



Carolina Ohls (12.12.1978) Född och uppvuxen i Vasa, Finland.

Bor: Oslo (sen augusti 2006)

Utbildning: Master in International Social Welfare and Health Policy, Høgskolen i Oslo, januari 2008 + Master i sosialt arbete, Helsingfors universitet, juni 2008.

Arbete: Vitenskaplig assistent, Gruppe for inkluderende velferd, Høgskolen i Oslo, sen september 2008.

«Somliga går med trasiga skor»

En kvalitativ intervjustudie gjord bland säljare av gatutidningen =Oslo

I artikeln redogörs för en kvalitativ studie som gjordes bland säljare av gatutidningen =Oslo under sommaren 2007. I studien intervjuades nio säljare av =Oslo, varav de flesta av intervjupersonerna var hemlösa manliga narkotikamissbrukare. Syftet med forskningen var att utreda på vilket sätt arbetet med att sälja =Oslo påverkar säljarens välbefinnande. I studien framkommer att säljarna upplever ett ökat självförtroende, de får mera struktur på dagen och de får en intäkt som delvis går åt till att täcka förnödenheter som mat och kläder. Jobbet som säljare av =Oslo skapar också kontakter mellan olika grupper av människor och detta nya kontaktbildande är en viktig del av arbetet för =Oslos säljare.

Titeln *Somliga går med trasiga skor* är lånad från en sång av den svensk-nederländska trubaduren Cornelis Vreeswijk, och man kan tolka hans sång som en metafor för vad som kan förstås som ett «trasigt» liv eller tillvaro. Vad ett trasigt liv egentligen innebär, och de omständigheter som leder till det, är dock ytterst individuella. För någon kan en trasig tillvaro bestå av en livskris som skilsmässa, medan problemet för någon annan bottenar i andra kriser som arbetslöshet eller fattigdom. I denna kontext, med fokus på säljare av gatutidningen =Oslo, kan ett trasigt liv eller tillvaro bero på sociala problem som arbetslöshet, fattigdom, social exkludering, hemlöshet och narkotika- eller alkoholmissbruk.

Gatutidningar kan ses som ett redskap för att skapa en bättre tillvaro för fattiga och andra grupper av marginaliserade människor. Följande definition av fenomenet gatutidningar ger en förståelse av vad verksamheten bygger på:



Illustrasjon: Eldbjørg Ribe

The idea behind a street paper is simple, yet powerful: a homeless vendor buys a copy of the magazine at a price 50 percent or lower than the cover price and sells it to the public, keeping the proceeds. Street Papers offer something unique – they are not just a «hand-out» but an employment opportunity for those who wish to move themselves from poverty back into society (International Network of Street Papers - INSP 2008a).

Idag är gatutidningar ett globalt fenomen som förekommer i 37 länder världen över. Enbart i Norden säljs gatutidningar i Danmark, Sverige och Norge (INSP 2008b). Förutom =Oslo, finns också följande norska

gatutidningar: *Klar* som säljs i Kristiansand, *Megafon* i Bergen, *Virkelig* i Tromsø och *Sorgenfri* i Trondheim. =Oslo är den första av de norska gatutidningarna och den grundades sommaren 2005. Tidningen utkommer 12 gånger i året, med en upplaga på ca 25 000 exemplar per månad. Själva konceptet bygger på en hjälp-till-självhjälps-princip, och en viktig del av arbetet bygger på att säljaren får en inkomst genom att säljaren förtjänar 25 kronor för varje såld tidning. Tidningen kan enbart säljas av registrerade säljare av =Oslo, och i september 2008 var ca 560 personer registrerade som säljare. På en daglig basis är ca 30-50 personer aktiva säljare, men siffran varierar beroende på faktorer som till exempel antalet veckor magasi-

net har varit till i salu ute på gatan. Ett nytt nummer anses vara lättare att sälja, vilket också kan locka fler personer att sälja. Magasinet säljs främst i Oslo centrum, men också utanför centrum. (=Oslo 2008)

