

AT VÆRE ELLER IKKE AT VÆRE SÆLGER

OM AT FINDE MENING I ROLLEN
SOM SÆLGER AF HUS FORBI



PERNILLE MÄRCHER DALGAS & ULLA MORTENSEN

AALBORG UNIVERSITET - KØBENHAVN

Titelblad

At være eller ikke at være sælger - Om at finde mening i rollen som sælger af Hus Forbi

Pernille Märcher Dalgas

Ulla Mortensen

Kandidatspeciale ved Læring og forandringsprocesser

Institut for Læring og Filosofi

Aalborg Universitet, København

August 2015

Vejleder: Ulla Højmark Jensen

Forsideillustration: Morten Hemmingsen Sørup

Anslag med mellemrum: 289.654

Indhold

| | |
|--|----|
| Forord..... | 5 |
| English summary..... | 6 |
| Indledning og problemfelt..... | 8 |
| Problemformulering | 10 |
| Arbejdsspørgsmål..... | 10 |
| Præcisering og afgrænsning | 10 |
| Læsevejledning | 12 |
| Introduktion til et forskningsfelt | 13 |
| Søgeprocesser..... | 13 |
| Forskning om Hus Forbi..... | 14 |
| Udenlandske hjemløseaviser | 15 |
| Læreprocesser | 16 |
| Opsamling | 17 |
| Videnskabsteoretisk tilgang | 19 |
| Socialkonstruktivismen | 19 |
| Fænomenologi | 21 |
| Hermeneutikken | 22 |
| Specialets validitet og generaliserbarhed..... | 23 |
| Hvad kommer vi selv med? | 24 |
| Metode | 26 |
| Dokumentanalyse | 26 |
| Hvad er en dokumentanalyse? | 26 |
| Bagsideartiklen som dokument..... | 27 |
| Interview..... | 28 |
| Vidensdannelse i det kvalitative forskningsinterview | 29 |

| | |
|---|----|
| Interviewet som en professionel samtale | 30 |
| Det semistrukturerede interview | 32 |
| Udformning af interviewguide | 34 |
| Metodiske refleksioner | 35 |
| Teoretisk forståelsesramme..... | 37 |
| Pierre Bourdieu..... | 37 |
| Felt og doxa | 39 |
| Habitus | 40 |
| Kapital..... | 41 |
| Symbolsk vold | 41 |
| Goffman..... | 42 |
| Hverdagsdramatisering | 43 |
| Indtryksstyring | 44 |
| Idealisering | 45 |
| Forscene og bagscene | 46 |
| Stigmatisering | 47 |
| Specialets makro- og mesoniveau..... | 49 |
| Årsager til hjemløshed..... | 49 |
| Samfundets syn på den hjemløse..... | 51 |
| Marginalisering..... | 52 |
| Hvad er et socialt problem? | 53 |
| Hus Forbi..... | 54 |
| Hus Forbis målgruppe | 54 |
| Foreningens formål..... | 55 |
| De hjemløses talerør | 56 |
| Mødet mellem kunde og sælger..... | 56 |

| | |
|-----------------------------------|----|
| Empiri: dokumentanalyse | 58 |
| Max Webers idealtipe..... | 58 |
| Konstruktionen af en type | 59 |
| Kulturel kapital | 60 |
| Social kapital | 62 |
| Fordeling | 64 |
| De fire sælgertyper | 66 |
| Den rastløse | 66 |
| Den knækkede | 67 |
| Den utilpassede..... | 67 |
| Den særegne..... | 67 |
| Opsamling og delkonklusion..... | 68 |
| Empiri: interview | 70 |
| Udvælgelse af informanter | 70 |
| Kriterier for udvælgelse | 71 |
| Fravalg | 72 |
| Etiske overvejelser..... | 75 |
| Præsentation af informanter | 76 |
| Thomas | 77 |
| Thorkild | 77 |
| Dennis | 77 |
| Charlie..... | 77 |
| Nikolaj | 78 |
| Jens | 78 |
| Transskription..... | 78 |
| Analysestrategi | 79 |

| | |
|--|-----|
| Læsevejledning til analysen..... | 81 |
| Begrebsafklaring..... | 81 |
| Analysedel I: Adgangen til et netværk..... | 84 |
| Frynsegoderne..... | 85 |
| Mødet med kunden..... | 93 |
| Fællesskabet..... | 97 |
| Analysedel II: At føle sig fri..... | 104 |
| Om at gøre sig fri af det etablerede..... | 104 |
| Om at føle sig fri uden en bolig..... | 108 |
| Analysedel III: At gøre sin stemme gældende..... | 112 |
| At have sin egen agenda..... | 112 |
| En stemme i organisationen..... | 116 |
| Konklusion..... | 120 |
| Diskuterende perspektivering..... | 122 |
| Kritiske efterrefleksioner..... | 126 |
| Referencer..... | 128 |
| Internetkilder..... | 131 |
| Bilag..... | 132 |
| Interviewguide..... | 132 |

Forord

I dette speciale arbejder vi med den livslange læring som en måde at forstå, hvordan mennesker finder mening og forandres i de aktiviteter, de tager del i. Vi må her sande, at dette i høj grad også gælder os selv. Dette speciale er produktet af en lang og lærerig rejse. Det meste af tiden har det været en sjov rejse men undertiden også en frustrerende rejse, hvor vi har været i tvivl om rejsens formål og hvor den skulle ende.

Vores rejse havde ikke været den samme uden en række mennesker, der hjalp os på vej og til hvem vi skylder en tak. Først og fremmest skal der lyde en stor tak til de Hus Forbi sælgere, der satte tid af til at snakke og dele deres historier med os. I har været fantastiske. Uden jer var der intet speciale.

Tusind tak til vores venner og familie for støtte og opbakning. I har holdt os ud undervejs. Især skal der lyde en tak til Rikke, Karina og Signe for jeres faglige sparring og kritiske kommentarer. Tak til Morten for at bruge sin ferie på vores forsideillustration.

Rejsen ender nu; vi har det færdige produkt i hånden og vi håber læsningen af det vil være ligeså spændende for læseren, som tilblivelsesprocessen var for os. Ved at kigge tilbage ser vi, at vi på mange måder har ændret os, siden vi startede. Vi er nu klar til at begive os ud på nye rejser - sammen og hver for sig.

God læselyst

Pernille & Ulla

English summary

This master thesis focuses on the vendors of the Danish street paper Hus Forbi. Hus Forbi was first published in 1996 on the occasion of the UN international year for the eradication of poverty, which was also the year that Copenhagen was the European Capital of Culture. The goal of Hus Forbi is to put homelessness and social inequality on the political agenda and to provide new opportunities for homeless people. The paper is sold on the street by homeless and former homeless people.

According to the secretary of the organization behind Hus Forbi, this provides an alternative to begging or stealing for the vendors. The organization attaches great importance to the fact that the paper is sold in this way, as they believe that this provides a learning experience for both vendor and buyer. They believe that this meeting will help tear down the prejudices on both ends.

Inspired by the way we as students find meaning in the activities we take part in, we ask who the vendors are and how the role as vendor gives meaning to their lives.

To answer this question, we use document analysis and interviews as our qualitative research methods. The document analysis is based on a regular monthly section in the paper, where recently started vendors are portrayed. For the analysis we constructed a scoring system inspired by Pierre Bourdieu's forms of capitals. Scoring 24 portraits of vendors (equivalent to two years of releases) based on this scoring system, we construct four ideal types representing the typical vendors. The scoring system allows us to see that the vendors have very different histories. The majority have a history of work experience and for some also education, but when it comes to their social network there are differences. While some have friends and family supporting them, the social network of others are limited to institutional staff. Each ideal type seems to have a different motivation for becoming a vendor. While some emphasize the money they earn as a way to get back to "normal life", others are motivated by the social interaction inherent in the job.

We expand upon this insight by making qualitative research interviews. We interview six vendors while they are selling Hus Forbi on the street, which allows us to observe how they interact with their customers. The aim is to analyze what meaning the individual vendor finds in the role as a vendor. By using Erving Goffman's theater metaphors and concept of stigma (and partially also the concept of field and habitus by Pierre Bourdieu), we view the role as vendor as a specific, individually performed act. This allows us to analyze how each vendor performs in a way, that he finds meaningful. We find, that the roles the vendors play and their way of dealing with the stigma connected to selling a street paper are very diverse. While some perform their role as people working as everybody else, others perform a role in which the paper becomes a prop that creates

contact between themselves and other people in the street. Interacting with customers or other vendors is a way to access help and support, as well as a way to avoid loneliness. Also, for some the paper acts a mouth piece through which they can speak up about the political causes they find important.

The general conclusion is, that the vendors of Hus Forbi to a certain extent are a heterogeneous group when it comes to motivation and how they construct meaning in their work as vendors. At the same time we see a pattern, in that most of the vendors (based on both the document analysis and the interviews) have histories with quite extensive work experience. This then leads us to a final discussion of whether the vendor of Hus Forbi primarily are the strongest and most resourceful of the homeless.

Indledning og problemfelt

Hjemløshed og social ulighed er i Danmark, som så mange andre steder i verden, et problem der gennem de seneste årtier har fået et større fokus i medier og samfundsdebatten. Ikke mindst er hjemløshed et stigende og stadig mere komplekst problem. Alene siden den første optælling af hjemløse i 2009 til den seneste i 2013 ses en stigning på 16%, hvilket svarer til, at mindst 5000 danskere i et eller andet omfang er ramt af hjemløshed (Benjaminsen & Lauritzen, 2013: 34). I samfundsdebatten ses en tilbagevendende diskussion, om hvad der skal gøres for at hjælpe disse udsatte mennesker, der ender som hjemløse. Politikerne diskuterer hvor mange penge, der skal afsættes på finansloven til målgruppen. Kommunerne driver herberg og iværksætter projekter, der skal øge de udsattes livskvalitet og sundhedstilstand. Non-profit organisationer driver varmestuer og væresteder, der skal hjælpe med helt basale behov som mad og tøj. De socialøkonomiske virksomheder forsøger at resocialisere de udsatte grupper ved at skabe alternative arbejdspladser til de hjemløse. På tværs af stat, civilsamfund og det private marked ses altså forskellige aktører, der hver især søger at hjælpe de hjemløse ud fra hver deres logikker. Blandt disse mangeartede aktører er hjemløseavisen Hus Forbi.

Hus Forbi udkommer en gang om måneden og adskiller sig i sit indhold fra de fleste andre danske aviser og magasiner ved udelukkende at omhandle forskellige former for sociale problematikker vedrørende hjemløse og andre socialt udsatte. Avisen sætter ikke alene fokus på hjemløse i sit indhold, men sælges endvidere på gaden af de hjemløse selv og det er disse sælgere dette speciale omhandler.

Sælgerne af Hus Forbi er en fast del af bybilledet i de fleste større byer, foran supermarkeder og på offentlige pladser, hvor de iført deres sorte og gule uniform sælger avisen til de forbigående. Nogle sælgere møder man få gange. Andre har stået det samme sted i årevis. Året rundt og i al slags vejr. Men hvem er de, disse sælgere og hvad får dem til at vælge at blive sælgere?

Det første afsæt for dette speciale er altså vores egen undren; vores egne subjektive erfaringer, de jobs, uddannelser og øvrige aktiviteter vi har taget del i gennem livet, har været med til at forme os til de mennesker, vi er i dag. Hvilken mening mon, de sælgere vi gentagende gange møder rundt omkring i bybilledet, finder i deres hverdag? Denne undren fik os til at undersøge, hvilke tanker der ligger bag selve hjemløseavisen Hus Forbi og de mennesker, der sælger den.

På forsiden af Hus Forbi skrives, at sælgerne er hjemløse eller på anden måde udsat i samfundet. Der skrives også, at avisen koster tyve kroner, hvoraf sælgeren beholder de otte. Vi kan altså konkludere, at der er en økonomisk gevinst for sælgeren, men hvad får de mere ud af at være sælgere?

Hjemløseavisen Hus Forbi udgives af Foreningen Hus Forbi. I følge dennes vedtægter er foreningens overordnede hovedformål blandt andet at "udvikle, etablere og støtte aktiviteter og virksomhed, hvor hjemløse og andre socialt udsatte gennem egen virksomhed har mulighed for at forbedre deres livssituation" (internetkilde 1). På Hus Forbis hjemmeside skrives endvidere om formålet: "At give de hjemløse sælgere mulighed for at tjene deres egne penge og have noget at stå op til" (internetkilde 1). Vi ser et læringsperspektiv indlejret i disse sætninger, hvori salget af Hus Forbi muliggør en forandring for hjemløse. Her kan de få noget at stå op til samt en forbedret livssituation. Hvad det er sælgeren står op til om morgenen og hvordan dennes livssituation eventuelt skulle forbedres, siger sætningerne derimod ikke så meget om og det er heri vores fokus ligger.

Vi tager udgangspunkt i den livslange læring, og læner os mod den engelske sociolog og læringsteoretiker Peter Jarvis definition på læring:

"Menneskelig læring er en kombination af processer gennem livsforløbet, hvor igennem hele personen - kroppen (arvemæssigt, fysisk og biologisk) og psyken [the mind] (viden, færdigheder, holdninger, værdier, følelser, overbevisninger og sanser) - erfarer sociale situationer, hvis indhold omformes kognitivt, følelsesmæssigt eller praktisk (eller gennem en kombination heraf) og integreres i den individuelle persons biografi, hvilket resulterer i en stadig mere forandret (eller mere erfaren) person." (Jarvis, 2012:44)

Hermed forstår vi læring som fundamentet for al menneskelig væren. Det er ikke muligt at ikke lære. Læring er en proces, der ikke (nødvendigvis) udmønter sig i eksempelvis produkter eller reflekterede handlinger, men i højere grad handler om enkeltindividets tilblivelsesprocesser, hvori mennesket lærer at være sig selv. Det er en pointe, at denne tilblivelsesproces varer livet ud. Mennesket er så at sige altid under forandring, for så længe mennesket kan fortsætte med at lære, vil der være noget at lære. Læringsprocessen slutter altså først med livets afslutning (Jarvis, 2012: 49). Vi arbejder i dette speciale med det afsæt, at læring og mening er begreber, der kan sidestilles,

idet meningsdannelse kan ses som værende resultatet af en læreproces. Hermed forstår vi, at sælgerne af Hus Forbi igennem deres levede liv som sælgere, har gjort sig erfaringer (som de ikke havde gjort, om de ikke var sælgere), der er meningsdannende for dem og som har været med til at definere dem som de mennesker de er. Det er denne meningsdannelse, der er vores fokus i dette speciale. Således skal formålet med specialet ses som en nuanceret præsentation af en udsat gruppe. Ved at forstå sælgerne som andet og mere end sælgere af en hjemløseavis, er det vores mål at skabe forståelse for gruppen, med det formål at genere viden og diskussioner om, hvem det er vi ønsker at hjælpe i samfundet og hvordan dette kan gøres.

Problemformulering

Hvem er sælgerne af hjemløseavisen Hus Forbi og hvordan finder de mening i rollen som sælgere?

Arbejdsspørgsmål

For at besvare problemformuleringen har vi udarbejdet et sæt arbejdsspørgsmål, der skal lede os mod en konklusion. Spørgsmålene er opbygget således, at de hver især søges besvaret i specialets enkelte kapitler:

- Hvordan kan vi forstå et samfund, hvori der findes hjemløse (og dermed et behov for en hjemløseavis)?
- Hvilke motiver har sælgerne for at begynde at sælge Hus Forbi?
- Hvilke bevæggrunde har sælgerne for at blive i rollen som sælger?

Præcisering og afgrænsning

Af hensyn til specialets fokus, tidsramme og pladsmæssige forhold har vi måtte foretage valg, der implicit indebærer fravalg. Dette afsnit har til formål at præcisere specialets fokus og dermed hvad vi afgrænser os fra at undersøge. Vi har i dette speciale alene fokus på, hvordan sælgerne af Hus Forbi skaber mening i forbindelse med salget af Hus Forbi.

Hermed afgrænser vi os fra at undersøge andre perspektiver, som eksempelvis det øvrige samfunds opfattelse af sælgerne (herunder både igennem eksempelvis medier og køberne af avisen). Vi beskæftiger os således heller ikke med, hvordan Hus Forbi i sit virke og indhold måtte være med til at ændre forholdene for hjemløse og socialt udsatte på politisk niveau. Vores fokus er alene på sælgerens subjektive oplevelser i forhold til deres rolle som sælgere af Hus Forbi og dermed ikke

hvilke andre roller de i øvrigt måtte indgå i. Hermed afgrænser vi os tillige fra at beskæftige os med andre sociale kategorier såsom køn, etnicitet mv.

I indledningen refererer vi til Peter Jarvis' læringsterori, hvori læring skal ses som forskellige processer, der resulterer i et ændret eller mere erfarent menneske. Omend læringsprocesser ifølge denne teori skal ses som kontinuerlige, vil vi alligevel fokusere på resultatet af en læringsproces i form af det ændrede menneske, velvidende at dette er øjebliksbilleder fra den læring, der til stadighed finder sted. Vi har altså på forhånd den antagelse, at der har fundet en læringsproces sted som resulterer i den mening, den enkelte finder her og nu. Det er dette, vi i specialet lægger fokus på og dermed ikke selve processen, hvori ændringen fandt sted.

Læsevejledning

Følgende figur har til formål at skabe overblik over specialets struktur og indhold.

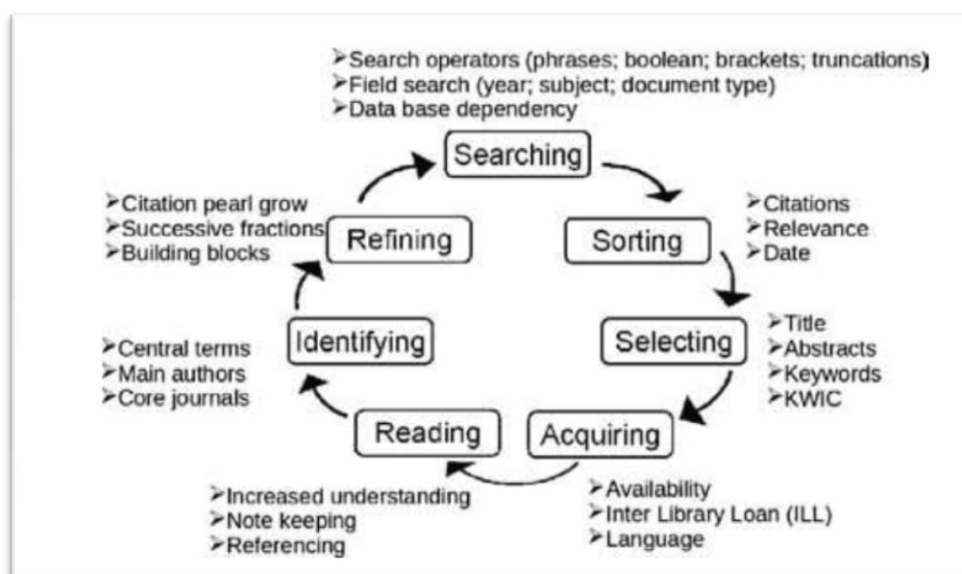
| | |
|---|--|
| Indledning og problemfelt | <ul style="list-style-type: none">• Første kapitel præsenterer og afgrænser specialets emne og problemformulering samt motivationen herfor. Ligeledes præsenteres specialets læringssyn. |
| Introduktion til et forskningsfelt | <ul style="list-style-type: none">• Dette kapitel placerer specialet i forskningsfeltet. Heri præsenterer vi tidligere forskningsresultater, samt hvordan vi inspireret af den hermeneutiske cirkel har grebet søgeprocessen an. |
| Videnskabsteoretisk tilgang | <ul style="list-style-type: none">• Kapitlet præsenterer specialets videnskabsteoretiske tilgang socialkonstruktivismen. Samtidig argumenterer vi for, hvordan vi tillige lader os inspirere af hermeutikken og til en vis grænse fænomenologien. |
| Metode | <ul style="list-style-type: none">• I dette kapitel argumenteres for de valgte metoder; dokumentanalyse og interview. Vi præsenterer metoderne enkeltvis og uddyber hvordan vi forstår og griber dem an. Afslutningsvis argumenteres der for valget af kvalitativ metode. |
| Teoretisk forståelsesramme | <ul style="list-style-type: none">• Dette kapitel præsenterer med hvilken teori vi forstår den indhentede empiri. Vi præsenterer teori af hhv. Pierre Bourdieu og Erwin Goffman samt hvilke overvejelser, der ligger til grund for valget af disse. |
| Specialets makro- og mesoniveau | <ul style="list-style-type: none">• Dette kapitel fungerer som en bro mellem specialets teoretiske og empiriske del. Her gives en præsentation af begreberne hjemløshed og marginalisering samt årsagerne hertil. Ligeledes præsenteres organisationen Hus Forbi samt dennes værdiformål. |
| Empiri: dokumentanalyse | <ul style="list-style-type: none">• I dette kapitel præsenteres specialets første empiri; dokumentanalysen. Heri præsenteres, hvordan vi på baggrund af 24 portrætter af Hus Forbi sælgere konstruerer 4 idealtyper, der repræsenterer den "typiske sælger". |
| Empiri: Interview | <ul style="list-style-type: none">• Dette kapitel omhandler de interviews, vi har foretaget med 6 sælgere af Hus Forbi. Vi redegør for udvælgelsen heraf samt præsenterer informanterne. Endelig indeholder kapitlet selve analysen af disse interviews. |
| Konklusion, diskuterende perspektivering og efterfølgende refleksioner | <ul style="list-style-type: none">• Afslutningsvis samles der op på specialet. Vi præsenterer først læseren for en konklusion, hvori vi svarer på problemformuleringen. Herefter diskuterer vi de perspektiver og betragtninger, vi har gjort os undervejs. Endelig redegør vi for hvilke efterfølgende refleksioner, vi gør os over specialets tilblivelse. |

Introduktion til et forskningsfelt

For at få en dybere forståelse for vores emne, har vi foretaget et litteraturstudie. Formålet med dette studie har været at få indblik i, hvilke interesser der er i området samt placere dette speciale i feltet. Vi vil i de følgende afsnit redegøre for hvordan dette litteraturstudie er grebet an, samt præsentere læseren for eksisterende forskning vedrørende vores emne.

Søgeprocesser

Vi har i vores søgeproces ladet os inspirere af en hermeneutisk tilgang til litteraturstudier. Uden i øvrigt at komme ind på hermeneutikken (denne vil blive ekspliciteret i efterfølgende kapitel vedrørende specialets videnskabsteoretiske afsæt), skal en sådan proces forstås som værende cirkulær, forstået således, at processen ikke nødvendigvis følger en stringent opbygning, hvor vi først søger og dernæst læser. En sådan opbygning har den ulempe, at den hæmmer muligheden for at forfølge interessante spor, der måtte vise sig relevante for eget arbejde. Ved at følge den hermeneutiske cirkel kan en søgeproces derimod ses som en cirkulær proces, der kan starte hvor som helst i cirklen (se figur 1). Pointen er, at man ikke på forhånd kan vide, hvad der den mest relevante viden, hvorfor man læser, fortolker, reviderer og søger igen. Hermed behøver søgeprocessen ikke nødvendigvis starte med en søgning, men kan eksempelvis starte med en tekst, der fremmer den videre søgning igennem ny viden og inspiration (Boell & Cecez-Kermanovic, 2010: 134ff).



Figur 1: The hermeneutic circle of reviewing litteratur and techniques associated with different stages of the hermeneutic circle (Kilde: Boell & Cecez-Kecmanovic, 2010)

Vores søgeproces har hermed været præget af både simple og mere systematiske søgninger. I de mere simple søgninger har vi søgt på relevante titler, søgeord mv. på forskellige offentligt tilgængelige databaser som eksempelvis biblioteket, Google og forskellige organisationer, der forsker i nært beslægtede områder såsom Projekt Udenfor og Center for Alternativ Samfundsanalyse. Disse søgninger har bidraget til indsigter i, hvad der skrives om til inspiration og videre søgning. Vi har endvidere foretaget mere strukturerede søgninger, hvori vi systematisk har søgt på forskellige kombinationer af de i processen opståede emneord:

- Homelessness/hjemløshed
- Street papers/hjemløseaviser
- Empowerment
- Social change(s)
- Social innovation
- International network of street papers/INSP
- Identity/identitet
- Learning processes/læring
- Change processes/forandringsprocesser
- Inclusion/inklusion

Disse søgninger er foretaget i større videnskabelige databaser som Proquest og Scopus. Endelig har vi på baggrund af det fundne materiale gennemgået referencer i disse. Som beskrevet ovenfor, har dette været en cirkulær proces, hvor vi gentagne gange har genoptaget søgningen i takt med, at vi har fået ny viden og dermed nye spor at følge. Hvornår det er tid til at forlade cirklen, kan være svært at afgøre, da der for mange vil blive ved med at dukke nyt materiale op (Boell & Cecez-Kermanovic, 2010: 140-141). I vores studie besluttede vi at koncentrere os om viden specifikt vedrørende hjemløseaviser og dermed stoppe, når videre søgning ikke ville bidrage med yderligere viden eller inspiration. I de følgende afsnit vil vi præsentere hvilken viden, litteraturstudiet har givet os efterfulgt af en opsamling, hvori vi placerer os selv i feltet.

Forskning om Hus Forbi

Gennem det indledende litteraturstudie har vi erfaret, at der er begrænset viden omkring læreprocesser i forhold til sælgerne af Hus Forbi. Den primære beslægtede forskning omhandler hjemløse og marginaliseredes selvopfattelse og læreprocesser i forhold til selve det at være hjemløs

og marginaliseret samt forskning vedrørende forskellige fænomener, som ofte optræder i tilknytning til hjemløshed herunder misbrug, psykisk sygdom, kriminalitet mv. Vi har endvidere fundet en del forskning vedrørende læreprocesser i andre former for sociale tiltag og virksomheder, der inkluderer marginaliserede grupper, hvilken vi har valgt at se bort fra jævnfør vores primære fokus på salg af hjemløseaviser. Dette valg beror på, at denne aktivitet adskiller sig væsentligt fra andre projekter, idet der her er en højere grad af autonomi. Som sælger af en hjemløseavis er man selvstændigt virkende, forstået således, at man i højere grad er overladt til sig selv i og med, at man er selvbestemmende i forhold til hvor megen tid og ressourcer man vil investere i salget, ligesom aktiviteten udføres alene på gaden uden kontakt til projektets øvrige personale.

Af dansk materiale omhandlende læreprocesser i Hus Forbi har vi kun fundet en evaluering fra 2008. I denne har CASA fokus på selve konceptet Hus Forbi, men tegner endvidere et billede af hvem sælgerne er, samt hvad de får ud af at sælge avisen. (Hansen et al, 2008). Evalueringen er metodisk baseret primært på kvantitative data, hvor ud fra der tegnes en demografisk profil af den typiske sælger. Her nævnes blandt andet, at den primære årsag til at sælge Hus Forbi er at tjene penge, men også den sociale kontakt til andre, at sætte fokus på hjemløses forhold og få tiden til at gå nævnes som vigtige faktorer for at blive ved med at sælge. Velvidende, at meget har ændret sig siden 2008, både organisatorisk og samfundsmæssigt, vil vi i dette speciale anvende evalueringen som reference, hvori vi løbende kan referere til samt spejle vores informanter i.

Udenlandske hjemløseaviser

Vi har i litteraturstudiet fundet inspiration til eget arbejde samt forståelse for feltet i forskellige artikler og undersøgelser med fokus på udenlandske hjemløseaviser. I artiklen "*Voices of homeless people in the street newspapers: a cross-cultural exploration*" (Torck, 2001), diskuteres på baggrund af en diskursanalyse ligheder og forskelle mellem indholdet af fire af de største hjemløseaviser (i hhv. Holland, Storbritannien, Frankrig og USA). Heri konkluderes blandt andet, at aviserne hver især arbejder med forskellige formål og med et indhold, der spænder vidt fra at være produceret af de hjemløse selv til kun at omhandle de hjemløse og igen til at have rent kommercielt indhold med det formål at øge oplaget. Den primære fællesnævner ved disse aviser er altså, at de sælges på gaden af hjemløse og tidligere hjemløse (ibid.). Når vi sammenligner de udenlandske aviser med Hus Forbi, er det altså med den viden, at disse ikke nødvendigvis har et eksplicit ønske om at ændre andre forhold for sælgerne end en forbedret økonomi. Det skal endvidere nævnes, at de fleste udenlandske hjemløseaviser adskiller sig fra de danske forhold omkring Hus Forbi på flere

måder. Sælgergrupperne er blandt andet ikke direkte sammenlignelige på grund af forskellige samfundsmæssige forhold. I landene omkring Middelhavet udgør flygtninge fra eksempelvis Afrika en større del af hjemløsegruppen, hvilken præger indholdet og sælgergrupperne af hjemløseaviserne (Hanks & Swithinbank, 1997:153).

I Danmark tilstræber foreningen Hus Forbi i følge CASA, at udenlandske sælgere maksimalt må udgøre 10 % af den samlede sælgergruppe, for at imødekomme kundernes forventning om en dansk hjemløseavis med fokus på danske problematikker (Hansen et al, 2008: 102). Samtidig adskiller de udenlandske forhold sig ved, at der ikke på samme måde er et økonomisk sikkerhedsnet at falde tilbage på, hvorfor de hjemløse i højere grad end i Danmark er afhængige af velgørenhed. Hermed ses også en forskel på formålet med avisen. Ifølge medarbejder hos Hus Forbi Jimmy Rohde, skal det at være sælger i Danmark ikke betragtes som et egentligt job men snarere et tilbud¹. Det er vores indtryk, at der i udlandet er større fokus på salget af hjemløseaviser som værende et egentligt job og en måde at arbejde sig ud af fattigdom. Eksempelvis lægger The Big Issue (Storbritanniens hjemløseavis) i deres målsætning vægt på, at sælgerne skal blive i stand til at klare sig selv igennem salg af avisen. Avisen er "a hand up - not a hand out", og det betones at "*we believe that by earning money, homeless people can win back some of the self-esteem they have lost by being homeless and this is most effective when earned through self-help*" (Hanks & Swithinbank, 1997:149).

Læreprocesser

I det følgende gennemgår vi, hvilken viden litteraturstudiet har givet os vedrørende sælgernes læreprocesser i henhold til tidligere præsenterede læringssyn. I artiklen *Citizens' publications that empower: social chance for the homeless* fra 2009 beskriver Magallanes-Blanco og Pérez-Bermúdez, hvordan forskellige udenlandske hjemløseaviser er med til at styrke hjemløse. Empowerment beskrives i denne tekst som værende en proces, der tillader mennesket at blive bevidst om eget værd, styrker og muligheder, hvilket hjemløseaviser kan medvirke til på flere måder. Ikke mindst lægges der vægt på, at en forbedret økonomisk situation er med til at forbedre de hjemløses vilkår. For nogle sælgere betyder indtægten, at de eksempelvis bliver i stand til at forsørge deres børn, komme til lægen eller spise bedre, hvilket i sidste ende er medvirkende til et større personligt overskud (Magallanes-Blanco & Pérez-Bermúdez, 2009: 658ff). Endvidere beskriver artiklen, at det at sælge aviser giver mange sælgere et større netværk eksempelvis gennem

¹ Den 16. april 2015 deltog vi i et informationsmøde hos Hus Forbi, hvorfra vi henter en del overordnede informationer vedrørende foreningen. Dette møde vil blive yderligere uddybet i kapitlet vedrørende specialets makro- og mesoniveau.

faste kunder, der hjælper sælgerne med forskellige ting i hverdagen som eksempelvis et måltid mad. I CASAs undersøgelse af Hus Forbi beskrives ligeledes, som tidligere nævnt, at for en større gruppe sælgere er det sociale en væsentlig faktor til at være sælger, hvor mødet med kunderne på gaden er vigtigt for dem (Hansen et al, 2008: 40). Artiklen *A Tough Sell: Stigma as Souvenir in the Contested Performances of San Francisco's Homeless Street Sheet Vendors* (Lindemann, 2007) beskriver denne interaktion mellem sælgere af avisen og de forbipasserende. Med udgangspunkt i et feltstudie baseret på deltagende observation blandt sælgerne af den amerikanske hjemløseavis The Street Sheet, belyses det gennem Erwin Goffmans begreber, hvordan disses repræsentation af selvet, eksempelvis igennem udseende og adfærd, har en indflydelse på hvordan de opfattes af forbipasserende, hvilket har en indflydelse på sælgernes selvopfattelse. Tekstens pointe er, at sælgerne iscenesætter sig selv på bestemte måder i deres møde med forbipasserende for at øge chancerne for salg (Lindemann, 2007: 55). Mødet mellem sælgeren og det øvrige samfund behandles endvidere i artiklen "*Street papers, work and begging: 'Experimenting' at the margins of economic legitimacy*". Heri beskrives, hvordan den britiske hjemløseavis The Big Issue kæmper for at legitimere salg af hjemløseaviser som værende et "rigtigt arbejde", da det øvrige samfund synes at placere avisen i en gråzone mellem arbejde og tiggeri. For den enkelte sælger kommer dette blandt andet til udtryk ved, at mange oplever, at folk giver dem penge uden at tage avisen med eller at folk giver dem en højere pris for avisen end den fastsatte. Samtidig oplever en større andel af sælgerne vold og trusler i forbindelse med salget, ligesom sætningen "*få et arbejde*" hyppigt bruges som nedsættende kommentar fra forbipasserende (Cockburn, 2014). Velvidende, at Hus Forbi herhjemme ikke på samme måde ønsker, at sælgeraktiviteten skal opfattes som et egentligt arbejde, men snarere et supplerende tilbud, er vi af den overbevisning, at mødet mellem sælger og samfund ikke adskiller sig væsentligt på dette område. Denne overbevisning understøttes af vores egne erfaringer, hvor vi både har set folk give Hus Forbi sælgerne penge uden at modtage avisen og sågar selv har gjort det.

Opsamling

Igennem litteraturstudiet har vi erfaret, at der er begrænset viden vedrørende sælgerne af den danske hjemløseavis Hus Forbi. Den primære forskning på området finder vi således i udlandet. Heri ses, at anderledes makrostrukturelle forhold gør sig gældende for de udenlandske sælgere end de danske, eksempelvis ved forskellige velfærdsforhold. Hermed er behovet for at tjene penge for nogle af anderledes nødvendighed. Der kan eksempelvis være lægeregninger, der skal betales eller andet, der herhjemme er dækket af det offentlige. På trods af denne forskel hersker der enighed om, at

pengene ikke er det eneste, sælgerne får ud af at være sælgere, men at mødet med andre mennesker (kunder og forbipasserende) har en betydning for, hvordan sælgerne agerer og opfatter sig selv - på godt og ondt. Dette speciale bygger hermed videre på viden om, at identitet kan udvikles og formes i kraft af at være sælger af en hjemløseavis og vi tilstræber at videreudvikle denne forståelse for sælgerne ved at undersøge forholdene omkring de danske sælgere af hjemløseavisen Hus Forbi. Vores endelige problemformulering er således blevet til igennem den i indledningen præsenterede undren, samt gennem den viden vi har fået igennem litteraturstudiet.

Videnskabsteoretisk tilgang

Dette kapitals formål er at præsentere specialets videnskabsteoretiske tilgang. Dette gøres for at skabe forståelse for, hvordan vi har udvalgt teori og metoder til at belyse problemformuleringen. Vi er eklektiske i vores tilgang til valg af både teori og metode, da vi henter inspiration fra flere traditioner, herunder socialkonstruktivismen, hermeneutikken og fænomenologien. Denne tilgang beror på det argument, at dette tillader os en dybere og mere nuanceret forståelse for specialets genstandsfelt. Ved ikke at forholde os stringent til enkelte teorier og metoder, kan vi hermed opnå en større detaljerighed i tilgangen til både teori og empiri. På et overordnet plan kan dog siges, at vores videnskabsteoretiske ståsted skal findes i socialkonstruktivismen, mens vi metodisk henter inspiration i henholdsvis hermeneutikken og fænomenologien. Vi finder at dette kan lade sig gøre, idet alle tre retninger overordnet set deler den samme epistemologiske tilgang, hvori det fremhæves, at den viden vi producerer ikke må anses som værende endegyldige sandheder, der kan overføres på den samlede menneskehed. Hermed står vores speciale i kontrast til det positivistiske paradigme, der hævder, at virkeligheden er en realitet, der eksisterer uafhængigt af vores erkendelse af den. For at skabe transparens over hvordan vi forstår og anvender teori fra de enkelte traditioner, vil vi i det følgende give en præsentation heraf. Afslutningsvis diskuteres hvilke refleksioner vi gør os over specialets validitet og generaliserbarhed, samt hvilke roller vi selv bidrager med i skabelse af specialet.

Socialkonstruktivismen

Idet vi i vores undersøgelse beskæftiger os med at skabe forståelse mennesker imellem, finder vi socialkonstruktivismen relevant, idet vi anser den sociale virkelighed som et konstrueret fænomen, da menneskers opfattelse af hinanden og sig selv påvirkes af kulturelle og historiske omstændigheder. Hermed kan intet tages for givet og alt kunne være anderledes.

Socialkonstruktivismen er en filosofisk retning, der i sin genealogi kan føres tilbage til Demokrit, der hævdede, at den måde vi sanser eksempelvis lyde og lugte på er subjektive erkendelser, samt Platon, der påstod, at ideernes verden er den virkelige verden og at sproget dermed går forud for den empiriske verden (Rasborg, 2013: 408). Hermed står socialkonstruktivismen i opposition til realismen, der hævder at der findes objektive sandheder. Ved at bekende os til socialkonstruktivismen, mener vi altså, at den virkelighed vi søger, ikke er en virkelig virkelighed, men derimod en konstrueret og (ikke mindst af os) fortolket virkelighed (ibid.: 404).

Indenfor socialkonstruktivismen findes i midlertidig flere retninger, som vi her kort vil gøre rede for, for dernæst placere os selv. Overordnet kan socialkonstruktivismen opdeles i to kategorier: den *erkendelsesteoretiske konstruktivisme* samt den *ontologiske konstruktivisme*. Hvor man i den erkendelsesteoretiske konstruktivisme mener, at al videnskab er en konstruktion, mener man i den ontologiske at selve virkeligheden er konstrueret (Collin, 2003: 250). I henhold til specialets eklektiske tilgang, bekender vi os ikke til en bestemt retning, idet vi finder dele af begge anvendelige, hvilket vi vil redegøre for i det følgende.

I den erkendelsesteoretiske konstruktivisme blev især den amerikanske historiker Hayden White omkring 1970'erne kendt for at postulere, at vores viden om historien er konstrueret. Med dette mente han, at den måde historien nedfældes og beskrives kan sammenlignes med skønlitteratur, idet der i historieskrivningen ofte gøres brug af narrativer og plots, som er udtryk for, hvad han kalder en ideologi. Hermed må enhver form for historie ses som udvalgt ud fra bestemte standpunkter, der udgør minimale udsnit af den samlede (uendelige) historiske virkelighed (ibid.: 259ff). Denne teori dækker ikke alene over historien, men kan overføres til den måde, man søger at skaffe viden om andre dele af den fysiske verden, idet der her ligeledes sker en selektion af hvad, der skal undersøges samt hvordan (ibid.: 263ff). Vi finder, at denne forståelse af viden som et konstrueret fænomen er relevante at forholde os til, idet vi selv foretager en selektion i vores undersøgelsesarbejde. Dette kommer til udtryk eksempelvis i den måde, vi udvælger udelukkende at undersøge enkeltdele af Hus Forbi sælgernes virkelighed. Da det ikke er muligt at undersøge *alle* sælgernes virkelighed og da det ikke er muligt at undersøge *hele* den enkelte sælgers virkelighed (idet dette ville være et evighedsprojekt), må vi derfor begrænse os til at udvælge enkeltdele herfra. Da det samtidig ikke er muligt at beskrive alle faktorer, der gør sig gældende for sælgerne (herunder historiske og samfundsmæssige forhold), må der ligeledes foretages en selektion. Den viden vi producerer i dette speciale, må altså ses som et udsnit af virkeligheden, der kunne have været anderledes.

Inden for den ontologiske konstruktivisme er især den amerikanske psykolog Kenneth Gergen kendt for sin position, der undertiden tillige kaldes socialkonstruktionisme (Collin, 2003: 266). I denne variant lægges der vægt på, at sproget skaber virkeligheden. Med dette menes, at det ikke er muligt at opnå en objektiv erkendelse af verden. I stedet er det vores sprog, der konstituerer vores sociale liv. Vi forstår således, at virkeligheden udelukkende eksisterer i kraft af den måde, vi taler om den på. Hvad vi antager som naturgivne fænomener, kan hermed ifølge Gergen forstås som, at vi

gentagne gange taler om dem på en måde, sådan at denne tænke måde bliver det, vi i fællesskab opfatter som det naturlige. At dette er overhovedet er muligt, skal ses som et udtryk for, at de dominerende fællesskaber i et pågældende samfund, finder det fordelagtigt at opretholde den sociale praksis i en bestemt kontekst (ibid.: 267). Vi finder denne del af socialkonstruktivismen relevant, idet vi selv taler om verden på en måde, der potentielt kunne være anderledes. Ikke mindst forstår vi de makrostrukturelle forhold, som vi selv og sælgerne af Hus Forbi er en del af, herunder eksempelvis arbejdsmarked og hjemløshed, som værende sociale konstruktioner. Vi forstår endvidere den måde vi taler om netop arbejdsmarked og hjemløshed som en konvention, hvori vi opfatter et kapitalistisk samfund som det "naturlige", hvori de der ikke kan (eller vil) indgå heri, opfattes som afvigere der skal hjælpes. Endelig arbejder vi med læring igennem meningsdannelse, hvorved vi forstår et begreb som identitet som en konstruktion. Dermed er selvet hos mennesket ikke en naturgiven størrelse, men et fænomen som vi oplever som værende naturligt, idet det indgår i en række sociale relationer, hvori det er blevet skabt.

