beskrev journalisten hvordan befolkningen behandlet, og delvis neglisjerte ham som selger. Han opplevde at straks folk fikk øyne på ham, vek mange unna og gikk i bue rundt ham. Bare to av over tre hundre som passerte kjøpte et magasin. Mange hadde gode unnskyldninger for ikke å kjøpe, som ”jeg kjøpte i går” og ”jeg finansierer ikke andres rusbruk”. Han opplevde også at de fleste ikke svarte ham på tiltale. Noen svarte, noen freste. Han skriver også at i løpet av to timer gikk 367 mennesker rett forbi ham (ibid). Innholdet i artikkelen sto i sterk kontrast til alt det positive som formidles om tiltaket ellers.

1.4 Hvorfor høre selgernes stemme?

Hva er det ved det å selge = Fredrikstad som gjør at selgernes livssituasjon har endret seg? Hvorfor ser lokalsamfunnet med andre øyne på dem nå? Er det så enkelt som at det å gjøre et ærlig stykke arbeid settes så høyt i samfunnet? Eller er det andre elementer som spiller inn: Kanskje er det slik at det gjør godt for befolkningen å gjøre litt ”avlat” ved å støtte selgerne? Nå er de tross alt i en akseptabel og gjenkjennelig rolle, med en jobb å gjøre og et produkt å selge. Ser lokalsamfunnet i det hele tatt annerledes på dem nå? Behandler lokalsamfunnet dem annerledes?

Er det slik at selgerne oppfører seg annerledes i møtet med andre mennesker etter at de begynte å selge magasiner? Hvorfor det, i så fall? Har dette skjedd fordi de har fått en jobb, eller fordi de har blitt del av et nytt sosialt fellesskap, at de blir stilt krav til, at de roses og rises, ses på en annen måte? Har livet deres endret seg i det hele tatt? Alle disse spørsmålene dukket opp i planleggingen av studien.

Hensikt med studien er å få fram selgernes egne tanker rundt spørsmålene. Den skal gi kunnskap om, og på hvilken måte, de opplever at det har blitt endringer i livet sitt.

Et viktig formål med studien er også å sette fokus på både positive og negative effekter av et i utgangspunktet positivt tiltak som = Fredrikstad, sett fra selgernes perspektiv.

Gatemagasintradisjonen er ung i Norge. = Oslo startet opp som det første magasinet i Norge i 2005. Siden har flere norske byer fått sine egne magasiner. Selv om magasinene i hovedsak har blitt positivt mottatt der de har startet opp, har det også vært utspill mot tiltaket. En av de kritiske innvendingene er at inntektene fra jobben som selger går til å finansiere rusmisbruket til selgeren. Det etiske dilemmaet i dette diskuteres både i fagmiljøer og blant vanlig folk.

Utgangspunktet for studien kunne vært lokalsamfunnets syn på og beskrivelser av tiltaket, men jeg var mest nysgjerrig på hvordan selgerne selv beskriver det fra sitt ståsted. Opplever de å være med på noe positivt, og at det har skjedd endringer i livet sitt?

Det kan stilles spørsmål om det er etisk forsvarlig å forske på denne gruppen mennesker, men det er viktig at selgerne selv kommer til orde med sine synspunkter. Ikke fordi de er rusmisbrukere og vanskeligstilte i samfunnet, men til tross for at de er det. En viktig grunn er også at det ikke ofte det er mulig for dem å komme i posisjon til å få fram sine beskrivelser av hvordan de har det.

Jeg var nysgjerrig på om de ville bekrefte det jeg som vanlig innbygger betrakter, og tror jeg ser fra utsiden, eller ikke? Ville min forforståelse om at jobben som med å selge magasiner er et positivt tiltak for selgerne bli bekreftet?

1.5 Problemstilling

På bakgrunn av tema, bakgrunn og formål med studien presentert over er det definert følgende problemstilling for oppgaven:

Hvordan beskriver selgerne av gatemagasinet = Fredrikstad at jobben som selger har ført til endringer i deres liv?

Ut fra denne problemstillingen er det formulert følgende forskningsspørsmål:

1. Hvilke endringer i eget liv beskriver selgerne av gateavisa = Fredrikstad?
2. Hvordan opplever selgerne at jobben har påvirket deres relasjoner til folk i lokalsamfunnet?

2. TEORI

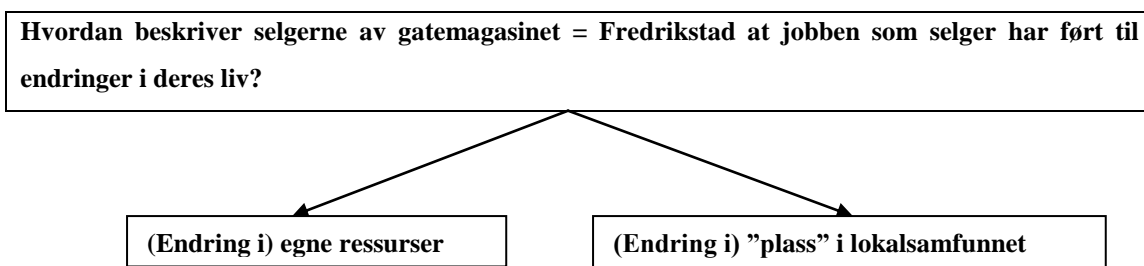
I kapittelet presenteres aktuell teori, sentrale begrep og relevant forskning innenfor feltet.

I planleggingen av studien hadde jeg klare tanker om hvilke teoretiske perspektiver som ville være aktuelle. Noe av det som var planlagt har blitt bekreftet, men andre og nye teorier har kommet til etter at empirien var samlet inn.

Det er ofte et problem i forskningsrapporter at det teoretiske bakgrunnstoffet og empirien ikke er godt nok vevd sammen (Repstad 2004). Underveis ble det vurdert ikke å ha et eget teorikapitel, men heller koble inn teorien der det var relevant i presentasjonen og diskusjonen av materialet. På den måten kunne sammenhengen mellom teori og empiri kanskje blitt bedre synliggjort. På den annen side kunne det medført at teoridelen ble så løsrevne og fragmentariske at de ikke yter teorien rettfærdighet (ibid). Konklusjonen ble at den generelle teorien som er relevant for hele problemstillingen presenteres for seg selv i kapittelet. Noe av begrunnelsen er også at det blir mer oversiktlig underveis i skriveingen, og for leseren av rapporten i ettertid. I diskusjonskapittelet er det imidlertid føyd inn noe ad hoc – basert teori under fortolkningen av empirien (ibid).

De teoretiske perspektivene som presenteres er valgt fordi det er teori som vurderes å være godt egnet til å belyse studiens problemstilling.

For å få fram elementene i problemstillingen, som teorien skal knyttes mot, ble problemstillingen delt opp i elementer som vist i figuren under. Presentasjonen av teorien gjøres med denne modellen som utgangspunkt.



Figur 1: Framstilling av problemstillingens elementer

2.1 Helsefremmende perspektiver og lokalsamfunnets ressurser

Her beskrives elementer som er med på å fremme helse for den enkelte i et lokalsamfunn. Videre presenteres de teoretiske perspektivene empowerment og sosial kapital, som viktige utgangspunkt for den enkelte til å finne seg til rette i lokalsamfunnet, og kunne utnytte dets ressurser.

2.1.1 Helsefremmende perspektiver

Helsefremmende arbeid dreier seg primært om å styrke folks helse, i motsetning til sykdomsforebyggende arbeid, som er konsentrert om å fjerne eller redusere risikofaktorer for sykdom (Mæland 2005).

En måte å definere helsefremmende arbeid på er at det er prosessen med å gjøre den enkelte, så vel som fellesskapet, egnet til å få kontroll over faktorer som virker inn på helsen. På den måten kan den enkelte forbedre sin helse (Nutbeam 1986).

I motsetning til den reduksjonistiske og deterministiske tilnærmingen som preger tenkningen innen det sykdomsforebyggende arbeidet, baseres den helsefremmende tenkningen på åpne og sirkulære modeller for helse og helsepåvirkning (Mæland 2005). Helse forstås her mer som et psykososialt begrep. Det trekkes fram aspekter som kontroll og mestring, sosial rolleoppfyllelse og funksjonering, personlig vekst og velvære og sosial tilhørighet og identitet (ibid).

I studien er særlig tre av de ovennevnte aspektene; kontroll og mestring, personlig vekst og velvære og sosial tilhørighet og identitet relevante. De helsefremmende perspektivene vil bli belyst ut fra disse aspektene i diskusjonskapittelet.

2.1.2 Sosial kapital

Sosial kapital er et begrep som brukes på ulike måter i samfunnsvitenskapene (Backe-Hansen 2004). Begrepet brukes både på individuelt nivå og makronivå. Teoretikere som Bourdieu og Wacquant legger vekt på kapital knyttet til enkeltpersoner eller grupper, mens Putnan vektlegger kollektivets sosiale kapital (Solheim 2009).

Putnan definerer sosial kapital som trekk ved sosiale organisasjoner, som for eksempel nettverk, normer og tillit, som letter samarbeid og handlinger til felles nytte (Wollebæk & Selle 2005).

Selv om ulike teoretikere vektlegger ulike bestanddeler i sosial kapital, er det sentralt for alle at begrepet dreier seg om å skape ressurser, relasjoner og problemløsningsevne (Nysæther 2005). Dette er viktige perspektiver i studien. Selgerne har ut fra sin situasjon et stort behov for å utvide sin sosiale kapital på mange områder.

Sosial kapital - begrepet kan ses på som en ressurs som er tilgjengelig gjennom deltagelse i nettverk. Ressursen er forankret i forholdet eller relasjonen mellom individene i nettverket, den sosiale strukturen (Bø & Schiefloe 2007). Å være del av et nettverk innebærer at deltakerne kan få hjelp og støtte av hverandre. Sosial kapital blir på denne måten en viktig ressurs som i utgangspunktet er å anse som en positiv ressurs. I enkelte relasjoner kan det også ses på som negativt (ibid).

Bourdieu beskriver tre kapitalformer, økonomisk, kulturell og sosial. Han mener at disse utgjør en symbolsk kapital når kapitalformene er innarbeidet og legitime i et felt. Når andre verdsetter symbolske handlinger som gjøres, oppnår personen som gjør det en kapital av anerkjennelse. Dette fører også til symbolsk makt og virkninger (Bourdieu et al. 1995). Sosial kapital kan i likhet med andre former for kapital gi avkastning. Det å ha tilgang på sosial kapital, kan gi tilgang til ting som ellers ville være vanskelig. Ressurser tilgjengelig gjennom nettverk kan gi avkastning ved at:

- Det øker tilgangen på nyttig informasjon
- Du kan dra nytte av innflytelsen til andre aktører
- Egen troverdighet og anseelse kan styrkes ved å kjenne og omgås anerkjente og respekterte personer
- Tilgangen til sosial kapital får betydning for egen anerkjennelse og identitet (Bø & Schiefloe 2007).

I drøftingen av resultatene fra studien ønsker jeg å ha et slikt perspektiv som et utgangspunkt for å belyse studiens resultater.

2.1.3 Empowerment

Empowerment er vanskelig å oversette, men bemyndigelse eller myndiggjøring er den betegnelsen som brukes mest (Slettebø 2000). Noen mener dette ikke er dekkende. Derfor brukes også ord som ”brukermedvirkning” og ”livsstyrketrening”, eller rett og slett ”empowerment” (Hauge & Mittelmark 2003). Jeg velger å forholde meg til det opprinnelige begrepet, altså empowerment, videre i oppgaven.

For folk flest er det kanskje lettere å forstå hva empowerment innebærer når det er fraværende, nemlig hjelpsløshet og opplevelse av mangel på kontroll av egen livssituasjon. Selfempowerment dreier seg om hver enkelts adgang til ressurser som kan mobilisere deres egne krefter for å kunne tilfredsstille behov og løse problemer, å kunne ha kontroll over egen livssituasjon (Hummelvoll 2003). Selgerne i = Fredrikstad er mennesker som, i større eller mindre grad, har hatt faser i livet og vært i situasjoner der de i liten grad har hatt kontroll på egen livssituasjon. De er mennesker med utfordringer på mange områder, både rus - og psykiske lidelser og økonomiske - og boligmessige problemer. De har nok ofte kjent på hjelpsløsheten.

Empowerment - begrepet har både en individuell og en strukturell dimensjon (Askheim 2003). Den individuelle dimensjonen gjelder prosesser og aktiviteter som har til hensikt å øke den enkeltes kontroll over livet sitt og få større selvtillit, bedre selvbilde og økte kunnskaper og ferdigheter. Den strukturelle dimensjonen er barrierer, maktforhold og strukturer i samfunnet som opprettholder ulikhet, urettferdighet og manglende mulighet til kontroll over eget liv. Det sentrale er å se sammenhengen mellom livssituasjonen og problemer til den enkelte på den ene siden, og de samfunnsmessige eller strukturelle forhold på den andre siden (ibid).

Begrepet empowerment er tett koblet opp mot begreper og faglige retninger som alle er ment å understreke betydningen av å styrke brukernes ressurser og mestringsevne, gjerne gjennom myndiggjørende handlinger.. Sett på den måten, utgår handlingene fra hjelperne til brukerne, og kan medføre at brukerne fratras eget ansvar. (Aamodt 2005).

Empowerment er et aktuelt perspektiv i studien. Det dreier seg om at selgerne gjennom å få et meningsfylt arbeid og innhold i hverdagen skal settes i stand til bedre å mestre og å ta kontroll over livet sitt. Aktualiteten er også knyttet opp mot det lokalsamfunnet

selgerne opererer i. Hvordan påvirker maktforhold og barrierer i samfunnet selgernes hverdag? Er det mulig å endre på dette?

Aamodt (2005) beskriver at begrepet empowerment bygger på et verdisyn som er nokså likt begrepet anerkjennelse. De store forskjellene ligger i at det i anerkjennelsesbegrepet ligger en forutsetning om at anerkjennelse aldri kan bli anerkjennelse hvis ikke hver av partene kjenner seg anerkjent av den andre. Det er altså ikke et bruker – hjelperperspektiv på samme måte, selv om det asymmetriske aldri kan bli helt borte relasjon mellom hjelper og bruker (ibid).

De ansatte og frivillige i magasinet må sies å være i en hjelperrolle overfor selgerne, men er de det i en helt annen forstand enn for eksempel en sosialarbeider i NAV. De to ansatte er selgernes arbeidsgivere. De frivillige og vi som kjøper magasinet er bare vanlige medmennesker.

Med et slikt utgangspunkt er anerkjennelse et vel så viktig perspektiv for drøfting av resultatene i studien, også i forhold til perspektiver som gjelder det helsefremmende og lokalsamfunnets ressurser.

2.2 Å være i lokalsamfunnet

Her beskrives og defineres lokalsamfunnet. Videre pekes det på hva det betyr å høre til i et lokalsamfunn, hvilke faktorer som er med på å påvirke vår plass i lokalsamfunnet. Tilhørighet og anerkjennelse er viktige stikkord for deltagelsen og plassen i lokalsamfunnet. Dersom mennesker ikke faller inn i de normer som gjelder, blir stigma et begrep som kan gjøre seg gjeldende.

2.2.1 Lokalsamfunnet

Beskrivelser av hva som ligger i begrepet ”lokalsamfunn” kan variere. Det kan være betegnelsen på et naturlig avgrenset geografisk område, nabolag, nærmiljø eller bydel, eller det kan være en mer avgrenset fysisk og sosial arena, for eksempel en arbeidsplass eller skole (Mæland 2005). Lokalsamfunnet er uansett konkret nok til skape følelsen av kombinasjonen mellom tilhørighet, felles referanseramme og solidaritet i et sosialt fellesskap (Ramon 2001).

Et lokalsamfunn er en arena som er viktig for helsefremmende arbeid. Folks livsstil, helse og trivsel formes av og avhenger av et godt nærmiljø, og lokalsamfunnet gir muligheter for felles engasjement i felles saker. Det både produserer problemer, og rommer ressurser og muligheter (Mæland 2005).

Respondentene i studien har hatt, og har fortsatt en rolle i lokalsamfunnet som medlemmer i en marginalisert gruppe. Som følge av at de har fått en jobb og er i kontakt med andre mennesker på en annen måte, er det naturlig å se på deres beskrivelser av sin plass i lokalsamfunnet. Hvordan er den nå i forhold til tidligere? Er det endringer etter at de begynte å selge magasiner? Opplever selgerne at de har mer tilgjengelige ressurser i lokalsamfunnet nå?

I diskusjonen senere i oppgaven er lokalsamfunnsbegrepet stort sett koblet opp mot forholdet til familie, kunder, kollegaer og ansatte og frivillige i magasinet.

2.2.2 Tilhørighet

Tilhørighet er et grunnleggende behov hos mennesker, og innebærer et elementært behov for å danne og opprettholde personlig relasjoner (Baumeister & Leary 1995). I Maslows behovspyramide rangerer "kjærlighets - og tilhørighetsbehov" i midten. Når de basale behovene er dekket, er det tilhørighet og sosiale relasjoner til andre mennesker som blir viktigst (Maslow 1968). Dette er et viktig perspektiv i studien. De fleste selgerne har dekket sine basale behov, som klær, mat og tak over hodet, men de mangler mye når det gjelder tilhørighet og sosiale relasjoner.

Også Schiefloe framhever tilhørighet som et viktig element i sin framstilling av det sosiale behovstriangelet (Schiefloe 2011). Modellen viser samspillet mellom menneskers behov, og hvordan de blir dekket i samspill mellom personlighet, egen og omgivelsers psykologi og den sosiale konteksten vi er en del av (Aamodt 2005). I modellen skilles det mellom tre ønskede tilstander, som både er avhengige og uavhengige av hverandre. Behovet for tilhørighet er en av disse tilstandene (ibid). Schiefloe påpeker også sammenhengen mellom å oppnå disse tilstandene og prosesser som må være tilstede for å nå disse målene, nemlig fellesskap, anerkjennelse og forståelse (ibid).

2.2.3 Anerkjennelse

Anerkjennelsesbegrepet føres vanligvis tilbake til den tyske filosofen G.W. Hegel, og er brukt av andre filosofer som Axel Honneth og Georg H. Mead (Honneth 2008). De siste årene har det innenfor helse og sosialfagene blitt et økt fokus på anerkjennelse (Skjefstad 2007).

Det finnes ikke en overordnet definisjon på begrepet, men det å gjenkjenne, erkjenne og styrke er noe av det som legges i det (Schibbye 2009).

I følge Hegels teorier kan anerkjennelse være gjensidig, men utgangspunktet er et ensidig anerkjennelsesforhold. Et ulikt maktforhold. Hegel konkluderer med at egentlig anerkjennelse kun kan oppnås i gjensidighet. I gjensidigheten ligger det forpliktelse overfor den andre, som både kan sviktes og utvikle seg til gjensidig likegyldighet (Høilund & Juul 2005).

Axel Honneth utviklet ut fra Hegels teorier de stadier eller anerkjennelseskamper som selvbevisstheten går igjennom (Honneth 1995; Honneth & Holm-Hansen 2008).

Det første stadiet betegnes som kjærlighetsmessige bindinger mellom få personer. Forholdet mellom foreldre og barn er et ekspempel på dette. Gjennom kjærlighet formidles foreldrenes anerkjennelse til barnet. Barnet oppfatter at foreldrene er der for henne uansett hvordan hun oppfører seg, og utvikler en selvtillitt som bidrar til å kunne handle, kommunisere og ta del i nære fellesskap. Dette betegnes som en av de menneskelige primærrelasjonene, og som følelsesmessig og kroppsbasert anerkjennelse (Høilund og Juul 2005).