Syftet med studien

Artikeln baserar sig på resultaten från en kvalitativ studie «Wellbeing in a life of ill-being» som gjordes bland säljare av =Oslo i juni/juli 2007 (Ohls 2008). I artikeln kommer jag att diskutera hur arbetssituationen som säljare av =Oslo inverkar på säljarnas välbefinnande, och hur detta speglar sig i säljarnas livssituation. Orsakerna till att man blir säljare av en gatutidning är varierande, men många säljare befinner sig i en livssituation som är kantad av narkotika- eller alkoholmissbruk, hemlöshet, psykosociala problem eller andra faktorer som bidrar till att det är svårt att få ett arbete på den ordinära arbetsmarknaden. Säljandet av =Oslo kan därför uppfattas som ett arbete som skiljer sig från vanligt arbete, bland annat genom att intäkterna är mera oregelbundna. I studien var jag intresserad av att utreda om intäkten var den mest påtagliga fördelen med att sälja =Oslo i och med att den kan användas till att till exempel köpa mat, betala hyreskostnader eller betala av skulder med. Eller fanns det andra faktorer som var av större betydelse och vilka var de i så fall? Ett annat syfte var att lyfta fram en grupp människor vars behov ofta ser ut att hamna i skymundan. Hemlösa drogmissbrukare utgör en marginell grupp av människor i samhället men inom denna grupp kämpar personer dagligen med att möta grundläggande behov som tak över huvudet eller att mötas med respekt (Aftenposten, 23.11.2007). Sådana behov räknas som en självklarhet för de flesta norrmän, men det är ingen självklarhet för dessa personer. Studien är också ett bidrag till forskning om gatutidningar, i och med att det inte finns mycket forskning inom området. I arbetet med denna studie hittade jag bara en forskningsrapport över en studie som hade gjorts bland säljare av *The Big Issue* (2001). Syftet med studien var bland annat att utreda hur säljandet av *The Big Issue* påverkade säljarnas livssituation med fokus på bland annat boendesituation och

droganvändning.

Studiens genomförande

Studien bygger på semistrukturerade intervjuer, och för att kunna genomföra intervjuerna och skapa kontakter till säljarna jobbade jag som volontär i butiken där säljarna köper tidningen. Under våren/försommaren 2007, från april till juni 2007, jobbade jag sammanlagt 12 dagar i butiken och under dessa dagar var min främsta uppgift att dela ut tidningar som säljarna hade betalt för. Under tiden som volontär i butiken fick jag en god inblick i verksamheten kring =Oslo. I diskussionen kring resultaten från min forskning kommer jag att återkomma till mina observationer från butiken.

På förhand hade jag satt som mål att intervjua ca 8-10 personer och mitt enda kriterium för urvalet var att könsfördelningen skulle följa samma fördelning som bland alla de registrerade säljarna av =Oslo (ca 75 procent är manliga säljarna). För att få tag på intervju personer besökte jag dagligen butiken under sista veckan i juni och första veckan i juli, och i butiken frågade jag personligen säljarna om de ville delta i min studie. Så gott som alla jag frågade var positivt inställda till att delta i en intervju, och av de sammanlagt 19 personer som jag frågade var det bara en som inte hade lust att delta. Trots att det var många som var villiga att delta i en intervju visade det sig vara problematiskt att hitta ett tillfälle då det gick att genomföra intervjun: trots att tid och plats var bestämda (jag avtalade alltid butiken som mötesplats) kom ofta andra saker emellan som till exempel möten med socialarbetare eller ärenden som att ta en dusch vid Frälsningsarméns duschtrymmen. Ibland kom personen som avtalat, ibland kom personen några timmar senare och ibland dök personen aldrig upp. Allt som allt intervjuade jag sju manliga säljare och två kvinnliga säljare av =Oslo. Tre av intervjuerna gjordes under tiden som säljaren stod och sålde magasinen, två av intervjuerna gjordes hemma hos säljarna, och fyra av dem gjordes där vi hittade ett lämpligt ställe att göra dem på som på ett café, en parkbänk eller på gräsmattan i en park.

Vilka var informanterna?

Fyra av informanterna var omkring 40-år gamla, tre av dem var i 30-årsåldern och två av dem var under 25 år gamla. En av de kvinnliga säljarna var inte aktiv säljare då intervjun genomfördes, men de övriga var aktiva på en daglig basis. Halvparten av säljarna hade sålt tidningen sedan den etablerades i juni 2005, medan de övriga hade registrerat sig som säljare under år 2006. Åtta av de nio intervjupersonerna var hemlösa, av vilka fem mestadels sov utomhus och tre av dem hade plats på ett hem. En av intervjupersonerna skiljde sig från de övriga i och med att hon hyrde sin egen lägenhet och levde under relativt stabila förhållanden. Hon mottog också socialbidrag medan de övriga fick socialhjälp. En av informanterna var inte socialhjälpstagare med motiveringen: *«Jag vill inte vara en börda, jag har valt detta liv på egen hand. Pengarna är ändå borta inom loppet av några dagar»*. Alla av informanterna använde också narkotika i större eller mindre utsträckning.

