

Kathrine Haugland Martinsen

PS. Kan du tenke deg et barn til?

En tekstanalytisk undersøkelse av barnevernets fremstilling av barn,
barndom og familieliv i fosterhjemsannonser

Masteroppgave i Sosialt arbeid

Høgskolen i Oslo, Avdeling for samfunnsfag

Sammendrag

Siktemålet med denne oppgaven er å sette spørsmålstegn ved og diskutere hvordan barnevernet konstruerer bilder av barn, barndom og familieliv i sine fosterhjemsannonser. Nærmere bestemt er oppgavens hovedmål å undersøke mulige forståelser og idealer som barnevernet formidler i fosterhjemsannonsene. Hvordan fremstiller barnevernet direkte og indirekte det trengende barnet og den gode familien i sine fosterhjemsannonser?

Som teoretisk rammeverk for studien brukes Pierre Bourdieus teorier om felt, kapital, symbolsk makt og de symbolske goders økonomi. Ved hjelp av utvalgte sentrale analytiske begreper forsøker oppgaven å svare på hva annonsene er uttrykk for, hva de setter på spill, igangsetter og produserer av ideologi, symbolsk kapital og makt. Denne forståelsen knyttes opp mot ulike forståelser av barn og barndom. Oppgaven er av kvalitativ karakter og er metodisk forankret i narrativ tekstanalyse. Materialet består av 50 fosterhjemsannonser, der det til sammen annonseres etter fosterforeldre til 75 barn. Analysen konsentrerer seg om et utvalg på 10 annonser.

Analysen viser hvordan annonsene har et gjennomgående fokus og tro på familien som det beste oppvekstarrangementet. *Fosterfamilie* fremstilles som en helbredende kraft, som vil sikre fosterbarna en god og ønsket utvikling. Analysen illustrerer hvordan barnevernet plasserer fosterbarna innenfor en forståelse av at barn er uskyldig, rene, sårbare og med behov for beskyttelse. Det synes som om det er barnas biologiske foreldre som blir tillagt skyld for fosterbarnas problemer og utfordringer. Analysen viser hvordan det kontinuerlig jobbes med språket for å gjøre fosterbarna attraktivt for potensielle fosterforeldre.

Masteroppgave i Sosialt arbeid

Høgskolen i Oslo, Avdeling for samfunnsfag

Summary

PS. Would you like to have another child? A textual analysis of the representation of children, childhood and family life in foster care advertisements of the Child Welfare Services.

This thesis questions and discusses how the Norwegian governmental Child Welfare Services construct children, childhood and family life in their foster care advertisements. The purpose is to describe and discuss actual perceptions and ideals that the Child Welfare Services communicate. How do the Child Welfare Services portray directly and indirectly the needy child and the good family in their foster care advertisements?

The theoretical basis for the study is Pierre Bourdieu's theories on field, capital, symbolic power and the economy of symbolic goods. By use of some of his central concepts the study aims to describe and evaluate the attitudes the advertisements represent, how they produce, initiate and put in play ideology, symbolic capital and power. The issue is discussed in light of different perspectives on children and childhood. The thesis is a qualitative study and its methodology is based on narrative text analysis. The study is based on a sample of 50 foster care advertisements aimed at recruiting foster care parents for 75 children. The analysis is focused on 10 of these advertisements.

The study shows that the advertisements indicate an attitude that signifies focus on and faith in the family as the best arena for raising children. Foster care families are described as a healing power that will secure a good and desired development for the child in foster care. The Child Welfare Services describe the children as innocent, pure, vulnerable and in need of protection. It seems evident that the biological parents are blamed for the problems and challenges that the children face. The analysis shows a continuous linguistic effort to make the foster care children attractive for potential foster care parents.

Masteroppgave i Sosialt arbeid

Høgskolen i Oslo, Avdeling for samfunnsfag

Forord

Veien fram mot en masteroppgave har ikke vært en ensom prosess. Det er mange som har bidratt til at jeg nå er i ferd med å krysse målstreken.

