

“Smilet er en vanskelig del av jobben”

En kritisk-pedagogisk tilnærming til hvordan selgere av
gatemagasinet Megafon opplever læring og
endringsmuligheter gjennom jobben

Henriette Sørum

Masteroppgave i pedagogikk

Vår 2011



Institutt for Pedagogikk

Det psykologiske fakultet

Universitetet i Bergen

Sammendrag

Gatemagasiner over hele verden tilbyr rusavhengige og andre marginaliserte mennesker en mulighet til å tjene penger på lovlig vis. Denne studien bygger på en kvalitativ intervjuundersøkelse med åtte selgere av gatemagasinet Megafon. I tillegg til intervjuene tilbrakte jeg en del tid i utsalget til Megafon, noe som ble utgangspunktet for mitt feltarbeid. Målsetningen med denne undersøkelsen har vært å få mer kunnskap om hvordan Megafonselgere opplever at jobben gir dem muligheter til å gjøre endringer i sin livssituasjon. I arbeidet med analysen av datamaterialet fant jeg at flere selgere reflekterte over hvordan Megafon bidrar til å bryte ned eksisterende fordommer mot rusavhengige og andre marginaliserte. Tidligere studier og mitt datamateriale kan tolkes i den retning at man kan finne både muligheter og begrensninger i denne sammenheng. Gjennom jobben som selger får rusavhengige og andre marginaliserte grupper muligheten til å tjene penger og dermed også mulighet til å utvikle seg videre i retning av for eksempel rusfrihet eller til det ordinære arbeidsmarkedet. Jobben som selger kan imidlertid også virke marginaliserende, da samfunnet rundt kan stemple dem som narkomane, slik en av intervjupersonene uttrykker det. Et annet sentralt funn er den måten selgerne ser på læring og kunnskap gjennom jobben i Megafon. Av intervjuene går det frem at flere selgere mener de besitter en spesiell type kunnskap, og at de opplever å lære noe gjennom arbeidet som Megafonselger. Et tredje sentralt funn er at selgerne i ulik grad opplever at jobben kan bidra til endring av deres livssituasjon. Flere selgere uttrykker at de nå har andre planer for fremtiden, at de ønsker å bli rusfri og få en stilling i det ordinære arbeidsmarkedet. Funnene i denne undersøkelsen diskuteres opp mot sentrale begrep innen kritisk pedagogikk. De ulike funnene diskuteres hver for seg, men generelt sett kan man si at jobben som Megafonselger gir selgerne en mulighet til å bevege seg fra en tilstand hvor man har internalisert en kombinasjon av roller som arbeidsledig, ufør eller rusavhengig, og til å *bli* noen og *bli* noe mer, enten det er å fullføre en utdanning, bli rusfri, skaffe seg ting man ønsker seg eller få en ordinær jobb. Fremtidsplaner stod sterkt i datamaterialet, og de fleste intervjupersonene virket å ha definerte, individuelle mål.

Summary

Street papers all over the world offer different marginalized groups the possibility to have a legal income. In this study, I've done eight interviews with vendors of the street paper Megafon. In addition to the interviews, I've spent a great amount of time in the shop where the vendors buy their street papers, which creates my fieldwork. The aim of this study has been to acquire more understanding and knowledge about how the vendors of Megafon feel their jobs give them the opportunity to make changes in their lives. Analyzing the data material, I found that several of the informants reflect upon the positive effect Megafon can have on people's prejudices towards drug addicts as well as other marginalized people. Other research projects, as well as my own data, can be interpreted as to have both opportunities as well as limitations. As a vendor, drug addicts as well as other marginalized people get the opportunity to earn money, and with this opportunity they may also develop in the direction of a life without drugs or a possibility to have a normal job. On the other hand, the job as a vendor could be marginalizing because of judgemental prejudices in the public eye. Nevertheless, the vendors' perspective on learning and knowledge in the job as vendor is an important positive notion of their job. In the interviews, I found that vendors state that they have a certain type of knowledge. In addition, I found that the vendors state that they learn something from their job as a vendor. A third aspect regarding the vendors' thoughts is how the job can contribute to make changes in their life. Several of the informants express thoughts about the future, and having a normal job and quitting drugs are some of their main goals. In the discussion chapter, I discuss these findings together with concepts from the tradition of Critical Pedagogy. The research can be discussed separately, but in general terms one can say that the job as a vendor can give the vendors an opportunity to transform out of a state where one has internalized a combination of roles as out of work, disabled or drug addict, to the state of *becoming* someone, whether this includes finishing school, staying away from drugs or getting a normal job. In the interviews I discovered strong wishes for the future, which tells me that several of the vendors I interviewed have clear and defined goals for their future.

Takk

Det ville vært vanskelig å fullføre en masteroppgave uten hjelp og veiledning. Derfor vil jeg benytte anledningen til å takke alle dem som har bidratt til at jeg har klart å fullføre. Først og fremst vil jeg rette en stor takk til selgerne ved Megafon som delte sine tanker, refleksjoner og historier med meg. Denne oppgaven ville ikke blitt til uten alt det dere delte med meg og lærte meg. Jeg vil også takke de øvrige ansatte ved ALF og Megafon som ga meg innsyn, rom og ellers tok imot meg med åpne armer.

Videre vil jeg takke min veileder, Kariane Therese Westrheim for tidlig engasjement for mitt prosjekt. Du har bidratt med fruktbare diskusjoner om Paulo Freire og kritisk pedagogikk, inspirerende ord og god, faglig støtte. Ikke minst; takk for at du hadde tro på meg og dette prosjektet.

Takk til Trude og Helene for korrekturlesing, og Mette for gode, faglige innspill.

Gjengen i “boblen” må få en takk. Det har vært godt å ha dere som medstudenter i en lang, ofte tung, men også interessant skriveprosess. Jeg vil også takke familie og venner for ubetinget støtte og engasjement.

Sist, men ikke minst vil jeg takke Morten for at du tålmodig har holdt ut med meg i denne perioden. Takk for at du (og Troja) har gitt meg andre ting å tenke på når det har vært på det mest intense.

Henriette Sørum

Bergen, 16. mai 2011

Innhold

1	INNLEDNING	1
1.1	BAKGRUNN OG BEGRUNNELSE FOR TEMA	1
1.2	PROBLEMSTILLING	3
1.3	AVGRENSNING	4
1.4	OPPGAVENS OPPBYGNING	4
2	TIDLIGERE FORSKNING	6
2.1	INNLEDNING	6
2.2	GATEKAPITAL	6
2.3	STUDIER AV KUNNSKAPER I ULIKE GATEKULTURER	7
2.4	GATEMAGASINER INTERNASJONALT	9
2.5	GATEMAGASINETS HISTORIE	9
2.6	GIR GATEAVISER DE MARGINALISERTES STEMME MULIGHETEN TIL Å BLI HØRT?	10
2.6.1	<i>Bidrag fra selgerne</i>	12
2.7	GATEMAGASINER – EN MULIGHET TIL ENDRING?	13
3	TEORETISKE PERSPEKTIV	15
3.1	ET KRITISK PERSPEKTIV PÅ GATEMAGASINER	15
3.2	DEFINISJON AV SENTRALE BEGREPER	15
3.3	HVEM ER MEGAFONSELGERNE?	17
3.4	KORT OM DET KRITISKE PERSPEKTIVET	18
3.5	KRITISK PEDAGOGIKK OG TRADISJONEN ETTER PAULO FREIRE	18
3.6	SENTRALE BEGREP I KRITISK PEDAGOGIKK	20
3.6.1	<i>Bevissthet</i>	21
3.7	ALL UTDANNING ER POLITISK	23
3.8	KUNNSKAP OG KOMPETANSE PÅ GATEN	25
4	DESIGN OG METODE	28
4.1	INNLEDNING	28
4.2	STUDIENS KONTEKST	28
4.2.1	<i>Bakgrunn for valg av tema</i>	29
4.3	FORSKNINGSDESIGN	30
4.3.1	<i>Kombinasjonen av forskningsintervju og etnografisk tilnærming</i>	30
4.3.2	<i>En etnografisk tilnærming</i>	31
4.3.3	<i>Kritisk etnografi</i>	31
4.3.4	<i>Kvalitativt forskningsintervju</i>	32
4.3.5	<i>Fordeler ved å kombinere forskningsintervju og etnografisk feltstudie</i>	33
4.3.6	<i>Åpen og fleksibel tilnærming til studien</i>	33
4.4	MITT MØTE MED FELTET	35
4.4.1	<i>Min rolle i feltarbeidet</i>	35
4.4.2	<i>Etiske utfordringer i feltarbeidet</i>	36

4.4.3	<i>Etiske utfordringer i intervjusituasjoner</i>	37
4.4.4	<i>Intervjuguide</i>	39
4.4.5	<i>Utvalg</i>	40
4.4.6	<i>Rekruttering av intervjupersoner</i>	40
4.4.7	<i>Presentasjon av intervjupersonene</i>	41
4.4.7.1	Fredrik.....	42
4.4.7.2	Kjetil.....	42
4.4.7.3	Vegard.....	42
4.4.7.4	Nikolai.....	43
4.4.7.5	Preben.....	43
4.4.7.6	Synne.....	44
4.4.7.7	Yngve.....	44
4.4.7.8	Adrian.....	44
4.4.8	<i>Intervjusituasjonen</i>	45
4.5	TOLKNING OG ANALYSE AV INTERVJUENE.....	46
4.5.1	<i>Analysenotat</i>	47
4.6	AVSLUTTENDE BETRAKTNINGER.....	48

5 SENTRALE FUNN 49

5.1	INNLEDNING.....	49
5.2	KATEGORI I: JOBB.....	49
5.2.1	<i>“De som jobber ved Megafon er veldig hyggelige”</i>	49
5.2.2	<i>“Du føler at du står og blottlegger deg”</i>	50
5.2.3	<i>“Er du narkoman så er du nederst på rangstigen”</i>	54
5.2.4	<i>“Smilet er en vanskelig del av jobben”</i>	55
5.2.5	<i>“Jeg synes det er hyggelig å prate med folk jeg”</i>	57
5.2.6	<i>“Han der er en narkis”</i>	58
5.3	KATEGORI II: LÆRING.....	58
5.3.1	<i>“Jeg har lært veldig mye her”</i>	59
5.3.2	<i>“Man lærer ikke noe spesielt. Det er lett å se om noen vil kjøpe eller ikke”</i>	60
5.4	KATEGORI III: KUNNSKAP.....	61
5.4.1	<i>“Mange av selgerne snakker som om de skulle være professorer i dop”</i>	61
5.4.2	<i>“Jeg har funnet ut at jeg må tenke taktisk når jeg selger Megafon”</i>	63
5.5	KATEGORI IV: FREMTIDSPLANER.....	64
5.5.1	<i>“Mitt mål er å (...) kjøpe meg en båt”</i>	64
5.5.2	<i>“Jeg har planer om å gjøre meg ferdig med videregående altså”</i>	65
5.6	AVSLUTNING.....	66

6 DISKUSJON 68

6.1	INNLEDNING.....	68
6.2	HVILKE TANKER HAR MEGAFONSELGERNE OM JOBBEN?.....	68
6.2.1	<i>Kan selgernes tilstedeværelse bryte ned fordommer blant folk?</i>	68
6.2.2	<i>Selgernes historier</i>	71
6.2.3	<i>“Å smile er det siste du har lyst å gjøre når du er syk”</i>	71
6.2.4	<i>Selgernes bidrag i bladet; mulighet eller begrensning?</i>	73
6.3	HVA OPPLEVER SELGERNE Å HA LÆRT GJENNOM Å SELGE MEGAFON?.....	73
6.3.1	<i>“I begynnelsen var jeg bekymret for at det skulle komme noen jeg kjente”</i>	75

6.3.2	<i>"Jeg føler meg som en del av samfunnet når jeg selger Megafon (...)"</i>	76
6.3.3	<i>Hvordan ser selgerne på fremtiden?</i>	78
6.4	OPPSUMMERING.....	80

7 AVSLUTTENDE KOMMENTAR..... 82

7.1	HVILKE TANKER HAR MEGAFONSELGERE OM JOBBEN?.....	82
7.2	HVA OPPLEVER SELGERNE Å HA LÆRT GJENNOM Å SELGE MEGAFON?	82
7.3	HVORDAN SER SELGERNE PÅ FREMTIDEN?.....	83
7.4	AVSLUTTENDE KOMMENTARER.....	83
7.5	VIDERE FORSKNING	83

LITTERATUR 85

VEDLEGG 1 – UTDRAG FRA FELTDAGBOK	91
VEDLEGG 2 - INTERVJUGUIDE.....	93
VEDLEGG 3 – EKSEMPEL PÅ ANALYSENOTAT	95
VEDLEGG 4 – ANALYTIC MEMO.....	99
VEDLEGG 5 – FORESPØRSEL TIL INTERVJUPERSONENE.....	101
VEDLEGG 6 – INNVILGET SØKNAD NSD	103
VEDLEGG 7 – TAUSHETSPLIKT ALF	105

1 Innledning

Solen skinner, og i Markens handlegate trasker folk rolig av gårde med handleposer. Bergen sentrum viser seg fra sin beste side. Venner treffes, prater sammen og ler. Midt i gaten står en ung mann med et blad i hånden. «Vil du kjøpe Megafon». Noen kikker ned, andre går omveier forbi selgeren. En person smiler og stopper opp. Han finner frem lommeboken og sier «Ja, takk». Hvem er mannen som selger Megafon? En rusavhengig? Arbeidsløs? Ufør? Hjemløs? En som ikke klarte å fullføre studiene sine? En som tok noen feile valg underveis i livet? En som sliter med angst og depresjon? En som prøver å tjene penger til å dekke dagens behov? En som synes det var vanskelig å ta det første skrittet som selger, fordi han følte at han var stemplet “narkoman”? En som hardt forsøker å komme seg innpå det ordinære arbeidsmarkedet? Uavhengig av hvem denne personen er, så gjør han noe som mange andre ikke ville turt å gjøre. Han står så rakrygget han kan med en bunke Megafonblader i hånden og smiler vennlig til forbipasserende – nesten uansett.

1.1 Bakgrunn og begrunnelse for tema

Beskrivelsen av denne Megafonselgeren er min egen – det er slik jeg har oppfattet mange av selgerne når jeg ser dem. Turer rundt i byen har økt min nysgjerrighet og interesse for hvem Megafonselgerne er og hva de tenker om jobben sin. Jeg har lenge hatt en antakelse om at selgerne ser på jobben sin med stolthet, og at den representerer en mulighet for senere å kunne få seg annet arbeid. Ikke alle har psykisk eller fysisk helse som strekker til i en ordinær jobb hvor man må forholde seg til bestemte arbeidstider. Som ansatt ved et lavterskeltiltak for rusavhengige i Bergen har jeg fått innblikk i hvordan mennesker som hører til denne marginaliserte gruppen har det i hverdagen. Først av alt har jeg lært en del hvordan rusmidler påvirker livet til dem som er avhengige av dem. Rusavhengighet kan forekomme i alle samfunnslag og i alle aldre. Det finnes historier om avhengighet blant unge mennesker som eksperimenterer på fest, så vel som om voksne mennesker med fysiske lidelser som får utdelt sterke legemidler og blir avhengige av dem. Jeg har lært hvordan rusavhengige forholder seg til offentlige etater som fengsel, avrusning, rehabilitering, sykehus eller NAV, som så kontrollerer og regulerer de økonomiske forholdene, gjennom sosialhjelp eller andre ordninger. Jeg har til tider blitt imponert over hvor dyktige mange av dem er til å orientere seg og skaffe seg kunnskap i jungelen av offentlige tjenester. Den viktigste lærdom jeg har tilegnet med gjennom jobben i rusfeltet er likevel at det finnes mer ved mennesket enn det man ser, og at man skal være forsiktig med å generalisere.

Undersøkelsen som denne masteroppgaven bygger på ga meg en gyllen anledning til å fordype meg innenfor en del av det feltet jeg jobber innenfor. Jeg ønsket å finne ut mer om gatemagasinet Megafon og jobben som Megafonselger, og hvorvidt selgerne opplever at den gir dem noe mer enn en inntekten de kan gå hjem med etter endt arbeidsdag. Arbeidet med denne studien har gitt meg innsyn i hverdagen til flere av selgerne av gatemagasinet. Beskrivelsen over er som nevnt preget av min egen forståelse og fortolkning av hvem selgerne er og hva de representerer. En annen person med en annen bakgrunn og tilnærming ville kanskje opplevd situasjonen helt annerledes. Studien generelt er preget av meg som forsker, min bakgrunn og mine erfaringer. Valg av tema, problemstilling, metodisk tilnærming og hva jeg har funnet, gjenspeiler meg som forsker. Tilnærmingen jeg har valgt til feltet forutsetter at jeg som forsker er synlig, noe jeg vil komme tilbake til i kapittel 4. I fortsettelsen her vil jeg si noe generelt om gatemagasinenes historie og om gatemagasinet Megafon spesielt (dette blir grundigere redegjort for i kapittel 2).

Et møte med en gateavisselger i USA på 1980-tallet ga den engelske forretningsmann Gordon Roddick, ideen om å gi ut en gateavis i England. I 1991 ble *The Big Issue*, som den ble hetende, utgitt for første gang. I dag har mange andre land blitt inspirert av konseptet. The Big Issue har således bidratt til en utbredelse av gatemagasiner internasjonalt (Swithinbank, 2001). Salg av gatemagasiner er nå utbredt over store deler av verden, og i Norge var Oslo den første byen som fikk sitt eget gatemagasin; =Oslo. I dag finner vi gatemagasiner registrert i INSP i Oslo (=Oslo), Stavanger (Asfalt), Fredrikstad (=Fredrikstad), Kristiansand (Gatemagasinet Klar), Tromsø (Virkelig), Trondheim (Sorgenfri) og Bergen (Megafon) (INSP, 2011a).

Megafon er et tiltak under Senter for arbeidslivsforberedelse [ALF]. ALF eies av Bergen kommune, og arrangerer ulike arbeidsmarkedstiltak og arbeidstilbud for NAV og Bergen Kommune. ALFs kjerneverdier handler om å legge til rette for mennesker med særlige behov, slik at de kan få hjelp til å finne og utvikle sine muligheter i arbeidslivet (ALF, 2011a). ALF har to typer såkalte dagtilbud; Dagsverket og Megafon. Det som kjennetegner disse arbeidsplassene er en forståelse for at ikke alle mennesker mestrer å forplikte seg til en arbeidsavtale over lengre tid. Gjennom disse to arbeidsplassene tilrettelegger ALF for at mennesker som har noe å bidra med kan bidra på sine vilkår (ALF, 2011b). I forkant av studien forestilte jeg meg at det ville være

interessant å se på begge tiltak. På grunn av studiens omfang måtte jeg imidlertid begrense meg til ett av dem; og det ble Megafon.

I år fylte gatemagasinet Megafon fire år. Bladet blir solgt på gaten av mennesker som av ulike årsaker er i en vanskelig livssituasjon. Selgerne kjøper bladet for 25 kroner og selger det videre for 50 kroner. Mellomlegget beholder selgeren som lønn (Megafon, 2011a). I februar 2007 kom de første eksemplarene av gatemagasinet Megafon for salg i Bergen (BA, 2007). På magasinets nettside uttales det at Megafon arbeider med utgangspunkt i verdier som likeverd, medmenneskelighet, åpenhet og humor, og skal med dette utgangspunktet gi arbeidsmuligheter til mennesker som ikke finner sin plass i det ordinære arbeidsmarkedet (Megafon, 2011b). Megafon har et engasjement for svake grupper i samfunnet, og retter et kritisk blikk på hvordan samfunnet er bygget opp. De håper å skape forståelse og dialog mellom ulike sosiale grupperinger i samfunnet, og endre noen eksisterende fordommer (Megafon, 2011a). Tilsvarende holdninger og verdier representeres også i gatemagasiner i resten av verden. Megafon er altså ett av mange gatemagasin verden over. Denne studien gir et innblikk i åtte intervjupersoners fortellinger om deres opplevelser og erfaringer som selgere av Megafon. Gateaviser og gatemagasiner over hele verden tilbyr arbeid til marginaliserte mennesker som har havnet utenfor det ordinære arbeidsmarkedet. Som nevnt over ønsker jeg med denne studien å finne ut om selgere av Megafon opplever at jobben gir dem noe mer enn den inntekten de går hjem med når arbeidsdagen er over. For å finne svar på dette utarbeidet jeg en problemstilling og flere forskningsspørsmål.

1.2 Problemstilling

En problemstilling avgrensner og definerer oppgavens rammer. Hovedproblemstillingen jeg har tatt utgangspunkt i under arbeidet med denne studien er som følger.

Hvordan opplever Megafonselgere at jobben gir dem muligheter til å endre sin livssituasjon?

For å konkretisere problemstillingen har jeg utarbeidet følgende tre forskningsspørsmål.

1. Hvilke tanker har Megafonselgerne om jobben?
2. Hva opplever selgerne å ha lært gjennom å selge Megafon?
3. Hvordan ser selgerne på fremtiden?

Disse spørsmålene har vært utgangspunkt for studiens empiriske tilnærming til feltet.

1.3 Avgrensning

Enhver studie vil ha sine begrensninger. Metodisk sett har jeg, grunnet studiens størrelse og omfang, ikke hatt anledning til å gjøre mer enn én intervjurunde. Utvelgelsen av intervjupersoner kunne muligens vært gjort på en mer strategisk måte. Hadde jeg hatt mer tid til rådighet kunne jeg tilbrakt mer tid i utsalget, og fått intervjuer med flere erfarne selgere. En mulighet kunne også vært at jeg hadde fulgt en eller flere selgere over en lengre tidsperiode, noe som kunne gitt et dypere innblikk i deres hverdag. Siden flere av selgerne kom inn på utfordringer ved jobben i forhold til det å være rusavhengig, ser jeg at mye av studiens fokus er rettet mot denne problematikken. Ikke alle selgerne forteller imidlertid at de er rusavhengige, og i en annen studie kunne det vært interessant å fokusere mer på deres historier.

Denne studiens bygger på teoretiske perspektiv innen kritisk pedagogikk og tradisjonen etter Paulo Freire. Denne tradisjonen tar utgangspunkt i kritisk teori, som jeg har valgt ikke å gå særlig inn på her. Begrepet kapital nevnes i forbindelse med tidligere forskning på kunnskap og kompetanse på gaten. På tross av begrepets relevans for studien har jeg imidlertid valgt å ikke gå dypere inn i Pierre Bourdieus teori om kulturell kapital.

1.4 Oppgavens oppbygning

I *kapittel 2* presenteres tidligere forskning. Kapittelet tar for seg studier med fokus på kunnskap og kompetanse på gaten, i tillegg til gatemagasinet historie. Jeg presenterer studier av gatemagasiner som spør om disse bidrar til å gi marginaliserte grupper en mulighet til å bli hørt. I tillegg ser jeg nærmere på spørsmål som handler om hvorvidt jobben som selger kan gi marginaliserte grupper en mulighet til å gjøre endringer i eget liv.

Kapittel 3 retter fokuset på studiens teoretiske forankring og sentrale begrep. I dette kapittelet presenteres den kritiske tradisjonen med et særlig fokus på kritisk pedagogikk. Paulo Freire står frem som en sentral teoretiker her, og flere av hans begreper som bevissthet, endring og dialog, knyttes til denne studien.

I *kapittel 4* redegjøres det for studiens metodiske tilnærming til feltet. Studiens kontekst presenteres, og rollen som forsker synliggjøres. Videre presenteres studiens

forskningsdesign i tillegg til at ulike etiske utfordringer i forbindelse med intervjuer og feltarbeid belyses. Dette kapitlet inneholder også en presentasjon av intervjupersonene og refleksjoner over ulike valg jeg foretok i forbindelse med intervjusituasjonene. Til slutt viser jeg hvordan datamaterialet er analysert.

Kapittel 5 beskriver de sentrale funn som ble utledet gjennom analyse av datamaterialet. Kapitlet er delt inn etter følgende kategorier.

Kategori I: Jobb

Kategori II: Læring

Kategori III: Kunnskap

Kategori IV: Fremtidsplaner

Kapittel 6 er studiens diskusjonskapittel. Her diskuteres sentrale funn i lys av studiens teoretiske forankring, tidligere forskning og problemstilling. Her diskuteres hvorvidt selgernes tilstedeværelse på gaten kan bidra til å bryte ned fordommer blant folk til gruppen de representerer. Videre diskuteres endringspotensialet i jobben som selger, og selgernes tanker vedrørende kunnskap og læring er sentralt. Tilslutt diskuteres selgernes tanker om fremtiden.

Kapittel 7 oppsummerer studiens viktigste funn, og peker på muligheter for videre forskning.

I dette kapitlet har jeg innledet studien ved blant annet å presentere meg selv som forsker. I neste kapittel vil jeg presentere andre studier som er relevant for denne studien.

2 Tidligere forskning

2.1 Innledning

I denne studien er målet å finne ut hvordan selgere av Megafon opplever at jobben gir dem en mulighet til å endre sin livssituasjon. I intervjuene delte selgerne mange tanker og refleksjoner vedrørende jobben som selger. Det er en fordel å se tankene de delte i sammenheng med funn fra andre forskningsstudier. Jeg vil innlede dette kapittelet ved å gjøre rede for tidligere studier av gatekultur. Videre vil jeg redegjøre for gatemagasiners historie. Dette vil jeg gjøre ved å greie ut om fremveksten av gatemagasiner internasjonalt og nasjonalt. Deretter vil jeg gjøre rede for forskning og ulike studier som er blitt gjort på feltet gatemagasiner. I dette kapittelet vil jeg belyse studiens problemstilling ved å se nærmere på gatemagasiner som medium for marginalisertes stemmer. Jeg vil også undersøke hvilken betydning jobben som selger av gatemagasin har for selgerne. Som nevnt vil jeg innlede med tidligere forskning som har rettet fokuset mot kompetanse og kultur på gaten.

2.2 Gatekapital

Tidligere studier av gatekultur er sentrale fordi mange av personene som selger bladet har erfaringer med et liv på gaten – bladet selges på gaten, noe som gjør selgerne til deltakere av en gatekultur. Som Sveinung Sandberg og Willy Pedersen (2007) påpeker, er det ikke bare i studier av de øvre klassene i samfunnet forskerne har vært opptatt av begrepene kompetanse og kunnskap. De har skrevet boken *Gatekapital* som omhandler et miljø av hasjselgere som befinner seg langs Akerselva i Oslo. Forfatternes feltarbeid strakte seg over ett år. I denne perioden snakket de hovedsakelig med gutter som selger hasj. Spørsmål de har fokusert på er blant annet hvem guttene er, hvor de kommer fra og hvordan de organiserer hasjsalget. Philippe Bourgois (2003) referert i Sandberg og Pedersen (2009, s. 82) bruker begrepet kapital i sin studie av dealere i El Barrio. Begrepet er hentet fra Pierre Bourdieus kjente verk, *Distinksjonen*. Kapitalbegrepet plasseres imidlertid i hermetegn hos Bourgois, da den i liten grad lar seg overføre mellom ulike sosiale felt. Sandberg og Pedersen (2007) benytter begrepet gatekapital for å fange den komplekse kompetansen hasjselgerne langs Akerselva besitter. Ved å bruke dette begrepet, vektlegger man ifølge Sandberg og Pedersen (2007, s. 19) blant annet

hvordan ungdom som bruker og selger stoff må forstås som aktivt handlende, meningssøkende og rasjonelle, i motsetning til den diskursen som fremstiller rusmisbrukere som viljesvake eller syke. En studie som illustrerer hvordan medlemmer av marginaliserte grupper handler aktivt, er Paul Willis' (1977) studie av arbeiderklassegutter. Willis (1977) referert i Sandberg og Pedersen (2007, s. 56) fant i sin studie ut at arbeiderklassegutter utviklet egne strategier for å skape en motkultur til storsamfunnet. Guttene gjorde opprør mot det tradisjonelle klasserommet ved å være lite interessert i akademiske studier. De identifiserte seg mer med det maskuline miljøet fedrene deres deltok i på arbeidsplassen. Ved å røyke, drikke og uttrykke rasistiske og kvinnediskriminerende holdninger identifiserte de seg med den maskuline kulturen til sine fedre. Ofte blir reproduksjon av arbeiderklassen forklart ved å vise til strukturelle forhold, men i denne studien fant Willis tegn til at arbeiderklasseguttene gjorde egne valg. Det var ikke slik at guttene *nøyde* seg med arbeiderklassejobber etter å ha mislyktes i skolen, men heller at de foretok et aktivt *valg* (Sandberg og Pedersen, 2007). Denne studien illustrerer hvordan forskjellene mellom marginaliserte grupper og storsamfunnet kommer til syne når disse gruppene møtes.

2.3 Studier av kunnskaper i ulike gatekulturer

Elijah Anderson (1990) er en amerikansk sosiolog som har utført etnografisk feltarbeid i en mindre by han kaller "Village-Northon". Her finnes i hovedsak to typer samfunn; et lavklassesamfunn og et middel- og øvreklasesamfunn. I boken *Street Wise* (1990) gir han en etnografisk beskrivelse av Village-Northon. Vedvarende fattigdom og mangel på lokalt lederskap fører ifølge Anderson (1990), til et samfunn preget av økonomisk og sosialt sammenbrudd, med den konsekvens at unge, spesielt menn, rekrutteres til kriminelle miljøer. I Andersons (1999) senere bok, *Code of the Street*, undersøker han hvorfor så mange ungdommer i byene tyr til vold og aggresjon. Han påpeker at gatens "kode" består av uformelle regler om hvordan atferd skal organiseres i livet på gaten. Han viser til at jakten på respekt dominerer relasjonene mellom dem som har tilhørighet på gaten. Anderson (1999, s. 10) påpeker at gatekoden får betydning der politiets påvirkning slutter og det personlige ansvaret for ens egen sikkerhet begynner. Dette resulterer i en "folkets lov" eller "gaterettferdighet", hvor hevnaksjoner står sentralt. Ifølge Anderson kan gatens harde realiteter spores tilbake til fremmedgjøringen fra samfunnet og dets institusjoner. Han påpeker at politiet som regel blir betraktet som

representanter for det dominante hvite samfunnet. Dette kan kanskje sies å skape et større skille mellom dem og representanter fra gaten. I *Going straight: The story of a young inner-city ex-convict*, viser Anderson (2001) hvordan Rob, en tidligere gangster, ønsker å tjene penger på lovlig vis etter å ha blitt løslatt fra fengsel. Anderson (2001) understreker at Rob opplevde en fundamental endring i status og identitet da han valgte å gjøre endringer i livet sitt etter fengselsoppholdet. Sammen med andre som var i samme situasjon klarte han å forandre situasjonen sin på utsiden av murene. Han endte opp med å få en enkel kioskjobb hvor han solgte frukt, til senere å avansere til å bli sjef i en restaurant i nrområdet (Anderson, 2001). I artikkelen *Street Literacy: Urban Teenagers' Strategies for Negotiating Their Neighborhood*, skriver Caitlin Cahill (2000) om hvordan hun har utviklet begrepet "street literacy"¹. Hun forteller at begrepet betyr noe annet enn det å være "street smart", eller å ha "street wisdom" som Anderson (1990) viser til. Street literacy handler om å konstruere seg selv i prosessen hvor man forstår verden gjennom interaksjon og erfaring.

Street literacy is an interpretative framework that privileges experienced informal local knowledges that are grounded in personal experiences and passed down in the form of rules, boundaries set by parents, neighborhood folklore, and kids' collective wisdom. (Cahill, 2000, s. 3)

Cahill (2000) påpeker at feministisk, antirasistisk og postkolonialt teoretisk arbeid identifiserer verdiene og bidragene fra mennesker som har blitt marginalisert fra kunnskapsproduksjonen i samfunnet, enten grunnet klasse, rase, kjønn eller alder. Hun konkluderer blant annet med at ungdommer som har street literacy utvikler selvet samtidig som de lærer seg ferdigheter som får dem til å overleve i samfunnet de lever i. De skaper en sammensetning av personlig erfaring og sosiale diskurser, og på denne måten tolker de miljøet de tilhører. Videre understreker hun at ungdommene handler i og med miljøet i deltakende fremførelser som gjenskaper deres selvoppfatning kontinuerlig (Cahill, 2000, s. 27). I Paolo Freires ånd forklarer Cahill (2000) hvordan ungdommer gjennomgår en bevisstgjøringsprosess. Dette skjer ved at de blir bevisst egen sosial- og miljømessig situasjon og konfronterer årsakene til egen fattigdom og diskriminering. Denne prosessen definerer hun som det første skrittet mot å utvikle alternative muligheter i nåtid og fremtid (Cahill, 2000, s.28). De ulike studiene i dette

¹ Siden begrepet literacy er vanskelig å oversette til norsk bruker jeg den engelske betegnelsen street literacy.

avsnittet vurderer deltakerne i ulike gatemiljøer som innehavere av en bestemt type kunnskap. Dette kan videre knyttes til ideologien bak gatemagasiner internasjonalt, hvor det fokuseres på at marginaliserte grupper skal få en mulighet til å aktivt delta i sin egen endringsprosess.