Metodologiska överväganden

I en diskussion om validitet och reliabilitet återkommer man ofta till frågan: Har jag mätt det jag vill mäta och kan jag lita på de resultat som jag har fått? (Chambliss och Schutt 2006). Kan jag lita på vad informanterna har berättat? Har de gett mig en nyanserad bild av verkligheten enbart för att göra mig nöjd? Informanterna visste att jag hade en anknytning till =Oslo i och med att jag hade arbetat i butiken, och på grund av det kan det ha varit känsligt att ge kritisk feedback till verksamheten kring =Oslo. Under tiden i butiken hade jag dock alltid i tankarna att det var viktigt att inte engagera mig för djupt i verksamheten i och med att jag senare skulle göra intervjuer med säljare. Vid tidpunkten då jag gjorde intervjuerna hade jag inte heller arbetat i butiken på några veckor, vilket borde ha satt mig i en mer neutral situation än om jag hade jobbat tolv dagar i streck i butiken och då gjort intervjuerna. I diskussionen om graden av generaliserbarhet bör man observera att studien bygger på intervjuer med nio av de då ca 500 registrerade säljare av =Oslo, och merparten av informanterna var hemlö-

sa drogmissbrukare. Dessa personer utgör endast en kategori av säljarna, vilket gör att man bör vara försiktig med att applicera resultaten som allmängiltiga för alla säljare av =Oslo. I min studie har jag också enbart fokuserat på välbefinnandet hos säljarna och för att få en mera generaliserbar bild av de inverknings som säljandet av =Oslo har på säljarens allmänna livssituation krävs en mera omfattande studie än denna. I denna diskussion vill jag vidare poängtera informanternas droganvändning. Har jag fått en positivare bild av verkligheten för att informanterna eventuellt var mera «höga än låga» då jag gjorde intervjuerna? I detta skede vill jag utgå ifrån vad informanterna har berättat, men ändå komma ihåg omständigheterna.

Intervjuguiden och begreppet välbefinnande

I intervjuguiden hade jag utformat frågor som täckte området välbefinnande på olika sätt genom att fråga frågor som «Vilka är fördelarna med att sälja =Oslo?», «Har du lärt dig någonting av att sälja =Oslo?», «Är du mer tillfreds med livet nu än tidigare?» och «Är du lycklig?» Genom att ställa dessa frågor, gav jag informanterna en möjlighet att berätta om sina erfarenheter, medan det blev min uppgift att tolka vad intervjupersonerna berättade. I denna diskussion blir också begreppet förförståelse av betydelse, vilket är ett begrepp som bland andra filosofen Karl Popper (1963) lyfter fram. Vad vet man från tidigare om begreppet man utgår ifrån? I utformandet av intervjuguiden kunde jag alternativt redan på förhand ha definierat vad jag avser med begreppet välbefinnande, och bett informanterna att ge sina kommentarer på det, och på det sättet utgått ifrån min förförståelse.

Ett sätt att utforska välbefinnandet är att utgå ifrån begreppet livskvalitet. Livskvalitet är ett brett begrepp, och bland andra forskarna Fayers och Machin (2000) kopplar livskvalitet till begreppet hälsa. En direkt definition av hälsa är enligt WHO: «... ett tillstånd av fullständigt fysiskt, psykiskt och mentalt välbefinnande, och ej endast frånvaro av sjukdom eller lyte» [min översättning] (WHO, 2008). Enligt detta kan god livskvalitet förstås som detsamma som god

hälsa. Vidare refererar Fayers och Machin till en behovsmodell som innebär att: «Livskvaliteten är optimal då alla behov är tillfredsställda, och som lägst då få behov är tillfredsställda. Behoven omfattas av aspekter såsom identitet, status, självkänsla, närhet, kärlek, säkerhet, glädje, kreativitet, föda, sömn, avsaknad av smärta, aktiviteter etc.» (Fayers och Machin 2000, 6). Ett annat sätt kunde ha varit att diskutera välbefinnande utgående ifrån en persons kapabilitet. Termen syftar på akademikern Amartya Sen's (1993) begrepp *The capability approach*, vilket är ett begrepp som tar fasta på individens kapabilitet. Detta kan förstås som att individens kapabilitet reflekteras av hennes förmåga att vara och göra någonting, och denna förmåga att fungera i sin tur avspeglar livskvaliteten hos individen. Sen introducerade också begreppet *levnadsstandard*, vilket är ett snävare sätt att utforska en persons välbefinnande på. Enligt Sen påverkas individens levnadsstandard av faktorer som höjer hennes välbefinnande inifrån, från individens egen natur och inte av yttre faktorer. Till exempel en situation där någon är snäll gentemot någon annan kan påverka individens välbefinnande, men känslan av lycka påverkar högst troligt inte individens levnadsstandard.

Graden av lycka utgör ett tredje sätt att utforska välbefinnande. De flesta människor har en personlig uppfattning om vad det innebär att vara lycklig, och för att ta reda på det kan man enkelt ställa frågan: Är du lycklig? Den norska filosofen Einar Øverengen kommenterar lycka som: «Hemmeligheten med lykken er å finne mening i livet slik det er» (Øverengen 2006, 74). Enligt Seligman, Parks och Steen (2005) kan man indela vägen mot lycka på tre olika sätt och dessa är nöjen och positiva känslor, engagemang samt mening. Nöjen och engagemang existerar på ett mera ytligt plan, medan meningen med livet går på ett djupare plan. Gemensamt med både Øverengen samt Seligman, Parks och Steens syn på lycka är att den kan kopplas till en extensiell dimension av en individs varande. Trots att begreppen livskvalitet, kapabilitet och lycka ger en täckande förståelse av begreppet välbefinnande använde jag mig inte av begreppen i inter-

vjuguiden, utan istället valde jag att låta intervjupersonerna själva att berätta om sina erfarenheter.