Den andre formen for anerkjennelse er den rettslige, hvor bare det som anerkjennes som rett, er rett. Hvis det i samfunnet ikke er reell anerkjennelse av det enkelte individs rett og verdi, hjelper det ikke med formelle rettigheter. Respekt for enkeltmennesket er ikke knyttet til et abstrakt rettssystem, men må forstås konkret som respekt for den enkeltes rettigheter i praksis. Selvaktelse kan bare utvikles fullt ut hvis mennesket anerkjennes som medlem av samfunnets rettsfellesskap. Anerkjennelsen består av en universell likebehandling, hvor alle mennesker tillegges samme moralske tilregnelighet (Høilund og Juul 2005).

De siste tiårene er det den tredje formen for anerkjennelse sosial verdsettelse eller solidaritet, som har fått en økende betydning. Utviklingen har ført til nye former for solidaritet, hvor mennesker evne til å forholde seg reflektivt til verden omkring er stigende. Vi ønsker alle individuell prestisje og anerkjennelse. I motsetning til den rettslige anerkjennelsen er dette egenskaper som mennesker ikke deler med andre. Den enkelte av oss blir anerkjent som en person, som besitter evner av grunnleggende verdi for et konkret fellesskap, for eksempel på arbeidsplassen (ibid). Respondentene er personer som i stor grad mangler denne typen fellesskap, og jobben som selger en mulighet til å oppnå dette.

Honneth beskriver også tre former for manglende respekt, kroppslig krenkelse, nektelse av rettigheter og nedverdiggelse av livsform. Kroppslig krenkelse innebærer fysiske overgrep som voldelige overfall, noe som volder skade på den fysiske integritet og den grunnleggende tillit (ibid). Nektelse av rettigheter har karakter av en rettsstat, som påvirker individenes sosiale integrasjon. Frakjennelse av bestemte rettigheter, ofte ut fra tilhørighet i en bestemt gruppe, gjør at mennesker mister statusen som verdige og likeberettigede partnere. De fratas mulighet til å ta moralsk stilling og delta i offentlige beslutningsprosesser, og rettstaten nedbryter den enkeltes selvaktelse. Nedverdiggelse av livsform strekker seg fra relativt harmløse til sterke former for stigmatisering. Visse livsformer og virkelighetsoppfattelser nedverdiggelse, og tilskrives en lavere sosial status i stedet for å bli anerkjent og støttet som mulige og akseptable måter å leve på. Krenkelsene nedbryter den enkeltes selvverdighet fordi du ikke blir ikke verdsatt som den du er (ibid).

I diskusjonskapittelet vil studiens resultater ses i lys av den formen for anerkjennelse som beskrives som den sosiale verdsettelsen, og de formene for manglende respekt som betegnes som nektelse av rettigheter og nedverdiggelse av livsform.

2.2.4 Stigma

Stigma har tradisjonelt blitt definert som et tegn eller merke som betegner mennesket som bærer det som mangelfull på en eller annen måte, og som derfor fortjener dårligere behandling enn ”normale” mennesker (Biernat & Dovidio 2000).

Erwin Goffman(1975) beskrev stigma som et eksempel på et gap mellom det en person skal være, personens virtuelle sosiale identitet, og vedkommendes faktiske sosiale identitet. Et stigma er en generalisering der en persons spesifikke handlingsmønster eller særtrekk definerer vedkommendes allmenne karakter. Sagt på en annen måte tildeler stigmaet personer en sosial status som får forrang foran deres øvrige egenskaper (ibid).

Goffman definerte videre stigmatisering som en diskrediterende egenskap som diskvalifiserer personer fra full sosial aksept. Fenomenet er en prosess hvor andres reaksjoner ødelegger en normal identitet. Goffmans tilnærming til studier av avvik kalles gjerne stemplingsteori (Goffman 1975). Begrepet er betegnende for det som skjer i samfunnet med gruppen rusmiddelmissbrukere. De er stemplet med stigmaet rusmiddelmissbrukere, og deres sosiale identitet bestemmes i stor grad av dette.

Selgerne som jobber i = Fredrikstad utsettes for en slik stigmatisering nesten daglig. Fordi samfunnet har satt en merkelapp på dem som rusmiddelmissbrukere, har vi vanskelig for å se den enkelte av dem som den personen han er, og med de ressursene akkurat han har. Når selgerne av = Fredrikstad står og selger magasinet, forteller de underforstått at de er rusmiddelmissbrukere. Tiltaket er kjent som å være et tilbud for hovedsakelig for denne gruppen. Som kunder har vi fått med oss dette, og har en oppfatning av, stempler, disse menneskene er uten å kjenne dem.

2.3 Relevant forskning

Her presenteres en oppsummering av aktuell forskning, som vil bli brukt som perspektiver i diskusjonen senere.

I tillegg til forskning direkte relatert til temaet gatemagasiner, er forskning på temaer som blant annet rusmisbrukere, anerkjennelse, sosial kapital, psykiatri og tilhørighet relevant for studien.

I søk etter aktuell forskning har jeg benyttet søkeord som ”streetmagazine”, ”recognition”, ”dignity”, ”selfesteem” og ”stigma”. og brukt søkemotorer som for eksempel ”Academic Search Premiere”.

Det har vært gjort noe forskning på gatemagasintradisjonene både i Norge og i utlandet. Forskningen jeg har funnet har stort sett vært med andre innfallsvinkler og temaer enn i denne studien, men er uansett forskning det er relevant å se studien i sammenheng med.

Det er utført mange forskningsprosjekter som tematiserer anerkjennelse. Slik forskning har særlig vært gjort i forhold til mennesker med psykiske lidelser, av for eksempel Laila Aamodt (2001) og Jan Kåre Hummelvoll (2004). Denne forskningen er også relevant fordi respondentene i tillegg til sitt rusmiddelmissbruk, også har psykiske lidelser av varierende grad og type.

Masteroppgaven ”En fortelling om rusavhengighet: en studie av foreningen "Erlík" og gatemagasinet = Oslo ” beskriver en tekst - og bildeanalyse gjennomført for å få svar på hvordan rusavhengige framstilles i = Oslo, og om magasinet er forretning eller veldedighet (Engvik 2007). Forfatteren slår blant annet fast at omtalen av magasinsalget som et arbeid, som en selgerjobb, har mye for seg. Det at rusmiddelmissbrukerne har et produkt å selge gjør dem mye mer likestilt med dem som kjøper magasinet enn som tiggere, mottakere av veldedighet, slik mange opplevde tidligere. De kan gi noe tilbake og relasjonen til kjøperen blir basert på gjensidighet i avhengighet i stedet for enveishjelpen som penger i et pappkrus eller annen støtte blir. Engvik peker på at slik kan jobben motivere selgerne. De selv kan ta ansvaret for livet sitt, i stedet for at skjebnen deres ligger i andres hender (ibid).

En annen framtid krever at de rusavhengige får sjansen til å ta ansvar og til å handle, skriver Engvik. Ved å ha rusavhengige som selgere, plasseres gruppen i en rolle som er aktiv og som har egenskaper som peker framover. Som forretning skaper "Erlík" et rom for de rusavhengige hvor de kan praktisere i en rolle som beveger seg vekk fra en passiv offerrolle. Selgerrollen har mer aktive egenskaper fordi aktiviteten omtales som en jobb hvor det kreves noe av selgerne (ibid).

Artikkelen ”The Need to Belong: Desire for Interpersonal Attachments as a Fundamental Human Motivation” evaluerer hvordan det sterke behovet for mennesket til å skape og beholde sterke og stabile mellommenneskelige forhold, tilhørighet, er beskrevet i empirisk litteratur. Konklusjonen er blant annet at det er enighet i fagmiljøene om alle mennesker har behov for fast, ubrytelig interaksjon i stabile

tilknytningsrelasjoner. Tilhørighet ser ut til å ha viktige og sterke effekter på både menneskenes følelsesmønster og kognitive prosesser. Mangel på tilhørighet knyttes til mange negative effekter på helse, tilpasningsevnen og følelsen av å ha det bra (Baumeister & Leary 1995).

I en artikkel med tittelen “Understanding Dignity in the Lives of Homeless persons” er det foretatt en systematisk studie av verdighet som kriterium for å forstå hjemløses erfaringer, og som utgangspunkt for å bedre hjelpen til denne gruppen (Miller & Keys 2001). Forskerne intervjuet hjemløse menn og kvinner for å finne ut hvilke ytre faktorer som henholdsvis styrker og nedbryter verdigheten deres. De fant åtte faktorer som styrket verdigheten. Blant de viktigste var å bli tatt hånd om når de trengte hjelp, og ha tilgang nok ressurser til å dekke de basale behovene sine. Tilsvarende fant forskerne åtte faktorer som brøt ned verdigheten, som det å bli fengslet og å bli behandlet dårlig av folk i omgivelsene. Konklusjonen i studien var at verdighetsfaktoren er en viktig variabel å ha med i planleggingen av tiltak for, og i den daglige arbeidet med marginale grupper (ibid).

I artikkelen ”The Social Psychology of Stigma” beskrives de psykologiske effektene av sosial stigma (Major & O'Brian 2005). Stigma påvirker de stigmatiserte direkte via diskriminerings effekter, bekreftelse på forventet atferd og automatisk stereotyp atferd, og indirekte som trusler til personlig og sosial identitet. Forfatterne presenterer en stigmatrusselmodell. Modellen tar utgangspunkt i at situasjonsbetingede signaler, kollektiv representasjon av ens stigma status, og personlige meninger og motiver former vurderingene av betydningen av stigmarelevante situasjoner for å føle seg vel. Stressrespons og forsøk på å klare seg påvirker viktige områder, som selvspekt, akademisk framgang og helse. Identitetstrusselperspektiver hjelper til å forklare den store variasjonen på tvers av folk, grupper og situasjoner når det gjelder respons på stigma (ibid).

Masteroppgaven ”Nå er vi væpnet med varmende ord – en etnografisk undersøkelse av = Osloselgere på gata i Oslo” beskriver en studie med feltarbeid blant selgere av bladet = Oslo. Målet med studien var, i likhet med denne, å finne ut om og i hvilken grad magasinet fører til endring for selgerne. Forfatteren spurte om tiltaket klarte å gi rusmisbrukerne et bedre selvbilde og om storsamfunnets forestillinger om “de andre”

utfordres (Pedersen 2008). Blant konklusjonene er at = Oslo har et stort potensial og representerer noe positivt for de aller fleste selgere. Magasinet er et alternativ til stresset som følger med å tjene penger på ulovlige eller stigmatiserte virksomheter. Mange setter pris på at salget hjelper dem å komme i kontakt med ”normale folk”. Samtidig befester = Oslo oppfatningen om selgerne som avvikere. ”Storsamfunnets normalitet/avvik-distinksjon ser ut til å bli reproduert i disse møtene”, skriver Pedersen (ibid). For eksempel ble det observert at selgere hele tiden hadde et behov for å forklare kundene at de hadde endret seg og ikke lenger er den kriminelle narkomane. Noen av selgeren opplevde også at å selge magasinet ikke bidro til endret rangering mellom dem selv og andre i lokalsamfunnet. De følte fortsatt at folk så ned på dem (ibid).

“Citizens’ Publications that Empower: Social Change for the Homeless” beskriver hvordan gatemagasinet medvirker til empowerment for hjemløse i Buenos Aires (Magallanes-Blanco & Pérez-Bermúdez 2009). Artikkelforfatterne gjennomførte individuelle intervjuer med hjemløse og selgere av magasiner, og emailintervjuer med ansatte i magasinene. Målet var å finne ut hva magasinsalget medførte av myndiggjøring, empowerment, blant dem de intervjuet. De argumenterer for at målet med magasinene, nemlig å hjelpe hjemløse til å hjelpe seg selv, kan realiseres gjennom både økonomisk, psykologisk, sosial og/eller politisk empowerment. Bare det å bli sysselsatt medfører empowerment for den enkelte. Det å gi ”stemme til de stemmeløse” gjennom magasinene medvirker til at det oppnås kollektiv empowerment for svake grupper. Dette oppnås også ved at det blir lokale, sosiale nettverk av solidaritet og støtte for magasinet (ibid).

”Den lille storbyens stigma” er en masteroppgave som analyserer hvordan rusmiddelmissbrukere i Haugesund, gjennom en kompleks ruskarriere, både er og føler seg forpliktet til omgivelsene og rusmiljøet (Stokland 2009). Oppgaven beskriver hvordan brukerne ikke bare er avhengige av rusmidler, men også av hjelp fra mange velferdstjenester. Velferdsstaten skaper både muligheter og begrensninger i livet og framtidsdrømmen til brukerne, og forholdet til velferdsstaten blir preget av ambivalens. Rapporten analyserer hvordan ulike behandlingsprogram som legemiddelassistert behandling (LAR) skaper håp og optimisme, men også spenning, press og konflikt i et rusmiljø. LAR trekkes fram som et godt eksempel på hvordan

velferdsstatens selektive rehabiliteringsmodeller kan bidra til ytterligere stigmatisering og avstand til samfunnet.

3. METODE

I kapittelet blir den vitenskapsteoretiske tilnærmingen, utvalget, metodevalget og forskningsprosessen gjort rede for og belyst. Det gis videre en beskrivelse av hvordan datamaterialet har blitt bearbeidet og analysert. Til slutt i kapittelet foretas etiske og metodiske vurderinger av prosessen.

3.1 Vitenskapsteoretisk tilnærming og metode

Det er det som skal undersøkes, den tematiske forståelse av innholdet i det som skal undersøkes, som er avgjørende for hvilke metode som skal velges. Hvis vi vil vite hva folk mener, hvorfor ikke spørre dem (Kvale et al. 2009).

Utgangspunktet for studien er å få vite hvordan selgerne av magasinet = Fredrikstad selv beskriver livet sitt, om og på hvilken måte det har endret seg etter at de fikk jobb. Målet er om mulig å utvikle ny kunnskap og teori om temaet (Jacobsen 2010).

Utfordringen var å finne en metodisk tilnærming som best kunne svare på spørsmålene. Det ble valgt et induktivt, kvalitativt forskningsdesign, med fenomenologisk hermeneutisk tilnærming til materialet.

Fenomenologien ble grunnlagt som filosofi av Edmund Husserl rundt år 1900. Dens gjenstand var i starten bevissthet og opplevelse. Senere ble den utvidet til også å omfatte menneskets livsverden. I kvalitativ forskning er fenomenologien noe som peker på interessen for å forstå sosiale fenomener ut fra forskerens egne perspektiver, og beskrive verden på den måten respondentene opplever den (Kvale et. al 2009). Fenomenologisk forskning er studien av levde erfaringer, av livsverdenen (Van Manen 1997). Grunntanken er at den virkelige virkeligheten er den mennesker selv opplever (Kvale et. al 2009), og å prøve å oppnå en dypere forståelse av våre hverdagserfaringer (Van Manen 1997).

Fordi vi bruker språket som utgangspunkt, vil et fenomen som beskrives i en fenomenologisk metode, alltid inneholde en tolkning. Språket er aldri opplevelsen selv, men en fortolkning av opplevelsen. Selv om respondentene beskriver sine egne

opplevelser, kan det aldri bli rene beskrivelser av opplevelsene. Det skjer en fortolkningsprosess allerede i det de forsøker å fortelle eller beskrive det de har opplevd. Det innebærer at de er hermeneutiske i den språklige beskrivelse av fenomenet. Derfor kan vi også snakke om en hermeneutisk fenomenologisk metode (Krogh et al. 1998).

En hermeneutisk prosess er en fortolkende prosess på den måten at vi leser allmenne trekk og sammenhenger inn i de konkrete observasjonene vi gjør. Det enkelte uttrykk tillegges en mening som rekker ut over dets umiddelbare og løsrevne framtrede. Hermeneutisk fortolkningslære er i utgangspunktet et forsøk på å reflektere over hvordan man faktisk forstår og tolker i humanistiske vitenskaper (Kvale et. al 2009).

Fortolkningsprosessen beskrives ofte som en hermeneutisk sirkel eller hermeneutisk spiral (Repstad 2007). Det viktigste prinsippet er at helheten må forstås ut fra delene, og delene må forstås ut fra helheten. Det vil si at alt må forstås i en sammenheng (Aadland 1997). I arbeidet med å bearbeide resultatene fra studien, har dette utgangspunktet vært et bakteppe. Materialet ble lest om og om igjen, for å få øye på både helheten og delene.

Å gjennomføre en hermeneutisk fenomenologisk prosess kan i følge Van Malen (2007) være et forsøk på å oppnå det umulige. Han begrunner det med at forskeren prøver å tolke et aspekt av livsverdenen, samtidig som hun må være klar over at levd liv alltid er mer sammensatt enn noen tolkning eller forklaring av meninger kan avsløre (ibid).

Det intensive designet er et naturlig valg for studier der det er mange variabler, men få enheter (Jacobsen 2003). Styrken ved intensivt design er at det får fram relevante data og gir god og helhetlig forståelse, først og fremst om forholdet mellom enkeltindividet og den situasjonen han befinner seg i (ibid). Studien fokuserer nettopp på forholdet mellom selgerne og konteksten de befinner seg i.

Det var ønskelig å samle inn dataene så åpent som mulig, og dermed legge få føringer på forhånd. Fordi studien fokuserer på å høre den enkelte selgers synspunkter, meninger og opplevelser, var det hensiktsmessig å velge kvalitativ metode gjennom åpne individuelle intervjuer med selgerne. Åpne intervjuer defineres som en lite strukturert samtale mellom forskeren og respondenten (ibid). Fordi planen tidlig var å

ha relativt få personer i utvalget, var det mulig å gjennomføre en slik, i utgangspunktet tidkrevende metode (ibid).

Det kvalitative forskningsintervjuet søker å forstå verden sett fra intervjupersonens side (Kvale et. al 2009). Respondentintervjuer gir mer avgrenset personlig informasjon om svarpersonens egne følelser, hensikter og oppfatninger (Repstad 2007). Det er denne informasjonen studien er ute etter.

Målgruppen det skulle forskes på var også viktig for valget av metode. Vurderingen var at de i liten grad ville være tilgjengelig for en studie med for eksempel spørreskjema. De er ofte ruset og de har vansker med å konsentrere seg. Mange har også vegring mot skjemaer og skriftlighet.

Under gjennomføring av intervjuene viste det seg at samtalene med hver enkelt respondent ble veldig forskjellige fra hverandre. Selv om forskeren holdt fokus på temaene, tok intervjuene ulike veier til målet. Det dukket opp mye underveis i samtalen som aldri ville kommet fram ved bruk av spørreskjema, og som i ettertid er vurdert til å styrke kvaliteten på materialet.

Min profesjonelle bakgrunn og lange karriere som ansatt i sosialsektoren betyr mye erfaring med samtaler med ulike mennesker, også om krevende temaer. Denne kompetansen var det relevant å benytte for å få til et best mulig materiale for studien.

I planleggingen av studien ble observasjon vurdert som ekstra metodeelement. Ønsket var å være med et par selgere på jobb over en tidsperiode for å studere hva de gjorde, hvordan selgerne framsto, og hva som skjedde i jobbsituasjonen. Samspeillet mellom dem og kundene ville også vært aktuelt å observere (Jacobsen 2010). Metoden var ment å skulle gi nyttig tilleggsinformasjon utover det som kom fram i intervjuene. Både på grunn av tidsperspektivet og at det ikke var tilgang på selgere som ville la seg observere, ble observasjonen ikke mulig å gjennomføre slik det var planlagt.

Det ble imidlertid mulig for forskeren å tilbringe en del tid i magasinets lokaler. Jeg var til stede i lokalet flere ganger på ulike tider av dagen. Det ga meg mulighet å observere alt som skjedde i lokalet, og samtidig være deltager i samtaler og aktiviteter som skjedde. Mens jeg var der ble det også mulighet til spontane samtaler både med selgere, ansatte og frivillige.