Fænomenologi

Som det vil blive beskrevet i efterfølgende kapitel, vil en del af dette speciales empiri tage udgangspunkt i interviews af sælgere af Hus Forbi. Til dette finder vi inspiration i en fænomenologisk tilgang, hvilket vi vil redegøre for i det følgende. Fænomenologien er en filosofisk retning, der kan føres tilbage til Edmund Husserl, der i for et århundrede siden erklærede, at den rette måde at tilgå filosofiske spørgsmål måtte være at "gå til sagerne selv" til "det som viser sig" (Zahavi & Overgaard, 2014: 169). Husserl mente tillige, at verden måtte anses som konstitueret af hvad han kaldte den transcendentale subjektivitet, hvilket hans efterfølger Martin Heidegger byggede videre på ved at hævde, at mennesket ikke kan forstås uafhængigt af den virkelighed det befinder sig i, da menneskets fundamentale væren må anses som en væren-i-verden (ibid.:171). Fænomenologien har siden Husserl og Heidegger udviklet sig i forskellige retninger, hvoraf vi finder det relevant at nævne Alfred Schutz, idet han ofte betegnes som faderen til den fænomenologiske sociologi (ibid.: 178). Schutz hævdede, at mennesker erfarer verden ud fra den livsverden, de er en del af, forstået således, at rammen for vores hverdag ikke er en verden vi analyserer eller observerer, men derimod en verden vi tager for givet som det naturlige (ibid.:180). Schutz gør med dette op med positivismens idealer, om at menneskelig adfærd kan reduceres til målbare enheder, og mener i stedet, at socialvidenskabens opgave bør være at undersøge og beskrive, hvordan mennesker handler og erfarer i en verden af relationer til andre subjekter under hensynstagen til deres eget meningsgivende liv (ibid.:182). Med dette forstår vi at de sælgere af Hus

Forbi, vi ønsker at undersøge i dette speciale, alle oplever det at være sælgere ud fra deres egen subjektive virkelighed, der ikke kan gøres til genstand for kvantificering. Inspireret af fænomenologien vil vi i vores møde med empirien "gå til sagen selv" og møde sælgerne i deres egen virkelighed, hvor vi vil tage udgangspunkt i "det der viser sig", hvilket vil sige sælgernes egne subjektive beskrivelser af den virkelighed, de lever i. For at kunne besvare vores problemformulering og dermed nå til en forståelse af, hvilken mening sælgerne tillægger oplevelsen af at være sælger af Hus Forbi, kræver altså en forståelse af den del af sælgernes livsverden, der omhandler deres rolle som sælgere. Dette betyder blandt andet for os, at vi for en stund må se bort fra vores egne forforståelser og i stedet have en åben tilgang til informanterne, der gør det muligt at få deres subjektive beskrivelser. Dette vil blive yderligere ekspliciteret i det efterfølgende kapitel, hvori vi redegør for specialets metoder, herunder hvordan vi griber interviewsituationen an.

Hermeneutikken

Hermeneutikken er en filosofisk retning, der koncentrerer sig om at forstå og fortolke. Retningen har rødder i antikken, hvor den havde til formål at fremanalysere sandheden i især bibelske tekster. Senere gennem historien kom dette til at gælde ikke bare andre typer tekster men også deres ophavsmænd, og igen i nyere tid udvides hermeneutikken til at omfatte fortolkning af alle former for menneskelig handling samt produkterne heraf (Pahuus, 2003:142). Indenfor den moderne hermeneutik finder vi især den tyske filosof Hans-Georg Gadamer relevant at nævne. Gadamer byggede videre på Heideggers tanker om menneskets væren-i-verden (præsenteret i forrige afsnit vedrørende fænomenologien). Hans påstand var i forlængelse af Heidegger, at for at forstå et andet menneske, må man forstå denne anden ud fra den måde, man forstår sig selv (ibid.:150-151). For Gadamer var forståelse ikke kun en metode, men derimod et ontologisk grundvilkår, forstået således, at det ikke er muligt for mennesket at lade være med at forstå. Gadamer taler i denne forbindelse om forståelseshorisonter som den forforståelse, der sætter os i stand til at forstå både fysiske objekter og andre mennesker. Forståelseshorizonten skal ikke nødvendigvis forstås som bevidste og reflekterede tankesæt, men fremstår derimod som oftest som en kropsligt indlejret baggrundsviden i det enkelte individ (ibid.).

En anden væsentlig pointe ved hermeneutikken generelt er, at forståelse må ses som en cirkulær proces - den hermeneutiske cirkel. Hermed skal forstås, at forståelse altid vil ske som en vekselvirkning mellem del og helhed. Delene af det fænomen man søger at forstå, kan kun forstås i forhold til helheden og på samme måde kan helheden kun forstås i kraft af sine enkeltdele

(Højbjerg, 2013:292). Der findes i midlertidig flere måder at forstå denne vekselvirkning på. Mens nogle hermeneutikere vil søge efter intentionerne bag et fænomen (eksempelvis en tekst), vil andre vægte vigtigheden af at forstå forholdet mellem en tekst og dets forfatter. Den hermeneutik Gadamer argumenterer for, skal formålet ses som en forståelse mellem det fænomen, der ønskes undersøgt samt de kulturelle forudsætninger, vi som undersøgere har for at forstå fænomenet. Hermed inddrages fortolkeren som et aktivt led i processen, idet denne netop vil forstå og fortolke på baggrund af sin egen begrebsverden (ibid.: 293).

Idet vi netop forsøger at forstå og fortolke hvem sælgerne af Hus Forbi er, finder vi hermeneutikken relevant. Vi forstår således vores fortolkningsarbejde af den indhentede empiri som værende en hermeneutisk proces, hvori vi forstår empirien ud fra de forforståelser, vi allerede har tilegnet os. Hvor end vi gerne vil være objektive i den måde, vi forsøger at forstå empirien, kan dette ikke lade sig gøre, hvilket i høj grad vil påvirke den endelige konklusion. Det er derfor vigtigt, at vi forholder os åbent til de forforståelser og fordomme vi har med os, også selvom dette aldrig helt kan lade sig gøre. Hvor vi i selve interviewsituationen lader os inspirere af fænomenologien og for en stund indtager en rolle som bevidst naive (mere herom i efterfølgende kapitel omkring metode), må vi altså igen i den efterfølgende analyse heraf gøre os bevidste om vores forforståelser og på hvilken måde, de påvirker vores arbejde. Vi kan altså ikke få vores fordomme til at forsvinde, men vi kan derimod være åbne omkring dem, således at vi kan korrigere dem i takt med, at vi får ny viden. Samtidig vil vi i analysearbejdet have idéen om den hermeneutiske cirkel for øje og være opmærksom på forholdet mellem del og helhed i vores indhentede empiri. Dette gør sig ikke alene gældende i analysen af vores interviews, men i høj grad også igennem den dokumentanalyse vi benytter os af for at svare på problemformulerings første spørgsmål, vedrørende hvem sælgerne af Hus Forbi er. Vi vil løbende gennem specialet søge at give læseren en grundig indsigt i, hvordan vi griber disse forhold an.

Specialets validitet og generaliserbarhed

Som belyst i de forrige afsnit, er vi i henhold til specialets videnskabsteoretiske afsæt medskabere af den viden, vi søger at producere og kan derfor ikke undgå at påvirke denne viden. Man kan med andre ord sige, at hvis dette speciale blev skrevet af andre studerende end netop os, ville det endelige produkt se anderledes ud, idet disse ville komme med deres særegne forforståelser, der ville påvirke i anderledes omfang end med netop de forforståelser vi, Pernille og Ulla, kommer med. Dette er en pointe, der er vigtig at forholde sig til, da spørgsmålet som ofte opstår ved

kvalitativ forskning er, om resultaterne kan generaliseres. I den positivistiske opfattelse er målet med den samfundsvidenskabelige viden at producere generelle lovmæssigheder om menneskelig adfærd. Den humanistiske opfattelse indebærer omvendt, at ethvert fænomen har sin egen indre struktur og logik, hvilket skyldes at enhver situation er unik. Den postmoderne tilgang fokuserer hverken på søgen efter den universelle viden eller viden gennem dyrkelsen af det individuelt unikke. I stedet anses viden som kontekstuel og heterogent betinget (Kvale, 1997:227).

Generaliserbarheden i specialet er altså i tråd med vores socialkonstruktivistiske tilgang, hvor viden er kontekstualiseret ud fra de sociale relationer, vores informanter indgår i. Vi anlægger en analytisk generalisering i vores undersøgelse, som vi har fundet anvendelig og relevant. Analytisk generalisering tager udgangspunkt i assertorisk logik, hvilket vil sige, at et bestemt udsagn hævder at noget forholder sig på en bestemt måde, men uden at de i andre sammenhænge ikke kan være anderledes (Kvale, 1997, 228-229). Vi betragter derfor kun vores undersøgelsesresultater som vejledende for hvordan sælgere at Hus Forbi oplever salget som meningsgivende. Vi fralægger os ikke den mulighed at samme sælgere (eller andre), ville italesætte deres oplevelser anderledes under andre kontekstuelle vilkår.

Samtidig må vi reflektere over specialets konstruering, idet dette vil påvirke validiteten af den skabte viden. Vi må altså spørge os selv, om vores valgte teorier og metoder rent faktisk er i stand til at svare på vores problemformulering. Eftersom specialet ikke tager udgangspunkt i enkelte metoder eller teorier, kan man påpege, at andre metoder eller teorier eller en anderledes sammensætning heraf, måske ville modsige de pointer vi fremhæver som væsentlige. Dette mener vi dog, altid vil gøre sig gældende, når man skal foretage valg på baggrund af grundige overvejelser. Dette understøtter socialkonstruktivismens pointe, at viden altid vil være konstrueret. Vi vil imødekomme denne præmis gennem specialet ved at skabe gennemsigtighed over vejen til vores endelige konklusion, forstået således, at vi vil bestræbe os på at tydeliggøre hvilke argumenter og overvejelser, der ligger til grund for vores valgte teorier og metoder.

Hvad kommer vi selv med?

På baggrund af overstående finder vi det nødvendigt at være bevidste om og reflektere over hvilke forforståelser, samt hvilke positioner vi indtager som medskabere af specialets viden. Først og fremmest finder vi det relevant at nævne, at vi begge i forskelligt omfang har erfaring med marginalisering igennem vores tidligere ansættelser og frivilligt arbejde. Især bør det her nævnes, at Ulla har både før og sideløbende med dette speciales tilblivelse haft ansættelse på et værested for

hjemløse, hvorfra hun har kendskab til hjemløsemiljøet generelt samt et perifert kendskab til enkelte sælgere af Hus Forbi. Pernilles erfaring med hjemløshed begrænser sig derimod til den sparsomme kontakt, der har været i mødet med sælgerne ved køb af Hus Forbi. Derimod har hun erfaring med andre udsatte minoritetsgrupper i samfundet, herunder handicappede og asylansøgere, hvilket er med til at forme hendes forståelse af, hvad det vil sige at være udsat. Vi ser det som en fordel, at vi både har en fælles referenceramme (en forståelse af hvad det vil sige at være udsat) og samtidig kommer med forskellig forståelse for, hvad hjemløshed er. Ved at forholde os åbent og bevidste til disse forforståelser, muliggøres at vi aktivt kan arbejde med dem. Således kan vi eksempelvis ved at diskutere dem indbyrdes skabe en bredere fælles forforståelse, der kommer os til gavn i den måde, vi tilgår empirien. For dokumentanalysen og interviewanalysen betyder dette, at vi kan gøre os bevidste om en række forhold, der er med til at forme den måde, vi tolker mening ind i vores tekster, ligesom det i selve interviewsituationen betyder, at vi bevidst kan vælge at sætte disse i parentes og dermed fremstå naive i forhold til vores informanternes udsagn. Vi vil i det følgende kapitel redegøre for specialets valgte metoder, samt hvordan vi griber dette an i praksis.

Metode

Dette speciale bygger empirisk på en dokumentanalyse af 24 portrætter af sælgere, publiceret i Hus Forbi samt interview med seks sælgere af Hus Forbi. Begge metoder skal findes inden for den kvalitative genre. Den kvalitative forskning har mange grene, der præger både de humanistiske og naturvidenskabelige områder på forskellig vis. Der findes ikke en entydig definition på hvad kvalitativ forskning eller kvalitative forskningsmetoder er, men når forskning er kvalitativ, kan det forstås som en interesse i at *"beskrive, forstå, fortolke eller dekonstruere den menneskelige erfarings kvaliteter"* (Brinkmann & Tanggaard, 2010:17). Via kvalitative forskningsmetoder er det muligt i udforskningen af hvordan mennesker tænker, føler, handler, lærer og udvikles at belyse menneskelige erfaringsprocesser, oplevelser og det sociale liv. Ifølge Brinkmann og Tanggaard muliggør den kvalitative forskning derfor at forstå menneskelivet "indefra" gennem menneskets egne beretninger om perspektiver på og meninger om, den verden det lever i, snarere end "udefra" som de objektiverende metoder, eksempelvis kvantitativ forskning tilstræber (ibid.:17-18). I tråd med nærværende speciales søgen efter at præsentere et nuanceret billede af hvem sælgere af Hus Forbi er, samt hvordan de finder mening i deres virke som sælgere, ønsker vi med det kvalitative studie at få indsigt i vores informanternes erfaringsdannelser. Vi vil i dette kapitel præsentere, hvordan vi forstår og griber de to metoder an. Afslutningsvis redegør vi yderligere for valget af kvalitativ metode ved at holde denne op imod kvantitativ metode.

Dokumentanalyse

For at få en forståelse af hvem sælgerne af Hus Forbi er, gør vi brug af dokumentanalyse. Dette afsnits formål er således at redegøre for vores forståelse og brug af dokumentanalyse som metodisk ramme, samt give en præsentation af den type dokumenter vi anvender. Vi lægger ud med at redegøre for, hvad vi forstår ved en dokumentanalyse efterfulgt af en præsentation af bagsiden af Hus Forbi som det særlige dokument, analysen bygger på, samt hvordan denne konstrueres gennem journalistens formidling.

Hvad er en dokumentanalyse?

Dokumentanalyse kan have forskellige former, både hvad angår dokumenternes karakterer og formålet med undersøgelsen (Duedahl & Jacobsen, 2010:15). Forskning af dokumenter kan modsat andre sociologiske metoder som eksempelvis spørgeskemaer eller deltagende observation ikke anses som værende en afgrænset metode, idet dette ifølge sociolog Jeniffer Platt *"knap nok anses som metode eftersom, det at sige, at man vil benytte dokumenter, ikke siger noget om, hvordan man*

vil benytte dem” (Platt i Duedahl & Jacobsen, 2010: 165). Der er altså varierende tilgange til brugen af dokumentanalyse, som er afhængig af forskerens faglige og personlige indstilling til sit fag, samt til hvordan forskeren ønsker at tilgå problemstillingen. Sociologer anser efterhånden dokumentanalyse som en metodologi til at forstå sociale fænomener, hvilket blandt andet har haft betydning for udviklingen af studiet af personlige dokumenter i den narrativ- biografiske sociologi (Duedahl & Jacobsen, 2010: 16-17). Metodologierne spænder vidt fra fokus på givne problemstillinger i overordnede strukturer eller relationelt skabte problemstillinger mellem mennesker til studier af enkeltaktørers motiver og meningsdannelser. Den sidstnævnte tilgang kan beskrives som metodologisk individualisme (ibid.) og lægger sig op ad nærværende dokumentanalytiske tilgang, idet vi gennem dokumenter i form af bagsideartiklerne i Hus Forbi, blandt andet ønsker at forstå enkeltaktørernes motiver for at blive sælgere af Hus Forbi. Ifølge sociolog Max Weber er metodologisk individualisme endvidere en metode, der giver adgang til individets betragtning af sig selv og af de situationer samt omgivelser, det befinder sig i. Sociale fænomener må derfor, ifølge Weber, forstås ud fra det enkelte individs motiver og handlinger (Holm, 2011:168). Vi vil ikke her komme nærmere ind på, hvordan vi griber dokumentanalysen an i praksis, men henviser i stedet til analyseafsnittet, hvori vi operationaliserer metoden. Heri vil vi endvidere komme nærmere ind på Webers tænkning.

Bagsideartiklen som dokument

Et dokument kan ikke beskrives ud fra en entydig definition, idet ét dokument ikke indeholder alle de forskellige facetter, som udgør dokumentarisk materiale. Dokumentet kan dog typisk betragtes som et resultat af skrivning, hvor dets hensigt er at kommunikere viden og data (Duedahl & Jacobsen, 2010:37). Hus Forbi publiceres månedligt og kan ud fra ovenstående karakteristika betragtes som et dokument, idet avisen består af artikler, hvorigennem viden kommunikeres skriftligt. Vi berører ikke avisen som et samlet dokument, men forholder os kun til bagsideartiklen, som hver måned indeholder en præsentation af en nystartet sælger af Hus Forbi. Denne bagsideartikel udgør hver måned én side, der er inddelt i tre dele. Halvdelen af bagsiden udgør tekst, der præsenterer et portræt af en nystartet sælger herunder dennes historie og motiver for salg af avisen. Den anden halvdel er delt i to dele, hvoraf lidt over halvdelen af denne udgør et billede af sælgeren og resten er tekst opstillet som tre interviewspørgsmål til sælgeren, der varierer en anelse fra gang til gang. Typisk spørges der til sælgerens hverdag, såsom hvad sælgeren har fået at spise dagen før, hvor sælgeren er på vej hen og hvad der skal til for at sælgerens situation ændres. Vi har tidligere omtalt vores deltagelse i informationsmøde hos Hus Forbi, hvorfra vi henter

baggrundsviden omkring avisen og foreningen. Til dette møde spurgte vi ind til, hvem der udvælges til at være "månedens sælger". Ifølge medarbejder hos Hus Forbi Jimmy Rohde sker udvælgelsen lidt tilfældigt. Det er ikke hans indtryk, at der er nogle der bliver valgt fra, men der er dog nogen der siger nej til at deltage. Det er overordnet hans indtryk, at bagsiderne spejler den samlede sælgergruppe.

Artiklen fremstår som nævnt som et skrevet produkt, formidlet af en journalist og baseret på interview mellem journalisten og den respektive sælger. Forud for artiklens publikation i avisen, foregår en proces, hvor artiklens indhold udvikles i interaktionen mellem sælgeren og journalisten i form af interview, for herefter at blive bearbejdet i artiklen. Vi antager hermed, at der sker en transformering i journalistens formidling af det sagte i interviewet til det skrevne og endelige produkt. Vi har ikke kendskab til journalistens overvejelser vedrørende interviewguidens form, eller hvordan interviewene tager sig ud i praksis. Ej heller har vi kendskab til i hvilket omfang journalistens forforståelser eller fortolkninger præger den endelige tekst. Vi kan derfor ikke gå bag om interviewet og diskutere de metodiske overvejelser for artiklens tilblivelse. Vi vil blot belyse, at journalistens fortolkninger af sælgerens italesættelser er en uundgåelig præmis for bagsidehistoriernes udfald, idet vi i tråd med specialets socialkonstruktivistiske afsæt, betragter viden som relationelt konstrueret. At gøre brug af disse dokumenter som baggrund for en analyse, må derfor som al anden kvalitativ forskning ikke anses som værende endegyldig.

Interview

For at kunne forstå hvordan Hus Forbi sælgere skaber mening i deres virke som sælgere, benytter vi i nærværende speciale det kvalitative forskningsinterview som undersøgelsesredskab. Idet der er mange måder at tilgå forskningsinterviewet, lader vi os inspirere af professor i pædagogisk psykologi Steiner Kvaal's tilgang. Vi inddrager samtidigt pointer af professorer i psykologi og kvalitative studier Svend Brinkmann og Lene Tanggaard for at uddybe centrale aspekter i vores forståelse af metoden. Følgende afsnit har til formål at redegøre for de overvejelser, der ligger til grund for vores forståelse og brug af denne metode. Afsnittet er struktureret således, at vi først belyser hvilken viden interview kan bidrage med, samt hvordan forskningsinterviewet kan forstås som professionel samtale og dernæst vores specifikke metodiske tilgang: det fænomenologisk inspirerede semistrukturerede forskningsinterview. Afslutningsvis reflekterer vi over den valgte metode.

Vidensdannelse i det kvalitative forskningsinterview

Hvad der opfattes som viden i det kvalitative forskningsinterview har mangfoldige udspring. Vi citerer i de følgende tekstdele af Steiner Kvaales metaforer om ”minearbejderen” og ”den rejsende”, idet citaterne belyser modsatrettede opfattelser af hvordan viden ved kvalitative interviews kan karakteriseres og indfanger tilmed vores forståelse af to forskellige måder at tilgå interviewet.

"Nogle minearbejdere søger efter objektive kendsgerninger, der kan kvantificeres, andre søger efter klumper af essentiel mening. Ifølge begge disse opfattelser findes der en viden i interviewpersonens indre, der venter på at blive afdækket, ubesmittet af minearbejderen" (Kvale, 1997: 17)

"Den rejsende udforsker landets mange områder som ukendte territorium eller ved hjælp af kort, mens han strejfer om på territoriet [...] Intervieweren vandrer sammen med de lokale indbyggere, stiller spørgsmål, der får interviewpersonerne til at fortælle deres egne historier om deres livsverden, og konverserer med dem i den oprindelige latinske betydning af ordet konversation: "færdes sammen med"."
(Kvale, 1997: 18)

Metaforerne belyser interviewerens som enten ”rejsende” eller ”minearbejder” og adskiller sig fra hinanden, idet interviewprocessen både kan opfattes som indsamling af viden (minearbejderen) eller som konstruktion af viden (den rejsende) (Kvale & Brinkmann, 2009: 66). Den vidensdannelse vi søger at generere gennem undersøgelsens kvalitative interviews, læner sig hovedsagligt op ad interviewerens som ”den rejsende”. I tråd med specialets socialkonstruktivistiske tilgang, konstruerer vi viden i relation med vores informanter. Den viden, som konstrueres i interviewene, er derfor kontekstuel og relationel betinget, hvilket ifølge Kvale og Brinkman bevirker, at fortællingen ligeledes er afhængig, af hvilken kontekst den fortælles ind i og derfor vil være foranderlig under andre omstændigheder (ibid.: 67). Vi anser derfor den viden, vi generer fra interviewene med vores informanter, som øjebliksbilleder af deres erfaringer, som italesat i en anden kontekst og som i andre relationer ville se anderledes ud. I henhold til den indledningsvist præsenterede læringsteori af Peter Jarvis vil læring altid finde sted, hvorfor det ikke er muligt at afdække informanternes fuldkomne erfaringsdannelse. Ifølge Kvaales metafor bliver rejsen et billede på erkendelse, da den ikke alene vil kunne føre til ny viden, men samtidigt også muliggør, at den rejsende forandrer sig undervejs (Kvale, 1997: 18). Vores forforståelser, herunder forudfattede meninger om mødet med vores informanter, vil altså have betydning for interaktionens forløb og i sidste ende den viden vi

genererer. Vi ser specialets tilblivelsesproces som en rejse, som giver anledning til refleksivitet over ændring af vores egen selvforståelse.

I udforskningen af sælgernes erfaringsdannelse gennem de øjeblikksbilleder, de italesætter, søger vi også at få indsigt i de rene beskrivelser fra deres livsverden, som beskrevet i det forrige videnskabsteoretiske kapitel. Velvidende at vi som ”rejsende” aldrig fuldstændigt undgår at være en del af den sociale konstruktion, hvorigennem viden generes, indtager vi under selve interviewet med sælgerne en ny forskningsposition. I hovedvægten af undersøgelsens tilblivelse er vi som forskere ”rejsende”, men i det fænomenologisk inspirerede forskningsinterview, tilstræber vi at finde klumper af essentiel mening, som er ubesmittet af vores tilstedeværelse i det omfang, som vi finder muligt. Under selve samtalen i interviewet, søger vi derfor at indtage positionen som ”minearbejdere”.

Interviewet som en professionel samtale

Forskningsinterviewet kan ses som en professionel samtale baseret på dagliglivets samtaler, hvor forskeren definerer og kontrollerer samtalsituationen. Hermed foregår interviewet ikke mellem ligestillede parter, da forskeren har et formål og har udtænkt en struktur med interviewet (Kvale, 1997: 19) Dagliglivets samtale kan siges at modsætte sig den professionelle samtale, hvilket den hermeneutiske filosof Hans-Georg Gadamer beskriver således:

”Det er således karakteristisk for enhver ægte samtale, at deltagerne hver især åbner sig for den anden, virkelig accepterer hans synspunkt som værd at tage i betragtning og indlever sig i den anden i en sådan grad, at han forstår, ikke en bestemt person, men hvad han siger” (Gadamer i Kvale, 1997:32).

Ifølge Gadamer er der tale om ”emnets lov”, som kan forstås som, at det ikke er den enkelte persons vilje, der er bestemmende for dialogens udfald, men i stedet argumentationerne bag et emne, som spilles op mod hinanden. Der søges derfor gennem denne samtaleform en gensidig forståelse for hinandens synspunkter, hvilket i nogle tilfælde gør sig gældende i dagliglivets interaktioner. Samtalen i forskningsinterviewet adskiller sig fra Gadamers beskrivelse af ”emnets lov”, da der i forskningsinterviewet er tale om en hierarkisk ulige dialog, da parterne som regel indgår i samtalen ud fra grundlæggende forskellige formål (Kvale, 1997: 32). I interviewet med sælgerne har vi også et formål med samtalen, idet vi søger sælgernes meningsdannelse i rollerne som sælgere. Samtalens forløb er rammesat ved hjælp af en semistruktureret interviewguide, som bliver behandlet senere i

kapitlet. Vi er tilmed bevidste om vores egne roller som interviewere og samtalens professionelle form, idet vi tilstræber ikke at tilkendegive egne holdninger eller ytre modudsagn, hvorfor vi søger at påvirke informanternes fortællinger mindst muligt. Vi tilstræber at forholde os neutrale i samtalen, hvilket vi søger at imødekomme i formuleringen af spørgsmål i interviewet, samt i overvejelser omkring informanternes opfattelse af os som interviewere. Vi antager at informanterne har forudfattede meninger i mødet med os. Hvilke forudfattede meninger kan vi kun gisne om, men vi fremhæver, at eksempelvis vores position som ”kvindelige interviewere med universitetsbaggrunde” kan medvirke til en assymetri, idet vi ud fra vores forudgående research af feltet, formoder at informanterne primært vil være mænd, ældre end os og med ingen eller kort uddannelse. Baseret på vores egne forforståelser kan forhold som uddannelse, alder og køn blandt andet være med til at understøtte det faktum, at vi i mødet med informanterne, kan betragtes som fremmed i felten. Felten forstår vi her som stedet hvor interviewet forløber, som vi bestræber os på, skal være i sælgernes vante omgivelser (hvilket vi vil blive ekspliciteret senere i specialet, hvor vi tydeliggør, hvordan vi griber interviewsituationen an i praksis). Vi vil ikke komme nærmere ind på, hvordan sociale kategorier alder og køn kan have indflydelse på mellem menneskelige forhold, da dette ikke er i tråd med vores fokus. Her skal alene belyses, at vi finder det relevant at reflektere over, at dette er faktorer blandt flere, som vi antager, kan have betydning for udfaldet af interviewet. Vi inddrager derimod overvejelser om vores baggrund som universitetsstuderende, idet vi formoder, at dette kan have eksplicit betydning for, hvilke fortællinger informanterne italesætter. Sociologen Pierre Bourdieu argumenterer for, at vi som mennesker positionerer sig indbyrdes i forhold til hinanden på baggrund af de samfundsmæssige kategoriseringer, vi hver især kan tilskrives (Bourdieu, 1997: 21). Vi vil her ikke komme nærmere ind på Bourdieus teorier, da disse vil blive beskrevet i efterfølgende kapitel. Vi finder det dog værd at fremhæve, at et aspekt som uddannelsesbaggrund kan være medbestemmende til, hvordan samtalen vil forløbe. Hvis vi eksempelvis havde været tilfældige forbipasserende uden introduktion af uddannelsesmæssig baggrund og uden en specifik agenda for samtalen, ville udfaldet af samtalerne måske se anderledes ud. For at mindske denne asymmetri og de forbehold informanterne og vores positioner repræsenterer, ønsker vi at træde et skridt tilbage og forholde os anerkendende over for sælgernes fortællinger, hvorfor vi ikke ønsker at ytre holdninger eller argumentere ud fra vores ståsted. For at nærme os informanternes rene beskrivelser af deres unikke erfaringer som sælgere, ønsker vi i interviewenes forløb og i det omfang, det er muligt at fralægge os vores forforståelser og forholde os fordomsfrie til sælgernes fortællinger.

Det semistrukturerede interview

Forskningsinterview er aldrig fuldstændigt ustruktureret, da interviewet altid er styret af interviewerens interesse for at tilegne sig viden inden for et givent område. Da interviewenes form kan spænde vidt fra at være relativt ustruktureret med få planlagte spørgsmål til stramt struktureret interview, hvor spørgsmål er styrende for interviewets forløb (Tanggaard & Brinkmann, 2010:34), anser vi det som væsentligt at overveje og redegøre for interviewets form i forhold til empiriens gennemsigtbarhed og interviewenes udfald. Det semistrukturerede interview forløber som en interaktion mellem forskerens spørgsmål og interviewpersonens svar (ibid.: 36), hvilket er den tilgang, vi benytter i vores undersøgelse. Her, som beskrevet tidligere, ud fra vores forståelse af de mellem menneskelige faktorerers indvirkning på interviewets udfald og på genereringen af viden. Interaktionen er altså udslagsgivende, for hvilke fortællinger interviewpersonen italesætter, hvilket kan kræve at interviewereren forfølger fortællinger, som den interviewede bringer frem. En grundig indsigt i det felt, der undersøges, samt en ikke fastlåst interviewguide tillader, at interviewereren kan skubbe de præfabrikerede spørgsmål i baggrunden og få uddybet temaer i samtalen, som ikke fremgår af guiden (ibid.: 38). Interviewguiden anser vi altså som et dialogværktøj, vi i interviewsituationen tager frem og lægger væk. Guiden er et fundament, vi taler ud fra, hvor emneområder og dertil formulerede spørgsmål i relation til undersøgelsens formål fremgår. Da der i et semistruktureret interview kun er nogle spørgsmål nedskrevet i interviewguiden (ibid.: 36), kan vi forfølge interessante spor i de fortællinger, som sælgerne beretter. Denne interviewform er hensigtsmæssig i nærværende speciale, da vi veksler mellem at gå induktiv og deduktiv til værks. Den deduktive arbejdsproces kan forstås som, at undersøgeren tager udgangspunkt i teorier og opstillede modeller af virkeligheden, der efterfølgende afprøves på empirisk materiale, hvorimod den induktive arbejdsproces tager afsæt i det empiriske data, der så kan belyses ved hjælp af relevant teori. Vi forstår vekselvirkningen mellem induktion og deduktion sådan, at vi både forholder os åbne over for tematikker empirien blotlægger om sælgernes oplevelser, samtidigt med at spørgsmålene i vores interviewguide er udarbejdet ud fra teoretiske overvejelser. Vi ønsker altså at få indblik i informanternes egne oplevelser, idet vi søger at beskrive sælgernes subjektive fortællinger. Samtidigt læner vi os op ad emneområder i relation til undersøgelsens formål, som vi undersøger gennem sælgernes italesættelser og som vi derfor har formuleret spørgsmål ud fra i interviewguiden.

Vi anlægger en fænomenologisk inspireret tilgang til forskningsinterviewet, idet vi ønsker at gå deskriptivt til værks. Dette forstår vi, som at vi ikke i selve samtalen forholder os fortolkende til

sælgernes fortællinger fra deres levede liv, men derimod bestræber os på at være det Kvale og Brinkman kalder "bevidst naive". Dette dækker over, at vi som interviewere må forholde os åbne og fordomsfri over for de fortællinger informanten selv bringer på banen. Dette har den fordel, at det tillader informanten at udtrykke sig med sine egne ord og ikke formet på baggrund af vores forforståelser (Tanggaard & Brinkmann, 2010:37). Først i vores bearbejdelse af empirien, vil vi afkode sælgernes beskrivelser ud fra den valgte teori. Med det kvalitative forskningsinterview søges der altså at få beskrevet fænomener fra den interviewedes livsverden med det formål at fortolke meninger af det beskrevne (Kvale, 1997:41). Det kvalitative interview kendetegnes endeligt ved at være temaorienteret, således at samtalens tema omhandler et specifikt emne, hvorigennem den interviewede beskriver sin livsverden (Kvale, 1997:40ff). Ved at stille åbne spørgsmål om deres hverdag som sælgere, søger vi meningsorienterede svar, hvori informanterne med egne ord fremhæver deres virkelighed. Vi ønsker altså gennem disse samtaler en viden om, hvordan livet som sælger af Hus Forbi, berører vores informanters liv. Interviewet kan beskrives som en social praksis, hvori den interviewedes livshistorie gennem samtale bliver formidlet.

Som før nævnt, vælger vi at udføre vores interviews med sælgerne i deres vante omgivelser. Dette har ikke alene den fordel, at vi vurderer, at dette er sælgernes egen virkelighed, hvori vi forestiller os, at de føler sig mest trygge. Samtidig giver situationen os som interviewere den fordel, at vi får adgang til observationer af sælgernes adfærd. Vi får hermed i nogen omfang adgang til at observere eventuelle overensstemmelser eller uoverensstemmelser mellem hvad informanterne siger de gør, og hvad de rent faktisk gør. Interviewet muliggør altså, at vi indtager elementer af rollen som observerende deltager. Antropolog Cecilie Rubow udtrykker adgangen til observation gennem interviewet således ” *I et interview forholder man sig ikke nødvendigvis to skridt fra livet, som det leves. Tværtimod kan man bringe sig helt tæt på og praktisere det, man studerer*” (Rubow, 2003:227). Vi anser dermed det kvalitative interview som en praksis, hvorved vi kan komme tættere på nogle af de fænomener vores informanter italesætter fra deres levede liv som sælgere, ved at være opmærksom på kvalitetene i rollen som observerende deltager. Vi forstår vores roller som observerende deltager ud Rubows betragtninger. Hun forklarer handlinger, som udtryk for menneskets specifikke intentionalitet og mening. Mennesker (for vores vedkommende altså sælgerne) fortolker ifølge Rubow verden i takt med at de nedbryder, opbygger og vedligeholder den, hvilket vi som observerende deltagere får adgang til under interviewet (ibid.: 230). Ved at reflektere over vores observationer af sælgernes handlinger, kan vi derved få indsigt i

sammenhængen mellem den italesatte meningskabelse i informanternes virke som sælgere og handlingens intentionelle karakter.

Udformning af interviewguide

I udarbejdelsen af interviewguiden forholder vi os til en tematisk og en dynamisk dimension i formuleringen af spørgsmålene. Den dynamiske dimension har fokus på det mellem menneskelige forhold i interviewet og tilsigter at kunne fastholde interviewpersonens interesse under samtalen. Den tematiske dimension har til formål, at interviewspørgsmålene forholder sig til de emner og teoretiske perspektiver, der ligger til grund for undersøgelsen og den senere analyse (Kvale, 1997: 134). Vi har udarbejdet spørgsmål som indeholder begge dimensioner, der væver sig ud og ind af hinanden, idet vi særligt har fokus på at skabe et positivt og tillidsfuldt samtalemiljø, hvor informanten har lyst til at dele sine erfaringer med os. Overvejelserne bunder i den forforståelse, at sælgerne befinder sig i en sårbar situation på grund af deres socioøkonomiske udsathed, hvor følelsesladede oplevelser er med til at forme deres historie og mulige fortællinger. Vi betragter spørgsmålenes karakter som en væsentlig faktor for interviewets forløb, herunder den mellem menneskelige interaktions udvikling, hvorfor vi udarbejder spørgsmål, som vi betragter som motiverende for samtalen. I interviewguiden er der formuleret forskningsspørgsmål, som i tråd med problemformuleringen og de dertil udarbejdede arbejdsspørgsmål har fokus på sælgernes egne oplevede erfaringer, herunder hvilke betydninger sælgeren tillægger det at sælge aviser i organisationen Hus Forbi.

Antal af interview foretaget i dette speciale er vurderet ud fra interviewprojektets rammer, varighed og ressourcer. Samtidig argumenterer Brinkman og Tanggaard for, at man som forsker interviewer indtil det såkaldte mætningspunkt er nået, hvilket kan beskrives som det punkt, hvor der ikke umiddelbart forefindes flere relevante oplysninger i henhold til projektets formål (Tanggaard & Brinkmann, 2010: 32). I dette speciale interviewer vi seks sælgere, som udvælges ud fra kriterier, som ekspliciteres senere, hvor vi tillige redegør for udvælgelsen heraf. Vi vælger at have et begrænset antal af interviews, da vi i tråd med Brinkmann og Tanggaards betragtning vurderer, at vi med relativt få interviews, kan udarbejde en grundigere og mere teoretisk nuanceret analyse (ibid.). Dette er essentiel for at kunne besvare specialets problemformulering, der netop søger at få beskrevet nuancerne i Hus Forbi sælgernes meningsdannelser. Ud fra den kvalitative forskningstradition kan man også argumentere for, at forskerens viden er umættelig, da interviewene beror på subjektive fortolkninger af det levede liv, som altid vil være individuelt.

Kvale forklarer ligeledes dette med, at viden i det kvalitative interview aldrig er objektiv, da den afhænger af den interviewede person (Kvale, 1997: 21), hvorfor vi vurderer at der altid vil være ny viden at indhente. Vi bestræber os derfor på gennem få interviews, at få indblik i udvalgte sælgeres livssituation via deres fortællinger, hvorefter vi i analysen vil rekonstruere fortællinger via den valgte teori.

Metodiske refleksioner

Indledningsvis vil vi igen referere til Kvales minearbejdermetafor, som vi præsenterede i starten af afsnittet vedrørende interview. Kvale beskriver her minearbejdere som nogle der enten søger efter kvantificerbare objektive kendsgerninger, eller som nogle der søger efter essentielle meningsklumper (Kvale, 1997:17). Vi fortolker ud fra Kvales metafor, minearbejderen som enten værende undersøgende inden for den kvantitative eller kvalitative forskning i sin søgen efter at tilegne sig viden. For at forstå den kvalitative metodes kvaliteter i forhold til vores undersøgelse, vil vi diskutere, hvordan metoden står i forhold til den kvantitative metodiske tilgang og hvordan de enkelte metoder, kan bidrage til videnskabelse.

Gennem de forrige afsnit redegør vi for, at formålet med det kvalitative forskningsinterview må være at få nuancerede beskrivelser af den interviewedes livsverden. Hermed søges der beskrivelser gennem ord og ikke, som i kvantitativ forskning, via tal. Ifølge Kvale kan den nøjagtighed, man forbinder med kvantitativ forskning, i den kvalitative forskning ikke findes i målbare enheder, men derimod ses som præcision i beskrivelserne af den interviewedes livsverden og efterfølgende stringens i den meningsfortolkning, disse beskrivelser tillægges (Kvale, 1997: 42- 43). I henhold til vores undersøgelse, forholder vi os deskriptivt til interviewene, idet vi ønsker rene beskrivelser fra sælgerne hverdagsfortællinger. Dette ses i lyset af den forskel, der findes i kvantitative og kvalitative metoders måde, hvorpå viden skabes og samtidigt på, hvordan denne videnskabelse kan forstås gennem forskning. Kvalitativ metode giver mulighed for at gå i dybden med få undersøgelsesenheder, hvilket dermed også muliggør en meget varieret, specificeret og helhedspræget analyse (Hansen & Andersen, 2009: 22). I dette speciale ønsker vi at undersøge hvordan mening skabes i informanternes virke som sælgere. Da vi forstår meningskabelsen ud fra det enkelte subjekt, er det ikke muligt at lave en generel definition af, hvordan mening skabes for sælgerne. Vi ser, at det er en kvalitet ved den kvalitative forskning, at vi kan forholde os åbne over for overraskelsesmomenter i fortællingerne og forfølge spor, som vi måske ikke kan forudsige på forhånd. Den kvalitative metodes søgen efter at forstå, hvordan eller hvilken meningskabelse

subjektet oplever gennem dets egne italesættelser, betragter vi som konfliktende med den kvantitative metode. I forhold til vores undersøgelse betragter den kvantitative forskning som hæmmet af de redefinerede og kvantificerbare kategorier eller spørgsmål, som ikke umiddelbart rummer utilregneligheder i forskningen med mennesker og om deres meningsdannelser. Filosofen Galileo Galilei definerede målet med kvantitativ forskning som *"at måle alt, hvad der er målbart, og gøre det målbart, som ikke er det"* (Karpatschhof, 2010: 412). Når noget kvantificeres betyder det altså at tal tilknyttes genstande eller mængder af genstande (ibid.). I kvantitative undersøgelser af socialt liv er der altså fokus på et mindre antal sammenhænge mellem et mindre antal kendetegn hos mange undersøgelsesenheder. Omvendt er det i kvalitativ orienteret forskning ofte et større antal kendetegn hos relativt få undersøgelsesenheder, der gør sig gældende. Kvantitativ metode er således blandt andet velegnet til at belyse ændringer over tid i samfundets opbygning og i de samfundsmæssige processer gennem systematiske og stringente empiriske undersøgelser (ibid.:22-23). I surveys, som er den kvantitative forsknings flagskib, ses der bort fra personniveauet, da det levende individ i stedet bliver et anonymt dataindivid. Konsekvensen af dette er, at individet som i ordets oprindelige forstand er udeleligt bliver deleligt, idet det unikke ved individet forsvinder til fordel for surveyens generaliserbarhed (Tanggaard & Brinkmann, 2010: 413). Når individets personlighed og unikhed elimineres, forsvinder samtidigt individets særlige sociale kontekst. Omvendt er den kvalitative forsknings svagheder, at man ikke kan skelne det specifikke fra det generelle, idet man kun kender analysens gyldighed fra denne undersøgelses enheder (Hansen og Andersen, 2009: 22).