I analysen valde jag först att utgå ifrån den finländske sociologen Erik Allardts (1975) begrepp *Att ha, att älska, att vara* i min diskussion om välbefinnandet. Allardt introducerade begreppet i sin bok «Att ha, att älska, att vara – om välfärd i Norden», och han beskrev det som:

Människan behöver en skälig materiell levnadsnivå (att ha), kontakter med sina medmänniskor (att älska) och möjligheter att både aktivt påverka samhället och att bli behandlad som en person, inte bara som ett ting (att vara) (Allardt 1975, x).

Begreppen syftar på både objektiva och subjektiva indikatorer för att mäta välbefinnande. En objektiv indikator av begreppet «Att älska» kan till exempel vara vänskapsrelationer, medan en subjektiv indikator kan vara att utforska den enskilda individens känsla av lycka (Allardt, 1993). Begreppet omfattar olika aspekter av en persons välbefinnande; allt från arbetsmöjligheter och boendesituation till mer subjektiva erfarenheter som personlig välfärd och detta breda perspektiv ger en mångdimensionell aspekt av begreppet välbefinnande. Detta vida spektrum gör det till ett användbart begrepp, och trots att begreppet introducerades på 1970-talet är det lika aktuellt nu som då. Bland annat EU-undersökningen «The first European quality of life survey» (Böhnke 2005) är ett exempel på det.

Resultat

I tolkningen av resultaten fann jag följande faktorer som hade inverknings på intervjupersonernas välbefinnande: inkomsten, möten med människor på gatan och ett förbättrat självförtroende och brottsreducering. Informanterna svarade också på frågorna «Kan du berätta om en dag på jobbet?» och «Är du lycklig?». Intervjupersonernas svar blir presenterade som en del av resultaten av studien.

«En dag på jobbet»

Då jag inledde intervjuerna bad jag alltid informant att beskriva en «dag på jobbet» och genom att göra det ville jag poängtera att jobbet som säljare av =Oslo är en arbetssituation. Alla av de nio informanterna gav mig en aning konfunderad blick då jag ställde frågan, och efter att ha fått följande svar på frågan så förstår man den konfunderande blicken.

- Vanligtvis har jag inte så mycket pengar att börja med... Ibland tigger jag pengar för att komma i gång...
- Ibland måste jag tigga pengar för att komma igång...
- Oftast har jag bara pengar till att köpa en eller två tidningar och jag jobbar mig upp från det.
- Jag lever ur hand i mun. Det är mera vanligt att jag börjar med 20 kronor istället för 100 kronor.

Enligt detta börjar säljarna sin dag på ett ganska anspråkslöst sätt. Någon av dem har råd att köpa en eller två tidningar, medan någon annan tigger pengar för att komma igång med säljandet. Två av intervjupersonerna gav också andra exempel på att komma igång med säljandet och en av dem berättade att han brukar spara några tidningar till följande dag, och en annan använde sig av strategin att han brukar låna tidningar av en annan säljare.

Efter att ha köpt tidningarna är nästa steg att få dem sålda. Som nämnts ovan sa en av informanterna att han jobbar sig upp, vilket följande citat ger en förklaring till.

- Jag börjar vanligtvis med en tidning och jobbar mig upp från det och då besöker jag butiken ett par gånger om dagen.
- Jag går fram och tillbaka till butiken ett par gånger om dagen och jobbar mig upp.

Med andra ord börjar säljaren med en tidning, säljer den på gatan, går tillbaka till butiken och köper några fler tidningar för att sälja dem och fortsätter på det sättet genom dagen tills butiken stänger klockan halv fem. På detta sättet jobbar sig säljaren bokstavligen

uppåt. Det finns också säljare som besöker butiken mera sällan, men de köper fler tidningar per gång de besöker butiken. Inkomstmässigt kan en säljare som besöker butiken flera gånger om dagen tjäna lika mycket som en säljare som en som besöker butiken mera sällan. Det är bara frågan om olika strategier att jobba på.

Inkomsten

Då jag bad informanterna att berätta om fördelarna med att sälja =Oslo kom det ofta fram att inkomsten var den största fördelen. Informanterna berättade:

- Pengar är nödvändiga, man behöver dem för att överleva. Det är ganska utmattande att alltid gå till Frälsningsarmén.
- Du har ett jobb och du får en inkomst.
- Det är verkligen viktigt att få pengarna. Det är bara ett faktum.
- Pengarna är också en fördel...
- Jag gör detta på grund av pengarna...
- Och så får jag ju pengarna...