2.4 Gatemagasiner internasjonalt

Gatemagasinet Megafon er et av mange gatemagasiner internasjonalt. International Network of Street Papers [INSP] er en organisasjon som ble grunnlagt i 1994 med ideen om å samle gateaviser i alle land innen en og samme organisasjon (INSP, 2011b). INSP beskriver konseptet “gateavis”, eller “gatemagasin”² ved å vise til fem sentrale sider ved dem. For det første er gatemagasiner uavhengige magasiner som selges på gaten av hjemløse og vanskeligstilte mennesker. For det andre skal magasinet tilby vanskeligstilte mennesker en unik mulighet til å tjene penger på lovlig vis og på den måten få muligheten til å bygge opp livet sitt. For det tredje skal det være en kilde til sosial støtte gjennom jobbtrening og lederutvikling. For det fjerde skal de gi ellers tausede stemmer fra gaten en mulighet til å bli hørt. Det femte og siste punktet handler om at gatemagasiner skal tilby et langtidsverktøy for sosial endring som arbeider for og med mennesker som lever i fattigdom (INSP, 2011c). Gatemagasiner skal med andre ord gi mennesker over hele verden muligheten til å skape endring i eget liv. I dag er så mange som 115 gatemagasiner fra 40 ulike land representert i INSP (INSP, 2011d). Salg av gatemagasiner er et relativt nytt fenomen i Norge, men internasjonalt kan man finne gateaviser så tidlig som på 1800-tallet.

2.5 Gatemagasinet historie

Ifølge North American Street Newspaper Association (2008) referert i Brittany Aubin (2008, s. 5)³ startet salg av gateaviser i USA med War Cry, en avis som ble solgt av hjemløse i Cleveland i USA fra 1872 til 1920-tallet. Ifølge Aubin (2008) var dette en

² The Big Issue utgis i avisformat, og betegnes dermed som en gateavis. De ulike gatemagasinerne i Norge er blitt gitt ut i bladformat, noe som gjør at det betegnes som gatemagasin. Jeg vil i hovedsak bruke begrepet gatemagasin, som favner om betydningen av begge deler. Allikevel vil jeg referere til gateavis i de tilfellene hvor det er snakk om en spesiell gateavis, som for eksempel The Big Issue. I utgangspunktet handler det om det samme – bare i ulik form.

³ Aubin skrev denne oppgaven i forbindelse med “Honors Capstone for School of Communication”. Hennes veileder var Rodger Streitmatter. Hun har undersøkt salg av gatemagasiner med et journalistisk perspektiv. Hun arbeidet frivillig i redaksjonen til *Street Sense*. Gjennom dette arbeidet fikk hun muligheten til å forstå gateavisen fra innsiden.

avis som var unik i den forstand at den forsøkte å påvirke samfunnet til å gi noe tilbake til de vanskeligstilte. Dorri Jacobs (1990) referert i Aubin (2008, s. 5) viser til New York-gateavisen Street News som forgjengeren til en bredere og global interesse for å hjelpe hjemløse og vanskeligstilte. Ifølge Tessa Swithinbank (2001) ble denne gateavisen oppdaget av engelskmannen Gordon Roddick som var på forretningsreise i New York i 1990⁴. Der traff han tilfeldigvis en gateavisselger som fortalte ham om sin bakgrunn og hva han drev med. I følgende sitat beskriver Roddick møtet med selgeren av Street News, som følger.

He said, «Normally when I am standing on the street with my hand out, nobody wants to talk to me. They chuck me a coin and walk on. But with the paper people look me in the eye. They are curious about me and what I am doing and why I am doing it». He told me it wasn't as much the cash, which was great. It was the human contact. It was the enablement he felt that he was a part of the throbbing race of life and not a bit of garbage sitting on a corner asking for someone's indulgence. (Swithinbank, 2001, s. 21)

Selgeren understreker her viktigheten av menneskelig kontakt og muligheten til å gjøre noe aktivt for penger, i motsetning til å tigge. Han vektlegger verdien av at folk på gaten nå ser ham i øynene, i motsetning til at de ofte overså ham og gikk videre da han tigget på gaten. Det kommer tydelig frem at selgeren opplever at han deltar i samfunnet i større grad enn før. Forretningsmannen Roddick tok ideen om gateavis med seg til England, og i 1991 ble The Big Issue utgitt for første gang (Swithinbank, 2001).

2.6 Gir gateaviser de marginalisertes stemmer muligheten til å bli hørt?

Ifølge INSPs fjerde punkt skal gateaviser gi tause stemmer fra gaten en mulighet til å bli hørt. Kevin Howley (2003)⁵ diskuterer dette poenget, da han vurderer gatemagasiners påvirkning på samfunnet. Han hevder at gatemagasiner har en unik mulighet til å kommunisere demokrati og påpeker at gatemagasiner søker å engasjere leserne kritisk ved å skrive om økonomisk, sosial og politisk urettferdighet og ved å gi fattige en stemme. Howley konkluderer med at gateaviser representerer en betydelig intervensjon til forholdet mellom symbolsk og kulturell makt og de materielle maktforholdene i nåtidens samfunn (Howley, 2003). Lignende tanker finner man hos Sinead Hanks og

⁴ Swithinbank (2001) skrev i boken *Coming up from the streets* om hvordan ideen om gatemagasiner ble spredt internasjonalt.

⁵ I artikkelen *A Poverty of Voices: Street Papers as Communicative Democracy*, tar Howley utgangspunkt i *Street Feat*, et gatemagasin i Halifax, Nova Scotia.

Swithinbank (1997)⁶, som konkluderer med at gatemagasiner alene ikke kan løse problemet med hjemløshet. De understreker viktigheten av informasjon til offentligheten som et ledd i å øke bevisstheten om temaet (Hanks og Swithinbank 1997, s. 157). Aubin (2008) hevder at gateaviser gir en mulighet til å presentere marginaliserte grupper i samfunnet uten stereotyper som presenteres i media forøvrig. Videre konkluderer hun med at gateaviser gir hjemløses stemmer muligheten til å bli hørt (Aubin, 2008). Christine Simonsen og Monica Stadaas (2008)⁷ hevder at Megafon bidrar til synliggjøring av en gruppe mennesker som tidligere har vært skjult. De konkluderer med at bladet kan være en arena for bevisstgjøring og endring av forholdet mellom “oss” og “de andre”. En slik bevisstgjøring og endring vil ifølge Simonsen og Stadaas (2008) kunne løfte problemer på aktørnivå opp til strukturnivå. Forholdet mellom “oss” og “de andre” er også sentralt hos Ben C. Pedersen (2008)⁸ som spør hvilke utfordringer =Oslo møter angående det å gi rusavhengige en mulighet til å overskride storsamfunnets normalitet/avviksdistinksjon. Han fant at =Oslo på den ene siden utfordrer generelle og tilstivnede oppfatninger om normalitet og avvik. Dette skjer gjennom at selgerne møter folk på gaten annerledes som selger enn som tigger. På en annen side fant han imidlertid at foreningen Erlik⁹ kan bidra til å reproducere slike oppfatninger. Han viser til et eksempel fra feltarbeidet hans hvor Rune Gerhardsen¹⁰ besøkte lokalene til =Oslo. Pedersen (2008) opplevde at det i dette møtet oppstod en usynlig mur mellom politikeren, samt de ansatte ved =Oslo og selgerne av =Oslo. Et lignende skille finner han i intervjupersonenes uttalelser, da de blant annet skildrer mellom “oss” og “dem” (Pedersen 2008, s. 89). Pedersen (2008) fokuserer på dynamikken mellom selger-kjøper og hendelser i salgslokalene til =Oslo. Det at det oppstår en usynlig mur mellom selgerne og politikeren er kanskje et tegn på at selgernes stemmer ikke kommer så godt frem i dette tilfellet. Pedersens (2008) funn kan tyde på at man kan diskutere hvorvidt selgernes stemmer faktisk kommer til uttrykk gjennom gatemagasinet =Oslo. INSP (2011c) uttrykker at gateaviser skal gi tause stemmer fra

⁶ Artikkelen *The Big Issue and other street papers: a response to homelessness* skrev Swithinbank sammen med Sinead Hanks. Hanks er/var rådgiver ved The Big Issue.

⁷ Simonsen og Stadaas skrev masteroppgave i samfunnsarbeid ved Høgskolen i Bergen, 2008.

⁸ Pedersen skrev masteroppgave i sosialantropologi ved UiO. Han utførte en etnografisk undersøkelse av =Oslo- selgere på gaten i Oslo

⁹ Pedersen skriver om både bladet =Oslo og foreningen Erlik, som står bak bladet =Oslo.

¹⁰ Tidligere AP-politiker og sønn av Einar Gerhardsen.

gaten en mulighet til å bli hørt. Det er med andre ord et uttrykt ønske at bladet skal bidra til at selgernes ytringer kommer frem. I gatemagasiner gjøres dette på ulike måter, noe som vil belyses i neste avsnitt.

2.6.1 Bidrag fra selgerne

Medvirkning i gatemagasiner er *en* måte å sikre at stemmer fra gaten blir hørt. Otto von Münchow (2008) retter fokus mot styrker og svakheter når det gjelder selgernes medvirkning i Megafon. Thomas Anthun Nielsen, redaktør i Megafon, forteller i artikkelen *Megafon satser på brukermedvirkning* at Megafon lar selgerne bidra med ulikt redaksjonelt stoff som for eksempel tekster og illustrasjoner. Videre forteller Nielsen om de vansker som kan oppstå i samarbeid med mennesker som har en komplisert og uforutsigbar livssituasjon. Han understreker imidlertid at selv om ikke selgerne skriver i bladet selv, har mye av det journalistene skriver sitt opphav i innspill fra selgerne (Münchow, 2008). Katrine Ree Holmøy (2008) tar opp en lignende tematikk og spør om selgerne får være mer enn nettopp selgere. Hun har undersøkt dette i gatemagasiner i Oslo, Trondheim og Kristiansand, og konkluderer med at de ulike magasinene på hver sine måter forsøker å inkludere selgere i produksjonen av gatemagasinene. Hun viser til Jon Storaas, leder for Rusmisbrukernes Interesseorganisasjon, som mener det bør være en forutsetning at selgerne har medvirkning i utformingen av gatemagasinet (Holmøy, 2008). I de to nevnte artiklene er fokuset på at selgerne skal bidra med mer enn “bare” å selge. Dette mener også Daniele Torck (2001)¹¹. I sitt forskningsprosjekt spør hun om gateaviser faktisk fungerer som en plattform for hjemløses stemmer, slik målsettingen er. Hun fant ut at de europeiske gateavisene i for liten grad tilbød hjemløse muligheten til å bli hørt i avisene, og de mulighetene de får begrenser seg til dikt og personlige fortellinger. I USA fant hun imidlertid at innholdet i gateavisen blir skrevet av tidligere hjemløse, og det er i større grad fokus på tema som involverer hjemløse og deres interesser. Hun presiserer imidlertid at den amerikanske gateavisen ikke er helt fri for å beskrive det bildet av fattige og hjemløse som man finner i den tradisjonelle diskursen som har dominert politikk og media (Torck, 2001). Torck (2001) fant ut at de hjemløses stemmer kommer frem i gatemagasiner i ulik grad.

¹¹ Torck (2001) utførte en innholdsanalyse av gateaviser i henholdsvis Frankrike, Nederland, England og USA.

Når det gjelder hvordan selgerne fremstilles i gatemagasiner i Norge er det blitt gjort en lignende studie på masternivå. Maria Engvik (2007)¹² foretok en narrativ innholdsanalyse av hvordan selgere av =Oslo presenteres i bladet. Sentrale funn er blant annet at selgeren av =Oslo fremstilles som “optimist”, en kategori som befinner seg mellom posisjonene offerrolle og helterolle. Hun hevder at i intervjuene ser hun en tendens til at intervjupersonens historie begynner med determinisme, uflaks og svik og avslutter med optimisme, vilje og forventninger. Denne positive vinklingen har fellestrekk med helterollen, noe som illustrerer at selgerne som fremstilles som ofre, har muligheten til å bli helter (Engvik 2007, s. 72). Muligheten til å ende opp som helt, inneholder en endringsmulighet. I neste avsnitt vil jeg se nærmere på forskning som undersøker i hvilken grad jobben som selger bidrar til endringsmuligheter for selgerne.

2.7 Gatemagasiner – en mulighet til endring?

Ifølge INSPs femte punkt skal gatemagasiner tilby et langtidsverktøy for sosial endring som arbeider for og med mennesker som lever i fattigdom. Dette finner man igjen i ideen bak The Big Issue. Swithinbank¹³ (2001) forteller historien om hvordan Roddick hentet ideen fra Street News i New York. Det han fant særlig interessant var hvordan en sosialt marginalisert person får mulighet til å tjene ærlig penger gjennom å selge gatemagasinet og i tillegg får muligheten til å bygge opp sin egen selvtilitt og i noen tilfeller, få annet arbeid (Swithinbank 2001, s. 23). Carolina Ohls (2007) viser til en kvantitativ studie gjennomført av The Big Issue i 2001¹⁴. Målet med undersøkelsen var blant annet å finne ut hvordan jobben påvirket selgernes liv. 93 prosent av de spurte selgerne forteller at de liker jobben som selger av The Big Issue. To av tre forteller at det beste ved jobben er å treffe folk på gaten. Over halvparten av selgerne (56 %) hadde solgt magasinet i over to år, noe som kan bety at jobben hadde en stabiliserende effekt på dem. Over to tredjedeler av de spurte syntes at det å selge magasinet var mer enn en

¹² Engvik (2007) har skrevet en masteroppgave i sosiologi ved Universitetet i Oslo, hvor hun gjør en narrativ tekstanalyse for å forstå hvordan rusavhengige fremstilles i gatemagasinet =Oslo.

¹³ Swithinbank er/var internasjonal redaktør ved The Big Issue.

¹⁴ I forbindelse med 10-årsjubileet for The Big Issue i 2001 gjennomførte magasinet en kvantitativ undersøkelse hvor de spurte 150 selgere vedrørende ulike forhold i deres liv. Denne undersøkelsen er imidlertid ikke å finne noe sted på nettet. Jeg har sendt epost til The Big Issue flere ganger og spurt etter undersøkelsen uten å få svar. Carolina Ohls (2007) tok imidlertid utgangspunkt i denne undersøkelsen i drøftingen av egne forskningsfunn. Ifølge henne var målet med undersøkelsen å finne forklaringer på hvorfor folk ender opp hjemløse på gaten, og hvordan salget av The Big Issue har påvirket livet til selgerne.

jobb. De svarte at de hadde fått bedre selvtillit. Omtrent like mange svarte at jobben økte deres motivasjon til å gjøre større endringer i livet (Ohls 2007, s. 22). Ut fra disse resultatene kan man lese at jobben som selger faktisk kan føre til stabilitet og økt motivasjon for endring. I tråd med dette understreker Swithinbank (1997¹⁵, s. 51) at initiativet bak gatemagasiner representerer håp og løsningsmuligheter. Salg av gatemagasiner representerer en mulighet for selgerne til å være aktivt deltakende i sin egen endringsprosess. Gjennom å selge bladet kan man som Engvik (2007) påpekte, bevege seg fra offerrollen til helterollen. I stedet for å tigge med bøyd hode kan man stå oppreist og selge et produkt. Ideen om at personen som skal hjelpes selv må være aktiv, finner man igjen i annen forskning på salg av gatemagasiner. Kine Therese Falch-Lillevold (2010) fant at =Oslos arbeid bygger på sentrale prinsipper i empowermenttenkningen, som hun påpeker kan spores tilbake til Paulo Freire¹⁶. Hans tanker om at bevisstgjøring er et redskap til endring er sentralt for denne tenkningen. Hun konkluderer med at bladet gir selgerne en mulighet til å oppleve mestring, energi og makt over eget liv gjennom å ha en jobb. Denne tilnærmingen og ideologien har gjort at =Oslo har begynt å bryte ned eksisterende tabuer og forestillinger om vanskeligstilte mennesker som finnes i samfunnet. (Falch-Lillevold, 2010). Forskning viser at salg av gatemagasiner kan utfordre eksisterende diskurser i samfunnet. I tillegg til dette gir gatemagasiner hver enkelt selger muligheten til å gjøre endringer i eget liv.

Forskningen jeg har henvist til i dette kapittelet deler tanker og perspektiver som er sentrale i kritisk pedagogikk, uten at noen har skrevet eksplisitt om dette. Min studie vil være et bidrag til allerede eksisterende forskning. Jeg vil tillegge det kritisk-pedagogiske perspektivet til tanker omkring blant annet gatemagasin, marginalisering, kunnskap, læring, og endring.

¹⁵ Swithinbank (1997, 2001) og Hanks og Swithinbank (1997) kan sies å gi et informasjonsfaglig og ofte nært perspektiv på salg av gatemagasiner, noe som kan forklares ved at forfatterne også er ansatt i organisasjonen.

¹⁶ Simonsen og Stadaas (2008) ser også på empowerment som et sentralt begrep i sin studie av Megafon.

3 Teoretiske perspektiv

3.1 Et kritisk perspektiv på gatemagasiner

I foregående kapittel gjorde jeg rede for forskning som allerede er gjort på feltet gatemagasiner. Dette kapittelet redegjør for studiens teoretiske grunnlag og hovedperspektiv. Et perspektiv kan i denne sammenheng forstås som det faglige blikket og den forståelsesmåte man har som forsker. Teoretiske perspektiv har en overordnet posisjon, og gir grunnlag for retning og prioritering i forskningen (Befring, 2007). Som teoretisk grunnlag for denne oppgaven har jeg valgt kritisk pedagogikk, hvor solidaritet med marginaliserte grupper i samfunnet står sentralt. Jeg vil nevne at jeg i dette kapittelet vil benytte meg av utdrag fra datamaterialet mitt for å illustrere enkelte poeng jeg finner interessante og relevante for de perspektiv og de teoretikere jeg bygger på. Dette medfører at enkelte sitater i denne delen også dukker opp igjen i andre deler av oppgaven. I dette kapittelet vil jeg knytte begrepene læring, kunnskap og identitet som jeg har brukt empirisk, til Freires begrep; bevissthet, transformasjon og endring. Først vil jeg imidlertid definere sentrale begreper i studien.

3.2 Definisjon av sentrale begreper

I denne studien definerer jeg selgerne av Megafon som en marginalisert gruppe. Ser man på den semantiske betydningen av ordet *marginal* er det å være adskilt, avsides, avstengt, isolert og utenforliggende (Synonymer, 2011a). Ifølge Kåre Heggen og Tormod Øia (2005) handler marginalisering om at grupper av mennesker befinner seg i ytterkanten av de arenaer som man vanligvis beveger seg innenfor i samfunnet. Pedersen (1996) referert i Heggen og Øia (2005, s. 19) hevder at de marginaliserte dras mot samfunnets ytterkanter, og er verken integrerte eller ekskluderte (Heggen & Øia, 2005, s. 19). Hammer (1992) referert i Heggen og Øia (2005, s. 19) knytter marginalisering til arbeidsledighet av en viss varighet som igjen kan føre til vanskeligheter med å få tilgang til arbeidsmarkedet. Lav inntekt, arbeidsløshet, dårlig fysisk eller psykisk helse, kriminalitet, rusmisbruk og kan være grunner til at enkeltpersoner eller grupper havner utenfor. Stortingsmelding nr. 16 [St.meld.nr.16] (Kunnskapsdepartementet [KD], 2006) ble lansert som ett av flere tiltak i sin satsing mot fattigdom og marginalisering. Her presenterer regjeringen sin politikk for

utdanningssystemets bidrag til utjevning av sosial ulikhet. Det påpekes at ulikhet i økonomi, helse og demokratisk deltakelse henger sammen med utdanning. Videre understrekes det at utdanning, kunnskap og kompetanse blant annet bidrar til inkludering i arbeidslivet, større samfunnsdeltakelse og lavere kriminalitet (KD, 2006). I stortingsmeldingen hevdes det at dette er faktorer som virker forebyggende mot tilstander som marginalisering. Selgere av gatemagasiner er ingen homogen gruppe som kan generaliseres eller kategoriseres. Hver av dem har sin individuelle historie, men de har ofte én ting til felles; at de av ulike årsaker har havnet utenfor det ordinære arbeidslivet, og det vi forbinder med et sosialt liv i aktiv samfunnsdeltakelse. Gatemagasiner over hele verden tilbyr marginaliserte grupper muligheten til å tjene penger på ærlig vis, og skal samtidig tilby selgerne muligheten til å skape endring i egne liv.

Endring er også et sentralt begrep i denne studien. Her knyttes begrepet endring til læring, som ble brukt i den empiriske undersøkelsen. Endringsbegrepet står sterkt i tradisjonen etter Paulo Freire, grunnleggeren av kritisk pedagogikk. Ifølge Freire (2005) er det lite hensiktsmessig for marginaliserte grupper å se på seg selv som ofre. Skal de klare å bryte med det eksisterende mønsteret må de gjøre seg bevisst sin situasjon. På denne måten vil de kunne gå inn i en historisk prosess som aktivt handlende mennesker (Freire, 2005, s. 19). Gjennom kritisk bevissthet kan de få kraft og mulighet til å fundamentalt endre sin forståelse av verden (Westrheim, 2009). Det er med andre ord gjennom en sterkere kritisk bevissthet at personen får muligheten til å endre sin forståelse av virkeligheten. I den empiriske undersøkelsen som denne studien bygger på spurte jeg intervjupersonene om de opplevde at de lærte noe i jobben som selger av Megafon. Selgerne delte mange tanker vedrørende dette temaet, og det er tydelig at deres tanker om læring er knyttet opp mot det endringsbegrepet jeg finner hos Freire. I de fleste intervjuene jeg gjorde presenterte selgerne tanker om fremtiden. Dette førte til at *fremtidsplaner* ble et sentralt begrep i denne studien. Fremtidsplaner knytter jeg også til endringsbegrepet, da selgerne gjennom å være bevisst seg selv og sin egen situasjon forteller om sine mål for fremtiden. Flere betrakter jobben som selger som midlertidig, og har klare mål i forhold til for eksempel rusfrihet og jobb i det ordinære arbeidslivet.

Begrepet *kunnskap* er relevant når det er snakk om læring. I denne studien forstår jeg kunnskap som et mangfold av kunnskapsformer (Krois (2002) referert i Sølvi Lillejord

(2005)). Sølvi Lillejord (2005) understreker at kunnskap kommer frem som kulturelle uttrykk og symbolske former, noe som gjør det relevant å snakke om kunnskaper i flertall. Eksempler hun viser til er empirisk kunnskap, hverdagskunnskap og vitenskapelig kunnskap (Lillejord, 2005). En slik forståelse av kunnskap gjør kunnskap relevant også utenfor tradisjonelle utdanningsinstitusjoner. Det at jeg har valgt Megafon som studiefelt gjør jobben som selger og gaten til aktuelle læringsarenaer. Flere forskere har studert kunnskap på gaten, og sentrale begreper som brukes er “gatekapital” (Sandberg & Pedersen, 2007), “street wise” (Anderson, 1990) og “code of the street” (1999). De ulike studiene av kunnskap på gaten har det til felles at de studerer kunnskap og kompetanse på gaten gjennom å anta at rusavhengige, dealere, hjemløse og andre marginaliserte grupper er aktivt handlende mennesker som besitter en kunnskap og kompetanse knyttet til deres miljø.

3.3 Hvem er Megafonselgerne?

“Du trenger ikke å være rusmisbruker for å selge Megafon, selv om de fleste assosierer det med rusmisbruk. Det er som regel rusmisbrukere man ser. Jeg føler at det står narkoman i pannen på meg hver dag, og det er ikke noen god følelse” (Kjetil).

Som sitatet illustrerer eksisterer det en rekke fordommer og stereotyper knyttet til mennesker som selger Megafon. På nettsidene til Megafon uttrykkes det at “Megafon er et gatemagasin som selges av vanskeligstilte mennesker” (Megafon 2011c), hvilket betyr at selgerne ikke nødvendigvis er rusavhengige. Det er viktig å understreke at Megafonselgerne er en heterogen gruppe bestående av mennesker som selger bladet av ulike årsaker. Begrepene hjemløs (Torck 2001, Hanks & Swithinbank 1997, INSP 2011c), fattig (Howley, 2003), sosialt marginalisert (Swithinbank, 2001), marginalisert (Ohls 2008, Aubin, 2008) og vanskeligstilt (INSP 2011c, Megafon 2011c, Falch-Lillevold 2010) er begreper som brukes i litteraturen, også den forskningsbaserte, for å definere gatemagasinselgere som gruppe. Et begrep som “vanskeligstilt” kan imidlertid gi uheldige assosiasjoner. Synonymer til “vanskelighet” er blant andre elendighet, fattigdom, krise og lidelse (Synonymer, 2011b). Disse begrepene beskriver nok virkeligheten til mange av selgerne, men de er negativt ladet og gir assosiasjoner til hjelpeløshet og passivitet. Dette gjelder også begrepene “fattig” og “hjemløs”. Ordet “marginalisert” (jfr pkt. 3.2) er et begrep som i større grad fanger opp den styrken selgerne av Megafon innehar. Ordet kan sies å anerkjenne betydningen av å stå på utsiden av samfunnet. Selv om gruppen står på utsiden innehar de egenskaper og

kunnskaper som gir dem kompetanse i sitt miljø. Likevel gir marginalisering også negative assosiasjoner. Tilhørighet til en gruppe som ligger på utsiden av samfunnet vitner om mangel på samfunnsdeltakelse. Som nevnt innledningsvis har også Norge, som er et demokratisk samfunn, marginaliserte grupper som ikke deltar på lik linje med resten av samfunnet. Forskere med et kritisk samfunnsperspektiv har som mål å endre denne forståelsen, slik at samfunnet blir mer rettferdig for alle samfunnsmedlemmer.

3.4 Kort om det kritiske perspektivet

Hovedtanken bak gatemagasiner er som nevnt å gi marginaliserte grupper og enkeltmennesker en mulighet til å tjene penger på ærlig vis. I tillegg til inntekten skal selgerne tilbys muligheten til å endre sin livssituasjon (INSP, 2011c). Endring er et hovedbegrep innenfor det kritiske perspektivet. Utdanningsforskere innenfor dette perspektivet nøyer seg ikke med bare å beskrive samfunnet, men har en intensjon om å realisere et samfunn basert på likhet og rettferdighet for alle medlemmer. Det handler med andre ord ikke bare om å forstå samfunnet og dets aktører, men å endre det. “In particular it seeks to emancipate the disempowered, to redress inequality and to promote individual freedoms within a democratic society” (Cohen, Manion og Morrison, 2000, s. 28). Innen det kritiske perspektivet forsøker man å transformere samfunnet og individer til et sosialt demokrati – et mer egalitært samfunn hvor man praktiserer individuell og kollektiv frihet i større grad (Cohen et.al, 2000). Slike tanker om å transformere samfunnet finner man også hos Paulo Freire, som kan sies å være grunnlegger av kritisk pedagogikk.

3.5 Kritisk pedagogikk og tradisjonen etter Paulo Freire

Paulo Freire anses å være grunnleggeren av kritisk pedagogikk (Critical Pedagogy); en retning som vokste frem i kjølvannet av kritisk teori, som jeg velger ikke å gå nærmere inn på her. Hans pedagogikk kjennetegnes ifølge Ira Shor (1993) av at lærerne må ha tro på mennesker i tillegg til at de må være overbevist om at utdanningens hensikt er å frigjøre mennesker. Han fokuserer på rettferdighet, kritisk kunnskap og sosial endring (Ira Shor, 1993, s. 25). Freire (2005) kritiserer undervisere som baserer undervisningen sin på bank-prinsippet, hvor elevene blir sett på som tomme kar som skal fylles med lærerens kunnskap. Hvis man ønsker en frigjørende undervisning må man forlate slike tankemønstre, og bevege seg i retning av dialog mellom elev og lærer. Ifølge Freire skal ikke læreren være den som lærer bort, men skal heller lære selv i dialog med sine

elever. Sammen blir deltakerne av dialogen ansvarlige for en utviklende prosess, hvor de sammen stadig avslører virkeligheten. Dette kaller Freire for problemrettet undervisning. I en slik undervisning “(...) utvikler menneskene sin evne til kritisk å oppfatte den måten de eksisterer på i verden, en verden som de er i og som de eksisterer samtidig med” (Freire, 2005, s. 67). Han påpeker videre at de som er involvert i en slik undervisning vil slutte å se verden som en statisk virkelighet, men heller som en utviklende og forandrende verden. Stanley Aronowitz (1993) knytter den problemrettede undervisningen Freire skriver om, til elevenes evne til å se på virkeligheten som en prosess i retning av at de blir noe - “becoming” (se også Westrheim 2009). Elevene vil gjennom denne type undervisning se på virkeligheten som en mulighet til å bli noen, i motsetning til bare å være noen (Aronowitz, 1993, s. 11). Innenfor kritisk pedagogikk anerkjenner man at læring og utdanning også foregår utenfor de formelle og tradisjonelle utdanningsinstitusjonene. Jeg vil dermed knytte undervisningsbegrepene Freire benytter til min studie av Megafon og gaten som uformell læringsarena. Læreren er ikke én bestemt person, men kanskje både ansatte ved Megafon, kunder og generelt personer på gaten, i tillegg til andre selgere er lærere i vid forstand. Eleven blir i overført betydning personen som har mulighet til å utvikle seg, og endre livssituasjonen sin – til Megafonselgeren.

Innenfor kritisk pedagogikk er endring og frigjøring sentrale begrep, sammen med interessen for å ivareta de undertrykte og marginalisertes erfaringer og behov. Dette gjør man ved å rette søkelyset mot individer, stemmer, tekster og perspektiver som tidligere har vært ekskludert (Kincheloe, 2005). Freires tanker og teoretiske perspektiv har påvirket mange forskere innenfor det kritiske perspektivet. En av disse er Joe Kincheloe (2005), som i boken *Critical Pedagogy* redegjør for kritisk pedagogikk som en tradisjon i stadig utvikling og endring. Hans pedagogikk påpekes å være sterkt inspirert av Freires. I likhet med Freire ser han på utdanning som en politisk aktivitet. Det ligger politiske føringer i språket det undervises i, bøkene man bruker i undervisningen og hvem som blir ansatt som lærere. Valgene som tas i utdanningsfeltet er først og fremst fordelaktige for de elever som tilhører privilegerte grupper i samfunnet. På samme tid undergraves ofte interessene til dem som faller utenfor slike grupper. Som Kincheloe (2005) hevder har Freires kritiske pedagogikk som intensjon å forsterke stemmene til dem som har vært nødt til å kjempe for å bli hørt og promotere sosial rettferdighet, kultivere intellektet og utvide menneskelig mulighet. Han understreker videre at

teoretikere innenfor kritisk pedagogikk er opptatt av saker som demokrati, globaliseringens påvirkning på svakere grupper, kjønn, etniske minoriteter og seksuell preferanse. Relasjonen mellom makt og utdanning er sentrale tema hos flere av de kritiske forskerne. Jeg vil i det videre presentere noen av de teoretikerne som bringer Freires tradisjon videre.

Henry Giroux (1993) hevder at Freire må leses i lys av konteksten han arbeidet i. Freire var en “border intellectual”, noe som betyr at hans arbeid ikke begrenset seg til en spesifikk klasse eller kultur. Arbeidet hans utfordrer imidlertid undertrykkende elementer i staten, samtidig som han sympatiserer med grupper og bevegelser som er i opposisjon til den (Giroux, 1993, s. 179). Det finnes ulike undertrykte grupper i samfunnet, blant annet rammer det grupper som har vanskelige sosio-økonomiske kår. Shor (1993) hevder at spørsmål om makt og kunnskap, og det å forholde seg kritisk til utdanningsinstitusjonene, er sentralt for utvikling av kritisk bevissthet (McLaren og Leonard, 1993, s. 4). bell hooks tilhører ifølge Kincheloe (2005, s. 83) den kritiske feministiske tradisjonen, og på tross av at Freire har blitt kritisert for ikke å ta tilstrekkelig høyde for kjønn i sitt arbeid, er hun sterkt inspirert av hans tanker om utdanning. Hun hevder at man som kritisk pedagog ikke kan kjempe for rettighetene til én gruppe og på samme tid undertrykke en annen gruppe. Ifølge hooks er imidlertid handlinger en foretar for å kjempe mot undertrykkelse mer sentralt enn fokus på kjønn, rase eller klasse (Kincheloe, 2005). Her har jeg nevnt noen sentrale personer innenfor kritisk pedagogikk, men det er ikke mulig å gå i dybden av alle. Felles for forskere i denne tradisjonen er imidlertid at de fører videre Freires interesse for utdanning, endring og demokrati, og tanken om at kunnskap og læring ikke er bundet av institusjoner, men også foregår på ukonvensjonelle arenaer, blant annet på gaten. En viktig dimensjon her er at utdanning og kunnskap også har en politisk side, noe jeg vil komme nærmere inn på senere i kapittelet. Inspirert av Freire og tradisjonen etter ham vil jeg ta utgangspunkt i noen sentrale begrep innenfor kritisk pedagogikk.

3.6 Sentrale begrep i kritisk pedagogikk

Freires pedagogikk har hatt stor innflytelse på denne studien. Flere av hans begreper er relevante i forhold til det feltet jeg undersøker. Freire snakker på den ene siden om frigjørende utdanning og på den andre siden om å frigjøre samfunnet – to sider av samme sak. “The problems of school are deeply rooted in the global conditions of

society, perhaps the problems of discipline and alienation above all” (Freire & Shor, 1993, s. 129). Problemene man finner i utdanning er med andre ord tett knyttet til samfunnsproblemer nasjonalt og internasjonalt. Dette vil jeg komme nærmere inn på etter at jeg har knyttet Freires begrep bevissthet til jobben som selger av gatemagasinet Megafon.