Jeg vil takke veileder, Marit Haldar. Dine kommentarer og tilføring av ny teori har gitt mange spennende utfordringer og mye ny kunnskap. Takk for muligheten til å være med i prosjektet om sykdommers prestisje, gjennom deltakelse i ”prestisje-gruppa”. Takk også til de andre medlemmene av denne gruppa for gode diskusjoner og faglig inspirasjon.

Takk til May, for inspirerende samtaler og kloke innspill. Det har vært en glede å være student sammen med deg. En stor takk til Elisabeth, Nora og Monica som har hjulpet meg med å finne annonser, litteratur og lest korrektur. Takk til Erik for god hjelp med den engelske oversettelsen. Takk til Herdis og til gode naboer som har bidratt slik at logistikken i hverdagen har gått opp.

I et masterløp, som i andre løp, er det godt når noen legger seg foran og drar i de tyngste bakkene. Takk Ida, for at du har hjulpet meg opp de siste tunge kneikene, og helt inn til mål. Kjære Ingri-Hanne. Takk for tiltro, oppmuntring og heiarop. Du er min fremste faglige pådriver og beste venn.

Kjære Terje, Emma og Alfred. Jeg er så takknemlig for dere. Daglig hjelper dere meg til å sette ting i perspektiv. Takk!

Oslo 2011

Kathrine Haugland Martinsen

Innhold:

<i>Bli fosterforelder!</i>	1
1 INNLEDNING	2
1.1 Bakgrunn for valg av tema	2
1.2 Fosterhjemsarrangementet i Norge.....	2
1.3 Bruken av fosterhjem i Norge	3
1.4 Temaets relevans	5
1.5 Problemstilling og forskningsspørsmål	5
2 FORSKNING OM BARNEVERN, FOSTERFAMILIER OG FORELDRESKAP	7
3 TEORI	10
3.1 Pierre Bourdieu.....	10
3.2 Felt.....	11
3.3 Kapitalens former	13
3.4 Symbolsk makt	14
3.5 Symbolske goders økonomi	15
3.6 Biskopens latter	16
3.7 Ulike forståelser av barn og barndom	19
4 TEKSTMATERIALET, METODE OG ANALYSESTRATEGI	21
4.1 Fosterhjemsannonser som tekstmateriale	21
4.1.1 Hva er en annonse?.....	21
4.1.2 Utvelgelsen av annonser.....	22
4.1.3 Utvalg av sitater.....	23
4.1.4 Analysearbeidet	23
4.2 Analysestrategi	24
4.2.1 Fokalisering	24
4.2.2 Tekstens impliserte leser	25
4.2.3 Tekstens overmottaker.....	25
4.2.4 Annonsenes skriver	26
5 ANALYSE – HVA SIER ANNONSENE OM BARNET?	27
5.1 Tekstens skriftersynsvinkel.....	27
5.1.1 Ingrid 13 år (2008).....	27
5.1.2 Boris 11 år (2006).....	29
5.1.3 Kaia, 3 år & Preben, 6 år (2004)	32
5.2 Oppsummering	37

6	ANAYLYSE – HVA SIER ANNONSENE OM HVA ET FAMILIELIV BØR OG IKKE BØR INNEHOLDE?	38
6.1	Leserens rolle	38
6.2	På jakt etter tekstens impliserte leser	38
6.3	Tekstens overmottaker	43
6.3.1	Penger versus kjærlighet	44
6.3.2	Kunnskap versus kjærlighet	47
6.3.3	Et analytisk eksperiment	51
6.4	Oppsummering	52
7	ANALYSE – HVORDAN FÅR ANNONSENE VURDERINGER AUTORITET OG TROVERDIGHET?	53
7.1	Autorisering av annonsene	53
7.2	Inngir alltid barnevernets vurderinger tillit?	57
7.3	Oppsummering	57
8	OPPSUMMERING OG AVSLUTNING	59
8.1	Oppsummering av analysekapitlene	59
8.2	Deltakernes posisjon og status i annonsene	60
8.3	Avslutning	61
9	LITTERATUR	62
10	ELEKTRONISKE RESSURSER	68



Gratulerer med dagen alle mammaer. PS. Kan du tenke deg et barn til?