Teoretisk forståelsesramme

I specialet inddrager vi teori fra flere teoretikere, som vi finder anvendelige til at forstå vores genstandsfelt. I selve analysen af vores empiriske materiale, inddrager vi begreber fra henholdsvis Erving Goffman og Pierre Bourdieu. Valget af disse teoretikere beror på, at de begge beskæftiger sig med det sociale på hvert deres niveau, hvilket vi anser som en fordel, da de hermed supplerer hinanden. Hvor Goffman primært beskæftiger sig med det direkte mellemmenneskelige møde (og tilmed er blevet kritiseret for ikke at tage hensyn til overordnede strukturelle påvirkninger), er Bourdieu i højere grad optaget af at kortlægge det sociale forstået som et studie i, hvordan mennesker orienterer sig i forhold til hinanden i det eksisterende samfund. Hermed kan Goffman fortælle os noget om det enkelte menneske, mens Bourdieu kan sige os noget om de grupperinger mennesker indgår i. Endvidere anvender i meget begrænset omfang teori fra Zygmunt Bauman til at forklare overordnede makrostrukturelle forhold. Da denne forståelse ikke er specialets egentlige fokus, men udelukkende fungerer som en form for baggrundsviden, hvori vi søger at forstå det samfund sælgerne er en del af, vil disse teorier ikke blive yderligere ekspliciteret i dette kapitel, men i stedet når disse anvendes. Dette kapitels formål er således at give en præsentation af de teoretikere, vi anvender i selve analysen - Bourdieu og Goffman. Velvidende, at ingen af disse herrer aldrig selv bekendte sig til en bestemt videnskabsteoretisk retning, anvender vi deres teorier i dette speciale som værende socialkonstruktivistiske, i og med begge opfatter virkeligheden konstrueret af og imellem mennesker. Ifølge den socialkonstruktivistiske epistemologi, vi tidligere har redegjort for, er begreber som selvet og identitet ikke givet på forhånd, men derimod udviklet gennem livet igennem sociale interaktioner. Mennesker skaber mening igennem social interaktion, hvor de kontinuerligt fortolker og tilpasser sig situationen. Vi vil i de følgende afsnit uddybe, hvordan vi forstår og anvender teori og begreber herfra. Vi starter med Bourdieu.

Pierre Bourdieu

For at få en forståelse af hvilke handlemuligheder mennesket har, finder vi den franske sociolog Pierre Bourdieus teorier om det sociale anvendelige. Pierre Bourdieu (1930-2002) er oprindelig uddannet indenfor filosofi, men bevægede sig igennem sit arbejde i retning af en kombination af sociologi og antropologi (Järvinen, 2013:366). Videnskabsteoretisk er han svær at placere, da han igennem sit omfattende forfatterskab hentede inspiration fra flere forskellige retninger heriblandt strukturalismen og konstruktivismen, hvilket han selv redegør for i samtale med Loïc Wacquant således:

"Helt generelt har folk svært ved at placere mig på det sociologiske felt, fordi jeg på den ene side har berøringsflader med de "store teoretikere" (først og fremmest strukturalisterne), i og med jeg lægger vægt på de store strukturelle konfigurationer, der ikke kan reduceres til de interaktionsmønstre og praksisformer de manifesterer sig i. På den anden side nærer jeg stor sympati for forskere og føler mig beslægtet med forskere, der går helt tæt på tingene (jeg tænker på interaktionisterne, på Goffman og alle dem, der ved hjælp af direkte observationer eller statistiske analyser afdækker empiriske forhold og tilstande, som de store teoretikere overser fra deres olympiske højder). Når det så er sagt, må jeg sige, at jeg er stærkt skeptisk over for den videnskabsteoretiske tilgang, som mange interaktionister bruger i deres arbejde, fordi den uvilkårligt befordrer en vis nærsynethed, for ikke at sige blindhed, overfor overordnede, objektive magtstrukturer, der er usynlige for det blotte øje." (Bourdieu & Wacquant, 1996: 98)

Når vi således gør brug af Bourdieus teorier i samspil med Goffmans, skal dette ses som et udtryk for, at vi søger at favne ikke alene sælgernes hverdag på et mikroniveau, men også tager højde for, at dette mikroniveau er en del af mere komplekse strukturelle forhold, der gør sig gældende for den enkelte. Det er samtidig med denne forståelse af Bourdieu, at vi finder det muligt at anvende hans teorier som værende socialkonstruktivistiske, i og med at al form for erkendelse netop ifølge socialkonstruktivismen, som tidligere beskrevet, foregår inden for en forståelsesramme, der ikke er given på forhånd, men er resultatet af den kultur og historiske kontekst det enkelte menneske indgår i.

Bourdieu var optaget af, hvordan det symbolske bidrager til at opretholde en bestemt orden i samfundet. Han argumenterer for at virkeligheden, og dermed al menneskelig handlen kan betegnes som værende relationel. Hermed skal forstås, at enhver egenskab ingen værdi har i sig selv, men kun eksisterer, fordi den står i relation til andre egenskaber (Bourdieu, 1997: 20). At vi eksempelvis overhovedet taler om hjemløse, kan således forstås som, at hjemløshed kun eksisterer, fordi det står i relation til det at have et hjem. Relationerne er altså svære, hvis ikke umulige, at undsige sig, hvorfor individet vil være begrænset i sine handlemuligheder. Til dette udviklede Bourdieu en række begreber, som vi i det følgende vil uddybe vores forståelse af. Velvidende, at disse begreber er tæt forbundet og afhængige af hinanden, vil vi for overblikkets skyld forsøge at redegøre for et enkelt begreb ad gangen.

Felt og doxa

Ifølge Bourdieu bør samfundet ikke opfattes som en helhed, men i stedet opdelt i mindre sociale rum, som han kalder felter. Bourdieu opdeler samfundet i flere overordnede felter såsom uddannelsessystemet, arbejdsmarkedet etc., men også inden for disse findes mindre felter.

Bourdieu definerer et felt som "*et netværk eller en konfiguration af objektive relationer mellem forskellige positioner*" (Bourdieu & Wacquant, 1996:84). Hermed skal forstås, at samfundet er gjort af en række sociale rum, der fungerer relativt autonomt i forhold til de øvrige felter og med sit eget sæt uskrevne regler, logikker mv., der konstituerer feltet og ikke er sammenlignelige med øvrige felter:

"Hvert felt har sine særlige reproduktionsmekanismer, sine særlige konflikter omkring besvarelsen eller ændringer af feltets struktur, sine særlige aktører, der står i et dominans- og underkastelsesforhold til hinanden" (Bourdieu & Wacquant, 1996: 92-93).

Hermed arbejder vi blandt andet i dette speciale med en forståelse for virkeligheden, at den måde Hus Forbi som forening og virksomhed er konstrueret på, tager del i både arbejdsmarkedets felt samt et socialpolitisk felt, hvilket konstruerer nogle helt særlige vilkår, der er unikke for netop dette felt og som deltagerne i feltet må forholde sig.

For at passe ind i et felt, må agenten acceptere den måde feltet er konstitueret på. Hvert felt opererer med sine egne logikker, selvfølgeligheder og uskrevne regler, hvilket Bourdieu kalder feltets doxa. Doxa defineres ved at være alt det, som agenterne i feltet stiltiende accepterer og anerkender som værende det naturlige, som de uden at stille spørgsmålstejn ved, handler efter. Når den hjemløse sælger møder sine kunder på gaden, opstår således et møde mellem deltagere fra forskellige felter, der hver især har deres opfattelse af, hvad der er rigtigt og forkert.

"Det, der ikke står til diskussion, og som alle agenter stiltiende anerkender som gældende ved i det hele taget at handle i overensstemmelse med de sociale konventioner" (Bourdieu, 2005:183).

Bourdieu argumenterer for, at feltets deltagere - agenterne (Bourdieu bruger ordet agenter om både individer og grupperinger) - positionerer sig i det sociale rum i forhold til de øvrige agenter placering, hvorved alle står i relation til hinanden. Bourdieu forklarer denne positionering således:

"Positionerne defineres i forhold til hinanden i kraft af deres gensidige exterioritet og i kraft af typen af relationer de indgår i: de kan befinde sig tæt på, ved siden af eller fjernt fra hinanden, eller de kan indgå i en bestemt orden og befinde sig enten oven over, under eller mellem hinanden." (Bourdieu, 1997: 21)

Hermed forstår vi, at det mellemmenneskelige møde ikke er lige. Den enkelte sælger vil (bevidst som ubevidst), som beskrevet, placere sig selv i forhold til de andre sælgere, kunder og forbipasserende på gaden, personalet hos Hus Forbi, os som specialestuderende fra et universitet mv., hvilket vil have indflydelse på interaktionen.

Habitus

Hvorved agenterne finder deres plads i det i overstående nævnte positioneringshierarki, kan tilskrives de dispositioner, de hver især har til rådighed. Bourdieu gør op med ideen om mennesket som et rationelt tænkende væsen og taler i stedet om habitus som en måde at forstå, hvordan mennesker disponeres til at træffe en række valg, der giver mening for den enkelte. Habitusbegrebet forklarer den proces, hvorved objektive strukturer indlejres kropsligt i agenterne og er med til at forme deres muligheder for handling. Habitus skal hermed ses som et varigt dispositions-system, forstået således, at ethvert menneske rummer et netværk af indre strukturer og skemaer, der er produktet af de indlæringsprocesser, individet har gennemgået i sit levede liv, eller som Bourdieu beskriver i Den Praktiske Sans:

"et tilegnet system af generative skemaer og muliggør dermed den frie produktion af alle de former for tænkning, alle de oplevelser og alle de handlinger, som befinder sig inden for den produktionsbetingelsers særlige rammer og kun inden for disse"
(Bourdieu, 2007:94)

Habitus er grundlagt i barndommen i samspil med individets familie, venner og øvrige netværk, hvorfor mennesket som oftest også vil gruppere sig i forhold til andre mennesker, der deler samme habitus. Netop dette begreb har været anledning til kritik af Bourdieu, da det er bleven tolket som værende en skæbne, der determinerer den enkeltes livsforløb og som individet ikke kan gøre sig fri af. Her understreger han, at det på ingen måder må forstås som sådan. Habitus dækker over en række dispositioner, der er til rådighed for den enkelte og som (ubevidst) fremstår som en rettesnor, der er medafgørende til at bestemme, hvad der anses som mulige og meningsfulde valg:

”Habitus er på ingen måde den uafvendelige skæbne, nogle udlægger begrebet som. Det er et historisk fænomen og som sådant et åbent system af holdninger, der hele tiden udsættes for nye erfaringer, som enten forstærker eller modificerer det. Habitus består af dybdegående og varige strukturer, men de er ikke uforanderlige. Når det er sagt, må jeg straks skynde mig at tilføje, at langt de fleste mennesker statistisk set kommer til at leve et liv, hvor de objektive strukturer stemmer overens med de strukturer, der formede deres habitus i første instans, og derfor igen og igen vil komme ud for erfaringer, der bekræfter og cementerer deres holdninger.” (Bourdieu og Wacquant 1996: 118)

Hermed kan vi forstå eksempelvis valg uddannelse (om nogen), hvilket sprog man tilegner sig eller hvad man opfatter som god smag og dårlig smag, ikke alene kan tilskrives bevidste og reflekterede valg, men derimod må forstås som et produkt af habitus.

Kapital

Indlejret i habitus besidder hvert menneske i højere eller lavere grad en mængde kapitaler, som kan beskrives som en form for ressourcer af både materiel og immateriel, symbolsk værdi. Bourdieu opererer med tre former for kapital; økonomisk, kulturel og social kapital. I dette speciale koncentrerer vi os primært om den kulturelle kapital, der betegner immaterielle og symbolske ressourcer som uddannelse, sprog og viden samt social kapital, der referer til hvilket netværk agenten har adgang til (Järvinen, 2013: 370ff). Da disse kapitalformer vil blive yderligere beskrevet senere i specialet, hvor de operationaliseres, vil disse ikke i dette afsnit blive ekspliciteret yderligere. Det skal her blot nævnes, at Bourdieu endvidere taler om økonomisk kapital, der referer til, hvor mange penge og andre materielle goder et individ er i besiddelse af - ressourcer der er direkte omsættelige på markedet (Bourdieu, 1986: 243). Omend man kan argumentere for, at økonomisk kapital har en stor indflydelse på den måde vores samfund fungerer på og at sælgerne af Hus Forbi ved at sælge øger deres indtjening og dermed økonomiske kapital, er dette ikke et fokus for os, hvorfor denne kapitalform ikke vil blive yderligere nævnt. Det er dog værd at nævne, at de forskellige kapitalformer under de rette omstændigheder kan give adgange til de øvrige kapitalformer (ibid.).

Symbolsk vold

En væsentlig pointe i Bourdieus teorier er, at magt er allestedsværende. I ethvert felt finder der kontinuerligt finder en kamp om magten sted, hvilket vil sige kampen om retten til at definere

feltets doxa. Magten opnås igennem kapitalbegrebet, men hvad der giver magt i et givent felt, afhænger af hvilke kapitalformer, der er accepteres som værende værdifulde i netop dette felt. Således indeholder ethvert felt tillige et magtens felt, hvori dette afgøres af den eller de agenter, der er i besiddelse af tilstrækkeligt kapital til at dominere feltet (Bourdieu, 1997: 55). Både kampene og magten ligger indlejret i relationerne og skal derfor ikke forstås som en fysisk størrelse, men netop symbolske handlinger, der foregår bagom agenterne. Ofte sker der dog det, at agenterne frivilligt underkaster sig de forventninger, der ligger indlejret i doxa, hvorved agenten lader sig udsætte for symbolsk vold. Symbolsk vold kendetegnes ved ikke at være en fysisk vold eller tvang, men derimod netop en frivillig underkastelse, hvori agenten igennem sine egne handlinger selv er med til at opretholde undertrykkelsen. Netop fordi volden ikke opfattes som vold, accepteres og anerkendes den af agenten. Bourdieu forklarer denne vold således:

"Den symbolske vold er den form for vold der gennemtvinger forskellige former for underkastelse der end ikke opfattes som sådanne, fordi den symbolske vold støtter sig til nogen "kollektive" forventninger, nogle socialt indprentede overbevisninger."(Bourdieu, 1997: 188-189)

Symbolsk vold gør sig vedkommende i dette speciale, da vi igennem dette kan forstå den måde samfundet søger at afhjælpe problematikkerne omkring hjemløshed som værende en symbolsk magt. Samfundet har, som et overordnet felt, defineret et doxa, hvori vi ser andre livsformer som værende mere tilstræbelsesværdige. I dette samfund ser vi ikke alene hjemløshed, men også andre fænomener som eksempelvis arbejdsløshed opfattet som værende afvigende livsformer, der skal afhjælpes. Hermed er hjemløse udsat for symbolsk vold fra det øvrige samfund, i og med at deres livsstil netop ikke vil blive opfattet som "normalt"- som oftest heller ikke af de hjemløse selv.

Goffman

For at få en forståelse for, hvordan sælgerne af Hus Forbi interagerer og iscenesætter sig selv i mødet med andre mennesker, finder vi Erwin Goffmans teorier anvendelige. Goffman (1922-1982) var en canadisk-amerikansk mikrosociolog, der i dag betragtes som en af de mest betydningsfulde analytikere af det moderne hverdagsliv (Kristiansen, 2014: 199). Videnskabsteoretisk bekendte han sig aldrig til en bestemt tradition, men er af andre blevet placeret inden for flere retninger heriblandt som symbolsk interaktionist og mikrofunktionalist (ibid.:200).

Goffman var optaget af hvordan den sociale orden skabes og opretholdes gennem den måde mennesker møder hinanden på i tilsyneladende trivielle hverdagslige møder (ibid.:214). Hermed finder vi, at han fungerer som supplement til Bourdieu, idet det gennem hans mikrosociologiske betragtninger bliver muligt at undersøge, hvad der foregår i det direkte møde mennesker imellem uden at tage højde for overordnede strukturelle forhold. Igennem Goffman bliver det eksempelvis muligt for individer at have følelser, hvilket ikke synes at interesse Bourdieu synderligt.

I dette speciale placerer vi Goffmans teorier som værende socialkonstruktivistiske, idet disse arbejder med identitet og selvet som værende socialt situerede og foranderlige. Han argumenterede her for, at fænomener som selvet og identitet ikke skulle ses som værende ikke fast størrelser, men derimod formet og skabt igennem social interaktion. I det følgende vil vi redegøre for, hvilke af Goffmans begreber vi anvender samt vores forståelse heraf.

Hverdagsdramatisering

Goffman var i sit arbejde primært optaget af de mekanismer, der udspiller sig i det hverdagslige møde mennesker imellem. I hans nok mest kendte bog "Vore rollespil i hverdagen" introducerer Goffman læseren for sit dramaturgiske perspektiv på interpersonelle forhold. Ved at drage paralleller til teaterets scene, beskrives menneskelige adfærd, som roller vi optræder med i hverdagens direkte ansigt-til-ansigt møder (Kristiansen, 2014: 202). Som på teaterets scene udspiller hverdagslivet sig som en optræden, hvori de optrædende kontinuerligt og strategisk fremstiller sig selv igennem en række iscenesatte roller, som vi selv skaber i samspil med de øvrige optrædende. Pointen er, at den rolle man spiller i en social kontekst ikke (nødvendigvis) er den samme, som den man spiller i en anden. Derimod skifter vi konstant mellem flere roller, der opleves meningsgivende og modvirker det moderne livs fremmedgørelse (ibid.:208).

De roller man udspiller, kan forstås som roller, man selv har været med til at skrive, men skal derimod ikke forstås som fuldstændig frie, da disse netop skal udspilles i en social kontekst over for andre mennesker. Goffman taler i sit essay "Ærbødighed og opførsel" om det han kalder "adfærdsregler", hvilket han definerer således:

"En adfærdsregel kan defineres som en forskrift for handling, der ikke er anbefalet fordi den er behagelig, billig eller effektiv, men fordi den er passende eller retfærdig. Overtrædelser kan typisk føre til følelser af uro og til negative sociale sanktioner.

Adfærdsregler gennemtrænger alle aktivitetsområder og opretholdes med henvisning til, og til ære for, stort set hvad som helst" (Goffman, 2004: 77)

Hermed kan forstås, at individet ikke er fri til at påtage sig enhver rolle, det måtte have lyst til, da der i enhver form for gruppe vil være forventninger til, hvordan man kan opføre sig. Dette foregår mestendels ubevidst og enhver der involverer sig i opretholdelsen af disse adfærdsregler, inkorporerer dem da således også i sit eget selvbillede (ibid.:79).

Indtryksstyring

Ifølge Goffman vil mennesker i mødet med andre uvilkårligt søge at skaffe oplysninger om denne eller gør brug af allerede tilegnet viden. Hvis dette andet menneske er fremmed for os, gør vi brug af stereotyper på baggrund af, hvad vi umiddelbart kan genkende ved den fremmede eksempelvis gennem dennes opførsel og udseende. Vi ønsker at forudsige den anden, så vi ved, hvordan vi selv skal agere, samt hvilke reaktioner vi kan forvente. På denne måde opretholder vi en vis form for tryghed og forudsigelighed i livet (Goffman, 1992: 11-12).

Akkurat som på teaterets scene er hverdagens scene (eller med Goffmans terminologi; et facadeområde) udstyret med kulisser, forstået som den måde vi enten selv har indrettet os på (igennem møbler, udsmykning, indretning mv.) eller som værende definerede på forhånd (eksempelvis bestemte geografiske steder mv.), som vi kan vælge til eller fra (ibid.: 27-28). Det er en pointe at vi sideløbende med, at vi søger informationer om andre mennesker, bevidst som ubevidst, selv søger at sende bestemte signaler, om hvem vi selv er. I enhver form for social kontekst vil individet forsøge at kontrollere sine medmennesker ved at plante bestemte indtryk hos de øvrige tilstedeværende. Goffman bruger begrebet *indtryksstyring* om denne adfærd. Hertil er det værd at nævne, at denne adfærd ikke alene sker for individets egen skyld, men i høj grad også for tilskuernes skyld. I langt de fleste sociale møder vil mennesker samarbejde om at opretholde en fælles definition af en situation, hvorfor det ikke alene er vigtigt at arbejde med sin egen optræden, men også støtte de øvrige deltagere i deres selvscenesættelser med det formål at afhjælpe en afkodning af situationen, samt undgå pinlige episoder (Kristiansen, 2014: 204-205).

"Jeg har brukt betegnelsen "opptreden" om all den aktivitet en person utfolder i løpet av et tidsrom som er kjennetegnet ved samvær med en bestemt gruppe iakttagere, og som har en viss innflydelse på iakttagerne. Det kan være hensiktsmessig å benytte etiketten "facade" på den del av en persons opptreden som stadig fremtrer på en

generell og fastlagt måte, med henblikk på å definere situasjonen for dem som iakttar opptredenen" (Goffman, 1992:27)

Hermed skal altså forstås, at individet ved hjelp af forskellige former for udtryksmidler (facader), eksempelvis den måde der tales på samt kropsholdning og påklædning, udspiller bestemte roller med det formål at få ikke bare sit publikum, men også sig selv, overbevist om, at man er den, man giver sig ud for at være (Kristiansen, 2014: 206-207). Nogle af disse vil fremstå som forholdsmæssige stabile (eksempelvis ydre kendetegn som køn, højde, hudfarve mv.) mens andre er midlertidige (eksempelvis ansigtsudtryk og påklædning) og kan skifte fra optræden til optræden (Goffman, 1992:29). Hermed forstår vi, at når sælgeren af Hus Forbi står på gaden i færd med at sælge, kan det med Goffmans begreber ses som en optræden, hvor han ikke alene har udvalgt sig et bestemt facadeområde med bestemte kulisser (i form af det fysiske sted han vælger at udføre aktiviteten), men også påtager sig en bestemt facade i overensstemmelse med, hvilke indtryk han søger at indgyde hos sit publikum. En rolle som ikke nødvendigvis er i overensstemmelse med de roller han i øvrigt udspiller, når han ikke er i færd med at sælge.

Idealisering

Det gælder om at holde facaden for at bevare troværdigheden og selv de mindste uoverensstemmelser kan have konsekvenser for det indtryk, man søger at afsende. Således må den optrædende have kontrol ikke bare over sin ydre fremtoning men også sine manerer og sin krop. Goffman beskriver ikke uden humor de omfangsrige potentielle faldgruber således:

"I vårt samfunn inntreffer visse utilsiktede opptrinn i så mange forskjellige opptredener og gir inntrykk som er så uforenlige med dem man søker å gi, at disse ubeleilige episoder har oppnådd kollektiv, symbolsk status. For det første kan den opptredende ved et uhell røbe manglende evne, sømmetlighet eller respekt ved å miste muskelkontrollen et øyeblikk. Han kan snuble eller falle, han kan rape, gjespe, forsnakke sig, klø seg eller være flatulent, han kan ved et uheld skumpe borti en av de andre deltagende. For det andre kan den opptredende oppføre seg slik at han gir inntrykk av å være enten for meget eller for lite interessert i interaksjonen. Han kan stamme, glemme hva han skulle si, virke nervøs, skyldbepisset eller genert, han kan gi etter for upassende latterbrøl eller raseriutbrudd eller andre affekttilstander som midlertidig gjør ham uskikket som interagerende, han kan bli altfor oppslukt, eller for lite. For det tredje kan den opptredende la fremførelsen bli skjemet av utilstrekkelig

iscenesettelse. Kulisserne er kanskje ikke bragt i orden, eller de er innrettet for feil opptreden, eller de er bragt i uorden under opptredenen. Uforudsette episoder kan forrykke tidsskjemaet for den opptredenes ankomst eller avsked eller kan forårsake pinlige opphold i interaksjonen" (Goffmann, 1992: 50-51).

Det er et almenkendt fænomen, at mennesket som oftest vil forsøge at presentere et så perfekt billede af sig selv som muligt i mødet med andre. Goffman kalder dette fænomen *idealisering*. I det sociale møde vil manerer og opførsel blive justeret og tilpasset den enkelte optræden, ligesom fysiske og symbolske meningsbærende tegn kan tages i brug. Den enkelte kan eksempelvis tilstræbe at klæde sig på en bestemt måde eller gøre brug af andre materielle statussymboler, der kan hjælpe til iscenesættelse af et idealiseret selv (Goffman, 1992: 38). Omvendt kan den optrædende i visse situationer vælge at gøre brug af en *negativ idealisering*, hvori individet ikke offentligt vil stå ved forhold, der ellers normalt anses som ideelle (eksempelvis visse kompetencer eller en høj indtægt) med det formål at fremstille sig selv på en til situationen passende måde (ibid.:41-42).

Forscene og bagscene

Som beskrevet ovenfor, skal individet ses som optrædende over for skiftende publikum, hvorved identitet bliver en flydende størrelse, i og med den optrædende må gøre brug af forskellige facader alt efter publikum. Goffman taler om *forscene* og *bagscene* som en måde at forstå de forskellige facadeskift. Forscenen skal forstås som alle de aktiviteter, der udføres for at opretholde en fælles definition af situationen, mens bagscenen er det sted individet kan trække sig hen og gøre sig fri af facaderne.

"Et "bakside-område" eller "bak kulissene" kan defineres som et sted, i forhold til en bestemt opptreden, hvor det inntrykk man søker å gi med opptredenen blir åpent motsagt, som en selvfølgelig ting. Slike steder har selvsagt mange karakteristiske funksjoner. Det er her en opptredenes evne til å uttrykke noe ut over seg omhyggelig utarbeides. Det er her inntrykk og falske forestillinger åpent bygges opp. Her kan sceneutstyr og deler av den personlige fasade stues bort i et slags kompakt sammenbrudd av hele rolle- og handlingsrepetoarer" (Goffman, 1992: 96-97).

Dermed kan vi forstå, at den facade sælgerne af Hus Forbi tager i brug, når de er i færd med at sælge, meget vel kan stå i kontrast til, hvordan selvsamme individ agerer, når denne trækker sig væk fra sælgerrollen. Tillige kan vi med Goffmans begreber forstå, hvordan individet markedsfører

sig selv igennem identitet. Hermed finder vi det meningsfuldt at tale om en særlig "jobidentitet", hvori sælgeren socialiseres til at iscenesætte sig selv på en bestemt måde, der er meningsgivende for netop den konkrete aktivitet at sælge Hus Forbi.

Stigmatisering

Overstående har vi præsenteret Goffmans grundlæggende teorier omkring de hverdagslige ansigt-til-ansigt møder blandt mennesker. Igennem hans videre arbejde er disse blevet udviklet til at rumme dybere perspektiver på det interpersonelle, hvor vi især finder hans begreber vedrørende stigmatisering relevante. Et stigma er i sin oprindelige betydning et mærke på kroppen, der tydeliggjorde, at her er der tale om noget anormalt og afvigende (Goffman, 2014:43). Goffman bruger begrebet i samme betydning, blot med den forskel, at stigmaet ikke nødvendigvis behøver at være et fysisk tegn på kroppen, men også kan fremstå som et socialt kendemærke. Et stigma er altså således et uønsket karaktertræk, der ofte kommer til at overskygge alle personens andre karaktertræk, hvilket kan have konsekvenser for det enkelte individ i form af eksempelvis diskrimination. Goffman skelner mellem tre overordnede former for stigma; dem han kalder de kropslige vederstyggeligheder (fysiske handicaps, misdannelser mv.), tribale stigmata (eksempelvis etnicitet og synlig religiøsitet) og endelig de karaktermæssige fejl (ibid.: 46). Denne type stigma, som er det stigmata, vi primært vil koncentrere os om i dette speciale, beskrives således:

"Dernæst findes der forskellige karaktermæssige fejl, som giver sig til kende som viljesvaghed, dominerende eller unaturlige lidenskaber, forræderiske og kompromisløse overbevisninger, eller uhæderlighed; folk slutter sig til disse egenskaber ud fra deres kendskab til pågældendes fortid, som eksempelvis kan være vidnesbyrd om psykisk sygdom, fængselsophold, stofmisbrug, alkoholisme, homoseksualitet, arbejdsløshed, selvmordsforsøg eller politisk radikalisme"
(Goffman, 2014: 46).

De personer, der ikke afviger fra de forventninger, der gælder i et givent kontekst, bliver således de mennesker, Goffman kalder *normale* (ibid.).

Stigma bliver tildelt i mødet med et andet menneske. Som nævnt tidligere, vil vi altid vurdere den fremmede på baggrund af forskellige karakteristika, hvor ud fra vi bestemmer, hvilke egenskaber vi kan forvente os. Goffman kalder dette, at vi tildeler den fremmede en *social identitet*. Det er dog ikke sikkert, at denne fremmede lever op til disse forventninger, hvorfor Goffman skelner mellem

tilsyneladende social identitet og *faktisk social identitet*, hvor sidstnævnte betegner de kategorier, som den enkelte rent faktisk tilhører og de egenskaber han rent faktisk besidder (Goffman, 2014:44). Det er en pointe, at stigmatiseringen ikke ligger i selve kategorierne. Hvad der er stigma i en kontekst, er det ikke nødvendigvis i et andet. Stigmatiseringen er snarere en proces hvori, der kontekstuel og relationelt skabes stigma:

"Begrebet stigma vil altså her blive anvendt til at betegne en egenskab, der er dybt miskrediterende, men det skal understreges, at det der er brug for, ikke så meget et sprog, der lægger vægt på egenskaber, som et sprog, der fremhæver relationer"
(Goffman, 2014: 45).

Egenskaben, der stigmatiserer, er altså i sig selv hverken positiv eller negativ, i og med det varierer fra person til person, hvad der opfattes som værende stigmatiserende. Dermed er det således også forskelligt, hvordan individet opfatter denne stigmatisering. Mens nogen anerkender stigmaet, vil andre benægte det og dermed forblive upåvirket:

"Det synes også muligt for et individ ikke at leve op til de krav, vi rent faktisk stiller til ham, og alligevel forblive relativt uberørt af dette; afskærmet som han er i sin situation, finder han beskyttelse i sine egne private identitetsforestillinger - han føler sig som et fuldt ud normalt menneske, og det bliver i stedet os andre, der i hans øjne ikke er hele mennesker" (Goffman, 2014: 48).

Reaktionerne blandt de der anerkender stigmaet, kan derimod spænde i flere retninger, hvor nogen prøver at kompensere ved at dygtiggøre sig inden for egenskaber, der normalt anses som værende udelukket for personer med pågældende stigma (Goffman bruger selv et eksempel med fysisk handicappede, der træner sig op til at mestre udfordrende sportsgrene), vil andre bruge stigmaet som en undskyldning for øvrige fejl og nederlag, livet har budt ham, eller vende det til en gevinst, hvori den stigmatiserede søger at vende situationen til en slags held i uheld, der anses som vigtig lærdom i livet (ibid.:51-52). Med dette kan vi forstå, at man som sælger af Hus Forbi af den øvrige omverden kan blive mødt med nogle bestemte forventninger til dennes egenskaber alene på baggrund af, at de er sælgere. En del af dettes speciales fokus er altså, at undersøge hvilke stigma sælgerne tillægges, samt hvordan dette indarbejdes i deres identitet og dermed performance.

Specialets makro- og mesoniveau

Dette speciale omhandler sælgerne af hjemløseavisen Hus Forbi. Hermed er specialets afsæt et mikroniveau, idet vi i henhold til problemformuleringen undersøger enkeltindviders levede liv. Hus Forbi kan som organisation således siges at være specialets mesoniveau, og det danske samfund i sin helhed udgør makroniveauet. Disse niveauer er altså ikke specialets fokus, men da mennesket altid jævnfør specialets socialkonstruktivistiske tilgang altid vil være skabt af dets kultur og historie, finder vi, at sælgerne er en del af disse makro- og mesoniveauer og vice versa. Hermed vil de forskellige niveauer påvirke hinanden gensigt, hvorfor det ikke giver mening at forstå et mikroniveau uden at have forståelse for de øvrige niveauer. Dette kapitels formål er at præsentere de makrostrukturelle forhold som sælgerne er en del af. Dette gør vi ved at præsentere en overordnet forståelse af begreberne hjemløshed og marginalisering samt Hus Forbi som organisation.

Det skal i denne forbindelse nævnes, at en del af den viden vi i kapitlet gør brug af, er indhentet via et informationsmøde i Hus Forbi. Mødet blev afholdt i Hus Forbis lokaler i København den 16. april 2015 og foregik således, at medarbejder Jimmy Rohde holdt et oplæg omkring organisationen, hvorefter der var spørgerunde fra deltagerne. Møder som dette afholdes med jævne mellemrum i organisationen med det formål at tilgodese offentlighedens interesse (internetkilde 2). Til det møde vi deltog i, var vi således i alt fire studerende tilstede - os og to bachelorstuderende fra et andet universitet. Mødet blev dokumenteret i notatform, der primært vil være tilgængelige for specialets vejleder samt censor.

Årsager til hjemløshed

Hjemløshed er ikke et nyt fænomen, der alene hører vore tider til. Derimod ses gennem det seneste århundrede, at fænomenet er beskrevet og søgt forklaret, hvor især årsagerne til fænomenet har været et fokuspunkt. Da vores fremstilling af verden ifølge socialkonstruktivismen altid vil være historisk og social specifik, finder vi denne gennemgang relevant, med det formål at skabe en forståelse for hvilken historie, der ligger bag vor tids syn på hjemløshed. Vi vil hermed i dette afsnit præsentere læseren for en kort historisk gennemgang af årsagsforklaringer på hjemløshed gennem det sidste århundrede, efterfulgt af et sociologisk perspektiv på "den hjemløse".

Fra 1920'erne anså man arbejdsløsheden som den primære forklaring til hjemløshed, hvorfor den typiske hjemløse primært blev beskrevet som en desperat og arbejdsløs ung mand. Senere blev denne fortælling dog nuanceret en anelse og det blev beskrevet, at disse mænd typisk kom fra

fattige kår, ligesom mangel på boliger blev anset som en vigtig årsag til hjemløshed (Järvinen, 1993:17ff). Fra 1960'erne bliver forklaringerne rettet mod de mere individuelle forhold. De hjemløse fremgår nu som værende mænd, der kæmper med personlige kriser som eksempelvis skilsmisse. Der kommer samtidig fokus på forskellige former for misbrug - først alkohol og op igennem 70'erne endvidere narkotika. Her begynder man tillige at tale om to forskellige typer hjemløse: de ældre mænd, som ikke kan finde sig til rette (vagabonderne) og de unge mænd, der i højere grad er præget af hjælpeløshed. Forklaringen bliver her, at de hjemløse ikke er robuste nok til at tage vare på dem selv, når problemerne melder sig i form af eksempelvis skilsmisse eller en fyreseddel. Hjemløshed anses altså ikke længere som et strukturelt problem, men kan nu tilskrives individet, som dermed fremstår mere eller mindre selvforskyldt i sin situation (ibid.:22ff).

Fra 1980'erne kommer der igen fokus på arbejdsløshed og fattigdom som medvirkende årsager til hjemløshed, men også selve hjemløsegruppen får øget opmærksomhed. Det konkluderes, at den typiske alkoholiserede hjemløse mand nu er skiftet ud med en nyere og mere varieret gruppe. De hjemløse er blevet yngre, der ses oftere psykiske problemer blandt dem og der er tillige kommet flere (voldsramte) kvinder til. Strukturelle forhold som nedskæringer inden for psykiatrien og et bistandssystem, der ikke fungerer optimalt, problematiseres ligeledes i denne periode (ibid.: 24ff).

I nyere tid søges hjemløshed som fænomen ligeledes forklaret, hvori et svar på hvem de hjemløse er efterspørges, samt hvad der driver disse til at blive hjemløse. Emnet er blevet belyst af forskere fra forskellige traditioner inden for blandt andet psykologien, sociologien og antropologien. Der findes ingen entydig forklaring på, hvorfor nogle mennesker ender i hjemløshed, mens andre ikke gør, men rent statistisk synes der blandt de hjemløse at være en høj forekomst af individer, der på en eller anden vis har haft en barndom præget af svigt (Lee, 2009). Inden for psykologien ses ligeledes i et britisk studie, at størstedelen af den hjemløse informantgruppe havde neurologiske skader i frontallapperne (med forskellige psykiske forstyrrelser til følge) som følge af en barndom præget af massive svigt og overgreb (Pluck et al, 2011). Fra danske studier ved man, at omkring halvdelen af de danske hjemløse lider af en form for psykisk sygdom (Benjaminsen & Lauritzen, 2013:82).

Ligeledes ved man, at en større andel af de danske hjemløse har en form for alkohol eller narkotikamisbrug (ibid.:84). Disse faktorer alene kan dog ikke forklare hjemløshed, i og med der eksempelvis findes mennesker, som har gennemlevet en traumatisk barndom uden at blive hjemløse. Ifølge Suzanne Fitzpatrick, der har specialiseret sig i boligmarkedet og udstødelse herfra, skal årsagerne ikke tilskrives hverken individuelle eller samfundsstrukturelle forhold, men derimod som et samspil mellem disse. Makrostrukturelle forhold, som eksempelvis boligmangel og

arbejdsløshed skaber vilkårene, for at hjemløshed kan opstå og her vil individer med personlige problemer såsom psykisk sygdom, misbrug og dårlige sociale netværk således være mere sårbare overfor disse strukturer end andre borgere (Fitzpatrick, 2005). Samtidig har synet på varigheden af hjemløshed ændret sig over de seneste år. Hvor man førhen betragtede hjemløshed som det sidste stop, efter et livsforløb præget af tiltagende marginalisering, har man i dag en større forståelse for hjemløshed som et dynamisk begreb, hvor socialt udsatte individer flere gange i løbet af et livsforløb kan opleve flere perioder af hjemløshed (Benjaminsen & Lauritzen, 2013: 127-128).

Samfundets syn på den hjemløse

I det overstående har vi skitseret hvordan, det gennem tiderne er søgt forklaret, hvorfor nogle mennesker ender i hjemløshed. Hermed ses hjemløshed som et fænomen, individet af den ene eller anden årsag er offer for. Et anderledes perspektiv er at finde i den del af sociologien, der beskæftiger sig med hjemløshed som et aktiv tilvalg, taget af den hjemløse selv. I artiklen "Mellem patologi og frihed - perspektiver på marginalisering", præsenterer professor i sociologi Magaretha Järvinen (Järvinen, 2009) læseren for den hjemløse ud fra både et patologiperspektiv og et frihedsperspektiv. I dette skal forstås, at hjemløshed ikke nødvendigvis skal ses som et fænomen, der er negativt for individet, men derimod som en selvvalgt situation. Den tyske sociolog Georg Simmel har eksempelvis betragtet den hjemløse som en fremmed, der måske nok bliver betragtet som afviger af sine omgivelser, men i bund og grund er en fri mand, der har gjort sig fri af samfundets objektive strukturer og dermed kan gøre som han vil (ibid.:98). Samme betragtning gjorde sociolog Nels Anderson senere, da han beskrev den hjemløse vandrer i 1800-tallets Amerika som en fri mand, der altid var på udsigt efter nye oplevelser. Denne skildring stod i kontrast til den hjemløse som en ulykkelig stakkel og betonede i stedet, at dette var et individ, der havde tilpasset sig de nye tiders krav om mobilitet. Dette perspektiv er dog sidenhen blevet kritiseret i den forstand, at nok er den hjemløse en fri mand, men at friheden er meningsløs, da han ikke efterstræber noget og dermed ikke har et mål med friheden (ibid.:102-103).