3.6.1 Bevissthet

Freire (2005) påpeker at bank-oppfatningen av undervisning er basert på et mekanisk og statisk syn på bevisstheten, og gjør elevene til mottakende objekter. Elevene blir hindret i å utnytte sine evner, og får dem til å tilpasse seg sin tilværelse med undertrykkelse. Han påpeker at denne metoden ikke kan føre til frigjøring av undertrykte grupper, da frigjøring innebærer å se på mennesker som bevisste subjekter (Freire, 2005, s. 63). Flere Megafonselgere som inngår i dette materialet fortalte at de enten var, eller hadde vært rusavhengige. I intervjuet med Synne forteller hun at hun ser på seg selv som “narkoman”. Hun sier at som gruppe plasseres rusavhengige nederst på samfunnets rangstige. Hun gir med dette uttrykk for en bevisst forståelse for sin egen lave sosiale posisjon i samfunnet, som hun også identifiserer seg med.

“Å være narkoman er ikke noe kult i det hele tatt. Det er det jævligste du kan være. Det er både himmel og helvete” (Synne).

Senere i intervjuet reflekterer Synne over den motsetningsfylte tilværelsen hun opplever som narkoman. “Himmel” refererer til den himmelske rusen som heroin gir. “Helvete” refererer til den opplevelsen du har når du ikke har tilgang til rus. Dette kommer frem også hos andre intervjupersoner.

“Tidligere røykte jeg heroin. Men det har jeg kuttet helt ut. Og det er jeg så jævlig glad for. Det forbannede drittstoffet der. Helsike, jeg skjønner faen ikke folk som har vært heftet på det dritet der, som kommer seg av det og hekter seg på driten igjen. Jeg skjønner ikke at de ikke er livredde. Jeg skal aldri mer bli så syk [latter]. Selv når du får røykt deg en pose, så er du egentlig fysisk, nei psykisk syk, for du går bare og tenker på hvordan du skal få tak i neste dose. Det er et helvete” (Nikolai).

“Det er en veldig uforutsigbar hverdag. Du trenger busspenger, mat. Du har ingenting, men du trenger en friskmelding. Ikke for å ha det gøy, men fordi du trenger det. Man blir syk uten. Da avgjør dagens salg hvordan det blir. Økonomisk sett blir hverdagen preget av å ikke vite hva man har fra dag til dag” (Kjetil).

Selgerne forteller om en uforutsigbar hverdag som Megafonselger og rusavhengig. I det andre sitatet sier intervjupersonen at han må tjene penger til en “friskmelding”¹⁷. Han understreker at det er noe han trenger, ikke noe han tar for å ha det gøy. Salg av Megafon finansierer selgernes ulike behov. Noen av intervjupersonene fortalte at de sparte penger til noe spesielt, mens andre fortalte at de levde fra dag til dag. Den første intervjupersonen jeg refererte til i dette avsnittet brukte mye av pengene hun tjente til å finansiere sin store interesse.

“Når jeg maler er jeg i fri utfoldelse. Jeg kan skape akkurat det jeg vil. Det er utrolig givende. En som ville kjøpe et av maleriene mine jobber med å sette opp utstillinger og sånn. Og så takserer hun maleriene. Hun mente jeg fint kunne levd på å selge bilder” (Synne).

Her forteller Synne om sin lidenskap for maling. Jobben som selger av Megafon gir henne mulighet til å kjøpe det utstyret hun trenger for å kunne gjøre det hun liker aller best. Sitatene uttrykker noe av det Freire (2005) legger i begrepet bevisstgjøring. Bevisstgjøring handler om å lære å forstå sosiale, politiske og økonomiske motsetningsforhold i samfunnet og om å lære å bekjempe de prosessene som legger hindringer for og undertrykker noen grupper mennesker (Freire, 2005, s. 18). Ifølge Kariane T. Westrheim (2009) bygget Freire på Marxistisk teori da han utviklet begrepet conscientization, eller bevisstgjøring. Gjennom transformasjon, eller endring beveger subjektet seg fra uvitenhet til kritisk forståelse av sin undertrykte situasjon. Kritisk bevissthet er en av de viktigste dimensjonene ved Freires pedagogikk. Han forstod at kritisk bevissthet om ulike samfunnsforhold, også ville gi kraft og mulighet til å transformere eller fundamentalt endre personens forståelse av virkeligheten (Westrheim, 2009). Det er med andre ord gjennom en sterkere kritisk bevissthet at personen får muligheten til å endre sin forståelse av virkeligheten. Underveis i intervjuene fant jeg at selgerne uttrykte en viss grad av bevissthet om egen situasjon, i tillegg til at noen også argumenterer for sine valg. De ser gjerne på det å selge Megafon som en mulighet til å tjene penger, samtidig som man kan bestemme over sin egen hverdag. Andre selgere forteller at de ser på jobben som midlertidig, og de forteller at de ønsker seg en annen jobb i fremtiden. Slike tanker viser at selgerne til en viss grad har en bevissthet om seg selv og reflekterer over sin situasjon. Det kommer frem at det å jobbe som selger er et

¹⁷ Med “friskmelding” refererer intervjupersonen til den dosen narkotika personen trenger for å bli “frisk”. Intervjupersonene skiller mellom å være frisk, å være ruset nok til ikke å oppleve abstinenser, og å være “ruset”, som betyr å ha tatt mer enn det som skal til for å bli frisk.

valg de har tatt, men for flere er det kun et steg på veien til en “vanlig” jobb. Sandberg og Pedersen (2007) bruker begrepet gatekapital for å beskrive den komplekse kompetansen hos hasjselgerne ved Akerselva. Dette begrepet sier noe om hvordan rusavhengige kan forstås som aktivt handlende, meningssøkende og rasjonelle, i motsetning til den diskursen som fremstiller rusmisbrukere som viljesvake eller syke (Sandberg & Pedersen, 2007). Freires (2005) tanker om bevisstgjøring kan relateres til dette, da han hevder at det kan være hensiktsmessig for marginaliserte personer å ikke se seg selv som ofre. Han hevder at bevisstgjøring gjør det mulig for mennesker å gå inn i den historiske prosessen som bevisste og aktivt handlende subjekter (Freire, 2005, s. 19). Bevisstgjøring handler om å forstå motsetningsforhold i samfunnet, og handle i forhold til den, noe jeg har illustrert med utdrag fra mitt datamateriale. Som det ble nevnt tidligere handler bevisstgjøring om å forstå sosiale, politiske og økonomiske motsetningsforhold i samfunnet. Med dette grunnlaget kan man igjen lære å bekjempe prosessene som undertrykker ulike sosiale grupper.

3.7 All utdanning er politisk

Freires hovedverk, *De undertryktes pedagogikk*, ble utgitt første gang i 1968. På tross av at dette er over førti år siden er hans tanker om pedagogikk fremdeles aktuelle. Norge er i tillegg til å være et demokrati, et av verdens rikeste land. Likevel finner man marginaliserte grupper i samfunnet og mennesker som kan defineres som fattige. Kincheloe (2005) peker på mange områder hvor dominerende samfunnsgrupper hevder at de ikke undertrykker marginaliserte grupper, men at det bare er “de andre” som er mindreverdige. Rusavhengige så vel som andre grupper som marginaliseres i det norske samfunnet sees gjerne på som mindre siviliserte, og den dominante gruppen fortsetter å ekskludere dem. “Throughout history, Europeans have made such arguments from the Crusades against the heathen Muslims, the African slave trade and slavery, to the Third Reich’s effort to exterminate Jews, Gypsies, homosexuals, and physically challenged people” (Kincheloe, 2005, s. 27). For å bryte slike mønstre må det skje endring på et høyere politisk nivå, slik det kommer frem hos Freire. “Only political action in society can make social transformation, not critical study in the classroom.” (Freire & Shor, 1987, s. 175). Freire understreker her at kritisk pedagogisk undervisning ikke er tilstrekkelig for sosial transformasjon.

Som samfunn opplever vi økende ulikhet mellom sosiale grupper og utdanningssystemet bidrar til reproduksjon av sosiale ulikheter, blant annet ved å vektlegge og belønne en viss type kunnskap. Politiske styringsdokumenter definerer hvilken kunnskap norske elever skal tilegne seg i utdanning. Ifølge St.meld.nr.16 (KD, 2006) er det avgjørende for elever å ha gode kunnskaper og grunnleggende ferdigheter i blant annet lesing og skriving. Dette for å kunne delta i et moderne samfunns- og arbeidsliv. Det utdanningsgrunnlaget elevene får gjennom grunnskolen er med andre ord avgjørende for hvordan de vil kunne delta i samfunns- og arbeidslivet senere. Faller man fra i skolen vil man ikke kunne delta på lik linje med andre som fullfører utdanning. I rapporten Verdighetsforvaltning i liv på grensen påpekes det at "Fullverdig samfunnsdeltakelse bygger på forestillinger om grunnleggende likhet mellom deltakerne" (Moshuus, Backe-Hansen, Kristiansen og Suseg, 2010, s. 112). Marginaliserte mennesker opplever gjerne ulikhet av ulike årsaker, og får ofte ikke delta i demokratiske prosesser på lik linje med andre. Forfatterne peker på den urettferdighet mange familier med lav inntekt over lengre tid opplever i møte med resten av samfunnet. Familier med lav inntekt risikerer å bli værende i mer eller mindre permanente posisjoner knyttet til ulikhet (Moshuus et. al, 2010). Med utgangspunkt i dette kan man forstå at familier med lav inntekt over tid kan bli fanget i sirkel det er vanskelig å komme ut av. Gert Biesta (2006) er inne på dette når han ser på utdanningspraksiser som sosialiseringpraksiser. Når nye elever føres inn i en allerede eksisterende kulturell og sosiopolitisk sammenheng, tilfører det eleven de kulturelle verktøyene han/hun trenger for å delta i en spesiell form for sosialt liv, og sikrer på samme tid kulturell og sosial kontinuitet. Han understreker imidlertid at man må være bevisst på at slike prosesser både bevisst og ubevisst kan reprodusere sosial ulikhet mellom grupper i samfunnet (Biesta, 2006, s. 2). Freire peker på ett sentralt punkt i utdanning som kan være problematisk for mange elever, og det er i hvilken grad elevene kan relatere det de lærer på skolen til det de opplever ellers i livet. For å kunne forstå verden og handle i den må vi først forstå de ordene vi benevner verden med. Dette omtales som: "reading the word and reading the world". Jeg kommer tilbake til dette i neste avsnitt. Freires arbeid med alfabetiseringsprogram i Brasil handlet om det å bryte mønsteret av sosial ulikhet. Arbeidet førte til at studenter innså at det fantes alternative forståelser, løsninger og kunnskap om tema som de gjennom undervisningen, fikk presentert som eneste mulige løsning på et problem. Freires pedagogikk handler om at

kritisk bevissthet om samfunnsforhold og egen situasjon i samfunnet, har kraft til å endre menneskers forståelse av virkeligheten (Kincheloe, 2005). Når det gjelder selgerne av Megafon har de utvilsomt mye kunnskap og kompetanse på sine felt. Deres kunnskap lar seg ikke nødvendigvis overføre til andre samfunnsarenaer. I neste avsnitt vil jeg gjøre rede for dette.

3.8 Kunnskap og kompetanse på gaten

Som nevnt peker Freire på et sentralt problem i utdanning som handler om at det er et misforhold mellom det elevene lærer på skolen, og det de opplever i det virkelige liv. Elevene lærer å lese ord som hører skolen til og som ikke kan overføres til livet deres. Hans inntrykk av amerikansk utdanning var at skolen ga elevene ord å lese som er låst til skolekonteksten, og som dermed ikke oppleves som relevante eller er uaktuelle utenfor skolen.

In reading words, school becomes a special place that teaches us to read only school-words, not reality-words. The other world, the world of facts, the world of life, the world in which events are very alive, the world of struggles, the world of discrimination and economic crisis (all these things are there!) do not make contact with students in school through the words that school asks students to read. You can think of this dichotomy as one kind of “cultural silence” imposed on students. School reading is silent about the world of experience and the world of experience is silenced, without its own critical texts. (Freire og Shor, 1993, s. 135)

Det kan jeg se i sammenheng med hva intervjupersonen Nikolai sa når han reflekterte over forskjellene i kunnskapene til unge mennesker i parken, og unge mennesker på universitetet.

“Tjueåringen i parken er på mange måter mye mer voksen enn tjueåringen på universitetet. Når det gjelder livet generelt, hvordan livet fungerer, så er de jo disse studentene helt grønn i forhold til en tjueåring i parken. Når det gjelder kunnskap finnes det to forskjellige typer kunnskap. Man kan være street wise eller book smart. Folk som ruser seg blir for tidlig voksne. De har ikke hatt en gradvis utvikling slik man skal. Plutselig når man er femten må man klare seg selv. Da blir man kastet ut til ulvene. Så får du bare gjøre det beste ut av det. Sånn var det for meg i hvert fall. Jeg flyttet ut fordi jeg skulle bestemme selv. Jeg var ikke den enkleste å ha med å gjøre. Jeg pakket ryggsekken frivillig jeg, og flyttet da jeg var femten” (Nikolai).

Det påpekes her at det er mulig å skille mellom den kunnskap personer i rusmiljøet har og den kunnskap studenter har. Kunnskapen man tilegner seg gjennom et liv på gaten påpekes å handle mer om livet generelt. Gjennom å være book smart påpekes studentene å være helt grønn når det kommer til en slik praktisk tilegnet kunnskap.

Nikolais uttalelse er interessant, da han her understreker at folk som ikke nødvendigvis har formell utdanning innehar kunnskaper de har tilegnet seg på en uformell læringsarena. Dette kan sees i sammenheng med andre studier som har undersøkt hvilken kunnskap grupper som hører gaten til, innehar. Flere forskere har vært interessert i ulike typer kunnskap og kompetanse. Som nevnt i kapittel 2 har Anderson (1990, 1999) introdusert begrepene gatekode og gatekunnskap (street wise) og Cahill (2000) introduserte begrepet street literacy. Sandberg og Pedersen (2007) viser til Bourgois' (2003) bruk av begrepet kapital i forhold til studier av dealere på gaten. Inspirert av Pierre Bourdieus begrep om overklassens kapital (1995) ser Bourgois paralleller til det som foregår i gatekulturen. Sandberg og Pedersen (2007) påpeker imidlertid at begrepet kapital settes i hermetegn hos Bourgois, da kapitalbegrepet på gaten skiller seg fra den kulturelle kapitalen Bourdieu beskriver i sitt verk, *Distinksjonen*. De understreker at kunnskap og kompetanse, samt den kapital som erverves på gaten, som tilegnes og benyttes på gaten, er feltspesifikk. Det kommer frem av datamaterialet mitt at dette kan være aktuelt også når det er snakk om gatemagasiner. Nikolai påpeker blant annet hvordan han ser på det å være ruset når han selger. Han betrakter det som flaut å være ruset fordi han ikke vil skjemme ut familien sin. Som Sandberg og Pedersen (2007) påpeker, er det ofte problematisk å overføre atferden som brukes i for eksempel rusmiljøet, til andre sosiale miljø. Om det skjer kan det virke stigmatiserende og ekskluderende (Sandberg & Pedersen, 2007, s. 82). Rusavhengige personer som selger Megafon havner i en situasjon hvor de - som marginalisert gruppe - må forholde seg til andre grupper i samfunnet. Som deltakere i storsamfunnet må de tilpasse seg de regler og normer som gjelder der. Intervjupersonen over illustrerer dette når han sier at han ikke ønsker å opptre ruset som selger av Megafon. Som marginalisert gruppe i samfunnet sitter rusavhengige på kunnskap og kompetanse som kanskje kan sies å være ubenyttet. Lillejord (2005) spør "Hva er pedagogisk kunnskap?" og ser det viktig å vurdere kunnskap i flertall. Som en kritikk mot den tradisjonelle enhetsvitenskapen ser hun på kunnskap ved å knytte det til kultur. Hun viser til flere typer kunnskap, og kan dermed sies å godta tanken om at læring kan foregå utenfor tradisjonelle læringsarenaer. Selgere av Megafon innehar utvilsomt mye kunnskap. Selgere som befinner seg i rusmiljøet, eller som har levd i det tidligere kan tenkes å ha kunnskaper som er høyst relevant i deres miljø, men som ikke så lett lar seg overføre til andre felt. Som nevnt tidligere har dette å gjøre med politiske føringer, og hvem som

bestemmer hvilken kunnskap vi skal vektlegge. Freire understreker at all utdanning er politisk. Politikk er ikke en del av utdanningen, men gjennomsyrrer alt som har med utdanning å gjøre.

Politics is in the teacher-student relationship, whether authoritarian or democratic. Politics is in the subjects chosen for the syllabus and in those left out. It is also in the method of choosing course content, whether it is a shared decision or only the teacher's prerogative, whether there is a negotiated curriculum in the classroom or one imposed unilaterally. (Shor, 1993, s. 27)

Som forklart i sitatet preges all utdanning og undervisning av politiske føringer. Freire understreker at mange undervisningsplaner gjennom tidene har mislyktes fordi politikerne har tatt utgangspunkt i sitt eget syn på verden, ikke de menneskene som skulle delta i undervisningen (Freire, 2005). Ulike elevgrupper møter dermed et utdanningssystem som ikke nødvendigvis samsvarer med deres opplevelse av verden, dette kan for eksempel gjelde mange minoritets elever. Mye tyder på at det må store endringer til for å demokratisere utdanning og gjøre den tilgjengelig for alle i samfunnet. "Only political action in society can make social transformation, not critical study in the classroom. The structures of society, like the capitalist mode of production, have to be changed for society to be transformed" (Freire & Shor, 1987, s. 175). En undervisning som bygger på kritisk pedagogikk er ikke tilstrekkelig. Det må skje større endringer i samfunnet enn det som er mulig å oppnå gjennom undervisning og utdanning. Som arbeidsplass for den enkelte selger skal imidlertid gatemagasiner gi selgerne muligheten til å skape endring i eget liv (INSP, 2011c).

I dette kapitlet har jeg redegjort for kritisk pedagogikk og tradisjonen etter Freire som det overordnede teoretiske perspektivet i studien. I tillegg har jeg knyttet begreper innenfor kritisk pedagogikk til feltet gatemagasiner og mine empiriske funn. I neste kapittel vil jeg redegjøre for den metodiske tilnærmingen til denne studien.

4 Design og metode

4.1 Innledning

I dette kapitlet presenteres studiens forskningsdesign, og de metodiske valg som er blitt tatt underveis. Valgene er blitt tatt på bakgrunn av hva som er fruktbart i forhold til tematikk og problemstilling. Problemstillingen jeg har tatt utgangspunkt i under arbeidet med denne studien er som følger.

Hvordan opplever Megafonselgere at jobben gir dem muligheter til å endre sin livssituasjon?

For å svare på og konkretisere denne presenteres følgende forskningsspørsmål:

1. Hvilke tanker har Megafonselgerne om jobben?
2. Hva opplever selgerne å ha lært gjennom å selge Megafon?
3. Hvordan ser selgerne på fremtiden?

Forskningsspørsmålene illustrerer det jeg finner relevant for oppgaven, nemlig; hva selgerne selv opplever. I kvalitative studier er det intervjupersonenes egne opplevelser og tanker som skal komme frem, noe som var sentralt for meg i valg av forskningsdesign.

Innledningsvis i dette kapitlet diskuteres studiens kontekst og bakgrunn for valg av tema. Videre diskuteres studiens forskningsdesign, for her å kunne gjøre rede for studiens metodiske tilnærminger. En nærmere redegjørelse for feltarbeidet og intervjusituasjonene vil følge etter dette. Deretter redegjør jeg for min egen rolle i studien, gjennom å vise til erfaringer jeg gjorde i intervju- og feltarbeid. I tillegg gjør jeg rede for rekruttering av intervjupersoner og presenterer utvalget av intervjupersoner. Avslutningsvis presenterer jeg min metode for tolkning og analyse av datamaterialet.

4.2 Studiens kontekst

For å sikre studiens validitet vil det være viktig å redegjøre for studiens kontekst, og min egen rolle som forsker. Gry Paulgaard (2006) hevder at utgangspunktet for analyse i kulturstudier er aktørens fortolkninger av sine handlinger. Dette er ikke fortolkninger

som ligger klare til å hentes frem, men skapes heller av forskeren som et ledd i det arbeidet som utføres i feltet (Paulgaard 2006). Hun viser til metodehermeneutikken som vokste frem på slutten av forrige århundre hvor man forfektet ideen om at det er mulig å innta et objektivt utenfraperspektiv når man studerer andre aktørers meningsforståelse. Søkelyset ble rettet mot forskningsobjektene kontekstuelle betingede mening, ikke mot fortolkeren/forskeren. Dette står i motsetning til det Paulgaard (2006) ser i nåtidens hermeneutiske vitenskapstradisjon. Her ser man på de fenomen, objekter og handlinger som skal forstås, i tillegg til hvem som fortolker disse fenomenene, og hvilken forforståelse denne forskeren har. I tråd med Paulgaard (2006) er det viktig for meg å poengtere at min forståelse ikke kan løsriveres fra den konteksten jeg er del av. Dette gjelder også intervjupersonene i denne studien. Det er dermed viktig for meg å være tydelig på hvem jeg er som forsker, og hvilken forforståelse jeg tar med meg inn i studien. I tillegg vil det være sentralt å understreke at det intervjupersonene forteller meg i intervjuene kan være preget av intervjuets kontekst. Jeg vil på bakgrunn av dette redegjøre for hvorfor jeg har valgt dette temaet.

4.2.1 Bakgrunn for valg av tema

Om kvalitativ forskning påpeker Svend Brinkmann og Steinar Kvale (2009) at enkelte forskere har valgt å avvise spørsmål om validitet, mens andre har valgt å bruke dagligdagse ord og eksempler for å diskutere sannhetsverdien ved forskning. De viser til validitet som et element i den håndverksmessige kvaliteten ved forskningsarbeidet. Slik sett betrakter de validitet som noe som gjennomtrenger hele forskningsprosessen. De understreker at validering forutsetter at funnene må sjekkes, utspørres og fortolkes kontinuerlig (Brinkmann og Kvale 2009, s. 253f). Noe som er et viktig valideringskriterium i denne studien, er å gjøre forskerrollen synlig. Dette vil jeg overholde blant annet ved å gjøre rede for bakgrunn for valg av tema.

Mitt valg av tema for masteroppgave er naturligvis preget av min forforståelse og mine interesser. I 2008 fikk jeg jobb ved et lavterskeltak for rusavhengige i Bergen. Dette arbeidet gav meg innblikk i en del av samfunnet som jeg ikke har hatt direkte kontakt med tidligere. Arbeidet er helse- og sosialfaglig, med varierte arbeidsoppgaver. En typisk arbeidsoppgave i denne jobben er å lage til enkle retter som serveres til de gjestene som kommer i løpet av en dag. Andre arbeidsoppgaver er å holde rede på antall besøkende ved å registrere navn og ha inntakssamtaler med de som er nye. I tillegg

handler jobben om å prate med brukerne som kommer innom, hjelpe dem med praktiske ting som for eksempel telefonsamtaler til offentlige kontorer, følge dem til tannlege eller kjøre og hente dem til eller fra diverse andre tiltak. Siden dette er et lavterskeltilbud vet man aldri hvem som kommer, eller hvor mange som dukker opp i løpet av en dag. Gjennom denne jobben har jeg lært mye om andre institusjoner og tiltak som er relevante for rusavhengige. En slik institusjon er Megafon, som for mange rusavhengige er en mulighet til å tjene penger i en ellers lite forutsigbar hverdag. Jeg synes det er viktig å poengtere at jeg har taushetsplikt fra jobben som gjør at jeg har holdt informasjon jeg har derfra separat fra datainnsamlingen. Informasjon jeg eventuelt har kjent til fra tidligere arbeid har ikke blitt nevnt eller brukt i forbindelse med feltarbeid, intervjuer eller i selve oppgaven. Det jeg imidlertid kan si er at mine erfaringer fra både spaserturer i sentrum og jobb er at Megafonselgerne stort sett både er motiverte og dedikerte til arbeidet. Dette vekket min faglige interesse, og ble senere temaet for denne masteroppgaven. I neste avsnitt vil jeg redegjøre for studiens forskningsdesign.

4.3 Forskningsdesign

Med utgangspunkt i problemstillingens fokus på selgernes egne perspektiver og tanker syntes induktivt forskningsdesign å være egnet. Med induktivt mener jeg at jeg har samlet inn så mye og så detaljert materiale som mulig, for så i ettertid å se etter sammenhenger eller mønstre i materialet (Hatch, 2002). Denne fremgangsmåten står i motsetning til den deduktive metoden som er vanlig innenfor kvantitativ metode, hvor man begynner med en nullhypotese som man ønsker å styrke eller svekke. Gjennom å arbeide ut fra prinsipper hentet fra Grounded Theory; fri bevegelse mellom datainnsamling og analyse, samt muligheten til å kunne forme metodologiske strategier underveis, har jeg kunnet være fleksibel i forhold til datainnsamlingen (Charmaz, 2008). Dette gjelder også valg av det semistrukturerte forskningsintervjuet (Brinkmann & Kvale, 2009). Ved å bruke denne tilnærmingen hadde jeg frihet til å ta utgangspunkt i intervjuguiden, men samtidig tilpasse meg intervjusituasjonen underveis.

4.3.1 Kombinasjonen av forskningsintervju og etnografisk tilnærming

Problemstillingen jeg har valgt har et direkte fokus på selgernes egne perspektiver, noe som gjorde det naturlig å velge kvalitativt forskningsintervju som metode. Etter å ha vært i kontakt med ledelsen ved Megafon fikk jeg klarsignal til at jeg kunne tilbringe tid

i utsalget, før og etter intervjuene. Dette gav meg muligheten til å kombinere intervjumaterialet med en mer etnografisk tilnærming til utsalget som felt. Studien har et datastyrt forskningsdesign, noe som kjennetegnes ved at man tar utgangspunkt i innsamlede data når det teoretiske rammeverket utarbeides. Jeg vil i det følgende først redegjøre for hvordan jeg har forstått og brukt etnografi i denne studien, og hvorfor jeg har valgt kvalitative forskningsintervju som vitenskapelig metode. Videre vil jeg redegjøre for Grounded Theory, som har vært inspirerende i forbindelse med dataanalysen.

4.3.2 En etnografisk tilnærming

I min studie retter jeg fokus på Megafonselgeres perspektiver og tanker. En slik studie ville for meg være naturlig å gjøre der selgerne er på jobb, enten på gaten eller i utsalget. Etersom ledelsen i Megafon tillot meg å oppholde meg i utsalget, fant jeg det hensiktsmessig å ha dette som utgangspunkt for studien. I etnografiske undersøkelser er det ifølge David Silverman (2009) sentralt å befinne seg i menneskenes naturlige omgivelser. John D. Brewer (2000) referert i Silverman (2009, s. 67) definerer etnografi som en metode hvor man studerer mennesker i deres naturlige omgivelser, gjennom datainnsamling som fanger deres sosiale meninger og ordinære aktiviteter. Disse omgivelsene kaller man gjerne “felt”, og jeg vil betegne mitt arbeid som feltarbeid. Dette til tross for at feltarbeid vanligvis utføres over et lengre tidsrom. Mitt feltarbeid er kort, men jeg velger allikevel å betegne det slik. I neste avsnitt vil jeg gjøre rede for begrunnelsen for at jeg har latt meg inspirere av kritisk etnografi i denne studien.

4.3.3 Kritisk etnografi

I etnografiske studier studerer man som nevnt tidligere menneskelig aktivitet i deres naturlige omgivelser. Man tar høyde for alle faktorer som er sentrale for fenomenet man studerer, i motsetning til å forholde seg til få variabler. Ifølge Louis Cohen, Lawrence Manion og Keith Morrison (2000) analyseres data induktivt, noe som fører til at man finner mening i datamaterialet underveis i forskningen. Siden jeg har valgt å arbeide ut fra kritisk pedagogikk som er utledet fra kritisk perspektiv, var det naturlig å la seg inspirere av den kritisk-etnografiske retningen innenfor etnografi. Cohen et. al (2000) gjør rede for kritisk etnografi som er en fremvoksende gren innenfor den etnografiske tradisjonen, og de påpeker at denne metodologiske retningen har sitt teorigrunnlag i det kritiske perspektivet. Den sterke tilknytningen til dette perspektivet styrker relevansen

av at jeg har valgt å bli inspirert av kritisk etnografi i min studie. Man søker her etter å synliggjøre undertrykkelse og ulikhet i samfunnet gjennom å frigjøre individer og grupper til kollektiv styrke (Cohen et. al, 2000). I tråd med dette påpeker Phil F. Carspecken (1996) at de som plasserer seg selv innenfor dette perspektivet deler et felles verdigrunnlag. De er opptatt av sosial ulikhet og retter arbeidet sitt mot positiv sosial endring. Mitt valg av teoretisk og metodologisk ståsted er med andre ord ikke noe jeg har gjort isolert fra tanker om hva jeg vil forske på. Siden jeg plasserer studien min innenfor det kritiske perspektivet vil jeg bevisst eller ubevisst bry meg om sosial endring i samfunnet, noe som går igjen i temaet for denne studien. Innenfor det kritiske perspektivet retter man søkelyset mot individer, stemmer og perspektiver som tidligere har vært ekskludert (Kincheloe, 2005). I tråd med studiens problemstilling har jeg forsøkt å finne ut om jobben som Megafonselger gir selgerne en mulighet til å endre sin livssituasjon. Dette har jeg gjort ved å utføre kvalitative forskningsintervjuer med åtte selgere. I neste avsnitt vil jeg gjøre rede argumentene for å velge denne fremgangsmåten.

4.3.4 Kvalitativt forskningsintervju

Grunnet problemstillingens fokus på selgernes tanker og refleksjoner rundt muligheter for endring, valgte jeg kvalitativt forskningsintervju som metodisk tilnærming. Dette er i tråd med J. Amos Hatch (2002) sin karakterisering av kvalitativ metode, da han påpeker at kvalitative studier prøver å fange aktørenes perspektiver. Han understreker at all kvalitativ forskning handler om å forstå meningen individene konstruerer i henhold til å delta i deres sosiale liv. Dette samsvarer med det Brinkmann og Kvale (2009) skriver om at målet ved slike intervjuer er å få frem betydningen i folks erfaringer, og få frem deres opplevelse av verden, innen man så forklarer det vitenskapelig. De viser til såkalt semistrukturert livsverdenintervju, og påpeker at det er hensiktsmessig når man skal finne ut mer om intervjupersonenes perspektiv på hverdagslige tema. Et semistrukturert livsverdensintervju er ikke så ulikt en vanlig dagligdags samtale, men den avgjørende forskjellen er at den har et bestemt formål. I tråd med dette utførte jeg intervjuene med utgangspunkt i en intervjuguide der jeg fokuserte på noen bestemte tema og spørsmål. Ved å bruke denne formen for intervju i mitt prosjekt fikk jeg fordelene av å ha relativt åpne spørsmål. Dette gjorde det mulig for intervjupersonene å dele erfaringer fra sin hverdag, noe som det var vanskelig for meg å forestille meg på

forhånd. Ved å bruke intervjuguide holdt intervjuet seg samtidig til bestemte tema, og samtalene holdt seg stort sett innenfor de planlagte rammene for tema. I forbindelse med intervjuene jeg utførte fikk jeg som nevnt tilbringe tiden før og etter intervju i utsalget. Dette gav meg muligheten til å kombinere metodene kvalitativt forskningsintervju og etnografisk feltstudie, noe jeg forklarer i neste avsnitt.

4.3.5 Fordeler ved å kombinere forskningsintervju og etnografisk feltstudie

Siden jeg tilbrakte tid før og etter intervjuer i utsalget fikk jeg treffe flere selgere enn dem jeg intervjuet. På denne måten fikk jeg et bredere innblikk i organisasjonen Megafon. Både selgere og ansatte ved Megafon inkluderte meg i samtaler gjennom hele feltarbeidet. Slikt sett kan min tilstedeværelse i utsalget karakteriseres som delvis deltakende. Jeg presenterte meg selv som forsker, men jeg unnlot ikke å delta i samtaler og diskusjoner. En fordel ved å arbeide på denne måten var at jeg ble kjent med både ansatte og selgere. Gjennom disse bekjentskapene fikk jeg også rekruttert intervjupersoner. Noen ganger spurte ansatte ved Megafon selgere om de ville delta i undersøkelsen, andre ganger kom jeg selv i prat med selgere som sa seg villige til å delta. De to ukene jeg hadde feltarbeid hos Megafon ga meg dypere innsikt i feltet og mulighet til deltakelse som jeg ikke ville fått dersom jeg utelukkende hadde konsentrert meg om kvalitative forskningsintervju. Jeg utnyttet ledige øyeblikk i feltarbeidet til å føre en feltdagbok. Her skrev jeg ned tanker og ideer rundt feltarbeidet og intervjuene, etter hvert som de dukket opp¹⁸. Forskningsdesignet mitt er datastyrt, noe jeg vil forklare nærmere i neste avsnitt.