Bli fosterforelder!

*Kan du gi trygghet, omsorg og kjærighet til et barn som ikke kan bo hos sine egne foreldre?
Da er det mange barn som kan trenge deg på sin vei frem til et voksent liv.*

I løpet av året vil det være 1000 barn og unge som trenger et fosterhjem. Små barn, store barn, ungdom og søsken som ønsker seg et helt vanlig familieliv med hverdager og morsdager og alt annet som hører til.

Kan du tenke deg å bli fosterforelder for et av dem?

Du kan gjøre en forskjell. Bli fosterforelder.¹

¹ Annonse hentet fra Barne-, ungdoms- og familiedirektoratets fosterhjemssider; www.fosterhjem.no.
Lesedato: 15.02.11

² <http://www.fosterhjem.no/Aktuelt/Statistikk-om-fosterbarn-og-fosterhjem/>

1 INNLEDNING

1.1 Bakgrunn for valg av tema

Gratulerer med dagen alle mammaer. PS. Kan du tenke deg et barn til? Denne fosterhjemsannonse illustrerer det som er temaet for denne oppgaven, nemlig å se på hvilke forståelser av barn og familieliv som uttrykkes i barnevernets annonsetekster. Gjennom å se på hvordan barna blir fremstilt i annonsene, samt å se på hvordan de potensielle fosterfamilieene blir beskrevet, kan fosterhjemsannonsene gi et verdifullt bilde av hva som er barnevernets kulturelle ideal knyttet til barn, barndom og familieliv. I dette prosjektet vil jeg derfor undersøke hvordan fosterhjemsannonser konstruerer bilder av fosterbarnet, og hva annonsene sier om foreldre- og familieideal.

1.2 Fosterhjemsarrangementet i Norge

Barn og ungdom som barneverntjenesten vurderer ikke kan bo hjemme, flyttes i hovedsak til et fosterhjem. Dette er et privat hjem som tar imot barn til oppfostring på grunnlag av barneverntjenestens vedtak om hjelpetiltak eller fylkesnemndas vedtak om omsorgsovertagelse. I de senere år har det skjedd en dreining i barnevernets tiltaksapparat, fra å plassere barn og unge på institusjon til å ta i bruk hjemmebaserte tiltak og fosterhjem. Oddbjørg Skjær Ulvik (2007) sier det slik: *”At det er en familiebasert løsning som foretrekkes når barneomsorg bryter de kulturelle standardene, henvises gjerne til som en ”familistisk” tendens i norsk sosialpolitikk, en tendens som da i følge statistikken kan sies å være forsterket rundt årtusenskiftet ”* (ibid:19). I dag oppfattes fosterhjem som det viktigste tiltaket barnevernet har i møte med dem som ikke kan bo hos sin biologiske familie.

Når en i vårt samfunn snakker om familie, tenker en gjerne på kjernefamilien, med mor og far og biologiske barn. Dette oppvekstarrangementet regnes som det naturlige, og har ideologisk forrang (Gillis, 1996, Moxnes, 1990 hos Skjær Ulvik, 2007:16). Kjernefamilien fungerer som en overordnet familiemodell (Levin, 1994:17). Kjernefamilien er også modellen og idealet for arrangementet fosterfamilie. Idealet tydeliggjøres ved at det benyttes betegnelser som vanligvis er forbeholdt kjernefamilien; (foster)mor, (foster)far og (foster)familie.