Pengar och inkomst går som en röd tråd genom alla svaren och det visar också att inkomsten är en ytterst viktigt aspekt med att sälja =Oslo. Enligt Allardt (1993) är också inkomst en indikator på att mäta tillståndet av «Att Ha». Om man tar i beaktande att säljarna får en inkomst genom att sälja tidningen så kan man påstå att tillståndet av «Att Ha» delvis är fyllt. Intervjupersonerna berättade att de också använder sina pengar till mat och kläder vilket kan förstås som att intäkten på sikt kan leda till en högre grad av välbefinnande, på grund av att en del av basbehoven blir fyllda. Men kan man säga att detta då påverkar personens livskvalitet? Fayers och Machin (2000) refererade till en behovsmodell där en hög nivå av livskvaliteten syftade på tillfredsställda behov. Om man tar informanternas livssituation i beaktande, och det att fem av nio var hemlösa och merparten tigger för att få pengar till att komma igång med att sälja =Oslo, så visar tillvaron på allt annat än tillfredsställda behov och hög livskvalitet, utgående från ett teoretiskt perspektiv. Hemlöshet

och tiggeri indikerar en låg grad av välbefinnande och ett liv i fattigdom.

Sett ur en norsk kontext redogör forskarna Borgeraas och Dahl (2007) för tre olika begrepp som kan användas för att mäta fattigdom i Norge. Inkomstfattigdom betyder att man utgår ifrån fattigdomsgränsen, vilken går vid 50 procent av medianinkomsten. Minsta budgeten utgår från de medel som behövs för att ha råd att köpa en korg med matvaror, och ett tredje sätt baserar sig på de statliga riktlinjerna som används för att beräkna utkomststöd (socialhjälp). Amartya Sen definierar fattigdom som: «Fattigdom är inte en reflektion av de resurser som människan har, men istället en av dem som människan har för att kunna tillfredsställa sina dagliga behov» [min översättning] (Sen 1996, 4). Sens definition av fattigdom passar kanske bäst in i denna debatt, för om man konstant är utan pengar hjälper det inte om fattigdomsgränsen går vid 50 procent av medianinkomsten eller att det finns statliga riktlinjer för att beräkna utkomststöd – man saknar ändå resurser för att tillfredsställa sina dagliga behov.

I detta fall kan man påpeka att det finns hjälp att få, och det finns till exempel övernattningshem som åtminstone ger tak över huvudet och skydd för natten. Men lösningen är inte så enkel, vilket också säljare berättar om i tidningen: «Jeg har prøvd hospits. Jeg føler at de er verre enn å være ute. Om du ikke har ett stoffmissbruk, så får du det der. Det er aldri fred og harmoni der» (Oktoberutgåvan av =Oslo 2008, 29). Orsakerna till att man blir hemlös är ofta en rad sammanhängande problem som missbruk, arbetslöshet och marginalisering (Power 1999). Förutom dessa problem kan det också finnas andra omständigheter som försvårar möjligheten att få en bostad, och ett exempel är rätten att ansöka om kommunalt boende. För att ha rätt till kommunalt boende i Oslo måste man bland annat uppfylla kriteriet att man har varit bosatt i Oslo kommun i två år (Oslo kommune 2008). En ung 20-åring med ett utvecklat drogmissbruk, hemma från en liten kommun och som fyra måna-

der senare inser att Osloresan blev längre än bara en helg, uppfyller inte ett sådant krav. En sådan person hamnar ofta på gatan och resan därifrån är lång och krävande.

Diskussionen om inkomsten ger en inblick i en svår vardag, men trots det finns det positiva inverknings på välbefinnande och informanterna gav exempel på detta genom att berätta om möten med kunderna, om ett förbättrat självförtroende samt tecken på brottsreducering.

«=Oslo er en bro i samhället»

Under intervjuerna använde intervjupersonen termen «straighta människor» för att beskriva kunderna och andra människor som säljarna möter på gatan. Detta kontaktskapande var av stor vikt, och många av intervjupersonerna poängterade:

- Jag har en möjlighet att träffa straighta människor...
- Det känns bra att få umgås med straighta människor...
- Pengarna och de att man möter straighta människor.
- Och det är bra att få kontakt med straighta människor. Fastän de inte köper är det kul att ha kontakt med dem.
- Jag gillar att möta människor... det är kul att ha ett samtal med någon.

För att få en djupare förståelse av dessa möten, och på vilket sätt de påverkar välbefinnandet, relaterar jag dem till tillståndet «Att älska». Allardt beskrev att Att älska som behovet av att relatera till andra människor och att forma en social identitet. I möten med kunder sätts säljaren i ett annat ljus och personen tillskrivs rollen som säljare av =Oslo. För personer som har mött många motgångar i livet är denna positiva respons och nya kontakter av stor vikt. En av intervjupersonerna beskrev fenomenet med orden: «=Oslo är en bro i samhället». En annan av informanterna uttryckte sig så här om sitt möte med kunder:

«Det är kul att möta straighta människor; människor

stannar upp och börjar prata med en... Jag har också ett större nätverk nu, jämfört med tidigare, jag har till och med vänner som är straighta människor. Det hjälper mycket. Det är betydligt roligare att prata med straighta människor, det handlar inte bara om droger...»