Observasjon som metode innebærer at forskeren ser på hva mennesker gjør i ulike situasjoner, deres atferd (ibid). Metoden kan gjennomføres åpen eller skjult, direkte eller indirekte, deltagende eller ikke – deltagende og strukturert eller ustrukturert (Olsson & Sørensen 2003). Ved å oppholde meg i lokalet slik jeg gjorde, ble det gjennomført en åpen, direkte, ustrukturert og deltagende observasjon. Etter hvert besøk ble det ført logg om det som hadde skjedd, og alle observasjoner ble notert. Kunnskapen og informasjonen ble til tilleggsmateriale, som brukes som momenter i diskusjonskapittelet.

3.2 Utvalg

Kvale beskriver et passende antall respondenter i intervjuundersøkelser til å være 15+/- 10, men at antallet avhenger av både tid, ressurser og loven om fallende utbytte. Han mener at det er et generelt inntrykk fra nyere intervjuundersøkelser at det ofte er en fordel med mindre antall intervjuer, og heller bruke mer tid på å forberede og analysere (Kvale et al. 2009).

Planen var å gjennomføre individuelle intervjuer med seks selgere av = Fredrikstad. Tidsrammen for studien gjorde at det ble vurdert som et riktig antall. Tanken var at med få intervjuerpersoner ville det bli mer tid forberedelsene, til det enkelte intervju og til analysene av intervjuene. En slik disponering av tid ble vurdert til å styrke kvaliteten på arbeidet (ibid). Studien er gjort ved siden av full jobb, og det var klare grenser for forskerens kapasitet.

Ønsket var å få mulighet til å se på eventuelle forskjeller i opplevelsene til menn og kvinner, og derfor ha en lik kjønnsfordeling i respondentgruppen. De andre kriteriene for utvelgelsen var respondentens alder og bakgrunnshistorikk. Begrunnelsen for å ha med ulike aldersgrupper er at det oftest indikerer kort eller lang karrierer som rusmisbruker. Kriteriet bakgrunnshistorikk ble definert som type misbruk, alkohol eller illegale stoffer, eller annen problematikk som har gjort at de har fått jobb som selgere. I dette kriteriet ligger også en variasjon i sosial bakgrunn.

Det var totalt 93 registrerte selgere av = Fredrikstad da planleggingen av studien startet. 40 – 45 selgere er aktivt i jobb med å selge magasiner til enhver tid. Det er en

stor overvekt av menn som jobber som selgere. Med det høye antallet registrerte selgere var antakelsen både fra magasinets redaktør og forskeren at det ville bli enkelt å få rekruttert ønskede antallet respondenter.

Rekrutteringen ble overlatt til redaktøren. Begrunnelsen var at hun kjenner selgerne, og enkelt kunne gjøre et utvalg som passet til kriteriene. Utvalget kunne blitt mer nøytralt ved for eksempel å nummerere navnelisten over alle de registrerte selgerne, og deretter gjøre et tilfeldig utvalg. Det kunne være et metodisk problem at redaktøren mer eller mindre bevisst ønsket å styre utvalget, og dermed gjøre et ”passende” utvalg (Repstad 2007). I dette tilfelle anses det positive ved at hun gjorde utvalget å overgå eventuelle negative sider. Hun har en oversikt over alle selgerne som ikke jeg har. Det ville være vanskelig selv å gå rundt i miljøet og vurdere mulige kandidater, spesielt med den korte tiden som var til disposisjon for gjennomføring av studien. Det at en annen enn forskeren valgte ut respondentene kan også være en fordel. Som forsker hadde jeg mindre forhåndskunnskap om utvalget, og kunne stille med et mer åpent sinn i intervjuene (ibid).

Dersom mange selgere hadde sagt seg villige til å la seg intervju, kunne utvelgelsen også vært foretatt med loddtrekning blant de som meldte seg. Slik ville det bli sikret enda mer mot et mulig styrt utvalg (Repstad 2007). Dette ble ikke mulig fordi det viste seg at det var vanskelig å få et tilstrekkelig antall personer til å stille opp. Selgerne hadde mange begrunnelser for ikke å delta. Noen sa for eksempel at de nylig hadde vært med på undersøkelser for andre studenter, og noen ville ikke bruke tid på det fordi det ”stjal” av arbeidstiden. Det var også noen som var positive i utgangspunktet, men som trakk seg før intervjuet skulle gjennomføres.

Kriteriet om at begge kjønn skulle representeres for å kunne gitt studiet et kjønnsperspektiv måtte oppgis. Ingen av de kvinnelige selgerne var villige til å stille opp til intervju.

Det tok mange uker for å få rekruttert deltagerne, men til slutt var det et utvalg på fem mannlige selgere som ville delta. Utvalget oppfylte kriteriene om aldersspredning og bakgrunnshistorikk.

Fire av de fem respondentene traff jeg og snakket med i lokalet til magasinet en gang før den dagen intervjuene skulle skje. Den femte traff jeg for første gang den dagen jeg skulle intervju ham. Alle fem hadde blitt informert om prosjektet av redaktøren. De hadde også fått utlevert informasjonsskrivet der blant opplysninger om anonymitet og muligheter til å trekke seg underveis i studien kom fram.

3.2.1 Hvem er respondentene?

Respondentene er fem menn i alderen mellom 26 og 52 år. Alle er rusmiddelmisbrukere. De fleste har også psykiske og/eller fysiske plager, mer eller mindre uttalte. Noen er i legemiddelassistert rehabilitering (LAR). De har veldig forskjellig historikk, både med tanke på ruskarriere og bakgrunn for øvrig.

De er alle etnisk norske, og deres geografiske opphav er i ulike deler av landet. Alle har i dag bosted i Østfold, hovedsakelig i Fredrikstad. Felles for alle respondentene er et langt forhold til ulike deler av hjelpeapparatet som sosialtjenesten, behandlingsinstitusjoner og NAV. De har på ulikt vis, og med noe forskjellig motivasjon kommet inn i jobben som selger av = Fredrikstad. Tre av respondentene har fullført fagutdanning, og har en forholdsvis lang praksis fra ordinært arbeidsliv, før de falt ut av det som en følge av rusmisbruk. To har bare sporadisk vært i ordinært arbeid. I dag er inntektsgrunnlaget for alle respondentene enten varig uføretrygd og/eller sosialhjelp fra NAV.

Inngangen til ruskarrieren er ulik for de fem. De har vokst opp i ulike sosiale lag, og har ulik familie – og oppvekstsituasjon. Noen har hatt god kontakt med og støtte fra familien hele livet, og har det fortsatt. Andre har lite kontakt med familien i dag.

Respondentene har forskjellig sivil status. Flere har vært gift, men er nå skilt. Noen er samboere, noen bor alene og noen sammen med annen familie. Ingen av dem eier egen bolig, men bor i utleieboliger, enten kommunale eller private.

3.3 Datainnsamlingen

I forbindelse med utarbeidelsen av prosjektplanen for studien og søknad til Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste (NSD), ble det utarbeidet en semistrukturert

intervjuguide med hovedspørsmål til undersøkelsen (vedlegg B). Utgangspunktet var et ønske om så åpne intervjuer som mulig, at de skulle forløpe mer som samtaler enn intervjuer. Selv om temaet i en kvalitativ undersøkelse som denne er klart, er det mulig med en løs intervjuguide, som nennsomt leder respondenten mot temaet (Repstad 2007).

Intervjueguiden inneholdt et utvalg hovedspørsmål, temaer, som skulle dekke det som var studiens hensikt. Mer enn å følge et fast intervjuskjema var det viktig at den enkelte respondenten kunne utdype og begrunne sine svar, med enkle innspill fra forskeren. Det var mulig å justere guiden noe etter den enkelte respondent. Dersom det etter gjennomføring av et intervju viste seg nødvendig, var det også rom for å justere eller endre underveis i prosessen (ibid).

Fordi det var viktig med mest mulige ”naturlige” svar, var det ønskelig å gjennomføre intervjuene i et trygt miljø for respondentene. Forskning viser at konteksten intervjuet foregår i ofte påvirker både innholdet i intervjuet og svarene (Jacobsen 2010).

En mulighet var å gjennomføre intervjuene i lokalet til = Fredrikstad etter stengetid. Stedet ble vurdert som naturlig for respondentene. De er kjent og føler seg hjemme der. Det var ikke et alternativ å foreta intervjuene hjemme hos respondentene. Mange bor dårlig, på hybelhus og andre bofellesskap, og ingen av dem foreslo hjemmet sitt som mulig intervjusted. Å møte meg etter stengetid i magasinets lokaler, viste seg og ikke være aktuelt for respondentene. De har en fast døgnrytme som de nødig ville endre på.

Den enkelte respondent fikk til slutt selv velge hvor intervjuet skulle gjennomføres. Det var viktigere at den enkelte respondenten skulle føle seg trygg og komfortabel i situasjonen enn at stedet var ideelt for gode opptak, og med hensyn til den øvrige konteksten. Det endte med at samtalene ble gjennomført på dagtid, på tre forskjellige kafeer og en pub i sentrum av byen.

Konteksten intervjuet skjedde i ville være viktig for hvordan det forløp. Ingen kontekst er nøytral, så det viktigste er at bevisstheten om hvordan dette kunne påvirke informasjonen som kom fram. Både det relasjonelle og det kontekstuelle påvirker, og er med på å skape den betydningen spørsmålet får (Järvinen & Mik-Meyer 2005). I

dette tilfelle gjaldt det relasjonen mellom respondenten og meg som forsker. Andres tilstedeværelse, for eksempel andre gjester i lokalet under intervjuene, kunne påvirket resultatet. Derfor var det spennende å gjennomføre intervjuene på de offentlige stedene respondentene valgte.

Intervjuene ble gjennomført på ulike tidspunkt på dagen, ut fra den enkelte selgers ønske. Det tidligste skjedde klokken ti på formiddagen, og det seneste klokken to på ettermiddagen. Vi møttes enten i lokalet til magasinet, ved stedet der samtalen skulle skje eller på selgerens salgssted, og gikk sammen inn i det valgte lokalet.

Det at vi satt på et offentlig sted, gjorde at plasseringen i lokalet var viktig. Bord som sto litt skjermet, for eksempel i innerste hjørne av lokalet, ble valgt. Et av lokalene hadde et siderom med sofa og bord som ble brukt i to av intervjuene. Ved alle intervjuene satt respondenten på den ene siden av bordet og jeg på den andre. Dette gjorde at vi hadde blikkontakt hele tiden. Det var stor forskjell på hvor mange andre gjester det var i lokalet under intervjuene, færrest på formiddagen, flere senere på dagen.

Etter at vi hadde funnet plass i lokalet og kjøpt kaffe og det de ønsket, ble informasjonen om meg selv, om prosjektet og om hensikten med samtalen gjentatt. Respondentene fikk utdelt informasjonsskrivet, som de alle også hadde også sett og lest i forbindelse med at de ble forespurt om deltagelse. Samtykkeerklæringen ble gjennomgått og undertegnet (vedlegg C).

Jeg valgte å bruke diktafon for lydopptak av intervjuene. Begrunnelsen var at det ville bli problematisk å få gjort gode notater underveis. Hvis jeg skulle notert under intervjuene, ville dette påvirket konsentrasjonen både for meg og respondenten, og muligens blitt en helt annen samtale.

Ved å bruke opptaker, var det mulig å ha blikkontakt og være fokusert på det respondenten sa hele tiden. Ved å ”ufarliggjøre” bruken av lydopptak og informere om sletting av materialet etter bruk, var håpet at respondentene kunne forholde seg til det på en naturlig måte. Bruken av diktafon betinger god kvalitet på opptakene. Til tross for bakgrunnsstøy i form av ansatte, andre kunder og musikk, ble opptakene bra.

Under intervjuene lå intervjuguiden foran meg på bordet. Den ble bare brukt som en huskeliste, for å sikre alle planlagte temaer ble berørt i løpet av samtalen. Ellers prøvde jeg så langt det var mulig å la samtalen med den enkelte forløpe naturlig og i respondentens tempo. Spørsmålene ble stilt, og respondenten fikk god tid til å svare og snakke fritt. Dersom han gled ut av temaet kommenterte jeg dette kort, og fikk han inn på sporet igjen. Hvis det stoppet opp og ble det stille underveis, hentet jeg fram temaet eller gikk videre (Repstad 2007). Respondentene ble oppfordret til å gå videre selv om det ble litt ”touchy”. Det ble stilt oppfølgingsspørsmål hvis det dukket opp interessante temaer som det var ønskelig å få utdypet.

Intervjuene ble avsluttet med spørsmål om de ville tilføye noe utover det vi hadde snakket om. Respondenten fikk anledning til å si hvordan han synes det hadde vært å bli intervjuet, og om min rolle under intervjuet. Alle ga tilbakemelding om at det hadde vært en positiv opplevelse, og at det var hyggelig å snakke med meg. De følte at de hadde fått sagt det de ville i sitt eget tempo, og var opptatt av om jeg hadde fått det jeg var ute etter. Flere var overrasket over at de hadde snakket så lett og mye. En sa til slutt: ”Jeg sa at jeg er en mann av få ord, nå har jeg jo sittet og skravla som en foss”.

Tidsrammen for intervjuene var planlagt til pluss, minus 60 minutter. Rammen ble overholdt, selv om de fem samtalen hadde veldig forskjellige forløp.

Det første intervjuet ble foretatt den 31. mars 2011, det siste den 9.juni 2011.

3.4 Bearbeiding og analyse

Alle intervjuene ble transkribert av forskeren selv umiddelbart etter at de var gjennomført. På forhånd hadde jeg gjort noen betraktninger om hvordan det var ønskelig og hensiktsmessig å gjennomføre transkriberingen. Fordi det ikke var en tekstanalyse som skulle gjennomføres, var det mulig å velge en transkriberingsmåte som tjente mitt formål, å finne innholdet rundt temaer (Repstad 2007).

Intervjuene ble transkribert slik at alt som ble sagt inkludert lyder som ”mmm”, latter og annet ble ordrett nedskrevet. I tillegg ble det lagt inn merknad om pauser, eventuelle avbrudd og årsaken til dette. Dersom det var noe spesielt som skjedde i eller

rundt lokalet og dette innvirket på samtalen eller hørtes på opptaket, ble det også kommentert.

På starten av hver transkripsjon ble det lagt inn fakta om situasjonen vi var i, klokkeslett, sted, hvor vi satt og lengden på intervjuet. Videre ble det skrevet korte notater med refleksjoner om respondenten, situasjonen og egen rolle som forsker.

Gjennom transkriberingen oversettes samtalene fra talespråk til skriftspråk. Selv om alt på båndet ble transkribert, er det selvsagt ikke mulig å fange opp det umiddelbare i intervjusituasjonen, som for eksempel kroppsspråket (Kvale et.al 2009). For å forsøke å bevare og få fram stemningen i samtalen, ble den enkelte respondents dialekt gjengitt så langt det lot seg gjøre.

Transkriberingsprosessen fikk fram nyanser fra intervjuet som ikke var oppdaget i intervjusituasjonen, og ga mulighet til å vurdere egen intervjuteknikk. Prosessen hjalp meg til å få struktur og oversikt over hva som har blitt sagt i de enkelte intervjuene, og få et samlet inntrykk av hele materialet. Samtidig kom det påminnelser og tanker om både de sosiale og emosjonelle aspektene fra intervjuene. På den måten ble analysen satt i gang allerede i transkriberingsfasen (ibid). I det videre arbeidet var det også nyttig å ha den enkelte respondents stemme i hodet. Nyanser i materialet kunne blitt borte dersom en annen hadde gjennomført transkriberingen.

Det transkriberte materialet ble til på cirka åtti sider, nedtegnet med linjeavstand halvannen og med ”replikkene” fra henholdsvis respondent og forsker på egne linjer.

I det videre analysearbeidet er det benyttet en temabasert analyse med utgangspunkt i Max Van Manen (1997). Analysemetoden består i å lete etter essensielle temaer, temaer og subtemaer i materialet. Van Manen (1997) beskriver tema som opplevelsen av fokuset, meningen, hensikten som framkommer i et materiale, men sier samtidig at tema ikke er annet en forenkling. Når en temaformulering er funnet, kommer raskt følelsen av at det ikke er dekkende, at det er en utilstrekkelig oppsummering av for eksempel uttalelsen til respondentene. Tema er en måte å fange fenomenet forskeren prøver å forstå. Det beskriver et aspekt i strukturen av levde erfaringer (ibid).

Elementene i den hermeneutiske sirkelen var også et perspektiv i analysefasen. Etter at alt var transkribert ble intervjuene, analyseenhetene, lest om og om igjen, og lyttet

gjennom mange ganger, med utgangspunkt i at helheten må forstås ut fra delene, og delene må forstås ut fra helheten (Aadland 1997). På den måten framkom en helhetlig oversikt over respondentenes formidling av egne erfaringer. Den fundamentale meningen eller hovedbetydningen i intervjuene ble også synlig (Van Manen 1997).

Deretter ble det gjennomført en kondensering av intervjuene ved å ta utgangspunkt i problemstillingen og forskningsspørsmålene. Relevante ord, utsagn eller setninger i hvert intervju ble merket av. Alt som ikke hadde direkte relevans til studiens formål valgte jeg ikke å forholde meg til.

Prosessen var arbeidskrevende, med mange runder og mye refleksjon for å komme i dybden på materialet. Mange skisser og modeller ble laget underveis. Til slutt var det mulig å se et mønster og trekke ut essensielle temaer.

Etter at analyseprosessen var gjennomført framkom et essensielt tema og fire temaer med subtemaer som overskrifter for de områdene respondentene formidlet endringer i livet sitt på. Videre i oppgaven benyttes de mer norske betegnelsene hovedtema, tema og undertema. Analyseresultatene er satt inn i en modell for på en tydelig måte å presentere og visualisere resultatene (figur 2).

Resultatene er utgangspunktet for diskusjonen i lys av problemstillingen, forskningsspørsmålene, valgte teoretiske perspektiver og tidligere forskning senere i oppgaven.

Temaene som framkom i analysen til kan i noen grad overlappe hverandre, men har allikevel ulike nyanser som gjør at jeg har valgt å beholde det slik. Det ville ikke blitt utfyllende dersom noen av dem hadde blitt slått sammen. Måten temaene har framkommet på kan være farget av min forforståelse, og måten jeg dermed har tilnærmet meg materialet på. Ved at det på forhånd var utarbeidet en semistrukturert intervjuguide som ble benyttet under intervjuene, var det i realiteten gjort en grunnleggende tematisering før intervjuene ble gjennomført. Tematiseringen i intervjuguiden var gjort både ut fra andre undersøkelser og teoretiske antagelser (Jakobsen 2003).

Den kvalitative metoden skal være kjennetegnet av åpenhet, og i hovedsak være induktiv. Det kan se ut som dette står i strid med at jeg på forhånd hadde tematisert i

intervjuguiden. Jakobsen (2003) sier at det ikke bør være noen konflikt mellom dette. Han begrunner det med at i et åpent intervju vil det alltid komme fram overraskende og uventede data som medfører at nye temaer kommer til og andre forkastes i prosessen (ibid).

3.5 Etikk

Studien er et prosjekt som omfatter mennesker, men det hører ikke under medisinsk forskning. Av den grunn var den ikke meldepliktig til Regional etisk komité (Pasientrettighetsloven), men måtte meldes til Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste (NSD). Prosjektet ble godkjent av NSD 24. 3.2011 (vedlegg DI).

Selv om det ikke er medisinsk forskning, er studien er gjort med respondenter fra en sårbar gruppe med mennesker. Mange av selgerne i = Fredrikstad er alltid mer eller mindre ruspåvirket. I rollen som forsker var jeg en utenforstående for selgerne, selv om vi ble kjent etter hvert. Jeg kom plutselig inn i deres verden, der jeg egentlig ikke hørte hjemme.