Samtidig finnes det andre variasjoner av familiearrangementer som relaterer seg til den hegemoniske modellen. Stefamilien, enforelderfamilien og den homoseksuelle familien er alle eksempler på familievarianter som har vokst frem (Stiklestad, 2006:94). Kontrasten mellom kjernefamilie som modell og de ulike familiepraksisene kan være stor. Det kan synes som om

ideen om familiers stabilitet lever videre i folks bevissthet, mer enn den faktiske virkelighet. Irene Levin (1994) har diskutert denne tilsynelatende diskrepansen mellom familiebegrepet på et ideologiplan og familiepraksiser slik det organiseres i det levde liv. Hun sier følgende:

”En kan undre seg over hvordan familiebegrepet har fått ”leve i fred” uten en konfrontasjon med folks virkelighet. En forklaring kan være at en kan slutte seg til et allment akseptert familiebegrep på ideologiplanet, men samtidig forklare det ved at ”akkurat for meg ble det slik og slik”. En blir selv unntaket, og regelen kan fortsette uforandret. På denne måten vil det ikke skje noen endring og definisjonene kan opprettholdes”(ibid:97).

Man kan stille spørsmål om fosterfamilien inngår i konseptet kjernefamilie, eller om den må sees på som en alternativ familievariant. Oddbjørg Skjær Ulvik (2007:19-22) påpeker at selv om fosterfamilier ligner på en helt ordinær familie, så avviker fosterfamilien på mange måter fra den biologiske kjernefamilien. Hun drøfter i denne sammenheng hvordan fosterhjemsarrangementet preges av en midlertidighet. Barna kan bli tilbakeført til sin biologiske familie, fosterforeldrene kan si opp kontrakten med barneverntjenesten og barnevernet kan si opp kontrakten med fosterfamilien. Andre grunnleggende avvik fra andre familier er at fosterforeldre mottar penger for sin innsats, og fosterforeldrene er under sterkere offentlig kontroll enn hva biologisk familie er. Jeg vil benytte meg av Skjær Ulviks (2007) definisjon av det norske fosterhjemsarrangementet:

”Betalt, kontinuerlig omsorg for barn, i offentlig regi, utført av legfolk. Det foregår i private hjem, under profesjonelt tilsyn og bistand. I de fleste tilfeller er arrangementet et tofamiliesystem, ved at barnet jevnlig har kontakt med sin opprinnelsesfamilie. Mulig midlertidighet er premis for relasjonene mellom voksne og barn, og det er et arrangement innenfor familieinstitusjonens rammer” (ibid:22).

Å vokse opp i fosterhjem er en annen barndom enn å vokse opp hos sine biologiske foreldre. Selv om dette omsorgsarrangementet skiller seg fra kjernefamilien, er det samtidig en omsorgspraksis som henter sentrale verdier fra et mer tradisjonelt familiebegrep (Skjær Ulvik, 2007:16). Gjennom den unntakssituasjonen som en fosterhjemsannonse representerer, er det mulig å utforske de idealene barnevernet uttrykker for hva barndom og familieliv skal være.

1.3 Bruken av fosterhjem i Norge

Barnevernfeltet har i senere år vært pålagt gjennom politiske føringer å satse mer på fosterhjem i stedet for tradisjonelle institusjonstiltak (Bunkholdt, Vigdis og Storø, Jan,