Så gott som alla informanter gav också exempel på vad som kan tolkas som tecken på ett förbättrat självförtroende tack vare deras jobb som säljare av =Oslo. De berättade:

- Jag har blivit modigare...
- Man får möta människor på gatan, man får bättre självförtroende av det.
- Jag har fått tillbaka mitt självförtroende... och jag känner mig mera självsäker nu.
- De säger att jag gör ett bra jobb, ingen sa det till mig tidigare. Ibland kändes det mera som att de ville kasta stenar efter en...
- Jag får mera respekt nu, jämfört med tidigare.
- Jag mår bättre nu. Jag känner mig inte mera värdefull, men jag är mera nyttig.
- Jag har en känsla av bemästring, jag har kontrollen. Som «yes, jag kan göra detta».

Informanterna använder ord som modigare, bättre självförtroende, nyttig, mera respekt och bemästringskänsla vilket tyder på bättre självkänsla och självförtroende. I en tolkning av begreppet empowerment lyfter Askheim och Starrin (2008) fram liknande egenskaper som tecken på empowerment, och arbetsituationen som säljare kan därför också ses som en «empowering»/styrkande situation.

En av de kvinnliga intervjupersonerna uttryckte sig så här om sina erfarenheter av att sälja =Oslo: «Jag känner mig straightare då jag säljer tidningen. I början började jag bry mig mera om hur jag klädde mig och jag satte mera tid på att hitta de rätta kläderna». Informanten lyfter fram att hon satte mera tid på sitt utseende och hon hävdar att hon känner sig mera «straight» då hon säljer tidningen och detta indikerar på förändringar i sin självbild som kan tänkas förstärka självförtroendet. Den andra kvinnliga informanten gav också tecken på en personlig förändring. Hon berättade:

«Om det inte hade varit för detta ställe (hon syftar på =Oslo), hade jag varit död idag. Jag kom mig bort från Skippergate [en av Oslos hårt belastade gator] och jag har ett nytt nätverk nu med nya vänner. Jag är en del av en arbetsmiljö nu».

Detta uttalande visar vilken inverkan en ny miljö och ett nytt nätverk kan ha på en individs välbefinnande och direkta överlevnad. Andra fördelar som kan relateras till en förbättring av välbefinnandet är enligt informanterna möjligheten att få en struktur på dagen och det hade en stabiliserande inverkan på vardagen. En av informanterna uttryckte detta som: «Man kan fylla sin dag med någonting. Alla behöver någonting att göra, en stimulation. Jag har mera struktur i min dag nu». I studien bland säljare av *The Big Issue* poängterades också samma fenomen som en fördel med att jobba som säljare av *The Big Issue* (2001). Då man ser på den livssituation som informanterna lever i finns det ganska få sätt att fylla sin dag med givande stimulation, och =Oslo ger dessa personer ett alternativ till till exempel tiggeri eller prostitution.

Tecken på brottsreducering

Jag har beskrivit att behov som mat och kläder blir täckta genom intäkten som säljarna får då de säljer =Oslo. I intervjuerna kom det också fram att intäkten används till att finansiera narkotikamissbruket. I denna kontext kan säljandet av =Oslo uppfattas som ett sätt att finansiera missbruket, men här är det dock skäl att se situationen i ett större perspektiv. Drogerna är en del av vardagen för informanterna i studien och så länge beroendet finns där sätts det mesta av energin och intäkterna på att tillfredsställa behovet. Med tanke på följande påståenden får situationen också en annan vinkling. Informanterna berättade:

- Jag slipper begå brott.
- Jag behöver inte göra kriminella saker.
- Man behöver inte tänka på att begå brott.
- Jag har inte gjort någonting kriminellt på ett år och åtta månader. Jag får mina pengar på ett ärligt sätt och jag sparar samhället en massa skattepengar.

Som informanterna berättar begår de inte kriminella

gärningar för att få pengar till att finansiera drogerna i och med att de säljer =Oslo. De får sin inkomst på ett ärligt sätt, och trots att droganvändningen i sig är olaglig finns det stora fördelar med att personerna slipper hamna i en «dubbelbrottssituation». I detta sammanhang bygger dock konklusionen enbart på några säljares erfarenheter, men om etableringen av =Oslo faktiskt har lett till en brottsreducering fyller =Oslo en viktig samhällslik funktion. Under intervjuerna nämnde två av informanterna också att de använde mindre droger jämfört med tiden innan de var säljare, vilket kan också ses som en positiv influens av att sälja =Oslo. I studien som gjorde bland säljare av *The Big Issue* kom det även fram att merparten av säljarna upplevde att deras missbruk hade minskat efter att de hade börjat jobba med att sälja *The Big Issue* (*The Big Issue*, 2001).