4.3.6 Åpen og fleksibel tilnærming til studien

I denne studien har jeg valgt et datastyrt forskningsdesign. Med datastyrt mener jeg at den er inspirert av tradisjonen rundt Grounded Theory. Slike metoder gir en åpen og fleksibel tilnærming til studien, og jeg har fått muligheten til å bevege meg frem og tilbake mellom datainnsamling og analyse. En annen fordel er at jeg fikk muligheten til å forme mine metodologiske strategier underveis i studien, i motsetning til å måtte ha planlagt alt dette før jeg begynte å samle inn data. I likhet med andre studier innenfor denne tradisjonen, har jeg tatt for meg et tema og utforsket dette gjennom datainnsamling. Videre har jeg bygget en teoretisk analyse ut fra de data jeg har samlet

¹⁸ Se vedlegg 1- Utdrag fra feltdagbok

inn (Charmaz, 2008). I problemstillingen spør jeg hvordan Megafonselgere opplever at jobben gir dem muligheter til å endre sin livssituasjon. Ut fra spørsmålet utformet jeg en intervjuguide¹⁹ med spørsmål som handlet om begrepene læring, kunnskap og identitet. Intervjuguiden ble revidert underveis i intervjuprosessen, og etter de erfaringer jeg fikk gjennom de første intervjuene. Jeg valgte å vektlegge intervjupersonenes anonymitet, og fant det ikke nødvendig å spørre om eller å lagre sensitiv informasjon om intervjupersonene. Det eneste unntaket er intervjupersonenes signatur på samtykkeerklæringen²⁰ i forkant av intervjuet. Disse dokumentene oppbevares i et låst skap frem til de skal makuleres ved prosjektslutt. Utdraget nedenfor viser hvordan jeg opplevde negative holdninger til journalister og intervjuer blant selgerne.

(...) flere kommentarer fra selgerne i utsalget om at «Det er alltid noen som skal intervjuer til ditt og datt», eller at det alltid er noen journalister som vil at de skal fortelle livshistorien sin, gjorde at jeg reflekterte litt over min egen fremtreden. Ansatte ved Megafon kommenterte i disse samtaler, at intervjuet med meg var annerledes, siden det er forskning, og at svarene anonymiseres. Dette var noe jeg fortsatte å vektlegge i mine samtaler med selgere. Jeg prøvde å ikke snakke for mye i det første bli-kjent-møtet, men fortalte generelle ting som hvor lang tid vi ville bruke på intervjuet, at jeg hadde et ønske om å ta intervjuet opp på bånd, og at det selgeren fortalte i intervjuet ville bli anonymisert, slik at han eller hun ikke kunne gjenkjennes. (Feltdagbok, s. 1-2)

I samtaler med ansatte ved Megafon, samt i samtaler med potensielle intervjupersoner i feltarbeidet påpekte jeg at intervjupersonene skulle anonymiseres. Utdraget overfor illustrerer at de jeg ønsket å intervjuer viste en negativ holdning til journalister og andre som ønsket å intervjuer dem. Derfor ble det spesielt viktig for meg å anonymisere intervjupersonene. Ansatte ved Megafon fikk en viss innsikt i hvem jeg intervjuet, ettersom de også rekrutterte noen av intervjupersonene. Jeg stoler imidlertid på at de forholder seg til taushetsplikten som følger med jobben i Megafon. Jeg har gjort mitt ytterste for å anonymisere informasjonen intervjupersonene presenterte, og håper ikke de vil være gjenkjennelige for noen andre enn kanskje dem selv. Etter å ha redegjort for studiens forskningsdesign vil jeg nå rette fokuset mot mine erfaringer fra feltarbeidet.

¹⁹ Se Vedlegg 2 - Intervjuguide

²⁰ Se Vedlegg 5 – Forespørsel til intervjupersonene

4.4 Mitt møte med feltet

Etter at prosjektplanen var godkjent hos Personvernombudet hos Norsk Samfunnsvitenskapelig Datatjeneste [NSD]²¹, tok jeg kontakt med redaktøren ved Megafon. Redaktøren var positiv til prosjektet, og ønsket meg velkommen i utsalget, hvor jeg fikk anledning til å komme og gå som det passet meg. Han ba meg ta videre kontakt med utsalget, som er det stedet selgerne henvender seg for å få kjøpt blader. Jeg kontaktet utsalget og gikk dit for et møte. Jeg fikk en samtale med redaktøren og en representant for utsalget. Begge var positive til studien, og de løste en del praktiske forhold for meg, da de tilbød meg både arbeidsplass i lokalene og sted å gjøre intervjuer med selgerne. På møtet konkluderte vi med at jeg skulle begynne feltarbeidet førstkommande mandag. Jeg skrev under taushetsplikt knyttet til ALF²².

4.4.1 Min rolle i feltarbeidet

Før jeg startet datainnsamlingen var jeg usikker på om min rolle som forsker ville bli utfordrende i og med at noen av selgerne gjerne ville kjenne meg igjen som ansatt ved en annen institusjon. Dette ble imidlertid ikke problematisk, og etter hvert som jeg foretok intervjuer opplevde jeg at erfaringene mine fra jobben heller kunne sies å være fordelaktige. Det at jeg hadde jobbet ved et lignende lavterskeltiltak gjorde at det var lett for meg å komme i tale med dem som oppholdt seg i utsalget. Dette gjorde det også lettere for meg å opptre naturlig i denne situasjonen. Det å stå ved et “cafébord” med en kaffekopp og ta en prat med brukere er noe jeg er vant til i jobben min. Feltarbeidet i utsalget ble derfor verken kunstig eller unaturlig. Som Brinkmann og Kvale (2009) understreker, er det viktig å ha kunnskap om det man skal samtale om i intervjuet. Gjennom jobben min hadde jeg tilegnet meg kunnskap om ulike tema som også dukket opp i intervjuene med selgerne. Eksempler på dette fant jeg i følgende sitat.

“(…) Fordi det ikke går an å kose seg der i parken og forvente at folk skal komme og kjøpe blader av deg. Det går ikke. Man må holde seg til et nivå. Frisk. Og ikke krysse den grensen og være ruset” (Preben).

Jeg har streket under utsagn hvor intervjupersonen forteller på en slik måte at det forutsettes at jeg vet noe om dette fra før. “kose seg der i parken” henviser til Nygårdsparken og miljøet der. En person som ikke er fra Bergen, eller vet at det er der

²¹ Se Vedlegg 6 – Innvilget søknad NSD

²² Se Vedlegg 7 – Taushetsplikt ALF

man handler narkotika, ville ikke forstå den fullstendige meningen i denne setningen. “(...) holde seg til et nivå. Frisk” henviser til hvordan man i rusmiljøet snakker om morgendosen med stoff som “friskmelding”. Med andre ord er den rusavhengige “syk” før personen får “friskmeldt” seg. “Å være ruset” viser til at man tar mer stoff enn hva man trenger for å være friskmeldt. Da oppleves man som “ruset”. Har man tatt dosen sin, er man imidlertid frisk. Slike uttrykk kan være uforståelige for personer som ikke har erfaring eller kunnskap om rusavhengiges hverdag. I intervjusammenheng opplevde jeg det fordelaktig at jeg hadde en viss innsikt i hva slike begreper betyr. Hvis jeg ikke hadde hatt det ville jeg enten måttet stoppet opp underveis i intervjuet og spurt hva de mente, eller mistet mye av meningsinnholdet. Selv om jeg opplevde visse fortrinn ved blant annet å kjenne slike begrep fra før, betyr det ikke at jeg unnlot å møte utfordringer i feltarbeidet.

4.4.2 Ethiske utfordringer i feltarbeidet

I løpet av feltarbeidet i utsalget støtte jeg på ulike etiske utfordringer. Noen utfordringer handlet om det å være fysisk tilstede i feltet - som forsker i utsalget. Utdraget fra feltdagboken min illustrerer dette.

Det er rart å befinne seg i utsalget som en utenforstående. Jeg synes det er vanskelig å være her som forsker, fordi jeg er vant til en rolle som ansatt. Samtidig tror jeg at jeg har en fordel ved at jeg er et kjent ansikt for mange, og det virker ikke kunstig om jeg prater med noen eller innleder til samtale. Samtalene med de ansatte ved Megafon synes å være med på å gjøre min tilstedeværelse mer naturlig. De er veldig imøtekommende og var positive fra første stund. De inkluderer meg i samtaler som egentlig ikke angår meg, noe som av og til gjør det vanskelig for meg å forholde meg til min rolle som student og forsker. (Feltdagbok, s. 3)

Til tider opplevde jeg det vanskelig å finne en balanse mellom det å befinne seg i utsalget på en naturlig måte, og samtidig være forsiktig med ikke å la dette gå utover min rolle som forsker. Når det feltet man studerer er bortimot det samme som man arbeider ved, eller har tilknytning til, kan man oppleve at det blir uklarhet omkring roller. Jeg fikk erfare dette en dag da en av selgerne kom inn og var veldig frustrert over egen livssituasjon. Vedkommende kjente meg igjen, og begynte å prate åpent om sin situasjon før og nå. Det var få selgere inne på det tidspunkt, så jeg ble sittende sammen med denne personen og prate. Når jeg ser tilbake på situasjonen i ettertid ville det kanskje vært mer profesjonelt å fjerne seg fra situasjonen, men der og da opplevde jeg det som vanskelig. Det endte med at vi fikk en fin samtale og jeg anbefalte

vedkommende å gjøre seg kjent med ulike aktuelle tilbud ved jobben min. Personen var glad for å få snakke ut om problemene. I ettertid følte jeg likevel på at jeg hadde trådt ut av forskerrollen og inn i jobbrollen.

Duncombe og Jessop (2002) referert i Brinkmann og Kvale (2009, s. 93) påpeker at faren ved at forskeren viser fortrolighet og empati, er at det kan oppfattes som simulert vennskap og kommodifisering av personlig kontakt. Dette kan føre til at etiske grenseoppganger viskes ut og blir utydelige. Slike ansatser til fortrolighet med intervjupersonene kan i verste fall få dem til å røpe opplevelser og følelser som de senere angres på eller heller ville holdt privat. Det kan diskuteres hvorvidt situasjonen jeg viser til over er problematisk på denne måten, men den fikk meg til å reflektere. Som nevnt kunne jeg ha fjernet meg fra situasjonen som oppstod, da jeg ikke var på jobb. Dette kunne hindret at samtalen utviklet seg til å handle om private ting som personen kunne komme til å angre på å ha sagt senere. Situasjonen var imidlertid vanskelig å unnsnippe, og jeg opplevde at det ville vært både uhøflig og ufølsomt å forlate personen. Slik sett ble det for meg mer etisk forsvarlig forholde meg til situasjonen, enn å trekke meg ut av den. Det Brinkmann og Kvale (2009) viser til er utfordringer i intervjusituasjoner, noe dette ikke er et eksempel på. Situasjonen oppstod mens jeg oppholdt meg i utsalget, og det personen sa ble ikke tatt opp på bånd eller notert ned. Som forsker er man pålagt å handle etisk gjennom forskningsprosessen, og taushetsplikten og anonymitetsprinsippet ble overholdt gjennom hele feltarbeidet – og i den øvrige delen av prosjektets forsknings og formidlingsprosess. Som jeg har illustrert i dette avsnittet opplevde jeg noen etisk utfordrende problemstillinger underveis i feltarbeidet. I tillegg til dette måtte jeg ta etiske vurderinger i intervjusituasjonene, noe jeg utdyper i neste avsnitt.

4.4.3 Etiske utfordringer i intervjusituasjoner

Når det gjelder utfordringer både i feltet og i intervjusituasjoner er det klart at jeg måtte foreta “der og da”-valg om hvordan jeg skulle handle i ulike situasjoner som oppsto. Noen ganger kan man faktisk være fristet til å ta valg som kanskje er på siden av det forskningsetiske, som følgende utdrag fra feltnotatene mine viser:

Litt ut i intervjuet bryter intervjupersonen av samtalen, og spør om det er greit at han bommer en sigarett av en forbipasserende. Jeg sier «Selvfølgelig», og han løper av gårde for å bomme en sigarett. Han kommer tilbake like etterpå og spør om vi skal bytte plass når han røyker. Jeg sier at

det går helt fint, og dette innleder til en liten samtale om røyking og hvordan han skal klare å slutte. I ettertid ser jeg at hans mangel på røyk avbrøt intervjuet, og det temaet vi snakket om før han gikk. Jeg kunne ikke la være å tenke at hvis jeg selv hadde vært røyker, og kunne gi røyk til intervjupersonene, ville de kanskje fått mer ro til å konsentrere seg under intervjuet. (Feltdagbok s. 6)

Denne situasjonen fikk meg til å vurdere om jeg skulle ha en pakke sigaretter tilgjengelig i tilfelle en lignende situasjon skulle oppstå. Jeg slo det imidlertid fra meg da det ikke ville føles riktig. Hadde jeg røykt selv ville det kanskje ha føltes uproblematisk. Denne situasjonen ga meg imidlertid erfaring i å reflektere over, og løse liknende utfordringer, i senere intervjuer.

En annen utfordring var jeg mer forberedt på. Da jeg startet innsamlingen av data var jeg bevisst på at jeg så intervjupersonene an i forhold til ruspåvirkning, og om de ville være i god nok form til å bli intervjuet. Jeg lot være å spørre hvis jeg opplevde at de var for ruset til å delta. Imidlertid var det en situasjon hvor dette ble vanskelig å overholde. Jeg hadde pratet en stund med en selger²³ inne i utsalget, og etter hvert ble det snakk om hvorfor jeg var der. Jeg forklarte at jeg skulle skrive masteroppgave og ønsket kontakt med selgere som ville la seg intervjuet. Før jeg fikk fullført setningen meldte personen seg til intervju, og jeg måtte ta et valg på stående fot. Personen var så ivrig og engasjert at jeg fant det vanskelig å avvise. Jeg valgte å gjøre intervjuet, på tross av at personens atferd kunne tyde på at vedkommende ikke var i så god form som jeg ønsket. Vi benyttet oss av intervjurommet jeg disponerte hos Megafon, men etter et kvarter merket jeg at personen hadde vanskeligheter med å holde seg våken. Jeg avbrøt intervjuet og spurte om personen ønsket å fortsette, noe som ble positivt bekreftet. Jeg hentet kaffe og deretter gikk vi utenfor for å fortsette. Personen ble veldig glad for dette, og vi fikk avsluttet intervjuet i en park i nærheten. Det bør nevnes at omstendighetene gjorde at personen ble ekstra søvnig. Det var en veldig varm dag og vi utførte første del av intervjuet i et varmt rom med begrensede luftemuligheter. Jeg hadde avbrutt intervjuet tidligere om jeg opplevde at svarene ikke var adekvate. Intervjuet ble imidlertid svært interessant, og personen svarte på en reflektert og klar måte.

En tredje utfordring jeg møtte i løpet av arbeidet med datamaterialet jeg samlet inn, er anonymisering av intervjupersoner. Mye av det intervjupersonene fortalte meg er ting

²³ Jeg har valgt å la være å bruke intervjupersonens fiktive navn i denne sammenheng. Dette for ikke å risikere at personen mister sin anonymitet.

de gjerne har fortalt ansatte ved Megafon og andre selgere. Når det gjelder familieforhold, interesser, fortid og spesielle kjennetegn ved intervjupersonene, har jeg valgt å gå til det ytterste ved å anonymisere dette. Til tider har dette vært vanskelig, og jeg har måttet omskrive eller ta bort noen sentrale fortellinger på grunn av dette. Dette tok jeg også med meg i transkriberingen av intervjuene. Jeg unngikk å skrive på dialekt, slik at personene ikke ville bli gjenkjent ut fra dialekten sin. Det har vært viktig for meg å sikre intervjupersonenes anonymitet i den grad at heller ikke personer som kjenner intervjupersonen godt skal kunne kjenne igjen deres uttalelser. Slike valg kan være vanskelige å ta. Det er imidlertid en viktig del av valideringen av min studie.

4.4.4 Intervjuguide

Som forarbeid til feltarbeidet utarbeidet jeg våren 2010 en intervjuguide²⁴ som ble godkjent av NSD. Spørsmålene tok utgangspunkt i de empirisk sentrale begrepene i studien; læring, kunnskap og identitet. Jeg utarbeidet i tillegg spørsmål om selgers bakgrunn innenfor jobben, noe jeg ønsket å innlede intervjuet med for å få intervjupersonene “i gang”. Målet mitt var å få til en åpen og fortrolig dialog, ikke rigide spørsmål fra et skjema. Dette gjorde jeg gjennom å gjennomføre semistrukturerte livsverdensintervju, hvor jeg tok utgangspunkt i en intervjuguide som etter hvert ledet inn på bestemte tema og interessante spørsmål (Brinkmann og Kvale, 2009, s. 47). Fordelen ved å stille relativt åpne spørsmål, er at det gir muligheter til å endre, trekke fra og legge til spørsmål underveis. Videre var det viktig for meg at jeg fikk stilt spørsmål som kunne belyse de ulike begrepene jeg bygger på. Læring, kunnskap og identitet er imidlertid begreper som kan defineres på flere måter, og jeg lot det være opp til intervjupersonen selv å gi sin forståelse av dem. Med andre ord forsøkte jeg å si så lite som mulig om hva jeg selv tenkte om disse begrepene. I noen situasjoner var det imidlertid nødvendig å prate mer dyptgående om begrepene, da intervjupersonen gjerne spurte hva jeg mente eller om jeg kunne forklare hva jeg mente med begrepene. Det gjorde jeg, men unngikk å stille ledende spørsmål, eller legge ord i munnen på dem. Jeg gjorde en del endringer i forhold til oppfølgingsspørsmål i intervjuguiden. Jeg forstod underveis i intervjuene at jeg måtte stille konkrete og forståelige spørsmål, noe som fikk meg til å skrive opp oppfølgingsspørsmål under hvert av hovedspørsmålene. Generelt sett er det å si at intervjuguiden ble et nyttig verktøy, men jeg sitter igjen med følelsen

²⁴ Se Vedlegg 2 - Intervjuguide

av at de beste intervjuene ble gjort når denne ikke var i fokus. Jeg tror at jeg fikk gått mer i dybden i disse intervjuene og at intervjupersonene åpnet seg opp i større grad.

4.4.5 Utvalg

Som forsker møter man etiske utfordringer gjennom hele forskningsprosessen. Det kan likevel synes som at noen tema eller sosiale felt inneholder flere, eller vanskeligere etiske utfordringer enn andre. Selgere av gatemagasinet Megafon defineres av Megafon som en gruppe vanskeligstilte mennesker (Megafon, 2011c), som i praksis betyr personer med rus- og/eller psykiske problemer (Simonsen og Stadaas, 2008, s. 15). Selv om ikke alle selgere nødvendigvis har et rusproblem, vil det likevel være nødvendig her å drøfte etiske problemstillinger rundt det å ha rusbrukere som intervjupersoner. Georg Høyer (2009) understreker at dette feltet er underlagt det samme lovverket og de samme etiske retningslinjene for forskning som all annen forskning. Han påpeker imidlertid at det er grunn til å vie forskning på dette feltet særlig oppmerksomhet fordi enkelte forskningsetiske problemstillinger blir særlig utfordrende.

4.4.6 Rekruttering av intervjupersoner

Underveis i rekrutteringen av intervjupersoner fant jeg det hensiktsmessig å få gjort intervjuene med det samme, i stedet for å lage avtaler for senere på dagen eller dagen etter. Ved ikke å gjøre avtaler med selgere slapp jeg å være bundet til å vente på noen, og kunne heller ta nye intervjupersoner på sparket der og da. Jeg fikk kontakt med intervjupersonene i utsalget. Enten tok jeg kontakt med selgere, eller en av de ansatte ved Megafon ble bindeledd mellom meg og selgerne. Opprinnelig ønsket jeg å få tak i seks til åtte Megafonselgere som hadde solgt bladet i over et år. Dette for å sikre meg intervjupersoner som hadde lengst mulig erfaring med å selge Megafon. Jeg antok at disse selgerne ville ha en tydeligere oppfatning av hvordan salg av Megafon har påvirket deres hverdag. Jeg ønsket også å ha spredning i alder, i tillegg til at jeg ønsket intervjupersoner av begge kjønn. Jeg så for meg at tilgangen til intervjupersoner ville avhenge av at ansatte ved Megafon satte meg i kontakt med potensielle intervjupersoner. Da jeg kom for å påbegynne feltarbeidet ble det likevel annerledes enn jeg hadde forventet. Det ble naturlig at jeg oppholdt meg i utsalget; et lite rom som består av to kafébord og noen stoler, samt en disk hvor selgerne kjøper blader. Jeg plasserte meg enten ved et av kafébordene, eller jeg sto ved disken gjerne med en kaffekopp i hånden. Allerede første dag følte det naturlig å prate med selgere, og jeg

fikk mange fine samtaler i utsalget. Noen selgere uttrykte nysgjerrighet på hvorfor jeg var i utsalget, men de fleste pratet med meg uten å spørre hvem jeg var eller hvorfor jeg var der. Noen pratet til meg som om jeg var en ansatt, og andre syntes ikke å tenke særlig over at jeg var der i det hele tatt. Etter en tid i utsalget følte jeg at jeg klarte å tyde selgerne bedre; hvem som kunne være interessert i intervju og hvem det syntes uaktuelt for. Det tok imidlertid tid før jeg skjønnte dette, noe denne situasjonen illustrerer:

To selgere satt ved et kafébord inne i utsalget, og jeg henvendte meg til dem for å fortelle om prosjektet. Jeg tror jeg innledet ved å si noe sånn som: «Hei! Jeg er her for å lete etter intervjupersoner i forbindelse med en studie». Jeg fikk et kontant svar fra en av de to som var: «No way, José!». Jeg ble litt paff, men svarte noe sånt som at: «Helt okey, dette er frivillig», og smilte. Denne hendelsen, og flere kommentarer som at «Det er alltid noen som skal intervjuer til ditt og datt», eller at «Det er alltid noen journalister som vil at vi skal fortelle livshistorien vår», gjorde at jeg reflekterte mer over min egen fremtreden. (Feltdagbok, s. 2)

Det å prate med selgerne før jeg eventuelt spurte om jeg fikk intervju dem, ble viktig for meg i feltarbeidet. På denne måten opparbeidet jeg et tillitsforhold til selgerne, samtidig som det økte sannsynligheten for at de ville delta. Jeg fikk inntrykk av at de fleste selgerne stilte seg positive til å la seg intervjuer, men mange svarte at de ikke hadde tid der og da, men at de gjerne ville komme tilbake senere. Noen gjorde jeg konkrete avtaler med, gjerne at vi skulle treffes på samme sted dagen etter. Disse avtalene ble som regel overholdt, men det var også noen som ikke dukket opp. På forhånd hadde jeg sett for meg at det ville bli vanskelig å finne så mange som åtte intervjupersoner, men det viste seg at på bare få dager var jeg oppe i fem intervjuer. Det at noen av de selgerne jeg hadde avtale med ikke dukket opp, fikk ikke avgjørende betydning for datainnsamlingen, det var som regel noen andre selgere som var interessert i å delta. I det følgende vil jeg presentere intervjupersonene.

4.4.7 Presentasjon av intervjupersonene

Av de åtte personene jeg har intervjuet er det én kvinne og syv menn. Aldersmessig er det stor spredning blant intervjupersonene, noen er under 25 år, noen er over 45 år, og de fleste er mellom 25 og 45 år. Når det gjelder intervjupersonenes erfaringer med salg av gatemagasinet Megafon, har to av intervjupersonene vært med fra starten i 2007. Tre av dem har solgt bladet i over ett år, og tre av dem har solgt i underkant av et år. En av intervjupersonene hadde imidlertid erfaringer fra salg av et lignende blad i en annen by. Jeg har gitt intervjupersonene fiktive navn, og jeg har forsøkt å finne navn som ikke er

vanlige blant selgerne, slik at noe kan misforstås. I de tilfeller hvor jeg har opplevd at informasjonen de har delt har kunnet avsløre deres identitet har jeg anonymisert den.

4.4.7.1 Fredrik

Fredrik forteller at han har solgt bladet Megafon i halvannet års tid. Han har på dette tidspunktet gått fra å selge bladet av og til, til å selge hver dag. Han forteller blant annet at han opplevde videregående skole som frustrerende, da han havnet i en klasse som jobbet lite, men brakte mye. Etter å ha strøket på noen eksamener fikk han ikke fullført videregående.

“(…) Jeg har planer om å gjøre meg ferdig. Jeg er ikke så gammel heller (…)” (Fredrik).

Han har et ønske om å bli ferdig med videregående, og få en jobb som er relevant i forhold til utdannelsen. Videre forteller han at han har flere kontakter som kunne hjelpe ham med dette. Derfor er målet hans å søke avrusning innen kort tid, for så å ta fatt på utdannings- og arbeidsplaner.

4.4.7.2 Kjetil

Kjetil har også solgt bladet i et års tid. Han ser på jobben som Megafonselger som en vei ut av det han kaller en usosial livsstil på. Når han står opp hver dag for å gå på jobb blir det mindre av de negative tankene som dukket opp dersom han blir hjemme bare med seg selv.

“Jeg har klart å hoppe av heroinen. For jeg orker ikke det der. Det er ikke noe liv. Så dagene kan være veldig givende når man har noe å gjøre på. Sånn som her, å selge Megafon. Fordi du gjør på noe. Du sitter ikke hjemme og tenker, sant. Du sitter ikke hjemme og tenker eller kjenner etter på samme måte” (Kjetil).

Kjetil forteller at han bare er et halvt år igjen med studier fra å ha en utdanning innenfor restaurant og matfag. Han uttrykker at han er høyst motivert for å gjennomføre dette, og viser tilbake til tidligere situasjoner hvor han har mestret lignende utfordringer.

4.4.7.3 Vegard

Vegard forteller at han hadde vært selger i Megafon siden starten. Han forteller at han er en aktiv selger, men at han også laget bidrag til selve bladet. Han har utdanning og lang arbeidserfaring med ulike former for kunst, og er glad for å få ulike oppdrag for bladet.

Vegard liker å selge bladene og synes det føles godt å stå blant folk og få vennlige smil. Han er også positiv til det sosiale aspektet ved arbeidsplassen Megafon.

“Jeg føler at de som har jobbet her en stund er en veldig fin gjeng. Ikke bare de som jobber i utsalget, men også de... De narkomane holder liksom sammen. Hvis du mangler 1,50 så får du som regel det, liksom. Det er ganske mye penger for enkelte” (Vegard).

Han understreker at det gode samholdet blant selgerne av Megafon gjør at han ser på de andre selgerne som kolleger.

4.4.7.4 Nikolai

Nikolai forteller at han ikke har solgt bladet lenger enn i noen måneder. Likevel har han mange tanker og refleksjoner rundt dette arbeidet. Som en av de eldste intervjupersonene har han hatt en lang karriere innenfor rusmiljøet, noe han er svært åpen om. Han påpeker at grunnen til at han begynte å selge Megafon var en desperasjon etter penger. Han syntes imidlertid det var vanskelig å venne seg til å være Megafonselger.

“Det er først nå i det siste jeg har begynt å bli mer sånn ”fast”. Men så tror jeg det er først nå jeg har kommet inn i det også. Det har tatt en stund å bli vant til det. Få vekk den sperren jeg hadde mot å selge Megafon”(Nikolai).

“Det var jo flere som hadde sagt at jeg burde gjøre det. Drite i at folk så at du var narkoman. En dag så var jeg drita lei av å være blakk og sliten. Så gikk jeg ned her og prøvde meg. Det gikk ikke så bra i begynnelsen. Det var fordi jeg hadde en sperre som gjorde at jeg ikke var noe flink til å engasjere meg nok til å selge bladet fort nok” (Nikolai).

Nikolai er tydelig på at etter han fikk bort sperren han hadde mot å selge bladet, har han arbeidet jevnt og trutt. Han har ikke spesielle mål, men ser arbeidet an i forhold til hvor mye penger han trenger.

4.4.7.5 Preben

Preben forteller at han har solgt bladet i halvannet år, og hevder at han selger bladet kun når han trenger penger. Dette gjør at han bare selger bladet i perioder. Han sier at jobben som selger har gjort at han har sluppet å begå kriminelle handlinger for å få tak i penger til sin rusbruk. Preben forteller at han i lang tid levde et liv der han sto opp hver morgen, og gikk på jobb for å tjene penger for andre. Dette orket han ikke lenger, og synes ikke det er noe til liv. På spørsmål om hvordan han ser på fremtiden svarer han at han ser på den med usikkerhet.

“Jeg ser på fremtiden min med usikkerhet. Vet ikke hva jeg vil. Jeg vet hva jeg ville før. Jeg hadde lyst til å bli lærer. Jeg hadde påbegynt studiene på universitetet. Studier og rusbruk kom jeg ikke langt med. Nå vet jeg ikke hva jeg har lyst til å gjøre” (Preben).

Han forteller at fordi han tidligere har levd et ”vanlig liv” med jobb og familie, ble det vanskelig for ham å jobbe som Megafonselger i starten. Dette fordi han møtte kjentfolk på gaten, og fikk dermed kritikk for dette fra familien. Han påpeker imidlertid at han får mange positive tilbakemeldinger som selger, og dette gjør arbeidet lettere for ham.

4.4.7.6 Synne

Synne forteller at hun begynte å selge Megafon det året bladet startet opp, og hevder at hun selger blader når hun trenger penger. Synne sier at hun får 1500 kroner i uken av sosialen, men at det ikke holder til annet enn mat. Hun har en lang ruskarriere bak seg, men er nå i metadonbehandling. En av de tingene som gjør Synne glad er når hun får utfolde seg kreativt.

“Hvis jeg har penger så foretrekker jeg å male. Gjøre kreative ting” (Synne).

Hun understreker at dette arbeidet er givende, og det er noe hun alltid vil fortsette med.

4.4.7.7 Yngve

Ifølge Yngve har han solgt bladet i et halvt år, men han opplevde det som vanskelig i starten fordi han var usikker på om han ville takle det. Etter å ha solgt noen blader, fikk han imidlertid smaken på det, og nå forsøker han å selge så ofte som mulig. Yngve mener at det er mulig å tjene mye penger på salg av Megafon, og holder derfor nøye rede på når, og hvor han har solgt flest blader. Disse erfaringene bruker han i det daglige blant annet når han bestemmer seg for hvor han skal plassere seg.

“Det er jo liksom sånn at den mandagen et nytt blad kommer ut, så er det kø utenfor. Forrige gang kom jeg kl 7, og de åpner kl 10. Så da fikk jeg et senter jeg ville ha” (Yngve).

Sitatet illustrerer hvordan Yngve planlegger dagene etter hvor og når det svarer seg å selge blader. Han har klart for seg hvilke steder han ønsker å selge på, og står gjerne timevis i kø for å komme først til den riktige plassen.

4.4.7.8 Adrian

Adrian forteller at han har solgt Megafon i et halvt år, men har i tillegg vært selger for et lignende magasin i en annen by. Adrian forteller at han ikke har noen egentlige mål med

jobben som selger, men at han er fornøyd hvis han dobler beløpet han selv har brukt på å kjøpe bladene. På spørsmål om han føler tilhørighet til Megafon som organisasjon svarer han nei.

“Jeg føler ikke en tilhørighet til Megafon, det gjør jeg ikke. Jeg selger Megafon rett og slett fordi jeg ikke har annet arbeid, eller noe annet å gjøre. Det er hovedsakelig derfor jeg selger. Jeg kom jo ikke hit for å selge Megafon. Jeg kom til Bergen for å få meg en jobb og noe å gjøre. Der jeg kom ifra der var det ikke jobb å få” (Adrian).

Han påpeker imidlertid at han er veldig glad for at Megafon finnes, og at det har reddet ham økonomisk mange ganger.

Utvalget jeg fikk under mitt feltarbeid hos Megafon var svært tilfredsstillende i forhold til det jeg hadde sett for meg på forhånd. Jeg hadde ikke forventet at så mange ønsket å stille opp til intervju. Det var også flere enn de åtte intervjupersonene som sa seg villige til å delta, men som ikke hadde mulighet akkurat de to ukene jeg tilbrakte der.

4.4.8 Intervjusituasjonen

Når det gjelder de åtte intervjuene jeg gjorde var ikke ett av dem like. Jeg merket tidlig i prosessen at jeg måtte tilpasse meg intervjupersonen; være sensitiv i situasjonen og “føle meg frem” på hvor personlig jeg kunne være, og hvor mye jeg skulle spørre og grave. I de tilfellene hvor jeg selv fant intervjupersoner fikk jeg muligheten til å bli litt kjent med dem ute i utsalget før vi satte oss ned med intervjuet. Dette fikk jeg imidlertid ikke muligheten til de gangene en ansatt ved Megafon rekrutterte intervjupersoner til meg. I de tilfellene merket jeg at vi måtte bryte isen litt før jeg slo på båndopptakeren. Det ble naturlig å prate løst og fast mens jeg informerte om samtykke og anonymitet og fikk signatur på samtykkeerklæringen. Jeg merket også en annen utfordring i de intervjuene hvor jeg hadde rekruttert intervjupersonen selv. I spesielt ett av intervjuene snakket jeg mye med personen i utsalget før vi gjorde intervjuet, noe som førte til at vi var litt “ferdignakket” da vi gjorde selve intervjuet. Personens atferd endret seg i tillegg vesentlig fra å være utadvendt og sprudlende i utsalget, til litt mer innesluttet og beskjeden i intervjusituasjon. Det bør nevnes at stemningen i utsalget er preget av en kameratslig tone, noe både ansatte og selgere bidrar til. Det kan tenkes at personen følte det var lettere å åpne seg i den mer uformelle sammenhengen hvor han er godt kjent med dem han snakker med, i motsetning til å sitte alene med meg som er ukjent for ham. Stemningen i intervjuet bedret seg imidlertid etter hvert som vi kom i gang med

intervjuet, så dette ble ikke en stor utfordring, men likevel interessant å nevne. Det varierte i stor grad hvor mye den enkelte hadde å svare på de enkelte spørsmålene, og erfaringer jeg fikk på dette området gjorde at jeg foretok noen justeringer underveis i intervjuguiden.