2010:167). I den grad det har vært en diskusjon om plasseringstilbudet til barn og unge i barnevernet, har tiltakene fosterhjem versus barneverninstitusjon blitt satt opp mot hverandre. Hjem og familie er idealisert, og institusjon fremstår som det dårligste av alle omsorgsalternativ (ibid:173). Av nyere barnevernsstatistikk kan vi se at den politiske beslutningen om å foretrekke fosterhjem som tiltakstype fremfor institusjon, har hatt ønsket virkning. I 2009 var det 65 prosent flere fosterbarn enn i 1995. I 1995 var det 4959 fosterbarn per 31.12, mot 8164 fosterbarn pr 31.12.09. I den samme perioden er antall plasser ved barnevernsinstitusjoner kraftig redusert. Det vil si at i 2009 bodde 86 prosent av alle barn og unge som var flyttet fra sin familie, i fosterhjem. Det er også en kraftig økning i antall barn som venter på å få et fosterhjem, og spesielt er det en økning i andelen som har ventet over ett år. Statistikken viser at per 31.01.10 hadde barneverntjenesten ikke funnet fosterhjem til rundt 200 av barna som hadde vedtak om plassering. Dette var en økning på over 50 prosent fra året før.² Offisiell statistikk gir ikke en oversikt over antall fosterhjem, men registrerer hvor mange barn og unge som bor i fosterhjem. Siden det i noen fosterhjem er plassert søsken, er antallet fosterhjem noe lavere enn antallet fosterbarn. Men i all hovedsak plasseres også søsken i hvert sitt fosterhjem.³

Det er store kostnadsforskjeller mellom å benytte fosterhjem eller institusjonsplass som barneverntiltak. I 2005 kostet en plass i en barnevernsinstitusjon i gjennomsnitt 1,8 millioner kroner pr år⁴. I et samfunnsøkonomisk perspektiv er det derfor langt rimeligere dersom barnvernet baserer kriseomsorgen på fosterhjem i stedet for institusjon. Samfunnet har også utgifter knyttet til fosterhjemsplasseringer, men i en helt annen skala enn ved institusjonsplassering. Fosterforeldre mottar penger for innsatsen. Det blir ikke kalt lønn, men fosterhjems godtgjøring.

Når det gjelder annonsering av fosterhjemsannonser i lokalpressen, er det rimelig å anta at det har økt i takt med det økende antall barn som barnvernet vurderer trenger fosterhjem.⁵ Selv

² <http://www.fosterhjem.no/Aktuelt/Statistikk-om-fosterbarn-og-fosterhjem/>

³ Per 31.01.10 viste statistikken at det var 20 søskenflokker på to søsken, og to søskenflokker på tre søsken som var planlagt å skulle bo sammen i fosterhjem. (fosterhjem.no) <http://www.fosterhjem.no/Aktuelt/Statistikk-om-fosterbarn-og-fosterhjem/>

⁴ <http://www.ssb.no/barnevernf/> Lesedato:24.05.2011

⁵ Søk på Nasjonalbibliotekets arkiver, viser denne tendensen. Ved å benytte ulike søkeord og kombinasjoner, som "trenger fosterhjem", "søker fosterhjem" og "fosterhjem", gir søket oversikter over antall treff for hvert år. Dette gir imidlertid ikke en sikker oversikt over antall annonserte annonser, men viser likevel en tendens der vi kan se en kraftig økning.

om mange annonser omhandler kun ett barn, er det også flere annonser om søker etter fosterfamilier til flere barn i samme annonse. Det kan være søsken, eller flere barn som barneverntjenesten må finne fosterhjem til i samme tidsrom. Det er derfor ikke sannsynlig at bruken av annonser har hatt tilsvarende økning som antall nye fosterbarn. Det er imidlertid liten tvil om at bruken av fosterhjemsannonser har hatt en kraftig oppsving de senere år.

1.4 Temaets relevans

Fosterhjemsannonser er i motsetning til andre tekster i barnevernet, journalnotater og rapporter, tekster som henvender seg til et bredt publikum. Hensikten er å formidle informasjon om fosterhjem og fosterbarn, slik at potensielle fosterfamiliers interesse fanges i så stor grad at de tar kontakt med barneverntjenesten for å høre mer (Backe-Hansen, 1993:13). Annonnene spiller således en aktiv rolle i barnevernets fosterhjemstiltak.