Nivån av lycka

I studien frågade jag informanterna: *Är du lycklig?*, eftersom graden av lycka kan ses som en del av en persons välbefinnande. På frågan fick jag mycket varierande svar, och några av informanterna berättade:

- Det är bättre nu, jämfört med då det var som värst. Men... det kan bara bli bättre nu; man kan inte slä ner marken så mycket mera än detta.
- Om det inte vore för min fru skulle det vara mycket värre.
- Mitt liv kunde vara bättre. Jag var lyckligare tidigare. Jag känner att jag står på samma ställe hela tiden: jag går in i väggen om och om igen. Jag har planer och idéer men att gå från dem till att sätta dem i verket är en annan sak.
- Jag är inte lycklig för att jag bor på gatan i Oslo. Jag kommer att vara lycklig då jag har en egen lägenhet, ett jobb och ett vanligt liv.

Svaren genomsyras av hopplöshet och det finns tydliga tecken på frustration. Om man ser på intervjupersonernas marginaliserade livssituation förstår man också personernas uppgivenhet. En av intervjupersonerna gav också uttryck för detta genom att berätta:

«Alla ser dig som en narkoman. Du hör inte till samhället, du är missplacerad». Liknande känslor av att vara missplacerade, och utanförskap framkommer också i en studie av Evelyn Dyb (2006) där hon visar att hemlösa blir bortjagade från offentliga arenor. Detta visar på ett behov för inkludering och djupare förståelse för marginaliserade människors livssituation.

Några av intervjupersonerna som levde under liknande omständigheter gav ändå helt andra svar på frågan om de är lyckliga. Några av dem besvarade frågan med ett kort «Ja», och två av informanter berättade:

- Ja, jag är lycklig. Jag är inte lika deprimerad som jag brukade vara. Jag är mera mentalt stabil.
- Jag har det bra. Då jag arbetade och hade ett normalt liv var jag inte lyckligare. Jag mår bättre nu. Jag har mera frihet nu. För tre år sedan... nej, jag har det bättre nu.

Dessa personer hävdade att de var lyckliga, och en av dem berättade att han till och med var lyckligare nu (personen var hemlös) än tidigare då han hade ett «vanligt liv». Han sade också att han hade ett friare liv nu och kanske det var just den friheten som behövdes för att göra honom lycklig. I intervjun kommenterade också en av informanterna sin lycka som en jämn ström och en annan av dem log bara brett då hon svarade att hon var lycklig. Kanske just dessa personer var lyckliga för att de hade funnit «mening i livet slik det er» på ett sätt som överensstämmer med Øverengets (2006) beskrivning av begreppet lycka. Det kan också vara deras engagemang som säljare som har gjort dem lyckliga, och bland andra Seligman, Parks och Steen också (2005) beskrev engagemang som en väg mot lycka.

Avslutande diskussion

Syftet med studien var att undersöka på vilket sätt säljandet av =Oslo påverkade säljarnas välbefinnande, och i studien framkom att jobbet som säljare hade många positiva inverknings på intervjupersonernas välbefinnande. Genom sina jobb bidrar personerna

med någonting och detta skapar en värdighetskänsla som många av intervjupersonerna inte var vana vid. Dessa tecken på empowerment är en viktig del av säljarnas välbefinnande samtidigt som säljarna också får en inkomst. Inkomsten används till att täcka behov som mat och kläder samtidigt som den också finansierar drogmisshandeln. Detta bör sättas i ett större perspektiv eftersom studien också visar att säljarna får en inkomst på ett ärligt sätt och att =Oslo kan ha varit med om att reducera brottsstatistiken. =Oslo kan också tänkas ge ett alternativ till prostitution, men för att verifiera sådana påståenden behövs det mer forskning på området. =Oslo är också ett viktigt led i gränslandet mellan dem som är inkluderade och exkluderade i samhället, och =Oslo har lett till att dessa grupper möts i en dialog som inte var lika vanlig tidigare. Trots detta krävs det en ökad grad av förståelse från majoritetsbefolkningen för att marginaliserade grupper av människor ska känna sig hemma i samhället, och även det offentliga har en viktig roll i den processen.

Utgående från studien har =Oslo varit med om att öka graden av välbefinnande hos intervjupersonerna, och verksamheten har skapat ett andrum i många säljares liv. För att kunna upprätthålla och vidareutveckla arbetet är verksamheten fortsättningsvis beroende av stöd både i form av kundernas köpkraft, men kanske ännu viktigare i form av ekonomiskt stöd från det offentliga. Tillsammans med hjälp från andra instanser kan man på sikt tänka sig att =Oslo kunde vara med om att skapa välfärd och välbefinnande på ett djupare plan än enbart genom att erbjuda ett sysselsättningsalternativ. För att förverkliga en sådan tanke behöver verksamheten externa ekonomiska medel, och i väntan på det går fortsättningsvis somliga med trasiga skor i och hopp om att någon gång få uppleva en bättre tillvaro.