4.5 Tolkning og analyse av intervjuene

Ifølge Brinkmann og Kvale (2009, s. 201) betyr det å analysere å dele opp noe i biter eller elementer. Underveis i innsamlingen hadde jeg gjort meg tanker om hva jeg ville se nærmere på i materialet. For å få oversikt, gjorde jeg en første gjennomlesing av materialet. Her prøvde jeg å finne ut hva som faktisk stod i transkripsjonene. Jeg leste materialet med utgangspunkt i følgende spørsmål:

- Hva handler dette om?
- Hva kan være relevant i forhold til problemstillingen?
- Finnes det noen mønstre, kategorier eller tema i materialet?

En slik gjennomlesing gav meg en bedre oversikt over temaene i intervjuene, og jeg begynte å få ideer til hva jeg ønsket å fokusere på i analysen. Som nevnt tidligere er denne måten å arbeide på inspirert av Grounded Theory. Funnene er “grounded” i materialet, og genereres gjennom induktiv analyse, fra bunnen og opp (Hatch, 2002). En ting som kom tydelig frem etter den første gjennomlesingen var den enstemmige positive holdningen intervjupersonene hadde til Megafon. Selv om uttalelsene deres var nyanserte med ulike meninger om det å selge Megafon, så uttrykte samtlige intervjupersoner at de var glad for å ha fått denne muligheten. Kjetil sier det på følgende måte:

“De sier at ledighet er roten til alt vondt, og det ligger noe i det. Jeg føler at jeg får brukt meg selv her. Det er fint å få gode tilbakemeldinger. «Kjempebra», «Godt jobbet». Da får man litt selvtillit” (Kjetil).

Her gir Kjetil uttrykk for at de ansatte ved Megafon styrker selvtilliten hans gjennom å gi ham positive tilbakemeldinger og oppmuntring. Jeg har tatt meg den frihet å bruke meningsfortetting underveis i analysen. Dette vil si at jeg har komprimert lange setninger til kortere setninger, noe som har ført til at meningen med setningene kommer tydeligere frem (Brinkmann og Kvale, 2009, s. 212). For å få orden og oversikt over datamaterialet har jeg valgt å bruke analysenotater, som beskrives i det følgende.

4.5.1 Analysenotat

Inspirert av Elizabeth Chiseri-Strater (1991) uformet jeg såkalte analysenotater (min oversettelse) i neste del av analyseprosessen. Ifølge Kathy Charmaz (2008) er analysenotater et analyseverktøy brukt i Grounded Theory. Analysenotater handler om å ta for seg kategoriene man har, og dele dem opp i ulike komponenter. Jeg har tatt utgangspunkt i begrepene læring, kunnskap og identitet i forbindelse med utforming av intervjuguide. I løpet av analyseprosessen utformet jeg kategorier basert på begrepene, og her skjedde det en del endringer i forhold til begrepene jeg brukte empirisk. Under arbeidet med analysenotatet til kategorien identitet fant jeg ut at mange av sitatene jeg hadde funnet egentlig handlet om deres hverdag eller deres fremtidsplaner. Dette førte til at jeg utvidet kategorien identitet til to kategorier; jobb og fremtidsplaner. Det betyr at jeg har fire kategorier; jobb, læring, kunnskap og fremtidsplaner. Alle disse kategoriene har fått sitt eget analysenotat. Formulering av slike notater kan gjøre prosesser, antakelser og handlinger tydelige (Charmaz, 2008, s. 101). Charmaz lister opp flere aspekter som kan være hensiktsmessige å inkludere i notatene man utarbeider, og under viser jeg hvilke jeg har funnet nyttige:

- Definere hver kategori gjennom å se på de analytiske egenskapene ved den
- Skrive detaljert om prosesser underveis i arbeidet med kategoriene
- Bruke rådata i notatet
- Identifisere mangler eller gap i analysen (Charmaz, 2008, s. 101)

Jeg utarbeidet analysenotatene ut fra en mal hentet fra Chiseri-Strater (1991)²⁵. I tråd med denne bruker jeg navnet på kategorien som overskrift. Videre har jeg beskrevet studien, tema og fremgangsmåte innledningsvis i notatet. Dette kan sammenlignes med punkt to overfor, hvor man skal skrive detaljert om prosessene i arbeidet med kategoriene. Videre har jeg skrevet kortfattet om hvilke funn jeg har fått etter å ha analysert denne kategorien i datamaterialet. Tilslutt i notatet har jeg et punkt hvor jeg sier hvilke planer jeg har for videre arbeid. Under dette punktet kan man, som vist i punkt fire over, identifisere mangler i analysen, eller ting man vil se nærmere på i etterkant av analysen (Chiseri-Strater, 1991). Avslutningsvis refererte jeg til

²⁵ Malen er ikke hentet direkte fra boken. Karen Lunsford har laget et eksempel på et analysenotat som vi fikk utdelt ved forelesning den 25.10.10 (Se vedlegg 4 – Analytic Memo). Dette eksempelet har jeg benyttet når jeg har skrevet mine egne analysenotater.

datamaterialet, og hvilke planer man har for arbeidet videre. Jeg valgte å legge ved råmaterialet fra transkripsjonene som jeg brukte i notatet. Videre har jeg brukt gul markeringsfarge som et hjelpemiddel for å markere sentrale ord og begreper²⁶.

Ifølge Charmaz (2008) er arbeid med analysenotater er en langvarig prosess. Hun mener at man skal arbeide med notatet gjennom hele oppgaveprosessen, og at man skal fortsette å kategorisere og avgrense ideene man får gjennom å skrive flere og mer utviklede notater (Charmaz, 2008, s. 102). Jeg er glad jeg brukte mye tid på arbeid med analysenotatene. Underveis i arbeidet med notatet som handlet om “identitet” fant jeg et nytt begrep, nemlig “fremtidsplaner”. Sitater som handlet om dette ble i utgangspunktet plassert i notatet som handlet om identitet. I det videre arbeidet fant jeg at de ikke var spesielt relevante i dette notatet, men fant ut at jeg måtte lage et eget notat for “fremtidsplaner”. Kategorien identitet ble dermed erstattet av de to kategoriene; jobb og fremtidsplaner.

4.6 Avsluttende betraktninger

I dette kapitlet har jeg gjort rede for studiens forskningsdesign og presentert de metodiske valgene og de etiske utfordringene jeg har møtt underveis. Jeg har også presentert analysemetoden som er brukt for å systematisere datamaterialet. Ved å bruke analysenotater har jeg analysert datamaterialet i følgende kategorier; jobb, læring, kunnskap og fremtidsplaner. Resultatene fra denne analysen vil jeg presentere i neste kapittel.

²⁶ Se vedlegg 3: Eksempel på analysenotat

5 Sentrale funn

5.1 Innledning

I det følgende presenterer jeg de funn som utkrystalliserte seg som mest sentrale gjennom en analyse av datamaterialet. Materialet bygger på forskningsintervjuer med åtte Megafonselgere i Bergen, og ble gjennomført i perioden 16. til 24. august 2010. Jeg vil særlig belyse de funn som er knyttet til kategoriene jobb, læring, kunnskap og fremtidsplaner.

5.2 Kategori I: Jobb

For å få en bedre forståelse for hvordan livet som Megafonselger oppleves valgte jeg å lage en kategori hvor jeg særlig tar for meg dette. I denne kategorien vil jeg presentere selgernes fortellinger om hverdagen deres. I tillegg vil jeg utdype deres tanker om hvordan det er å være Megafonselger. Jeg vil videre presentere Synnes historie der hun forteller hvorfor hun endte opp som selger. Deretter vil jeg redegjøre for hvilke utfordringer selgere med rusavhengighet opplever med det å være selger. Til sist i dette kapitlet ser jeg nærmere på hvordan selgerne opplever det sosiale aspektet ved å selge Megafon.

5.2.1 “De som jobber ved Megafon er veldig hyggelige”

Selgerne forteller mye om sin hverdag og hvordan det er å jobbe som Megafonselgere. Dagen deres begynner som regel i utsalget, der de kjøper blader for 25 kroner stykket.

“De som jobber ved Megafon er veldig hyggelige, og jeg pleier som regel alltid å slå av en prat med dem før jeg går ut og selger. Jeg starter dagen med å hente meg en kopp kakao, og kanskje de har boller, skiver eller noe annet. Så prater jeg litt med dem som jobber der” (Yngve).

Yngve forteller at han starter dagen i utsalget. Her prater han først med de ansatte og forsyner seg med mat og drikke. Gjennom intervjuer og feltarbeid hos Megafon fikk jeg et inntrykk av at mange av selgerne setter stor pris på å starte dagen på denne måten. De ansatte virker å kjenne de fleste selgerne, og mange ansatte slår av en prat før de går videre. I løpet av feltarbeidet fikk jeg også inntrykk av at selgere kan få hjelp av de ansatte til forskjellige ting, og det er rom for å sette seg ned på et eget rom og ta en prat

om nødvendig. De ansatte ved Megafon organiserer de ulike selgerstedene som selgerne kan tildeles. Adrian forteller at han synes det er kjekt å treffe andre selgere i utsalget og ute på gaten.

“Noe konkurranse er det ikke mellom oss. Eneste er på morgenen, da er det om å gjøre å komme først og få førstevalg. Vi skriver oss på tavlen om morgenen, så forholder vi oss til det” (Adrian).

Når selgerne har kjøpt blader og fått tildelt selgerplass tilbringer de arbeidsdagen på sin plass på gaten, eller ved eller inn i kjøpesentre. De selger bladene de har kjøpt, og går gjerne tilbake til Megafon for å kjøpe mer, om de har behov for å tjene mer penger den dagen. Noen selgere arbeider tilstrekkelig til å klare seg fra den aktuelle dagen til neste, mens andre forsøker å spare opp penger og blader slik at de har til neste dag og gjerne lenger også. Flere selgere påpeker at de synes arbeidsdagen er preget av gode møter med hyggelige mennesker på gaten.

“Man treffer så mye hyggelige folk. Det er mange gamle folk som kommer bort og prater. Du er aldri alene, det ser bare sånn ut. Du treffer så mye hyggelige folk som spør og graver om hvordan det går med deg, og prøver å komme inn på livet ditt, finne ut hvem du er, og om du ruser deg. De er veldig nysgjerrige og de gamle, så jeg prøver bare å svare så ærlig jeg kan på spørsmålene deres” (Adrian).

Her forteller Adrian at han setter pris på det sosiale aspektet ved å selge Megafon. Han liker at folk stopper opp for å prate, og liker å dele sin historie med andre. Preben forteller også om positive opplevelser med folk på gaten.

“Jobben som selger er absolutt sosial. Med mindre jeg har en dårlig dag er folk jeg treffer på gaten stort sett veldig positive og støttende. De sier gjerne «Håper du får orden på ting». Jeg føler meg som en del av samfunnet når jeg selger Megafon, i motsetning til når jeg bare sitter i parken og koser meg” (Preben).

Han påpeker at han har positive møter med folk så lenge han holder seg frisk. På den måten tilpasser han seg hva andre ser på som passende i det offentlige rom. Selgerne virker bevisst på hvilken rolle de har som selger, noen klarer å fylle den, andre ikke. Flere av intervjupersonene forteller åpent hvordan de opplever det å være Megafonselger.

5.2.2 “Du føler at du står og blottlegger deg”

I seks intervjuer fant jeg sitater som handler om hvordan det oppleves å være Megafonselger. I intervjuet med Vegard uttrykker han at han ikke skammer seg over å

selge Megafon, fordi han får mange gode tilbakemeldinger på at det er et godt produkt. Når Vegard opplever at produktet er så bra, vil han heller ikke skamme seg over å selge det. Det at kunder gir positive tilbakemeldinger på bladet kan gi selgerne stolthet over å delta i organisasjonen Megafon. Når personer som opprinnelig tilhører en marginalisert gruppe omgås resten av samfunnet som Megafonselgere kan det oppstå forvirring i forholdt til rollemønsteret. Noen av selgerne jeg har intervjuet forteller om hvordan de opplever møtet med det de kaller “vanlige folk” på gaten. Nikolai forteller at han har forståelse for at folk kan bli lei av gateselgere og tiggere generelt.

“Jeg skjønner godt at folk kan bli lei og gjerne sette alle i samme bås. «Jævla tiggere hele gjengen», liksom. Sant. Noen ser jo på Megafon som en finere måte å tigge på” (Nikolai).

En av selgerne problematiserer dette videre, når han sier at han opplever at fordommer fortsatt eksisterer blant folk.

“I går da jeg stod og solgte Megafon kom det en selger som heter Ole forbi. Da hører jeg plutselig noen damer som peker og sier; «Han der er en narkis», og sånn som det. Det er ikke alle som har forandret seg med Megafon, men en del. Det er sikkert mange av dem som før hadde fordommer, som ikke har det lengre. Men noen er trangsynte. Sånn vil det alltid være” (Fredrik).

I intervjuet med Fredrik diskuterte vi om noe har endret seg i forholdet mellom rusavhengige og “vanlige folk” etter at Megafon ble lansert. Som han sier over opplever han at noen folk på gaten virker å ha endret oppfatning av rusmisbrukere, men at det fremdeles eksisterer fordommer. I intervjuet med Nikolai forteller også han hvordan han opplever å bli møtt på gaten.

“Det er utrolig mange kjipe mennesker som liksom skal være de “ordentlige” i samfunnet. De gidder ikke å svare deg, og når de svarer er det nesten sånn hånflir med risting på hodet liksom. Av og til har du lyst til å si fra [smiler], det kan jeg si deg. Det har skjedd et par ganger. Man biter jo det i seg, da, men. Jeg har spurt et par stykker hva som er problemet deres. Om de ikke har fått oppdragelse. Da har de blitt litt flau. Fordi det er jævla mange ufine mennesker. Men det er det i alle miljøer. Sant, du trenger ikke være narkoman. Narkomane kan være snille og greie hvis du ser bort fra stoffbehovet. Men du finner like mye rævhål blant vanlige folk tror jeg. Selvsentret og tenker bare på seg selv” (Nikolai).

Det at selgerne av gatemagasinet Megafon kommer i dialog med folk på gaten kan være med på å bryte ned eksisterende fordommer. Intervjupersonene jeg viser til over påpeker imidlertid at de fremdeles møter folk som ikke behandler dem med respekt.

Møtene intervjupersonene beskriver kan tenkes å være preget av etablerte fordommer i samfunnet som kanskje er resultatet av ulike politiske føringer.

I andre intervjuer dreier samtalen inn på andre aspekter ved det å selge Megafon. I intervjuet med Preben sier han at han ikke ser på jobben som et yrke, og hevder at denne type selgerjobb ikke ville se bra ut på en CV. Han sier også at han ikke ser for seg at sønnen hans skal få vite hva faren jobber med om arbeidet besto i å selge Megafon. Dette fordi salg av Megafon forbindes med rusavhengighet.

“Det å selge Megafon er stigmatiserende og forbundet med rusmisbruk. Selv om man ikke trenger å ruse seg for å selge. Allikevel er det en tilknytning til rusmiljøet som følger med jobben som Megafonselger. Det er ikke akkurat det samme som å stå med et skilt som sier «Jeg er narkoman», men det er ikke langt ifra.” (Preben).

Kjetil sier at han hadde en sperre mot å selge Megafon. Han opplevde at da han begynte å selge bladet, var det som å ha ”narkoman” stemplet i pannen. Et lignende sitat finner jeg hos Synne:

“Du står jo bare der. Eksponert. Stemplet som narkoman (Synne)”.

Fredrik forteller hvordan det oppleves når han ser at folk krysser gaten for å unngå ham.

“Og det går inn på deg når folk som egentlig kom imot deg på fortauet, krysser gaten for å komme seg over på motsatt fortau. Men nå bryr jeg ikke meg. Er vant til det. Nå kan de bare ha det så godt. Men i begynnelsen så gikk det inn på meg... da var det sånn at jeg nesten ikke ville stå der (...). Selvtilliten vokser litt etter hvert. Den må nesten det. Ellers er det ikke så lett å stå der på gaten” (Fredrik).

Her påpeker Fredrik at selvtilliten øker etter hvert som man får erfaring med å selge bladet. Dette finner jeg igjen hos Kjetil som viser hvor viktig støtten fra ansatte ved Megafon, og familie og venner har vært. Denne støtten har ført til at han har lært å takle utfordringene han har møtt som selger. Han forteller at han opplever at det er vanskelig å selge Megafon, da han er redd for å treffe på kjente, eller å bli gjenkjent. Salg av Megafon på gaten betyr på en måte at du blottlegger deg som person. Han forteller videre at han har levd et slags dobbeltliv i mange år.

“Folk reagerer på at jeg har ruset meg så lenge, og spør meg ofte hvordan jeg kan ha holdt på i 15 år. De sier de synes jeg ser så ordentlig ut. Men jeg har jo levd et dobbeltliv. Jeg har vært ordentlig, jobbet på et offentlig kontor samtidig som jeg har rust meg ...” (Kjetil).

For Kjetil har det vært vanskelig å kombinere jobben på et offentlig kontor og samtidig være rusavhengig. Dette er grunnen til at opplever det så vanskelig å bli gjenkjent når han selger bladet. Det er som å leve et dobbeltliv. Ved å tilhøre to helt ulike miljøer har han venner som er rusavhengige og venner han har fått gjennom det ordinære arbeidslivet. Han forteller i det videre om hvordan han opplevde å selge bladet i starten.

“I begynnelsen var jeg bekymret for at det skulle komme noen jeg kjente. Det var det verste. Tenk hvis noen kjenner meg igjen.” (Kjetil)

“Folk rundt meg sier at jeg ikke skal være flau over å selge Megafon, men det er noe med selvfølelsen. Det er greit nok at andre sier at jeg ser bra ut i dag, men man må føle seg fin selv også for at det skal stemme” (Kjetil).

Fredrik forteller også hvordan det er å treffe kjente på gaten, men med et positivt fortegn. Han opplevelse er at det føles godt når gamle kjente stopper for å ta en prat.

“Det er bare noen uker siden jeg traff en jeg har kjent siden før jeg begynte på skolen. Jeg gikk i klasse med ham i 10 år og vi var bestevenner ganske lenge. Vi hadde ikke sett hverandre på lang tid, men vi ble stående å prate i sikkert en time” (Fredrik).

I følgende sitat sier han mer om hvordan han ser på seg selv og sin situasjon.

“Altså ... Jeg er narkoman, men jeg føler meg ikke som en skikkelig narkoman slik mange er. Jeg liker ikke å menges med de som er veldig ... De som stjeler og gjør innbrudd og slikt. Jeg føler ikke jeg ser ut som en narkoman heller” (Fredrik).

Fredrik gir her og på andre tidspunkt i intervjuet uttrykk for at han ser på seg selv som annerledes enn mange av de andre selgerne. Dette kan ha en sammenheng med at han ser på jobben som midlertidig, da han ønsker å fullføre videregående for så å skaffe seg en ordinær jobb. Senere i intervjuet forteller han om en forespørsel han fikk om å bli intervjuet i Megafon, og han gir uttrykk for at det er noe han ønsker å unngå.

“Jeg føler at de som står frem i bladet har godtatt at dette er resten av livet deres. Det er ikke min plan. Derfor vil jeg ikke være i bladet heller. Når jeg er ute av det, vil jeg være ute av det. Jeg vil ikke at det skal dukke opp bilder av meg senere” (Fredrik).

Fredrik forbinder det å stå frem i Megafon som ensbetydende med å godta at dette er livet han skal leve. Det kommer frem av sitatet over at han har andre planer for hvordan han vil leve sitt liv i fremtiden, og at jobben som Megafonselger er ikke en del av den planen. Generelt sett fant jeg flere uttalelser i intervjuene som handlet om hvordan

intervjupersonene betrakter seg selv og hvilke planer de har for fremtiden. Disse vil utdypes i kategori IV. Først vil jeg imidlertid gjøre plass for Synne og hennes historie.

5.2.3 “Er du narkoman så er du nederst på rangstigen”

I intervjuguiden unngikk jeg å spørre eksplisitt om intervjupersonenes bakgrunn og historie, fordi jeg ikke ville ta opp spørsmål om fortiden, som kunne være vanskelig for intervjupersonene å snakke om. Flere av intervjupersonene valgte imidlertid å fortelle sin historie og grunnen til at de ble Megafonselgere. Nikolai nevnte at han flyttet hjemmefra og fikk ikke hjelpen han trengte fra Barnevernet, Adrian klarte aldri å finne seg til rette i det ordinære arbeidslivet og Fredrik mislyktes i en bråkete klasse. I intervjuet med Synne fortalte hun hvorfor hun har endt opp som Megafonselger. Jeg har valgt å trekke frem hennes historie. Synne forteller at hun en gang hadde en ordinær jobb som selvstendig næringsdrivende. Hun påpeker at hun ikke klarte å håndtere de økonomiske sidene ved jobben, noe som resulterte i at Skattevesenet skjønnslygnet henne. Dette medførte en restskatt som hun ikke klarte å betale ned. Mangel på kunnskaper om økonomi og regnskap førte imidlertid til at livet ble veldig vanskelig å håndtere. Etter mange år i rus er hun nå i legemiddelassistert rehabilitering [LAR] og får daglig utdelt en dose metadon.

“Når man er på metadon er det nærmest som åpen soning. Du kan bare glemme å reise på ferie” (Synne).

På tross av at Synne er glad for å ha fått plass i LAR finner hun det vanskelig å kombinere dette med å ha et familieliv. Hun har et barn som hun ikke har muligheten til å reise bort med slik andre i samfunnet tar for gitt. Som LAR-pasient må Synne daglig hente sin dose med metadon ved det utdelingsstedet hun tilhører. Dette er også med på å gjøre det vanskelig å reise bort eller finne på noe som kolliderer med den faste avtalen om å hente metadon. Hun påpeker i forbindelse med dette at pengene hun mottar fra sosialen ikke strekker til i den grad hun skulle ønske, noe som også er en begrunnelse for at hun selger Megafon. Det blir vanskelig for henne å få råd til å ta barnet sitte med på ulike fritidsaktiviteter.

“Jeg har jo angst for å miste metadonen. De gjorde meg skamavhengig av metadon. Og så var det foten i ræven fordi jeg spiste noen piller da en jeg var glad i døde. Noe råtnere enn det har jeg vanskelig for å forestille meg. Jeg har aldri følt meg så sveket før. De tar deg inn fordi du er narkoman, så blir du kastet ut fordi du er narkoman. Det henger jo ikke på greip” (Synne).

Synne har opplevd – etter hennes vurdering - å bli urettferdig behandlet. Da hun begynte i LAR ble det stilt visse krav til at hun ikke hadde sidemisbruk, og hun måtte ta hyppige urinprøver. I tilfellet over kommer det frem at Synne mistet LAR da en nær venn i omgangskretsen døde. Dødsfallet som gikk sterkt inn på henne førte til at hun begynte å ruse seg igjen. Dette slo ut på urinprøver. Synne virker frustrert over at behandlingsapparatet ikke viste forståelse for situasjonen hennes, og kastet henne ut av behandling. Hun reflekterer videre over hvordan rusavhengige vurderes og rangeres i samfunnet.

“Er du narkoman så er du nederst på rangstigen ... Jeg tror aldri jeg ville fått en ny lever eller noe sånt hvis jeg hadde hatt bruk for det” (Synne).

Her definerer Synne seg selv som narkoman og forteller meg at de narkomane står nederst på rangstigen. Det oppleves som undertrykkende og marginaliserende. Selv om hun er kommet inn i LAR, og får utdelt medisin hver dag ser hun på seg selv som narkoman, med de sosiale stigma dette medfører. Følelsen av å være avhengig av LAR, som kastet henne ut av behandling på grunn av at hun ruset seg i en sorgperiode, oppleves som undertrykkende. Tidligere sammenlignet hun det å være i LAR med å være i åpen soning, en uttalelse som indikerer at det er som å være “lenket” til utdelingen og behandlingssideologien. Men Synnes styrke er en interesse hun har som opptar mye av tiden hennes; hun maler.

“Når jeg maler er jeg i fri utfoldelse. Jeg kan skape akkurat det jeg vil. Det er utrolig givende (...)” (Synne).

Hun forteller at maling gir muligheten til å skape hva som helst og det er givende for henne. Senere i intervjuet forteller hun at det har vært snakk om at noen av maleriene kan bli trykket i Megafon. I likhet med Synne forteller flere av intervjupersonene om de utfordringer rusavhengige møter i det daglige arbeid som Megafonselger.

5.2.4 “Smilet er en vanskelig del av jobben”

Som rusavhengig kan hverdagen som Megafonselger være utfordrende. Flere av intervjupersonene forteller at de har eller har hatt en rusavhengighet, og at dette påvirker hverdagen deres i stor grad. Rusmidler koster mye, og Fredrik forteller at han bruker mellom 700 til 1400 kroner dagen på rus. Et pengeforbruk i denne størrelsesorden krever mye inntekt, og han forteller at han jobber lange dager som selger for å dekke

behovet sitt. Under intervjuet med Kjetil forteller han at det var svært vanskelig å være Megafonselger i en periode da han prøvde å minimere rusinntaket.

“Det er på en måte det samme miljøet som går igjen. Parken, Megafon og andre steder. Så det er ikke å stikke under en stol at det er mange rusmisbrukere her på Megafon. Men de er rusmisbrukere i veldig forskjellig grad. Noen bruker mer, og gjerne andre stoffer. Det blir mye rusprat, og det synes jeg gjør det vanskelig å kutte ned” (Kjetil).

Slik Kjetil fremstiller hverdagen kan det virke som om det er vanskelig å selge Megafon, og samtidig forsøke å kutte ned på rusinntaket. Man møter igjen mange av de samme personene som man møter i parken, og det blir naturlig å prate om rus. På samme tid som selgerne møter miljøet gjennom de andre selgerne møter de også “vanlige” folk på gaten, og tilpasser seg deres normer og regler.

“Med mindre jeg har en dårlig dag er folk jeg treffer på gaten stort sett veldig positive og støttende. De sier gjerne «Håper du får orden på ting». Jeg føler meg som en del av samfunnet når jeg selger Megafon, i motsetning til når jeg bare sitter i parken og koser meg. For det går ikke an å gå i parken og forvente at folk skal komme og kjøpe blader av deg. Det går ikke. Man må holde seg til et nivå; frisk. Man må ikke krysse den grensen og være ruset” (Preben).

Preben understreker viktigheten av ikke å ruse seg for mye når man skal selge Megafon. Han påpeker videre at det er vanskelig å være selger og stå blant folk på gaten hvis man ikke har fått dagens friskmelding. Når du er syk orker du ikke å smile, og smilet er jo på en måte det som innbyr andre til å ta kontakt med deg. Sitatene under illustrerer dette.

“Smilet er en vanskelig del av jobben. Å smile er det siste man har lyst å gjøre når man er syk. Det er en fordel å være frisk når man skal begynne på jobb. Men det er viktig å ikke krysse grensen rusmessig, slik at man opptrer ruset mens man selger” (Preben).

“Det er en veldig uforutsigbar hverdag. Du trenger busspenger, mat. Du har ingenting, men du trenger en friskmelding. Ikke for å ha det gøy, men fordi du trenger det. Man blir syk uten. Da avgjør dagens salg hvordan det blir. Økonomisk sett blir hverdagen preget av å ikke vite hva man har fra dag til dag” (Kjetil).

Selgernes hverdag er ifølge sitatene preget av økonomisk uforutsigbarhet. Ofte må de begynne å selge blader før de har fått friskmeldingen, noe som Preben understreker er vanskelig. Uten friskmelding får man abstinenser, og det blir vanskelig å smile og være hyggelig med folk på gaten. Nikolai påpeker også at sosial angst blant rusavhengige selgere gjør at denne typen jobb blir ekstra utfordrende.

“Det krever noe av deg å selge Megafon. De fleste som har holdt på med rus i over tjue år, lider gjerne av sosial angst, så det var en hard bit akkurat det. Sånn sett har jobben her gjort meg mer sosial på en måte. Kommer meg ut om dagen. Får snakket litt med folk og sånn sant. Så det har jo flere positive sider sånn sett. Det har det” (Nikolai).

Nikolai forteller at han har utfordret sin egen sosiale angst, noe av den er overvunnet og han opplever nå at han er mer sosial og utadvendt. Det kommer frem i flere intervjuer at jobben som selger gjorde dem mer sosiale og omgjengelige, noe som var et problem for dem tidligere.

5.2.5 “Jeg synes det er hyggelig å prate med folk jeg”

Som Megafonselger treffer man mange mennesker i løpet av en dag. Som nevnt tidligere i kapittelet starter selgerne dagen i utsalget, hvor de treffer andre selgere og ansatte. Videre tilbringer de korte eller lengre dager på gaten eller på kjøpesentre, hvor de møter alle typer mennesker. Flere selgere hevder at de setter pris på den sosiale siden ved å selge Megafon.

“Det er greit når folk stopper opp og snakker med deg. Ikke hele tiden, da. Jeg skal jo selge også [smiler]. Men sånn innimellom er det greit at folk stopper” (Fredrik).

“Det er mye hyggelige folk, og det er mange som kommer igjen og igjen. De må jo like deg på sett og vis, tror jeg, når de kommer tilbake til deg, akkurat deg, og handler igjen. Så det kommer mye an på deg selv hvor sosial du vil være. Om du tør å utlevere deg selv til folk. Jeg mener, det er bare å stå på. Det er jo artig å prate. Jo mer du prater, jo mer får du folk på gli. Så har du det gående” (Adrian).

I disse sitatene tar selgerne i betraktning at de skal tjene penger på å selge Megafon. Derfor er det viktig å få kontakt med folk. Fredrik mener det er hyggelig at folk stopper opp, men det er viktig at det ikke hindrer salget. Adrian har imidlertid en annen strategi, han prater mye med kundene. På denne måten vil han sikre seg at de kommer tilbake og kjøper bladet av han neste gang også. I det neste sitatet prater Yngve om det å prate med folk som ikke kjøper bladet.

“Mange stopper opp og prater også. Det er en kar som ikke vil kjøpe bladet, men som alltid stopper opp og prater. Hyggelig kar... Han pleier ofte å gi et par kroner, men han skal aldri ha bladet, sier han [Smiler]. Jeg synes det er hyggelig å prate med folk jeg.” (Yngve).

Yngve syntes det var vanskelig å selge bladet i begynnelsen, men som dette sitatet illustrerer, har han ikke lenger dette problemet. Han liker å prate med folk, og trives i jobben som selger. I og med at selgere av Megafon tilhører en marginalisert gruppe

møter de likevel en del utfordringer blant folk på gaten, blant annet fordommer. Dette vil jeg se nærmere på i neste avsnitt.

5.2.6 “Han der er en narkis”

I forrige avsnitt kom det frem at selgerne har mange positive møter med folk på gaten. Flere selgere forteller imidlertid at de også har møtt en del fordomsfulle mennesker.

“I går da jeg stod og solgte Megafon kom det en selger som heter Ole forbi. Da hører jeg plutselig noen damer som peker og sier; «Han der er en narkis», og sånn som det. Det er ikke alle som har forandret seg med Megafon, men en del. Det er sikkert mange av dem som før hadde fordommer, som ikke har det lengre. Men noen er transsynte. Sånn vil det alltid være” (Fredrik).

“Folks oppfatning av narkomane har nok endret seg litt etter at Megafon kom i salg. Når du ser, for eksempel sånn som i sted, da en dame, hun må jo faen meg ha vært nesten åtti år, kjøpte et blad av meg liksom. Altså en åttiåring for tjue år siden hadde jo ikke snakket med en narkoman engang, sant? Det har jo forandret seg mye i samfunnet også, men Megafon har nok hjulpet til ja. Etter at Megafon kom i salg har folk kommet mer i kontakt med folk som ruser seg, sant? De har snakket med dem. Så det er nok mange som har forandret sitt syn. De som har giddet å kjøpe, og som har tatt seg tid til å sette seg litt inn i det. Mange av dem har nok endret oppfatning” (Nikolai).

Både Fredrik og Nikolai tror at mange mennesker har endret oppfatning av rusavhengige etter at Megafon kom i salg. Nikolai understreker at de som har kjøpt bladet og satt seg litt inn i rusavhengiges situasjon er også dem som har endret oppfatning. Flere av intervjupersonene har generelt sett uttalt at de opplever det å jobbe som Megafonselger som utfordrende, men at de har lært å takle det denne typen jobb forutsetter. Dette vil bli utdypet under neste kategori.

5.3 Kategori II: Læring

I denne undersøkelsen betrakter jeg læring i en utvidet forstand. I tråd med det kritiske perspektivet ser jeg på læring som noe som også foregår utenfor de tradisjonelle utdanningsinstitusjoner. Jeg valgte å inkludere dette begrepet i denne undersøkelsen fordi jeg gjennom jobben min fikk en forståelse av at selgere av Megafon opplever å ha utviklet seg og mener de lærer noe gjennom jobben. Endring, som er et sentralt begrep i kritisk pedagogikk, kan også relateres til begrepet. Selgere av Megafon har av ulike årsaker falt utenfor det ordinære arbeidsmarkedet, men mange av dem vil også gjennom jobben som selger kunne tilegne seg kunnskaper og erfaringer som kan gi dem et grunnlag for senere å kanskje få seg en ordinær jobb.

5.3.1 “Jeg har lært veldig mye her”

Flere selgere fortalte at de opplevde at de lærte noe i jobben som selger av Megafon. En av dem, Vegard, ser på det han har lært gjennom jobben som Megafon-selger som noe han kan overføre til andre områder.

“Læringen fra Megafon kan brukes mange steder. Det man lærer gjennom å selge Megafon kan brukes til alt fra å selge biler, jobbe på Kiwi, selge matvarer eller klær for den saks skyld” (Vegard).