Synet på familien som den beste oppvekstarenaen for barn og unge, er et eksempel på et grunnleggende premiss innen dagens barnevern. Ideen om at barn har det best i en familie, også når man ikke kan bo hos sin egen familie har, som statistikken viser, ført til at antall barn og unge i fosterhjem har steget kraftig. Det er i dag flere hundre barn og unge som venter på å få tildelt et fosterhjem. Man kan på denne måten forstå fosterhjem som et knapt gode, som det er kamp om å få tilgang til. Barneverntjenesten er avhengig av å få tak i ”vanlige folk” som kan åpne hjemmet sitt og ta i mot et barn som av en eller annen grunn ikke kan bo hos sin egen familie. I barnevernets kamp for å få tak i familier, blir annonsering i dagspressen benyttet som et virkemiddel for å få tak i potensielle fosterforeldre.

1.5 Problemstilling og forskningsspørsmål

Barneverntjenesten representerer samfunnets normative standarder for hva som er akseptabel barndom og akseptabelt familieliv. Selv om de normative standardene ofte er ideer som blir tatt for gitt, er barnevernet i følge barnvernslovgivningen pålagt å vurdere hvem som faller utenfor standardene. I fosterhjemsannonser kan man tenke seg at naturaliserte forestillinger om normative standarder finnes. Vi kan si at annonsene er en kort tekst som er fortettet med ideologi og som kan være en rik kilde til å få tak i barnevernets forståelse knyttet til barn og familieliv. En viktig intensjon med oppgaven er å vise hvordan språket benyttes, og mening skapes i barnevernets annonsetekster. Det har ført meg til følgende problemstilling:

”Hvordan konstruerer fosterhjemsannonser bilder av fosterbarnet og hva sier annonsene om foreldre- og familieidealer?”

Jeg har operasjonalisert denne problemstillingen til tre forskningsspørsmål. Disse vil strukturere analysekapitlene i oppgaven:

- (1) Hva sier annonsene om barnet?
- (2) Hva sier annonsene om hva et familieliv bør og ikke bør inneholde?
- (3) Hvordan får annonsenes vurderinger og holdninger autoritet og troverdighet?

Bakgrunnen for min interesse er ikke begrunnet i en idè om at barnevernet misbruker sin myndighet, eller gjør et dårlig arbeid. I arbeidet med å analysere de fenomenene som kommer til uttrykk i annonsetekstene, er målet at den innforståtheten som preger barnevernets forståelse skal bli mer synlig. Jeg er av den oppfatning at fosterhjemssannonsene kan være en god kilde til å forstå mer allmenne forestillinger om god barndom og godt familieliv i vår kultur. Dette er i tråd med en forståelse av at barn og barndom er en sosial konstruksjon. Det er et sosialt og kulturelt produkt, der ulike kulturer setter ulike rammer for hvilken barndom barn sosialiseres inn i (James og Prout, 1997, James og James, 2004, Gulbrandsen, 2006).

2 FORSKNING OM BARNEVERN, FOSTERFAMILIER OG FORELDRESKAP

Det finnes mye og variert forskning om barnevern⁶. Jeg vil gi en kort presentasjon av et utvalg nyere forskning på området. Denne presentasjonen er på ingen måte uttømmende, men jeg mener den skaper en god bakgrunnsforståelse for mitt tema i denne oppgaven.

I 2008 publiserte Sten-Erik Clausen og Lars B. Kristofersen en analyse av den norske barnevernsstatistikken for perioden 1990-2005. Denne har fokus på hvordan det går med barnevernsbarna som voksne, sammenliknet med personer som ikke hadde vært i barnevernet. Dataene viste at det går relativt dårlig med en stor andel tidligere barnevernsbarn. Færre har høyere utdanning og høy inntekt, og flere har mottatt sosialhjelp og vært arbeidsledige enn de som ikke har vært klienter i barnevernet.