I hele prosessen har jeg forsøkt å forholde meg lojalt til gjeldene forskningsetiske retningslinjer (Forskningsetiske retningslinjer 2005). Retningslinjene er utarbeidet for å hjelpe forskeren med å reflektere over sine etiske oppfatninger og holdninger, bli bevisst normkonflikter, styrke godt skjønn og evnen til å treffe velbegrunnede valg mellom motstridende hensyn (ibid).

De ansatte i magasinet ga meg som forsker tilgang til å være i salgslokalet så mye jeg ville. Det innebar i realiteten av selgerne ikke selv kunne velge selv om en utenforstående person skulle være til stede på arbeidsplassen deres.

Hvilken makt og mulighet hadde selgere til å velge om de ville bli forsket på? Dette var betraktninger som måtte være med i prosessen med studien. Håpet er at de som stilte opp som respondenter gjorde det uten å føle at de måtte det.

Før gjennomføring av intervjuene måtte respondentene informeres spesielt godt. Det måtte ikke være noen tvil om de var i en tilstand som gjorde at de visste hva de ble

med på. Deres informerte samtykke måtte innhentes i en situasjon og på en måte, som gjorde at det ikke var tvil om på at de forsto informasjonen som ble gitt.

Forskerens ansvar er å sørge for at respondentene selv og den informasjonen de formidler, blir ivaretatt på en forsvarlig måte. I gjennomføringen av intervjuene må en forsker være klar over dilemmaet mellom det at det er ønskelig med så mye kunnskap som mulig om respondentenes erfaringer, samtidig som deres integritet respekteres (Kvale et. al 2009). Dilemmaet er spesielt viktig å huske på overfor denne studiens målgruppe. Egne erfaringer fra et langt yrkesliv i arbeid med gruppen, er at mange gjerne snakker mye og inngående om livet sitt når de først får tillit til en person. I en forskningssituasjon blir det viktig å balansere ønsket og behovet for mest mulig kunnskap opp mot at respondenten ikke skal utlevere alt. Samspillet i et intervju vil uansett påvirke respondentene, og dette må være i forskerens fokus under intervjuene (ibid). Det var også viktig å ha med seg vissheten om ubalansen i maktforholdet mellom meg som forsker og respondentene i intervjuesituasjonen.

Hensynet til konfidensialitet og spørsmål om hva det vil si å foreta en lojal transkripsjon, måtte være med under transkriberingen av intervjuene. Jeg måtte fortsette å holde fokus på dette i analysearbeidet. Hvem er jeg, hva slags grunnlag har jeg, som setter meg i stand til å tolke andres uttalelser? Burde de som har uttalt seg sagt noe om hvordan uttalelsene deres skulle vært tolket (ibid)? Alle respondentene ble spurt om de ville se og kommentere utskriftene av intervjuene når de var ferdig. Ingen av dem hadde noe ønske om det.

For å bevare respondentenes anonymitet er tematisk analyse en etisk fordel framfor personbasert analyse. Spesielt med et lite utvalg som i denne studien.

Selv om analysen i studien er tematisk, er det valgt å ha med en kortfattet presentasjon av respondentene under punkt 3.2.1 (Repstad 2007). Valget er gjort fordi jeg mener at det er viktig for helhetsbildet med noe bakgrunnshistorikk om respondentene, utover det at de er selgere av magasinet. Presentasjonen vurderes å være så nøytral at den ivaretar anonymiteten til den enkelte.

Fredrikstad er en relativt stor by i Norge, men liten nok til at mange kjenner hverandre og kjenner til hverandre. Intervjuepersonene vil lett kunne gjenkjennes dersom det ikke

gjennomføres grep for å sikre deres fulle anonymitet. I presentasjonen av resultatene er det foretatt anonymisering av respondentene så langt det er mulig. Fordi utvalget er så lite, er det gjort grep som å blande sitater i resultatkapittelet. Alle data som kan være kjennetegn på enkeltpersoner er fjernet, og det blir brukt begrep som ”noen”, ”flere” og ”enkelte” i stedet for antall i beskrivelsen både i resultatpresentasjonen og diskusjonen.

I det transkriberte materialet ble respondentenes dialekt forsøkt ivaretatt. I presentasjonen av resultatene derimot er alle sitatene omgjort til bokmål, av hensyn til personvernet. Noe av særpreget og det personlige blir borte, men hensynet til den enkelte må veie tyngst. Av samme grunner henviser jeg heller ikke til en bestemt person i presentasjonen.

Skriving av refleksjonsnotat, har bidratt til at de etiske betraktningene har vært i fokus i hele arbeidsperioden.

3.6 Metodiske vurderinger

Jakobsen (2003) påpeker at undersøkelser alltid skal forsøke å minimere problemer knyttet til gyldighet(validitet) og pålitelighet (reliabilitet). Det er viktig å forholde seg kritisk til kvaliteten på de innsamlede dataene. Når resultatene av undersøkelsen har blitt vurdert til å være rimelig pålitelige og gyldige, blir neste spørsmål om de kun er av lokal interesse om de kan overføres til andre sammenhenger, om de er generaliserbare (Kvale et. al.2009).

3.6.1 Gyldighet

Når data i en undersøkelse sier noe viktig og treffsikkert om problemstillingen har den høy gyldighet, validitet (Aadland 1997). Validitet innenfor kvalitativ forskning handler i stor grad om troverdighet, og dreier seg om å kontrollere (Kvale et. al 2009). Troverdigheten er spørsmålet om undersøkelsen ble utført på en troverdig måte, og at oppgaven framstår som troverdig (Guldvik 2002). Validiteten dreier seg om alle stadiene i studien, fra tematisering til rapportering (Kvale et. al 2009).

I tematiserings - og planleggingsfasen er det, så langt det har vært mulig, forsøkt å sikre godt bakgrunnsstoff og teoretisk forankring. Den metoden som ble vurdert til best å ivareta studiets emne og sikre god kvalitet ble valgt (ibid). Under intervjuene var jeg spesielt opptatt av at respondenten og jeg ikke snakket forbi hverandre, og at gode poenger som dukket opp underveis ble registrert og fulgt opp.

Det er gjennom hele studien ført logg. Alle intervjuene er tatt opp på bånd og transkribert ordrett. Alt er gjort for å forsøke å sikre godt håndverk og styrke kvaliteten på arbeidet. I analysefasen er det så langt som mulig forsøkt å ha et kritisk syn på egne tolkninger, og sette egen forforståelse til side. Materialet er gjennomgått mange ganger. Tankegangen i den hermeneutiske sirkel, og metode etter Van Manens(2007), har vært utgangspunkt for analysen.

I hermeneutisk tolkning er de spørsmålene som stilles til teksten avgjørende. Derfor er den gjentatte gjennomgangen av materialet helt nødvendig (Kvale et. al 2009). Det ble stilt oppfølgingsspørsmål under intervjuene, og i analysefasen er det forsøkt å stille ulike spørsmål til den transkriberte teksten. Alt er gjort for å se om det oppsto endringer i betydningen ved forskjellige spørsmål(ibid).

Kvale et. al (2009) mener at i slik forskning må det være tillit til at den som intervjuer har en etisk standard som sikrer mot at stoff bevisst utelates, at enkelte sitater trekkes fram fordi de er spesielt slående eller at det skjer en systematisk sammenholdning med annen forskning. Det er forsøkt å unngå dette ved aktivt å sette egen bakgrunn til side, og være så nøytral som mulig i lesningen og tolkningen av dataene i materialet.

3.6.2 Pålitelighet

Når dataene i en undersøkelse er til å stole på og ikke er preget av tilfeldighet, har den høy grad av pålitelighet, reliabilitet (Aadland 1997). Reliabilitet har med forskningsresultatenes konsistens å gjøre, og er et mål på hvor pålitelige dataene er (Kvale et. al 2009). Et kvalitativt intervju er en mellommenneskelig prosess som formes både i innhold og stil av de som deltar (Jakobsen 2003). I en slik setting er det viktig at det som kommer ut av intervjuene ikke er avhengig av hvem som har gjennomført dem. Pålitelighet handler om hvorvidt resultatene kan gjentas av andre forskere på et annet tidspunkt (Kvale et. al 2009).

Som forsker er det viktig å være klar over og bevisst på påvirkningsmulighetene i alle faser av studien (ibid). Det er mange måter å sikre dette på. Under intervjusituasjonen er det viktig å være bevisst på å stille spørsmålene på en så tydelig måte som mulig. Jeg prøvde så langt som mulig ikke å stille ledende spørsmål, for å unngå å påvirke svarene.

Å la respondentene lese igjennom og godkjenne de transkriberte intervjuene kan også sikre påliteligheten. De får mulighet til å komme med tilbakemeldinger om behov for tilføyelser, rette opp misforståelser, gi nye refleksjoner til analyseprosessen, og også gi mulighet til å supplere med nye spørsmål. Respondentene i studien ble forelagt muligheten for å gjennomgå materialet etter at det var transkribert, men alle takket nei til tilbudet.

Et annet mål på påliteligheten, vil være om hvorvidt analysen jeg har gjort er pålitelig (Kvale et. al 2009). Gjennom å bearbeide materialet mange ganger, prøve ut flere modeller, ha problemstillingen og forskningsspørsmålene i fokus og stille kontrollspørsmål underveis, anses analysen å være pålitelig

3.6.3 Generaliserbarhet

Generaliserbarhet dreier seg om hvorvidt resultatene i studien primært er av lokal interesse, eller om de kan overføres til andre situasjoner eller intervjupersoner (Kvale et. al 2009). Forutsetningen er selvsagt av resultatene i første omgang vurderes som rimelig pålitelige og gyldige. Spørsmålet er hvorvidt funnene er generaliserbare.

Det intensive designet har mange fordeler, men gjør at studien i høy grad blir spesifikk. Den forholder seg kun til en spesiell kontekst og noen få enheter. Da blir spørsmålet i hvor stor grad funnene kan generaliseres. Kan det påstås at det som gjelder for de få respondentene i studien, også gjelder for alle andre i samme situasjon (Jacobsen 2003).

Mulig generaliserbarhet for studien er for personer med tilbud i andre tiltak for marginaliserte grupper. Det er naturlig å tenke seg at mange i lignende situasjoner som selgerne, ville formidle noen av de samme opplevelsene. De momenter som framkommer i diskusjonen senere, vil trolig av overføringsverdi til både

rusmiddelmisbrukere, mennesker med psykiske lidelser og andre som går fra en passiv rolle over i en mer meningsfylt hverdag. Opplevelsene av tilhørighet, anerkjennelse og frihet er nok elementer flere vil kjenne seg igjen i.

3.6.4 Forforståelse

Måten vi ”ser” mennesker på for vårt indre, ideologiske blikk, utgjør den forforståelsen som vi bygger vår forståelse på (Aadland 1997). Utsagnet rommer kjernen i å skjønne hva som ligger i begrepet forforståelse er, slik jeg ser det.

Det er de forutsetningene hver av oss har med oss som gjør at det blir mening i et materiale vi setter oss inn i. Forforståelsen kan være både bevisst og ubevisst. Det bevisste er de holdningene vi vet at vi har, mens det ubevisste er holdningene det vi tar som en selvfølge, og derfor ikke tenker over at vi har. I et hermeneutisk perspektiv er alle de forestillinger vi har på forhånd, både positive og negative, bevisste og ubevisste, egentlig fordommer (ibid).

Som forsker er det viktig å være klar over dette, og tenke grundig gjennom og være bevisst på egen forforståelse, i alle faser av forskningsprosessen. Min forforståelse er preget av egen bakgrunn, utdanning, livs – og arbeidserfaring. Det var viktig å være klar over dette da studien skulle gjennomføres. Hvis ikke, kunne jeg ende opp med bare å se bekreftelser på mine egne ubevisste fordommer, i gjennomgangen av materialet (ibid). Kontrollspørsmålene som ble brukt for å forsøke å unngå slik bekreftelse, var blant annet hvilken begrunnelse jeg hadde for å velge temaet, om jeg hadde ønske om å ”avsløre” noe eller noen, og hva jeg egentlig trodde jeg skulle finne (ibid).

Begrunnelsen for å velge teamet er beskrevet tidligere i oppgaven. Hvis jeg hadde tanker om å ”avsløre” noe da jeg gikk inn i studien, må det ha vært hvilket positivt tiltak = Fredrikstad er for målgruppen. Forforståelsen var positivt ladet, sterk påvirket av all positiv mediaomtale og annet i lokalsamfunnet. Den ble ikke mindre positiv av å møte den entusiastiske redaktøren i forkant av studien. I planleggingsfasen så jeg at dette kunne være med å påvirke og styre studien uhensiktsmessig. Jeg hadde diskusjoner med kollegaer, medstudenter, og også veileder om dette. I intervjuguiden

var det lagt inn spørsmål som skulle få fram de negative sidene og perspektivene også, og jeg var bevisst på å følge opp de sidene spesielt.

I ettertid ser jeg at jeg, uten å være klar over det, hadde en forforståelse som ikke tok opp i seg spesielt den negative siden som kom fram om manglende endringer i livet for selgerne også på fritiden. Til tross for lang yrkeserfaring i arbeid med gruppen, hadde jeg en naiv tro på at de positive endringene jobben medførte for selgeren, også ville gjelde resten av dagliglivet deres.

4. HVA FORTALTE RESPONDENTENE?

I kapittelet presenteres resultatene fra undersøkelsen. Resultatene har framkommet etter gjennomført analyse av forskningsmaterialet, og presenteres i en modell, med inndeling i hovedtema, tema og undertema. Til slutt i kapittelet oppsummeres resultatene.

Bare de resultater som er relevant i forhold til hensikten med undersøkelsen og problemstillingen: ”Hvordan beskriver selgerne av gatemagasinet = Fredrikstad at jobben som selger har medført endringer i livet?” og forskningsspørsmålene ”Hvilke endringer i eget liv beskriver selgerne av gateavisa = Fredrikstad?” og ”Hvordan opplever selgerne at jobben har påvirket deres relasjoner til folk i lokalsamfunnet?” blir presentert.

Dataene presenteres og kommenteres tematisk uten drøfting.

Resultatene i kvalitative studier handler ofte om å skildre noe slik at det oppstår nye tanker om temaet. Det er viktig å få fanget det fundamentale i dataene som er samlet inn, for å få beskrivelsen av det respondentene har fortalt, og for å gi grunnlag for tolkningen av resultatene til slutt (Olsson & Sørensen 2003). Det er gjort store bestrebelser for å få fram det essensielle i det respondentene beskrev, hva de faktisk sa. I hele arbeidsprosessen har jeg følt det som et stort ansvar å få fram nettopp dette.

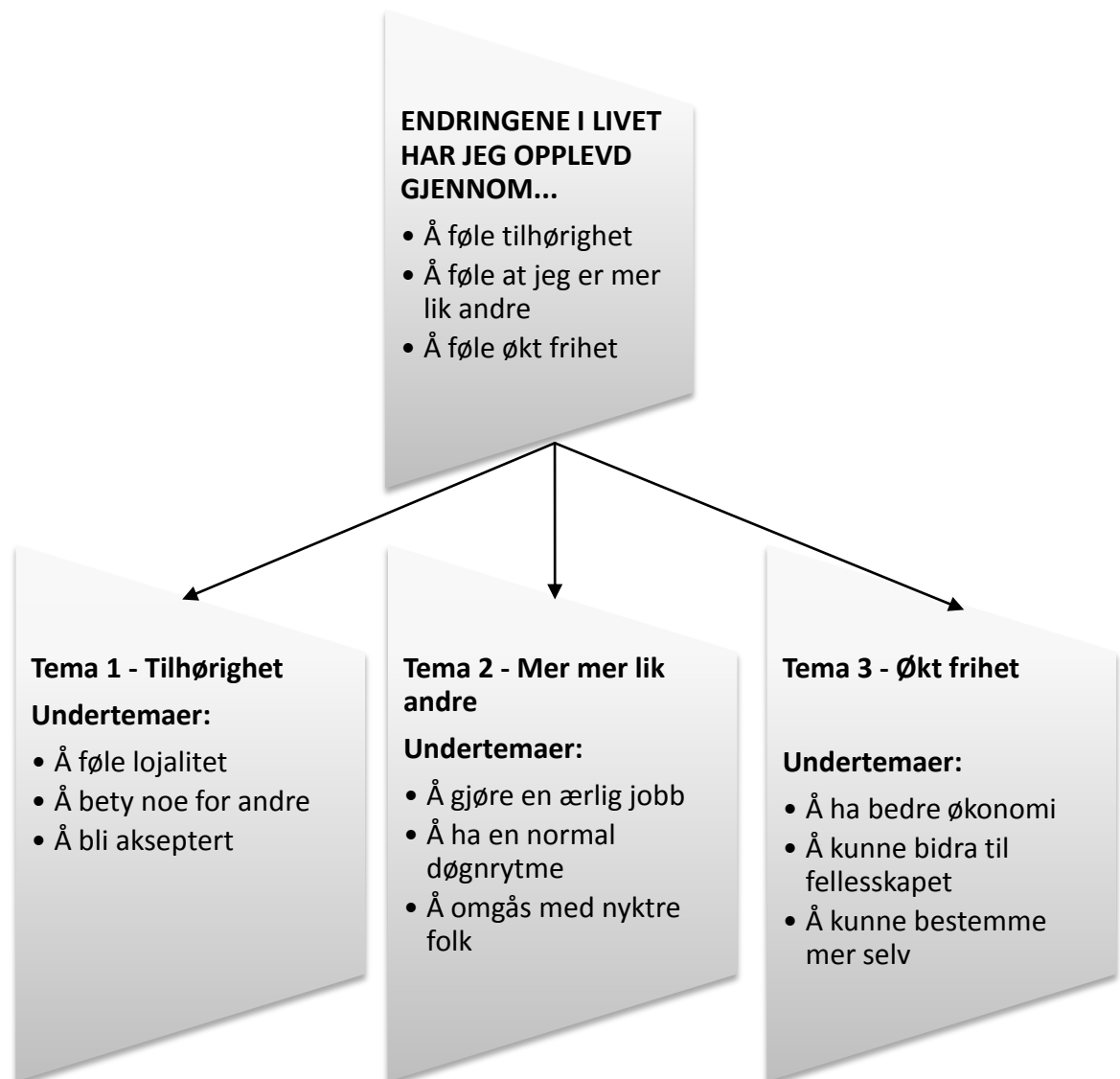
Alle respondentene viste et sterkt engasjement under hele intervjuet. De fortalte med stor innlevelse om hva jobben med å selge magasinet, kundene og ikke minst menneskene på arbeidsplassen har betydd for livet deres. For å få fram dette engasjementet og deres stemme, blir resultatene presentert med direkte sitater fra respondentene. Av samme grunn er det valgt en ”jeg - form” i presentasjonen av temaene i modellen under. Utsagnene har derfor en muntlig form.

Sitatene fra respondentene kommenteres under hvert tema og undertema. Der det under noen temaer kan se ut som det forekommer gjentakelser, må det understrekes at utsagnene kommer fra ulike respondenter. I noen tilfeller er det brukt nesten identiske

utsagn, fordi det er små nyanser i dem. Selv om det framkom tre temaer ut fra analysen, var det ulikhet i hvor mye vekt respondentene la på hvert tema. Av den grunn framheves de tre temaene noe ulikt i presentasjonen av resultatene.

I presentasjonen av resultatene og i diskusjonen i kapittel fem brukes både betegnelsen selger og respondent om dem som har blitt intervjuet.

Hovedtema og temaer med undertemaer presenteres i overskrifter i modellen under. Presentasjonsformen er valgt for å synliggjøre resultatene fra studien på en enkel, visuell og konkret måte.