Adrian sier noe tilsvarende: “Jeg har lært mye om salg og det å være høflig og takknemmelig, noe jeg kanskje kan få bruk for senere” (Adrian). En tredje intervjuperson, Fredrik, sier at: “Jeg har tenkt på at om jeg kan stå her og selge Megafon, så kan jeg vel stå og selge alt annet også” (Fredrik). De tre sitatene illustrerer hvordan arbeidet med å selge Megafon fører til at de lærer noe som de tenker også kan overføres til andre arbeidsområder. I tillegg er det flere som sier at de gjennom jobben som Megafonselgere også lærer noe om seg selv.

“Jeg har lært veldig mye om meg selv her” (Kjetil).

“Det handler jo hele tiden om læring. Man lærer å mestre situasjoner” (Vegard).

“Det å selge Megafon er en mestringsoppgave. Du lærer deg å mestre det å stå blant folk” (Yngve).

Tre intervjupersoner mener at de har lært noe om seg selv gjennom å selge Megafon. De lærer å takle ulike situasjoner og salg av bladet på gaten gir mestring. Jobben som selger innebærer å møte mange nye mennesker hver dag. Adrian, Fredrik og Kjetil forteller at de opplever at de lærer noe gjennom slike møter.

“Man lærer mennesker godt å kjenne når man selger Megafon” (Adrian).

“Man lærer å være høflig og tolerere alle slags mennesker. Uansett hvor frekk de er i kjeften, skal du lære å takle det” (Fredrik).

“Det er på en måte en sosialiseringstrening å selge Megafon. Du må takle mange situasjoner hvis du treffer folk du ikke vil skal vite om situasjonen din. De vet ikke engang at du holder på med noe. Da er det en prøvelse. «Hva i all verden?». Så står du her? Da tenker jeg; hva i helsiken sier jeg nå?” (Kjetil).

Selgerne opplever at de lærer andre mennesker å kjenne som selgere av Megafon. Selgeren i det andre sitatet opplever mange ulike situasjoner på gaten, og at folk kan være ubehøvlet og nærmest frekke. Denne personen påpeker imidlertid viktigheten av å

forholde seg høflig og tolerant i slike situasjoner. Det tredje sitatet fra intervjuet med Kjetil illustrerer hvordan selgerne opplever møtet med kjentfolk på gaten. Ikke alle selgerne er komfortable med å møte på personer de kjenner fra før, og at det kan være veldig vanskelig å treffe kjentfolk som ikke kjenner til den situasjonen vedkommende befinner seg i. Kjetil sier imidlertid at han ser på situasjoner som dette som sosialiseringstrening, og at selgerne må lære takle slike situasjoner.

Noen intervjupersoner er mer eksplisitt på hva de lærer av å selge Megafon. Noe handler om dem selv, men det handler også om å lære noe om andre mennesker. Dette finner jeg flere eksempler på.

“Man lærer ganske mye. Man lærer av andre. Har man tatt plassen til noen andre selgere får man høre det. Det lærer man ganske fort” (Vegard).

I sitatet over forteller Vegard om hva man lærer som selger av Megafon. Han forteller at forholdet til andre selgere er sentralt når det gjelder læring av sosiale normer blant selgerne. Megafonselgerne blir tildelt selgerplasser, og det går tydelig frem av sitatet at dette systemet ikke skal jukse med. Slik jeg leser intervjupersonenes svar på spørsmål om læring opplever de læring på flere måter gjennom jobben som selger. To av selgerne svarte annerledes på mine spørsmål om læring i forbindelse med jobben som selger.

5.3.2 “Man lærer ikke noe spesielt. Det er lett å se om noen vil kjøpe eller ikke”

Ikke alle selgerne mente at de lærte noe gjennom salg av Megafon. To av selgerne, Synne og Nikolai hevdet at de ikke har lært noe særlig i denne jobben. Synne mener at det er lett å se om forbipasserende vil kjøpe Megafon, eller ikke. Lignende tanker fant jeg hos Nikolai som fokuserte på at han hadde vært yrkesaktiv i mange år, og kunne gjort jobben på kontoret til Megafon bedre enn mange av de ansatte.

“Jeg har vært så mye i jobb i mitt liv, at det er ikke noe de kan lære meg. Jeg tror jeg skulle kunne klare kontorjobben bedre enn de fleste her. Tror jeg har jobbet mer enn de fleste her på kontoret. Hva læring” (Nikolai).

Nikolai viser til tidligere arbeidserfaringer og understreker at jobben som Megafonselger ikke tilfører kunnskap som han ikke allerede har fra før. Dette kan ha sammenheng med hans alder, livserfaring og holdning til jobben som selger. Selv om intervjupersonene i utgangspunktet var tilbakeholdende til å besvare spørsmålet om læring når det gjaldt salg av Megafon, ble det likevel en del diskusjon rundt kunnskap

og hva kunnskap er. Begge intervjupersonene sa noe om hvilken type kunnskap man tilegner seg i “miljøet”.

5.4 Kategori III: Kunnskap

Som marginalisert gruppe i samfunnet sitter rusavhengige på kunnskap og kompetanse som kanskje kan sies å være ubenyttet. Lillejord (2005) ser det aktuelt å vurdere kunnskap i flertall. Som nevnt i punkt 3.8 viser hun til flere typer kunnskap, noe som kan knyttes til kunnskapen selgerne av Megafon besitter (Lillejord, 2005). Selgere av Megafon innehar utvilsomt mye kunnskap. Selgere som befinner seg i rusmiljøet, eller som har levd i det tidligere kan tenkes å ha kunnskaper som er høyst relevant i deres miljø, men som ikke så lett lar seg overføre til andre felt. Som nevnt tidligere har dette å gjøre med politiske føringer, og hvem som bestemmer hvilken kunnskap vi skal vektlegge. Freire (1987) understreker at all utdanning er politisk. Politikk er ikke en del av utdanningen, men gjennomsyrrer alt som har med utdanning å gjøre.

Begrepene kunnskap og læring henger sammen. Som nevnt i kapittel 3 er kunnskaper på gaten blitt undersøkt i flere sammenhenger. I litteraturen finner man begreper som “street wise” (Anderson, 1990), “code of the street” (Anderson, 1999), “street literacy” (Cahill, 2000) og “gatekapital” (Sandberg og Pedersen, 2007), som viser relevansen av begrepet kunnskap i denne studien. Jeg valgte å bruke begrepet kunnskap fordi jeg hadde en antakelse om at selgerne av Megafon innehar en rekke kunnskaper jeg ønsket å rette fokuset mot. Megafonselgerne er en gruppe mennesker med ulike historie og bakgrunn. Mange har utdannelse og arbeidserfaring fra ulike felt, og andre har gjerne lite erfaring fra arbeidslivet.

5.4.1 “Mange av selgerne snakker som om de skulle være professorer i dop”

I samtaler omkring læring og kunnskap deler to av intervjupersonene sine tanker rundt det jeg her vil betegne som “gatekunnskap”. Vegard legger i sine fortellinger stor vekt på de ressurser man kan finne i miljøet. Han påpeker blant annet at flere selgere har kunnskaper som nærmest gjør dem til “professorer” i dop. Det kan tenkes at kunnskaper man tilegner seg i rusmiljøet til en viss grad også kan overføres til jobben som Megafonselger. En annen intervjuperson, Nikolai, betegner gatekunnskap som det samme som å være “street wise”.

“Det å være street wise er å vite og se. Lese situasjonen før den inntreffer. Lese folk på den måten de kommer inn i et rom på” (Nikolai).

I dette sitatet forteller Nikolai hvordan man forholder seg til andre i miljøet. Han viser til en situasjon hvor en person kommer inn i rommet, og hvor intervjupersonen med utgangspunkt i hvordan vedkommende orienterer seg i rommet, kan tolke om dette for eksempel er en person som vil stjele, eller ikke.

“Du har disse som kommer inn og gjør sånn: (Intervjupersonen gestikulerer ivrig med fingrene og illustrerer hvordan fingrene løper over alt som er i rommet). De klarer ikke å se med øynene, de må se med fingrene. Det er jo ikke noen måte å komme på besøk til noen på. Det er jo ingen som gjør sånt. Men en narkoman kan finne på slike ting”(Nikolai).

Sitatet viser den kunnskap som Nikolai har om hvordan folk i miljøet oppfører seg, og hvilken type atferd man må være på vakt overfor. Synne forteller på den andre siden om hvordan det er å være den som stjeler.

“Det er bedre å selge blader enn å gå ut å stjele og slite med angst. Det gjorde jeg veldig mye før. Da gikk jeg hver dag på “jobb” som jeg kalte det. Det ble helt normalt. Det ble bare naskeri i butikker og sånn. Men det blir jo store summer av det. Jeg solgte det videre og fikk halv pris på det jeg hadde av mat og alkohol. Stjeler man et fenalår til fire-fem hundre kroner, så blir det jo noen kroner. Det er utrolig hvor mye du kan få under jakken. Man må være veldig kald og beregnende. Man må se tiden an og aldri vise frykt” (Synne).

Synne mener her at salg av Megafon er bedre enn en karriere med nasking og tyveri, en tilværelse som for henne var preget av angst. Hun forteller om hvilke kunnskaper hun tilegnet seg for å kunne naske og stjele fra butikker. Senere i intervjuet viser hun til en annen type kunnskap.

“Jeg kan treffe folk jeg aldri har snakket med før og umiddelbart se at de er narkomane. Det har skjedd mange ganger. Det er vel bare trening. Jeg mener selv at jeg er en god menneskekjenner” (Synne).

Synne anser seg selv å være en god menneskekjenner. Hun påpeker at det er lett for henne å se hvem som er narkomane. I følgende sitat sammenlikner Nikolai ungdommer i parken²⁷ og ungdommer på universitetet.

“Tjueåringen i parken er på mange måter mye mer voksen enn tjueåringen på universitetet. Når det gjelder livet generelt, hvordan livet fungerer, så er de jo disse studentene helt grønn i forhold til en tjueåring i parken. Når det

²⁷ “Parken” refererer til Nygårdsparken som ligger på Nygårdshøyden i nærheten av Universitetet i Bergen. Parken har i lang tid vært sentrum for kjøp og salg av narkotika.

gjelder kunnskap finnes det to forskjellige typer kunnskap. Man kan være street wise eller book smart. Folk som ruser seg blir for tidlig voksne. De har ikke hatt en gradvis utvikling slik man skal. Plutselig når man er femten må man klare seg selv. Da blir man kastet ut til ulvene. Så får du bare gjøre det beste ut av det. Sånn var det for meg i hvert fall. Jeg flyttet ut fordi jeg skulle bestemme selv. Jeg var ikke den enkleste å ha med å gjøre. Jeg pakket ryggsekken frivillig jeg, og flyttet da jeg var femten” (Nikolai).

I sitatet henviser Nikolai til egen oppvekst og forklarer hvordan han ble street wise. Han havnet selv på gaten som femtenåring og måtte ”gjøre det beste ut av det”. Han skiller mellom to typer kunnskap, og forteller at tjueringer i parken kanskje har mer kunnskap om livet generelt, enn tjueringer på universitetet.

5.4.2 “Jeg har funnet ut at jeg må tenke taktisk når jeg selger Megafon”

Flere av selgerne hevder at kunnskaper som de allerede har kan være viktige for deres arbeid med salg av Megafon. To av intervjupersonene, Kjetil og Preben viser til at kunnskap om hvordan de må justere rusbruken for å klare å gjøre jobben på en god måte, er viktig kunnskap for dem. De forteller at de må holde seg til et visst nivå for være “frisk” – de må ikke krysse grensen.

“Jeg har funnet ut at jeg må tenke taktisk når jeg selger Megafon. Hvis jeg er dårlig er det akkurat som om det lyser ut til folk. De merker jo forskjell på en som smiler og er positiv, og en som er dårlig, tilbaketrukket og ser ned i bakken. Dårlig form og dårlig humør kan føre til at man ikke får solgt blader” (Kjetil).

“Jeg lærer mye om hvordan formen min påvirker salg og hvordan folk oppfatter meg. Hvis jeg er i dårlig form selger jeg ikke mange blader, og jeg ser at folk rister på hodet før jeg får spurt om de vil kjøpe. Men hvis jeg er i godt humør kommer de som oftest bort til meg og kjøper” (Preben).

I det andre sitatet viser Preben at han har lært hvordan hans humør og form påvirker salget. Han ser en tydelig sammenheng mellom sin egen dagsform og salg av blader. Andre selgere hadde kunnskaper om hvordan en gateselger burde oppføre seg for å selge flest mulig blader, blant annet er det viktig å ha øyekontakt med kundene, smile når de passerer, og være høflig, positiv og imøtekommende.

“Jeg pleier som regel å svare «Ha en god dag» uansett om de kjøper blad eller ikke. Det har faktisk skjedd at noen som først har sagt nei har kommet tilbake fordi jeg sa «Ha en god dag». «Vi tar et blad allikevel. Det var den der; «Ha en god dag» som fikk meg til å ombestemme meg» Det er det flere som har sagt”(Yngve).

Yngve har erfart at det å si “Ha en god dag” har vesentlig betydning for salget, og at det er verdt å si det selv til folk som ikke kjøper bladet. Dette understreker han også i neste sitat;

“Jeg prøver å tenke litt frem i tid. Er du hyggelig med folk på gaten kan det hende de kjøper blad av deg en annen gang de treffer deg” (Yngve).

Å ha kunnskap om mennesker synes å være sentralt i disse eksemplene. Jeg fant flere sitater hvor intervjupersonene vektla at erfaringer og kunnskaper om mennesker var fordelaktig for salget. Fredrik og Adrian hevder at den kunnskapen om mennesker og situasjoner er viktig for å kunne vurdere hvem som kan være potensielle kunder på gaten. Ansiktsuttrykk anses å være en tydelig indikator i så henseende.

“Altså, det er jo ofte folk går forbi, faktisk godt voksne mennesker går forbi og... Faktisk sier drit; «Se han der gjør seg til», og «Han bare tigger», og slike ting. Men jeg ser ikke på dette som tiggende. Jeg står og selger. De kan si hva de vil. Jeg har opplevd sånne episoder. Så får man av og til noen stygge blikk og litt sånn” (Fredrik).

Kunnskap om mennesker er viktig fordi selgerne treffer så mange ulike typer mennesker på gaten, noe som innebærer at de også møter mange utfordringer i arbeidet.

5.5 Kategori IV: Fremtidsplaner

Denne kategorien trådte frem underveis i analysearbeidet. Som tema var det ikke tatt med i intervjuguiden, men det ble likevel et naturlig og interessant samtaleemne i de fleste intervjuene. Jeg fant tanker rundt fremtid eller fremtidsplaner i alle intervjuene - utenom ett. Flere av selgerne forteller at de har konkrete mål for jobben som selger. Andre forteller at jobben bare er midlertidig, og at de har høyere mål i livet enn å selge Megafon.

5.5.1 “Mitt mål er å (...) kjøpe meg en båt”

I tre intervju fant jeg sitater som dreide seg om kortsiktige fremtidsplaner. Yngve snakker om fremtidsplaner som vil være avhengig av at han selger mange blader. Salgsstrategi som er å være hyggelig med potensielle kunder, uansett om de kjøper bladet eller ikke. De som ikke kjøper blad av ham der og da, kommer kanskje tilbake for å kjøpe ved en senere anledning. En annen intervjuperson, Adrian, forteller at målet med å jobbe som selger er å spare penger til fritidsaktiviteter. Et konkret mål er å få råd til å kjøpe en båt.

“Gjennom å arbeide som selger kan jeg spare til de interessene jeg har. Det er folk som har spart til moped her. Mitt mål er å spare opp 12-13 000 kroner, slik at jeg kan kjøpe meg en båt” (Adrian).

Nikolai hevder at salg av Megafon gjør at han slipper å være pengeløs. Han har imidlertid ikke noe konkret mål med inntekten sin utover dette.

“Nei, jeg har ikke noen spesielle mål. Det er bare sånn at jeg har så jeg klarer meg. Sånn at jeg ikke går rundt og er klin blakk og ikke har mat og tobakk. Det er bare det som er målet mitt. Ikke noe spesielt” (Nikolai).

Han mener at han tjener penger til å klare seg fra dag for dag, og har ikke noen mål utover dette. Andre intervjupersoner fortalte imidlertid om mer langsiktige fremtidsplaner.

5.5.2 “Jeg har planer om å gjøre meg ferdig med videregående altså”

Fem intervjupersoner snakker om sine fremtidsplaner “etter” tiden ved Megafon. De ser for seg et liv der denne arbeidsplassen ikke inngår og rusfrihet og det å “komme ovenpå” er viktige målsettinger. Noen ønsker seg en “ordinær” jobb.

“Etter hvert håper jeg at jeg vil finne meg en annen jobb. Jeg håper at NAV kan hjelpe meg litt. For det er jo litt bedre å få en ordinær jobb. Det er i hvert fall det jeg ser etter. Men inntil NAV får ræven i gir, så må jeg jo ha et eller annet å gjøre på. Da er det greit å kunne jobbe her. Det er jo mye bedre å jobbe som Megafonselger enn å være arbeidsledig” (Yngve).

I intervjuet og i samtaler i utsalget slo Yngve meg som en person som har sans for forretninger. Han fortalte om ulike måter han tjente penger på, ved siden av salg av Megafon. I tillegg hadde han klare strategier for hvordan han kunne tjene mest mulig penger som Megafonselger. Som han nevner i sitatet over har han imidlertid problemer med at NAV ikke gir ham muligheten til å få seg en ordinær jobb.

Preben forteller at han opplever en del negativitet rundt det å være Megafonselger. Han understreker at han likevel prøver å holde dette arbeidet fordi han innser at det er på det stedet i livet han befinner seg akkurat nå.

“Jeg har opplevd en del negativitet. Jeg treffer folk som sier «Nei, takk», når jeg sier «God morgen». Det er en type negativitet som jeg ikke trenger. Den eneste grunnen til at jeg tåler det er at jeg er på dette punktet i livet mitt, og nå er det en nødvendighet for meg å selge Megafon. Jeg skal fortsette med andre ting senere. Denne jobben er ikke noe jeg vil bli husket for” (Preben).

På spørsmål om hvordan han ser på fremtiden sin, svarer han:

“Jeg ser på fremtiden min med usikkerhet. Vet ikke hva jeg vil. Jeg vet hva jeg ville før. Jeg hadde lyst til å bli lærer. Jeg hadde påbegynt studiene på universitetet. Studier og rusbruk kom jeg ikke langt med. Nå vet jeg ikke hva jeg har lyst til å gjøre” (Preben).

Tanker og ønsker om utdanning og et annet arbeid finner jeg også hos en tredje intervjuperson. Fredrik understreker at han ikke er for gammel til å ta opp igjen og fullføre videregående skole.

“Jeg er godt over tjue år, og ikke ferdig med videregående. Jeg har planer om å gjøre meg ferdig. Jeg er ikke så gammel heller. Etter avrusning får jeg kanskje muligheten til å få jobb gjennom en bekjent av min bror. Så jeg har noe å gå til i hvert fall. Når jeg er ferdig” (Fredrik).

En fjerde intervjuperson, Kjetil, forteller også om sine fremtidsplaner.

“Jeg har alltid vært bevisst på at jeg vil videre. Jeg manglet ett år for å ha en ferdig utdanning. Ett år; det vet jeg at jeg kan klare. For jeg har vært i hardt vær før, hoppet av, gått et skoleår, fått gode karakterer i praksis. Jeg klarte det helt selv. Var ikke til psykolog engang. Jeg kastet alle medisinene i do. Jeg tenkte at; Nei, nå! Dette skal faen ikke få styre meg. Og jeg begynte rett på skole. Det gikk veldig bra en stund. Men plutselig skar det seg, og så var jeg utpå igjen” (Kjetil).

Kjetil viser til en turbulent utdanningsperiode preget av rus og vanskeligheter med å holde seg unna. Sitatet illustrerer imidlertid at han også kan handle målbevisst og være motivert for å klare å fullføre utdannelsen han har begynt på. Han har klart det før.

5.6 Avslutning

I dette kapitlet har jeg gjort rede for undersøkelsens sentrale funn. Selgerne forteller mye om hverdagen sin som Megafonselger, og det viser seg å være en sosial arbeidsplass. De omgås ansatte ved Megafon, andre selgere og folk på gaten. Flere av selgerne påpeker at de liker den sosiale biten, og at en kort prat med folk på gaten øker sannsynligheten for at de kjøper bladet. Når det gjelder selgernes tanker om det å være Megafonselger var det delte meninger blant selgerne. En gir uttrykk for at han ikke skammer seg over å selge Megafon, da han stadig får tilbakemeldinger på at det er et godt produkt. Andre skammer seg, og sammenligner salg av Megafon med det å få stemplet “narkoman” i pannen. I dette kapitlet har også Synne fortalt sin historie om hvordan hun havnet blant Megafonselgerne og grunngir at det var den urettferdige behandlingen hun var utsatt for fra skattevesenet og LAR. Det å selge Megafon finansierer imidlertid hennes store interesse, og hun føler at hun får utfolde seg fritt når

hun maler. Jeg har også sett nærmere på andre selgeres utfordringer som rusavhengige og Megafonselgere.

Flere av selgerne forteller at de er eller har vært rusavhengige, og at det gjør jobben som selger utfordrende på flere måter. Men selgerne har også andre strategier for å tilpasse seg; ikke virke ruset, smile og være hyggelig. Når det gjelder læring fant jeg ut at flere selgere opplever at de lærer noe i jobben som Megafonselger, og at denne læringen kan overføres til andre områder senere i livet. Selgerne opplever å lære mye om seg selv. De lærer å mestre situasjoner og å stå på gaten blant folk. Noen hender også å ha lært hvordan deres oppførsel og helsemessige form påvirker salget. Er de i dårlig form er det mindre sannsynlig at folk kjøper blad av dem. Selgerne forteller at de innehar og tilegner seg ulike typer kunnskap. Vegard omtaler noen selgere som “professorer innen dop”. Andre selgere forteller om en type kunnskap i rusmiljøet som handler om å kunne “se folk an”, og å kunne være beregnende nok til å naske i butikker. Videre skilles det mellom den kunnskap en som finnes i parken og kunnskap på universitetet. Tilslutt fant jeg ut at selgerne har både kortsiktige og langsiktige fremtidsplaner. Kortsiktige planer synes å være at selgeren har nok penger til å komme seg gjennom dagen, mens langsiktige planer dreier seg om å sette mål og spare penger til noe du har lyst på eller ønsker å kjøpe. Flere selgere ser på selgerjobben ved Megafon som midlertidig, og ønsker å finne ordinære jobber eller fullføre utdanning med tiden.

I kapittel 6 diskuterer jeg de mest sentrale funnene; hvilke tanker har selgerne om jobben, hva opplever selgerne å ha lært gjennom å selge Megafon, og hvordan ser selgerne på fremtiden - opp mot oppgavens teoretiske forankring.

6 Diskusjon

6.1 Innledning

I dette kapitlet vil jeg diskutere sentrale empiriske funn opp mot oppgavens teoretiske forankring og i lys av problemstilling og forskningsspørsmål. Jeg har valgt å vektlegge de funn som synes mest relevante for problemstillingen. Diskusjonen er disponert ut fra de tre forskningsspørsmålene; hvilke tanker har Megafonselgerne om jobben, hva opplever selgerne å ha lært gjennom å selge Megafon og hvordan ser selgerne på fremtiden. Diskusjonen som følger hver problemstilling belyser også hovedproblemstillingen; hvordan opplever Megafonselgere at jobben gir dem muligheter til å endre sin livssituasjon.

Sentrale begrep hos Paulo Freire, slik de også fremkommer i kritisk pedagogikk, er utgangspunktet for denne studien. *Endring* er et av de mest sentrale begrepene innenfor kritisk pedagogikk, og det finner jeg også sentralt i forbindelse med å studere selgeres opplevelse av å jobbe for gatemagasinet Megafon og hvordan de opplever at jobben som selger eventuelt har innflytelse på endring av livssituasjonen deres. Før jeg diskuterer dette nærmere vil jeg se nærmere på hvilke tanker Megafonselgere har i forhold til muligheten til å endre samfunnets fordommer mot dem - som gruppe.

6.2 Hvilke tanker har Megafonselgerne om jobben?

Det at rusavhengige og andre marginaliserte mennesker selger Megafon kan kanskje bidra til at samfunnsgrupper, som tidligere ikke har møttes i særlig grad, nå kommer i kontakt med hverandre. Man kan spørre seg om slike møter kan bidra til å bryte ned eksisterende fordommer blant de ulike samfunnsgruppene.

6.2.1 Kan selgernes tilstedeværelse bryte ned fordommer blant folk?

I kapittel 2 redegjorde jeg blant annet for hva den internasjonale gatemagasinorganisasjonen INSP arbeider for. Alle gatemagasiner innenfor denne organisasjonen skal blant annet tilby mennesker en mulighet til å tjene penger på lovlig vis, og gi dem muligheten til å bygge opp livet sitt. I tillegg skal gatemagasiner gi "tause stemmer" en mulighet til å bli hørt. Organisasjonen jobber også for sosial endring for og med mennesker som lever i fattigdom. Sammenligner man jobben som

gatemagasinselger med det å være elev i en klasse kan man finne mange likhetstrekk mellom gatemagasinenes ideologier og sentrale perspektiver innen kritisk pedagogikk. Freire ville kanskje sagt at gatemagasiners arbeid for sosial endring ikke er tilstrekkelig, da det er behov for endringer på et høyere politisk nivå. “Only political action in society can make social transformation, not critical study in the classroom” (Freire & Shor, 1987, s. 175). En undervisning bygget på kritisk pedagogikk er ikke alene tilstrekkelig. Det må skje større endringer i samfunnet enn det som er mulig å oppnå gjennom undervisning og utdanning. I Freires ånd kan man spørre møter mellom selgere av Megafon og deres kunder kan føre til dialog, hvor de involverte slutter å se verden som en statisk virkelighet, men heller ser på den som en verden i kontinuerlig endring. For at dette skal skje må de ulike gruppene bryte ut av det eksisterende rollemønsteret, og være åpne for å lære av hverandre. Flere av intervjupersonene reflekterer over dette, når de sier at de treffer mange hyggelige mennesker på gaten, men selvsagt også noen som er mindre hyggelige. Noen viser interesse for situasjonen de er i, noen gir dem penger, mens andre kommer med ufine kommentarer og oppfordringer.

“Jeg har hatt kjempemange kjipe opplevelser. Men så er det utrolig mange sjenerøse, tvers igjennom gode mennesker som gir av det de har” (Synne).

Flere selgere har tanker om hvorvidt Megafon er med på å bryte ned eksisterende fordommer, men at de fremdeles møter folk som ikke behandler dem med respekt. Synne fortalte om en kvinne som gav henne penger og ønsket å verve henne til Levende Ord. Dette kan kanskje sees på som det Freire (2005) ville betegne som “bankundervisning”, hvor kvinnen tar rollen som den undervisende som skal “fylle” Synne med sine kunnskaper. Nikolai forteller i tillegg om uhøflige mennesker som hånflirer av ham og rister på hodet. Det kan tenkes at det er hans oppfatning av deres handlinger, men hvis de faktisk håner ham kan det også betegnes som bankundervisning. De uttrykker sine holdninger til ham som marginalisert, eller rusavhengig, og rister på hodet av det. Med dette tilkjennegir de hva som er akseptable og hva som ikke er akseptable roller og statuser i samfunnet og hvor rusavhengighet plasseres i den marginale enden. Andre erfaringer selgerne forteller om kan kanskje forstås som forsøk eller innledning til dialog. Adrian forteller at han setter pris på at eldre mennesker stopper opp og prater med ham når han selger. De spør ham gjerne om han ruser seg, og han får anledning til å fortelle om seg selv. På denne måten kan de lære mer om hans situasjon, og dermed også om Megafonselgere generelt. Portretter av

selgere og deres bidrag i Megafon kan også være med på å lære folk generelt mer om selgerne. Dette er historier vi gjerne ikke hadde hatt kunnskap om hadde det ikke vært for gatemagasinet. På den andre siden kan det å presentere seg selv i bladet være en begrensning for endring gjennom at de eksponerer seg – og blottlegger seg selv og sine problemer. På tross av at gatemagasinet Megafon uttrykker at de ønsker å skape dialog mellom ulike samfunnsgrupper møter intervjupersonene en del fordommer på gaten. Det blir nevnt at de får kommentarer om at de er narkomane, at de tigger og lignende. Man kan ut fra dette anta at det å være selger av Megafon forbindes med en del fordommer og antakelser om hvordan selgerne er. Videre kan man spørre seg om dette begrenser deres endringspotensial. På den ene siden skaper bladet en positiv mulighet for rusavhengige og andre marginaliserte til å få en ærlig inntekt, men på den andre siden kan det føre til at samfunnet rundt plasserer dem i “bås”, eller stempler dem som narkomane, slik en av intervjupersonene uttrykker det. Pedersens (2008) funn kan også tyde på at man kan diskutere hvorvidt gatemagasinet =Oslos rolle i samfunnet kan endre storsamfunnets holdninger til selgerne. Han fant en rekke eksempler på at rusavhengige lykkes i å bruke rollen som selger til å redefinere rangeringsordenen i møter med folk på gaten. Allikevel viser eksemplene at den eksisterende normalitet/avvik-distinksjonen også reproduseres i de samme møtene. Flere selgere han har intervjuet opplevde at rollen som selger ikke hjalp dem i forhold til å endre rangeringen mellom dem selv og representanter for storsamfunnet (Pedersen, 2008). Ifølge Falch-Lillevold (2010) bygger =Oslos arbeid på empowerment – tenkningen som dreier som om myndiggjøring og å få kontroll over egen livssituasjon. Hun konkluderer med at bladet gir selgerne muligheter til å oppleve mestring, energi og kontroll over eget liv gjennom å ha en jobb. Denne tilnærmingen og ideologien har gjort at =Oslo har bidratt til å bryte ned eksisterende tabuer og forestillinger om vanskeligstilte mennesker i samfunnet (Falch-Lillevold, 2010). Samlet sett kan Megafons muligheter for å endre fordommer blant folk flest, diskuteres.

I den videre diskusjonen vil jeg vurdere hvorvidt selgerne opplever at jobben gir dem muligheter til å gjøre endringer i sin egen livssituasjon og drøfte det i lys av sentrale begreper innenfor kritisk pedagogikk og tidligere forskning.

6.2.2 Selgernes historier

Man finner eksempler på undertrykking og marginalisering overalt i samfunnet; knyttet til kjønn, seksualitet, etnisitet, fysisk eller psykisk helse. Gatemagasinet Megafon tilbyr arbeidsplass for personer som av ulike grunner faller utenfor det ordinære arbeidsmarkedet. Flere selgere som ble intervjuet forteller at strukturelle forhold har gjort det vanskelig å finne seg til rette andre steder enn i rusmiljøet. Synne forteller at hun føler seg urettferdig behandlet av skattevesenet, Fredrik mislyktes i en bråkete klasse, Nikolai flyttet hjemmefra som 15-åring og fikk ikke hjelpen han trengte fra Barnevernet, Adrian fant seg aldri til rette i det ordinære arbeidslivet, mens Preben gikk lei av å jobbe fra tidlig til sent hver dag. Kjetil fant det vanskelig å sjonglere et dobbeltliv hvor han på den ene siden hadde en ordinær jobb og på den andre siden tilhørte et rusmiljø på fritiden. Disse fortellingene sier noe om at personer med høyst forskjellige utgangspunkt kan finne seg til rette i en jobb som Megafonselger. Noen av selgerne jeg intervjuet forteller at mangel på skolegang førte til at de ikke fant sin plass i det ordinære arbeidslivet, mens andre forteller at de har hatt en ordinær jobb i flere år. Slike forhold understreker at selgerne av Megafon ikke representerer én bestemt gruppe mennesker, men består av et mangfold av mennesker med unike historier. Det at selgerne har ulik erfaring og ulike mål gjør det interessant å undersøke hvilke tanker de har om jobben, om endringsmuligheter og fremtiden. I det følgende vil jeg diskutere funn som handler om noen av de utfordringer intervjupersonene møter i hverdagen som Megafonselger.

6.2.3 “Å smile er det siste du har lyst å gjøre når du er syk”

Flere av intervjupersonene forteller om rusavhengighet. Det å kombinere et liv som rusavhengig med en jobb som selger er utfordrende på mange måter. Intervjupersonene forteller blant annet at de må arbeide mange timer som selger for å dekke utgiftene som må til for å skaffe seg rusmidler. I tillegg må de ofte begynne å selge før de har fått “friskmelding”. Uten friskmelding får de abstinenser, og føler seg syke. Dette gjør at det er vanskelig å smile og være hyggelig mot potensielle kunder. Sosial angst er også en utfordring for noen av intervjupersonene. Selgernes hverdag preges av økonomisk uforutsigbarhet, og mange tjener bare penger nok til utgiftene de har samme dag. På tross av slike utfordringer forteller selgerne at de selger blader mange timer hver dag, og så mange av ukens dager som mulig. De forteller at de prøver å smile og prate med folk på gaten, for på denne måten å rekruttere kunder. Rusavhengige selgere havner i en

situasjon hvor de som marginalisert gruppe må forholde seg til medlemmer av storsamfunnet – det etablerte samfunn. Som deltakere i storsamfunnet må de tilpasse seg de regler og normer som gjelder der.

“Smilet er en vanskelig del av jobben. Å smile er det siste man har lyst til å gjøre når man er syk. Det er en fordel å være frisk når man skal begynne på jobb. Men det er viktig å ikke krysse grensen rusmessig, slik at man opptrer ruset mens man selger” (Preben).