ENGLISH SUMMARY

In the article a qualitative study, carried out among vendors of the street paper =Oslo during the summer of 2007, is presented. The data for the study was collected through semi-structured interviews with seven male vendors and two female vendors of =Oslo, of whom eight of nine were homeless persons using drugs. For the vendors of =Oslo, the selling of the magazine may be a tool for improving their wellbeing and quality of life, and based on this the objective of the study was to explore how the vendors of the street paper =Oslo experienced their wellbeing.

Based on the findings on the study, it was shown that the selling of =Oslo had positive influences on the wellbeing of the informants, although their overall quality of life was low. The findings showed that the income from selling =Oslo was of importance for the informants and among other things, they spend the income on necessities like food and clothes. Furthermore most of the informants pointed out that they were met with positive attention and feedback from people in the public, and by working as vendors the informants experienced a boost of their self-image and they gained more self-confidence.

LITTERATUR

- Aftenposten**, 23.11.2007. «Junkier ljuger nok ikke alltid».
- Askheim, Ole Petter og Bengt Starrin** (2008) «Empowermnet – et moteord?» I Askheim, Ole Petter og Bengt Starrin (red) *Empowerment i teori og praksis*. Oslo: Gyldendal akademisk side 13-20.
- Allardt, Erik** (1975) *Att Ha, Att Älska, Att Vara. Om välfärd i Norden*. Lund: Argos Förlag.
- Allardt, Erik** (1993) «Having, Loving, Being: An Alternative to the Swedish Model of Welfare Research». I Nussbaum, C. Martha och Amartya Sen (red) *The Quality of Life*. Oxford: Oxford University Press side 88-94.
- Borgeraas, Elling og Espen Dahl** (2007) *Low Income and «Poverty Lines» in Norway – A Comparison of Three Concepts*. <http://www.consumer2007.info/wp-content/uploads/inequality12-%20Borgeraas.pdf> (hentet 21.4.2008).
- Bönhke, Petra** (2005) *The First European Quality of Life Survey; Life Satisfaction, Happiness and Sense of Belonging*. <http://www.eurofound.europa.eu/pubdocs/2005/91/en/1/ef0591en.pdf> (hentet 21.4.2008).
- Chambliss, F. Daniel og Russell K. Schutt** (2006) *Making Sense of the Social World, Methods of Investigation*. California: Pine Forge Press.
- Dyb, Evelyn** (2006) *Roofless people and Use of Public Space*. http://www.feantsa.org/files/national_reports/norway/2006/norway_thematic_homelessness_2006.pdf (hentet 21.04.2008).
- Er lik Oslo** (2008) *Konsept*. <http://www.erlikoslo.no/ommagasinet.html> (hentet 1.10.2008).
- Fayers, M. Peter og David Machin** (2000) *Quality of Life. Assessment, Analysis and Interpretation*. West Sussex: Wiley.
- INSP** (International Network of Street Papers) (2008a) *Concept*. <http://www.street-papers.org/41.htm> (hentet 25.4.2008).
- INSP** (International Network of Street Papers) (2008b) *Members*. <http://www.street-papers.org/24.htm> (hentet 25.4.2008).
- Ohls, Carolina**. 2008. *Wellbeing in a Life of Ill-being*. Oslo: Høgskolen i Oslo.
- Oslo kommune** (2008) *Kommunal bolig*. http://www.helse-og-velferdsetaten.oslo.kommune.no/bolig/kommunal_bolig/. (hentet 1.10.2008)
- Seligman, P., E., Martin, Acacia C Parks og Tracy Steen** (2005) «A Balanced Psychology and a Full Life» I Huppert, Felicia, Nick Baylis og Barry Keverne (red) *The Science of Wellbeing*. Oxford: Oxford University Press side 275-283.
- Sen, Amartya** (1993) «Capability and Well-Being» I Nussbaum C. Martha og Amartya Sen (red) *The quality of life*. Oxford: Oxford University Press side 62-66.
- Popper, Karl** (1963) *Conjectures and Refutations*. London: Routledge.
- Power, Robert, Rebecca French, James Connelly, Steve George, Derek Hawes, Terese Hinton, Hilary Kee, David Robinson, Jeanette Senior, Philip Timms og David Warner** (1999) *Promoting the Health of Homeless People*. London: Health Education Authority.
- The Big Issue** (2001) *Real lives, Real Stories, Real Futures*. <http://www.bigissue.com/v21execsummary.doc> (hentet 21.04.2008)
- WHO** (World Health Organisation) (2008) *Definition of health*. <http://www.who.int/suggestions/faq/en/> (hentet 21.04.2008)
- Øvereng, Einar** (2006) *Lykkens filosofi*. Oslo: Aschehoug.