Figur 2: Presentasjon av studiens resultater

4.1 Opplever tilhørighet gjennom....

Behovet for tilhørighet et grunnleggende behov hos alle mennesker. De fleste av respondentene er i en livssituasjon som gjør at de mangler en slik tilhørighet. Mange har liten kontakt med sin familie i det daglige, de har få fritidssysler og de har ofte bare venner med samme utfordringer som dem selv. Samtidig er de i en situasjon der de prøver å kutte ut gamle venner i rusmiljøet på fritiden. Dette er ikke lett, slik en av respondentene uttrykte det:

- ✓ ”For at jeg må starte et nytt miljø med å få streite folk til å stole på meg, og det er ikke så lett det.”

Situasjonen gjør dem enda mer sårbare enn de var før. Det fører til ensomhet, og gjør at det å få et sted der de føler tilhørighet er viktig. Tilhørighet fører til trygghet, bedre livskvalitet og bedre helse.

Tilhørighet som tema kom til uttrykk på mange måter fra respondentene. Uten direkte å bruke begrepet, var det mange nyanser i utsagn som gjorde dette til et tema i resultatene. Det var ikke forskjell i vektlegging på dette temaet fra respondentene, verken ut fra alder eller andre bakgrunnskriterier.

Følgende utsagn illustrerer hele spekteret i temaet tilhørighet: lojalitet, det å bety noe for noen, og bli akseptert av andre mennesker:

- ✓ ”Ja, avisa er viktig. Samholdet selgerne har og sammen med de ansatte, og i det hele tatt hva avisa gjør med oss. Det har magasinet hjulpet oss mye med, at vi har blitt samla. Vi har blitt sånn en egen klikk av gutter og jenter der nede.”

4.1.1 Å føle lojalitet

Det å være lojal mot arbeidsplassen, magasinet = Fredrikstad, var et tema flere av respondentene kom inn på. Mye av det de sa tydet på at de føler sterk lojalitet. De snakket om seg selv som representanter for bladet, og at dette legger føringer på hvordan de oppfører seg i offentlige sammenhenger. En sa det slik:

- ✓ ”Ja, vi har jo skrevet en arbeidskontrakt som sier at vi skal oppføre oss ordentlig og greier. Vi er jo firmaet utad. Og jeg er jo en del av et firma. Så du kan jo si at det de ser av meg, er det de ser av = Fredrikstad.”

Alle respondentene uttrykte, på hver sin måte, at de gjennom tilhørigheten til arbeidsplassen, kollegaer og ansatte, føler stort ansvar for å ivareta ”ryktet” til magasinet og kollegane. De beskrev dette som noe nytt i livet sitt, noe de ikke kunne huske å ha opplevd på mange år, om i det hele tatt tidligere i livet. Avhengig av alder var det forskjeller i måten de vektla lojalitetsaspektet på. De yngste i utvalget var ikke så opptatt av dette som de eldste.

Flere av respondentene var opptatt av, og understreket, lojaliteten til kollegaene, de andre selgerne som viktig, og uttrykte dette på for eksempel på denne måten:

- ✓ ”I dag selger jeg bare for å bidra til bladet. For det er rett og slett for det er mange som sliter ute på gata. Som trenger det bladet. Å ha det og trenger de pengene. Det er mye bedre at de selger enn å gjøre andre ting.”

Det var også et skille mellom de yngste og de eldste respondentene på dette punktet. De yngste ga ikke uttrykk for lojalitet til kollegaene på samme måte som de eldste.

Flere, både eldre og unge, fortalte at de på grunn av egen situasjon ikke ville ha så tett kontakt med eller omgås folk fra rusmiljøet på fritiden. Dette begrunnet de med at de måtte kutte det gamle miljøet fordi de nå er i legemiddelassistert rehabilitering(LAR). De tar ikke sjansen på å la seg friste til å benytte andre stoffer igjen.

- ✓ Altså, det er greit å være på jobb med dem. Men ellers må jeg la være, jeg er ikke så sterk at jeg kan være i miljøet uten å sprekke.

Selv om de fleste snakket positivt om sine kollegaer, var det også andre meninger som kom fram. Konkurransen mellom selgerne om de beste salgsstedene var flere respondenter innom som et negativt moment. En sa:

- ✓ ”Sånn dårlig konkurranse. At de ikke har noen faste plasser, at de prøver å stjele fra hverandre og stjeler de beste plassene. Det liker jeg ikke.”

Alle snakket mye om hva de ansatte og de frivillige i magasinet betyr, og hvordan de føler seg knyttet til dem. Ingen oppfattet redaktøren ”bare” som redaktør, eller de andre ansatte eller frivillige som ”bare” ansatte eller frivillige. De beskrev dem som hjelpere og venner, og som mennesker som både bryr seg om dem og viser engasjement og medfølelse.

I det hele tatt snakket flere av respondentene om både de ansatte og de frivillige som viktige samtalepartnere og hjelpere:

- ✓ ”Bryr seg om oss. Viser medfølelse. Jeg kan takke henne for alt jeg.”

Flere av selgerne la vekt på at de også oppsøkte lokalet til magasinet på dager de ikke skulle ut og selge magasiner. Mange av dem fortalte at det ikke var alle dager de var i form til å gå ut på gaten og jobbe, av mange ulike grunner. Allikevel velger de ofte å ta seg en tur til byen, og oppsøke lokalet. Der er de sikret å treffe folk uansett, og det fremhevet de som veldig viktig:

- ✓ ”Hvis jeg har en dårlig dag så går jeg ned i butikken bevisst for å prate med noen av de som jobber der. Det er derfor jeg sier, jeg er veldig glad for magasinet, at jeg har dem der. Hvis ikke tror jeg det hadde gått mye dårligere.”

I lokalavisen den første desember i år siterte redaktøren av = Fredrikstad, i forbindelse med at tiltaket fikk tildelt årets første julestjerne fra avisa, hva en selger hadde sagt om tiltaket:

- ✓ ”Dette stedet er godt ettervern også.”

Også på dette området var det ulike oppfatninger mellom de yngste respondentene og de eldre. De eldste var veldig opptatt av denne dimensjonen. Ansatte og frivillige ble framstilt nærmest som familien deres. De fortalte hvor ofte og mye de oppholdt seg i lokalet på dagtid, også når de ikke skulle ut å selge. Flere av de eldste hadde brukt de ansatte til å bistå dem i kontakt med hjelpeinstanser. De yngste beskrev også de ansatte og frivillige som viktige, men hadde allikevel et mer distansert forhold til dem.

4.1.2 Å bety noe for andre

Respondentene snakket mye om viktigheten av å kjenne at de betyr noe for andre. De framhevet at de følte seg til nytte i jobben, og ikke minst at de følte de var viktige for kollegaene. Alle beskrev dette som en god følelse, og uttrykte det blant annet slik:

- ✓ ”Og så det at vi tar vare på hverandre, vi ser ikke ned på hverandre, vi. Om folk går på trynet så er ikke det liksom, farlig liksom nei, det er ikke det. Vi får heller støtte dem. Få dem opp igjen og si det her går bra, liksom.”

De fleste som nå er selgere av magasinet har kjent hverandre fra rusmiljøet tidligere. Flere snakket om hvordan forholdet mellom dem var endret fra å være et kameratskap "bare" på grunn av rusavhengigheten, til å bli en annen type fellesskap. De mente at det fellesskapet som har oppstått mellom dem nå har en annen karakter enn tidligere, og med annet fokus. Som en av dem sa:

- ✓ "Når vi treffes rundt i byen så prater vi mye lettere nå enn før. Vi prater ikke om stoff mer nå. Vi prater med om hva som skjer ute på gata, om hvordan har du solgt, har du solgt noen blader i dag, hvordan har folk tatt deg i mot. Vi deler sånne erfaringer."

Ikke alle respondentene var enige i at fellesskapet hadde blitt sterkere. Også her var det et markert skille mellom de yngste og de eldste selgerne. Flere snakket om at det kunne være problematisk å være kollega med stort sett bare mennesker med rusproblemer. En beskrev dilemmaet mellom det å bety noe for noen og ha venner, og det å oppdage at vennskapet kanskje var bygd på "feil" grunnlag:

- ✓ "Men selv om de var vennene mine, nei, ikke akkurat vennene mine før, de er kollegaene mine nå, men stort sett alle bruker dop. Det er vel det som har vært fellesnevneren for vennskapene til mange inkludert meg, og når du tar bort det så kjenner jeg at jeg har kanskje ikke så mye felles med dem lenger."

Det var stor enighet blant respondentene om at de som selgere har bidratt til å endre på folks oppfatninger av dem i lokalsamfunnet, og en sa det slik:

- ✓ "Seriøst, vi har bidratt til økt forståelse om hvem vi er. Fantastisk stort for meg."

Noen hadde også opplevd at kunder har fortalt dem direkte at det har betydd mye for dem å treffe og bli kjent med selgerne på en ny måte. En selger "sa" følgende på magasinet facebookside i august i år:

- ✓ "Jeg fikk mitt største kompliment noen sinne i dag, da en kunde takket meg varmt for at jeg hadde gjort en forskjell i hans liv."

Viktigheten av tilhørighet og å bety noe for andre ble sterkt poengtert, og alle sa det var store endringer som hadde skjedd som følge av jobben.

Når det gjaldt endringer på fritiden, var det gjennomgående hos alle respondentene at det hadde skjedd lite. Dette gjaldt både de enslige og de som bor sammen med noen. De samboende har partneren å være sammen med på fritiden, men beskrev også at ingen endringer har skjedd når det gjaldt gjøremål utenom arbeidstiden. En sa:

- ✓ ”Det er liksom sånn at jeg kommer hjem også setter jeg meg og spiser og så sitter jeg stille hele kvelden og ser på tv. Gjør ikke noe annet, liksom. Jeg er jo i vigør hele dagen og sånn da, men jeg har ikke noe annet på fritiden nå, heller.”

Utsagnet er betegnende for de fleste selgerne. På direkte spørsmål var det bare en respondent som fortalte om medlemskap og deltagelse i organisert fritidsaktivitet. Noen av respondenten hadde deltatt på aktiviteter eller arrangementer i regi av magasinet noen ganger, men de fleste beskrev at det bare hadde skjedd unntaksvis.

4.1.3 Å bli akseptert

Alle respondentene beskrev på ulike måter viktigheten av det å bli akseptert. De snakket om at aksept både fra kundene og kollegane er viktig.

- ✓ ”Folk hilser på oss. De har blitt mye mer kjent med oss.”

I tillegg var det flere som fortalte om hvordan familiemedlemmer var stolte av dem fordi de har en jobb.

- ✓ ”Slektninger av meg - de snakker bare positivt om meg og jobben min.”

Noen beskrev hvor vanskelige forhold de hadde hatt og fortsatt har til familien sin, og hvordan familien hadde sviktet dem. De fleste fortalte imidlertid om familien som noen som alltid hadde vært der for dem:

- ✓ ”Det har vært sånn hele tiden. Aldri slått hånden av meg. Eneste de har krevd er at jeg ikke kommer i ruset tilstand.”

Alle formidlet at de i større grad en tidligere føler seg akseptert i lokalsamfunnet som den de er. Med stolthet beskrev de hvordan de fikk ros og positiv oppmuntring fra både ansatte og kunder. Samtidig fortalte flere om hvor vanskelig de synes det er det er å takle positive tilbakemeldinger eller kommentarer. De formidlet at det ikke er noe de

var vant til fra før, men at det følte bra når det skjedde, og uttrykte det blant annet på denne måten:

- ✓ ”Det er ikke jeg så veldig vant til, men det er all right - selv om det er litt vanskelig å ta imot positive tilbakemeldinger, Det føles jo godt! Det er noe du ikke er vant til, å få komplimenter da.”

For de fleste av selgerne var overgangen fra å gå fra rollen som ”bare” rusmiddelmisbruker eller tigger i nærmiljøet til å være en som skal selge et produkt, uvant og vanskelig. Selgerjobben gjør at de aktivt må henvende seg til potensielle kunder på en helt annen måte enn da de for eksempel ba om penger fra forbipasserende tidligere.

- ✓ ”Slet veldig i starten med salget, med å møte folk og skulle ta kontakt. Men jeg har liksom klart å lære meg det da, så blitt kjent med mange av kundene, mange blir du kjent litt ekstra med.”
- ✓ ”Vanlige folk vil hjelpe oss mye mer, de støtter oss mye mer i hva vi gjør og hva vi driver med.”

Respondentene omtalte alle seg selv som selgere. De la vekt på at de var på jobben når de var ute og solgte magasinene. Samtidig fortalte flere om kunder som ga dem penger uten å ville ha bladet, eller ga dem mer enn det bladet koster når de kjøper det:

- ✓ ”Også det at folk faktisk gir penger ekstra, altså. Vi skal ha femti kroner for bladet, så hender det at vi får hundre kroner og hender vi får to hundre kroner, uten at de tar bladet også. Og jeg mener det at det bør vi være takknemlige for de har ikke noe krav på seg til å gjøre det.”

Det ble også fortalt om kunder som kommer med klær og andre gaver, og gir til selgerne mens de er på jobb:

- ✓ Ja. Jeg får vanter og sokker - hjemmestrikket da, vet du, og klær også.”

Noe av det respondentene sa fikk fram hva de selv tenkte om ”de vanlige”, og at de ikke alltid følte seg akseptert av dem. Samtidig formidlet de gjennom det de fortalte noen av sine egne ”fordommer” eller skepsis mot andre mennesker:

- ✓ ”Men så etter at jeg har blitt kjent med kunder, jeg har vært på kafé med en kunde, så forstår jeg at det finns faktisk folk der ute som ønsker deg godt selv om du har et problem.”

På direkte spørsmål om hva de syns om at folk har endret holdning til dem nå fordi de selger magasinet kontra tidligere da de tigde, om det ikke er betenkeligheter ved dette, svarte en:

- ✓ ”Nei, det vet jeg ikke. Det har jeg ikke tenkt egentlig på fordi jeg er vant til at folk har sett skrått på meg, jeg, så det har jeg ikke tenkt noe særlig på.”

Til tross for at de fleste opplevde at de ble akseptert i større grad enn tidligere, er det også eksempler på manglende aksept og krenkende utsagn i materialet. En av selgerne fortalte følgende:

- ✓ ”Nei, altså, det er sånn: få deg en ordentlig jobb, kan ikke bare stå her med det bladet. Er så lei dere selgere, kan dere ikke bare dra til helvete. Sånne ting, for å ta et par.”

En annen hadde hatt lignende opplevelser:

- ✓ ”Det var ved juletider og da var det en som var skikkelig barsk, liksom, som mente at det var jeg som kunne gi han penger og sånn til å forsørge unger og kone, liksom.”

Respondentene snakket alle om hvor viktig det er for dem å føle seg mer akseptert. I lokalsamfunnet. Samtidig var det noen som uttrykte holdninger overfor andre svake grupper, som kan tolkes som om at selgerne selv kanskje sliter med å akseptere dem. De snakket blant annet om tiggere som er synlige i bybildet, særlig fra andre folkegrupper. Det kom fram mange holdninger til dette, som dette:

- ✓ ”Ja, for det finns så mange andre muligheter, de kan selge blader på samme vis som meg hvis de viser litt mer ansvar for sitt eget liv.”
- ✓ ”De gjør det ikke fordi de trenger det, men de har vokst opp i et land der du må gjøre det. Det er normalitet for dem. Det er en jobb.”

En annen fortalte at utlendinger aldri kjøper magasinet av ham, samme hvor han står og selger. Det mente han var helt gjennomført, og sa følgende om det:

- ✓ ”Jeg tenker sånn at så lenge de bor her i Norge og lever et godt liv fra den norske stat og har kommet hit og fått et helt nytt liv så bør de kanskje gi litegrann tilbake til dem som sliter her i Norge – i stedet for å sende trygdepengene tilbake til hjemlandet.”

En annen av respondentene uttrykte et helt annet syn på andre mennesker og grupper som sliter. Han sa:

- ✓ ”Jeg har stått litt rundt omkring. Jeg begynte å selge nede på parkeringen, men nå sitter det så mange og tigger og sånn der. Det blir vanskelig å stå rundt dem og sånn. Jeg syns synd på dem som sitter og tigger, jeg. Vil liksom ikke ødelegge for dem.”

Han uttrykte stor forståelse for de som tigger, sa at han visste hvordan de hadde det, og derfor gjorde sitt for ikke å bli en konkurrent for dem.

4.2 Opplever å bli mer lik andre gjennom....

De fleste mennesker har et ønske å passe inn i samfunnet, leve på samme måte som andre, og ikke skille seg ut. Respondentene var alle opptatt av dette perspektivet. På mange forskjellige måter uttrykte de at de gjennom jobben opplevde å ha blitt mer lik andre, ”de vanlige” eller ”de nyktre”. Enkle ting som det å ha en grunn til å stå opp på morgenen, å ha en jobb å gå til og kunne omgås med nyktre, normale folk, ble trukket fram som momenter i likheten. En påpekte dette på denne måten:

- ✓ ”Altså, du bruker illegale ting og det jo ikke lov, men resten av livet mitt er mer normalt.”

4.2.1 Å gjøre en ærlig jobb

Respondentene påpekte alle på hver sin måte at de opplevde det mye bedre å ha et produkt å selge enn å tigge penger fra folk. De fleste fortalte at folk generelt er mer positive nå, og at de gir uttrykk for det overfor selgerne.

- ✓ ”Det er jo det du merker på kjøper, de du selger til at de og syns det er mye bedre at du faktisk har et produkt du står og selger i stedet for å stå og tigge penger.”

En av respondentene var en av de første som begynte å selge magasinet i Fredrikstad. Tidligere var han en av dem som ofte var ute på gaten for å tigge penger.

Han fortalte hvordan han opplevde en middelbar endring i hvordan folk i lokalsamfunnet behandlet ham etter at han begynte i jobben.

- ✓ ”Folk så mer positivt på meg når jeg solgte det og gjorde noe, for da ble det en slags arbeid og gir noe tilbake for det jeg får, liksom.”
- ✓ ”Det har blitt veldig mye mer positivt nå enn det har vært til å begynne med, for det har blitt et bindeledd mellom oss og de nyktre folka i byen her.”

Den samme selgeren beskrev at ham faktisk sto på samme steder og solgte magasiner, som han pleide å stå og tigge, og at det var med en viss forundring han opplevde den store endringen i folks oppførsel.

4.2.2 Å ha en normal døgnrytme

Det å ha en normal døgnrytme, være våken på dagen og sove på natten, er en naturlig ting for de fleste av oss. I intervjuene var dette et tema flere av respondentene snakket mye om, at det var godt å være mer lik andre på det området, og hvor mye det hadde å si:

- ✓ ”Døgnrytme og sånn, det har jeg alltid slitt med. Aldri hatt noe fast. Det har ordnet seg, og det har gjort at jeg sover mye lettere og mye bedre. Før kunne jeg gå flere døgn uten søvn og så kunne jeg sove lenge.”
- ✓ ”Nå legger jeg meg til vanlig tid, sover gjerne natten igjennom, våkner tidlig og søvnen har blitt bedre av det, faktisk.”

Flere påpekte at de opplevde å være i bedre form både psykisk og fysisk bare ved denne endringen i livet. De fortalte også at det var mye lettere å motivere seg til å stå opp på morgenen når de visste de hadde noe konkret og positivt å se fram til på dagen.

4.2.3 Å snakke med nyktre folk

Kontakten med andre deler av befolkningen enn rusmiljøet var veldig vektlagt i det de sa. De brukte ofte begrepet ”de nyktre” om alle ”oss andre”. Dette sa en av respondentene, og utsagnet er representativt for mange.

- ✓ ”Det er veldig all right å ha nyktre folk og prate med. Dem som aldri har rusa seg.”

Det å kunne kommunisere med andre enn folk i rusmiljøet, å, gjennom jobben, komme ut og snakke med ”vanlig” folk, var det noen av respondentene som knytte direkte opp mot verdighet i livet sitt. En av dem sa det slik:

- ✓ ”Ja, det betyr at jeg får en meningsfylt dag og får snakka med litt vanlig folk, for å si det sånn. Og får et litt mer verdig liv.”