At fænomener som hjemløshed og anden social udstødelse overhovedet optræder som en marginaliseringsproces, skal ifølge den polsk fødte sociolog Zygmunt Bauman, findes i den måde, det vestlige samfund har udviklet sig på. Bauman anlægger et pessimistisk syn på moderniteten som værende et grundvilkår, vi ikke kan undsige os og som alle må forholde sig til. Globaliseringens effektiviseringsstrategier og øgede konkurrencevilkår skaber en verden, hvori der ikke er plads til

alle. Dem der ikke kan eller vil tage del i samfundet, bliver tilovers og betragtes som et uønsket restprodukt, hvilket nedenstående citat beskriver:

"Modernitet er en tilstand kendetegnet ved en tvangspræget og vanedannende planlægning. Hvor der planlægges, er der også affald. Intet hus er bygget helt færdigt, før byggepladsen er blevet ryddet for uønskede rester. Hvad angår planlægningen af menneskelige samhørighedsformer, er affaldet levende mennesker. Det kan være mennesker, der hverken passer ind i eller kan tilpasses den planlagte form, eller mennesker af en type, der tilsmudser dens renhed og dermed forplumrer den gennemskinnelighed: Kafkas uhyrer og mutanter, som f.eks. den ubestemmelige Odradek eller krydsningen mellem en killing og et lam - særlinge, vanskabninger, hybrider, der demaskerer det, der foregiver at være inklusive/eksklusive kategorier. Pletter i det ellers helstøbte og himmelske landskab. Defekte væsener, hvis fravær eller udslættelse kun ville være til gavn for den planlagte form, som derved ville blive mere ensartet, mere harmonisk, mere sikker og alt i alt hvile mere i sig selv."

(Bauman, 2004:41-42)

Med Bauman kan man altså forstå den hjemløse som værende et uønsket restprodukt af en samfundsudvikling. En livsform, der er uønsket, idet den ikke bidrager til opretholdelsen af de eksisterende samfundsstrukturer. Bauman hæfter sig ved, at grundstenen i moderniteten er forbrugerisme. Førhen man kan tænke på at blive noget andet, må man lære at blive forbruger (Bauman, 2002: 45ff). Da hjemløse netop som gruppe kan kendetegnes ved at være i besiddelse af få ressourcer (her tænker vi ikke alene på rede penge, men også et sted at opbevare og gøre brug af forbrugsvarer), marginaliseres disse altså fra markedet og betragtes hermed som værende skadelige for samfundet. Enhver indsats der søger at inkludere og rehabiliterer de hjemløse, kan altså med Bauman betragtes som ikke alene til for individets skyld, men i høj grad også for at opretholde det eksisterende samfund ved at inkludere den hjemløse i det forbrugende samfund.

Marginalisering

At marginalisere betyder i følge den danske ordbog at sætte nogen udenfor indflydelse især socialt eller politisk. Begrebet kan dog forstås langt mere komplekst, da man kan tale om marginalisering fra flere former for arenaer, der ofte optræder i samspil hos de personer, der anses som værende marginaliserede og socialt udsatte. Her kan man eksempelvis tale om at være sat uden for boligmarkedet, arbejdsmarkedet eller familien. Jo flere arenaer der er i spil for individet, jo større er

risikoen for marginalisering. At stå uden bolig fører altså ikke nødvendigvis til marginalisering, ligesom man kan være sat uden for arbejdsmarkedet, uden at det berører det liv, man har i sin fritid med eksempelvis familie og venner. Derimod er en hjemløs eksempelvis ikke alene ekskluderet fra boligmarkedet men også arbejdsmarkedet og ofte også familien og velfærdsystemet (Järvinen, 2009:96).

Hvad er et socialt problem?

Selvom fænomener som hjemløshed, tiggeri og fattigdom, der i dag betragtes som sociale problemer, har været velkendte gennem historien, er begreber som marginalisering og sociale problemer, først opstået i nyere tid i takt med velfærdssamfundets udvikling. I årtierne efter 2. verdenskrig udviklede det danske samfund sig fra at være et landbrugs- og industrisamfund, til det globaliserede informations- og videnssamfund, vi kender i dag. Et velfærdssamfund, der i høj grad også er et institutionaliseret samfund, hvori sociale problemer har fået et ændret politisk fokus fra at være private anliggender til at være problemer, der er interesse i at samfundet tager ansvar for og løser. Dette sker ikke mindst på grund af den samfundsøkonomiske byrde, problemerne medfører i form af øgede udgifter og tabte arbejdsressourcer. Fra omkring 1990'erne opstår begreber som marginalisering og sociale problemer på den politiske dagsorden. Man begynder at få øje på sociale problemer som hjemløshed, psykisk sygdom og misbrug og der tales om marginalisering og udstødelse fra et fælles samfund, som alle bør integreres i (Larsen & Mortensen, 2009:9ff). Nogle områder synes tages for givet som værende sociale problemer - herunder eksempelvis prostitution, misbrug og kriminalitet. Andre områder er mere uigennemsigtige og det fremgår altså efter vores opfattelse ikke tydeligt, hvornår man er marginaliseret eller hvornår man er et socialt udsat menneske. I litteraturen er det ligeledes svært at finde en egentlig definition på, hvad et socialt problem er. Her optræder alt fra indvandring, enlige forsørgere, bestemte boligområder og forsømte børn som eksempler på, hvad betegnelsen dækker over. Det er dog muligt at finde fællesnævner indenfor disse eksempler. Der er synes enighed om, at et socialt problem er noget, der vedrører sociale relationer, hvori der findes en form for konflikt mellem enten flere grupper af individer eller en gruppe individer og samfundet. Samtidig skal problemet være af synlig karakter, forstået således, at det skal optræde og problematiseres i det offentlige rum. Endelig skal der være nok individer berørt af problemet, for at man kan tale om en gruppe. Dette gælder også, omend gruppen på nuværende tidspunkt synes at være lille men i vækst (Meeuwisse & Swärd, 2002: 32-33).

Hus Forbi

Hus Forbi er en politisk uafhængig nonprofit² forening grundlagt i København i sommeren 1996. Anledningen var FN's internationale fattigdomsår samt udnævnelsen af København som europæisk kulturby. Inspiration kom fra den engelske hjemløseavis The Big Issue, der havde succes med sit foretagende. Tanken har fra starten været at skabe en avis, der ikke alene satte fokus på hjemløshed og social marginalisering, men også blev produceret i samarbejde med hjemløse. Ifølge Jimmy Rohde har dette formål ændret sig en anelse med årene. Indholdet er stadig i tråd med det oprindelige formål, men bortset fra lidt digte og fortællinger fra gaden produceres avisen nu primært af professionelle journalister, da brugergruppen viste sig at være for ustabil med hensyn til deadlines mv. til at kunne varetage opgaven. Siden starten i 1996 er avisen Hus Forbi vokset til at have et månedligt oplag på omkring 90.000, hvilket ifølge Jimmy Rohde svarer til, at avisen er Danmarks tredjestørste kulturmagasinet.

Avisen sælges direkte på gaden af omkring 2200 sælgere, der alle er hjemløse, tidligere hjemløse eller på anden måde udsatte i samfundet. Disse sælgere køber avisen af foreningen og sælger den videre med en fortjeneste på otte kroner, hvorved de får en mulighed for at tjene penge i det omfang, de selv har lyst og overskud til. Ifølge Jimmy Rohde må avissalget ikke ses som et egentlig arbejde, men derimod et supplement. Hus Forbi er landsdækkende forstået således, at der findes 36 distributionssteder rundt om i Danmark, hvorfra sælgerne kan hente aviserne.

Hus Forbis målgruppe

Hus Forbi omhandler og sælges af hjemløse og socialt udsatte. Hus Forbi arbejder dog ikke selv med en definition af, hvad begrebet hjemløshed dækker over, ligesom de heller ikke definerer, hvornår man er socialt udsat (internetkilde 3). En forståelse for disse begreber må vi altså finde i litteraturen. Heri ses, at hjemløshed er en bred betegnelse, der kan dække over mange typer meget forskellige livsformer. Nogle hjemløse har mulighed for at overnatte hos familie og venner, andre gør midlertidige ophold på herberger eller forsorgshjem, mens andre igen er overladt til at sove udenfor i trappeopgange eller på en bänk i parken. I Danmark kortlægger det nationale forskningscenter for velfærd (SFI) hvert andet år hvor mange danskere, der er berørt af hjemløshed.

² Al økonomisk overskud i foreningen investeres i de hjemløse. Foreningen driver eksempelvis et værested, hvorfra sælgerne af avisen hver dag kan spise gratis. Ligeledes går overskud til uniformer, arrangementer og andre sociale tiltag.

Her gøres brug af en til danske forhold tilpasset version af den europæiske hjemløseklassifikation ETHOS (*European Typology on Homelessness and Housing Exclusion*), der lyder således:

"som hjemløse regnes personer, som ikke disponerer over egen (ejet eller lejet) bolig eller værelse, men som er henvist til midlertidige boalternativer, eller som bor midlertidigt og uden kontrakt hos familie, venner eller bekendte. Som hjemløse regnes også personer uden et opholdssted den kommende nat" (Benjaminsen & Lauritzen, 2013:19)

Fordelen ved at anvende denne definition er, at der således ikke kun fokuseres på den synlige del af problemet, som den del man kan se i gadebilledet, men også medtager de mere usynlige former for hjemløshed, hvor den hjemløse eksempelvis overnatter hos familie eller venner (ibid.:18). Foruden hjemløshed i den forstand, at individet står uden bolig, tales der desuden om begrebet *funktionel hjemløshed*, der dækker over det fænomen, at nogle mennesker har deres egne boliger, men af forskellige årsager, eksempelvis på grund af psykiske eller sociale problemer, ikke kan eller vil være heri. Disse mennesker tælles typisk med i hjemløsestatistikkerne, da de dels typisk har en stærkt øget risiko for at miste boligen, samt ofte opsøger og overnatter samme steder som de boligløse hjemløse (ibid.:138-139).

Foreningens formål

Som vi præsenterede i indledningen er det Hus Forbis overordnede målsætning at "udvikle, etablere og støtte aktiviteter og virksomhed, hvor hjemløse og andre socialt udsatte gennem egen virksomhed har mulighed for at forbedre deres livssituation", hvilket ekspliciteres yderligere i de på hjemmesiden formulerede formål (internetkilde1):

- At være med til at skabe debat og dialog om og med hjemløse og socialt udstødte, som typisk ikke kommer til orde i medierne. Hus Forbi er med andre ord deres talerør og skal sætte deres holdninger, behov og ønsker på dagsordenen over for politikere, myndigheder og resten af danskerne i al almindelighed.
- At give de hjemløse sælgere mulighed for at tjene deres egne penge og have noget at stå op til. For mange er det at sælge Hus Forbi et værdigt alternativ til tiggeri eller kriminalitet, fordi de her tjener penge på 'lovlig' vis ved at sælge et produkt - avisen - som de kan stå inde for.

Der ses en dobbelthed i dette formål, der berører de hjemløses forhold på både mikro- og makroniveau. I og med at dette kapitels formål er at præsentere de makrostrukturelle forhold, som påvirker specialets fokus, vil vi her udelukkende fokusere på denne del af formålene. Hermed anser vi den nederste del af formålet som en del af et mikroniveau, der ligger implicit i problemformuleringen, nemlig sælgernes hverdag. Vi vil i det følgende forstå foreningens overordnede formål med udgangspunkt i sociologien.

De hjemløses talerør

I foreningens formål ses, at der arbejdes for at give en stemme til "hjemløse og andre socialt udstødte". At dette er et behov i samfundet, kan forklares med Bourdieus teorier om magt. Som tidligere skitseret, argumenterer Bourdieu for, at et samfund ikke bør ses i sin helhed men opdelt i en række felter, hvori magten ikke er fordelt lige. Bourdieu kritiserer blandt andet illusionen om, at der i samfundet skulle findes et sprogligt fællesskab, hvor alle har lige muligheder for at udtrykke sig. I stedet bør sprog betragtes som en ressource, der qua den enkeltes habitus kommer til udtryk på forskellig vis, hvoraf ikke alle måder anses som værende acceptable. Således vil der i et samfund findes et dominerende sprog (typisk det der tages i brug ved politiske anledninger mv.). Ved at bestride dette sprog, øges individets adgang til at gøre sin stemme gældende (Bourdieu & Wacquant, 1996: 130-131). Hermed kan vi forstå, at der i et samfund altid vil være nogen, der har mere magt til at sætte den politiske dagsorden, idet de i kraft af besiddet kapital (her kulturel kapital udtrykt i sprog) har øget mulighed for at gøre sin stemme gældende i højere grad end andre. Således vil de grupperinger, der ikke bestrider dette sprog være udsat for en symbolsk vold, idet de ikke har samme muligheder for at blive hørt og de bliver i den offentlige debat hermed afhængig af, at andre kan eller vil tale deres sag, hvilket Hus Forbi hermed forsøger.

Mødet mellem kunde og sælger

Hus Forbi sælges udelukkende på gaden af sælgerne. Dette er en bevidst strategi fra foreningens side, idet de vægter mødet mellem sælgeren og kunden som en vigtig del af avisens formål. Ved at facilitere mødet mellem sælger og køber er det foreningens håb, at der vil opstå samtaler, som kan være med til at nedbryde de eventuelle fordomme, parterne måtte have om hinanden (internetkilde 4). Bauman taler om, at det vestlige samfund har udviklet sig i en retning, hvori drømmen om det "rene samfund" betyder, at der kæmpes imod al form for uorden. Han er i sit arbejde optaget af samfundet i sin helhed, hvor han blandt andet har søgt at forklare de sociale mekanismer, der muliggjorde Holocaust. Disse teorier er senere blevet udviklet til at omfatte det senmoderne

samfunds øvrige ekskluderingsprocesser. Bauman mener hermed, at en konsekvens i senmodernitetens udvikling er, at vi har udviklet det, han kalder mixofobi, hvilket vil sige en modvilje til at indgå i fællesskaber med andet end det velkendte. De fremmede bliver udskilt netop på grund af deres fremmedhed (Jacobsen, 2013: 475). Vi kan med Baumans forståelse af samfundets udvikling se Hus Forbis ønske om at nedbryde fordomme mellem "normalsamfund" og de hjemløse som en måde, hvorpå de ønsker at modarbejde denne tendens til mixofobi ved at skabe et møde mellem parterne.

Empiri: dokumentanalyse

I den første del af vores problemformulering spørger vi, hvem sælgerne af Hus Forbi er. Som beskrevet i det foregående kapitel, sælges avisen ifølge Hus Forbi selv af hjemløse, tidligere hjemløse og andre socialt udsatte. Vores agenda er dog at præsentere et mere nuanceret blik på disse sælgere for at få en forståelse af hvilke mennesker, der er at finde bag disse prædikater. For at besvare på den første del af problemformuleringen, gør vi brug af dokumentanalyse. Dette kapitels formål er at vise, hvordan vi har grebet dette an for dernæst at præsentere fire forskellige typer sælgere. Som vi præsenterede i kapitlet vedrørende speciallets metoder, tager vi i dokumentanalysen udgangspunkt i Hus Forbis bagside. Hver måned præsenterer Hus Forbi, som tidligere beskrevet, på deres bagside et portræt af en nystartet sælger, der fortæller lidt om dem selv og lidt om hvad, der har motiveret dem til at komme i gang med at sælge avisen. Igennem 24 af disse portrætter har vi fundet materiale til at danne os et nuanceret overblik over hvilken gruppe mennesker, der er at finde som avissælgere på gaden. De 24 sælgerprofiler udgør bagsiderne af Hus Forbi fra to årgange, indhentet via arkivet på avisens hjemmeside (internetkilde 5). Vi har af etiske grunde valgt at udelade hvilke årgange, der er tale om af hensyn til anonymiseringen af de berørte sælgere. Når vi vælger at træffe dette valg på trods af, at disse sælgere frivilligt har ladet deres fortællinger trykke i et landsdækkende medie, skyldes det, at disse fortællinger er meget personlige og letgenkendelige. De berørte sælgere har måske nok valgt at lade deres historier være offentligt tilgængelige, men de har trods alt ikke indvilliget i at lade sig analysere i dette speciale.

Max Webers idealtipe

Vi har inspireret af den tyske økonom og sociolog Max Webers (1864-1920) idé om en idealtipe konstrueret fire sælgertyper på baggrund af disse 24 meget forskellige bagsidefortællinger. Webers mål var ikke at afdække den menneskelige handlen, men snarere de betingelser under hvilken menneskelig handlen sker og han var således optaget af fænomener som kapitalismens fremvækst samt religionssociologi (Månson, 2013: 105-106). Videnskabsteoretisk placerede Weber sig i en mellemposition, hvor han ikke afskrev, at der måtte findes objektive sandheder, men samtidig lod sig inspirere af især hermeneutikken, idet han påpegede, at objektive analyser ikke er mulige, da forskeren altid vil tillægge sine problemstillinger mening ud fra bestemte værdirelationer (ibid. 107). Netop for at imødekomme problemet med værdirelationerne udviklede Weber ideen om en idealtipe. En idealtipe er en konstruktion, der ikke må misforstås som værende en ideel type. En idealtipe kan være hvad som helst og idealet eksisterer kun i logisk forstand. Meningen er at denne skal hjælpe forskeren til at nærme sig en så objektiv beskrivelse af den komplekse virkelighed som

muligt (ibid.: 108). Weber argumenterer altså for brugen af idealtyper, når man vil fremhæve forskelligheder. Ved at sammenfatte enkeltfænomener bliver det muligt at overskue hvilke særpræg, der gør sig gældende i en specifik sammenhæng. Disse enkeltfænomener kan forekomme spredt og i både højere og lavere grad, og bidrager dermed ikke til at fremstille virkeligheden som den er, men må snarere forstås som en idé om en virkelighed, der er objektivt mulig (Weber, 1994: 199). Ved at forsimple og betone visse træk af virkeligheden, bliver det således muligt at synliggøre forskelligheder med det formål at skabe et undersøgelsesværktøj, som vi senere kan holde virkeligheden op imod. Meningen med idealtyperne er, ifølge Weber, at de skal adskille sig fra hinanden ved ikke at ligne hinanden, da de ikke eksisterer fuldstændigt i den virkelige verden, men hver især repræsenterer netop idéen om en type (Weber, 1994: 200). Vores konstruerede sælgertyper må altså ikke forstås som endegyldige sandheder, forstået således, at intet individ lever fuldstændig op til de beskrevne karakteristika. Eksempelvis beskriver vi samtlige af vores typer som værende hjemløse, velvidende at dette ikke passer på alle. Nogle er måske lige flyttet i egen lejlighed, mens enkelte andre aldrig har stået uden bolig, men derimod kæmper med eksempelvis fattigdom eller andre sociale problemer. Samtidig skal det pointeres, at grupperne ikke er statiske, men derimod et øjebliksbillede af en flygtig virkelighed. I tråd med vores indledningsvist præsenterede læringsperspektiv er mennesket altid i forandring, hvilket vil sige, at de fortællinger vi bygger vores typer på, måske har ændret sig, siden de blev fortalt. De typer vi konstruerer på baggrund af bagsidefortællingerne, må altså alene forstås som det de er - netop sammenfatninger af de overordnede træk ved en gruppe, der måske allerede har ændret sig. De følgende afsnit har til formål at præsentere de fire typer af sælgere, vi ser repræsenteret, samt hvordan vi har konstrueret disse.

Konstruktionen af en type

Ved at nærlæse de 24 portrætter på bagsiden af Hus Forbi har vi bedømt sælgerne ud fra to skalaer inspireret af Pierre Bourdieus kapitalbegreber, hvilket vil blive uddybet i det følgende. For at skabe en forståelse for hvem der vælger at blive sælgere af Hus Forbi, finder vi det relevant at undersøge disse personers baggrund. Ud fra Pierre Bourdieus habitus begreb, forbundet med kapitalformerne, muliggøres det at se, hvordan grupper af individer anskuer og opdeler verden. Der er således ligheder mellem Bourdieus og Webers tænkning, da begge opererer ud fra en måde hvorpå menneskelig observeret adfærd kan afdækkes og klassificeres. Operationaliseringen af habitusbegrebet tillader os at få en forståelse for, hvordan hændelser fra sælgernes levede liv har bevirket, hvordan de opfatter verden og sig selv. Med andre ord giver det os en mulighed for at få

indsigt deres inddeling og kategorisering af verden. Når sælgerne af Hus Forbi på et tidspunkt i deres liv altså har truffet det valg, at de søger at ændre deres situation ved at sælge aviser på åben gade, har det været et valg blandt andre valg. Hver især har de altså valgt nogle andre muligheder fra og set dette som en meningsfuld vej at gå, hvilket kan ses som valg, der giver mening for den enkelte qua deres habitus.

Kulturel kapital

For at få en forståelse af hvilke dispositioner Hus Forbi sælgerne har til rådighed, når de vælger at blive sælgere, finder vi det relevant at undersøge deres nuværende og tidligere tilknytning til uddannelsessystemet og arbejdsmarkedet. Dette argument beror på, at der ifølge Bourdieu sker en samfundsmæssig selektion hvor de mennesker, der har mest uddannelse bag sig, har størst mulighed for at begå sig. Dette vil blive uddybet senere. Man kan tillige sige, at når Hus Forbi ønsker at skabe en lovlig og værdig måde for de hjemløse at tjene deres egne penge på, samt give dem noget at stå op til om morgenen, er det nærliggende at undersøge, hvilket forhold de allerede har til det at tjene penge og stå op om morgenen. Bourdieu taler om kulturel kapital, der overordnet set viser sig som tre tilstande: den legemliggjorte, den objektiverede og den institutionaliserede. Legemliggjort kulturel kapital dækker over opførelse og dannelse. Ethvert individ har i sin habitus inkorporeret et bestemt sprogbrug og en bestemt måde at bruge sin krop på, som vil have betydning for individets placering i den sociale verden. At kunne begå sig i et givent felt (eksempelvis på en arbejdsplads eller uddannelsesinstitution) kræver den rette måde at være tilstede i feltet (Bourdieu, 1986: 244). I vores brug af begrebet kigger vi altså efter i hvor høj grad sælgeren hidtil har formået at "sælge sig selv" - hvis vedkommende eksempelvis tidligere har haft en stabil tilknytning til arbejdsmarkedet, kan det sige noget om, at denne har en større kulturel kapital end en person, der primært er blevet offentligt forsørget. Objektiveret kulturel kapital dækker over kulturel kapital materielt objektiveret. Det kan eksempelvis være i form af en bogsamling eller musikinstrumenter. Det er dog vigtigt at nævne, at bøgerne og instrumenterne i sig selv ikke giver kulturel kapital - man må vide hvordan disse anvendes (ibid.:247). Når vi vurderer sælgerne på kulturel kapital, er dette altså faktorer, der er medbestemmende for udslaget. Eksempelvis vil en person, der spiller et instrument eller på anden vis bedriver kunst (eksempelvis ved at male, tegne eller skrive) således vurderes til at have en højere kapital, end en person der ikke gør. Endelig vurderer vi sælgerne på hvilken institutionaliseret kulturel kapital, de er i besiddelse af. Med denne tilstand mener Bourdieu, det som man kan læse sig til. Jo længere og jo højere uddannelsesgrad desto mere kulturel kapital. Uddannelse er i den vestlige verden i høj grad direkte omsættelig til økonomisk kapital, hvor titler

alene kan være adgangsgivende til jobs og andre materielle goder (ibid.:248). Vi er altså interesserede i sælgernes uddannelsesgrad. Nogle har en uddannelse bag sig, mens andre har påbegyndt en, men er frafaldet og andre igen aldrig har været i kontakt med uddannelsessystemet, hvilket placerer dem forskelligt på den kulturelle skala. I analysen har vi tillige medtaget mere uformelle og autodidakte uddannelser som udslagsgivende for, hvor høj kulturel kapital vi vurderer dem til at besidde, da det i vores opfattelse siger noget om en persons øvrige kulturelle kvaliteter at være i stand til at tilegne sig nye kompetencer, uanset hvor kompetencen er opnået. En sælger fortæller eksempelvis, at han gennem sine mange år på søen tillige har lært at lave mad. I dette tilfælde vurderer vi vedkommende til at have en anelse mere kulturel kapital end sælgere, der kun fortæller om tidligere jobs, da vedkommende har haft ressourcer nok til at tilegne sig kompetencer udover jobbeskrivelsen.

På baggrund af ovenstående refleksioner har vi sammenfattet en pointskala, ud fra hvilken vi har vurderet hver enkelt sælger:

| | |
|----|---|
| 3 | Personen har en formel uddannelse bag sig samt en længerevarende stabil tilknytning til arbejdsmarkedet |
| 2 | Personen har ingen formel uddannelse, men har en længerevarende stabil tilknytning til arbejdsmarkedet |
| 1 | Personen har ingen eller kun sporadisk tilknytning til arbejdsmarkedet. Har måske gennemført en uddannelse, men bruger den ikke. |
| -1 | Personen har ingen eller kun sporadisk tilknytning til arbejdsmarkedet. Personen har måske påbegyndt en uddannelse, men er frafaldet. |
| -2 | Personen har ingen uddannelse og ingen eller kun meget sporadisk tilknytning til arbejdsmarkedet |
| -3 | Personen har ingen uddannelse og ingen tilknytning til arbejdsmarkedet |

Da virkeligheden ikke er så stereotyp, som skalaen giver udtryk for, har vi gjort det muligt at score halve og kvarte point, således at det er muligt at placere sælgerne mere frit ud fra deres fortællinger. Netop fordi vi tager udgangspunkt i sælgernes egne fortællinger og ikke eksempelvis et meget struktureret spørgeskema, er oplysningerne heri meget forskelligartede, hvilket vanskeliggjorde den endelige pointgivning. Disse point skal altså ses som en vurdering ud fra de oplysninger, vi havde til rådighed, hvoraf nogle er blevet til på baggrund af vores egne forforståelser. Vi har eksempelvis i ét tilfælde vurderet en person til ikke at have stabil tilknytning til arbejdsmarkedet, uden at denne selv

fortæller om dette. Personen fortæller derimod om at være flyttet meget rundt i det meste af sit liv, samt haft en del psykiatriske indlæggelser. Vi vurderer, at det i dette tilfælde må være svært samtidig at passe et arbejde eller tage en uddannelse, hvorfor vi gav personen minuspoint. Når vi alligevel finder resultatet troværdigt på trods af disse personlige forforståelser, gør vi det på baggrund af de mønstre, vi ser, som er uafhængige af halve og hele point.

Social kapital

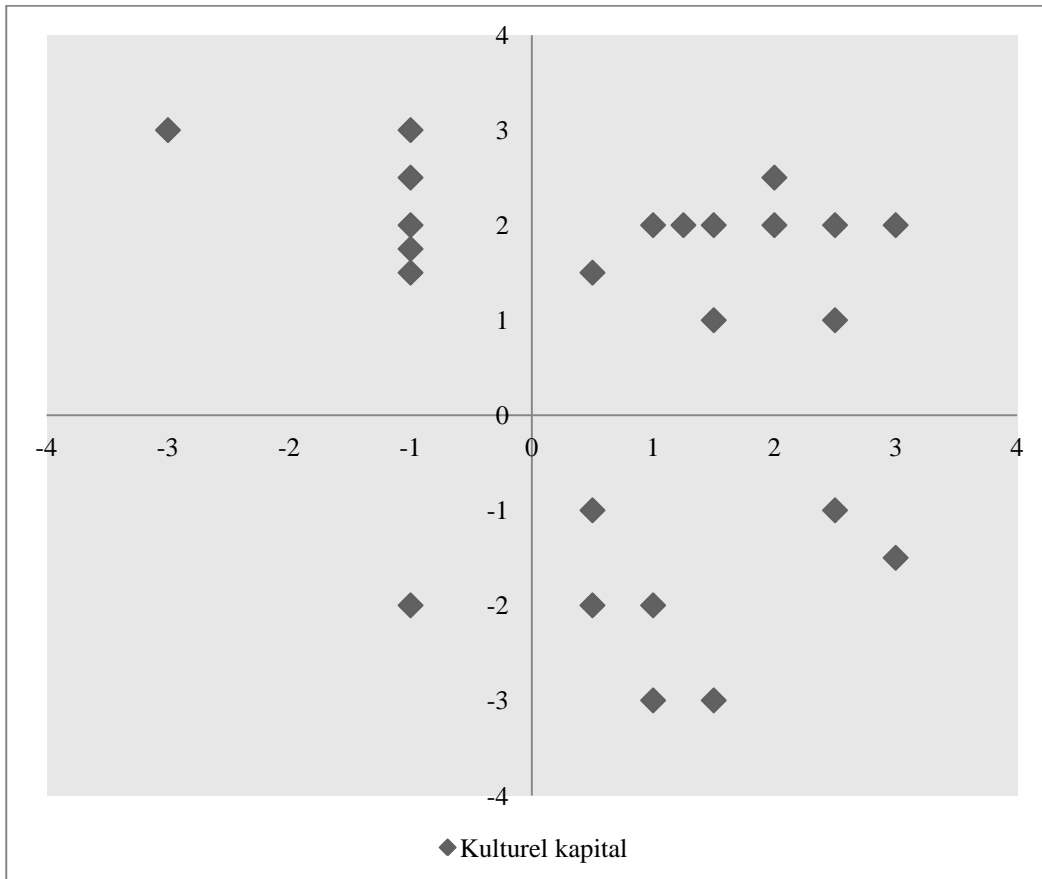
Foruden kulturel kapital har vi kigget efter hvilket netværk, der er omkring sælgerne. Bourdieu taler om social kapital, der refererer til personligt netværk og tilhørsforhold i en gruppe. I hans optik er det at have et netværk ikke noget naturligt, der kommer af sig selv, men derimod et produkt af individuelle eller kollektive strategier, hvor man investerer sig selv for at opbygge disse. For at være i stand til at opbygge disse relationer, må man altså være i besiddelse af social kapital (Bourdieu, 1986: 248-249). Netværk kan være mere eller mindre stabile, men det er en pointe, at et stabilt netværk som oftest vil indeholde visse normer for reciprocitet, forstået således, at netværket eksisterer i kraft af gensidige ydelser som eksempelvis gaver eller tjenester (ibid.:250). Hermed forstår vi, at det at have social kapital er en ressource, man har til rådighed i kraft af antallet og kvaliteten af sine personlige relationer. Et godt socialt netværk kan give adgang til hjælp og støtte, hvor personer med et svagt personligt netværk i højere grad vil være overladt til sig selv. Social kapital kan altså være altafgørende for sælgernes situation. For nogle betyder dét at have en familie eller gode venner, at man kan overnatte på en sofa frem for udendørs eller at man har et sted at have samvær med sine børn. For andre betyder det, at man har nogen at sælge Hus Forbi sammen med - eller som har været dem, der i første omgang har fået vedkommende i gang med at sælge. Andre har færre personlige relationer at trække på og nogle er måske primært overladt til institutionelle relationer. Vi har i vores vurdering af sælgernes sociale kapital på samme måde som med kulturel kapital, konstrueret et lignende pointskema:

| | |
|----|---|
| 3 | Personen har et godt bagland i form af en familie og en vennekreds, der kan træde til, hjælpe personen samt vise opbakning og støtte |
| 2 | Personen har et godt bagland i form af en familie, der kan træde til, hjælpe personen samt vise opbakning og støtte. Personen har få eller ingen nære venner. |
| 1 | Personen har en nær vennekreds, der hjælper personen samt viser opbakning og støtte. Personen har ingen eller ringe kontakt til sin familie |
| -1 | Personen har et svagt personligt netværk. Kontakten til familie er ringe eller ikke eksisterende og der er ingen eller få nære venner. Den primære omsorg for personen varetages institutionelt af forskellige rådgiver eller støttepersoner. Personen tager imod og opsøger denne hjælp. |
| -2 | Personen har et svagt personligt netværk. Vennekredsen består primært af bekendtskaber, der ikke har vilje eller ressourcer til at hjælpe, støtte eller vise opbakning. Der er ringe eller ingen institutionel hjælp og støtte. |
| -3 | Personen har et svagt personligt netværk. Holder sig for sig selv og undgår i vid udstrækning kontakt med andre mennesker og/eller undgår steder med mange mennesker. |

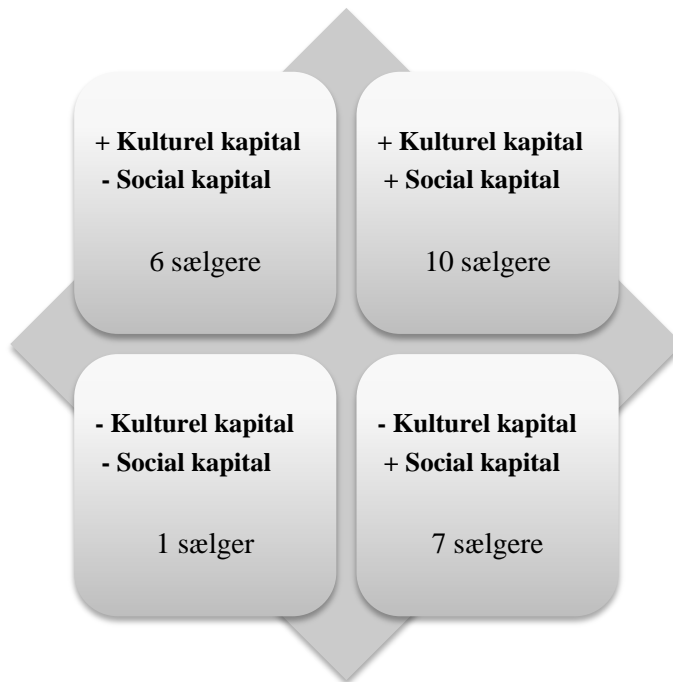
Som før beskrevet i afsnittet vedrørende kulturel kapital, er disse point givet på baggrund af sælgernes egne fortællinger og dermed vil en del point være givet på baggrund af vores egne forforståelser. Nogle point vil være givet på baggrund af det, der *ikke* bliver fortalt. I én situation har vi eksempelvis vurderet en person til at have et svagt personligt netværk, på baggrund af at denne ikke fortæller om hverken venner eller familie, men derimod om hvordan vedkommende (mod sin lyst og vilje) måtte stjæle i Netto for at skaffe mad til sit barn. Der har altså, efter vores vurdering, ikke været et netværk at trække på, der enten kunne hjælpe med penge eller lidt mad. Vi har i vores vurderinger vægtet familiære relationer højere end venskabelige relationer, da disse i samfundet synes at være af højeste værdi. Familien udgør for de fleste mennesker nogle af de længstvarende og ofte meget tætte relationer. Bourdieu taler om familien som den sociale kategori, der opfattes som den mest naturlige af alle kategorier. Der ligger indlejret i samfundets doxa en forestilling om familien som et idealistisk billede på, hvordan menneskelige relationer bør forme sig (Bourdieu, 1997: 136). At en sælger indgår aktivt i familiære relationer, kan vi altså med Bourdieu se som, at denne indgår i nogle relationer, der fra samfundets side ses som et ideal.

Fordeling

Ved at sortere sælgerne i et koordinatsystem efter de ovenstående præsenterede kriterier, fordeler de 24 sælgere sig på fire områder:



Figur 2: Fordelingen af de 24 sælgere visualiseret i koordinatsystem (egen model)



Figur 3: Fordelingen af de 24 sælgere i fire grupper (egen model)

Ved herefter at nærlæse de enkelte kategorier, har vi dannet os et overblik over hvilke fortællinger, der går igen, for endeligt at kunne præsentere fire idealtyper. Ved at læse profilerne igennem som de fremstår i deres helhed, blev det muligt at skabe et overblik over hvilke fortællinger der går igen, hvilket har fungeret som fikspunkter i den endelige præstation af de enkelte typer. I hver af de fire kategorier har vi på baggrund af disse fikspunkter kigget efter:

- Bopælsforhold: hvor sover sælgeren oftest?
- Job og uddannelse: Hvad har sælgeren lavet førhen?
- Misbrug: har sælgeren på noget tidspunkt haft et misbrug af nogen art?
- Diagnoser og psykisk sygdom: har sælgeren en diagnose?
- Sociale relationer: hvilke former for venskaber og familiære relationer har sælgeren?
- Motiv: hvad går pengene af avissalget til? Hvorfor sælger de Hus Forbi?
- Barndom: Fortæller sælgeren noget om sin barndom?

Det bør bemærkes, at der i den ene gruppe (lav grad af både kulturel og social kapital) kun er én sælger repræsenteret. Denne type sælger er altså blevet til på baggrund af et enkelt individs fortællinger, hvilket stillede os over for den kreative udfordring at anonymisere netop denne person

og samtidig konstruere et realistisk billede af en type udelukkende på baggrund af dennes fortælling. Denne type skal altså i en vis forstand ses som den mindst realistiske type set i det brede perspektiv og alligevel ikke, da vi jo netop har genskabt en virkelig fortælling.

De fire sælgertyper

I det følgende afsnit vil vi præsentere de fire overordnede typer, vi ser som sælgere af Hus Forbi. Da de er blevet til på baggrund af fortællinger, giver det mening for os at præsentere dem på samme måde: som små fortællinger. I den virkelige verden er sælgerne både mænd og kvinder, men i den følgende præsentation af sælgertyperne vil disse udelukkende blive omtalt som værende hankøn af flere årsager. Dels er mænd overrepræsenteret i samtlige statistikker vedrørende hjemløshed og marginalisering. I den nationale kortlægning af hjemløshed fra 2013 ses således, at mænd udgør 78 % af de hjemløse borgere i Danmark (Benjaminsen & Lauritzen, 2013: 37) hvilket ikke er langt fra tallene i CASAs undersøgelse af Hus Forbi fra 2008, hvori det fremgår at 81 % af sælgerne er mænd (Hansen et al, 2008: 21). I de 24 portrætter, der danner baggrund for følgende analyse, ser vi en lignende fordeling, hvori mænd er stærkt overrepræsenterede. At omtale den typiske sælger som værende af hankøn er altså dels en afspejling af virkeligheden og dels en måde at anonymisere de få kvinder, der indgår i analysen.

Den rastløse

Høj grad af kulturel kapital. Høj grad af social kapital.

Denne type sælger har vi valgt at kalde den rastløse, idet han altid synes at være et nyt sted - både i hverdagen og i livet generelt. Han er en mand midt i 40'erne, der i voksen alder er diagnosticeret ADHD. Han kæmper med et misbrug af alkohol og narkotika, der er startet som en form for selvmedicinering. Hans barndom har tillige været præget af forældre, der ligeledes har været misbrugere. Han har tidligere haft bopæl og fast (ufaglært) arbejde som eksempelvis arbejdsmand eller rengøringsassistent, men har mistet begge dele på grund af misbruget. Han sover nu rundt omkring på sofaer hos venner eller familie, som også hjælper med andre ting i hverdagen som at opmagasinere ting og lægge hus til samvær med børn fra tidligere forhold. Han kom i gang med at sælge Hus Forbi på opfordring af en ven, som han nu sælger sammen med. Han synes, at det er sjovt at sælge og han nyder at komme ud og at snakke med kunderne. Salget giver ham lidt penge til dagen og vejen samt noget at stå op til og få dagen til at gå med.

Den knækkede

Høj grad af kulturel kapital. Lav grad af social kapital.

Denne type er tillige i 40'erne. Han har tidligere haft et "normalt" liv med fast bolig og fast arbejde, hvor han har været meget på farten - eksempelvis som chauffør. Der har været et vendepunkt i hans liv som eksempelvis en arbejdsulykke eller skilsmisse. Dette vendepunkt har på sin vis knækket ham, idet det har ført depression samt overforbrug af medicin og rusmidler med sig, hvorefter han er endt på gaden. Han bor på herberg, hvor han foruden kundekontakten på gaden har sine primære sociale relationer i form af personalet. Kontakten til familie er ofte kompliceret og svær. Han har måske børn, men har ikke stabilt samvær med dem. Han kæmper for at rejse sig efter sit knæk; komme ud af sit misbrug af medicin og alkohol og han motiveres af drømmen om at starte forfra. Pengene fra salget af Hus Forbi fungerer som et supplement til kontanthjælpen og han forsøger at spare op til indskuddet til en lejlighed.

Den utilpassede

Lav grad af kulturel kapital. Høj grad af social kapital.