Her forteller Preben hvordan han mener at han som Megafonselger må tilpasse seg omverden. Han ønsker ikke å opptre ruset som selger. Her er Preben inne på utfordringer som marginaliserte mennesker kan møte når de kommer i kontakt med mennesker fra andre sosiale grupper i samfunnet. Dette ble også belyst i kapittel 3, hvor jeg viste til Sandberg og Pedersen (2007) som hevder at det kan være problematisk å overføre den atferden personene bruker i sitt miljø til andre sosiale miljø i samfunnet. Disse miljøene kan være så forskjellige at personer som tilhører de vanskeligste miljøene kan bli stigmatisert og ekskludert (Sandberg & Pedersen, 2007). Freires pedagogikk handler blant annet om at undertrykte grupper i samfunnet må utvikle en kritisk bevissthet om sin egen virkelighet og om samfunnet rundt. Bare på denne måten kan de lære å se sin egen (undertrykte) situasjon i samfunnet. Cahill (2000) utviklet begrepet *street literacy* i forbindelse med hvordan ungdommer i ulike gatemiljøer konstruerer seg selv i prosessen hvor man forstår verden gjennom interaksjon og erfaring. Ved hjelp av personlig erfaring og sosiale diskurser tolker og handler de miljøet de tilhører, og på denne måten blir de bevisst seg selv og sin rolle. Cahill viser også til Freires begrep om bevisstgjøring, når hun hevder at ungdommene hun forsker blant går igjennom en bevisstgjøringsprosess hvor de konfronterer årsakene til sin egen fattigdom og diskriminering. Hun understreker at denne prosessen er det første skrittet i retning av å finne alternative muligheter. I likhet med ungdommene Cahill (2000) tar utgangspunkt i, tilegner selgerne av Megafon seg kunnskaper utenfor en tradisjonell læringsarena eller utdanningsinstitusjonen. Her er det tale om uformell læring på en ukonvensjonell arena; gaten, der intervjupersonene selger bladet Megafon. Jeg har spurt selgerne jeg intervjuet om de opplever at de lærer noe i forbindelse med jobben sin. Dette kommer jeg imidlertid tilbake til senere i kapittelet. Først vil jeg diskutere selgernes tanker om hvorvidt egne bidrag til gatemagasinet Megafon representerer en ekstra mulighet, eller som slike bidrag kan virke begrensende eller stigmatiserende.

6.2.4 Selgernes bidrag i bladet; mulighet eller begrensning?

I Munchows (2008) artikkel kommer det frem at selv om det ikke alltid lar seg gjennomføre og få selgerne til å skrive artikler til Megafon, har artiklens tema ofte opphav i ulike innspill fra selgerne. Holmøy (2008) undersøkte dette blant flere norske gatemagasiner, og fant ut at de ulike magasinene i Oslo, Trondheim og Kristiansand forsøker å inkludere selgerne i produksjonen av gatemagasinene. Ifølge Freire er det viktig å kunne relatere det man lærer på ulike læringsarenaer til det man opplever ellers i livet (Freire og Shor, 1993). Ser man på jobben som selger av Megafon som en læringsarena kan det med andre ord sies å være viktig at selgerne kan relatere sin egen hverdag til det produktet de selger. Det at gatemagasiners innhold er tilpasset deres egen livsstil kan dermed påpekes å være særdeles viktig. For at selgerne skal kunne forstå og handle i verden må de dermed forstå ordene de benevner verden med.

En av metodene Megafon bruker til å inkludere selgerne i bladet på er å lage portretter av selgerne, hvor de forteller sin egen historie. Fredrik uttaler i intervjuet at han ser på det å stå frem i bladet på denne måten, at man har godtatt at dette er det livet man skal leve. Han finner dette svært problematisk, og sier at han har takket nei til slike forespørsler. Hans tanker om å bidra i bladet illustrerer at deltakelse i bladet ikke nødvendigvis betyr noe positivt for alle. På den andre siden er det flere selgere som benytter seg av mulighetene de blir tilbudt gjennom jobben som selger. I samtale om Adrians fremtidsplaner sier han at han sparer pengene han tjener som selger for å kunne kjøpe seg båt. Samtidig påpeker han at "Det er folk som har spart til moped her". Adrians egen plan og henvisning til andres nådde mål kan sies å vise mulighetene jobben som selger kan medføre. I intervjuene kommer det imidlertid frem utsagn som kan tolkes i retning av både muligheter og begrensninger ved jobben som selger. I intervjuet med Kjetil fortalte han en del om hvordan det kunne være utfordrende å justere ned rusbruk i forbindelse med jobben som selger. Dette vil jeg se nærmere på i neste avsnitt.

6.3 Hva opplever selgerne å ha lært gjennom å selge Megafon?

I denne studien spør jeg hvordan selgere opplever at jobben som Megafonselger gir dem mulighet til å endre livssituasjonen sin. Jeg forstår læring i en utvidet forstand, og finner endringsbegrepet sentralt. I intervjuene var endring et sentralt tema, på tross av at jeg aldri spurte eksplisitt om dette. Arbeidet med å selge Megafon fører blant annet til at

selgerne lærer noe som kan overføres til andre arbeidsområder. I tillegg til dette nevner flere intervjupersoner at de gjennom jobben som Megafonselger også lærer noe om seg selv. Som jeg nevnte i kapittel 3 kan man knytte selgernes uttalelser om kunnskap om seg selv og egen situasjon til Freires begrep kritisk bevissthet. Gjennom kritisk bevissthet om sin egen situasjon og andre forhold i samfunnet kan selgerne få kraft og mulighet til å endre sin forståelse av virkeligheten (Westrheim, 2009). Flere av selgerne forteller at de enten er eller har vært rusavhengige, noe som kan knyttes til utfordringer i forhold til selgerjobben. Kjetil forteller at han finner det utfordrende å begrense seg i forhold til rus så lenge han selger Megafon.

“Det er på en måte det samme miljøet som går igjen. Parken, Megafon og andre steder. Så det er ikke å stikke under en stol at det er mange rusmisbrukere her på Megafon. Men de er rusmisbrukere i veldig forskjellig grad. Noen bruker mer, og gjerne andre stoffer. Det blir mye rusprat, og det synes jeg gjør det vanskelig å kutte ned” (Kjetil).

Kjetil poengterer at selgerne er rusavhengige i ulik grad. Det å begrense rusinntaket ble vanskelig fordi han stadig støtte på rusmiljøet og rusprat gjennom jobben som selger av Megafon. Kjetils utfordringer kan sammenlignes med de utfordringene Rob støtte på etter at han slapp ut av fengsel og ønsket å bryte med sin kriminelle fortid (Anderson, 2001). I fengselet endret han sine planer for fremtiden, og ønsket å starte et lovlydig liv utenfor murene. Hans tidligere miljø hadde imidlertid andre forventninger til ham. Idet han slapp ut av fengsel ble han tilbudt en pistol av en av hans tidligere kamerater. Han klarte imidlertid å stå imot presset i lengden, og endte opp med å bli restaurantsjef på en lokal restaurant (Anderson, 2001). Kjetil peker på vanskeligheter han opplever med å holde seg unna rusprat når mange av de andre selgerne han møter i utsalget er opptatt av dette. Han forteller at han synes det er vanskelig å avslå slik prat uten å være uhøflig. Slik jeg ser det reflekterer Kjetil kritisk over sin egen situasjon, og vanskelighetene han møter med å justere ned rusinntaket. Han er bevisst på at jobben som selger innebærer at han vil omgås rusmiljøet han kanskje ønsker seg bort fra. På den andre siden reflekterer han senere i intervjuet over gleden ved å prate med de ansatte ved Megafon. Han opplever at de støtter ham og hjelper ham med å få mot til å gå ut og selge blader igjen hvis han har hatt dårlige opplevelser. Som selger kan man kanskje oppleve å tilhøre flere miljøer på én gang, og det kan være vanskelig å endre handlingsmønster og tilpasse seg de ulike situasjonene. Flere opplever det også som vanskelig å stille opp

som Megafonselger når de man kjenner ikke vet at de befinner seg i en så vanskelig situasjon.

6.3.1 “I begynnelsen var jeg bekymret for at det skulle komme noen jeg kjente”

Preben forteller hvordan det er å treffe folk han kjenner når han selger Megafon. Han vil helst selge der det er minst sannsynlig at han treffer folk han kjenner. Dette temaet kommer særlig frem i intervjuet med Kjetil. Som nevnt i kapittel 5 føler han at han har levd et dobbeltliv i mange år hvor han på den ene siden har hatt en ordinær jobb, men på den andre siden har rust seg og holdt seg i et miljø hvor dette foregår.

“I begynnelsen var jeg bekymret for at det skulle komme noen jeg kjente. Det var det verste. Tenk hvis noen kjenner meg igjen” (Kjetil).

Kjetil ser på dette som sosialiseringstrening; man må lære seg å takle disse situasjonene. Flere av selgerne påpekte at de lærer å takle ulike situasjoner og at salg av Megafon gir en følelse av å mestre noe. Jobben innebærer daglige møter med mange ulike typer mennesker, og Adrian, Fredrik og Kjetil mener de lærer noe gjennom slike møter, de lærer andre mennesker å kjenne.

“Og det går inn på deg at når folk som egentlig kom imot deg på fortauet, krysser gaten for å komme seg over på motsatt fortau (...)” (Fredrik).

Fredrik forteller at han synes salg av Megafon er utfordrende, særlig i møte med folks holdninger på gaten. Han opplever det vanskelig når folk tar synlige omveier for ikke å møte ham. Det er langt fra sikkert at folk gjør dette bevisst, eller fordi han selger Megafon. Folk har grunner for å skygge unna gateselgere, og det er ikke nødvendigvis forbundet med gruppen som selger Megafon. For Fredrik oppleves det imidlertid slik, og han forteller videre at han opplever at folk behandler ham respektløst.

“Altså, det er jo ofte folk går forbi, faktisk godt voksne mennesker går forbi og... Faktisk sier drit; «Se han der gjør seg til», og «Han bare tigger», og slike ting. Men jeg ser ikke på dette som tigging. Jeg står og selger. De kan si hva de vil. Jeg har opplevd sånne episoder. Så får man av og til noen stygge blikk og litt sånn” (Fredrik).

Noen selgere opplever at folk de møter på gaten kan være “frekk i kjeften”, og flere enn Fredrik understreker at det kan være utfordrende å forholde seg høflig og tolerant i slike situasjoner. Ser man på Andersons (1999) studie fant han at gatekoden handler om jakten på respekt. Hvis man antar at rusmiljøet har noen regler og koder som

medlemmene kan, forstår og anvender, så vil det å selge Megafon være den rake motsetning når det gjelder koder. En selger vil da måtte takle negative kommentarer på en høflig måte, en situasjon som sannsynligvis ville forløpt annerledes i selgerens kjente miljø. Dette understreker at rusavhengige selgere sannsynligvis må støte på utfordringer av denne art som selgere av Megafon.

Jeg har her diskutert hvorvidt det å bidra med egen historie i bladet og det å selge gatemagasinet Megafon kan gi selgerne muligheter og begrensninger i livet. For noen av selgerne betyr det å være Megafonselger marginalisering, og enkelte føler seg stemplet som narkoman. Dette kan relateres til Freires begrep om bankundervisning, hvor Megafonselgerne opplever sin tilværelse som at de er noen, at de er narkomane. For andre selgere kommer det frem at de ser på det å selge Megafon som en mulighet til endring, og at de kan få oppfylt sine mål. Her kan man kanskje finne Freires tanker om problemrettet undervisning sentralt, og at selgerne ser på jobben sin som en mulig inngangsport til å bli noen.

6.3.2 “Jeg føler meg som en del av samfunnet når jeg selger Megafon (...)”

Spørsmålene jeg stilte om læring kan knyttes til spørsmålene jeg stilte om kunnskap. I samtaler omkring læring kommer to av intervjupersonene inn på det jeg her vil kalle “gatekunnskap”. Vegard legger stor vekt på de ressurser man kan finne i rusmiljøet. Han hevder at flere selgere har kunnskaper som gjør dem til eksperter på sitt område. Det kan tenkes at kunnskaper en tilegner seg som medlem i rusmiljøet til en viss grad også kan overføres til jobben som Megafonselger. Sandberg og Pedersen (2007) bruker begrepet gatekapital (jfr. kapittel 2) for å beskrive den komplekse kompetansen hos hasjselgerne ved Akerselva. Begrepet sier noe om hvordan rusavhengige kan forstås som aktivt handlende, meningssøkende og rasjonelle, i motsetning til den diskursen som fremstiller rusmisbrukere som viljesvake eller syke (Sandberg & Pedersen, 2007). Flere av intervjupersonene forteller at de lærer noe i jobben som Megafonselgere. De knytter kunnskap de tilegner seg i denne jobben til mulige fremtidige jobber. Noe som spesielt kommer frem i intervjuene er at flere intervjupersoner opplever at de lærer mye om seg selv i selgerjobben. Flere hevder at de lærer å mestre vanskelige situasjoner som kan oppstå på gaten.

“Man lærer å være høflig og tolerere alle slags mennesker. Uansett hvor frekk de er i kjeften, skal du lære å takle det” (Fredrik).

Intervjupersonene uttrykker seg reflektert om de utfordringer de møter ved på den ene siden å tilhøre et rusmiljø og samtidig være Megafonselger. Som Megafonselgere deltar de på andre samfunnsarenaer enn dem de til vanlig beveger seg i. Dette medfører en tilpasning til disse arenaenes - ofte uuttalte - normer og regler.

“Med mindre jeg har en dårlig dag er folk jeg treffer på gaten stort sett veldig positive og støttende. De sier gjerne «Håper du får orden på ting». Jeg føler meg som en del av samfunnet når jeg selger Megafon, i motsetning til når jeg bare sitter i parken og koser meg. For det går ikke an å gå i parken og forvente at folk skal komme og kjøpe blader av deg. Det går ikke. Man må holde seg til et nivå. Frisk. Man må ikke krysse den grensen og være ruset” (Preben).

Preben gjør det klart at han føler seg mer som samfunnsdeltaker når han selger Megafon, enn når han er i parken. Dette kan tyde på at jobben som selger gir ham en mulighet til slik samfunnsdeltakelse. I kapittel 2 forteller grunnleggeren av The Big Issue om sitt møte med en selger av Street News. Selgeren forteller ham hva han opplever som forskjellen mellom å tigge og å selge The Big Issue, og hvor stor pris han setter på å treffe folk når han selger. Han opplever det som positivt at folk ser ham i øynene, og når de er interessert i hva han driver med (Swithinbank, 2001). Dette kan direkte relateres til Prebens uttalelser. Prebens følelse av tilhørighet i samfunnet som selger av Megafon kan tolkes dit hen at jobben styrker selvfølelsen hans. Ifølge Freire (2005) er det viktig at marginaliserte gruppe eller mennesker slutter å betrakte seg selv som ofre. Han hevder at bevisstgjøring gjør det mulig for mennesker å gå inn i den historiske prosessen som kritisk bevisste og aktivt handlende subjekter (Freire, 2005; se også Westrheim 2004, 2009). Dette kan sees i sammenheng med hva Megafonselgerne gjør i sin jobb. I motsetning til andre tiltak som veldedighet og lignende, hvor de får mat (veldedighet) og andre nødvendigheter, må de gjøre noe aktivt (aktivt handlende i verden) for å tjene egne og ærlige penger. Engvik (2007) konkluderte med at =Oslo selgeres historie begynner med determinisme, uflaks og svik, men ender med optimisme, vilje og forventninger. Selgerne fremstilles i bladet som ofre som har muligheten til å bli helter (Engvik, 2007). Dette kan i stor grad også relateres funn som er gjort i denne undersøkelsen, da flere intervjupersoner forteller at strukturelle forhold gjorde det vanskelig for dem å finne seg til rette andre steder enn i rusmiljøet. Synne følte seg urettferdig behandlet av skattevesenet, Nikolai flyttet hjemmefra som femtenåring, og fikk ikke hjelpen han trengte fra Barnevernet, Fredrik mislyktes i en bråkete klasse og Adrian fant seg ikke til rette i det ordinære arbeidslivet. Selgernes

individuelle fortellinger vitner imidlertid om at de tar utfordringene de møter og fortsetter mot sine egne mål. Intervjupersonene har mange tanker om fremtiden, noe jeg vil se nærmere på i den neste delen av kapittelet.

6.3.3 Hvordan ser selgerne på fremtiden?

Fremtiden og fremtidsplaner ble et naturlig tema i nesten alle intervjuene jeg gjorde. Noen av selgerne snakket om fremtidsplaner i forhold til jobben som selger, andre fortalte om planer de hadde etter tiden som Megafonselger. De fleste selgerne så på jobben som Megafonselger som midlertidig. Viktige målsetninger blant noen av selgerne er å bli rusfri, fullføre utdanning og å få en ordinær jobb. Selgernes tanker om fremtiden kan tolkes dit hen at de er bevisst seg selv og sin egen situasjon. Dermed kommer de i en posisjon der de kanskje kan klare å endre sin nåværende livssituasjon. Mange selgere forteller imidlertid om blandede følelser til jobben som Megafonselger. Synne føler seg stigmatisert og stemplet.

“Du står jo bare der. Eksponert. Stemplet som narkoman” (Synne).

Flere selgere synes det er problematisk når rollen som Megafonselger blir synonymt med å være rusavhengig. Selv om man finner et endringspotensial i jobben som Megafonselger, er det likevel begrenset. Det er visse fordommer knyttet til dem som selger Megafon, og er man rusavhengig eller forsøker å trappe ned, vil det sannsynligvis være vanskelig å treffe på personer fra rusmiljøet på jobb som selger. Jobben som Megafonselger kan på den andre siden være et godt utgangspunkt for endring. Noen selgere forteller at selvtilliten øker etter hvert som de jobber. Kjetil sier at støtten fra venner, familie og ansatte ved Megafon hjelper på selvfølelsen, og gjør det dermed lettere å fortsette som selger. For ham har det vært vanskelig å kombinere jobben på et offentlig kontor, med det å være rusavhengig. Dette er grunnen til at han opplever det så vanskelig å bli gjenkjent når han selger bladet på gaten. Han mener det er som å leve et dobbeltliv. Med tilhørighet til to helt ulike miljøer har han venner som er rusavhengige og venner han kjenner gjennom det ordinære arbeidslivet. To av selgerne hevder at de ikke ønsker å stå frem i intervjuer i bladet, da de opplever det som en bekreftelse overfor seg selv og andre at de er rusavhengige. De har ikke planer om å forbli rusavhengige, men tvert om har de planer om å endre livsstil. Fredrik forbinder det å stå frem i Megafon som ensbetydende med å godta at dette er livet man skal leve for alltid. Han har andre planer for hvordan han vil leve sitt liv i fremtiden, og jobben som

Megafonselger er ikke en del av den planen. Kjetil forteller om en turbulent utdanningsperiode som var en tid preget av rus og vanskeligheter. Sitatet illustrerer imidlertid også at han er målbevisst og motivert for å klare å fullføre utdannelsen han har begynt på. Dette har han klart før. Selgerne virker på denne måten å være bevisst seg selv og sin situasjon. Det kommer frem at det å jobbe som selger er et valg de har tatt, mens for andre er det kun et steg på veien til en ”vanlig” jobb.

“Jeg føler at de som står frem i bladet har godtatt at dette er resten av livet deres. Det er ikke min plan. Derfor vil jeg ikke være i bladet heller. Når jeg er ute av det, vil jeg være ute av det. Jeg vil ikke at det skal dukke opp bilder av meg senere” (Fredrik).

Å være ”ute av det” kan tolkes som at Fredrik ser for seg en fremtid som rusfri, og dersom han lar seg intervju som rusavhengig i Megafon vil det følge ham resten av livet – som et stigma. Fredrik er ung og føler at han fremdeles har mange muligheter. I studien av *The Big Issue* - selgerne, svarte over to tredjedeler at jobben økte deres motivasjon til å gjøre større endringer i livet (Ohls, 2007). Resultatene av undersøkelsen og de funn som ble gjort, kan tolkes dit hen at jobben som selger kan føre til økt motivasjon for endring, med andre ord å komme seg ut av rusavhengighet. Nok en gang kan man knytte begrepet *becoming* fra Freire (2006, s. 84) til jobben som selger (se også Westrheim, 2009, s. 89). Intervjupersonenes utsagn og undersøkelsen fra Ohls (2007) viser at selgerne ser et endringspotensial i jobben som selger, og at de vil bli noen. Noe av det som skiller gatemagasiner fra andre tiltak for marginaliserte grupper er at initiativet bak viser til løsningsmuligheter. Dette gir også håp om at det er en fremtid i vente (Swithinbank, 1997). Salg av gatemagasiner gir med andre ord en mulighet for selgerne til å være aktivt deltakende i sin egen endringsprosess. Dette kan igjen relateres til Freires begrep bevisstgjøring - som handler om å forstå motsetningsforhold i samfunnet, og handle i forhold til dem. Cahill (2000) benytter også bevisstgjøringsbegrepet i sin studie, og påpeker at ungdommene i hennes studie blir bevisst sin egen situasjon før de kan gjøre endringer i livet sitt. Flere av intervjupersonene i min studie gir uttrykk for at selgerjobben har bidratt til en bevisstgjøringsprosess, som også har gjort dem til mer aktivt handlende mennesker. Som Megafonselger må man stille seg blant folk og vise at man er annerledes. I løpet av intervjuet med Fredrik diskuterte vi om han mente at Megafon hadde endret noe i relasjonen mellom rusmisbrukere og “vanlige folk”. Som han sier over opplever han (gjennom sine møter med folk) at mange mennesker har endret oppfatning av

rusmisbrukere, men at det fremdeles eksisterer fordommer blant folk på gaten. Dette kan sees i relasjon til Freires (2005) tanker om dialog i undervisning. Lærene (i selgernes tilfelle) – folk på gaten, skal ikke være dem som lærer bort, men som heller lære i dialog med sine elever - selgerne. Deltakerne i dialogen blir dermed ansvarlige for en utviklende prosess hvor virkeligheten stadig avsløres – og forhåpentligvis endres. På denne måten kan man oppnå en situasjon hvor man lærer å oppfatte kritisk måten man eksisterer i verden på. Samfunnet blir dermed ikke del av en virkelighet hvor fordommer og antakelser om andre mennesker er statiske, men heller i stadig utvikling. Som nevnt knytter Aronowitz (1993) denne type undervisning til elevenes evne til å se på virkeligheten som en prosess henimot å bli noen, i motsetning til bare å være noen. For rusavhengige selgere spesielt kan det tenkes at en slik problemrettet dialog kan gi selgerne en følelse av endring og muligheten til å utvikle seg mot sine egne mål.

6.4 Oppsummering

I dette kapittelet har jeg diskutert studiens sentrale funn i lys av oppgavens teoretiske perspektiv, problemstilling og forskningsspørsmål. Jeg startet drøftingen ved å undersøke hvorvidt Megafon som blad og arbeidsplass kan være med på å bryte ned eksisterende fordommer mot marginaliserte mennesker i samfunnet. Både tidligere studier og utsagn fra intervjupersonene kan tolkes dit hen at man kan finne muligheter og begrensninger ved dette. På den ene side gir gatemagasinet muligheten til at selgerne kan få en ærlig inntekt, og på den måten utvikle seg selv og utvide sine muligheter. På den andre side kan samfunnet rundt stemple selgeren av Megafon som narkoman - slik en av intervjupersonene uttrykker det.

I den videre diskusjonen undersøkte jeg studiens hovedproblemstilling nærmere, nemlig om selgerne opplever at jobben gir dem muligheter til å gjøre endringer i eget liv. Her knyttet jeg Freires begrep om å bli noen (becoming) til de mulighetene som arbeidet for gatemagasinet gir selgerne. Om selgeren oppnår å inngå i en relasjon til representanter fra storsamfunnet (kunder på gaten), kan både selgeren og den personen selgeren møter, kunne inngå i dialog. Når begge parter går inn i dialogen med en genuin vilje til endring, vil også læring skje (Westrheim, 2004). En genuin vilje til endring betyr her at partene prøver å se og forstå den andres situasjon. Dette kan igjen føre til at samfunnet endres – om enn så lite og at eksisterende fordommer kan brytes ned, noe som igjen kan utvide selgernes muligheter. Freire understreker at politisk handling i samfunnet må til

for å skape sosial transformasjon, men et sted må endring begynne. Gatemagasiner er en voksende virksomhet og kan kanskje være med på å bidra til sosial transformasjon.

7 Avsluttende kommentar

I denne studien har jeg undersøkt hvordan selgere av Megafon opplever at de kan gjøre endringer i sin livssituasjon gjennom jobben. For å få en dypere forståelse for deres tanker vedrørende endring har jeg tatt utgangspunkt i Paulo Freires og kritisk pedagogikk. Under vil jeg konkludere i henhold til problemstillingen og hvert av de tre forskningsspørsmålene jeg har stilt.

7.1 Hvilke tanker har Megafonselgere om jobben?

Under intervjuene ble intervjupersonene (selgerne) spurt om de tror at Megafon kan bidra til å bryte ned fordommer i samfunnet. Det selgerne sier er at på den ene side kan bladet som medium gi folk bedre informasjon om selgernes situasjon og vanskeligheter, i tillegg kommer selgerne i prat med folk når de selger bladet. Gjennom slike møter kan det oppstå dialogiske situasjoner der både selger og kjøper kan lære av hverandre. På den andre siden forteller selgerne at de også møter fordommer på gaten og føler seg stemplet som narkomane når de selger Megafon. Her kan man stille spørsmål ved om hvorvidt selgerne ved sin tilstedeværelse på gaten bidrar til å bryte ned eksisterende fordommer mot rusmisbrukere og andre marginaliserte grupper, eller om slike fordommer i stedet reproduseres. Funn i denne studien indikerer at selgernes møter med kunder på gaten *kan* føre til dialog og endring. Dette avhenger imidlertid av at begge deltakere av dialogen stiller med genuin interesse for endring.

7.2 Hva opplever selgerne å ha lært gjennom å selge Megafon?

Når det gjelder spørsmål om kunnskap svarte flere av intervjupersonene at Megafonselgere generelt har kunnskap som de har ervervet seg gjennom sin spesielle livssituasjon, og som kan knyttes til gaten. Typiske eksempler er kunnskap om rusmidler, om mennesker, og om evnen til å se ulike typer mennesker an; en slags menneskekunnskap. Dette kan forstås i lys av det Sandberg og Pedersen (2007) omtaler som gatekapital, et begrep som kan anvendes for å forstå selgerne som aktivt handlende og rasjonelle. Flere intervjupersoner opplevde også at de lærte mye om seg selv gjennom jobben som selger. Det å mestre vanskelige situasjoner på gaten er ett slikt eksempel. Vanskelige møter med folk på gaten er noe som går igjen i

intervjupersonenes fortellinger. I studien knyttes deres tanker om dette til deres møter med fordommer hos folk på gaten.

7.3 Hvordan ser selgerne på fremtiden?

Paulo Freire ser på bevisstgjøring som nøkkelen til å kunne komme seg ut av en undertrykt posisjon og situasjon og til å gjøre endringer i livet. I datamaterialet fant jeg flere utsagn som kunne tyde på at selgerne var bevisst sin egen situasjon. Et eksempel på dette er at flere selgere forteller at de har tatt et valg om å jobbe som selger, gjerne for å nå et fremtidig mål om å få seg en ordinær jobb. Fremtidsplaner var et tema jeg i utgangspunktet ikke hadde med i intervjuguiden, men som dukket opp i nærmest samtlige intervjuer. Dermed ble fremtidsplaner en naturlig analysekategori. Flere intervjupersoner ga uttrykk for at jobben som selger av Megafon ble betraktet som midlertidig. Selv hadde de andre ønsker og planer for fremtiden. Rusfrihet og type arbeid stod høyt blant intervjupersonenes ønsker for fremtiden. Kjetil reflekterer over tanken om å bli rusfri, samtidig som han selger Megafon. Han tenker at dette kan bli vanskelig fordi de andre selgerne sannsynligvis vil være ruset i ulik grad, og at samtalene selgerne imellom gjerne omhandler rus.

7.4 Avsluttende kommentarer

Jobben som Megafonselger gir på ulike måter selgerne muligheten til å bevege seg fra en tilstand hvor de har en bestemt oppfatning av seg selv – ofte som rusmisbruker - til å gjøre endringer i livet sitt i retning av å *bli noe mer*. Begrepene endring, dialog og *becoming* fra Paulo Freire, har bidratt til å øke forståelsen for selgernes komplekse situasjon, men også for de muligheter de har. På tross av at Freire hevder at omfattende, politiske tiltak må til for å gjøre endringer i samfunnet – så kan gatemagasinet Megafon likevel bidra med noe til å bryte ned eksisterende fordommer blant folk. Mulighetene som Megafon tilbyr, kan bidra til endring for den enkelte selger, ved at de tilegner seg kunnskaper om hvordan de kan håndtere, og kanskje også overkomme vanskelige situasjoner. Opplevelsen av å ha en viss kontroll over livssituasjonen gjør at man føler seg mindre marginalisert, noe som igjen kan øke opplevelsen av deltakelse i samfunnet.

7.5 Videre forskning

Gjennom arbeidet med masteroppgaven har jeg sett flere mulige innfallsvinkler til videre forskningsprosjekt. Et interessant moment som jeg ikke har kunnet belyse i

denne studien, er medias fremstilling av rusavhengige som marginaliserte gruppe. Nyhetsmedier påvirker folks holdninger på ulike måter, og det kunne være interessant å foreta en analyse av medieoppslag som omhandler gruppen rusavhengige eller Megafonselgere spesielt. En slik undersøkelse kunne kanskje forklare *hvorfor* selgerne opplever at folk på gaten unngår dem, eller kommer med negative kommentarer. Det kunne også vært interessant å se nærmere på selgernes skolebakgrunn og erfaringer i utdanningsfeltet. Flere intervjupersoner forteller at de ikke har klart å fullføre videregående skole, andre forteller at de påbegynte høyere utdanning, men droppet ut. Slike spørsmål inngikk ikke i intervjuguiden, men flere intervjupersoner tok på eget initiativ opp slike problemstillinger.