Selv om det ble framstilt udelt som noe positivt å omgås ”nyktre”, kom det også fram vansker med det å være mellom rusmiljøet og ”de nyktre”. Flere av respondentene i studien er i legemiddelassistert rehabilitering, og vil av den grunn ut av miljøet. De må omgås med mange av dem i forbindelse med jobben, men vil ikke være i miljøet utover det.

De beskriver ensomheten som oppstår gjennom det å kutte det gamle miljøet, samtidig som det ikke finns noe alternativ. En fortalte det på denne måten:

- ✓ ”Jeg kan ikke omgås med dem i miljøet lenger, og ingen ”nyktre” vil omgås med meg. Så det blir mest TV – titting og soving resten av dagene.”

En av selgerne, som i likhet med de andre, sa at da han begynte å selge magasinene var motivasjonen å tjene penger til å kjøpe stoff. Han fortalte at etter hvert hadde motivasjonen endret seg, spesielt etter at ham begynte på metadon, og som følge av det måtte kutte rusmiljøet:

- ✓ ”Og jeg selger ikke bladene for pengene sin del, liksom, jeg gjør det for å ha noe å gjøre, treffe folk. Syns det er hyggelig rett og slett.”

4.3 Opplever økt frihet gjennom....

Som enkeltmennesker er de fleste av oss vant til å styre store deler av livet vårt selv. Vi tar det som en selvfølge å selv styre og velge mange av de hverdagslige tingene i livet: Hva vi skal prioritere å kjøpe, hvor ferien skal gå, å være med å spleise på gaver, å kjøpe noe ekstra til helgen. Slik er ofte ikke livet til personer i marginaliserte grupper, som rusmiddelmissbrukere. De har oftest dårlig økonomi, er avhengig av andre på mange områder i livet, og opplever liten styring på eget liv. Respondentene formidlet at positive endringer som hadde inntrådt i livet etter at de begynte som selgere, var følelsen av økt frihet

4.3.1 Å ha bedre økonomi

De fleste av selgerne i = Fredrikstad har en dårlig økonomi i utgangspunktet. Det de tjener på salget er en ekstrainntekt.

Alle respondentene oppga økonomi som utgangspunktet for at de hadde begynt å selge magasinet, i første rekke for å få penger til stoff. De fleste sa også at dette hadde endret seg etter hvert.

Det som ble mest fremhevet når det gjaldt økonomi var den gode følelsen av generelt å ha litt bedre råd enn tidligere. De understreket at det var en god følelse å ha mulighet til å være litt spontan i forhold å kjøpe litt ekstra. Ingen beskrev noe behov for luksus eller store utskielser, men heller om dagligdagse ting slik det beskrives her:

- ✓ ”Og det er jo ikke bare å være frisk, men også å ha muligheten til å kunne kjøpe seg en film og en god middag en lørdag. ja, ha mat og gjerne kunne kjøpe litt ekstra når det er helg. Ja, gjerne kjøpe inn mat for en hundrelapp og kjøpe en dvd eller to.”

4.3.2 Å kunne bidra til fellesskapet

Som beskrevet over vektla respondentene på, hver sin måte, at de opplever å ha bedre økonomi som kan brukes til ”det lille ekstra”. I tillegg til å beskrive følelser rundt bedret økonomi generelt, var de opptatt av hvor godt det føles å kunne være med å dele på utgifter og være litt mer fri i sosiale sammenhenger.

De snakket om at dette var spesielt fint å kunne bidra til å dekke egne utgifter i forbindelse med ferie, og kanskje også spandere litt på andre:

- ✓ ”Ja, det er liksom hun som betaler bestandig, liksom. Plutselig så hadde jeg penger nok til å betale alt sammen selv og det var så fint. Jeg kunne til og med spandere på henne, liksom.”

Flere av respondentene fortalte at de bidrar med stoff i form av dikt eller noe annet til magasinet. Dette opplever de både som et godt bidrag til fellesskapet, og til god hjelp for seg selv:

- ✓ ”Ja, det kan jeg si, som selger så har du mulighet til å skrive og levere inn til redaktøren og du kan gjøre det anonymt eller med navn. Og det er en veldig fin måte å få ut følelser du har å kunne skrive det og gi til bladet.”

Noen fortalte at de aldri hadde skrevet stort før, men at de blant annet etter å ha vært med på skrivekurs i regi av magasinet hadde begynt å skrive, både prosa og dikt. Både de eldste og de yngste fortalte at de bidrar med ulikt stoff som trykkes i magasinet.

4.3.3 Å kunne bestemme mer selv

En viktig ting respondentene beskrev i forhold til det å ha jobben med å selge magasinene, var at dette hadde gitt dem valgfrihet med hensyn til når og hvor mye de vil jobbe og dermed hvor mye de tjener. De følte at de i større grad har mulighet til å bestemme og ta egne valg, følelsen av å ha en reell påvirkningsmulighet i livet:

- ✓ ”Jobben har betydd livet mitt, egentlig, for nå kan jeg leve livet sånn som jeg har lyst til å leve det egentlig. I hvert fall mye mer enn jeg kunne gjøre før.”
- ✓ ”Ja, avisa er viktig for at du får gjort ting og tang. Det fikk vi ikke gjort før. Den som gidder å jobbe nå kan gjøre hva han vil, liksom.”
- ✓ ”Ja, det er jo sånn at med = så har du jo muligheten til å jobbe når du vil, du bestemmer egne arbeidstider og i mitt tilfelle så selger jeg 40 blader om dagen så det er jo en tusenlapp i lomma om dagen – skattefritt.”

Det var et viktig poeng for selgerne at jobben innebærer at de selv styrer arbeidstiden, og at det ikke er noe krav at de skal jobbe hver dag. Det ble under intervjuene stilt

oppfølgingsspørsmål som gikk på om de hadde noen tanker rundt at det ikke er slik for de fleste andre mennesker som har en jobb.

Valgfrihet handler også om å kunne bestemme mer over egen framtid. På spørsmål om hvilke framtidsplaner de hadde, var det ulike svar fra respondentene. Ikke uventet var svarene noe preget av selgernes alder. De yngste hadde i større enn de eldre tanker om at de ikke skulle magasiner så lenge, men heller forsøke å gjøre noe annet. En hadde konkrete planer som dette:

- ✓ ”Spørs om jeg vil gå videre eller hva jeg vil da. Jeg får vel fortsette på grunnkurset, for jeg likte fagene veldig godt.”

For noen var framtidsplanene langsiktige, men for noen kunne det være ganske konkrete planer i nær framtid:

- ✓ ”Framover så skal jeg spare penger, så skal vi på ferie og ha en fin sommer.”

De eldste i utvalget var stort sett samstemte i at det å selge magasiner var noe de kom til å fortsette med så lenge de orket å fortsette. De uttrykte at de ikke hadde verken planer eller ønsker om å forsøke seg utdanning eller annen form for arbeid framover. Tvert i mot:

- ✓ ”Jeg kommer til å fortsette. Jeg tror jeg kommer til å bli pensjonist der.”

4.4 Oppsummering av resultatene

Resultatene viser at alle respondentene på en eller annen måte beskriver endringer i livet sitt. Endringer som de knytter direkte mot det å ha begynt å selge gatemagasinet, og ha fått et nytt innhold i livet. Endringene er både store og små. Slik respondentene ser det, er de viktigste endringene knyttet til temaene å føle tilhørighet, å føle seg mer lik andre mennesker og å føle økt frihet på flere områder. Til disse temaene forteller de om elementer som bidrar til at de opplever endringene.

Selgerne har formidlet nesten bare positive effekter av å ha fått seg en jobb, og av forholdet til lokalsamfunnet. Negative opplevelser har de beskrevet som bare unntaksvise. Analysen viser at selgerne har en sterk lojalitetsfølelse overfor

arbeidsplassen og kollegaene, Nettverk som har oppstått fordi de har kommet i jobb, understrekes som viktig. De opplever at deres forhold til lokalsamfunnet er endret. De føler seg mer anerkjent og deltagende. Gjennom økt tilgang på ressurser i form av nettverk og styrket selvfølelse, har de beskrevet helsefremmende momenter i endringene.

5. DISKUSJON

I kapitlet diskuteres resultatene fra studien i lys av tidligere forskning, valgte teoretiske perspektiver, og med utgangspunkt i problemstillingen og forskningsspørsmålene. Diskusjonen tar også opp i seg de helsefremmende aspektene i resultatene.

Til slutt i kapitlet foretas et kritisk blikk på studiens metode.

5.1 Hvordan framstår endringene i egne ressurser og i forholdet til lokalsamfunnet?

Respondentene har på hver sin måte, beskrevet det som må sies å være både store og små endringer i livet sitt etter at de startet i jobben som selgere. De framstiller det i stor grad som at endringene i deres liv skyldes menneskene rundt dem, de ansatte og frivillige i magasinet og befolkningen, kundene i lokalsamfunnet der salget skjer. Det er både de ansatte som har gitt dem jobben og kundene som kjøper magasinet, som har hjulpet dem fram. Sånn sett sier de at har fått adgang til ressurser som har mobilisert deres egne krefter for å kunne tilfredsstille behov og løse problemer. Respondentene opplever i større grad å ha kontroll over egen livssituasjon. Dette bekreftes blant annet gjennom beskrivelsene av opplevelsen av mer frihet til å velge, bedre økonomi og å kunne styre arbeidsdagen. Selgerne kan sies å ha opplevd selfempowerment (Hummelvoll 2003).

Resultatene viser at de i liten grad setter lys på seg selv som medvirkende til endringene, selv om en av selgerne på spørsmål om hvorfor salget gikk så bra og kundene var så hyggelige, svarte kontant: ”Fordi jeg er en likandes kar, rett og slett”.

Under mine besøk i magasinets lokale, og for eksempel på jubileumsarrangementet i juni, observerte jeg det som kan beskrives som empowerment i praksis. I interaksjonen og samtalene mellom selgerne og de ansatte og de frivillige, ble det observert gjensidig respekt. Observasjonene er i tråd med det respondentene selv beskrev. Fra de ansatte og frivilliges side bygges det hele tiden opp under det positive hos den enkelte selger.

Selv om empowerment er et flertydig og diffust begrep, viser observasjonene og det selgerne selv sa at det skjer ting som gir grunnlag for en følelse av innflytelse og bemyndigelse hos selgerne. Følelsene gir dem større tro på seg selv. De får følelsen av å bli tatt på alvor. Flere beskrev blant annet hvordan de av de ansatte hadde blitt oppmuntret til å delta på skrivekurs, og til å bidra med innlegg i magasinet. Noen av dem fortalte at de i flere sammenhenger vært ute på skoler og snakket om livet sitt, og at de for eksempel har stilt opp på intervjuer i lokalavisene. En viktig del av budskapet var hvordan de opplevde å ha fått mot til å gjøre det. Respondentene beskriver at de har fått styrke, og bistand til større selvtillit. Ressursene og mestringsevnen kan sies å være styrket gjennom myndiggjørende handlinger (Aamodt 2005).

Hjelper – brukerperspektivet i empowermenettenkningen har i seg at handlingene utgår fra hjelperne til brukerne, og kan medføre at brukerne blir fratatt ansvar (ibid). Observasjoner i studien bekreftet at dette skjer med selgerne i blant. Det som ble observert, var at det så ut til at det ble stilt få krav til selgerne på noen områder. De har de overordnede kravene i form av arbeidskontrakt og oppførsel på arbeidsplassen. Når det kom til for eksempel arbeidstid og andre avtaler, virket det som de nesten ble litt ”for mye forstått”. Flere ganger mens jeg var i lokalet, ringte selgere og sa de ikke orket å jobbe den dagen. De ansatte og frivillige godtok det, og uttrykte forståelse og medfølelse for situasjonen. I og for seg positivt, og forhåpentligvis det samme som vi andre opplever når vi er syke. Men i motsetning til oss andre, er det ikke noen arbeidslivsregler, som sykemeldinger eller bedriftsinternt arbeid (BIA) som trår i kraft ved sykdom. Når det gjentar seg gang på gang, hadde det kanskje vært nyttig med enda mer positivt press, eller aktive overtalelser for å få selgeren på jobb. De ansatte og frivillige har en vanskelig balansegang mellom det å være arbeidsgiver, hjelper og medmenneske på en gang

Paradokset ligger også i at selgerne har fått seg jobb, alle beskriver det som jobb, men de må ikke følge alle de vanlige reglene i arbeidslivet. Så spørres det om det ønskelig, for ikke å si mulig, at de skal lære det? Det er uansett verdt å ha med denne tankegangen i videre arbeid med tiltak som = Fredrikstad. Mye avhenger av målgruppen i tiltaket, hvem det skal være for. Slik det er nå, er det i realiteten åpen for de fleste som søker på jobben, og som klarer å forholde seg til reglene i arbeidskontrakten. Aldersspennet på selgerne er stort, slik også respondentgruppen

viser. Slik tiltaket fungerer nå er det grunn til å ha med seg tanken om at det, til tross for alt positivt, også er med på å opprettholde samfunnets stigma overfor målgruppen.

Resultatene viser at det er ulike meninger utfra respondentenes alder blant annet om framtidsplaner. De eldste ser for seg at selgerjobben er det de skal fortsette med, de yngre formidler at de kan tenke seg å ”gå videre”. Dette er en viktig dimensjon, som sier noe om behovet for å jobbe ulikt med de ulike selgerne, og peker på behovet for et tett samarbeid mellom de ansatte i magasinet og det offentlige hjelpeapparatet.

I sine beskrivelser om hva som har endret seg i livet, la de fleste respondentene stor vekt på at det var større orden i livet deres, at de opplever å ha fått en døgnrytme mer i tråd med ”de nyktre” og at de blir sett, og sett på, på en annen måte enn før.

Flere av selgerne poengterte sterkt hvor mye de ansatte og frivillige i magasinet betydde for livet deres. Spørsmålet som kan stiller er om det er selve selgerjobben som har medført endringene, eller er det i stor grad også relasjonene og nettverket på arbeidsplassen som er utslagsgivende?

Da = Fredrikstad ble etablert var det starten på et fellesskap, et sosialt nettverk, som har fått store konsekvenser for mange menneskers liv. Resultatene viste at mange av respondentene aktivt bruker lokalet til magasinet som et møtested også når de ikke er på jobb. Sett i forholdet til det grunnleggende behovet menneskene har for tilhørighet, er det naturlig at de gjør det (Baumeister & Leary 1995).

Nettverket har medvirket til å skape ressurser, relasjoner og problemløsningsevne for fellesskapet og for den enkelte selger. Med sine beskrivelser av lojalitet, styrke til for eksempel å skrive for magasinet, og sitt forhold til ansatte og kunder, har respondentene gitt et godt bilde på betydningen av nettverket som medvirkende til endringer i livet.

Selgerne understreker dette på mange måter. Flere forteller at de skriver dikt, betraktninger eller annet som publiseres i magasinet, og opplever gjennom det både anerkjennelse fra andre og bekreftelse på egne ressurser.

Magallanes og Perez – Bermudez (2009) argumenterer for at målet med gatemagasinerne, nemlig å hjelpe hjemløse til å hjelpe seg selv, kan realiseres gjennom økonomisk, psykologisk, sosial og/eller politisk empowerment.

Respondentene i studien framhevet også bedre økonomi som en viktig endring i livet, som har ført til økt handlingsfrihet og større kontroll over egen livssituasjon. Ved å beskrive hvordan de nå opplever å selv kunne bestemme for eksempel når de vil jobbe, viser de at de har oppnådd noe sosial empowerment.

Samtidig sier de noe om hvordan deres sosiale kapital har økt gjennom jobben, og dermed gitt dem følelse av frihet. Gjennom ressursene som har blitt tilgjengelige for dem gjennom nettverket har de blant annet opplevd en økt troverdighet og anseelse i lokalsamfunnet. Dette igjen har medvirket til deres egen anerkjennelse og identitet (Bø & Schiefloe 2007). De har hentet ut ressursene fra nettverket, som en følge av de relasjonene de har fått med både kollegaer og ansatte i jobbsituasjonen (ibid).

Som vist i resultatpresentasjonen, beskrev respondentene få eller ingen endringer i livet sitt utenom arbeidstiden, på fritiden. I og med at mange av selgerne er i legemiddelassistert behandling (LAR), beskrives det tvert i mot at det sosiale nettverket for noen har blitt mindre enn tidligere. Stokland (2009) trekker i sin studie fram LAR som et godt eksempel på hvordan velferdsstatens selektive rehabiliteringsmodeller kan bidra til ytterligere stigmatisering og avstand til samfunnet. Studiens resultater støtter opp under dette. Noen av selgerne i studien opplever det paradoksale i at de på den ene siden har fått en meningsfylt jobb å gå til, med nettverk til kollegaene, og på den andre siden være i et behandlingsopplegg som medfører at de må holde seg unna de samme kollegaene på fritiden. De beskriver, som nevnt, en stor grad av tilhørighet med, og lojalitet overfor kollegene i jobbsituasjonen. Disse elementene settes på prøve når det er slik at de føler at de ikke kan opprettholde kontakten også på fritiden.

Resultatene viser at fritiden fortsatt i stor grad dreier seg om å sitte alene i leiligheten og se på TV. utfordringen for de ansatte og frivillige i magasinet og i hjelpeapparatet rundt selgeren, må være å få til et samarbeid med tanke på å skape positive endringer som også innbefatter selgernes fritid.

Selgeren uttrykker en generell følelse av økt tilhørighet i lokalsamfunnet. Det framkom uttalelser som beskrev det elementære behovet for å danne og opprettholde personlige relasjoner (Baumeister & Leary 1995). Respondentene formildet at de gjennom jobben har dannet nye relasjoner både med kollegaer, ansatte og frivillige i magasinet og kundene. På den måten har de skaffet seg flere tilgjengelige ressurser i lokalsamfunnet, og kan i større grad føle tilhørigheten og ha mer felles referanseramme med andre (Ramon 2001).

I dagens samfunn med økt pluralisme og individualisme har alle mennesker større behov for den sosiale verdsettelsen av den levemåten og livsstilen de har valgt (Høilund & Juul 2005). Mennesket ønsker i mer eller mindre grad individuell prestisje og anerkjennelse. Hver enkelt av oss, også respondentene i studien, vil bli anerkjent som en person som har evner av som betyr noe for et konkret fellesskap, for eksempel på arbeidsplassen (ibid). Selgerne fortalte på mange måter at dette har de i stor grad opplevd etter å ha begynt å jobbe.

Selgerne beskriver opplevelse av anerkjennelse i form av en sosial verdsettelse på flere arenaer, og av flere mennesker. De sier at de føler seg mer verdsatt både av kollegaene, familien og kundene. Samtidig forteller de hvordan de har endret sitt eget syn på andre mennesker. Flere hadde mye å si om egen skepsis til ”de nyktre” og ”de vanlige”, og fortalte hvordan de har endret synet etter hvert som de har blitt kjent med kunder og andre i lokalsamfunnet. De beskriver en gjensidig anerkjennelse mellom seg selv og lokalsamfunnet (Aamodt 2005; Honneth & Holm-Hansen 2008). ”De vanlige” vil dem vel, de tenker ikke bare ”jo fortere du forsvinner, jo bedre er det”, som en av selgerne uttrykte det. Han fortalte at han alltid hadde oppfattet andre menneskers holdninger slik, etter at han selv ble en rusmiddelmisbruker. Det synet han har fått på andre mennesker nå, hadde han vokst fram ved har blitt kjent med kunder og andre mennesker utenfor rusmiljøet. Jobben har ført til at han får daglige oppmuntringer, og at han til og med har blitt bedt med på kafé med kunder. Slike hendelser er med på å styrke følelsen både av økt anerkjennelse og større tilhørighet.