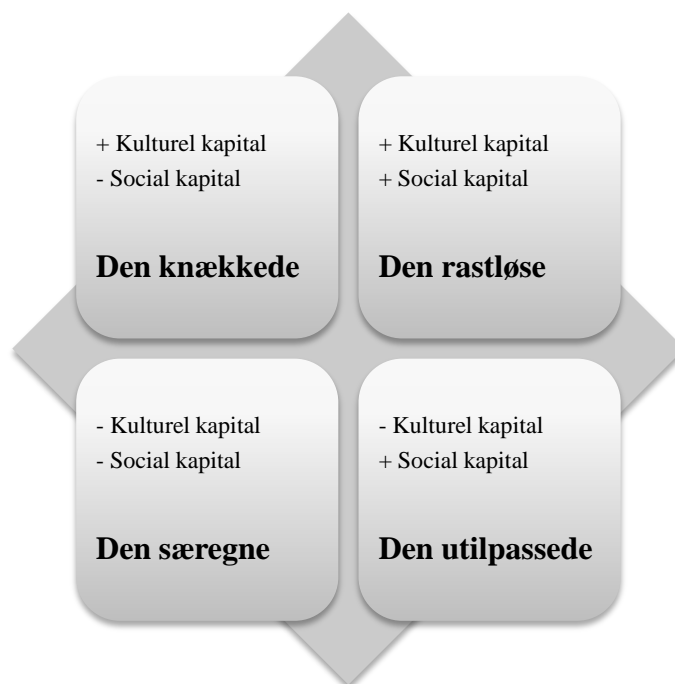
Denne sælger er i 30'erne. Livet har altid været lidt kaotisk for ham og han har aldrig rigtig kunne tilpasse sig i normalsamfundet. Han har prøvet lidt af hvert - både at blive smidt ud hjemmefra i ung alder, siddet i fængsel og et misbrug af forskellige stoffer og alkohol, hvorfor hans tilknytning til arbejdsmarkedet og uddannelsessystemet er så godt som ikke eksisterende. Han er i størstedelen af sit liv blevet forsørget i af offentlige ydelser. Han bor lidt omkring hos venner og bekendte eller på herberg og natcaféer, når andet ikke er muligt. Han har måske et barn, som han ser jævnligt enten hos sine venner eller familie. Han er socialt anlagt og ser sine venner dagligt og det er også disse, der har fået ham i gang med at sælge Hus Forbi. Hans primære formål med at sælge er for at supplere til kontanthjælpen, men samtidig finder han det givende at have noget at stå op til og snakke med mennesker på gaden.

Den særegne

Lav grad af kulturel kapital. Lav grad af social kapital.

Denne type sælger er i 40'erne. Han har været hjemløs i lange perioder af sit liv og kun haft korte ophold med fast bopæl i form af lejligheder, forsorgshjem og lignende. Han har en svær psykisk diagnose og har derfor svært ved at finde ro, hvorfor han rejser meget rundt i landet. Han har ringe kontakt til sin familie og heller ingen nære venner. Det primære netværk er af institutionel karakter

som eksempelvis kommunalt personale og andre omsorgsarbejdere. Han har hverken uddannelse eller job bag sig pga. han har været institutionaliseret i store dele af sit liv. Han bryder egentligt sig ikke om at udstille sig selv ved at sælge Hus Forbi, men gør det alligevel på grund af det tilhørsforhold til hjemløsenetværket, salget medfører.



Figur 2 - de fire idealtyper (egen model)

Opsamling og delkonklusion

På baggrund af 24 bagsideportrætter er det muligt at dele sælgerne af Hus Forbi op i fire overordnede grupper på baggrund af en vurdering af deres kulturelle og sociale kapital, hvor forskellige motiver til at sælge avisen kommer til udtryk. Overordnet kan siges, at for *den rastløse* og *den utilpassende*, der har en højere grad af social kapital, ses salget af Hus Forbi som værende et mål i sig selv, mens salget for *den knækkede* og *den særegne*, der har lavere grad af social kapital, fungerer salget som et middel til at nå et mål.

Den rastløse motiveres primært af, at have noget at stå op og til om morgenen, samt muligheden for at komme ud og møde mennesker. Denne type sælger finder selve det at sælge som et mål - en meningsfuld aktivitet hvorpå det bliver muligt at opretholde et "normalt" liv. For *den knækkede*, synes det derimod at være den ekstra indtægt, der motiverer. Denne sælgertype ser salget som et middel til at nå et mål - typisk spares der op til et specifikt mål (som eksempelvis indskud til en lejlighed).

For *den utilpassede* synes den ekstra indtægt også at være den motiverende faktor. Denne fungerer her som et supplement til kontanthjælpen, men det at komme ud blandt mennesker er også en vigtig faktor for sælgeren. Her er salget altså i højere grad et mål i sig selv frem for et middel til at nå et mål. Den sidste sælgertype, *den særegne*, er svær at sige meget om, da denne er stærkt underrepræsenteret. Et forsigtigt skøn er, at det primære motiv er, at det at sælge er et middel til at bevare tilknytningen til det netværk, der er i hjemløseorganisationerne.

Der ses en overrepræsentation af sælgere i de to grupper med højere kulturel kapital (*den rastløse* og *den knækkede*). Heri findes seksten af de i alt 24 sælgere - altså 2/3. De øvrige otte sælgere fordeler sig i de to grupper med lav kulturel kapital (*den utilpassede* og *den særegne*), hvoraf der som tidligere nævnt, kun er en enkelt at finde i gruppen med både lav grad af social og kulturel kapital. Årsagen til denne ulige fordeling kan skyldes flere faktorer. En mulig forklaring kunne være, at denne gruppe ikke oftere bliver spurgt, om de har lyst til at lade sig portrættere, eller at de simpelthen takker nej. Denne ene repræsentant fra gruppen, vi har fundet, fremstår sårbar med mange psykiske vanskeligheder og giver tillige udtryk for at han ikke bryder sig synderligt om at være i fokus som sælger. Ud fra dette kan man forestille sig, at andre i lignende situation ikke har lyst til at stå frem med sin egen personlige historie i et offentligt landsdækkende medie.

Omvendt kan man også forestille sig, at overrepræsentationen af de to grupper med høj kulturel kapital skyldes, at disse grupper i højere grad har netop det, der skal til for at blive sælger. At blive sælger er en aktivitet, der minder om et arbejde. Endda et arbejde, der kræver en vis form for selvdisciplin, i og med dét at sælgeren er sin egen arbejdsgiver, idet at han selv bestemmer, hvor og hvor ofte han vil sælge, samt alene har ansvaret for at holde regnskab med de indtjente penge, forstået således, at han skal sørge for at gemme penge til at købe aviser til næste salg. For at lykkes som sælger kræver det altså både en vis portion kulturel og social kapital, idet sælgeren må have en forståelse for, hvordan man agerer både på arbejdsmarkedet og blandt andre mennesker. Det skal endvidere give mening for den enkelte at arbejde. Netop de to overrepræsenterede grupper har tidligere haft en mere stabil tilknytning til arbejdsarbejdet og et forsigtigt gæt ville være, at de quaderes habitus er anderledes disponeret i forhold til dét at vælge en arbejdslignende aktivitet til end de øvrige grupper, der har haft en sjældnere kontakt til arbejdsmarkedet.

Empiri: interview

Mens vi søger svar på den første del af problemformuleringen gennem dokumentanalysen, vil vi gennem interviews finde svaret på problemformuleringens anden del, hvori vi spørger, hvordan sælerne finder mening i deres rolle som sælgere. Igennem dette kapitel vil vi vise, hvordan vi har grebet dette an. Vi præsenterer således først, hvordan informanterne er udvalgt, samt hvilke overvejelser der lå bag denne proces, efterfulgt af en præsentation af de seks sælgere, der indvilligede i at deltage. Kapitlet afsluttes med den egentlige analyse.

Udvælgelse af informanter

For at imødekomme forståelsen af, at de mellem menneskelige faktorer er afgørende for interviewets forløb og udfald, har vi gjort os overvejelser omkring, hvilket rum interviewet udspiller sig i.

Rummet udgør i den her sammenhæng både de omkringliggende omgivelser, som vi tillægger en betydning for interviewets forløb, samt hvordan vores roller som interviewer og interviewpersonernes rolle som informanter, bevirker hvilken viden, der skabes i relationen.

Bourdieu argumenterer for, at der i et hierarkisk samfund altid vil være hierarkiske rum. Fysiske rum afspejler sociale strukturer og eksisterende hierarkier (Bourdieu, 1996: 150). Vi finder det altså relevant at reflektere over, hvilken betydning, rummet har for både, hvordan vi opsøger informanterne, samt hvordan vi gennemfører interviewene. Vi har i denne forbindelse valgt at opsøge sælgerne i deres egen virkelighed. Hermed har vi opsøgt dem på gaden, mens de har været aktivt sælgende. Interviewene er ligeledes gennemført på gaden, enten på selve sælger-stedet eller på en bænk i nærheden. På trods af, at dette har haft nogle ulemper i forhold til forstyrrelser fra omgivelser (eksempelvis i form af forbipasserende mennesker og trafik inklusiv folk, der har købt Hus Forbi under interviewet), vurderede vi, at ved at vi befandt os i sælgerens egen virkelighed, kunne skabe en tryghed, som måske ikke kunne etableres, om vi havde inviteret dem ind i vores virkelighed. Eksempelvis ved at invitere dem med ud på AAU eller lignende. Beslutningen virker på os som den rette, da flere af sælgerne fra starten ytrede, at de kun havde lyst til at lade sig interviewe, såfremt de kunne fortsætte salget af avisen imens. Ved senere refleksion finder vi dog ud af, at mens dette salg i et vist omfang virkede forstyrrende på situationen i den forstand, at vi i nogle tilfælde blev afbrudt og dermed kom bort fra den igangværende dialog, gav det os samtidig fordele. Herigennem fik vi muligheden for at observere interaktionen mellem sælger og kunde, hvilket gav os en dybere indsigt i sælgernes virkelighed. I vores refleksioner over observationerne, er vi bevidste om, at vores tilstedeværelse som interviewere, kan bevirke at sælger- kunde interaktionen kan udspille sig anderledes, om vi ikke havde været til stede.

Kriterier for udvælgelse

I udvælgelsen af vores informanter, har vi haft en række krav og kriterier, som vi i det følgende vil skitsere, ligesom vi vil redegøre for deres berettigelse, samt hvordan vi har grebet dette an. I vores udvælgelse af informanter lagde vi vægt på følgende kriterier:

- Sælgeren skal have solgt Hus Forbi mindst seks måneder
- Sælgeren skal være aktivt sælgende
- Sælgerne skal samlet set repræsentere hele København og ikke alene enkelte bydele

Hvor dokumentanalysen gav os en indsigt i, hvad der motiverer sælgerne til at starte som sælgere, giver denne os derimod ikke megen viden om, hvilke forandringer sælgerne gennemlever, i og med disse sælgere er nystartede. For at få et indblik i hvordan forandringer skabes over tid, har det været et kriterium, at vores informanter ikke må være nystartede sælgere. Vi satte grænsen for hvornår man ikke længere er nystartet sælger ved seks måneder, da det i vores egen erfaringsverden er her, man typisk er faldet til et nyt sted og alting ikke længere er helt nyt. Samtidig kan man argumentere for, at seks måneder i Danmark er tilstrækkelig tid til, at når man har solgt så længe, har man prøvet at sælge over flere årstider og ved hvad det vil sige at sælge under flere betingelser og i forskelligt slags vejr. Samtidig har det været et kriterium, at sælgeren skal være aktivt sælgende. De skal altså i et eller andet omfang sælge aviser på nuværende tidspunkt i deres liv. Dette kriterium har været det sværeste for os at formulere, idet det også kan anses som relevant viden at undersøge, hvorfor nogen stopper igen eller hvorfor nogen måske vælger at holde en længerevarende pause. Da undersøgelsens formål dog kan siges at være at undersøge, hvem der *er* sælgere og dermed ikke hvem der *var* sælgere, vedtog vi, at det måtte være et kriterium at de på nuværende tidspunkt i deres liv, var aktive sælgere. For at sikre dette, udvalgte vi informanterne, mens de var aktivt sælgende. Vi har i vores søgen efter informanter set flere personer på gaden, som kunne være sælgere (eksempelvis ved at være iført Hus Forbi tøj) men har udelukkende udvalgt og opsøgt sælgere, som har været i gang med at sælge avisen. Endelig besluttede vi, at informanterne skulle repræsentere et større geografisk areal af Hovedstadsområdet ud fra den tanke, at der måske er forskel på oplevelsen af at stille sig op og sælge et meget befærdet sted som eksempelvis indre by og oplevelsen af at sælge længere fra byens midte, hvor der er et andet aktivitetsniveau.

Kriterierne blev indfriet således:

- Alle informanter har solgt Hus Forbi i mindst et år. Flere har solgt i fem-seks år.

- Alle informanter på nær en enkelt var aktivt sælgende, da vi opsøgte dem. Den ene, der falder uden for her, vurderer vi som aktiv sælger på baggrund af at han holdt pause fra salget, da vi opsøgte ham og havde flere synlige tegn på aktivt salg, som eksempelvis en fyldt avistaske og synligt sælgerkort.
- Sælgerne er fundet således: tre i indre by, to på ydre Nørrebro samt en på Amager

I vores søgen efter informanter har vi over en periode på i alt ni hverdage, hver dag afsøgt et område af byen, herunder indre by, Vesterbro, Sydhavnen, Frederiksberg, Valby, Vanløse, Nørrebro, Nordvest, Østerbro og København S på Amager. Enten på cykel eller gående har vi ledt efter dem ved stationer, supermarkeder og større pladser, hvor vi har erfaret, at de typisk opholder sig. Vi har søgt på forskellige tidspunkter af måneden med den forforståelse, at der er forskel på hvor mange kunder, der er først på måneden (hvor der netop er udkommet en ny udgave af Hus Forbi) sammenlignet med sidst på måneden, hvor økonomiske omstændigheder måske kan spille ind på hvor mange sælgere, der stadig har råd til at købe nye aviser. Denne forforståelse bygger på informationer fra de første af vores kontakter, der har inspireret os til, hvordan den videre søgen skulle gribes an. Turene er foretaget i både de tidlige og sene eftermiddagstimer i butikernes åbningstider mandag til fredag, hvor vi ud fra personlige erfaringer mener, de oftest er at finde. Denne tese understøttes endvidere af, de sælgere vi har snakket med på gaden (både dem der lod sig interviewe og dem, der ikke ville deltage), der har rådgivet os, hvor vi kunne finde deres kollegaer.

Førend vi har taget kontakt til mulige informanter, har vi kort observeret dem, for at bedømme hvorvidt de har været aktive sælgere, hvorefter vi har taget kontakt med et par korte indledende spørgsmål til, hvor længe han har solgt. Her har vi samtidig afklaret, om vi vurderede at vedkommende var i stand til at gennemføre et interview på baggrund af eventuelle sproglige barrierer, samt hvorvidt han skulle virke påvirket af alkohol eller narkotika i henhold til de etiske overvejelser der vil blive fremført i efterfølgende afsnit. Herefter har vi præsenteret os nærmere (som specialestuderende fra Aalborg Universitet interesseret i livet som sælger af Hus Forbi) og spurgt, hvorvidt de ønskede at deltage i et interview. Vi har i denne forbindelse, i håbet om at skabe trygge rammer for interviewenes udfoldelse, medbragt kaffe, kage og cigaretter.

Fravalg

I vores søgen efter informanter mødte vi flere sælgere, der ikke blev interviewet, da vi enten fravalgte dem eller de sagde nej til at blive interviewet. I det følgende vil vi kort belyse hvilke

begrundelser, der har været for begge fravalg med det formål at præsentere en større forståelse for, hvilken gruppe sælgere, der har deltaget i vores undersøgelse.

Først og fremmest besluttede vi på forhånd ikke at opsøge sælgere, vi på forhånd kendte til. Hermed har vi ikke spurgt vores "egne" lokale sælgere, da vi har set disse så mange gange i vores hverdag og snakket med dem, når vi selv har købt avisen. Vi har taget dette valg på baggrund af, at vi ikke har følt os fremmede nok i forhold til disse. Den viden vi allerede har om disse personer, føler vi vil farve vores forforståelse og dermed hæmme eller umuliggør en position som bevidst naive. Samtidigt har vi ikke følte os tilstrækkeligt klædt på til at kunne håndtere eventuelle sårbare informationer, når de bagefter på ny skulle være en del af vores hverdag. Af samme årsag afgrænsede vi os fra at interviewe sælgere, som Ulla havde kontakt til igennem hendes sociale arbejde på en varmestue i København.

Især i de mindre befærdede yderområder af byen oplevede vi sælgere, der ikke havde lyst til at lade sig interviewe. På Vesterbro, Sydhavnen og Vanløse mødte vi således i alt fem sælgere, der alle mere eller mindre enslydende begrundede deres afslag med, at de ikke havde lyst til at tale om dem selv eller at de generelt bare ikke var særlig udadvendte eller snakkende typer. I indre by mødte vi endvidere to sælgere, der på nuværende tidspunkt ikke havde lyst eller tid til at lade sig interviewe, men gav os informationer om, hvor vi kunne finde dem på et senere tidspunkt. Den ene fandt vi og gennemførte interviewet, den anden så vi aldrig igen.

To sælgere i henholdsvis Valby og ydre Nørrebro fravalgte vi, da den ene virkede påvirket i sin adfærd og den anden talte dansk med så kraftig sydeuropæisk accent, at vi havde svært ved at forstå, hvad han sagde. Endelig mødte vi tre sælgere, der blev fravalgt, da de alle var helt nystartede med under tre måneders erfaring bag sig. Flere af disse sælgere, fik vi dog en kort snak med alligevel, hvilket overordnet set har været med til at give os viden om feltet, samt farve vores forståelse, som vi har taget med os til de efterfølgende interviews og bearbejdelsen heraf.

Det følgende skemas formål er at give et overblik over vores udvælgelsesproces af informanter.

| Tidspunkt | Område | Kontakt | Respons |
|------------------------|--|--|---|
| Dag 1 (mandag) | Vesterbro og Indre by | Vesterbro - mand | Ønsker ikke at deltage (argument: taler ikke godt nok dansk) |
| | | Vesterbro - mand | Ønsker ikke at deltage (argument: det er for svært) |
| | | Indre by - par | Fravalgt (argument: helt nystartede) |
| | | Indre by - mand | Interview gennemføres |
| | | Indre by - mand (1) | Ønsker ikke at deltage på nuværende tidspunkt - Aftale etableres |
| | | Indre by - mand (2) | Ønsker ikke at deltage på nuværende tidspunkt - Aftale etableres |
| Dag 2 (tirsdag) | Indre by | Opsøger aftale fra mandag (1) | Er ikke at finde på aftale sted |
| | | Opsøger aftale fra mandag (2) | Aftalen udskydes til fredag pga. dårligt vejr |
| Dag 3 (fredag) | Indre by | Opsøger aftale | Interview gennemføres |
| Dag 4 (mandag) | Frederiksberg, Nordvest, Vanløse og Nørrebro | Finder ingen sælgere på Frederiksberg eller Nordvest | |
| | | Vanløse - mand | Ønsker ikke at deltage (argument: har ikke lyst til at snakke) |
| | | Nørrebro - mand | Interview gennemføres |
| | | Nørrebro - mand | Fravalgt (argument: virker påvirket) |

| | | | |
|------------------------|--------------------------------------|--|---|
| Dag 5 (tirsdag) | Valby og Sydhavnen | Valby - mand | Fravalgt (argument: sprogvanskeligheder) |
| | | Sydhavnen - par | Ønsker ikke at deltage (argument: vil bare være færdige med at sælge) |
| Dag 6 (onsdag) | København S | Mand | Interview gennemføres |
| Dag 7 (torsdag) | Christianshavn, Østerbro og Nørrebro | Finder ingen sælgere på Christianshavn | |
| | | Finder ingen sælgere på Østerbro | |
| | | Nørrebro - kvinde | Fravalgt (argument: helt nystartet) |
| Dag 8 (fredag) | Vesterbro og Indre by | Indre by - kvinde | Fravalgt (argument: forforståelser) ³ |
| | | Indre by - mand | Interview gennemføres |
| Dag 9 (mandag) | Nørrebro | Mand | Interview gennemføres |

Etiske overvejelser

I forbindelse med vores interviews blev alle informanter gjort opmærksomme på, at de i specialet ville fremstå anonymiseret. Flere af disse nævnte, at det ikke var noget vi skulle gøre for deres skyld, da de gerne ville stå frem med deres historier. At vi alligevel har insisteret på at anonymisere skyldes, at dette er blevet ytret før interviewet er blevet gennemført og altså før de selv har vidst, hvad de ville blive spurgt om og hvad de ville svare. Det er således muligt, at informanterne har fortalt os personfølsomme oplysninger, som de ikke havde forestillet sig at fortælle ved interviewets start. Endvidere mener vi, at uanset de her og nu brænder for at stå offentligt frem med en historie, er det ikke sikkert, at de mener det samme i fremtiden. Der skal være rum til at forandre sig.

I vores udvælgelse af informanter, har vi valgt ikke at interviewe personer, der har været eller virket synligt påvirkede af alkohol eller stoffer. På trods af at der findes en del misbrug i hjemløsemiljøet

³ Vi har gennem andres arbejde med hjemløse kendskab til netop denne kvinde, hvorfor vi valgte ikke at spørge hende om hun havde lyst til at deltage. Vi mente, at vores forforståelser i for høj grad ville farve interviewets udfald.

og det derfor er let at forestille sig, at salget af Hus Forbi for nogle sælgere kan være en måde at finansiere et misbrug, har vi taget beslutningen om kun at interviewe sælgere, der har virket ædru i interviewsituationen. Velvidende, at vi måske på denne baggrund mister en vigtig gruppe informanter, anser vi det for uetisk at gennemføre et interview med en person, der måske er påvirket i en grad, hvor denne måske ville sige ting, de ville fortryde bagefter eller hvis vi kom til at rode op i følelsesladede emner, der ville være svære at håndtere. Endeligt ønskede vi at undgå at interviewe en person, der måske slet og ret bagefter ikke ville kunne huske interviewet. Det skal her nævnes, at vi i vores udvælgelse kun valgte en enkelt sælger fra, da denne ud fra vores subjektive vurdering havde en adfærd, der kunne tolkes som, at vedkommende var påvirket.

Præsentation af informanter

I det overstående har vi beskrevet, hvordan vi har skaffet os adgang til felten ved at opsøge sælgerne direkte på gaden, samt hvilke overvejelser og fravalg vi måtte forholde os til undervejs. Dette afsnit har til formål at præsentere de seks sælgere, der indvilligede i at lade sig interviewe og dermed udgør det empiriske grundlag for den efterfølgende analyse. På trods af, at disse seks mennesker hver især er meget forskellige, ser vi nogle fælles træk ved gruppen, vi finder værd at nævne. Her skal det blandt andet ses, at alle seks informanter er mænd og det var da således også meget få kvinder, vi mødte på gaden. Ligeledes er de alle i en moden alder, hvor de yngste er midt i 40'erne og den ældste i midt 60'erne. På samme måde kan siges, at vi ikke heller ikke overordnet set mødte sælgere på gaden, der syntes meget yngre. Endelig synes vi at kunne spore en fælles historie hos informanterne. Alle har de før de blev Hus Forbi sælgere haft arbejde og flere har sågar en uddannelse. Alle har også i højere eller lavere grad på et tidspunkt haft et misbrug af euforiserende stoffer eller alkohol. De fleste har et svagt socialt netværk forstået som, at det kun var to, der har kontakt til familie, ligesom de fleste ikke har stabile venner at trække på. Omend formålet med vores interviews ikke er at præsentere kvantitative data, finder vi alligevel denne viden interessant, da den falder i tråd med, hvad vi tidligere både igennem litteraturstudiet og dokumentanalysen har identificeret som den 'typiske sælger'. Hermed er denne viden med til at validere vores gruppe af informanter som repræsentative.

I følgende tekst vil vi præsentere vores informanter enkeltvis. Dette gøres af hensyn til etikken i anonymiseret form. Deres navne er pseudonymer opdigtet af os og præsentationerne fremstår i tilfældig rækkefølge (og dermed ikke nødvendigvis den rækkefølge, de er blevet interviewet i) ligesom andre særlige kendetegn er udeladt eller sløret.

Thomas

Thomas er en dansk mand i midten af 40'erne. Han har før levet et liv præget af kriminalitet og stofmisbrug, hvorfor han har afsonet adskillige fængselsdomme. Han har nu lagt dette liv bag sig, men kan på grund af fysisk lidelse ikke falde tilbage på den erhvervsuddannelse, han tog som ung. Thomas lever som hjemløs i København, hvor han overnatter på et herberg og bruger sine vågne timer på at sælge Hus Forbi et fast sted. Han er kommet lidt tilfældigt ind i organisationen og regnede ikke med fra starten, at det ville være noget for ham, men blev positivt overrasket og har nu solgt gennem en årrække.

Thorkild

Thorkild er en dansk mand i slutningen af 50'erne. Han har en erhvervsuddannelse og arbejds erfaring bag sig, men også et alkoholmisbrug, der har sat varige spor i hans krop og han er nu tørlagt. Han kan ikke falde tilbage på sit erhverv i restaurationsbranchen, da han mener dette ville være medvirkende til en for tidlig død. Thorkild bor på værelse hos en bekendt, men havde før dette en periode som hjemløs, der skyldtes, at den person han levede sammen med døde, hvorfor boligen blev opsagt. Han kom i gang med at sælge Hus Forbi på opfordring af en daværende person i organisationen, han var kommet i kontakt med på, hvor han førhen brugte sin tid. Hans tid går nu med at sælge aviser fra især et bestemt sted og i øvrigt ses med de andre sælgere.

Dennis

Dennis er en dansk mand i 40'erne. Hans barndom var præget af vold og svigt, hvorfor han tidligt begyndte at pjække fra skole og søge væk fra andre mennesker. Han har både en kort erhvervsuddannelse bag sig samt erfaring med en lang række ufaglærte jobs samt egne virksomheder, men endte som hjemløs efter en periode med stofmisbrug og konkursramte virksomheder. Han kom i gang med at sælge Hus Forbi på opfordring af en anden hjemløs, han mødte på gaden og sælger nu dagligt aviser fra to forskellige steder i byen. Dennis er ikke længere hjemløs, men da han kæmper med psykisk sygdom, som han oplever at kommunen ikke vil anerkende, har han meldt sig ud af kontanthjælpssystemet og forsøger at tjene til sin husleje gennem de penge, han kan tjene ved at sælge aviser.

Charlie

Charlie er en udenlandsk mand i midten af 60'erne. Han rejste ud som ung for at opleve verden og er efter ophold i mange andre lande til sidst endt i Danmark. Han har et tilbagevendende alkoholmisbrug og forskellige fysiske lidelser, der gør at han ikke kan arbejde. Han lever nu som

hjemløs og overnatter på et herberg. Charlie kom i gang med at sælge aviser på opfordring fra nogle venner og har nu solgt fra det samme sted i en årrække. Når ikke han sælger, holder han sig for sig selv og går fx på biblioteket og bruger internettet.

Nikolaj

Nikolaj er en dansk mand i 40'erne. Hans barndom var præget af vold, svigt og overgreb og han har tillige en psykisk diagnose. Da han ikke kunne med de kommunale tilbud, han blev anvist, endte han som hjemløs allerede som teenager. Kun afbrudt af en periode i hæren, hvor han tog en uddannelse, har Nikolaj således tilbragt det meste af sit liv i miljøet på og omkring gaden, ligesom han har et par fængselsdomme bag sig. Han kan ikke huske, hvordan han kom i gang med at sælge Hus Forbi, men mener, at det nok var fordi han nok havde stået og manglet penge. Han er førtidspensionist og tilbringer en del af sin tid på Christiania med at ryge joints og være sammen med andre mennesker. Han sælger ellers Hus Forbi forskellige steder rundt om i byen, når han har lyst.

Jens

Jens er en dansk mand i starten af 60'erne. Han har tidligere været gift og haft fast ufaglært arbejde, men efter skilsmisse og en livsstilssygdom lever han nu alene i en lille lejlighed som førtidspensionist. Han kom i gang med at sælge Hus Forbi på opfordring af en ven, som tog ham med ud i organisationen. Jens er ikke glad for at sidde hjemme i sin lejlighed og går derfor hver dag ud for at sælge aviser. Dette gør han et fast sted i nærheden af hvor han bor. I sommerhalvåret tager han sine aviser med ud og vandrer på landevejene som vagabond.

Transskription

Ifølge Kvale bør transskriptioner ikke betragtes som de faste empiriske grunddata i interviewforskningen, men i stedet som konstruktioner fra en mundtligt til en skriftlig kommunikationsform. I enhver transskription sker et oversættelsesarbejde, fra den mundtlige lydoptagelse til den skriftlige tekst, baseret på en række vurderinger og beslutninger, som forskeren gør sig (Kvale, 1997: 163). Der stilles ofte spørgsmål ved interviewerrelabiliteten i forskningsinterviews, idet oversættelsesarbejdet afhænger af den subjektive fortolkning, hvorfor to forskellige personers transskriptioner aldrig bliver helt ens. Hvornår en sætning synes afsluttet eller hvor længe en pause mellem to udsagn opleves, er eksempler på områder, der afhænger af individuel fortolkningsmæssige konstruktioner (ibid:164-165). Samtidigt vurderer vi, at der i oversættelsesarbejdet kan gå pointer tabt, hvis enkelte ord under nedskrivningen forglemmes og

derved giver den skrevne sætning en anden betydning, end der lå i den talte sætningskonstruktion. Derudover vurderer vi, at der er risiko for at vi som interviewere, forstår informanternes italesættelser ud fra det talte sprog på én måde, mens vi i nedskrivningen forstår dem på en anden, som måske ændrer den oprindelige hensigt med fortællingen. Under interviewet interagerer informanterne og vi via kropssprog, som understøtter den sproglige kommunikationen i samtalen. Dette mener vi, bidrager til en form for føling med og forståelse for hensigterne med sælgernes fortællinger, som kan være svært at indfange i nedskrivningen. Eksempelvis antager vi, at informanterne ikke altid behøver at tale sætningerne helt ud, eller at vi som interviewere ikke hver gang behøver at formulere hele spørgsmålet, for at kunne imødekomme hinandens hensigter i samtalen. Hermed mener vi, at vi i nogle tilfælde gennem den direkte verbale og kropslige interaktion opnår en naturlig indforståethed informanterne og os imellem. Ifølge Kvale kan kvaliteten af transskriptionerne styrkes ved hjælp af tydelige transskriptionsprocedure- og formål, samt reliabilitetskontrol (Kvale, 1997: 164-165). Oversættelsesarbejdet fra interviewene som lydfiler til den skrevne tekst bærer i nærværende speciale præg af, at vi er to som har delt de i alt seks interviews mellem os. For at styrke transskriptionernes reliabilitet og samtidigt med tanke på at sikre validiteten i undersøgelsens afvikling, udarbejdede vi skriveinstrukser, der fungerede som en guide under transskriberingerne. Vi anvender skriveinstrukserne som vejledning til, hvordan vi formidler tale til skriftsprog på så ensformig vis som muligt. For at kvalitetssikre transskriptionerne, har vi begge gennemlyttet og læst alle interviews. Dette med henblik på at undgå eventuelle lyttefejl, såsom forkert oversatte ord eller markant modsatrettede fortolkninger i oversættelsesarbejdet for yderligere at forbedre transskriptionernes reliabilitet. Enkelte steder i transskriptionerne fremgår der passager, hvor der ikke vil fremgå direkte tekst fra informanternes tale. Der vil i stedet fremgå et resumé af det sagte. Dette har vi vurderet som en nødvendighed, grundet den knappe tidsressource til afviklingen af specialet, hvorfor det er nødvendigt for os, at få transskriptionerne relativt hurtigt færdige⁴.

Analysestrategi

I nedenstående afsnit vil vi redegøre for nærværende speciales analysestrategi. Analysestrategien skal i denne sammenhæng forstås som måden, hvorpå vi systematiserer og afkoder vores empiriske materiale, samt hvordan vi operationaliserer udvalgte udsagn fra interviewene med Bourdieu og Goffmans begreber. I bearbejdelsen af vores empiriske materiale, har vi foretaget flere

⁴ Specialets transskriptioner og lydfiler er tilgængelige for vejleder og censor på vedlagt CD-rom.

gennemlæsninger. Vi har ved første gennemlæsning anlagt en induktiv tilgang og forsøgt at fralægge os perspektiver på empirien, velvidende at dette aldrig helt er muligt, grundet de forforståelser vi har med os. Vores induktive tilgang til vores empiriske materiale er derfor begrænset af den viden, vi allerede har tilegnet os blandt andet fra selve interviewsituationerne, samt i konstruktionen af transskriptionerne. Vi argumenterer derfor ligeledes for, at analysen allerede er påbegyndt kort efter interviewenes tilblivelse via vores indbyrdes samtaler herom, samt gennem individuel refleksion.

Specialets analysemetode er inspireret af *meningsfortolkningstilgangen*, som læner sig op ad den hermeneutiske fortolkning og derfor ligeledes er i tråd med specialets videnskabsteoretiske afsæt. Ud fra meningsfortolkningstilgangen forstår forskeren, ifølge Kvale, det empiriske materiale ”*gennem en metodisk eller teoretisk holdning, der rekontekstualiserer det sagte i en specifik begrebskontekst*” (Kvale, 1997:199). Med andre ord kan dette forstås som, at forskeren fortolker data ud fra et bestemt perspektiv, idet fortolkningen muliggør at finde betydningsstrukturer og relationer, som ikke umiddelbart fremtræder direkte i teksten (Kvale, 1997:199). Som nævnt, har vi kun ladet os inspirere af denne tilgang, idet vi under første gennemlæsning af interviewene har forsøgt at fralægge os bestemte perspektiver og forholde os induktivt til det empiriske materiale. Først ved anden og tredje gennemlæsning har vi diskuteret interessante tematikker ud fra perspektiver, som er i tråd med specialets formål og teoretiske afsæt. Vi har rent praktisk grebet dette sådan an, at vi under første gennemlæsning ikke diskuterede vores individuelle påfund undervejs. Under anden gennemlæsning fremlagde vi løbende de påfund og tematikker, som vi hver især fandt interessante i forhold til specialets formål ”hvordan sælgerne finder mening i deres rolle som sælgere”. Under tredje gennemlæsning begyndte vi at meningsfortolke, idet vi uddrog fortællinger i interviewene, som vi tolkede som meningsgivende oplevelser for sælgerne. Herigennem formulerede vi tre hovedtemaer ”Adgang til et netværk”, ”At føle sig fri” og ”At gøre sin stemme gældende”, idet sælgerne særligt igennem disse tre temaer, italesatte deres virke som sælgere af Hus Forbi som meningsgivende. I fjerde og sidste bearbejdning af interviewene forsatte meningsfortolkningen i operationaliseringen med Bourdieus og Goffmans tænkning af de udsagn, som understøttede de tre tematikker. Vi systematiserede meningsfortolkningerne i et dokument, hvor informanternes udsagn og operationaliseringen heraf fremgik. Denne fremgangsmåde til at systematisere og afkode vores empiriske materiale, betragter vi som en bevægelse fra at forstå interviewene som helheder til at tolke på enkeltdele, som her er udvalgte udsagn fra informanterne.

Læsevejledning til analysen

Dette afsnit har til formål at skitsere, hvordan vi præsenterer empirien i den efterfølgende analyse. Vi inddrager hovedsagligt empiri i den helt rene form. Med dette menes der, at vi ikke udelader dele af citaterne, medmindre der fremtræder personfølsomme oplysninger eller direkte uforståelige ord eller formuleringer i det sagte. Ved udeladelse af ord, dele af citater eller interviewerens spørgsmål, benytter vi hård parentes. Vi undlader ligeledes interviewerens lyttelyde, som *ja* og *nej*, da vi betragter disse lyde som forstyrrende i forhold til læsevenligheden af citatet og samtidigt ikke er relevante for fortolkningen af det sagte. Hvis lydene undlades signaleres dette med punktummer.

| | |
|-------|--|
| ... | Pause i tale samt lyttelyde |
| [...] | Udeladelse af et eller flere ord. Interviewers tale samt indikering af hændelser i omgivelserne. |

For læsevenlighedens skyld, indskrives vi citaterne i grammatisk korrekt og forståeligt dansk. Således er eksempelvis stammen udeladt, ligesom udenlandsk accent og dialekter er omskrevet.

Begrebsafklaring

I analysen gør vi brug af den tidligere præsenterede teori fra henholdsvis Goffman og Bourdieu. For overskuelighedens skyld bringer vi i det følgende en opsummering af de begreber, vi primært tager i brug, samt hvordan vi overordnet forstår dem.

Rolle

I specialet arbejder vi med Goffmans forståelse af identitet som et flydende fænomen. Her skal forstås, at individet har forskellige identiteter alt efter, hvilken social kontekst det indgår i. Disse identiteter kaldes roller. At være sælger af Hus Forbi kan derfor forstås som en rolle blandt mange andre, individet opererer med.

Optræden

Med Goffmans forståelse af, at individet ikke har en fast identitet, men i stedet som nævnt ovenfor gør brug af forskellige roller, skal optræden forstås som den specifikke aktivitet, der ligger i at udspille sin rolle. Hermed skal individet endvidere ses som værende **den optrædende**. Når man optræder, har man et **publikum**, som er de mennesker, der befinder sig i sælgerens fysiske nærhed.

Facade

En facade skal med Goffman forstås som forskellige former for udtryksmidler, som den optrædende bevidst som ubevidst gør brug af, i den rolle han befinder sig i. Facader kan både tage form af materiel karakter (fx påklædning) eller immateriel (fx kropsholdning og ansigtsudtryk) og har til formål at sende bestemte signaler om den optrædende ud til dennes publikum. Sidstnævnte kaldes **indtryksstyring** og der vil her som oftest ske en **idealisering**, hvor individet fremhæver de træk, der er i overensstemmelse med de i situationen anerkendte værdier. Samtidig søges der dækket over træk, der er i konflikt med selvsamme.

Scene

Som beskrevet arbejder Goffman med et dramaturgisk perspektiv, hvor individet iscenesætter selvet som en rolle i et skuespil. I dette speciale anvender vi således ordet scenen, som det område hvorpå den optrædende kan udspille sin rolle. Scenen vil således som oftest udgøre det sted, hvor sælgeren stiller sig op for at sælge Hus Forbi. På scenen kan der som tidligere nævnt, gøres brug af forskellige facader, men også **kulisser** kan anvendes for at stille scenen op på rette vis. Ved at blive i teatermetaforen bruger vi således ordet kulisser om de artefakter, med hvilke den optrædende bygger sin scene op med. Det vil sige alt det ekstra udstyr, den optrædende gør brug af på scenen foruden sig selv og sine aviser (eksempelvis en medbragt stol, skilte og lignende).

Der skelnes mellem **forscene** og **bagscene**. Forscenen er selve den scene rollen (som sælger) spilles på. Her må der gøres brug af de rette facader mv. Bagscenen er derimod den scene, der bryder med forscenen. Denne scene er ikke nødvendigvis et fysisk sted, men derimod relationelt bestemt. Her kan sælgeren bevæge sig frit uden publikum. Her kan andre facader end dem sælgerrollen påkræver tages i brug, ligesom han kan lade op til på ny at indtræde i sin (sælger-)rolle.

Samhandling

Med Goffmans begreber forstår vi en samhandling som den interaktion, der finder sted i mødet mellem to eller flere mennesker, hvori disse verbalt som nonverbalt samarbejder om at definere en situation. Formålet er at give den anden et bestemt indtryk af sig selv og dermed opnå en bestemt form for interaktion. I vores analyse vil dette møde typisk være mødet mellem sælger og kunde, hvori de samarbejder om at opretholde en bestemt sælger-kunde-relation.

Social identitet

Når fremmede mennesker mødes, tillægger de hinanden værdier baseret på de informationer, de kan aflæse på hinanden. Som oftest gøres der brug af stereotyper. Når en kunde møder en sælger (og omvendt) vil disse altså have bestemte forventninger om hinanden. Denne handling kaldes med Goffmans begreber at tildele den anden en social identitet. Der skelnes mellem **tilsyneladende social identitet** (som er førstehåndsindtrykket) og **faktisk social identitet** (de egenskaber den anden rent faktisk kan påvises at besidde).

Stigma

Med Goffman forstår vi stigmatisering som den proces, der opstår, når et individ eller gruppe tillægges værdier, der opleves som miskrediterende. Man kan både blive tillagt stigma og selv påføre stigma.

Felt

Inspireret af Bourdieus begreb, anvender vi felt som værende et netværk af relationer. Begrebet vil primært blive anvendt til at tale om mindre grupperinger i samfundet og altså ikke på det makroniveau, Bourdieu selv beskrev.

Doxa

Ligeledes hentet fra Bourdieus begrebsapparat, bruger vi doxa i analysedelen som det sæt skrevne som uskrevne regler, der hersker i et givent felt.

Kapitaler

Vi anvender Bourdieus kapitalbegreb i analysedelen, som den mængde ressourcer et individ er i besiddelse af. Der gøres primært brug af social kapital, som betegner det netværk, et individ kan trække direkte på eksempelvis i form af forskellige tjenester.

Analysedel I: Adgangen til et netværk

Analysen første tema omhandler sælgernes adgang til det, vi har valgt at kalde netværk. I vores forståelse af hvad ordet netværk dækker over, trækker vi på Goffmans forståelse af sociale handlinger som meningsgivende for den enkelte. Da mennesket er et meningssøgende væsen, vil den enkelte altid handle på en måde, der opleves som meningsfuld. Vi definerer ordet netværk i denne kontekst inspireret af Goffman, som værende relationer til et eller flere mennesker, hvori der foregår en interaktion, sælgeren finder meningsfuld.