En del forskning har hatt fokus på stabilitet eller mangel på stabilitet i plasseringer utenfor hjemmet. Jeg vil vise til Toril Havik og Øivin Christiansens studier (2009). De har sett på hvordan plasseringer utenfor hjemmet ble gjennomført for i alt 74 barn, hvor mange flyttinger barna erfarte innefor barnevernet, og hvor mange tilbakeføringer som ble etterfulgt av ny plassering. Det viste seg at barn plassert i fosterhjem hadde færrest flyttinger, og deres livssituasjon ble ansett til å være forholdsvis stabil. De barna som var plassert på institusjon hadde derimot mange flyttinger bak seg.

Det finnes forholdsvis lite litteratur og forskning om rekruttering, matching og veiledning av fosterhjem (Backe-Hansen, Elisabeth, Tine Egelund og Toril Havik, 2010:76). Imidlertid ble det i 2007 foretatt en norsk evaluering av PRIDE⁷ (Havik, Toril, Jakobsen, Reidar, Moldestad, Bente, 2007), der hovedkonklusjonen på evalueringen var at deltagerne var tilfredse med denne opplæringen. Evalueringen ser imidlertid ikke på om opplæringen har hatt effekter for

⁶ Temaer som blir omtalt i norsk barnevernforskning, der fosterhjemsforskningen er en underkategori, er blant annet: fosterbarns sosiale bakgrunn, effekter av fosterhjems plasseringer, slekts plasseringer, fosterbarns fysiske og psykiske helse, plasserte barns skolegang, plasserte barn og unge med minoritetsbakgrunn, stabilitet og ustabilitet i plasseringer, ettervern, rekruttering, matching og veiledning av fosterhjem. Forskningen bygger på både kvantitative og kvalitative data.

⁷ PRIDE er et rekrutterings- og opplæringsprogram til potensielle fosterforeldre. PRIDE kurset opererer med fem ferdighetskrav: Oppdra og gi god omsorg, støtte barns utvikling og håndtere forstyrrelser i utviklingen, støtte forholdet mellom barn og familiene deres, gi barn mulighet til å etablere trygge, varige bånd og å kunne samarbeide.

hvordan fosterforeldrene møter og håndterer oppgavene i praksis. Sinclair og Wilson (2003) analyserer forutsetninger for at fosterhjems plassering skal lykkes. Forfatterne tematiserer hvilke kjennetegn ved barna, fosterforeldrene og samspillet mellom dem som bidrar til dette. En slik matching handler om å finne, og dermed styrke aspekter ved fosterhjems plasseringer som man vet øker sannsynligheten for at plasseringen lykkes over tid. En fosterhjemsannonse er gjerne første mulighet i en slik prosess.

Mye av barnevernsforskningen kan kalles modernistisk i den forstand at den forholder seg til samfunnsfenomener som noe som er gitt (Fransson, 2008: 17). Det er imidlertid ikke denne type forskning som er mest relevant for mitt prosjekt. Jeg ønsker med min oppgave å bidra til en refleksjon over barnevernets forståelse av barn, barndom og familieliv, og som kommer til uttrykk i barnevernets fosterhjemsannonser. I dette ligger det en forståelse av at fag og forskning ikke kan representere en verdinøytralitet, men at forskning også kan sees på som kulturell praksis (Skjær Ulvik, 2009:25). Jeg vil derfor vise til noen empiriske studier som utforsker omsorg, forståelser og selvkonstruksjoner i spesifikke kontekster og som er relevant for forståelsen av norsk fosterfamilieliv.