Alle respondentene omtaler salget av magasinet som en jobb, og hvor viktig det er for dem å ha en ordentlig jobb. De ansatte og frivillige i = Fredrikstad snakker konsekvent

om dem som selger som selgere, og at de har fått jobben etter selv å ha henvendt seg, søkt på jobben og blitt ansatt.

Respondentene stilte ikke spørsmål ved det faktum at mange mennesker kommer og gir dem gaver mens de, som de selv påpeker, er på jobb. Under mine besøk og observasjoner i magasinets lokaler, opplevde jeg nesten hver gang at noen innbyggere hadde vært innom med gaver, ofte i form av mat, godterier eller annet spiselig. Det ble ofte fortalt at det for eksempel var rester fra en feiring på en arbeidsplass, eller lignende. Selgerne hadde ikke gjort seg noe tanker rundt at det ikke er en vanlig opplevelse for de fleste av oss å motta gaver når vi er på jobb. Deres forklaring var at dette gjør kundene og innbyggerne bare av sin godhet. Flere var inne på at noe slikt aldri skjedde da de tigget, for eksempel, og selgerne så på det som uttrykk for større aksept. De ansatte og frivillige i magasinet uttrykte også at gavene var en positiv gest fra byens innbyggere.

Dette poenget ble et tankekors under intervjuene, og i analysearbeidet etterpå. Hvilke holdninger er det vi som innbyggere og kunder formidler ved å gjøre dette? Hadde vi gjort det et annet sted, til andre mennesker eller grupper? Hva slags holdninger ligger under det å gjøre slike ting? Er det en slags avlat vi gjør overfor mennesker i svake grupper som vi kanskje ikke alltid behandler på en god måte ellers? Hva er det som gjør at selgerne ser på dette som naturlig? Hva er det uttrykk for?

Den formen for manglende respekt, som beskrives som nektelse av rettigheter, er et perspektiv som kan brukes til å belyse situasjonen om lokalsamfunnets ”raushet” overfor selgerne (Honneth1995). Det er en form for manglende respekt som påvirker individenes sosiale integrasjon, ofte ut fra tilhørighet i en bestemt gruppe(ibid). Den manglende respekten gjør at mennesket mister statusen som en verdig og likeberrettiget deltager i samfunnet, og nedbryter den enkeltes selvaktelse (Høilund & Juul 2005.)

Lokalsamfunnets handlinger overfor selgerne, som å gi gaver og ekstra penger, kan være et uttrykk for en slik manglende respekt, selv om intensjonene til hver og en av innbyggerne er gode. Ved de handlinger vi som kunder utfører overfor selgerne, kan vi medvirke til å opprettholde deres status. Respondentene beskriver ikke selv opplevelse av mindre selvaktelse eller selvverdighet ved å motta gaver og ekstra penger fra kunder

og andre innbyggere. Tvert i mot er deres opplevelse at disse handlingene er en anerkjennelse av dem selv og jobben de gjør.

Er anerkjennelsen er reell? Spørsmålet kan ikke uten videre besvares enkelt med ja eller nei. Selgerne beskriver sine opplevelser ut fra sitt ståsted. De har gjennom mange år vært i en situasjon der de har opplevd å være nederst på rangstigen, både i lokalsamfunnet og storsamfunnet for øvrig. Flere har en fortid som tiggere på de samme stedene der de nå står og selger et produkt som innbyggerne kan kjøpe. I dette perspektivet er det lett å skjønne at selgerne beskriver stor grad av anerkjennelse fra lokalsamfunnet. I stedet for å bli oversett og omtalt negativt, opplever de nå daglig å være i god dialog med kundene. De får gaver og ros for jobben de gjør. For den enkelte selger er dette en reell opplevelse av å oppleve seg mer anerkjent og mer lik oss andre. Erfaringen deres, og det de formidler er at den sosiale verdsettelsen har økt (Høilund og Juul 2005). De gir også uttrykk for at de selv anerkjenner ”de nykre” eller ”de vanlige” i større grad enn de gjorde tidligere.

Tas spørsmålet om hvorvidt anerkjennelsen er reell et skritt videre, kan jeg spørre om det i det hele tatt er mulig å oppnå gjensidig anerkjennelse mellom selgerne som tilhører en så marginalisert gruppe og oss andre, så lenge det er denne jobben de har. Ulikheten i maktforholdet mellom partene er så stort at det kanskje er umulig i utgangspunktet (Honneth 2008).

Engvik (2007) slår fast at omtalen av magasinsalget som et arbeid, som en selgerjobb har mye for seg. Det at selgerne har et produkt å selge gjør dem mye mer likestilt med dem som kjøper magasinet enn som tiggere, mottakere av veldedighet, slik mange av dem opplevde tidligere. De kan gi noe tilbake, og relasjonen til kjøperen blir basert på gjensidighet i avhengighet i stedet for enveishjelpen som penger i et pappkrus eller annen støtte blir (ibid).

Verdighet er også et perspektiv i forholdet mellom lokalsamfunnet og selgerne. Miller og Keys (2001) fant åtte faktorer som styrket verdigheten for et menneske. En av de viktigste var å bli tatt hånd om når det er behov for hjelp. Tilsvarende fant forskerne de åtte faktorer som brøt ned verdigheten til folk, en av dem var det å bli behandlet dårlig av omgivelsene. Selgerne har beskrevet at de opplever at de både blir tatt hånd

om, og at de blir behandlet positivt. Således formidler de en følelse av økt verdighet i lokalsamfunnet.

Respondentene framstilte sine møter med kundene som nesten udelt positive. Noen fortalte riktignok om negative kommentarer, men det var overraskende få. I kontrast til det selgerne sa, står opplevelsene som reporteren fra Fredriksstad blad (FB) beskrev etter å ha prøvd seg som selger en dag (Nilsson 2011). Han formidlet at opplevelsene han hadde gjorde at han fort mistet selvrespekten. ”Jeg knekker fort”, skrev han. Grunnen var opplevelsen av at folk overså ham, gikk utenom med stive blikk, ble irriterte hvis han nærmet seg dem, og hadde mange unnskyldninger for ikke å kjøpe magasinet. Dette var opplevelsene til en journalist som bare prøvde seg som selger en dag, og må ses i det lyset. Allikevel er det interessant å spørre om selgernes framstilling av forholdet til kundene beskriver alle nyanser. Hvorfor gjør det ikke det i tilfelle? Det er igjen relevant å spørre om selgernes opplevelser er et resultat av at stigma opprettholdes? Da de ble spurt om hvordan det er indirekte å fortelle at du er rusmiddelmisbruker bare ved å stå og selge magasinet, svarte en respondent at det gjorde ikke noe, for ”folk vet jeg er rusmisbruker allikevel”. På spørsmål om hvordan kundene visste det, svarte han at det var måten han var på, og hvordan han så ut. Flere respondenter hadde tilsvarende svar. Funnet kan være en bekreftelse på at selgerne i realiteten ikke opplever at rangeringen mellom den og andre i lokalsamfunnet er endret, slik det også kom fram i Pedersens studie (Pedersen 2008). Selgerens utsagn over kan også være et bilde på at de fortsatt utsettes for stigma, og at de gjennom det opprettholder den forventede, stereotype atferden de tror lokalsamfunnet forventer av dem (Major & O’Brian 2005).

Selgernes nesten udelte positive framstilling av forholdet til kundene og til lokalsamfunnet for øvrig, kan også være preget av situasjonen de var i under intervjuene. De ble stilt spørsmål om jobben sin av en nesten fremmed person, og det kan ha påvirket svarene. Lojaliteten til både arbeidsplassen, kunder og kollegaer var viktige funn i resultatanalysen, og kan gjøre at ønsket om å gi en positiv framstilling av arbeidsplassen sin var stor.

Pedersen(2008) spurte i sin studie om salg av gatemagasinet først og fremst en strategi for å tjene penger til rus, eller om det er et verdighetsprosjekt. Er tiltaket en måte å

forsøke å distansere seg fra stigmatiserende kategorier som for eksempel tigger eller kriminell? Han konkluderte med at det kan sies å være begge deler. Det kommer blant annet an på hvem som spør, hvem som spørres og hvilke omstendigheter det spørres under. Overfor kundene framsto det viktig for selgerne å kommunisere at magasinsalget er et alternativ til stigmatiserende aktiviteter som for eksempel tigging. I dette møtet står magasinets endringspotensial i fokus for hvordan selgerne presenterte seg selv(ibid).

Funn i studien bekrefter Pedersens konklusjoner. Flere av respondentene uttrykte overraskende sterke meninger om mennesker som tigger på gaten i byen. De fleste poengterte at de distanserte seg fra denne formen for å skaffe seg penger. På direkte spørsmål om hvordan de ser på det de selv gjør nå kontra tigging, formidlet selgere at det å selge magasinet oppleves som en positiv endring av deres sosiale status. I relasjonen til hele lokalsamfunnet oppleves selgerjobben som mer verdt enn tigging.

De holdninger respondentene uttrykte overfor gruppene som fortsatt tigger, viser manglende respekt i form av å nedverdige tiggernes livsform (Honneth 1995). De uttrykker stigmatiserende holdninger overfor andre svake grupper, ved å skjære alle tiggerne over en kam uten å se den enkelte. Stemplingsteorien til Goffman (1975) blir på denne måten like aktuell i forholdet mellom selgerne og tiggerne, som mellom lokalsamfunnet og selgerne selv.

5.2 Helsefremmende perspektiver

I respondentenes beskrivelser av endringer i livet, var det mange helsefremmende aspekter som ble synlige. I den psykososiale forståelsen av helse var de innom de fleste av sidene av begrepet, slik Mæland (2005) trekker fram. Resultatene viste at de selgerne beskrev både større grad av kontroll og mestring, en bedret sosial tilhørighet og at de hadde opplevd personlig vekst og velvære (ibid). Selgerne vektla på ulike måter temaene; å føle tilhørighet, å føle seg mer lik andre og føle økt frihet.

Jeg deltok tidligere i år på en konferanse der professor i sosialmedisin Per Fugelli var hovedtaler. Anledningen for konferansen var jubileumsfeiring av et lavterskel skoletilbud "Daghøyskolen", som er et samarbeidstiltak mellom Fredrikstad kommune

og AOF. Fugellis tema var ”Helsesamfunnet – er alle med?” (foredrag 1.11.2011). Han beskrev lavterskeltiltak som ”Daghøyskolen” som en videreføring av solidaritetstanken. Slike tiltak gir dem som på en eller annen grunn har falt utenfor i samfunnet en sjanse til å delta i fellesskapet. Å få være med i fellesskapet betyr å få verdighet og oppleve tilhørighet. I dagens samfunn er det slik at alle må delta i et fellesskap. ”De som ikke klarer det er utenfor, og får stigma”, sa Fugelli. Han tok dette videre til å definere helsens tre grunnstoffer som verdighet, handlingsrom i eget liv og tilhørighet. Disse elementene er grunnleggende for å oppnå god helse. Fugellis definisjon av verdighet var ”å bli sett og godtatt som meg”. Tilhørighet definerte han på en god måte ved å omskrive Hamlets kjente ord ”to be or not to be” til ”to belong or not to belong”. ”Behovet for å høre til og ”være trygg i flokken” er grunnleggende for mennesket” sa han. Det er slik tilhørighet som gir trygghet, og på den måten finner den enkelte både sin sosiale og personlige identitet (Fugelli & Ingstad 2009).

”Menneskets helse blir felles skapt”, fortsatte Fugelli foredraget, og sa at alt rundt oss i lokalsamfunnet og samfunnet for øvrig påvirker oss. Samhold og rause fellesskap bygger helse, og utstøting ødelegger helse. En viktig kilde til god helse er å ha en grunn til å stå opp om morgenen. For å ha god helse, kan du ikke ”være i bur”, være i avmakt. Som mennesker trenger vi alle frihet til å bevege oss mot egne mål. I tillegg trenger vi mot til å gjøre det (foredrag 01.11.2011).

Fugellis foredrag bekreftet og bygger opp under resultatene i studien, det respondentene beskrev som viktige endringer i livet sitt. = Fredrikstad er et tiltak som gir dem en mulighet til i større grad å kunne oppnå det Fugelli snakket om. Resultatene i studien bekrefter at tiltaket er et viktig element i det helsefremmende perspektivet for den enkelte bruker.

En så enkel ting som å ha en normal døgnrytme var et moment respondentene sa de hadde oppnådd som et resultat av jobben. Fugellis betraktninger om viktigheten av å ha en grunn til å stå opp om morgenen, underbygger respondentenes vektleggingen av dette temaet.

Poenget med respondentenes beskrivelse av å føle økt frihet som en positiv endring i livet, er også viktig. Det bekreftes i Fugellis utsagn om at vi alle trenger frihet for å kunne bevege oss, og å kunne gå skritt for skritt mot egne mål.

Baumeister og O’Leary (1995) sine konklusjoner støtter Fugellis påpekinger om at tilhørighet er viktig både for menneskenes følelsesmønster og kognitive prosesser. Artikkelforfatterne skriver at mangel på tilhørighet knyttes til mange negative effekter på helse, tilpasningsevne og følelsen av å ha det bra (ibid). Det at respondentene la vekt på nettopp tilhørighetsaspektet som en viktig endring i livet, bekrefter viktigheten av å høre til og at alle mennesker har behov for fast, ubrytelig interaksjon i stabile tilknytningsrelasjoner (ibid).

Magasinets lokale er et sted hvor selgerne kan komme og gå når som helst i åpningstiden. Mange av respondentene fortalte at de oppsøker stedet så ofte de kan. De er ofte der også på dager de ikke skal ut å selge magasiner, bare for å møte andre mennesker. Resultatene viser tydelig at magasinets lokale har blitt en møteplass og et samlingspunkt for brukerne. De møter andre mennesker med samme erfaringer som dem selv, og opplever på den måten et fellesskap. I tillegg møter de frivillige og ansatte, som bidrar til en annen type fellesskap, og til å styrke fellesskapsfølelsen. Denne muligheten for sosial kontakt og fellesskap er av stor betydning, og har stor verdi for alle sammen.

5.3 Metodekritikk

Etter å ha gjennomført studien, er det viktig å spørre om metoden og de verktøy jeg har valgt for å samle inn data har vært hensiktsmessige, for å få belyst det jeg ønsket.

Studiens gyldighet, pålitelighet generaliserbarhet og egen forforståelse er beskrevet tidligere i oppgaven.

Kvalitativ metode i form av semistrukturerte, individuelle intervjuer og observasjon ble valgt til studien. Valget var resultatet av nøye overveiinger i forkant av gjennomføringen studien, med studiens tema som utgangspunkt. Metodene har gjort det ubevisst bevisst, og fått fram selgenes stemme. De har fått muligheten til å formidle sine levde erfaringer, sin livsverden (Kvale et.al 2009).

Ved å velge en kvantitativ metode, kunne det framkommet et annet materiale. Et detaljert spørreskjema, for eksempel, kunne gitt et større og muligens mer direkte

sammenlignbart datamateriale. Det ville antakelig ikke gitt de variasjonene som ble oppnådd med individuelle intervjuer. I intervjusituasjonen var det mulig å følge opp temaer som respondenten brakte fram, selv om de ikke sto i intervjuguiden. Det ga god tilleggsinformasjon, og skapte gode muligheter for å oppfylle intensjonen om å gå kunne gå i dybden.

Innvendinger mot metoden kan være at i intervjusituasjonen har forskeren en stor mulighet til å påvirke forløpet (ibid). Det er utvist bevissthet overfor denne og andre innvendinger gjennom alle fasene i studiet.

Den semistrukturerte intervjuguiden hadde klare temaer, og det ble formidlet til respondentene hva jeg ville undersøke. Resultatene i studien kan allikevel være preget av at jeg stilte ledende spørsmål, og dermed gått glipp av verdifull informasjon(ibid).

Jeg ser i ettertid at det hadde vært nyttig med begge kjønn representert i utvalget, slik planen opprinnelig var. Kanskje skulle det vært jobbet hardere for å få kvinnene til å stille opp. Tidspresset får ta skylden for at det ikke ble mulig, men min antagelse er at kvinnene ville bidratt med andre beskrivelser av endringene i livet enn det mennene har gjort.

Fokusgruppeintervjuer kunne vært en mulig metode, som også har både fordeler og ulemper. Fokusgruppen har ikke til formål å komme til enighet om eller presentere løsninger. Når det dreier seg om følsomme, tabubelagte tema, kan gruppesamspillet gjøre det lettere å uttrykke synspunkter som vanligvis ikke er tilgjengelige (Kvale et. al 2009). Metoden hadde egnet seg i forhold til problemstillingen. Ved å samle flere selgere til felles samtale, ser jeg at det kunne framkommet enda flere aspekter i deres beskrivelser av livsendringer. Det ble imidlertid vurdert at de praktiske utfordringene for å få gjennomført metoden, var større enn fordelene.

Det er min vurdering at, med de forbehold som er beskrevet, har metodene studien har vært gjennomført med, vært gode verktøy til å få fram hensikten, nemlig å la selgernes stemme høres.

6. OPPSUMMERING OG KONKLUSJON

I kapittelet oppsummeres og konkluderes studien kort. Til slutt i kapittelet fremlegges forslag til oppfølgende studier innenfor området.

Gatemagasinet = Fredrikstad er et tilbud til personer i marginaliserte grupper i samfunnet. Ved å gi dem et meningsfylt arbeid og noe å fylle dagene med er målet at de skal få et bedre liv og en økt verdighet. Studien har satt fokus på opplevelsene og beskrivelsene til selgerne av magasinet.

Problemstillingen for studien er ”Hvordan beskriver selgerne av gatemagasinet = Fredrikstad at jobben som selger har medført endringer i livet?”. Målet med studien har vært å få økt innsikt og ny kunnskap om temaet. Gjennom kvalitative, individuelle intervjuer med fem respondenter har det framkommet kunnskap om på hvilken måte, og på hvilke områder, selgerne anser at jobben som selger har medført endringer i sine liv.

Studien har vist at det er gode argumenter for at tiltak som = Fredrikstad har en viktig funksjon overfor målgruppen. Respondentene har langt på vei bekreftet at mange av målsettingene som = Fredrikstad beskriver på sine nettsider, blir oppfylt.

- Selgerne opplever større toleranse og forståelse, og at magasinsalget bidrar til selvspekt og inkludering i samfunnet.
- Resultatene viser at selgerne har en sterk lojalitetsfølelse overfor arbeidsplassen og kollegaene
- Deres forhold til lokalsamfunnet; familien, kollegaene, kundene og andre, er endret på mange områder.
- De føler seg mer anerkjent og deltagende i lokalsamfunnet.
- Selgerne har beskrevet helsefremmende momenter i endringene, ved økt tilgang på ressurser i form av nettverk og styrket selvfølelse, og større grad av kontroll og mestring.

- I liten grad har de formidlet negative konsekvenser av eller reaksjoner på jobben som selger.
- Det har i liten grad skjedd endringer i selgernes fritid.

Gjennom deltagende observasjon i magasinets lokaler har det vært mulig å observere noe av samspillet mellom selgerne og deler av lokalsamfunnet.

Det er stilt spørsmål ved om det stilles for få krav til selgerne i arbeidssituasjonen, og pekt på perspektiver rundt lokalsamfunnets behandling av dem. Er de gode handlingene også et uttrykk for at stigma opprettholdes?

Studiens resultater bekrefter og bekrefte i stor grad av, tidligere forskning på området, slik det er presentert i diskusjonen. Studien har allikevel, i mindre grad enn tidligere forskning på gatemagasintradisjonen, formidlet negative sider av selgerjobben og tiltaket. Ingen av selgeren formidlet for eksempel at de opplever å bli sett ned på i samme grad som tidligere, slik resultater i andre studier har påvist.