I vores analyse ses den tendens, at informanterne betoner det sociale møde med andre mennesker som en vigtig motivation for at sælge Hus Forbi. Mødet med kunden anses som en vigtig del af det at være ude og sælge, hvori de på forskellig vis finder mening. Vi vil i det følgende bruge ordet kunde om de mennesker, sælgeren direkte interagerer med, da det er vores erfaring, at sælgerne selv omtaler de mennesker, de har deres daglige kontakt med på gaden, som værende deres kunder eller deres kundekreds. Det skal i denne forbindelse nævnes, at en kunde i denne sammenhæng ikke nødvendigvis er en person, der køber avisen, men også kan udgøre det øvrige publikum eksempelvis i form af forbipasserende mennesker, der stopper op og snakker med sælgeren. Goffman taler om publikum, som værende de mennesker, der er fysisk tilstede i den optrædendes nærvær og vi omtaler altså kunderne som den del af publikum, som sælgeren en har direkte interaktion med.

Som beskrevet i den tidligere præsenterede teoretiske forståelsesramme, kan man med Goffmans tænkning forstå mødet mellem sælgeren af Hus Forbi og hans kunder som en samhandlingsorden. Heri gør både sælger og kunde brug af en facade, hvor de samarbejder om at opretholde en bestemt definition af situationen. Formålet med disse samhandlinger er, at alle implicerede parter søger at give et bestemt indtryk af, hvem de er for at opretholde den form for interaktion, de finder meningsfulde.

Vi ser en tendens til, at sælgerne oplever, at disse ansigt til ansigt møder giver dem en form for "afkast". Der er dog forskel på, hvordan de forskellige sælgere oplever at få udbytte af interaktionen, hvilket vi vil se nærmere på i det følgende. Vi har her valgt at skelne mellem tre undertemaer, der alle knytter sig til det netværk, de har adgang til i deres rolle som sælgere; *Frynsegoderne, mødet med kunden og fællesskabet*. *Frynsegoderne* skal som tema forstås som den situation, hvor kundenetværket bidrager med penge, materielle goder eller ydelser. *Mødet med kunden* dækker over de samhandlinger, hvori sælgeren får opfyldt et behov for social interaktion

ved at snakke med kunderne. Sidst men ikke mindst, dækker *fællesskabet* over oplevelser, hvor sælgerne opnår en identitetsfølelse med et fællesskab. Omend disse tre dele i mange tilfælde overlapper og væver sig ud og ind af hinanden, vil vi i denne del af analysen for overskuelighedens skyld behandle disse tre undertemaer hver for sig.

Frynsegoderne

Der er en tendens til, at informanterne oplever at det at sælge, som noget der giver dem adgang til det, vi har valgt at definere som frynsegoder. Det vil sige en ydelse, der går ud over de penge salget giver. Dette kan være en direkte økonomisk gevinst i form af drikkepenge, tjenester eller forskellige andre ting, de tilbydes af folk på gaden. Flere sælgere havde eksempelvis erfaringer med de lokale handlende, der opsøgte dem med fødevarer såsom en sandwich eller smørrebrød. Da vi foretog vores interview på gaden, mens de var i gang med at sælge observerede vi ligeledes, hvordan flere af dem blev tilbudt fx småpenge, pantflasker, mad og lignende. I et tilfælde henvendte en fremmed mand sig sågar til vores informant og forærede ham en hapsdog fra den nærmeste pølsevogn, som han uden forudgående aftale havde købt til ham. Ifølge Goffman vil vi i mødet med en fremmed altid vurdere ham på hans ydre synlige karakteristika, hvor ud fra vi bestemmer hvilke egenskaber, vi forventer af denne fremmede. Vi tildeler den fremmede en social identitet. Det er dog ikke sikkert, at denne fremmede lever op til disse forventninger, hvorfor der skelnes mellem *tilsyneladende social identitet* og *faktisk social identitet*, hvor sidstnævnte betegner de kategorier som den enkelte rent faktisk tilhører og de egenskaber han rent faktisk besidder (Goffman, 2014:44). Når sælgerne uopfordret modtager forskellige ydelser på gaden, kan man forstå det som, at de i høj grad bliver tildelt en tilsyneladende social identitet som værende "en der har brug for hjælp". Det er dog ikke alle sælgere, der oplever, at dette er meningsgivende i den forstand, at det er i overensstemmelse med deres faktiske sociale identitet. Dennis oplever eksempelvis ind imellem at få mad og drikke forærende som en stigmatisering. Først og fremmest vil han helst opfattes som "en der er på arbejde". Han er tidligere hjemløs og har nu brug for pengene fra salget til at blive i sin bolig. Dette afspejles blandt andet i den måde han anretter sig på, når han sælger. Med Goffmans tænkning forstår vi, at individet i et forsøg på at kontrollere de indtryk, han ønsker at placere i den anden, gør brug af forskellige symbolske meningsbærere i form af eksempelvis facader og kulisser til at understøtte indtrykket. Dennis gør sig umage med at stille sin scene an med kulisser. Dette gøres blandt andet igennem et skilt, der gør opmærksom på, at han ikke længere er hjemløs, hvilket vi forstår som en del af kulissen, der skal understøtte dette billede af ham som "en der arbejder for huslejen" og ikke "en der ikke kan klare sig selv", hvilket han selv uddyber i følgende citat:

"[...]sådan som jeg stiller min forretning op her, synes jeg ikke, at det ser ud som om jeg er hjemløs på nogle måder vel. Det er også derfor, at jeg har et skilt om at der står at jeg faktisk har en bolig... fordi jeg synes det er vigtigt at folk ved, hvad det er for noget, og det ved folk jo ikke så meget om... så jeg tror at mange folk kigger lidt skævt når de går forbi. De tænker ikke over det, som "nå han sidder og arbejder ham der"
(Dennis: 2)

Dennis vil helst spørges først, om han overhovedet har lyst til noget. Efter interviewet, da diktafonen var slukket, fortalte han os eksempelvis, at han indimellem blev tilbudt mad af forbigående og i disse situationer altid var høflig og sagde mange tak til giveren, for ikke at såre denne, men at han dernæst godt kunne finde på at smide maden ud, hvis han ikke var sulten. Da formålet med samhandlingerne ifølge Goffman, netop sker for at opretholde en fælles definition af en situation, kan man i dette tilfælde sige, at der foregår en samhandling mellem kunden og Dennis, hvor Dennis samarbejder med kunden om, at denne får lov at blive i rollen som "en der gør noget godt for andre" og dermed ikke må tabe ansigt. Samtidig oplever han også at blive tilbudt øl af kunderne, hvilken han oplever som stigmatiserende, da han ikke drikker:

"folk har nogle bestemte nogle... de har nogle forudfattede meninger om dem der sidder her. For eksempel så tror alle mennesker at vi drikker... når vi så sidder her ... alle tror vi har et eller andet form for misbrug [intervieweren spørger hvordan det kommer til udtryk] jamen altså det kan jeg jo se hver gang de kommer med noget at drikke, så kommer de med øl" (Dennis: 3-4)

Dennis oplever altså her at blive tildelt en tilsyneladende social identitet, der er i modstrid med hans faktiske i og med, at han ikke drikker. Oplevelsen af at blive stigmatiseret som "en der har brug for hjælp" gælder dog kun i det omfang, det drejer sig om fødevarer og drikkevarer. Drikkepenge er mere end velkomne og ses som en vigtig del af salget, hvilket hans valg af kulisser ligeledes vidner om. Ved siden af skiltet med informationen, om at han sælger for at kunne betale sin husleje, har han således placeret en skål, som forbigående kan putte småpenge i.

Stigmatisering skal ifølge Goffman ikke tillægges bestemt adfærd eller fænomener, men opstår i de enkelte relationer. At Dennis opfatter det som miskrediterende at blive opfattet som "en der har brug for hjælp", gælder således ikke for alle. Thomas oplever eksempelvis også at få mad og drikke

forærende, men her tillægges det ikke negative værdier, men derimod nærmest som en del af hverdagens faste rutiner:

" [...] så er jeg herovre klokken 7... så som regel kommer varehuschefen ud med noget morgenmad til mig [...] " (Thomas:5)

Man kan med Goffman sige, at der i denne samhandlingsorden opstår to sæt roller: "en der hjælper" (varehuschefen der kommer ud med morgenmad) og "en der har brug for hjælp" (Thomas der tager imod). Eftersom Thomas omtaler hjælpen fra andre, som værende en positiv ting, kan det siges, at han anerkender den tilsyneladende sociale identitet, han er blevet tildelt, som værende hans faktiske sociale identitet. Han finder mening i at få denne hjælp fra andre. Thomas oplever ikke alene, at han får ekstra penge og fødevarer forærende, men også at han får andre ydelser som eksempelvis tjenester fra hans netværk på gaden:

" [...] det er faktisk helt vildt så mange flinke mennesker der findes [...] jeg bliver til stadighed overrasket over at folk de kan komme hen og så sige... her ... og så giver de mig en hundredekroneseddel... og... så går de... altså jeg synes det er helt vildt ... det gør jeg... og bare på den måde der... og så er der... der er 2 damer som ... har lovet at gå ned i en boligforening ... de kender dem der sidder dernede og så kan få mig lidt foran eller sådan noget der... hun kommer jævnligt og fortæller at ... nu har de været derhøne og nu sker der snart et eller andet ikke også... så jeg venter spændt på hvad... at der skal ske et eller andet ikke også... så alligevel kan der godt komme noget ud af at stå og sælge aviser" (Thomas:15)

Ydelserne går begge veje. Thomas oplever ikke alene, at han modtager ydelser fra sine kunder, men også at han kan gøre gengæld og give dem noget tilbage. Igennem kunde-sælger-samhandlingerne er der sket en forhandling, hvor Thomas igennem sin rolle som sælger ikke alene er en person, der har brug for hjælp, men også selv kan være noget for andre mennesker:

" [...] jeg kender rigtig mange mennesker her ved ... og det gør jeg igennem at have solgt Hus Forbi ikke også... blevet inviteret op til kaffe ... har været barnepige for nogle af de mennesker som køber aviser af mig og ... så det er... det er enormt givende... det er det... simpelthen" (Thomas: 3)

Med reference til Goffmans stigma-begreb kan man sige, at han måske netop ikke oplever det som stigmatiserende at være "en der har brug for hjælp", idet han også oplever at være "en der kan give hjælp". Vi kan forstå situationen, som når det ikke alene er Thomas, der "har brug for hjælp", men også kunderne, bliver det "at have brug for hjælp" til noget "normalt". I efterfølgende undertema omkring mødet med kunden vil vi i øvrigt komme ind på, hvordan Thomas oplever at give noget tilbage til kunden, hvilket er med til at understøtte vores helhedsindtryk af Thomas.

Også Thorkild og Jens oplever, at kunderne støtter dem økonomisk udover salget af avisen. Begge har adgang til frynsegoder, men dette kommer til udtryk på forskellig vis. Goffman taler om facader som en del af den måde, man udspiller sin rolle på scenen. For Thorkild og Jens ses et meget forskelligt facadearbejde. Thorkild søger gennem sin facade at give indtryk af en person, der er ydmyg, men nyder alligevel godt af frynsegoderne:

"de støtter sgu meget fint og når jeg står inde i Rema og skal købe en sodavand eller noget ... "gå du bare foran ja og læg den ned i min kurv" ... så får jeg sodavand og alt muligt gratis" (Thorkild: 4)

"så siger de "vil du have et stykke kage eller sodavand eller..." Jeg plejer at sige nej, men alligevel, så har de sgu noget med ud til mig" (Thorkild: 5)

Thorkild anerkender altså rollen som "en der har brug for noget ekstra", men kun indtil en vis grænse. Som tidligere nævnt, sker der i det sociale møde en samhandling, hvori deltagerne samarbejder om en bestemt definition. Hvor Thorkild finder mening i denne definition på gaden, ville mødet med samme mennesker i anden kontekst opleves anderledes, hvilket nedenstående citat viser:

"og når jeg står derovre, bliver jeg jo inviteret op til mad og ... jeg har bare sagt nej... for jeg kan sgu ikke lide at sidde oppe hos andre mennesker og spise mad ... det kan jeg slet ikke ... så vil jeg hellere tjene en ekstra avis og så køre op til en smørebrødsbutik og så lige tage en håndmad" (Thorkild: 5)

Ovenstående kan vi se som, at Thorkild udelukkende har lyst til at optræde med sin sælgerrolle bestemte fysiske steder. At blive trukket væk fra scenen opleves akavet og han har ikke facader at trække på til dette.

Jens optræder anderledes. Han arrangerer sin scene nøje med noget at sidde på samt medbragt kaffe og indtager en rolle, hvor han er klar til at både selv at henvende sig til kunderne, samt lade dem henvende sig. I den periode vi interviewede ham, blev vi afbrudt adskillige gange af disse samhandlingsritualer, hvor han selv hilste og småsnakkede med forbipasserende, ligesom der var flere, der kom til ham og vekslede et par ord. Flere af disse hilste på ham ved navn. Her observerede vi, at han i flere tilfælde selv spurgte kunden, om denne ville gå ind i nærmeste supermarked og købe forskellige ting til ham. Ligeledes spurgte han os, om vi - mod at få lov til at interviewe ham - ville bringe ham nogle småting.

Gadens doxa

Vi har i forbindelse med overstående tema identificeret et mønster, hvori sælgerne italesætter en grænse for, hvordan man kan tillade sig at opføre sig over for sine kunder. Vi vil i det følgende belyse disse grænser med teori fra både Goffman og Bourdieu, idet disse tillader os at se situationen fra flere vinkler, der muliggør, at vi indtænker både det enkelte individ samt de mere overordnede sociale rammer, hvori individet indgår.

Med Bourdieus begreber kan vi forstå sælgernes virkelighed som et subfelt, hvori der hersker et særligt doxa. Deltagerne i feltet definerer således en form for regelsæt, hvori de definerer, hvordan man opfører sig korrekt som sælger. Inspireret af Goffman, kan man tillige sige, at der synes at findes mere eller mindre korrekte facader eller endog roller, der passer til det at være sælger. Under interviewene med Jens og Thorkild drejede samtalen sig eksempelvis ind på, at de aldrig selv havde oplevet noget ubehageligt med kunderne. Begge fortalte derimod om sælgere, der havde haft et negativt møde med publikum, som noget de selv var uden om. Hermed lod de forstå, at man kan spille rollen som sælger enten korrekt eller forkert. Kan man ikke indgå i dette spil, anså de det som sælgerens egen skyld, at han ikke fik kunder.

Først og fremmest betonedede de, at man ikke må tage en anden sælgers plads. Selvom det er bestemt fra Hus Forbis side, at man ikke må gøre krav på et bestemt sælgersted, hersker der tilsyneladende uskrevne regler om, at det gør man bare ikke. Inspireret af Goffmans teatermetaforer kan man sige, at man trænger sig ikke ind på en anden sælgers scene. Der kan kun, ifølge dette doxa, være en skuespiller pr scene:

" [...]nu har vi jo ikke noget der hedder faste steder... er der en hernede når jeg kommer herved, så kan jeg ikke tillade mig at jage vedkommende væk, så er jeg nødt

til at lade vedkommende blive siddende... og det er der så ikke noget at gøre ved... [intervieweren spørger, hvad han så gør] [...] henne på hjørnet der, der er en bænk... så køber jeg måske en pilsner og så går jeg derhen og sidder og drikker den... fordi den person, der står der eventuelt står her, finder lynhurtigt ud af ... vedkommende får ikke solgt en skid... det er min kundekreds den her..." (Jens: 2-3)

"altså man skal bare ikke trænge sig ind på en anden sælgers område... fordi altså... vi har... vi har jo noget der hedder selvdisc... der hersker en vis selvdisciplin... og det kan du bare ikke røre ved" (Jens:5)

Thorkild fortæller, at man mindst af alt har lyst til at dele pladsen med sælgerne fra det konkurrerende magasin Illegal. Forholdet mellem sælgerne af Illegal og Hus Forbi fremstår ifølge Thorkild som temmelig konfliktfyldt:

"[...] men der er mange af de der sælgere, de er ved at komme op og slås med de der Illegale sælgere ... så var der en der sagde her på, på sidste møde "der skal jo lig på bordet" sagde han, ej nu må du lige holde op ... men de tror de vil slå hinanden ihjel... det er mærkeligt nok... jeg har aldrig haft nogen [...] der har stået en herhenne ... men nu har jeg jo ... startet ved den butik... lige siden den åbnede. Jeg har bare sagt til ham der Illegalen "gå nu væk altså"" (Thorkild: 3)

Som nævnt i det teoriafklarende afsnit vedrørende Bourdieu, positionerer et felts deltager sig i forhold til hinanden. Hermed kan vi forstå, at som Thorkild opfatter situationen, positionerer sælgerne af Hus Forbi sig, som placeret højere i et internt hierarki end sælgerne af Illegal. Disse må altså tilpasse sig og finde en andre pladser, der ikke er taget af en Hus Forbi sælger. I overstående tilfælde berettede Thorkild efterfølgende, at skulle det komme til konflikt, ville han selv forlade stedet, men at den anden ikke ville få noget ud af det, underforstået at det var hans kunder. I Thorkilds tilfælde kan man inspireret af Goffmans teatermetaforer altså sige, at ikke alene kan der kun være en optrædende pr publikum, der er tillige en forventning fra den optrædende om, at dette publikum er loyalt over for denne.

Hos Goffman er det ligeledes en pointe, at alle implicerede parter i det sociale møde samarbejder om at opretholde en fælles definition af situationen, hvorfor der opstår det, han som tidligere beskrevet, kalder adfærdsregler. Inspireret heraf, kan vi forstå, at der findes bestemte facader, man som sælger kan tage i brug for at fremstå som en "ordentlig" sælger. I vores interview så vi en

tendens til, at sælgerne selv betonedede dette doxa på forskellig vis. Heri fremstod det, for at blive i teatermetaforen, at man kun kan gøre krav på scenen, hvis man udspiller sin rolle på en overbevisende måde. Først og fremmest må man fremstå, som værende i godt humør og positivt indstillet:

" [...] nogen gange så kan man også bare stå i en 7-8 timer altså ... uden og komme til at snakke med nogen ... og så står man bare med alle mulige tanker inde i hovedet og man ved godt man skal smile og være glad og være høflig over for de her mennesker"
(Thomas: 3)

Thomas er helt klar over, at de gode kunder kun kommer, hvis man spiller sin rolle rigtig og tager de rette facader i brug. Når man er på sin scene, må man smile og være høflig og fremstille sig selv så idealistisk som overhovedet muligt. Ellers får man ingen kunder. En del af Thomas rolle, når han er på scenen, er altså at være positivt indstillet over for sine kunder. Som tidligere beskrevet, er en del af en scene, det der findes bag kulisserne. Goffman taler om bagscenen som det sted, hvor den optrædende kan gøre sig fri af sin rolle og lade op til at indgå i denne på ny (Goffman, 1992: 96-97). For Thomas betyder dette, at han udtaler et behov for at frigøre sig fra sin til tider krævende rolle som den glade sælger. Dette gøres ved at tage til den anden del af byen for at være alene og ryge en joint. På denne bagscene kan han slappe af og lade op til igen at indgå i rollen som glad sælger:

" [...] jeg ved at ... at nu er dagen, den er slut og det her er ... når jeg har været derude, så er der ikke så lang tid til jeg skal ned [på herberget] og lægge mig ned og slappe af og ... helt rolig... så for mig der er det sådan en ... et eller andet tegn på at nu... nu kan jeg slappe af... og det trænger jeg til simpelthen efter sådan en dag man har stået her... det er ikke altid man er i lige godt humør men... men jeg bliver bare nødt til at stille mig op og se ud som om at jeg er i godt humør ikke også... fordi altså folk de kan jo se det på mig... hvis jeg står og ser pissesur ud så får jeg ikke nogen penge... det gør jeg ikke" (Thomas:8)

Modsat Thomas, snakker Jens og Thorkild ikke om, hvordan de skal performe deres egen sælgerrolle. Vi forsøgte i vores interviews at indkredse hvorvidt informanterne havde negative oplevelser med kunder, hvilket både Jens og Thorkild benægter. Begge betoner, at de kun møder søde og rare mennesker på gaden og fortæller i stedet, at dem der ikke gør, måtte der være noget

galt med. Med Goffmans stigmabegreb kan siges, at de selv påfører andre sælgere stigma, idet disse udviser en adfærd, de ikke selv oplever som meningsgivende:

"jamen det er fordi at... så er der jo et eller andet galt med sælgere [utydeligt på grund af baggrundsstøj] der er nogle sælgere der er så pågående at de følger efter folk ind i butikken ... og det vil han sgu ikke ha du ... " (Jens:8)

"altså der er sælgere som jeg ikke bryder mig om, som forfølger folk ind i butikken... og det bryder jeg mig ikke om... " (Jens: 9)

"nej fordi jeg ved da, der er da mange af dem, men det er fordi de går og er forhutlede og sådan noget, skidt ikke... de har langskægget og de ... og så er nogen der vil slå på dem og sådan noget ... jeg har ikke oplevet det" (Thorkild: 8)

Man kan tale om, at Jens og Thorkild tager afstand fra deres eget stigma ved at indtage "normalbefolkningens" holdninger til de personer, hvis stigma er mere åbenlyse end deres egne, eksempelvis i kraft af afvigende adfærd eller manglende personlig hygiejne. Man kan med Bourdieu tillige sige, at for at være en god sælger, der kan gøre sig fortjent til sine kunder, må man besidde visse kapitaler. Frit afledt af den kulturelle kapital, må man have noget "renligheds-kapital", hvor man forstår at pleje sig selv i et omfang, at man ikke ser alt for forhutlet ud, da der her er fare for, at man stigmatiseres i så stort omfang, at man skræmmer kunderne væk. Samtidig skal man have en form for "interaktions-kapital". Man skal kunne indgå i interaktionerne på en måde, der gør, at kunderne finder det meningsfuldt at fastholde en interaktion med sælgeren. Goffman taler om, at formålet med hverdagslivets samhandlinger, må forstås som en måde, hvori vi gennem symbolske handlinger opretholder vores sociale virkelighed. Her skal blandt andet forstås, at det i visse situationer må anses som værende korrekt adfærd at udvise en passende mængde uopmærksomhed med det formål at beskytte den anden fra pinlige episoder (Kristiansen, 2014: 2014). Hermed kan overstående ses som et eksempel på, hvordan især Jens oplever det som et pinligt overgreb på andre menneskers privatsfære, hvis en sælger ligefrem følger efter sine kunder ind i butikkerne.

Som beskrevet i ovenstående, kræver det tilsyneladende en vis portion kapital, operationaliseret i kraft af den måde, man opfører sig på i det offentlige rum, da det ligger indlejret i doxa, at man taler og opfører sig på en bestemt måde, hvis man vil have kunder. Dette understøttes af den måde, Nikolaj tilgår sine kunder. Han fortæller, at han har forsøgt sig med forskellige facader og kulisser på scenen med forskelligt resultat. En af dem, der tilsyneladende bryder med doxa er at miskreditere

sine kunder. Med reference til Goffman falder dette i tråd med hans stigmabegreb, hvori han som tidligere i specialet nævnt, beskriver stigmatisering som en handling, hvorigennem individers sociale identitet ødelægges som følge af omgivelsernes (miskrediterende) kategorisering og bedømmelse. Omend Nikolaj uden tvivl har moret sig med at provokere, kan det ikke siges at være en facade, der skaffer kunder, hvilket nedenstående viser:

"jeg sad med et skilt sidste år på Strøget lige på hjørnet, foran en million mennesker, og der stod "Hej rige svin, hvad med at stikke en hjemløs en mønt og give en lille ting?" der var der en der råbte efter mig "jeg vil da ikke give dig penge når du kalder mig rige svin" og så kommer det logiske svar "så er du jo nok et rigt svin ik"

(Nikolaj: 5)

Mødet med kunden

Selve interaktionen med kunderne opleves for flere af informanterne som en vigtig del af at være sælger. Selvom de nyder godt af den direkte hjælp, enten i form af de i overstående afsnit skitserede eksempler samt pengene fra salget af avisen, synes de ikke generet af dem, der ikke nødvendigvis køber avisen eller støtter økonomisk på anden vis. Det opleves derimod som meningsfuldt at snakke med de mange forskellige mennesker, de har lært at kende på gaden.

" [...] Vi får en god snak derhenne... og jeg har nok en 10 faste kunder og 20 der ikke køber, men alligevel står jeg og snakker med dem ... det er ældre mennesker ... det er unge mennesker og sådan noget ... " (Thorkild:17)

Især Thomas taler meget om den daglige kontakt med kunderne som en positiv oplevelse. Med baggrund i et kriminelt miljø, hvor han udelukkende havde kontakt med andre kriminelle, fremstår møderne med kunderne som en ny positiv oplevelse for ham, hvor han har indset, at det han tidligere distancerede sig fra, nu opleves som meningsfuldt. I følgende citater beskriver han, hvordan hans syn på dét han kalder "familien Danmark" har ændret sig, efter han har fået kontakt med mennesker herfra på gaden:

"[...] før snakkede jeg jo kun med de her mennesker som jeg nu ... omgives med i det her miljø jeg kom i... og vi jo... stort set alle sammen enige om at samfundet var noget forfærdeligt lort og alle andre det var familien Danmark og nogle idioter som ... jeg havde jo ikke den fjerneste idé om hvad der foregår ... jeg har levet sådan siden jeg var 12 år

gammel... jeg har ikke rigtig haft noget at sammenligne med andet end den måde jeg har levet på det har været den rigtige for mig synes jeg... i den periode, ikke[...]" (Thomas: 2)

" [...]altså jeg har noget jeg kan byde til folk... at jeg rent faktisk kan bruge det de giver til mig også... at hvor før syntes jeg at jeg havde ikke rigtig nogen interesse i at ... det her... familien Danmark [latter] ... jamen det havde jeg ikke... det var sådan lidt underligt noget for mig... altså... jeg har fundet ud af ... gennem det her ... det er nødvendigt for mig at have nogle mennesker... nogle gode mennesker omkring mig... nogle venner og ... også bekendte... ikke kun venner også bekendte... så jeg har et netværk, for uden et netværk kan jeg ikke fungere... altså det har jeg jo prøvet på at bilde mig selv ind næsten altid ... at jeg skal nok klare mig selv, men det kan jeg ikke" (Thomas:5)

Vi finder det her relevant at inddrage Bourdieu til at frembringe en mere fyldestgørende analyse, end hvad vi kan opnå med Goffmans teorier alene. Ved at gøre brug af Bourdieus habitus og kapitalbegreber, kan overstående tolkes som, at Thomas har ændret habitus, efter han er blevet sælger. Som beskrevet i teori afsnittet vedrørende Bourdieu, er habitus de i barndommen grundlagte indre strukturer og skemaer, der disponerer den enkelte til at træffe meningsfulde valg og beslutninger. Thomas er kommet med en habitus, han har haft med sig, siden han var barn, som disponerede ham til, udelukkende at omgås personer med lignende habitus, hvor de sammen har været enige om at være imod normalsamfundet. Vi kan her trække en parallel til Goffmans stigmabegreb, der som tidligere beskrevet er relationelt betinget. I Thomas' optik har det at være "normal" tidligere været anset som et uønsket stigma i en verden, hvor han fortæller, at alt handlede om stoffer og penge. Dette er en holdning, der har ændret sig, efter at han er blevet sælger af Hus Forbi. Her har han mødt repræsentanter fra den gruppe mennesker, han tidligere tog afstand fra og man kan med reference til Goffmans begreber om social identitet sige, at Thomas måtte revurdere den tilsyneladende sociale identitet, han tidligere tildelte dette "familien Danmark", da han oplever, at ikke alene kan de give hans liv mening - han føler også, at han selv kan give noget tilbage:

" [...] man bliver sådan en slags gadepsykolog eller sådan et eller andet over for mange mennesker... det er ikke ... altså jeg kender ufatteligt mange af deres familier, jeg har bare aldrig nogensinde set dem men jeg ved hvad de hedder og ... hvordan deres liv har været det sidste stykke tid fordi ... det har jeg fået jeg af vide af de mennesker der kommer hernede som jeg har lært at kende igennem lang tid nu [...] jeg må have et eller andet som gør, at

folk de føler, jamen at det er okey simpelthen at sige en masse ting til mig, for fuck det er mange ting jeg ... og på en eller anden måde så synes jeg det er rart..." (Thomas:3)

Thomas fortæller endvidere, at han ikke længere har kontakt med vennerne fra hans tidligere miljø. I interviewsituationen spørger vi til, hvordan hans gamle venner havde reageret på, at han ikke længere ønskede at være en del af det fælles miljø. Her fortæller han, hvordan han ikke opfattede disse som venner og hvordan han har ændret sit syn på dem:

"[...]Altså, der er ikke noget at sige... det er der ikke fordi der er ikke noget venskab i den forstand... det hele det drejer sig jo bare om... om penge stoffer og... et eller andet... altså der var ikke noget... menneskeligt forhold i det på den måde altså... hvis jeg faldt og brækkede benet så ville de sgu være ligeglade med det, omvendt jeg ville også være ligeglade ... det er ikke kammerater eller venner i den forstand ... det er bare nogen der var der[...]" (Thomas: 17)

" [...] altså, jeg var i [navn på hjemby] så og besøge min far her for et års tid siden eller sådan ... der mødte jeg nogen af de mennesker jeg kendte fra [navn på hjemby] af... der ... ikke også... og det er jo vildt... det er ligesom at komme... de sad nærmest det samme sted ikke... det var lige før de havde det samme tøj på ikke også... altså som da jeg tog af sted... altså... det siger lidt om hvad der er sket i deres liv i hvert fald" (Thomas:17)

"og der kan jeg bare huske, at jeg tænkte hold da kæft hvor er jeg glad mand... det er virkelig, virkelig ulækkert at tænke på, at man selv har siddet sådan... virkelig ubehageligt" (Thomas:18)

Thomas' udtalelser kan forstås på flere niveauer end med Goffmans begreber. Ved at sammenfatte overstående citater, kan vi tillige forstå hans møde med "normalsamfundet" ud fra Bourdieus felt og kapitalbegreb. Med en forståelse af feltbegrebet, som værende et udsnit af det sociale liv, kan både det miljø Thomas tidligere udelukkende færdedes i (det kriminelle) og normalsamfundet (familien Danmark), betegnes som værende subfelter, hvori der er forskellige logikker på spil. Thomas selv beskriver her en af disse logikker, som værende det, at man i det kriminelle miljø ikke drager omsorg for hinanden (eksempelvis hvis man brækker benet). Man kan sige, at Thomas har akkumuleret social kapital ved at indgå i rollen som sælger, da han nu har fået adgang til et andet felt, hvor han oplever, at man interesserer sig for hinanden.

En anden informant, Jens, betoner ligeledes mødet med kunderne som et positivt indslag i hverdagen, uanset om de køber avisen eller ej. På samme måde som Thomas oplever han, at rollen som sælger giver adgang til et netværk af mennesker, der kan bidrage med snak og underholdning i en hverdag, hvor der ellers ikke sker så meget:

"jamen en god dag for mig det er at... at jeg taler med en masse mennesker... hernede ikke... og ... sommetider kommer der også mange ældre mennesker... de køber måske ikke nogen avis, men de vil gerne stå og sludre... og det gider jeg godt... om jeg så får solgt en avis mere eller mindre det... det er jeg sgu ligeglad med" (Jens: 2)

Vi kan ud fra overstående, med Goffmans rolle og scenebegreber, forstå at mødet mellem sælger og kunde opleves som meningsfuldt, men netop fordi sælgerrollen er en specifik rolle, der udspilles på en specifik scene, må sælgeren skaffe sig adgang til scenen for at kunne nyde fordelene herved. En vigtig del af sælgerrollens facade er måske ikke overraskende selve avisen. Da konceptet som tidligere beskrevet, fungerer ved, at sælgerne køber aviserne af Hus Forbi og sælger dem videre med fortjeneste, kræver det altså, at sælgerne i første omgang har penge nok til at købe aviser. Thorkild beskriver i nedenstående citat, hvordan han oplever en dårlig dag, som når man gerne vil ud og sælge, men ikke har pengene til at købe aviser og derfor må samle flasker for at skaffe penge. Vi kan igen vælge at analysere dette fra to vinkler. Dels er der noget økonomisk kapital på spil. Bourdieu taler, som beskrevet tidligere i specialet, om økonomisk kapital som ressourcer, der kan afsættes direkte på markedet. Det være sig i form af penge eller andre materielle goder. Man kan altså sige, at for at få adgang til feltet (hvor kunderne er) må man altså have adgang til et minimumsbeløb, der kan sikre, at der kan skaffes aviser nok til at holde gang i salget. Enten i form af rede penge, hvorfor man må være i stand til at budgettere med de penge man tidligere har tjent eller ved at akkumulere økonomisk kapital ved eksempelvis at samle flasker. Situationen kan også belyses med inspiration fra Goffmans teatermetaforer. Heri kan vi forstå, at avisen fungerer som selve adgangsbilletten til scenen og dets publikum. Hvis man vil optræde, må man skaffe sig adgang, og det kan midlertidigt være nødvendigt for sælgeren at optræde i andre roller (som flaskesamler eksempelvis), førend han igen kan betræde sælgerens scene:

" [...] en dårlig dag det er rigtig nok, hvis ikke jeg har råd til at købe mine aviser, så er det en dårlig dag... og hvis man har lyst til at sælge noget, ikke [Intervieweren

spørger, hvad han så gør] ... så kører jeg mig en tur... jeg plejer at køre og så måske, så samler jeg lidt flasker og sådan noget... prøver at optjene nogle penge og sådan noget, ikke..." (Thorkild: 14-15)

Fællesskabet

I følgende afsnit vil vi gennemgå, hvordan salget af Hus Forbi kan være adgangsgivende til en fællesskabsfølelse. Vi har i ovenstående afdækket, hvordan det at være sælger af Hus Forbi, bidrager til de enkeltes liv i form af både direkte hjælp og det at have nogen at snakke med i hverdagen. Denne del af analysen handler om fællesskab, forstået således, at vi ser Hus Forbi kan fungere som en platform, hvorfra der kan opnås en følelse af samhørighed med en gruppe. Vi har valgt at denne del skal fungere særskilt fra de to øvrige dele af denne analysedel, da dette for især to af informanterne kommer til udtryk på megen forskellig vis, der fremstår unik i forhold til den øvrige empiri. Vi vil i det følgende beskæftige os med hvordan Charlie finder mening blandt de mange mennesker i det hektiske gadeliv i indre by, samt hvordan Thorkild identificerer sig med foreningen Hus Forbi. Vi inddrager i dette teori fra både Goffman og Bourdieu, da dette vil tillade os en mere nuanceret analyse, end hvad vi finder, at de enkelte teorier kan bidrage med. Vi starter med Charlie.

Vi interviewer Charlie på en bænk nær hans faste salgssted på en befærdet gade i indre by. Vi er nødt til at gå herhen, da støjen fra aktiviteterne omkring os (fra talende mennesker, gademusikanter, byggeristøj etc.) er meget forstyrrende. På vej hen til bænken fortæller han, at han er ligeglad med de penge han tjener og han stort set kun sælger avisen for at kigge på netop dette liv. Han fortæller i interviewet, at han har solgt aviser det samme sted i seks år, hvorefter han fortsætter med at fortælle, hvilke betydning han lægger i dét at sælge fra det samme sted:

"Det er det samme som den samme seng ... hvis jeg får ny seng så kan jeg ikke sove et par nætter eller sådan noget lignende... det er umuligt ... forstår du?" (Charlie:3)

Vi antager hermed, at Charlie finder tryghed i at sælge et fast sted, da han udtrykker "det som at sove i den samme seng". "Det at sove i samme seng" forbindes med en følelse af tryghed og komfort. At han har et fast sted, betragter vi som en måde, hvorpå han finder tryghed i velkendte omgivelser, hvor han naturligt agerer under omgivelsernes adfærdsmæssige regelsæt. Vi kan med Goffmans scene og rollebegreber forstå dette, som at netop denne scene fremstår for ham som en scene, hvor han er tryk ved de roller, der kan udspilles herpå. Charlie vil for de fleste repræsentanter

af "normalsamfundet" fremtræde med forskellige ydre karaktertræk, der sætter ham i en udsat position som potentielt miskrediteret. Blandt andet fremstår han ikke velsoigneret og hans udseende præget af hans udenlandske oprindelse, hvilket falder under både den type stigma, Goffman kalder de karaktermæssige fejl, samt dem han kalder de tribale. At Charlie vælger en scene, hvor der er konstant liv og mennesker i bevægelse, kan vi se som en måde at håndtere sit stigma, ved så at sige gemme sig i mængden. Her er han uden publikum, da publikum som oftest har travlt og kun er i hans fysiske nærhed meget kort tid, og han kan i stedet vælge en rolle som "passiv beskuer", hvorved han bliver publikum til de øvrige mennesker. I følgende citat fortæller Charlie, hvordan han får tiden til at gå på gaden:

” [...] jeg får inspirationer og måske får... går tiden... der kommer titusindvis mennesker hver eneste dag og jeg har aldrig set jer... på nær tvillinger og sådan lignende der gør de samme ting... de er lidt forskellige de forskellige personer i forskellige farve og hvorfor så ... være ensom og så videre og så videre og så når de går og snakker så mine ører følger med sådan cirka et par meter [latter] ” (Charlie: 3)

Vi betragter ud fra Goffmans teatermetaforer de forbipasserendes med deres brudstykker af samtaler som små skuespil, som Charlie bevidst vælger at være publikum til. Her antager vi, at samtalerne underholder ham, idet han i ovenstående citat fortæller, at der hver dag kommer mange mennesker, som han får tiden til at gå med at kigge på. Han fortæller samtidigt, at han lytter til de brudstykker af samtale, som han når at opfange fra sin plads. Vi kan se disse små skuespil som en handlingsstrategi, hvorpå Charlie håndterer ensomhed, da han udtrykker de forbipasserende tilstedeværelse således ”hvorfor så ... være ensom og så videre og så videre og så når de går og snakker...”. Vi betragter her de forbipasserendes som en måde, hvorpå Charlie kan skubbe en ensomhedsfølelse i baggrunden, gennem de forbipasserendes fysiske nærvær og gennem de samtaler han overhører. Ifølge Goffmans tænkning betragter vi de forbipasserendes samtaler og adfærd, som en optræden, som er meningsgivende for Charlie, da han herigennem finder inspiration og tidsfordriv, som modvirker en ensomhedsfølelse. Interaktionen med de forbipasserende anser vi ud fra Charlies fortællinger som værende envejs og nonverbal, da Charlie hverken italesætter samtaler med de forbipasserende, salg af aviser eller anden personlig kontakt, som påviser at interaktionen går begge veje. Dette understøtter vores påstand, at man med Goffmans tænkning kan se situationen som en scene, hvorfra Charlie indtager en rolle som passiv beskuer. Ved at Charlie

sætter sig på gaden med sine aviser, kan vi forstå som en rolle, hvorigennem Charlie får adgang til en form for overfladisk fællesskab bestående af ham og de forbipasserende.

Indimellem bryder Charlie med denne rolle. Da vi opsøgte ham på gaden, var han i færd med at fodre duer, som han ind imellem fik til at sidde på hans hænder. Han fortæller selv i interviewet, at dette er en praksis som vækker opmærksomhed og især børn stopper op og kigger på ham fodre duer:

” [...]har du lagt mærke til... duerne... de er vant til at spise fra min hånd ... som er på en måde... på børn meget stort... altså de er ikke så bange... de fleste bliver bange for duerne og duerne... når de ser at de spiser fra min hånd... børn... så vil de også selv være modige så ... så sådan fungerer det” (Charlie:3)

Vi kan her se, at Charlies adfærd ændrer sig fra, hvad vi før kaldte den passive beskuer til nu selv at være aktiv på scenen. Som tidligere nævnt taler Goffman om indtryksstyring som den strategi, hvorpå den enkelte forsøger at manipulere med en situation med henblik på en fordelagtig selvpræsentation. Ud fra denne tænkning, kan man med teatermetaforen forstå situationen som, at der sker en ændring i både optræden og kulisser. Hvor Charlie før i den passive rolle kun gjorde brug af sine aviser til at indgå i rollen som sælger, optræder nu rekvisitter i form af duer og forestillingen udspilles ved, at han får duerne til at spise af sin hånd. Duerne understøtter her Charlies facade, da de her optræder som en betydningsfuld rekvisit i denne optræden, da de kan betragtes som en måde, hvorpå Charlie søger at kontrollere de indtryk, han sender til det tilstedeværende publikum og dermed idealiserer sin selvopfattelse. Han taler i citatet om, at andre er bange for duer, men at især børn får *også* lyst til at være modige, når de ser ham med duerne. Med dette kan vi forstå, at når Charlie indtager sin aktive rolle, opfatter han sig selv, som værende modig og som en slags rollemodel, der igennem sin optræden vil vise sit publikum, at de heller ikke skal være bange for duerne. Gennem sin optræden på denne scene kan herved ses en samhandling med de forbipasserende, som giver ham mulighed for at fremføre rollen som modig. Modighed kan betragtes som en egenskab, han tillægger værdi, idet han opfatter netop denne egenskab som vigtig for de forbipasserende. For at opsummere kan vi altså se Charlies situation som værende to forskellige roller. Den passive, hvor han placerer sig strategisk et sted, hvor han ikke er i vejen for de forbipasserende, men stadig tæt nok på til at kunne følge med i deres samtaler. Han bliver i denne rolle publikum til et publikum, som han finder meningsgivende. Indimellem foregår der et sceneskift, hvor han selv bliver den optrædende og han får muligheden for at se sig selv som modig.