Litteratur

- ALF (2011a, 24.april). *ÅRSMELDING ALF AS – 2009*. Hentet fra <http://alf.no/LinkClick.aspx?fileticket=7Re9ogI-5s8%3d&tabid=225&mid=770>
- ALF (2011b, 24.april). *Dagtilbud*. Hentet fra <http://alf.no/Programmertiltak/DAGTILBUD/tabid/116/Default.aspx>
- Anderson, E. (1990). *Street Wise. Race, Class, and Change in an Urban Community*. Chicago: The University of Chicago Press
- Anderson, E. (1999). *Code of the Street: Decency, Violence and the Moral Life of The Inner City*. New York: W. W. Norton & Company.
- Anderson, E. (2001). Going Straight. The Story of a Young Inner-City Ex-Convict. *Punishment & Society*, 2001(3), 135-152. Hentet fra <http://pun.sagepub.com/content/3/1/135.full.pdf+html>
- Aronowitz, S. (1993). Freire's radical democratic humanism. I: McLaren, P. og Leonard, P. (Red.). *Paulo Freire. A Critical Encounter* (8-24). London: Routledge
- Aubin, B. (2008). *The Homeless, Street Papers, and The World That Houses Them*. Honors Capstone for School of Communication. Hentet fra <http://dspace.wrlc.org/bitstream/1961/4669/4/Brittany%20Aubin%2c%202008S.pdf>
- BA (2007). *-I kjø for å selge Megafon*. Hentet 25.januar 2011 fra: <http://www.ba.no/nyheter/article2559849.ece>.
- Befring, E. (2007). *Forskningsmetode med etikk og statistikk*. Oslo: Det Norske Samlaget
- Biesta, G. (2006). *Beyond learning. Democratic education for a human future*. Colorado: Paradigm Publishers
- Brinkmann, S. og Kvale, S. (2009). *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS

- Carspecken, P. A. (1996). *Critical ethnography in educational research: a theoretical and practical guide*. New York: Routledge
- Cahill, C. (2000). Street Literacy: Urban Teenagers' Strategies for Negotiating their Neighbourhood. *Journal of Youth Studies*, 2000(3), 251-277. Hentet fra <http://content.lib.utah.edu/cdm4/document.php?CISOROOT=/ir-main&CISOPTR=486>
- Charmaz, K. (2008). Grounded theory. I: Smith, Jonathan A. (Red.), *Qualitative Psychology. A practical Guide to Research Methods* (s. 81-110). London: Sage Publications Ltd.
- Chiseri-Strater, E. (1991). *Academic literacies: The public and private discourse of university students*. Portsmouth: Boynton/Cook Publishers
- Cohen, L., Manion, L. og Morrison, K. (2000). *Research Methods in Education*. London: RoutledgeFalmer
- Engvik, M. (2007). *En fortelling om rusavhengighet – en studie av foreningen Erlik og gatemagasinet =Oslo* (Masteroppgave). Oslo, Universitetet i Oslo.
- Falch-Lillevold, K. T. (2010). Å reise seg fra asfalten. Gatemagasinet =Oslo som redskap for mestring og identitetsutvikling. *Tidsskrift for psykisk helsearbeid*, 2010(7), 26-35. Hentet fra: <http://www.idunn.no/ts/tph/2010/01/art01>
- Freire, P. og Shor, I. (1987). *A Pedagogy for Liberation*. New York: Bergin & Garvey Publishers Inc
- Freire, P. (2005). *De undertryktes pedagogikk*. Oslo: Gyldendal Akademisk
- Freire, P. (2006). *Pedagogy of the oppressed*. New York: Continuum
- Giroux, H. A. (1993). Paulo Freire and the politics of postcolonialism. I: McLaren, P. og Leonard, P. (red.). *Paulo Freire. A Critical Encounter* (s. 25-35). London: Routledge
- Hanks, S. og Swithinbank, T. (1997). The Big Issue and other street papers: a response to homelessness. *Environment and Urbanization*, 1997(9), 149-158. Hentet fra <http://eau.sagepub.com/content/9/1/149.full.pdf+html>

- Hatch, J. A. (2002). *Doing qualitative research in education settings*. Albany: State University of New York Press
- Heggen, K. og Øia, T. (2005). *Ungdom i endring. Mestring og marginalisering*. Oslo: Abstrakt Forlag
- Holmøy, K.L. (2008). Bruker og selger. *Rus&Samfunn*, 2008(5), 13-15. Hentet fra http://www.idunn.no/ts/rusos/2008/05/bruker_og_selger
- Howley, K. (2003). A Poverty of Voices: Street Papers as Communicative Democracy. *Journalism*, 2003(4), 273-292. Hentet fra <http://jou.sagepub.com/content/4/3/273.full.pdf+html>
- Høyer, G. (2009, 13. mars). *Rusmisbrukere*, De nasjonale forskningsetiske komiteer. Hentet fra <http://etikkom.no/no/FBIB/Temaer/Forskning-pa-bestemte-grupper/Rusmisbrukere/>
- INSP (2011a, 23.april). *Our Street Papers. View by country*. Hentet fra <http://www.street-papers.org/our-street-papers/viewbycountry/NO>
- INSP (2011b, 23.april). *History of INSP*. Hentet fra <http://www.street-papers.org/history/>
- INSP (2011c, 23.april). *What is a Street Paper*. Hentet fra <http://www.street-papers.org/what-is-a-street-paper/>
- INSP (2011d, 23.april). *Our Street Papers*. Hentet fra <http://www.street-papers.org/our-street-papers/>
- Kincheloe, J.L. (2005). *Critical Pedagogy*. New York: Peter Lang Publishing
- Kunnskapsdepartementet [KD] (2006). *...og ingen stod igjen. Tidlig innsats for livslang læring*. St.meld. nr. 16. (2006-2007). Oslo: Departementet
- Lillejord, S. (2005). Hva er pedagogisk kunnskap? Et eksempel fra praktisk-pedagogisk utdanning. *Idunn*, 2005(2), 81-94. Hentet fra http://www.idunn.no/ts/np/2005/02/hva_er_pedagogisk_kunnskap_et_eksempel_fra_praktisk-pedagogisk_utdanning?languageId=2

- McLaren, P. og Leonard, P. (1993). *Paulo Freire. A Critical Encounter*. New York: Routledge
- Megafon (2011a, 23. april). *Dette er Megafon*. Hentet fra http://www.megafon.no/om_megafon/hva_er_megafon/
- Megafon (2011b, 23.april). *Våre verdier*. Hentet fra <http://www.megafon.no/verdier/>
- Megafon (2011c, 23.april). *Megafon*. Hentet fra <http://megafon.no/>
- Moshuus, G., Backe-Hansen, E., Kristiansen, I.H. og Suseg, H.(2010). *Verdighetsforvaltning i liv på grensen. En kvalitativ studie av barn og foreldre i familier med vedvarende lavinntekt* (NOVA-rapport 16/10). Oslo: Norsk institutt for forskning om oppvekst, velferd og aldring.
- Munchow, O. V. (2008). Megafon satser på brukervedvirkning. *Rus&Samfunn*, 2008(5), 16- 17. Hentet fra http://www.idunn.no/ts/rusos/2008/05/megafon_satser_pa_brukermedvirkning
- Ohls, C. (2007). *Wellbeing in a life of ill-beeing. A qualitative study investigating the wellbeing of nine vendors of the street paper "Oslo"* (Masteroppgave). Oslo, Høgskolen i Oslo.
- Ohls, C. (2008). «Somliga går med trasiga skor». En kvalitativ intervjustudie gjord bland säljare av gatutidningen =Oslo. *Fontene*, 2008(1), 27-37. Hentet fra http://multimedia.api.no/shares/archive/023111/fontene_forskning_2311022a.pdf
- Paulgaard, G. (2006). Feltarbeid i egen kultur – innenfra, utenfra eller begge deler? I: Fossåskaret, E., Fuglestad, O.L., Aase, T. H. (red.), *Metodisk feltarbeid. Produksjon og tolkning av kvalitative data* (s. 70-93). Oslo: Universitetsforlaget.
- Pedersen, B. (2008). "Nå er vi væpnet med varmende ord". *En etnografisk undersøkelse av =Osloelgere på gata i Oslo* (Masteroppgave). Oslo, Universitetet i Oslo.
- Sandberg, S. og Pedersen, W. (2007). *Gatekapital*. Oslo: Universitetsforlaget

- Shor, I. (1993). Education is politics: Paulo Freire's critical pedagogy. I: McLaren, P. og Leonard, P. (red.). *Paulo Freire. A Critical Encounter* (s. 25-35). London: Routledge
- Silverman, D. (2009). *Interpreting qualitative data*. London: Sage Publications
- Simonsen, C. og Stadaas, M. (2008). *Om gatemagasinet Megafon og samfunnsarbeid* (Masteroppgave). Bergen, Høyskolen i Bergen.
- Swithinbank, T. (1997). The Street press: Homelessness, Self-help and Social Identity. *Gender and Development*, 1997(5), 45-51. Hentet fra <http://www.jstor.org/stable/4030398>
- Swithinbank, T. (2001). *Coming up from the streets. The story of The Big Issue*. London: Earthscan Publications Ltd
- Synonymer (2011a, 24.mars). *Marginal*. Hentet fra <http://www.synonymer.no/tiki-index.php?page=marginal>
- Synonymer (2011b, 24.mars). *Vanskelighet*. Hentet fra <http://www.synonymer.no/tiki-index.php?page=vanskelighet>
- Torck, D. (2001). Voices of homeless people in street newspapers: A cross-cultural exploration. *Discourse & Society*, 2001(12), 371-392. Hentet fra <http://das.sagepub.com/content/12/3/371.full.pdf+html>
- Westrheim, K.T. (2004). Kritisk pedagogikk og multikulturalisme i lys av Freiretradisjonen. Noen sentrale perspektiv. *Idunn*, 2004(3), 212-226. Hentet fra <http://www.idunn.no/servlets/content?marketplaceId=2000&languageId=1&contentItemId=1213533&pageName=printVersion&siteNodeId=1213581&skipDecorating=true>
- Westrheim, K. T. (2009). *Education in a political context. A study of knowledge processes and learning sites in the PKK* (Doktoravhandling). Bergen, Universitetet i Bergen

Vedlegg 1 – Utdrag fra Feltdagbok

Intervju 5:

onsdag 18.08.10

Fredrik

Fredrik hadde jeg sett og hilst på hos Megafon flere ganger denne uken. Han satt og spiste grillmat da jeg kom. Han var alene i lokalet, og jeg innledet en samtale med ham ved å si at jeg var her i forbindelse med en oppgave på skolen. Jeg sa at jeg var interessert i å intervju Megafonselgere om læring og det å selge Megafon. Han sa at han var interessert i å være med, og at han hadde tid. Jeg fortalte ham så om avtalen med Megafon som gjør at han kunne få fem blader for et intervju, og han samtykket med et smil. Jeg foreslo at vi kunne ta intervjuet når han var ferdig å spise.

I mellomtiden kom fire selgere innom, hvor en av dem kom direkte bort til meg og gav meg en klem. «Halloen», sa han. Og jeg sa «Hei, hvordan går det med deg?». Dette er en jeg har pratet en del med tidligere, og han dro kjensel på meg. Vi snakket litt sammen, og han fortalte litt om hvordan situasjonen hans var nå.

Når en femte selger kom inn ble det en del snakk om en episode hvor han jeg pratet med fortalte at han hadde reddet livet til han som kom inn. Personen som kom inn virket veldig forvirret og sa lite. «Så dette er takken for at jeg reddet livet ditt?», spurte han jeg snakket med. Diskusjonen utartet seg litt, høylytte stemmer, men personalet dempet det. Det var en rar situasjon å forholde seg til, da jeg som “ikke-ansatt” ikke hadde noe å si i forhold til temaet som ble tatt opp – men hadde jeg vært på jobb ville jeg kanskje fått en rolle i forhold til det å dempe en mulig konflikt.

Like etter denne episoden ville Fredrik gjøre intervjuet. Vi satte oss på en trapp i gaten. Han var positiv, hyggelig, åpen og behjelpelig. Jeg fikk inntrykk av at han så på det å selge Megafon som en slags mellomstasjon – hans unge alder tilsier at han har mange fremtidsmuligheter, og han virket å ha mange konkrete og gjennomførbare planer.

Vedlegg 2 - Intervjuguide

Selgers bakgrunn

- Hvor lenge har du solgt Megafon?
- Ca. hvor ofte/hvor mange blader selger du?
- Hvordan begynte du å selge Megafon?
 - Hvorfor begynte du å selge Megafon?
- Hvordan ser en typisk arbeidsdag ut for deg?

Læring

- Har du fått opplæring som selger i Megafon?
 - Kan du eventuelt fortelle om dette?
- Hva opplever du at du lærer du av å selge Megafon på gaten?
 - Kan du huske situasjoner, hendelser eller personer du har møtt som kan ha ført til at du har lært noe nytt?
 - Kan du beskrive en hendelse så detaljert som mulig?
- Opplever du at det du lærer gjennom salg av Megafon kan brukes i andre typer arbeidsforhold?

Kunnskap

- Før du begynte å selge Megafon, hadde du erfaring med salg på noen måte?
 - Opplever du at noen av de erfaringene du hadde hjalp deg i jobben som Megafonselger?
- Føler du at du kan noe mer nå i forhold til hva du kunne før du begynte som selger?
 - Har du lært noe gjennom å jobbe som Megafonselger, enten gjennom selve salget eller av de som arbeider ved Megafon?

- Har du med deg kunnskap om mennesker, for eksempel hvordan du oppfører deg som selger, som du mener er viktig for ditt arbeid som selger?
 - Har du eventuelt et konkret eksempel på en situasjon hvor du opplevde dette?

Sosial identitet

- Føler du en tilhørighet overfor Megafon som organisasjon?
- Hvilket syn har du på andre som selger Megafon, mener du at dere som selger Megafon deler noe felles?
 - Ser du på dem som konkurrenter?
 - Ser du på dem som kolleger?
 - Lærer du noe av andre selgere?
- Ser du på det å selge Megafon som noe sosialt?
 - I forhold til andre selgere, eventuelt de som jobber ved Megafon?
 - I forhold til kundene du treffer på gaten?
- Identifiserer du deg med magasinet Megafon som produkt?
 - Har du noen tanker om innholdet i Megafon?
 - Har du bidratt/ønsker du å bidra med innhold til magasinet?
- Har du opplevd endringer i ditt syn på deg selv etter at du begynte som selger?
 - Har de nye kunnskapene og nye erfaringene endret ditt syn på deg selv?
 - Har du opplevd endringer i hvordan andre ser på deg etter du begynte å selge Megafon?
- Ønsker du at Megafon skal være noe mer enn det å selge blader?
- Er det noe du vil føye til/snakke om/fortelle?

Vedlegg 3 – Eksempel på analysenotat

Analysenotat

29.10.10

Læring

Studie: En kvalitativ intervjuundersøkelse av selgeres perspektiver på muligheter for endring gjennom jobben som selger av Megafon.

Tema: Mulighet for endring gjennom salg av gatemagasinet Megafon.

Fremgangsmåte:

Jeg satte meg ned med intervjutranskripsjonene foran meg i papirformat i tillegg til å ha dem oppe i word. Jeg tok for meg det første temaet jeg hadde: Læring, og tok et søk på det i word. Ved å søke "lær", får jeg opp disse variasjonene:

- Lære
- Læring
- Lærer
- Opplæring

Ved å bruke denne metoden fant jeg sentrale sitater som omhandlet læring. Jeg gikk systematisk igjennom alle intervjuene på jakt etter sitater som handlet om læring. I noen av transkripsjonene fikk jeg få treff på ordet "lær". Da gikk jeg inn og leste transkripsjonen grundig før jeg gikk videre. Noen ganger fant jeg samtaler om læring, hvor ordet læring ikke ble nevnt, og i andre tilfeller var det lite snakk om læring.

Hva fant jeg?

Jeg fant sitater om læring i samtlige intervjuer. I seks av intervjuene var intervjupersonene overbevist om at de opplevde læring i sin hverdag som Megafonselger. Det ble blant annet sagt at intervjupersonene opplever å lære noe hver dag, at de lærer mye – alt fra a til å. Det ble også sagt at man lærer å beherske ting, man lærer folk å kjenne, man lærer å tolerere alle slags mennesker, i tillegg til at man lærer mye om seg selv. I to av intervjuene var imidlertid intervjupersonene overbevist om at de ikke lærte noe ved å selge Megafon. Det ble blant annet sagt at man ikke lærer noe spesielt og at tidligere yrkeserfaring gjør at man ikke kan lære noe nytt i en jobb som selger av Megafon.

Spørsmål jeg vil undersøke:

Data: Intervju 1-8

Planer: Undersøke det samme med begrepene identitet og kunnskap.

Datamaterialet som er relevant:

Fredrik:

“(…) jeg føler at jeg i hvert fall har lært ting, og... Å tolerere alle slags mennesker. Jeg har tenkt på at om jeg kan stå og selge Megafon, så kan jeg vel stå og selge alt annet også”

“For det er jo det å lære deg å være høflig og tolerere alle slags mennesker, og.. Uansett hvor frekk i kjeften de er så skal du ta det helt greit”

Kjetil:

“Man er aldri helt utlært menneske på livet i det hele tatt, tror jeg. På noen områder. Det er alltid noe å lære. Men jeg har lært mer etter at jeg begynte her. Man må vel ut og kjenne i verden for å lære”

“For det er jo på en måte en sosialiseringstrening å selge Megafon og... Ja, du må på en måte face mange situasjoner hvis du treffer på folk du ikke vil skal vite, eller... De vet ikke at du engang holder på med noe, sant. Da er det en prøvelse. ”Hva i all verden?”. Så står du der; ”Hva i helsiken sier jeg nå?”

“Jeg har lært veldig mye her. Om meg selv. Og det at de menneskene som jobber her kan se meg for den jeg er, det er imponerende, altså”

Vegard:

“Du lærer å beherske ting”

“Jeg har lært mye av å jobbe for Megafon”

“Men det å selge på gaten, det er jo læring hele tiden. Mestre situasjoner, og... ”

“Ved å jobbe mye i Megafon lærer du alt fra a til å omtrent... Altså du kan lære... Mange selgere, de snakker som om de skulle være professorer innenfor dop altså. ”Den tabletten er sånn, og den må du ikke ta, nei den. Nei, det er dårlig heroin, den dør du av..”. Det er mange ressurser innenfor miljøet. Jeg blir ikke overrasket hvis et par av de velger et arbeidsfelt innenfor rus. Mange av de gjør det... De jobber med folk med rusproblemer”

“Man lærer ganske mye. *Ler* Man lærer av andre også. Har man tatt plassen til noen får man høre det. Da har du lært det. Det lærer man ganske fort”

“Læringen fra Megafon; man kan bruke det mange steder. Man lærer å kjenne folk, lærer å kjenne miljøet. Selge biler, jobbe på Kiwi, selge matvarer eller klær for den saks skyld. Det lærer man gjennom å selge Megafon”

Nikolai:

“Jeg har vært så mye i jobb jeg i mitt liv, at det er ikke noe de kan lære meg²⁸. Jeg tror jeg skulle kunne både kontorjobben og... Bedre enn de fleste her. Tror jeg har jobbet mer enn de fleste her på kontor. Så det er ikke det sånn... Hva, læring?”

Preben:

“Jeg lærer noe hver dag. Om mennesker og... eh... om meg selv og hvordan formen min påvirker salg og hvordan folk oppfatter meg og... Ja... Hvis jeg er i dårlig form så selger jeg ikke mange blader, og ser at folk rister på hodet før jeg får spørre engang. Men hvis jeg er i godt humør, så kommer de som oftest bort til meg og kjøper”

Synne:

På spørsmål om hun lærer noe spesielt ved å selge Megafon:

“Nei, ikke noe spesielt. Lett å se om en vil kjøpe Megafon eller om en ikke vil kjøpe Megafon”

“J: Ja... Jeg tenker at for å leve *det* livet så er det en del, du må vite en del for å, altså, det er jo en del læring i det og, selv om det gjerne ikke er læring som i skole-kunnskap. Men det er jo gatekunnskap.

S: Man må være veldig kald. Beregne...

J: Hva sa du at?

S: Du må se tiden an og aldri vise frykt

Yngve:

“Det å selge Megafon er jo en **mestringsoppgave**, da. Du lærer jo deg å stå blant folk, og kommer jo litt inn på de, selv om du ikke gjør det. Hvis du forstår hva jeg mener. Fordi du ser jo utall med mennesker”

Adrian:

“Så man **lærer menneskene å kjenne veldig godt når du selger**. Du står på gaten hele dagen, og... Så det er ikke noe problem egentlig. Det er nesten som å være forutseende, ikke sant”

“Det er jo salg det går ut på. Hvis du skal bli selger er det sikkert mye du kan dra nytte ut av. Ut av å være Megafonselger. **Man har lært mye angående salg og det å være høflig og takke for ting, og være takknemlig**. Så det kan du kanskje få bruk for senere. Mye ut av det”

²⁸ De grå markeringene er når intervjupersonene sier noe som handler om at de *ikke* lærer noe av å selge Megafon

“Ellers er det ikke så.. tror jeg ikke du får så mye ut av det. Alle kan selge blader. Det er ikke noe jobb sånn sett. Du trenger ikke si noe eller spørre. Du trenger bare å stå med det i hånden. Så kommer folk som regel bare bort og kjøper. De som har lyst på bladet. Av og til så spør jeg om det er noen som kan tenke seg å kjøpe Megafon. Men ellers så går det av seg selv”

“Av og til er jeg “flytende selger”, og da går jeg bare rundt og leter etter en plass hvor jeg vil stå. Det vil si det samme som at om det kommer en som har plassen, så må jeg gå derifra, til neste plass som er ledig. Så vi prates mye da. Så hører jeg om de vet om noen andre plasser som er ledige. Så da får man tips hele tiden”

Vedlegg 4 – Analytic Memo

Analytic Memo (Sample)²⁹

Karen Lunsford

Based on Chiseri-Strater, Elisabeth (1991). Academic literacies: The public and private discourse of university students. Boynton/Cook

Study: Comparing Hybrid and F2F Versions of 109SS and 109ED Courses

Theme: Peer Review

When we did the Writing 50 study, nearly all participants remarked that the peer review had improved – and both students and teachers said so. By “better”, they meant that the peer review was faster and more detailed and more specific. The teachers mentioned that the typed peer review was also longer.

So we followed up questions about peer review in the 109 study. To my surprise, students in the 109 courses, both hybrid and f2f, were concerned about the quality of peer review. Over & over again, we hear something like, “My classmates don’t know enough about my topic to give me good peer review.” This suggests several possibilities to me – that students are underestimating their classmates’ knowledge, that they are focusing on ‘content’ rather than on rhetorical analyses of the review, that the classes do not seem to share a common language for providing peer review.

There was one exception to the concerns about peer review: a review assignment that seems to have worked was to ask students to begin a review with, “What I think you are saying is...” That assignment made the students to respond very specifically to the peer’s text in front of them, and students reported that simply hearing their argument reflected back to them was useful for determining whether or not that argument had holes or gaps in it.

Questions to pursue: What is different between the Writing 50 (general research writing) and the Writing 109 courses (writing in the disciplines) that elicits these different responses about peer review? After all, the students populations and the teachers are pretty much the same. Why are we hearing concerns in both the hybrid and the f2f courses? I would have expected there to be differences between them.

Data:

Interviews across all classes (16 focus groups tapes, esp # 1, 5, 6, 9, 14, 15)

Need to check for corroborating data from the teachers’ questionnaires.

Future plans: Literature review on peer review in advanced writing courses within disciplinary areas.

²⁹ Analysenotatet er direkte gjengitt etter eksempelet vi fikk utdelt av Karen Lunsford på forelesning 25.10.10.

Vedlegg 5 – Forespørsel til intervjupersonene

Forespørsel om å delta i intervju i forbindelse med masteroppgave

Jeg, Henriette Sørum, er student ved master i pedagogikk, Universitetet i Bergen. I mine studier inngår skriving av en masteroppgave. Jeg er i denne forbindelse interessert i hvordan du opplever læring i forbindelse med salg av Megafon, og jeg kommer til å stille spørsmål og be deg fortelle om dette.

Du deltar frivillig i dette intervjuet, noe som betyr at du når som helst kan avbryte eller la være å svare på spørsmål. Som intervjuperson vil du bli anonymisert ved at indirekte personidentifiserbare opplysninger, som f. eks. lydopptak, alder og kjønn, fjernes, omskrives eller grovkategoriseres. Ingenting vil bli lagret med ditt navn, og lydopptak vil slettes når prosjektet er over. Prosjektet er meldt til Personvernombudet for forskning, Norsk Samfunnsvitenskapelig Datatjeneste AS.

Prosjektet planlegges å være ferdig i mai/juni 2011.

Hvis du lurer på noe mer er du velkommen til å kontakte meg på e-post: hso006@webmail.uib.no.

Du kan også ta kontakt med prosjektets veileder; Kariane Westrheim, tlf: 55588797.

Dersom du ønsker å være med på intervjuet, hadde det vært fint om du signerte den vedlagte samtykkeerklæringen.

Mvh

Henriette Sørum

Samtykkeerklæring:

Jeg har mottatt informasjon om studien av salg av Megafon og ønsker å stille på intervju.

Signatur

Vedlegg 6 – Innvilget søknad NSD

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

Kariane Therese Westrheim
Det psykologiske fakultet
Universitetet i Bergen
Christiesgate 13
5020 BERGEN

Vår dato: 14.07.2010

Vår ref: 24601 / 3 / MSS

Deres dato:

Deres ref:

KVITTERING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 23.06.2010. All nødvendig informasjon om prosjektet forelå i sin helhet 13.07.2010. Meldingen gjelder prosjektet:

24601
Behandlingsansvarlig
Daglig ansvarlig
Student

Salg av gatemagasinet Megafon - erfaringer om læring på gaten
Universitetet i Bergen, ved institusjonens øverste leder
Kariane Therese Westrheim
Henriette Sørum

Personvernombudet har vurdert prosjektet og finner at behandlingen av personopplysninger er meldepliktig i henhold til personopplysningsloven § 31. Behandlingen tilfredsstiller kravene i personopplysningsloven.

Personvernombudets vurdering forutsetter at prosjektet gjennomføres i tråd med opplysningene gitt i meldeskjemaet, korrespondanse med ombudet, vedlagte prosjektvurdering - 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, 16.05.2011, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Vennlig hilsen

Vigdunn Hofskott

for Vigdis Namtvedt Kvalheim

Marie Strand Schildmann

Marie Strand Schildmann

Kontaktperson: Marie Strand Schildmann tlf: 55 58 31 52

Vedlegg: Prosjektvurdering

Kopi: Henriette Sørum, Brattlien 39, 5019 BERGEN

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. kyrre.svarva@svt.ntnu.no
TROMSØ: NSD, SVF, Universitetet i Tromsø, 9037 Tromsø. Tel: +47-77 64 43 36. nsdmaa@svt.uit.no



TAUSHETSPLIKT

Ansatte, vikarer, studenter, frivillige, frilanser og personer i praksisplass i ALF AS er underlagt Forvaltningslovens §13 – 13f om taushetsplikt i forhold til opplysninger om personlige forhold som denne får kjennskap til i sitt arbeid.

§ 13. (taushetsplikt).

Enhver som utfører tjeneste eller arbeid for et forvaltningsorgan, plikter å hindre at andre får adgang eller kjennskap til det han i forbindelse med tjenesten eller arbeidet får vite om:

- 1. noens personlige forhold, eller*
- 2. tekniske innretninger og fremgangsmåter samt drifts- eller forretningsforhold som det vil være av konkurransemessig betydning å hemmeligholde av hensyn til den som opplysningen angår.*

Som personlige forhold regnes ikke fødested, fødselsdato og personnummer, statsborgerforhold, sivilstand, yrke, bopel og arbeidssted, med mindre slike opplysninger røper et klientforhold eller andre forhold som må anses som personlige. Kongen kan ellers gi nærmere forskrifter om hvilke opplysninger som skal regnes som personlige, om hvilke organer som kan gi privatpersoner opplysninger som nevnt i punktet foran og opplysninger om den enkeltes personlige status for øvrig, samt om vilkårene for å gi slike opplysninger.

Taushetsplikten gjelder også etter at vedkommende har avsluttet tjenesten eller arbeidet. Han kan heller ikke utnytte opplysninger som nevnt i denne paragraf i egen virksomhet eller i tjeneste eller arbeid for andre.

Tilføyd ved lov 27 mai 1977 nr. 40, endret ved lov 11 juni 1982 nr. 47.

Jeg har gjort meg kjent med Forvaltningslovens § 13 om taushetsplikt.

Navn... HENRIETTE SØRUM

Avdeling... MEGAFON

Stilling/tilknytning... STUDENT VED UNIVERSITETET I BERGEN

Bergen, 25/08-2010

Henriette Sørum
Underskrift

Forvaltningslovens paragraf 13 om taushetsplikt

§ 13. (taushetsplikt).

Enhver som utfører tjeneste eller arbeid for et forvaltningsorgan, plikter å hindre at andre får adgang eller kjennskap til det han i forbindelse med tjenesten eller arbeidet får vite om:

- 1) noens personlige forhold, eller
- 2) tekniske innretninger og fremgangsmåter samt drifts- eller forretningsforhold som det vil være av konkurransemessig betydning å hemmeligholde av hensyn til den som opplysningen angår.

Som personlige forhold regnes ikke fødested, fødselsdato og personnummer, statsborgerforhold, sivilstand, yrke, bopel og arbeidssted, med mindre slike opplysninger rører et klientforhold eller andre forhold som må anses som personlige. Kongen kan ellers gi nærmere forskrifter om hvilke opplysninger som skal reknes som personlige, om hvilke organer som kan gi privatpersoner opplysninger som nevnt i punktet foran og opplysninger om den enkeltes personlige status for øvrig, samt om vilkårene for å gi slike opplysninger.

Taushetsplikten gjelder også etter at vedkommende har avsluttet tjenesten eller arbeidet. Han kan heller ikke utnytte opplysninger som nevnt i denne paragraf i egen virksomhet eller i tjeneste eller arbeid for andre.

Tilføyd ved lov 27 mai 1977 nr. 40, endret ved lov 11 juni 1982 nr. 47.

§ 13a. (begrensninger i taushetsplikten når det ikke er behov for beskyttelse).

Taushetsplikt etter § 13 er ikke til hinder for:

1. at opplysninger gjøres kjent for dem som de direkte gjelder, eller for andre i den utstrekning de som har krav på taushet samtykker,
2. at opplysningene brukes når behovet for beskyttelse må anses varetatt ved at de gis i statistisk form eller ved at individualiserende kjennetegn utelates på annen måte, og
3. at opplysningene brukes når ingen berettiget interesse tilsier at de holdes hemmelig, f.eks. når de er alminnelig kjent eller alminnelig tilgjengelig andre steder.

Tilføyd ved lov 27 mai 1977 nr. 40.

§ 13b. (begrensninger av taushetsplikten ut fra private eller offentlige interesser).

Taushetsplikt etter § 13 er ikke til hinder for:

1. at opplysningene i en sak gjøres kjent for sakens parter eller deres representanter,
2. at opplysningene brukes for å oppnå det formål de er gitt eller innhentet for, bl.a. kan brukes i forbindelse med saksforberedelse, avgjørelse, gjennomføring av avgjørelsen, oppfølging og kontroll,
3. at opplysningene er tilgjengelig for andre tjenestemenn innen organet eller etaten i den utstrekning som trengs for en hensiktsmessig arbeids- og arkivordning, bl.a. til bruk ved vegledning i andre saker,
4. at opplysningene brukes for statistisk bearbeiding, utrednings- og planleggingsoppgaver, eller i forbindelse med revisjon eller annen form for kontroll med forvaltningen.

5. at forvaltningsorganet gir andre forvaltningsorganer opplysninger om en persons forbindelse med organet og om avgjørelser som er truffet og ellers slike opplysninger som det er nødvendig å gi for å fremme avgiverorganets oppgaver etter lov, instruks eller oppnevningsgrunnlag.
6. at forvaltningsorganet anmelder eller gir opplysninger (jfr. også nr. 5) om lovbrudd til påtalemyndigheten eller vedkommende kontrollmyndighet, når det finnes ønskelig av allmenne omsyn eller forfølging av lovbruddet har naturlig sammenheng med avgiverorganets oppgaver, og
7. at forvaltningsorganet gir et annet forvaltningsorgan opplysninger (samordning) som forutsatt i lov om Oppgaveregisteret.

Part eller partsrepresentant som blir gjort kjent med opplysninger etter første ledd nr. 1, kan bare bruke opplysningene i den utstrekning det er nødvendig for å vareta partens tarv i saken. Forvaltningsorganet skal gjøre ham merksam på dette. Likeledes kan forvaltningsorganet pålegge taushetsplikt når vitner o.l. får opplysninger undergitt taushetsplikt i forbindelse med at de uttaler seg til organet. Overtreding av taushetsplikt etter dette ledd kan straffes etter straffelovens § 121, dersom vedkommende er gjort merksam på at overtreding kan få slik følge.

Tilføyd ved lov 27 mai 1977 nr. 40, endret ved lov 6 juni 1997 nr. 35 (i kraft 1 nov 1997).

§ 13c. *(informasjon om taushetsplikt, oppbevaring av opplysninger undergitt taushetsplikt).*

Vedkommende forvaltningsorgan skal sørge for at taushetsplikten blir kjent for dem den gjelder, og kan kreve skriftlig erklæring om at de kjenner og vil respektere reglene.

Dokumenter og annet materiale som inneholder opplysninger undergitt taushetsplikt, skal forvaltningsorganet oppbevare på betryggende måte.

Kongen kan gi nærmere regler om oppbevaring av dokumenter og annet materiale som er undergitt taushetsplikt, om tilintetgjøring av dokumenter eller materiale og om bortfall av taushetsplikt etter en viss tid. Taushetsplikten bortfaller etter 60 år når ikke annet er bestemt i medhold av foregående punktum.

Tilføyd ved lov 27 mai 1977 nr. 40.

§ 13d. *(opplysninger til bruk for forskning).*

Når det finnes rimelig og ikke medfører uforholdsmessig ulempe for andre interesser, kan departementet bestemme at et forvaltningsorgan kan eller skal gi opplysninger til bruk for forskning, og at dette skal skje uten hinder av organets taushetsplikt etter § 13.

Til vedtak som nevnt i første ledd kan det knyttes vilkår. Disse kan bl.a. gi bestemmelser om hvem som skal ha ansvar for opplysningene og hvem som skal ha adgang til dem, om oppbevaring og tilbakelevering av utlånt materiale, om tilintetgjøring av avskrifter, om hvorvidt forskerne skal ha adgang til å henvende seg til eller innhente nærmere opplysninger om dem det er gitt opplysninger om, og om bruken av opplysningene for øvrig.

Kongen kan gi nærmere forskrifter om vedtak etter denne paragraf.

Tilføyd ved lov 27 mai 1977 nr. 40.

§ 13e. *(forskernes taushetsplikt).*

Enhver som utfører tjeneste eller arbeid i forbindelse med en forskningsoppgave som et forvaltningsorgan har støttet, godkjent eller gitt opplysninger undergitt taushetsplikt til, plikter å hindre at andre får adgang eller kjennskap til:

1. opplysninger undergitt taushetsplikt som forskeren får fra et forvaltningsorgan,
2. opplysninger som i forbindelse med forskningsarbeidet er mottatt fra private under taushetsløfte, og
3. opplysninger som gjelder personer som står i et avhengighetsforhold til den instans (skole, sykehus, anstalt, bedrift, offentlig myndighet m.m.) som har formidlet deres kontakt med forskeren.

Opplysningene kan bare brukes slik det er nødvendig for forskningsarbeidet og i samsvar med de vilkår som måtte være fastsatt etter § 13 d annet ledd. Skal resultater av forskningsarbeidet publiseres eller brukes på annen måte, gjelder § 13 a nr. 1 og 2 tilsvarende.

Brudd på taushetsplikten eller på vilkår etter § 13 d annet ledd, straffes etter straffelovens § 121. Departementet eller vedkommende forvaltningsorgan skal gjøre forskeren og hans medarbeidere kjent med taushetsplikten og straffebestemmelsen, jfr. også § 13 c første ledd. Tilføyd ved lov 27 mai 1977 nr. 40.

§ 13f. (bestemmelser om taushets- og opplysningsplikt m.m. i andre lover).

Dersom noen som utfører tjeneste eller arbeid for et forvaltningsorgan, er pålagt taushetsplikt ved bestemmelse i annen lov, forskrift eller instruks av hensyn til private interesser, gjelder §§ 13 til 13 e som utfyllende regler når ikke annet er bestemt i lov eller i medhold av lov.

Bestemmelse i annen lov om rett eller plikt til å gi opplysninger begrenser ikke lovbestemt taushetsplikt, med mindre vedkommende bestemmelse fastsetter eller klart forutsetter at taushetsplikten ikke skal gjelde.

Tilføyd ved lov 27 mai 1977 nr. 40, endret ved lov 16 mai 1986 nr. 21.