Forventede resultater av studien er at det var endringer i selgernes liv, og at de er overveidende positive. Det framkom overraskende få negative momenter knyttet til selgerjobben. Det var forventet at selgerne ville beskrevet opplevelser av mer negativ respons fra lokalsamfunnet, i den daglige jobbsituasjonen, sett i lys av reaksjoner på de tidligere rollene de har hatt i bybildet.

Forventningen om at resultatene ville vise mange og positive endringer i livssituasjonen til selgeren også på fritiden, ble ikke bekreftet. Sammenhengen mellom jobb og fritid er et tema som bør følges opp i nye studier.

Håpet er at det er at det var en positiv opplevelse for selgerne å være med i studien, og at de opplever det som en anerkjennelse å ha fått bidra til at deres opplevelser blir formidlet. Studien er forhåpentligvis også positiv for tiltaket som helhet, og for dem som jobber med magasinet, som har viktige roller som arbeidsgivere, hjelpere og medmennesker overfor selgerne.

Det selgerne har formidlet gjennom studien vil kunne gi viktige innspill om hva som er viktig og mindre viktig i tiltak for denne gruppen, noe som kan være nyttig både for fagmiljøer og for politikere i planlegging av nye tiltak.

6.1 Forslag til videre forskning

Studiens resultater har gitt grunn til refleksjon over lokalsamfunnets handlinger og reaksjoner overfor selgerne. Det er blant annet stilt spørsmål om noe av det som er ment som gode handlinger fra kunder og andre er med på å opprettholde stigma. Temaet er interessant, og anbefales utdypet i senere forskning.

Andre oppfølgende studier kan være :

- Lokalsamfunnets holdninger til tiltaket, sett fra for eksempel kundens synspunkt.
- Gatemagasintradisjonen som tiltak, for eksempel måloppnåelser overfor ulike målgrupper.
- Hvilke målgrupper tiltaket egner seg best for.
- Hvordan bør det offentlige hjelpeapparatet og = Fredrikstad samarbeide for å skape helhet i tilbudet, og endringsmuligheter for brukeren på alle områder i livet, også fritiden.
- Kvinnelige selgers erfaringer fra jobben som magasinselger.

Litteraturliste

Askheim, O. P. (red.). (2003). *Fra normalisering til empowerment. Ideologier og praksis i arbeid med funksjonshemmede*. Oslo: Gyldendal Akademisk.

Backe-Hansen, E. (2004). *Barn og unges håndtering av vanskelige livsvilkår: kunnskapsbidrag fra 36 studier av barnefattigdom*. NOVA-rapport, b. 12/2004. Oslo: Norsk institutt for forskning om oppvekst, velferd og aldring.

Baumeister, R. F. & M. R. Leary. (1995). *The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation* *Psychological Bulletin*, Vol 117(3) (May 1995) s. 497-529.

Biernat, M. & J. F. Dovidio. (2000). *Stigma and Stereotypes*. I: Heatherton, T. F. (red.) *The Social Psychology of Stigma*, s. 88 - 125. New York: Guilford Publications.

Bourdieu, P., D.Østerberg, A. Prieur & T.Barth. (1995). *Distinksjonen: en sosiologisk kritikk av dømmekraften*. Oslo: Pax.

Bø, I. & P. M. Schiefloe. (2007). *Sosiale landskap og sosial kapital: innføring i nettverkstenkning*. Oslo: Universitetsforlaget.

Engvik, M. (2007). *En fortelling om rusavhengighet: en studie av foreningen Erlik og gatemagasinet =Oslo*. Oslo: M. Engvik. 107 s. s.

Erlik Fredrikstad. (2009). (<http://erlikfredrikstad.wordpress.com/>). [online]. Tilgjengelig fra: <http://erlikfredrikstad.wordpress.com/> (lest 2011 - 10 -20).

Everett, E. L. & I. Furseth. (2004). *Masteroppgaven: hvordan begynne - og fullføre*. Oslo: Universitetsforlaget.

Forskningsetiske retningslinjer. (2005). *Forskningsetiske retningslinjer for samfunnsvitenskap, humaniora, jus og teologi 1993* [online]: Den nasjonale forskningsetiske komité for samfunnsvitenskap og humaniora (NESH)

Tilgjengelig fra: <http://www.etikkom.no/no/Forskningsetikk/Etiske-retningslinjer/Samfunnsvitenskap-jus-og-humaniora/> (lest 2011 - 11 - 25).

Fugelli, P. & B. Ingstad. (2009). *Helse på norsk: god helse slik folk ser det*. Oslo: Gyldendal akademisk.

Goffman, E. (1975). *Stigma: om avvigerens sociale identitet*. Copenhagen: Gyldendal

Hauge, H. A. & M. B. Mittelmark. (2003). *Helsefremmende arbeid i en brytningstid: fra monolog til dialog?* Bergen: Fagbokforlaget.

Helsedirektoratet. (2010). *Nasjonal retningslinje for legemiddelassistert rehabilitering ved opioidavhengighet*. Oslo: Helsedirektoratet.

Honneth, A. (1995). *The struggle for recognition: the moral grammar of social conflicts*. Cambridge: Polity Press.

Honneth, A. & L. Holm-Hansen. (2008). *Kamp om anerkjennelse: om de sosiale konfliktenes moralske grammatikk*. Oslo: Pax.

Hummelvoll, J. K. (2003). *Kunnskapsdannelse i praksis: handlingsorientert forskningssamarbeid i akuttpsykiatrien*. Oslo: Universitetsforlaget.

Høgskolen i Gjøvik. (2009). *Studieplan: Master i helsefremmende lokalsamfunnsarbeid - MHPCC* [online].

Høilund, P. & S. Juul. (2005). *Anerkendelse og dømmekraft i socialt arbejde*. København: Reitzel.

Jacobsen, D. I. (2010). *Forståelse, beskrivelse og forklaring: innføring i metode for helse- og sosialfagene*. Kristiansand: Høyskoleforlaget.

Järvinen, M. & N. Mik-Meyer. (2005). *Kvalitative metoder i et interaktionistisk perspektiv: interview, observationer og dokumenter*. København: Reitzel.

Kvale, S., S. Brinkmann, T. M. Anderssen & J. Rygge. (2009). *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo: Gyldendal akademisk.

Lov om spesialisthelsetjenester. (1997). *Lov om pasientrettigheter (pasientrettighetsloven): Lov 1999-07-02 nr 63* [online]: Lovdata. Tilgjengelig fra: <http://www.lovdata.no/all/hl-19990702-063.html> (lest 2011-12-08).

Magallanes-Blanco, C. & J. A. Pérez-Bermúdez. (2009). *Citizens' publications that empower: social change for the homeless. Development in Practice*, Volume 19, Numbers 4-5 s. 654-664

Major, B. & L. T. O'Brian. (2005). *The social psychology of stigma. Annual review of psychology*, 56 s. 393 - 421 s.s.

Maslow, A. H. (1968). *På vej mod en eksistenspsykologi*. Kbh.: Nyt nordisk forlag Arnold Busck.

Miller, A. B. & C. B. Keys. (2001). *Understanding Dignity in the Lives of Homeless Persons. American Journal of Community Psychology*, 29 (2) s. 331- 353.

Mæland, J. G. (2005). *Forebyggende helsearbeid: i teori og praksis*. Oslo: Universitetsforlaget.

Nilsson, S. (04.05.2011). *Den dagen jeg var bare luft. Fredriksstad Blad*, s. 6 - 7.

Nutbeam, D. (1986). *Health Promotion Glossary. Health Promotion International*, 1 (1) s. 113 - 137.

Nysæther, L. A. (2005). *Sosial kapital i samfunnsorientert sosialt arbeid*. I: Oltedal, S. (red.) *Kritisk sosialt arbeid. Å analysere i lys av teori og erfaringer*, s. 169 - 187. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag.

Olsson, H. & S. Sørensen. (2003). *Forskningsprosessen: kvalitative og kvantitative perspektiver*. Oslo: Gyldendal akademisk.

Pasientrettighetsloven. (1999). *Lov om pasientrettigheter (pasientrettighetsloven): Lov 1999-07-02 nr 63* [online]. Oslo: Lovdata. Tilgjengelig fra: <http://www.lovdata.no/all/hl-19990702-063.html> (lest 2011-12-08).

Pedersen, B. C. (2008). *"Nå er vi væpnet med varmende ord" en etnografisk undersøkelse av =Osloelgere på gata*. Oslo: B.C. Pedersen.

Ramon, S. (2001). *Defining "community: meanings and ideologies*. I: *Textbook of Community Psychiatry*, s. 29 - 39. Oxford: Oxford University Press.

Schibbye, A.-L. L. (2009). *Relasjoner: et dialektisk perspektiv på eksistensiell og psykodynamisk psykoterapi*. Oslo: Universitetsforlaget.

Schiefloe, P. M. (2011). *Mennesker og samfunn: innføring i sosiologisk forståelse*. Bergen: Fagbokforlaget.

Skjefstad, N. (2007). *Respekt og anerkjennelse*. I: Martinsen, E. o. N. S. (red.) *Titaksarbeid i sosialtjeneste og NAV - tett på*, s. 81 - 105. Oslo: Universitetsforlaget

Slettebø, T. (2000). *Empowerment som tilnærming i sosialt arbeid*. *Nordisk sosialt arbeid*, 2 s. 75 - 85.

Solheim, L. J. (2009). *Marginalitet og sosial kapital*. I: Rønning, R. & Starrin, B. (red.) *Sosial kapital i et velferdsperspektiv*, s. 58 - 70. Oslo: Gyldendal

Stokland, T. M. (2009). *"Den lille storbyens" stigma: et sosiologisk blikk på rusmiljøet i Haugesund*. Bergen: T.M. Stokland. 114 s. s.

Van Manen, M. (1997). *Researching lived experience: human science for an action sensitive pedagogy*. London, Ont.: Althouse Press.

Wangensteen, B. (2004). *Bokmålsordboka: definisjons- og rettskrivningsordbok*. Oslo: Kunnskapsforlaget.

Wollebæk, D. & P. Selle. (2005). *Hvorfor studere sosial kapital i Norge?* . *Tidsskrift for samfunnsforskning*, Volum 46(2) s. 221 - 235 s.s.

Aadland, E. (1997). *"Og eg ser på deg-": vitenskapsteori og metode i helse- og sosialfag*. [Oslo]: Tano Aschehoug.

Aamodt, L. G. (2005). *Familien mellom mange hjelpere: refleksjoner i sosialfaglig arbeid*. Bergen: Fagbokforlaget

VEDLEGG A I

ORIENTERING TIL INTERVJUPERSONER

Jeg jobber i Fredrikstad kommune og er masterstudent ved Høgskolen i Gjøvik. Studiet heter ”Master of Health Promotion and Community Care ” (Helsefremmende lokalsamfunnsarbeid). Min utdanning er barnevernpedagog og jeg har videreutdanning i administrasjon, rusproblematikk, ledelse og prosjektledelse. Arbeidserfaringen min har jeg fra sosialtjenesten og andre kommunale virksomheter gjennom cirka tretti år. I forbindelse med studiet skal jeg nå skrive en mastergradsoppgave. Jeg har valgt temaet endringer i selvbildet og livssituasjonen til selgerne av gatemagasinet = Fredrikstad for min oppgave.

Formålet med studien: Det viktigste formålet med studien er å sette fokus på både positive og negative effekter av et i utgangspunktet positivt tiltak som = Fredrikstad. Jeg kunne forsket på hva andre folk tenker om = Fredrikstad, men jeg er mest nysgjerrig på om dere selgere selv opplever å være med på noe positivt? Jeg lurar også på om dere opplever har opplevd endring i livet og eventuelt hvilke endringer etter at dere ble ansatt som selgere? Jeg synes det er viktig at dere selv blir spurt og får si det dere mener.

Undersøkelsen: Som en del av oppgaven vil jeg gjøre en undersøkelse. Jeg ønsker å intervju 6 selgere, 3 menn og tre kvinner, med ulike alder og bakgrunn. I tillegg ønsker jeg å være med en eller to av dere ut på jobb for å observere, se på det som skjer når dere er ute på jobb.

Jeg planlegger å gjennomføre intervjuene og observasjonene i perioden 21. mars til 6. april 2011.

Intervjuene blir som en samtale som blant skal annet handle om deres opplevelser og erfaringer rundt det å være ansatt som og jobbe som selger av magasinet. Et intervju beregnes å vare i inntil en og en halv time og det vil bli tatt lydopptak av samtalen. Jeg skal levere min ferdige oppgave den 15.12.2011, og lydopptakene blir slettet med en gang oppgaven er innlevert.

VEDLEGG A II

Som intervjuperson er du sikret full anonymitet og kan trekke deg når som helst i prosessen.

Nærmere opplysninger kan du få av meg på telefon 480 95 328 eller av min veileder ved Høgskolen i Gjøvik, Hans Wiggo Kristiansen, på telefon 61 13 54 38

Rolvsøy den 24.3.2011

Anita Gretland Karlsen

VEDLEGG B

Intervjuguide

Kjønn:

Født årstall:

Bakgrunn:

Hvorfor ville du bli/ble du selger av =Fredrikstad?

Hvor lenge har du vært selger?

Stikkord for videre samtale:

- tid brukt på salg pr. uke
- hvor står du og selger? Hvorfor akkurat der?
- inntekt av salg - omtrent hvor mye
- erfaringer med folk: dem som kjøper og dem som ikke vil kjøpe
- negative erfaringer - eksempler
- positive erfaringer - eksempler
- det å møte familie mens du selger på gata
- det å møte gamle venner og bekjente
- opplevelse av medmenneskers oppførsel, holdninger før du ble selger?
- opplevelse av medmenneskers oppførsel, holdninger etter at du ble selger?
- Er det endringer i livet ditt etter at du fikk jobb som selger?
- hvis det er endringer – hva slags?
- hvis det er endringer – hva mener du er viktigste grunn(er) til det? Eks: selve jobben, kollegaene, de ansatte i magasinet, omgivelsenes holdinger etc.?
- tanker om framtiden

Noe du vil legge til som du ikke har fått sagt?

Kommentarer til intervjuprosessen?

VEDLEGG C

Samtykkeerklæring

Undertegnede har mottatt informasjon om masteroppgaven til Anita Grenland Karlsen gjennom informasjonsskriv av 24.3.2011 og muntlig fra redaktøren av = Fredrikstad og fra Anita G. Karlsen.

Jeg er klar over at jeg er sikret full anonymitet når jeg deltar i undersøkelsen.

Videre er jeg klar over at selv om jeg samtykker til å delta i undersøkelsen, har jeg rett til å trekke meg fra deltagelsen på hvilket som helst tidspunkt før oppgaven innleveres. Jeg bør ikke begrunne hvorfor jeg trekker meg og det vil ikke få noen konsekvenser for meg.

Jeg samtykker herved i å delta i undersøkelsen:

Sted:

Dato:

Navn:

VEDLEGG D I

Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS
NORWEGIAN SOCIAL SCIENCE DATA SERVICES



Harald Hårfagres gate 29
N-5007 Bergen
Norway
Tel: +47-55 58 21 17
Fax: +47-55 58 96 50
nsd@nsd.uib.no
www.nsd.uib.no
Org.nr. 985 321 884

Hans Wiggo Kristiansen
Avdeling for helse, omsorg og sykepleie
Høgskolen i Gjøvik
Postboks 191
2802 GJØVIK

Vår dato: 24.03.2011

Vår ref: 26537 / 3 / AMS

Deres dato:

Deres ref:

TILRÅDING AV BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 25.02.2011. Meldingen gjelder prosjektet:

26537

Hvordan har jobben som selger av magasinet = Fredrikstad endret selgernes selvbilde og forholdet mellom dem og lokalsamfunnet, slike selgerne selv opplever det?

*Behandlingsansvarlig
Daglig ansvarlig
Student*

*Høgskolen i Gjøvik, ved institusjonens øverste leder
Hans Wiggo Kristiansen
Anita Gretland Karlsen*

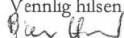
Personvernombudet har vurdert prosjektet, og finner at behandlingen av personopplysninger vil være regulert av § 7-27 i personopplysningsforskriften. Personvernombudet tilrår at prosjektet gjennomføres.


Personvernombudets tilråding forutsetter at prosjektet gjennomføres i tråd med opplysningene gitt i meldeskjemaet, korrespondanse med ombudet, eventuelle kommentarer samt personopplysningsloven/-helseregisterloven med forskrifter. Behandlingen av personopplysninger kan settes i gang.

Det gjøres oppmerksom på at det skal gis ny melding dersom behandlingen endres i forhold til de opplysninger som ligger til grunn for personvernombudets vurdering. Endringsmeldinger gis via et eget skjema, http://www.nsd.uib.no/personvern/forsk_stud/skjema.html. Det skal også gis melding etter tre år dersom prosjektet fortsatt pågår. Meldinger skal skje skriftlig til ombudet.

Personvernombudet har lagt ut opplysninger om prosjektet i en offentlig database, <http://www.nsd.uib.no/personvern/prosjektoversikt.jsp>.

Personvernombudet vil ved prosjektets avslutning, 15.12.2011, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Vennlig hilsen

Bjørn Henriksen


Anne-Mette Somby

Kontaktperson: Anne-Mette Somby tlf: 55 58 25 83
Vedlegg: Prosjektvurdering
Kopi: Anita Gretland Karlsen, Kongleveien 41, 1664 ROLVSØY

Avdelingskontorer / District Offices:

OSLO: NSD, Universitetet i Oslo, Postboks 1055 Blindern, 0316 Oslo. Tel: +47-22 85 52 11. nsd@uio.no
TRONDHEIM: NSD, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, 7491 Trondheim. Tel: +47-73 59 19 07. kyrr.svanva@svt.ntnu.no
TROMSØ: NSD, HSL, Universitetet i Tromsø, 9037 Tromsø. Tel: +47-77 64 43 36. martin-arne.andersen@uit.no

Vedlegg D II

Personvernombudet for forskning



Prosjektvurdering - Kommentar

Prosjektnr: 26537

Studenten skal rekruttere ca 6 informanter blant tilsammen 93 registrerte selgere. Rekruttering foretas etter kriteriene kjønn, alder og bakgrunnshistorikk og foretas av lederen for = Fredrikstad. Første informasjon om prosjektet vil gis fra leder av = Fredrikstad til selgeren etter at jeg har hatt samtaler med henne. Deretter vil studenten selv møte selgerne først uformelt i lokalet til magasinet. Noen av intervjupersonene er rusavhengige. Det vil bli gjort et utvalg som sikrer at de mottar all informasjon og gir sitt samtykke til deltagelse når de vurderes å være fullt ut beregnelige og mottakelige for informasjonen. Personvernombudet finner at framgangsmåten for rekruttering ivaretar hensynet til frivillighet og konfidensialitet.

I og med at informantene er i en sårbar livssituasjon har ombudet tatt høyde for at opplysningene som registreres kan være sensitive i henhold til personopplysningsloven § 2 nr. 8 c (helseforhold).

Studenten skal innhente opplysninger om det å være selger av magasinet = Fredrikstad gjennom observasjoner og intervjuer. Opplysningene vil bli behandlet aidentifisert, det vil si at navnet på informantene ikke skal lagres sammen med de øvrige opplysningene. Det vil bli benyttet lydopptak under intervjuene.

Informasjonsskrivet tilfredsstillers vilkåret om informert samtykke dersom navn og kontaktinformasjon til veileder, og kontaktinformasjon til studenten oppgis jf. vår e-post 24.03.2011.

Prosjektslutt er angitt til 15.12.2011. I henhold til prosjektmeldingen skal datamaterialet anonymiseres ved prosjektslutt. Dette vil innebære å slette eller omskrive direkte og indirekte personidentifiserende opplysninger (navn og bakgrunnsopplysninger) samt å slette lydopptak. En eventuell kopling mellom navneliste og øvrige data (koplingsnøkkel) må slettes.