I det følgende vil vi koncentrere os om, hvordan vi ligeledes ser, at Thorkild identificerer sig med tilhørsforholdet i en gruppe. I interviewet fremhæver han flere gange den mening, han finder i selve foreningen Hus Forbi, hvor han ses med andre sælgere både i og udenfor de arrangementer foreningen arrangerer. De andre sælgere refererer han gentagende til som sine kollegaer, hvorigennem han får opfyldt et behov for socialt samvær. I nedenstående uddrag fra interviewet, italesætter Thorkild betydningen af at deltage i Hus Forbis sælgermøde:

”vi skal til møde her altså på onsdag ... så er der sælgermøde [intervieweren spørger, hvad det betyder for ham at komme til møderne] det betyder meget ... rigtig meget... [...] det er da socialt samvær jeg hygger mig med, hører om ... det er ikke kun de hjemløse, det er også de skæve eksistenser [...] jo jeg synes det er sjovt ... jeg kan sgu godt lide dem og der er intet ondt i nogen af os” (Thorkild:10-11)

Som det fremgår af dette uddrag fra interviewet med Thorkild, vægter han det sociale samvær, som han finder til sælgermødet, højt. Thorkilds udsagn forstår vi, som at han oplever, at der er plads til alle og at rammerne er uformelle, idet han fortæller, at han hygger sig og han har det sjovt. Flere andre steder i interviewet fortæller Thorkild ligeledes om, at det han gør, skal have karakter af at være sjovt eller hyggeligt, hvilket understøttes af, at han undervejs i interviewet svarer os i spøg eller på anden vis laver sjov med os. Da vi spørger ham, om han før han blev sælger, havde gjort sig forestillinger om, hvordan dette ville være, svarer han ligeledes:

”jeg tror der er mange de tør ikke og sælge [...] jeg har altid været en cirkusklovn [...] det har jeg, fordi... hvis du ikke prøver det så [interviewer spørger nærmere ind om han mon havde tænkt det som sjovt eller ubehageligt] det er sjovt du siger det, fordi hvis du ikke ... starter med det ... så finder du aldrig ud af om det er sjovt [...] og jeg har det sjovt” (Thorkild: 2)

Ud fra overstående citater kan vi med Goffmans tænkning betragte Thorkilds oplevelse af det at være sælger, som adgangsgivende til at kunne stå på en scene, hvor han kan optræde med roller, som han oplever er i overensstemmelse med sin faktiske sociale identitet. Velvidende at identitet i Goffmans terminologi som tidligere beskrevet, skal ses som et flydende fænomen, kan den faktiske sociale identitet forstås som den identitet, der er i overensstemmelse med individets selvbillede eller idealiserede jeg og dermed den rolle, som individet identificerer sig med. Hermed kan vi antage, at

Thorkild ønsker at fremstå som ”ham den sjove”, idet han taler om at have det sjovt og refererer til sig selv som ”cirkusklovn”.

Thorkild taler meget om sin rolle i relation til selve foreningen og de øvrige sælgere. Han fortæller i nedenstående citater, at han oplever, at der er et stærkt sammenhold blandt sælgerne:

”altså, det jo lige meget om jeg ikke engang er venner med dem, så får du denne her og god vind [laver håndtegn] ... ikke ... og det får man altid. Det er lige meget om man kender dem eller jeg ikke kender dem. Vi er gode venner ... vi er kollegaer”

(Thorkild:11)

”[...]det er også derfor vi... som jeg siger... den her [laver håndtegn]... og god vind [laver håndtegn] og... og alt sådan noget der ... og så er det lige meget om jeg kender dem eller om jeg ikke kender dem... men sådan er det bare... [interviewer spørger afklarende om han oplever et specielt sammenhold] ja, det kan du tro... meget endda...” (Thorkild:23)

Thorkild fortæller i ovenstående citater, at der blandt sælgerne hersker en bestemt måde at hilse på, når de krydser hinandens vej. Imens han fortæller om episoder, som relaterer sig til dette, gestikulerer han med hånden, hvilke håndtegn de internt benytter sig af. Ifølge Goffman kan gestik, ses som et samhandlingsritual, som skal forstås som en symbolsk handling, hvori der i handlingen udvises respekt og værdighed de samhandlende imellem (Kristiansen, 2014: 214). Thorkilds fortælling om de håndtegn, de internt afkoder som hilsner, kan altså ses som et samhandlingsritual, hvorigennem sælgerne både modtager og udviser en form for anerkendelse over for hinandens tilstedeværelse. Thorkild fortæller også, at alle sælgerne hilsner på hinanden ligegyldigt relationens dybde eller karakter på grund af det kollegiale bånd og det specielle sammenhold. Her kan vi tillige nuancere analysen ved at inddrage Bourdieus tænkning om felt og doxa. Inspireret af hans feltbegreb, betragter vi sælgerstaben som et subfelt, hvor der hersker et særligt regelsæt, som tidligere nævnt, er fremherskende og er blevet en naturliggjort i sælgernes måde at agere overfor hinanden. Sælgerne stiller ifølge Thorkild ikke spørgsmål ved håndtegnenes betydning. Bliver en sælger hilst på med et håndtegn, er det ifølge Thorkild kutyme, at der sendes et håndtegn retur, hvilket vi antager, foregår med naturlighed. Dette kan med reference til den tidligere præsenterede teori, ifølge Bourdieu, beskrives som en praksis- en adfærd som er blevet inkorporeret kropsligt som en naturlig adfærd.

Thorkilds relation til de andre sælgere, kan vi ud fra Goffmans tænkning betragte som bestående af samhandlinger, hvorigennem Thorkild definerer sine egne handlinger i forhold til gruppens handlinger. Handlinger som bygger på dét, som vi antager, Thorkild oplever som den rette kollegiale adfærd og som vi med Goffmans terminologi kan forstå som en bestræbelse efter størst muligt personligt udbytte (Kristiansen, 2014: 213 & 214). Vi betragter disse samhandlinger, som en måde hvorpå Thorkild iscenesætter sig selv gennem roller, som er formet af de regelsæt og værdier, han tillægger det kollegiale fællesskab. Disse regelsæt kan vi med reference til Bourdieus begrebsapparat forstå, som værende et doxa, idet de kollegiale relationer består af adfærdsmæssige regulativer, som i dette tilfælde er blevet en naturlig del af Thorkilds adfærd. Herigennem oplever han sine kollegaers adfærd som enten rigtig eller forkert. I det følgende citat fortæller Thorkild om en episode, hvor han i samvær med en gruppe sælgere oplever en konflikt med en ny sælger, som han oplever bryde med gruppens uskrevne regler:

"[...]og så flippede han ud, så siger jeg til ham, da jeg gik forbi "Du er kraft'eme en idiot" ... så farede han efter mig mand, men så fik jeg hurtigt vendt om, og så fik jeg ham lige her i.... i kraven der... og fik sat ham ned der... han havde kun været med en måned... og det er noget man aldrig nogensinde gør, overfor en kollega... og begynder og vil prøve på og vil tæve mig... det gør man ikke" (Thorkild:21)

Efterfølgende fortæller Thorkild, at denne nye sælger bagefter havde givet ham en undskyldning og at denne selvfølgelig blev godtaget, så snart denne havde forstået, at det var et brud på de uskrevne regler.

"men det... det fattede han altså også lige med det samme... ja ... man rører ikke på kollegaer... vi snakker pænt om hinanden ... og alt muligt ... ikke går og bagtaler eller noget som helst" (Thorkild:21-22)

"så måtte han jo sidde og sige undskyld hele tiden og jeg sad i bus sammen med ham mand ... "undskyld, undskyld, undskyld" ... "ja hold nu op" ... "tag det nu roligt nu... det er en gammel historie mand [interviewer spørger til forholdet nu] vi er venner, der er ikke noget der... han er... men vi må aldrig [...]"(Thorkild:22)

Ud fra ovenstående citater kan vi forstå, at Thorkild oplever, at en ny sælger agerer på en måde, som ikke er legitim i forhold sælgerstabens fælles sociale konventioner. Med reference til Bourdieus felt og doxabegreber, betragter vi Thorkilds reaktion som følgerne af det brud på doxa,

han oplever. I og med sælgeren er ny i feltet og derfor ikke er bekendt med de eksisterende regelsæt, antager vi, at der sker en socialisering, hvor den nytilkomne forsøges at tilpasses subfeltets doxa gennem Thorkilds håndhævelse. Thorkilds håndhævelse betragter vi som en måde at reproducere den eksisterende doxa, hvilket vi forstår som, at han handler på fællesskabets vegne, idet han ønsker at opretholde den doxa, som fællesskabet har konstitueret. Som uddraget viser, lykkedes det Thorkild at håndhæve doxa, da den nye sælger forstår, at han handlede i strid med de eksisterende regelsæt. At Thorkild lykkedes med sin mission, betragter vi ud fra Bourdieus tænkning, som at Thorkild har en stærkere position i feltet, gennem de kapitaler han besidder internt i sælgerstaben i forhold til den nye sælger.

Goffman taler ligeledes om, at en optræden ikke altid udføres af enkeltpersoner, men af flere mennesker, der samarbejder om at opretholde en fælles definition af situationen. Goffman kalder dette for holdarbejde og brugte oprindeligt udtrykket til at beskrive, hvordan medarbejdere i en virksomhed udadtil søger at præsentere virksomheden på en bestemt måde. Dette kan eksempelvis være hospitalspersonale, der samarbejder om at kontrollere det indtryk, de ønsker signalere over for patienter og pårørende (Goffman, 1992:70). Vi kan ud fra Thorkilds udsagn forstå gruppen af sælgere med denne teori, som værende en gruppe, der som tidligere skitseret, opererer med et særligt sæt adfældsregler, hvori der skabes et fælles tema. Her kan dette forstås som, at gruppen søger at opretholde den særlige definition af gruppen, som værende en gruppe, der holder sammen og holder sig fri af interne konflikter. Omend vi ikke har anden viden end det Thorkild fortæller og således ikke har kendskab til de øvrige tilstedeværendes version af episoden, må vi formode, at disse om ikke andet indirekte bakker op om gruppen, idet ingen tilsyneladende har grebet ind, eller taget den nye sælgers parti. Vi har tidligere beskrevet, hvordan samhandlinger må ses, som værende en strategi, hvorpå mennesker søger at opretholde og stabilisere en social orden og hvordan dette gøres ved at arbejde for, at ingen taber ansigt. Når Thorkild efter konflikten sidder sammen med den nye sælger, der undskylder for sin opførsel, kan begge parter reaktion (undskyldning og tilgivelse) ses som en måde, hvorpå de hver især arbejder for at opretholde den sociale orden og dermed den fælles definition af gruppen som et sammenhold.

Analysedel II: At føle sig fri

Temaet i denne del af analysen er oplevelsen af frihed. Frihed kan som begreb defineres til at være, at individet ikke er underlagt andres tvang eller på anden vis nyder immunitet over for en vilkårlig magtudøvelse, hvilket konflikter med vores teoretiske forståelsesramme. Som beskrevet tidligere, taler Bourdieu om magt, som et allestedsværende grundvilkår ingen kan undsige sig. Hvor der er mennesker, er der magt og vi måtte under arbejdet med analysen forholde os til dette, da vi så en tendens blandt vores informanter til, at de italesatte en oplevelse af frihed i deres levede liv, som vi mente at kunne modsige med teorien. Samtidig søger vi at beskrive det enkelte menneskes erkendelser af dets virkelighed, hvorfor vi sætter fokus på netop de oplevelser, der skaber mening for den enkelte i mødet med dets virkelighed. Herved koncentrerer vi os i denne analysedel udelukkende om den oplevelse af frihed, sælgerne af Hus Forbi selv italesætter, da det er denne, vi anser som interessant og ikke hvorvidt frihed er realistisk ifølge teorien.

Overordnet set går to frihedsperspektiver igen i vores interviews, der begge omhandler følelsen af at gøre sig fri af det etablerede "normalsamfund". Det første perspektiv drejer sig overordnet om at gøre sig fri af systemet (herunder arbejdsmarkedet) og det andet om at gøre sig fri af etablerede boformer. Omend at temaerne for enkelte informanter fremstår som to sider af samme sag, vil disse perspektiver for overskuelighedens skyld blive behandlet tematisk i det følgende.

Om at gøre sig fri af det etablerede

At være sælger af Hus Forbi indebærer, som tidligere beskrevet, at det er op til den enkelte selv at vurdere hvor meget han vil investere i aktiviteten. Sælgeren må altså selv beslutte, hvor meget og hvor længe han vil sælge avisen. Der ligger altså implicit en frihed i dette, da man er fri til selv at bestemme omfanget af sit salg. Dennis betoner denne frihed som for ham en vigtig del af det at være sælger. Han har tidligere i sit liv været selvstændig erhvervsdrivende, men da hans firma gik konkurs, er han nu afskåret fra at starte et nyt op. Samtidig har han en psykisk lidelse, der gør, at han ikke føler, at han kan indordne sig under en arbejdsgiver.

"Jamen det er ... at nu er jeg så tæt på at være ... selvstændig... som jeg kan være... når jeg har noget sygdom med mig, som gør at jeg ikke bare kan finde ind på ind hvilken som helst arbejdsplads og få en arbejdsgiver hen over hovedet. For at have mig ansat er man nødt til at kende mig personligt... og jeg tvivler sgu stærk på at der er nogle af arbejdsgiverne som gider at bruge tid på at først at skulle til at lære at kende mig personligt, for at kunne få lov til at ansætte mig i deres virksomhed

bagefter, du ved, så jeg er rimelig chanceløs ift. arbejdsmarkedet ... pga. min sygdom og jeg er endnu mere chanceløs, fordi systemet ikke vil give mig en diagnose på, at jeg er syg ... men jeg er jo stadigvæk syg... jeg har jo stadigvæk de her ture op og ned som jeg får, uanset om systemet sætter mig syg eller ej, så derfor... indtil jeg kan finde det rigtige sted jeg kan komme til at arbejde eller indtil jeg kan få skat til at forstå ... hvad det er det drejer sig om og sørge for at jeg kan få et CVR nummer igen og sørge for at jeg kan starte som selvstændig ... så bliver jeg ved med at sidde og sælge mine aviser" (Dennis: 5)

I det ovenstående ses, at salget af Hus forbi for Dennis er blevet en måde, hvorpå han kan undgå det almindelige arbejdsmarked, som han mener ikke kan rumme ham. Som førhen beskrevet, iscenesætter mennesket sig selv, ifølge Goffman, med henblik på at opnå kontrol over interaktionerne. Ligesom i forrige analysedel hvori vi beskrev, hvordan Dennis med reference til Goffmans scene og rollebegreb kan ses som "en der arbejder for huslejen", kan vi med overstående citat ligeledes se situationen som, at Dennis her videreudvikler denne rolle til ikke alene at være "en der arbejder" men også "en der kan klare sig selv" gennem en frigørelse fra det etablerede normalsamfund i form af system og arbejdsmarked. Frihedsperspektivet understøttes yderligere i nedenstående citat, hvor Dennis fortæller, at det at sælge aviser er med til at skabe betingelser for, at han kan frigøre sig ikke alene fra at have en arbejdsgiver, men også fra ikke at kunne håndtere sin psykiske lidelse:

"det er en af grundene til at jeg sidder her... det er nemt fordi, jeg håndtere mit sind fuldt ud [interviewer spørger om det er når han sidder der] ja, der er ikke nogen her, som kommer og fortæller mig hvad jeg skal... det allerværste der kan ske i min dag, det var hvis der kom en som ejede [stedet hvorfra han sælger] og bad mig om at flytte herfra... "Du skal ikke sidde her og sælge aviser"... men ellers er der jo ikke nogen der kan komme rundt og hundse, dirigere med mig i min verden" (Dennis: 11)

Stigmatisering opstår ifølge Goffman i relationerne, og det er derfor ikke selvskreven, at alle deler Dennis' opfattelse af ham som værende selvstændig og på arbejde. I forrige analysedel inddrog vi et citat, hvori han selv fortæller, at det ikke er alle, der opfattede ham som han gerne ville opfattes, hvilket med Goffman kunne ses, som værende et stigma, idet der opstod et brud mellem hans tilsyneladende sociale identitet og hans faktiske identitet. Nedenstående citat viser på samme måde, hvordan Dennis kæmper mod omgivelsernes forestillinger om, hvem man er som sælger:

"jeg er ikke hjemløs, det er fordi, det er dem man hører om... at man er hjemløs. Man kan også høre hvis der kommer forældre forbi med børn "se" siger forældrene så "der sidder en hjemløs og sælger aviser" ... så hvis jeg hører det du ved, så plejer jeg altid at sige det "hey, jeg er altså ikke hjemløs. Det er noget forkert noget at lære dine børn... jeg har en bolig ... det er mit job. Det er min levevej..." (Dennis: 3)

Nikolaj taler som Dennis også om frihed, men her handler det ikke om at skabe sig en identitet i kraft af avissalget, men nærmere en identitet som fri fra samfundet i sin helhed. Nikolaj fortæller os, at hans liv består af tre ting; sove, sælge aviser og ryge hash på Christiania, hvilket han ikke ser grund til at ændre på (Nikolaj:6). Ifølge nedenstående citat fremstår Christiania for Nikolaj som en kontrast til resten af byen. På Christiania føler han, at man kan slappe af, mens resten af byen er præget af larm og stress:

"jeg ønsker ikke at gøre folk kede af det og komme med for mange nej'er og sådan noget ikke... Jeg ønsker bare folk hurtigt forstår, at jeg er mig selv og selvstændig og jeg har min egen agenda og min egen plan og lade vær med at tro at jeg kan blive en del af deres liv, andet end et 20 minutters interview, er jeg frisk på, men jeg skal altså ud og ryge min joint på et tidspunkt og det er fuldstændigt ligegyldigt hvad andre planer der så vil være... for dem holder jeg bare ikke, for det jeg nyder allermost er en søndag derude med live-musik... så fås det ikke bedre... [latter] ... en søndag på Nemoland om sommeren, det er suverænt... [interviewer spørger, hvad det er Christiania kan] jamen det er lige så snart der er den der... herinde der er... den der den der rytmiske robotlyde, derude er der det jeg kalder Christiania stemning... det hele det summer bare... jamen her inde der er hele tiden den der [laver høje skingre lyde] ... og det er der ikke derude... der er mere den ro og fredelige stemning"
(Nikolaj: 9)

Vi kan i overstående læse, at foruden Nikolaj oplever, at Christiania er et sted, hvor man kan slappe af og bare nyde livet, er han ligeledes ikke interesseret i at indgå i relationer med andre mennesker i sådan en grad, at han føler, at han skal overholde aftaler med dem. Han vil være fri til at være spontan. Inspireret af Goffmans scenemetafor, kan man tale om, at der er flere scener i spil for Nikolaj. Han har scenen i indre by, hvorfra han optræder, når han sælger sine aviser og der er Christiania, som er scenen, hvorpå man kan slappe af. Hvad angår de roller, han optræder med på de forskellige scener, italesætter han kun scenen på Christiania som en scene, hvor han altid har den

samme rolle - livsnyderrollen. I byen ser vi det anderledes. Igennem interviewet fortæller han om flere forskellige måder, han har prøvet at agere på gaden:

"hvis jeg lægger mig ned for eksempel, fjerner cyklen og jeg lægger mig ned, hvis jeg tager huen op og lægger mig ned, så man ikke kan se mit ansigt, så ryger pengene i kassen. Så snart jeg rejser mig op og kigger dem direkte i øjet, så får jeg ikke en krone..." (Nikolaj:4)

"[...]jeg vil godt lige sige at hund... angående hund her, da jeg tog min hund op på skødet ovre på Strøget ik, så tjente jeg 1000 kroner i timen... når jeg fjernede hunden tjente jeg ikke en krone... tog jeg så hunden op på skødet igen, så tjente jeg 1000 i timen" (Nikolaj:5)

Med Goffmans begreber kan man tale om gaden som en scene, hvor Nikolaj kan eksperimentere med sin rolle. Han kan her variere den måde, hvorpå han bruger sine facader og han kan skifte kulisserne ud for at efterprøve hvor mange penge, han kan tjene ind. Goffman argumenterer for, at nogle mennesker som følge af det moderne hverdagslivs mangel på farer og risici, periodisk opsøger spænding igennem en risicibetonet adfærd. Dette skal forstås som små sociale spil, hvor individet udfordrer de muligheder og sociale normer, der er til stede i hverdagslivets samhandlinger. Spændingen ved dette spil opstår, da der er risiko for at tabe ansigt, men også en mulighed for gevinst i form af ros eller anerkendelse (Kristiansen, 2014: 212-213). Tidligere i analysen præsenterede vi et citat af Nikolaj, hvori han gjorde brug af et skilt med teksten " Hej rige svin, hvad med at stikke en hjemløs en mønt". Vi kan inspireret af dette, samt de to ovenstående citater, se Nikolajs mangeartede brug af facader og kulisser som et spil, hvori han eksperimenterer med hvilke roller han kan slippe af sted med for at opnå enten fordømmelse, eller den form for anerkendelse af sit publikum, der kommer til udtryk i penge. Man kan tillige sige, at Nikolaj oplever, at han har gjort sig fri af at bekymre sig om, hvad andre tænker om ham, hvilket han selv italesætter i nedenstående citat, hvor han fortæller, at han tidligere følte, at han skulle spille roller, han ikke havde lyst til for at leve op til andres forventninger:

"[...]der var en der sagde " du ligner en der har lært at elske dig selv" ... det kan man så sige... jeg havde et skuespil før... jeg spillede rollespil som jeg blev krævet at jeg skulle spille, som jeg har sluppet fri af nu... jeg kalder os "de frie" ... os, "de frie" ... vi er fuldstændigt frie for det der [...]"(Nikolaj: 5)

I ovenstående citat ses, at Nikolaj anser sig selv og dem han identificerer sig med som frie mennesker, der ikke behøver leve op til andres forventninger. Goffman taler om flere måder, den stigmatiserede kan reagere på sin situation. Mens nogle vil søge at bryde med de miskrediterende træk, vil andre måske vende situationen til egen fordel enten ved at udnytte stigmatiseringen som en undskyldning for sine øvrige nederlag eller se det som en slags held-i-uheld, hvor personen opfatter situationen som en vigtig læreproces ud i livets vigtige værdier, som det eksempelvis ofte ses med mennesker, der har været igennem et alvorligt sygdomsforløb (Goffman, 2014: 50-51). Vi kan ud fra ovenstående vælge at se Nikolajs selvopfattelse som en fri mand, som en måde at håndtere sin situation på, hvor han føler, at friheden er en slags "bonus", han ikke ville have oplevet, hvis han ikke havde været hjemløs og hvori, han ved at sælge aviser får muligheden for at eksperimentere med, hvad han kan opnå som "en fri mand".

Om at føle sig fri uden en bolig

I vores interview erfarede vi, at især to af informanterne betonedede, at det er svært at være indenfor. Både Nikolaj og Jens kan på hver sin vis siges at være funktionel hjemløse, der er betegnelsen for de mennesker, der af den ene eller anden årsag ikke *kan eller vil* være i egen bolig. Vi finder det her relevant at nævne, at vi i følgende analyse ikke beskæftiger os med et "kan", idet det ikke er specialets formål at afdække eksempelvis hvilke psykologiske faktorer, der spiller ind på den enkeltes livssituation. Dermed er det kun årsagerne til, hvorfor vores to informanter ikke "vil" være i egen bolig, som vi i det følgende vil belyse ud fra Goffmans tænkning.

I vores interview finder vi, at Nikolaj helt har opgivet at være i en lejlighed:

"men jeg mister dem jo altid... jeg føler jeg bor der jo ikke... det er ligesom at sove i et kælderrum for mig... jeg går over i hjørnet på en madras... [interviewer spørger hvad der sker, når han er i lejligheden] det er ligesom at være i fængselscelle... eller i et institutionslokale... der er ikke noget hjem og tilknytning og hvem siger jeg kan lide naboen efter... her er jeg jo fri jo... jeg skal ikke nikkedukke mig med nogen nabo, som jeg ikke bryder mig om [...]" (Nikolaj:7)

"[...]i det værelse jeg havde der i [Bynavn], der sked min hund i stuen af skræk, fordi min nabo klokken tre om natten... han bankede vildt hårdt på min dør i fuldskab, mens jeg lå og sov og så råbte jeg ud af vinduet "du skal da ikke larme sådan"... det skider han på... for helvede, så vidste jeg at enten så slås ... så tæsker jeg ham fuldstændig..."

ellers flytter jeg, så jeg valgte at flytte... jeg har aldrig nogle steder, jeg har aldrig kunne bo nogen steder[...]" (Nikolaj:7)

Vi kan med reference til Goffmans scenebegreb forstå Nikolajs situation som et fravalg af en "boligscene". I langt størstedelen af "normalsamfundet" vil det at have et hjem, fungere som den primære bagscene, hvor det enkelte menneske kan holde fri fra hverdagens øvrige roller. For Nikolaj, der har levet det meste af sit liv enten på gaden eller i forskellige former for institutioner, er der ikke samme oplevelse af bagscene i en lejlighed, men derimod en oplevelse af at være spærret inde og at skulle tilpasse sig andre mennesker, som man måske ikke bryder sig om. På denne måde kan vi forstå det som at boligen for Nikolaj bliver en ubehagelig scene, hvor kulisserne minder ham om noget uønsket og frihedsberøvende (fængsel og institution), samt hvor der ligeledes kræves, at han for ikke at bryde med sociale normer må udspille bestemte påtvungne roller i hverdagens samhandlinger (eksempelvis ved ikke at gribe til vold, når han generes af sin nabo). Ved at vælge bolig fra og gaden til bliver gaden en bagscene, hvor han ikke tvinges til at bruge bestemte facader og han i stedet føler sig fri til at være "sig selv". På denne scene kan han vælge Hus Forbi fra eller til i det omfang, han selv ønsker og kun føle sig begrænset af selve de strukturelle rammer i foreningen:

"[...]og det er irriterende at de dage hvor man ikke få fat på Hus Forbi i weekenderne ik... og en af grundene til, jeg har jo faktisk lyst til at fylde en vogn med Hus Forbi og køre landet rundt, men det er svært hvis man ikke kan finde... hvis ikke man kan få Hus Forbi i andre byer..."(Nikolaj: 10)

Jens har på samme måde som Nikolaj det svært med at være i en bolig. Han har førhen haft job som chauffør, hvor han har været meget på farten, men måtte grundet fysisk lidelse stoppe og i stedet forsøge at finde sig til rette i en lejlighed, hvilket han ikke trives med:

"[...] Jeg har en lille etværelses ... med eget bad og toilet... altsååå... det er ikke noget der passer mig sindssygt, alt hvad der smager af etablering, det er ikke mig"
(Jens: 3)

I det overstående ses, at Jens selv omtaler det at have en lejlighed som en negativ ting. Senere i interviewet vender vi tilbage til dette og spørger til, hvordan han oplever at være i sin lejlighed. Modsat Nikolaj har Jens ikke opgivet helt at være i sin lejlighed, men fortæller, at han tager ud for at sælge aviser, hvilken han finder en anderledes ro ved:

"jamen altså det giver mig en uro i kroppen... jeg kan vade rundt i den der lille lejlighed og jeg kan ikke finde ro nogen steder... [interviewer spørger hvad han så gør] jamen... så går jeg herved... det er det sted hvor jeg har... hvor jeg har fred og ro ikke... og hyggelige mennesker, dejlige mennesker, flinke mennesker og... det er sgu en god ting..." (Jens:11)

Jens kan ikke finde ro ved at være hjemme, men opsøger i stedet de steder, hvor der er andre mennesker, hvor han tilsyneladende befinder sig bedst. På samme måde som vi analyserede Nikolajs situation som et skift mellem de for "normalsamfundets" traditionelle scener, hvor hjemmet er der, hvor man ofte finder ro og lader op til at indgå i mange af hverdagens øvrige roller, kan vi se, at Jens ligeledes finder ro på en anden scene end den derhjemme. Hans salgssted bliver en form for bagscene, hvor han igennem interaktionerne med kunderne lader op til igen at indgå i den rolle, han finder mest krævende og mindst meningsfuld: rollen som manden, der bor alene i en lille lejlighed. Jens fortæller os tillige, at han en stor del af året slet ikke er i sin lejlighed, men i stedet lever et liv som vagabond:

"jamen, jeg er vagabond ... sådan er det... og... nu skal I også tænke på... det at gå på landevejen, det er jo en livsstil... det er jo en livsstil ikke... enten er det noget du kan klare eller også kan du ikke [...] jamen altså jeg går... jeg venter jeg bare på at der er en fyr der har lovet mig et telt og lige så snart jeg har det telt... så pakker jeg min trækvogn..." (Jens:6).

Undervejs i interviewet vender Jens flere gange tilbage til livet som vagabond, hvor han blandt andet fortæller, at han glæder sig til at komme af sted og at det er en tilbagevendende tradition for ham at tage af sted i foråret og først vende tilbage, når den første frost indtræder. Han har på disse ture sine aviser med og føler sig med egne ord fri "som en hest uden bidsel" (Jens:13). Vi har tidligere beskrevet, hvordan Goffman taler om, at den stigmatiserede kan reagere på sin situation på forskellig vis ved enten at acceptere eller tage afstand fra sit stigma. Inspireret af dette kan vi forstå, at Jens håndterer sit eget stigma ved at tage afstand fra det. Det ville måske for os repræsentanter for "normalsamfundet" give mening at tale om en ensom mand, der er blevet offer for nogle strukturelle mekanismer i og med, at han er blevet placeret i en lille lejlighed efter et mobilt liv som chauffør. Vi kan i overstående citat læse, at Jens ikke opfatter sig som et offer, men derimod som "en der kan noget, ikke alle kan". På trods af, at han har en fysisk lidelse, der hæmmer ham i hans

bevægelser, vælger han at leve et liv som vagabond. At være vagabond er for Jens ikke et stigma men derimod en særlig livsstil, som ikke alle kan klare.

Analysedel III: At gøre sin stemme gældende

Denne del af analysen omhandler, hvordan vi ser, at nogle af sælgerne oplever, at det at sælge aviser giver dem en stemme i samfundet. Dette kan for den enkelte betyde, at han enten oplever at kunne gøre sin stemme gældende internt i organisationen eller på gaden, hvor de selv har en (politisk) agenda, de gerne vil dele. Vi vil i det følgende for overskuelighedens skyld opdele disse emner i to underdele. Vi starter med stemmen på gaden.

At have sin egen agenda

Blandt vores informanter så vi, at især enkelte brugte deres rolle som sælgere til at ytre sig om, hvad de synes, der er galt med samfundet. En af dem er Nikolaj. Da vi møder ham, har han arrangeret sig med sine aviser samt et stort skilt, der i nærmere detaljer beskriver hans opvækst og de svigt han har oplevet. Om skiltet fortæller han i interviewet:

"[...]hvorfor jeg også lavede skiltet ikke, der var fordi der var en... hvor jeg sad med et skilt ... altså jeg startede med en taske hvor der bare stod "tænk hvis det var dig" så et spejl foran ansigtet, hvor jeg kunne kigge igennem et sidespejl hvor jeg havde skrabet så jeg kunne kigge igennem... man kunne bare se ... så sad jeg og kiggede på folk der læste "tænk hvis det var dig" ... og så gik spejlet i stykker og så endte det jo bare med at jeg sad med det der "Tænk hvis det var dig" ... og så var der en der kom cyklende og så råbte han efter mig... "få dig et job" ... og så sad jeg der "hvorfor fanden har jeg ikke et job" ... altså hvad er grunden til at jeg ikke har et job, hvorfor er det?" (Nikolaj: 16)

Nikolaj fortæller i overstående, at han har oplevet at blive konfronteret med sit stigma af folk på gaden, der råber efter ham. I frustration over, at folk ikke forstår årsagen til, at han ikke kan indgå i "normalsamfundet", laver han således skiltet, der skal informere de forbipasserende om hans opvækst, som værende årsag til hans situation. Han er ligeledes i en stor del af interviewet optaget af at fortælle os om de uretfærdigheder, han oplever ved samfundet, herunder samfundets manglende interesse i de krænkelser, han selv oplever som af høj prioritet. Han fortæller endvidere, at skiltet har betydet, at folk nu tager det lidt mere personligt. Vi kan med Goffmans teatermetaforer forstå Nikolajs opsætning af hans scene med kulisser i form af det informerende skilt som den måde, han som person gerne vil opfattes af sine omgivelser. Ved at betone årsagen til, at han ikke har et job, eller på anden vis kan indgå i "normalsamfundet", gør at han gør brug af en form for omvendt idealisering, hvor han vender situationen til egen fordel. Som før beskrevet, har den

stigmatiserede flere handlemuligheder til rådighed, hvorpå denne kan reagere på sit stigma, enten ved at skjule det eller stå frem med det, ligesom han kan vedkende sig det eller tage afstand fra det. I Nikolajs situation kan vi tolke hans måde at stå frem som "et offer" som en måde, hvorpå han forklarer øvrige fejl og mangler (eksempelvis at han ikke har et job).

En anden informant, Dennis, vil ligeledes gerne snakke om samfundets uretfærdigheder, men som før beskrevet, gør han dette igennem en anden rolle, hvor han opfatter sig selv som "en der arbejder". Denne rolle understøttes af den måde, han fortæller, at det at sælge Hus Forbi er et bevidst valg taget på baggrund af avisens socialpolitiske indhold:

"og det er faktisk alle de relevante ting, som alle de andre aviser undlader at skrive. Det er det der pisser mig af og det er derfor, jeg har valgt at sidde og sælge ... fordi jeg kunne lige så godt sælge Berlingske tidende eller Politiken eller et eller andet. De gør det jo på nøjagtigt samme måde som os jo. De har bare deres standere" (Dennis: 4-5)

Hvor Nikolaj altså kan ses, som en der anerkender sit stigma og bruger det til at fortælle en historie om sig selv, som en der på baggrund af dette ikke kan få et arbejde, opfatter Dennis sig modsat som en der arbejder på lige fod med de øvrige sælgertyper, han møder på gaden. Den eneste forskel i hans optik er, at han oplever sit produkt som værende mere relevant. Dennis fortæller os, at han ved at sælge aviser kan få lov at fortælle om de ting, han synes er forkert i samfundet og at dette er en nødvendighed, da han oplever, at mange mennesker ikke er opmærksomme på de ting, han selv ser:

"folk sover... altså, hvis du spørger mig, så går de rundt med hovedet under armene og sover. Mange mennesker gør..." (Dennis:12)

"altså jeg bruger det til at komme i kontakt med mennesker ... jeg bruger det til at fortælle mennesker hvordan vores system ser ud" (Dennis:16)

Vi kan hermed forstå, at avisen giver Dennis adgang til at snakke med mennesker ud fra sin egen politiske agenda. Vi ser avisen som en rekvisit, som muliggør interaktion med forbigående, hvor Dennis i mødet kan ytre sine meninger om systemet. Den måde Dennis iscenesætter sin rolle i disse samhandlinger, gør han på en måde, så han fremstår ikke alene som "en der arbejder" (på lige fod med andre arbejdere), men også som "en der er politisk bevidst". Vi har flere gange i analysen beskrevet, hvordan den stigmatiserede kan reagere på forskellig vis på sit stigma. Goffman taler

blandt andet om overkompensation som en måde at tage afstand på, som man eksempelvis ser, når den fysisk handicappede sætter sig for at mestre sportsgrene, der normal anses som værende udelukket for netop det pågældende handicap (Goffman, 1994: 51). I Dennis situation kan siges, at det at han indtager en rolle som politisk debattør, kan tolkes som en afstandstagen fra sit stigma igennem en overkompensation. Ved at påtage sig normer fra normalsamfundet tager han afstand fra værdier, der anses som miskrediterende ved at betone, at han ikke længere er hjemløs (som vi tidligere har beskrevet), at han arbejder og at han har kompetencerne til at tale på vegne af de andre udsatte, der - modsat ham - har givet op, hvilket det følgende vil vise.

I en stor del af interviewet med Dennis ytrer han sine meninger om samfundsmæssige problemstillinger, som ofte berører socialt udsatte menneskers livsvilkår. Han fortæller også i interviewet, hvordan en reformering af nuværende samfundsstrukturer, kan løse de problemstillinger, han omtaler. I hans fortællinger benytter han erfaringer fra hans eget levede liv som socialt udsat. Han ønsker at gøre en forskel og at bruge sin egen stemme for de socialt udsatte, som han ikke oplever, har nogen stemme. Da vi spørger ham, hvad det betyder for ham at fungere som et talerør for de andre sælgere, fortæller Dennis følgende:

"jamen altså som sådan så betyder det jo meget for jeg kan se at specielt den udsatte gruppe hjemløse, der er der mange mennesker, som ikke formår at tænke på sig selv længere. De har opgivet deres eget liv, fuldstændigt altså. Jeg ved ikke om I kender [fortæller om en anden sælger, han mener, har givet op - udeladt pga. personfølsomme informationer] ... så han har givet op ... så på den måde er jeg ivrig efter at komme til at være talerør, fordi jeg ved at det jeg siger, det dækker for mange menneskers liv og det er ikke kun mig der har de behov ... der er rigtig mange der har de behov" (Dennis:7)

Videre fortæller han om, hvordan han mener, de andre sælgere opfatter ham:

"jamen det tror jeg er okay, for de andre sælgere har jo set hvad jeg laver. Jeg har jo været i tv og i radio og i aviserne utallige gange... og det har altid været et eller andet i forhold, i forhold til de hjemløse ... så de ved jo at jeg har taget stilling som talsmand... det er ikke noget jeg er blevet valgt til. Det er en position jeg har taget ... jeg er ikke blevet kåret til det. Jeg har set at jeg har noget her jeg kan give i forhold til de andre... så må det være mig der giver det ikke også" (Dennis:17)

Dennis har i sine fortællinger en agenda med hans talsmandsposition. Han vil gerne vække folk fra "normalsamfundet" samt tale på vegne af den gruppe mennesker, han ikke mener, selv kan. Vi ser Dennis som udøver af en rolle som talerør for de socialt udsatte ud fra hans ideologi om at reformere samfundet. Dette kan ud fra Goffmans teatermetaforer betragtes som om, at han ønsker at spille en rolle, der understøtter hans faktiske sociale identitet. I denne sammenhæng kan den faktiske sociale identitet, ses som det selvbillede, han udtrykker i sin fortælling om sin optræden som "talsmand". Han ønsker altså at udnytte sine ressourcer i form af gode kommunikative egenskaber til at gøre en forskel for ham selv og andre i samme situation, hvilket er meningsgivende for ham.

"så planlægger jeg et foredrag omkring hjemløshed og socialt udsatte og forskelsbehandling i Danmark ... alle vores sociale problemer vil jeg holde et foredrag om [...] både med problemstillingerne og med løsningsforslag [...] og sådan noget og jeg kan meget gerne, meget godt tænke mig at komme ud og holde foredrag, for det er faktisk også lidt ... en af de ting jeg er bedst til ... til at formulere mig og jeg er god til at bruge hovedet ... og jeg synes selv og det gør mine omgivelser også, fordi det er lige så meget mine omgivelser der støtter mig i det" (Dennis:6-7)

"... det er noget jeg specielt har øvet mig i, det er at tale tvivl ind i mennesker [...]"
(Dennis:18)

Dennis' udtalelser kan ikke alene forstås med Goffmans teatermetaforer. Her finder vi det relevant at inddrage Bourdieu, idet der i hans teorier i højere grad end Goffmans tages højde for de objektive betingelser for subjektet. Ved at inddrage Bourdieu til at belyse de overstående citater kan vi altså opnå end dybere forståelse af Dennis relation til sine omgivelser. Som tidligere beskrevet, vil et felts deltagere positionere sig i forhold til et indbyrdes styrkeforhold, defineret af besiddet kapital. Når Dennis får muligheden for at tale på vegne af en gruppe, ikke mindst i medierne, kan det betegnes som, at der er en magtulighed til stede mellem de involverede parter, i og med ikke alle bliver hørt på samme måde. Ved at påtage sig rollen som talsmand udtrykker han at "kunne mere" end de øvrige, hvorved han (ubevidst) positionerer sig selv højere i et internt hierarki. Dette kan tilskrives, at han er i besiddelse af mere kulturel kapital, der dækker over sprog og dannelse, hvilket stiller ham stærkt i subfeltet. I overstående citat fortæller Dennis ligeledes, hvordan han oplever at hans omgivelser bakker ham op og støtter ham i, at han har kompetencer til at tale på vegne af gruppen, hvilket vi forstår som, at det er med til at styrke hans selvbillede.

En stemme i organisationen

Mens vi det overstående så, at især Nikolaj og Dennis på hver sin vis bruger salget af Hus Forbi til at ytre sig omkring de forhold, de hver især finder uretfærdige i samfundet, vil vi i denne analysedel gennem Goffman og Bourdieus tænkning vise, hvordan Thomas identificerer sig med avisens budskaber og hvordan samme sælger finder det meningsgivende at ytre sine meninger til foreningens egentlige sælgermøder. Modsat inddrages sælgeren Charlies oplevelser af sælgermøderne, idet han ikke finder sælgermøderne meningsgivende for ham. Vi tolker gennem samme terminologier, hvordan Charlie føler sig overhørt og underpositioneret i forhold til de andre sælgere.

Thomas fortæller i interviewet, at det er vigtigt for ham at kende avisens indhold, da han snakker med forbipasserende om indholdet. Han ønsker ikke blot at få kontanter, men ser hellere, at kunderne køber avisen, så han er med til at videregive avisens information, idet han identificerer sig med målgruppen og de problemstillinger, som behandles deri. Adspurgt hvorvidt, han taler med sine kunder om indholdet i avisen, svarer Thomas således:

”ja... mange af dem ... altså mange er jo ... de er rent faktisk rimelig overraskede... fordi... altså... der er mange der kommer hen og så giver de en tyver eller et eller andet og så tænker de... jamen det er fint... jeg vil rent faktisk hellere have at de tager avisen med... fordi at... det er da meget rart at få en tyver... men det kan hvem som helst få ... og gøre ikke... jeg synes de skal tage avisen og så læse det der står deri... fordi det er det der er meningen med hele avisen det er at folk de skal få et indblik i... jamen hvordan er det for os”(Thomas:11)

Med overstående kan vi ud fra Goffmans rollebegreb forstå, at avisen for Thomas fungerer som en rekvisit, hvorfra han kan indtage en rolle, hvori han identificerer sig med det indhold, avisen repræsenterer. Ved at tale om et "os" som folk skal få indblik i, anerkender Thomas sit stigma som socialt udsat. Thomas fortæller, at han flere gange har oplevet at blive stigmatiseret på baggrund af sin rolle som sælger på flere måder. Han har således oplevet at blive behandlet på en uværdig måde, samt tiltalt i nedsættende vendinger udelukkende ved at være synlig på gaden som sælger (Thomas:3+4) men også på baggrund af ellers velmenende menneskers uvidenhed omkring hans situation, som følgende citat viser:

"[...]der er nogle de tror altså... at samfundet der er skruet sammen på sådan en måde at jamen... der findes ikke folk i Danmark som ... har problemer og som lever under fattigdomsgrænsen... så kan jeg eddermame blive hysterisk kan jeg godt sige dig... de er ... lever i sådan en eller anden lille boble ... så... så synes jeg ... jamen så læs hvad der er ... det går ud på... det synes jeg fordi at... inden de begynder at ... for... altså jeg har oplevet folk der kommer hen og siger til mig jamen du får da penge? Nej så det gør jeg ikke... Jamen det gør alle mennesker da i Danmark, så siger jeg: jeg gør altså ikke... jo du gør... altså ligesom... det ved jeg jo bedst selv... ikke også... de ved åbenbart hvordan hele samfundet det hænger sammen ... i deres hoveder ... så det er... det er det som jeg synes der er meningen med den avis der ... det er og give den almene befolkning et indblik i hvordan er det for os, ikke også..."
(Thomas:11-12)

I det overstående citat ses igen, hvordan Thomas ikke søger at dække over sin situation, men i stedet vælger at anerkende sit stigma. Reaktionen på dette stigma kan ses som, at han igennem avisens indhold og reaktionerne på hans egen fortælling, kan indtage en rolle, hvor han forsøger at kompensere for sit stigma ved at fortælle en historie om, at de stigmatiserede bør behandles med respekt, idet de er ofre for et uretfærdigt samfund. Vi kan altså forstå avisen som værende et for Thomas meningsbærende symbol, hvorigennem han kan iscenesætte sig selv.

Thomas er samtidig aktiv i foreningen Hus Forbi, hvor han bruger møderne til at gøre sin stemme gældende. Han fortæller, at der er ofte er megen støj til møderne og at mange af de andre fremmødte sælgere ofte er berusede. Med Goffmans teatermetaforer kan vi forstå, det sted sælgerne normalt sælger som en særlig scene, hvorfra sælgerne hver især optræder med de roller, de finder meningsgivende i netop denne kontekst. Vi tolker møderne, som sælgerens mulighed for at træde ind på en ny scene, der bryder med den scene, de sælger fra. Som tidligere beskrevet, knyttes der nogle adfærdsregulativer til det at være sælger, hvor det forventes, at de agerer på en måde, der er i overensstemmelse med den sociale kontekster mødet med kunderne udgør.

Møderne forstår vi som brud med den scene, hvorfra de sælger deres aviser i den forstand, at de her ikke skal opretholde samme facader eller roller, som de skal i deres optræden som sælgere. Med en forståelse af Goffmans scenebegreber, som værende relationelle, kan vi sige, at sælgerne til møderne befinder sig på en form for bagscene, idet det publikum de normalt har på forscenen (kunderne), ikke har adgang til denne scene. Sælgerne kan her bevæge sig frit uden dette publikum,

hvilket giver dem mulighed for at agere og ytre sig anderledes end i deres direkte virke som sælgere.

”jamen altså jeg synes bare det er... altså jeg synes det er et gedemarked at folk sidder og råber og skriger derinde ikke også... og igen... mange fulde mennesker og sådan noget der... men jeg har lært at jeg skal ... det jeg kommer for kan man sige... jamen det er at give min mening til kende... og så lang tid jeg gør det så kan jeg ikke undvære det kan jeg ikke...” (Thomas:11)

Thomas fortæller her, at han reelt ikke finder denne scene behagelig, men alligevel ikke vil undvære at komme, da han finder det vigtigt at give sin mening til kende omkring sælgernes forhold. Dette understøtter vores billede af Thomas som en person, der med Goffmans rollebegreber gerne vil iscenesætte sig selv som sympatisør med de hjemløses sag.

Modsat Thomas kommer Charlie ikke til sælgermøderne. Da vi adspørger ham, hvorvidt han kommer til møderne, fortæller han, at han ikke oplever at blive hørt på grund af hans udenlandske herkomst:

”nej... fordi... jeg har ikke et dansk CPR nummer så ... lige meget om jeg havde gode ideer eller dårlige ideer... det bliver bare betragtet som blæst...”(Charlie:4)

Charlie betoner efterfølgende, at han generelt oplever at blive behandlet ordentligt og at oplevelsen af ikke at blive hørt nærmere skyldes en fornemmelse, end noget der er blevet sagt. Hans manglende danske CPR nummer betragter vi som en manglende identitetsmarkør, som ud fra Charlies fortællinger kan antages at påføre ham et stigma, som han oplever som miskrediterende. Idet, der ikke er nogen der direkte har sagt til ham, at det er et problem, at han ikke er dansk, kan vi opfatte situationen som at Charlie påfører sig selv et stigma. Han forventer, at de andre ikke er interesserede i hans mening, hvilket er med til at forme hans selvopfattelse, som værende anderledes i forhold til den øvrige gruppe. Denne rolle understøttes af, at han heller ikke går så meget op i avisens indhold, da han betragter indholdet som repræsentativt for "deres" problemer og dermed ikke hans egne (Charlie: 6).

Her finder vi, at situationen desuden kan forstås på flere niveauer, end det Goffman alene kan tilbyde os. Ved at inddrage Bourdieus magtperspektiver, kan vi betragte samme situation, som værende at Charlie indtager en underposition i forhold til de andre sælgere. Her kan vi betragte CPR

nummeret som en form for ressource, der giver anerkendelse og dermed magt i feltet. Frit inspireret af den kulturelle kapital, der blandt andet dækker over institutionelle titler, kan vi betragte det at være dansk (konkretiseret i et dansk CPR nummer) som en særlig ressource, der giver adgang til medbestemmelse. I og med Charlie ikke er i besiddelse af dette, udsættes han for symbolsk vold i og med, at han ikke oplever muligheden for at blive hørt. Symbolsk vold fungerer, som beskrevet i det teoriafklarende afsnit vedrørende Bourdieu, netop i kraft af, at den ikke opleves som vold. Charlie accepterer volden og er igennem sine egne handlinger med til at opretholde undertrykkelsen, idet han bliver væk fra møderne og indtager holdningen af, at dette "ikke er noget for ham" og at problematikkerne her ikke vedrører ham. Hermed bliver Charlie medskaber af uligheden.

Konklusion

Vi har i dette speciale haft fokus på sælgerne af den danske hjemløseavis Hus Forbi. Målet har været, som formuleret i problemformuleringen, at undersøge hvem disse er, samt hvordan de finder mening i deres rolle som sælgere. Ved at foretage et indledende litteraturstudie finder vi et videnshul på området, idet der er meget lidt dansk forskning vedrørende disse sælgere og dette primært af kvantitativ karakter. Hermed har det været vores mål med specialet at indfange en mere kompleks og nuanceret beskrivelse af sælgerne ved at gøre brug af kvalitative metoder. Vi vil i den følgende konklusion præsentere læseren for de fund, vi har gjort i vores undersøgelse.

I den første del af problemformuleringen spørger vi, hvem sælgerne af Hus Forbi er. Her gjorde vi brug af dokumentanalyse, hvor vi med udgangspunkt i Bourdieus kapitalbegreber analyserede 24 portrætter af sælgere publiceret på bagsiden af Hus Forbi over to år. For at forenkle og skabe overblik over de mange forskellige fortællinger i disse portrætter, udviklede vi fire idealtyper på baggrund af de mønstre, vi identificerede. Konklusionen er her, at sælgerne af Hus Forbi på mange måder er en heterogen gruppen, men samtidig med homogene træk. Sælgerne har altså både træk til fælles, samt adskiller sig fra hinanden på flere punkter. Overordnet kan siges, at de fleste sælgere på et eller andet tidspunkt har haft psykisk sygdom og forskellige former for misbrug inde på livet. Samtidig ses, at mange af sælgerne har den fælles historie, at de før de blev sælgere, har gjort sig erfaringer med arbejdsmarkedet, ligesom nogle tillige har erhvervsuddannelse bag sig. Derimod ses en stor forskel på det liv, de ellers har levet, før de blev sælgere, samt hvornår og hvordan de blev hjemløse. Mens nogle sælgeres liv altid har været præget af svigt, psykisk sygdom og misbrug, der i sidste ende har ført hjemløshed med sig, har andre sælgere førhen levet et relativt "normalt" liv. Her har vendepunktet eksempelvis været en arbejdsulykke eller skilsmisse, der har ført depression og misbrug med sig, der i sidste ende har ført til hjemløshed. Blandt de forskellige typer sælgere ses således også forskellige motiver for at blive sælgere af Hus Forbi. For nogle sælgere er salget et mål i sig selv, idet dette fungerer som en meningsfuld aktivitet, hvorpå det bliver muligt at opretholde en hverdag med noget at stå op til. Disse sælgere finder især kontakten til kunderne på gaden motiverende. For andre er salget derimod et middel til at nå et mål. Dette kommer eksempelvis til udtryk i den gruppe, der førhen har levet et "normalt" liv. For denne gruppe fungerer salget af aviser som en ekstra indtægt, hvoraf der spares op til eksempelvis indskuddet til en lejlighed. Den endelige konklusion på hvem sælgerne er, må således siges at være, at sælgerne er meget forskellige, hvad angår årsagerne til, at de er endt i hjemløshed og som sælgere af Hus Forbi, samt hvad der motiverer dem herved. Samtidig deler de den historie, at de fleste har en baggrund med stabil

tilknytning til arbejdsmarkedet og at de fleste er endt som sælgere, fordi de har været sårbare over for forandringer i deres liv eksempelvis ved at have et svagt eller manglende netværk enten i deres voksne liv eller som børn.

I specialets anden empiriske del nuancers billedet af sælgerne yderligere. Her søger vi gennem interview med seks sælgere svar på, hvordan de finder mening i rollen som sælgere. Vi gør i analysen brug af Bourdieus begreber samt Goffmans teatermetaforer, hvori vi finder, at rollen som sælger ikke er noget man *er*, men derimod noget man *gør*. Rollen som sælger, skal hermed ses som individuelle roller, udspillet på måder, der giver mening for den enkelte. De seks sælgere vi interviewer, fremstår som seks meget forskellige individer, der er endt som sælgere på baggrund af seks meget forskellige historier. Alligevel ser vi her samme træk som i dokumentanalysen, at vi har med at gøre seks mænd, der alle tidligere har haft tilknytning til arbejdsmarkedet, men også på forskellig vis har levet liv præget af svigt, misbrug, psykisk sygdom og svage sociale relationer. Hvordan sælgerne finder mening i deres roller som sælgere, er kompleks at svare på. Konklusionen må være, at meningsdannelse er forskellig fra sælger til sælger. Alligevel fandt vi mønstre, der gik igen i analysen af de seks interviews. Der er en tendens til, at det sociale aspekt ved at sælge aviser opleves som meningsfuldt. Gennem mødet med kunderne eller igennem samværet med de andre sælgere, får sælgerne støtte og opbakning. I mødet med kunderne på gaden (både dem der køber avisen og dem der blot tager sig tid til at snakke med sælgeren) kan vi med Bourdieu se, at de får øget social kapital, idet disse ikke alene giver økonomisk opbakning gennem forskellige former for donationer udover salget. Flere oplever tillige, at kunder kan hjælpe med praktiske ting i hverdagen såsom at blive skrevet op i en boligforening. Ligeledes finder vi, at nogle sælgere finder mening i, at de gennem deres rolle som sælgere, får mulighed for at ytre sig om politiske forhold, de er utilfredse med. Endelig ser vi, at der er et frihedsperspektiv i at sælge Hus Forbi. For de som har svært ved at indordne sig under de mere etablerede samfundsnormer, er sælgerrollen en måde at opleve sig som herre over eget liv uden indblanding fra eksempelvis en chef eller systemet i sin helhed. At være Hus Forbi sælger kan således for nogen ses som en måde, hvorpå de enten opretholder en "normal" hverdag eller kæmper for at komme tilbage i "normalsamfundet". For andre fungerer salget derimod som en måde, hvorpå de kan undgå "normalsamfundets" rutiner.

Vi har med Baumans teorier forklaret, hvordan socialt udsatte og hjemløse ender som et uønsket restprodukt grundet modernitetens effektiviseringsstrategier samt ikke mindst kravet om at indgå i forbrugersamfundet. Med udgangspunkt i dette, må hjemløshed overordnet set som et

miskrediterende træk i samfundet, hvilket Goffman kalder et stigma. Når vi med Goffmans teatermetaforer betragter det at sælge Hus Forbi som en rolle, der kan udspilles på forskellig vis, ser vi, at dette muliggør forskellige positioner for sælgerne. Gennem den måde sælgerne konstruerer deres roller, ser vi, at det bliver muligt enten at acceptere stigmaet eller tage afstand fra det. Når sælgeren Dennis betoner, at han ikke er hjemløs og i øvrigt helst vil opfattes, som en der er på arbejde på lige fod med andre lønarbejdere, kan dette ses som en måde, hvorpå han påtager sig normer fra normalsamfundet og tager afstand fra sin egen udsatte position ved at påføre andre et stigma. Samme gør sig gældende, når Jens og Thorkild fortæller om andre sælgere, der ikke forstår at agere på en korrekt måde i forhold til deres kunder. Omvendt anerkender andre sælgere deres stigma og indlejrer dette i deres selvbillede. Når Thomas eksempelvis finder det meningsfuldt at få hjælp fra kunderne på gaden eller når han insisterer på, at folk ikke bare skal købe men også læse Hus Forbi for at folk skal få indblik i, hvordan hans livsvilkår er, kan dette ses som en accept af, at han befinder sig i en udsat position. På samme måde kan Nikolaj siges at anerkende sit stigma, da han gennem den måde han arrangerer sin sælgerscene, forsøger at gøre omverden opmærksom på, at han er uforskyldt offer for sin udsathed. Endelig ser vi Charlie, der påfører sig selv et stigma ved ikke at komme til møderne i Hus Forbi, da han ikke føler, at hans mening har betydning i kraft af hans ikke-danske oprindelse.

Specialets endelige konklusion må på baggrund af overstående opsamling være, at sælgerne finder mening gennem de roller, de indtager på gadens scene ved at bruge denne til at fortælle en historie om dem selv. Denne historie understøtter det selvbillede, de ønsker andre skal se dem som og som de ser sig selv. Samtidig bliver dette en måde, hvorpå sælgeren får mulighed for at håndtere samfundets stigmatisering af hjemløse og socialt udsatte ved enten at acceptere dette eller afvise det i tråd med, hvad den enkelte oplever som meningsfuldt.

Diskuterende perspektivering

I dette speciale har vi undersøgt, hvem sælgerne af Hus Forbi er og hvordan de finder mening i deres rolle som sælgere. Dermed har specialet i høj grad opereret på et mikroniveau, der ikke har medtaget de mere overordnede strukturerer, som præger sælgernes hverdag. Dette afsnit har til formål at diskutere strukturelle perspektiver, vi under specialets tilblivelsesproces blev bevidste om. Når vi spørger, hvem sælgerne er, rejser sig samtidig spørgsmålet om, hvem de *ikke* er? Hus Forbi sælges som tidligere gennemgået blandt andet af hjemløse. Med en sælgerstab på omkring 2200 sælgere må der givetvis være mange hjemløse, der ikke er sælgere, idet der som indledningsvist

præsenteret, estimeres at være mindst 5000 mennesker i Danmark, der er berørt af hjemløshed. CASA kommer kortvarigt ind på dette i deres analyse fra 2008. Baseret på interviews med sælgere, tidligere sælgere og distributører forsøges spørgsmålet, hvem der ikke sælger, besvaret ved overordnet at skelne mellem to grupper - dem der ikke *kan* og dem der ikke *vil* sælge. Sidstnævnte dækker således over hjemløse, der ikke har lyst til at udstille deres hjemløshed offentligt eller som ikke ser den økonomiske gevinst, som værende attraktiv i forhold til eksempelvis kriminalitet. Ligeledes kan indtægten anses ubetydelig i forhold til, at den måske skal dække over et misbrug. Gruppen der ikke *kan*, dækker over hjemløse, der enten er for psykisk sårbare til at håndtere de situationer, der følger med kontakten med andre mennesker eller som er for ustabile grundet misbrugsproblemer (Hansen et al, 2008: 49ff).

Vi kan som forfattere af dette speciale ikke give et mere præcist svar på, hvem der ikke sælger, idet vi netop kun har beskæftiget os med, dem der rent faktisk sælger. Alligevel ser vi i vores indhentede empiri mønstre, der rejser nogle spørgsmål omkring, hvem der vælger at sælge og på den baggrund netop måske også, hvem der ikke gør. Målet med dette speciale har aldrig været at præsentere kvantitative data vedrørende sælgerne af Hus Forbi. Dette kan reelt heller ikke lade sig gøre på baggrund af det antal informanter, vi har med i dokumentanalysen og interviewene samlet set. Alligevel ser vi mønstre af kvantitativ karakter, som vi finder interessante at forholde os til, når vi spørger hvem sælgerne er. Først og fremmest finder vi, at en større andel af sælgerne besidder en vis portion kulturel kapital, forstået således, at de fleste har en baggrund med både uddannelse og arbejds erfaring. Omend Hus Forbi selv ønsker, at salget af aviser skal ses en supplerende aktivitet og ikke et reelt arbejde, vil det alt andet lige være en aktivitet, der er nært beslægtet med "rigtig" arbejde. I vores interview med informanten Dennis ses da også, at han sidestiller aktiviteten og hans rolle som sælger med arbejde på lige fod med andre typer sælgere på gaden herunder sælgere af avisabonnementer med videre. (Dennis: 4-5).

Spørgsmålet opstår her, om denne type aktivitet primært henvender sig til en afgrænset undergruppe af den samlede hjemløsegruppe. Her er det nærliggende at se på spørgsmålet med Bourdieus habitus-begreb. Habitus skal, som tidligere beskrevet, ikke ses som en skæbne, men derimod dispositioner opbygget gennem levet liv, som samlet set dækker over de muligheder, der fremstår som meningsfulde for enkeltindividet. Bourdieu mener, at rent statistisk vil de fleste mennesker leve deres liv og foretage valg i overensstemmelse med de objektive strukturer og rammer, de er født og opvokset under (Bourdieu og Wacquant 1996: 118).

Når vi ser en tendens til, at sælgerne af Hus Forbi kommer fra baggrunde, hvor det at arbejde overordnet ses som en meningsfuld aktivitet, er det nærliggende at tilskrive dette til deres habitus. Da avissalg netop i sin form ligner "rigtigt arbejde", vil et individ, der i kraft af sin habitus er disponeret til at se arbejde som en meningsfuld aktivitet i højere grad træffe valget om at blive Hus Forbi sælger. Individuer, der eksempelvis er født ind i et mønster, hvor indtægterne stammer fra offentlige ydelser, kriminalitet eller andre alternativer til lønarbejde, vil antageligt ikke se det på samme måde.

Hus Forbi arbejder for at skabe nye muligheder for hjemløse, men man kan stille spørgsmålstegn ved, om dette tæller *alle* hjemløse. Indenfor den samlede gruppe af hjemløse er der forskellige grupperinger, hvoraf nogle vil finde de muligheder Hus Forbi tilbyder mere meningsfulde end andre. Denne utilsigtede eksklusionsproces er netop en pointe hos Bourdieu, der finder, at magt er til stede overalt, hvor der findes mennesker. Her kan vi trække reference til den symbolske vold, der ifølge Bourdieu netop fungerer ved ikke at være en fysisk vold, men derimod en usynlig vold indlejret i relationer, hvor de som udsættes for den symbolske vold, frivilligt underkaster sig og gennem egne handlinger selv er med til at reproducere underkastelsen (Bourdieu og Wacquant 1996: 151-152). Man kan hermed sige, at der vil være hjemløse, der qua deres habitus, frivilligt lader sig udelukke fra de muligheder, Hus Forbi tilbyder, idet dette for dem fremstår som et ikke meningsfuldt valg eller mulighed.

Det samme perspektiv kan lægges i forhold til det sociale aspekt i det at sælge aviser. Når avisen sælges på gaden af den hjemløse sælger, opstår der et direkte møde mellem sælger og kunde. Et møde, der som tidligere beskrevet, vægtes som en væsentlig del af formålet med gadesalget. Mødet med kunden fremstår da også som en vigtig del af aktiviteten for flere af vores interviewede informanter, ligesom det er et emne, vi fandt beskrevet gentagne gange i det indledende litteraturstudie (Hansen et al, 2008) (Magallanes-Blanco & Pérez-Bermúdez, 2009), (Cockburn, 2014), (Lindemann, 2007). Det er hermed nærliggende at konkludere, at for at være Hus Forbi sælger skal man ikke kun have lysten og viljen til at tjene pengene. Man skal også kunne og ville interagere med andre mennesker, hvilket kræver visse kompetencer. Som vi var inde på i analysen, kan man med Goffmans tænkning sige, at der findes visse adfærdsregulativer, der gør sig gældende i det direkte ansigt-til-ansigt møde. Mennesket bør således ikke anses som værende frit handlende, fordi det altid er i samspil med den sociale kontekst, det indgår i, hvori der vil være bestemte forventninger og uskrevne regler for, hvordan man kan og bør opføre sig (Goffman, 2004: 77). Man

kan spørge, om alle er i stand til at leve op til de adfærdsregulativer, der knytter sig til en typisk kunde-sælger-relation, eller om der vil være individer, der af forskellige årsager ikke kan leve op til disse forventninger? Som tidligere beskrevet optræder eksempelvis fænomener som forskellige former for misbrug og psykisk sygdom ofte i hjemløsemiljøet. Dette må formodes at have indflydelse på hvem, der formår at blive sælgere. Først og fremmest må sælgeren, jævnfør deres kontrakt med Hus Forbi (internetkilde 6), ikke optræde i påvirket tilstand og skal tillige være både fysisk og psykisk robust nok til at kunne stå på gaden og interagere med andre mennesker. Hertil må medregnes det, vi kan kalde almindelig god opførsel. Ifølge Goffman kan der knyttes bestemte normer til adfærden i enhver samhandling. Dermed kræves det altså i salgs-samhandlingen, at sælgerne formår at afkode disse normer. Som beskrevet i specialets analysedel, italesætter vores informanter disse normer på forskellig vis. Thomas oplever, at han må smile og virke glad for at skaffe kunder (Thomas:3). Jens fortæller om andre sælgere, der forfølger kunderne ind i butikkerne og dermed krænker deres privatsfære (Jens: 8+9), og Dennis fortæller (efter diktafonen slukkes), at han tager imod mad på gaden for ikke at skuffe sine medmennesker, selvom han reelt ikke ønsker maden. Der vil altså i enhver sælger-køber-relation være dominerende adfærdsnormer, som sælgerne må forholde sig til og indordne sig under, således at samhandlingen kan forløbe i alle deltagende parter interesse. Evnen til at afkode de uskrevne regler i samfundet og til at kunne gebærde sig herefter, kan med Bourdieus tænkning tilskrives den kulturelle kapital, der blandt andet dækker over sprog og dannelse (Bourdieu, 1986). Kapitalerne kan netop knyttes an på et individs erhvervede habitus, og da disse ikke er ligeligt fordelt, vil nogle hjemløse besidde mere kulturel kapital end andre. Hermed er det vores antagelse, at der vil findes hjemløse, der af den ene eller den anden årsag ikke formår at afkode situationerne eller på anden vis agere inden for samfundets gældende normer for acceptabel adfærd, hvorved de udelukkes fra at blive sælgere.

Hus Forbi skriver i deres målsætning, at de ønsker at udvikle, etablere og støtte aktiviteter og virksomhed, hvor de hjemløse (og andre socialt udsatte) gennem egen virksomhed får mulighed for at forbedre deres livssituation. Dette er et sympatisk ideal, men på baggrund af overstående, finder vi ikke, at dette i praksis er realistisk, set i forhold til den samlede gruppe af hjemløse og udsatte. Da denne gruppe er præget af en kompleks sårbarhed, vil de svageste individer (her forstået som den gruppe, der besidder den absolut laveste grad af kulturel kapital) implicit vil være ekskluderet. At være sælger af Hus Forbi må dermed med vores øjne ses som en aktivitet, der primært henvender sig til de stærkeste af de svageste.

Kritiske efterrefleksioner

Tilblivelsen af dette speciale har været en læreproces, hvori vi har foretaget valg og fravalg, der i sidste ende har været afgørende for det endelige resultat. Undervejs har vi således gjort os erfaringer og refleksioner, som vi finder relevante at forholde os til. Hermed er det vores hensigt med dette afsnit, at forhold der kunne have været anderledes synliggøres, hvilket er med til at højne gennemsigtbarheden og dermed specialets validitet over for læseren.

Først og fremmest må nævnes, at interviewsituationerne udfoldede sig anderledes i praksis end vi havde forventet. Ved udarbejdelsen af interviewguiden har vi været optaget af de emner, vi gerne ville afdække under hensynstagen til, at der skulle være plads til at informanterne, kunne fortælle deres egne historier. Vi havde dog ikke forestillet os, hvor meget disse egne historier ville fylde for visse af vores informanter. Her skal nævnes, at vi under to af interviewene indimellem oplevede at rollerne periodevist blev forbyttet, således at vores informanter søgte at interviewe os omkring vores viden om forskellige forhold, de selv var optaget af. Her oplevede vi, at det var svært at holde fokus og komme tilbage til interviewets oprindelige formål på en måde, der ikke negligerede eller krænkede informantens følelser og interesser. Dette har betydet, at vi ind i mellem har ladet informanten tale længe om emner irrelevante for specialets emne, hvorved vi ikke har formået at forfølge andre og for os mere relevante emner til dørs. Ved at genlæse transskriptionerne, har vi da således også identificeret tematikker og spor, som vi ikke har fuldt, da vi har været optaget af at være til stede i virkeligheden.

En anden interessant refleksion vi har gjort os undervejs, kan knyttes til vores metodiske valg. I specialets tilblivelsesproces har vi fordybet os i de udvalgte teorier, hvilket har gjort os opmærksomme på væsentlige pointer ved menneskelig handlen. Ifølge Erving Goffman vil mennesket i mødet med andre mennesker, bevidst som ubevidst, gøre brug af hvad, han som tidligere beskrevet kalder indtryksstyring. Hermed forsøger individet at kontrollere de indtryk, han indgyder hos andre på en måde, der er i overensstemmelse med det billede, vedkommende har af sig selv. Dette vil som oftest være et idealiseret billede, hvor visse træk søges fremhævet, mens der dækkes over andre (Goffman, 1992). Dette er en pointe, vi finder interessant, idet vi hermed må formode, at de sælgere vi interviewede til dette speciale, ligeledes kan have præsenteret sig selv på måder, der har været præget af den måde, de selv gerne vil fremstå over for os idealistisk set. En måde at nuancere og uddybe deres fortællinger, ville hermed have været, om vi i højere grad end

tilfældet havde gjort brug af observationer som metode, idet dette ville tillade os at identificere eventuelle forskelle på det sagte og det gjorte.

Referencer

- Bauman (2002): Arbejde, forbrugerisme og de nye fattige. København: Hans Reitzels Forlag
- Bauman (2004): Forspildte liv. København: Hans Reitzels Forlag
- Benjaminsen & Lauritzen (2013): Hjemløshed i Danmark 2013. København: SFI – Det nationale forskningscenter for velfærd
- Boell & Cecez-Kermanovic (2010): Literature reviews and the hermeneutic circle. I: Australien academic and research libraries. Volume 41, Issue 2, 2010
- Bourdieu (1986): The Forms of Capital. I: Richardson, 1986 (ed.): Handbook of theory and research for the sociology of education. Westport, Connecticut: Greenwood Press
- Bourdieu (1996): Et steds betydning. I: Bourdieu: Symbolsk makt. Oslo: Pax Forlag.
- Bourdieu (1997): Af praktiske grunde. Omkring teorien om menneskelig handlen. København: Hans Reitzels Forlag
- Bourdieu (2005): Udkast til en praksisteori. København: Hans Reitzels forlag
- Bourdieu (2007): Den praktiske sans. København: Hans Reitzels forlag
- Bourdieu & Wacquant (1996): Refleksiv sociologi - mål og midler. København: Hans Reitzels forlag
- Brinkmann & Tanggaard (2010): Introduktion. I: Brinkmann & Tanggaard (red): Kvalitative metoder - en grundbog. København : Hans Reitzels Forlag
- Cockburn (2014): Street Papers, Work and Begging: 'Experimenting' at the Margins of Economic Legitimacy. I: Journal of Cultural Economy, Volume 7, Issue 2, 2014
- Collin (2013): Socialkonstruktivisme i humaniora. I: Collin & Køppe (red.): Humanistisk videnskabsteori. København: DR Multimedie
- Duedahl & Jacobsen (2010): Dokumentanalyse. Odense: Syddansk Universitetsforlag
- Fitzpatrick (2005): Explaining Homelessness - A critical realist perspective. Housing, Theory and Society, Volume 22, issue 1, 2005

- Goffman (1992): Vore rollespil i hverdagen. København: Hans Reitzels Forlag
- Goffman (2004): Ærbødighed og opførsel. I: Goffman: Social samhandling og mikrosociologi - en tekstsamling. København: Hans Reitzels Forlag
- Goffman (2014): Stigma - Om afvigerens sociale identitet. Frederiksberg: Samfundslitteratur
- Hanks & Swithinbank(1997): The Big Issue and other street papers: a response to homelessness. I: Environment and Urbanization, Volume 9, No.1, April 1997
- Hansen et al (2008): Hus Forbi - En undersøgelse af koncept og sælgere. København: Center for Alternativ Samfundsanalyse
- Hansen & Andersen (2009): Hvornår er et fænomen et socialt fænomen. I: Hansen & Hjort Andersen (red.): Et sociologisk værktøj - Introduktion til den kvantitative metode. København: Hans Reitzels Forlag
- Holm (2011): Videnskab i virkeligheden. Frederiksberg: Samfundslitteratur
- Højbjerg (2013): Hermeneutik - forståelse og fortolkning i samfundsvidenskaberne . I: Fuglsang, Olsen & Rasborg (red.): Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne. Frederiksberg: Samfundslitteratur
- Jacobsen (2013): Zygmunt Bauman. I: Andersen og Kaspersen (red.): Klassisk og moderne samfundsteori. København: Hans Reitzels Forlag
- Jarvis (2012): At blive en person i samfundet - hvordan bliver man sig selv? I: Illeris (red.): 49 tekster om læring. Frederiksberg: Samfundslitteratur
- Järvinen (1993): De nye hjemløse - kvinder, fattigdom og vold. Holte: Forlaget SOCPOL
- Järvinen (2009): Mellem patologi og frihed - perspektiver på marginalisering. I: Larsen & Mortensen (red.): Udenfor eller indenfor - sociale marginaliseringsprocessers mangfoldighed. København: Hans Reitzels Forlag
- Järvinen (2013): Pierre Bourdieu. I: Andersen og Kaspersen (red.): Klassisk og moderne samfundsteori. København: Hans Reitzels Forlag

- Karpatschhof (2010): Den kvalitative undersøgelsesforms særlige kvaliteter. I: Brinkmann & Tanggaard (red.): Kvalitative metoder - en grundbog. København: Hans Reitzels Forlag
- Kristiansen (2014): Erving Goffman - Hverdagslivets rollespil. I: Jacobsen & Kristiansen (red.): Hverdagslivet - sociologer om det upåagtede. København: Hans Reitzels Forlag
- Kvale (1997): Interview. København: Hans Reitzels Forlag
- Kvale & Brinkmann (2009): Interview. København: Hans Reitzels Forlag
- Larsen & Mortensen (2009): Indledning - sociale marginaliseringsprocessers mangfoldighed. I: Larsen & Mortensen (red.): Udenfor eller indenfor - sociale marginaliseringsprocessers mangfoldighed. København: Hans Reitzels Forlag
- Lee (2009): Pathways to homelessness: self-perceived rationales of homelessness and associations among experiences in childhood and adulthood. Dissertation (Doctor of philosophy), University of Southern California
- Lindemann (2007): A Tough Sell: Stigma as Souvenir in the Contested Performances of San Francisco's Homeless Street Sheet Vendors. I: Text and Performance Quarterly, Volume 27, No. 1, January 2007
- Magallanes-Blanco & Pérez-Bermúdez (2009): Citizens' publications that empower: social change for the homeless. I: Development in practice, 19: 4-5, 654-664
- Meeuwisse & Swärd (2002): Hvad er et socialt problem? I: Meeuwisse & Swärd (red.): Perspektiver på sociale problemer. København: Hans Reitzels Forlag
- Månson (2013): Max Weber. I: Andersen og Kaspersen (red.): Klassisk og moderne samfundsteori. København: Hans Reitzels Forlag
- Pahuus (2003): Hermeneutik. I: Collin & Køppe (red.): Humanistisk videnskabsteori. København: DR Multimedie
- Pluck et al (2011): Neurobehavioural and cognitive function is linked to childhood trauma in homeless adults. *British Journal of Clinical Psychology*, 50, side 33-45

Rasborg (2013): Socialkonstruktivismen i klassisk og moderne sociologi. I: Fuglsang, Olsen & Rasborg (red.): Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne. Frederiksberg: Samfundslitteratur

Rubow (2003): Samtalen - Interviewet som deltagerobservation I: Hastrup: Ind i verden - en grundbog i antropologisk metode : Hans Reitzels Forlag, København

Tanggaard & Brinkmann (2010): Interviewet: samtalen som forskningsmetode. I: Brinkmann & Tanggaard (red.): Kvalitative metoder - en grundbog. København : Hans Reitzels Forlag

Torck (2001): Voices of homeless people in the street newspapers: a cross-cultural exploration. I: Discourse Society, volume 12, no. 3, 371-392, May 2001

Weber (1994): Magt og bureaukrati. Frederiksberg: DET lille FORLAG

Zahavi & Overgaard (2014): Fænomenologisk sociologi - Hverdagslivets subjekt. I: Jacobsen & Kristiansen (red.): Hverdagslivet - sociologer om det upåagtede. København: Hans Reitzels Forlag

Internetkilder

Internetkilde 1: Om Foreningen Hus Forbi samt download af vedtægter

<http://www.husforbi.dk/default.aspx?m=2&i=36> (besøgt 12. maj 2015)

Internetkilde 2: Om informationsmøder i Hus Forbi

<http://www.husforbi.dk/default.aspx?m=2&i=126> (besøgt 23. juni 2015)

Internetkilde 3: Ofte stillede spørgsmål og svar om Hus Forbi

<http://www.husforbi.dk/default.aspx?m=2&i=43> (besøgt 22. juni 2015)

Internetkilde 4: Om hvordan man får fat på Hus Forbi

<http://www.husforbi.dk/default.aspx?m=2&i=48> (besøgt 22. juni 2015)

Internetkilde 5: Arkiv - tidligere udgivelser af Hus Forbi

<http://www.husforbi.dk/default.aspx?m=2&i=46> (besøgt 10. marts 2015)

Internetkilde 6: Kontrakten mellem Hus Forbi og sælger

http://www.husforbi.dk/media/ny_saelgerkontrakt_pdf.pdf (besøgt 25. juli 2015)

Bilag

Interviewguide

| Briefing | | |
|---|---|---|
| Præsentation af interviewerne og specialets/interviewets formål | Hvem er vi? | Vi er to speciale studerende fra uddannelsen Læring og Forandringsprocesser, der skriver speciale om hvem der sælger Hus Forbi |
| | Formålet med interviewet | Vi vil gerne høre om hvad du får ud af at sælge Hus Forbi og også lidt om hvem du er og dit liv nu og også før (du begyndte at sælge Hus Forbi) |
| Rammerne for interviewet | Tidsramme | Interviewet kommer til at tage cirka 30-40 minutter. |
| | Gøre opmærksom på at interviewet at interviewet optages | Vi vil gøre dig opmærksom på, at interviewet bliver optaget på diktafon/telefon. |
| | Anonymisering | Du vil optræde anonym i |

| | | |
|--|--------------------------------------|---|
| | | interviewet (og opgaven) |
| | Rollefordeling- hvem af os gør hvad? | Min (interviewers) opgave er at stille spørgsmål og min medstuderende (medinterviewerens) tager notater undervejs og evt. stiller opfølgende/uddybende spørgsmål undervejs i interviewet. |
| | Informantens "rettigheder" | Du må endelig spørge undervejs i interviewet, hvis der er noget du er i tvivl om eller ikke forstår. Da du deltager frivilligt kan du til hver en tid stoppe interviewet eller bede os om at slette interviewet, hvis du fortryder, når det er afsluttet. Du kan også fravælge at besvare de enkelte spørgsmål. |

| Forskningsspørgsmål | Interviewspørgsmål | Hjælpspørgsmål |
|----------------------------|---|--|
| Hvem er informanten? | Kan du starte med at fortælle lidt om dig selv? | Fortæl os fx noget om hvor gammel du er og hvor du kommer fra? Hvor bor du henne? (sover) |

| | | |
|---|--|--|
| | Kan du fortælle os lidt om hvordan du kom i gang med at sælge Hus Forbi? | Hvordan hørte du om jobbet som Hus Forbi sælger? |
| Hvilke bevæggrunde/motivation har informanten for at sælge Hus Forbi? | Hvilke forestillinger gjorde du dig om at sælge, før du begyndte? | |
| | Fortæl os om en dag hvor du er ude og sælge aviser? | Hvor går du hen? Hvem snakker du med? Hvad er det bedste ved at være ude at sælge? |
| | Fortæl os noget om dit liv før du begyndte at sælge? | Hvad lavede du? Hvordan så en dag ud? |
| | Kan du fortælle os om oplevelser du har haft som sælger, som du måske ellers ikke ville have haft? | (evt oplevelser med øvrige omverden?) |
| | Hvordan forestiller du dig din fremtid? | Hvad drømmer du om? Hvor længe har du planer om at sælge? Hvor er du om 10 år? |

| | | |
|---|--|--|
| | | |
| Hvilke forandringer skaber salget af Hus Forbi for sælgeren og hvilken værdi tillægges dette? | Kan du prøve at beskrive hvordan/hvad en god dag på jobbet er for dig? | |
| | Hvad er omvendt en dårlig dag på jobbet? | |
| | Hvordan bliver du mødt af andre mennesker, når du står og sælger? | (Er det anderledes fra når du ikke er sælger aviser?) |
| Hvilken betydning har organisation Hus Forbi for sælgerne? | Kan du fortælle hvad du ellers bruger Hus Forbi til? | Deltager du i møderne? Bruger du værestedet? Hvad bruger du det til? |
| | Fortæl os noget om dit forhold til de andre sælgere? | Kendte du nogen af dem før du begyndte at sælge? Laver I noget sammen? |
| | Læser du selv avisen? Hvad synes du om det der står i den? | Hvad er det gode/bedste ved avisen? Hvad er det |

| | | |
|---|---|---|
| | | dårlige? |
| Hvilken sociokulturel baggrund har informanten? | Fortæl os om hvem du ses med i din hverdag? | Venner? Familie? Hvor ofte ses I? Hvad laver i sammen? |
| | Hvad lavede du før du blev Hus Forbi sælger? | Har du en uddannelse? Har du tidligere været i arbejde? (hvorfor stoppede du med det...?) |
| | Fortæl os hvad du godt kan lide at lave når du ikke ude og sælge? | Har du nogle særlige interesser du går op i? Hvor tager du hen når din arbejdsdag er slut? |

| | |
|----------------------|--|
| Debriefing | |
| Afslutningsspørgsmål | Vi har ikke flere spørgsmål - har du noget du vil tilføje eller er kommet i tanke om? Tak fordi du ville være med - det er en stor hjælp. |