I boken ”*Seinmoderne fosterfamilier*” fra 2007, foretar Oddbjørg Skjær Ulvik en kulturpsykologisk studie av barn og voksnes fortellinger. Boken er en bearbeidet utgave av hennes avhandling til dr. psychol -graden fra 2005. Skjær Ulvik studerer hvordan barn og voksne i dagens fosterfamilier forstår og utformer et felles hverdagsliv, og hun ser på hvilke type relasjoner de har mulighet til å danne innenfor de institusjonelle rammene som fosterfamilier har. Sentrale spørsmål hun stiller, er hvordan fosterfamiliene forholder seg til penger, kjærlighet og arbeid, og hun ser på hvordan medlemmene i en fosterfamilie jobber med å komme fram til hvem de skal være for hverandre. Skjær Ulvik presenter funnene gjennom fire temaer: Fosterbarns selvkonstruksjon, fosterforeldres forståelse og utforming av sitt fosterforeldreskap, utforming av relasjoner, og fosterforeldres utviklingsmål og utviklingsstrategier. Hun er opptatt av fosterbarns og fosterforeldres meningskonstruksjon. I denne oppgaven er jeg opptatt av barnevernets barne- og familiekonstruksjoner. Mitt prosjekt berører likevel mange av de samme temaene som er diskutert i avhandlingen til Skjær Ulvik.

Elisabeth Fransson har i flere artikler sett på språkets betydning i en barnevernfaglig sammenheng, særlig med fokus på ungdommer med erfaring fra barnevernsinstitusjoner (se for eksempel Fransson, 1997 og 2003). Dette er også tema for hennes avhandling, for ph.d.-

graden, fra 2008: *”Fortidens tyngde – om selvarbeid under opphold og utflytting fra ungdomshjem”* der hun utforsker ungdommers selvkonstruksjon. Undersøkelsen fokuserer på livet i ungdomshjem, og synliggjør ulike typer av selvarbeid i overgangen fra institusjon og utflytting. Franssons arbeid viser hvordan de unges selvarbeid er knyttet til deres problematiske fortidserfaringer. Det er særlig interessant for mitt prosjekt å se hvordan ungdommer som har erfaring å vokse opp i et annet oppvekstarrangement enn familien, snakker om seg selv og sin fortid, og hvordan de forhandler med andre om hva fortiden må og kan bety. Fosterhjemsannonser er tekster som også kan sies å være med på å konstruere barnas fortid. Det er offentlige tekster, der barnevernets formidlig av barnet, biologiske foreldre og fosterfamilien, vil kunne spille en rolle i fosterbarnas arbeid med sin selvkonstruksjon.

I Nicole Marie Hennums dr. polit- avhandling fra 2002: *”Kjærligheten og autoritetens kulturelle koder. Om å være mor og far for norsk ungdom”* blir foreldreskap undersøkt ved å dekonstruere begrepene kjærlighet og autoritet i en familiekontekst. Selv om ikke avhandlingen eksplisitt omhandler barnevern og relasjoner i fosterfamilier, mener jeg hennes undersøkelser av det generelle foreldreskapet gir verdifullt bidrag til å analysere barnevernets konstruksjoner av fosterforeldreskap i annonsene. For mitt prosjekt er det særlig relevant å se på hvordan Hennem analyserer kjærlighetens koder. Hun påpeker at når kjærlighet omtales, så beskrives den sjelden. Det tas for gitt at alle vet hva kjærlighet til et barn innebærer. Kjærligheten blir imidlertid like fullt vurdert, selv om den ikke blir beskrevet. Det kommer gjerne til uttrykk gjennom adjektiv som ”for mye” eller ”for lite” kjærlighet. I slike utsagn ligger det en implisitt antakelse om at det finnes en riktig og en feil kjærlighet, og en passende og en upassende kjærlighet. Avhandlingen viser at omsorg ofte sidestilles med kjærlighet. Dårlig omsorgsevne kan derfor lett sidestilles med manglende kjærlighet til et barn.

3 TEORI

Jeg vil i dette kapitlet redegjøre for den overordnede teorien som benyttes i denne oppgaven, og som danner bakteppe for drøfting av analysefunnene. Jeg vil starte med Pierre Bourdieu (1930-2002) og hans teorier om felt, kapital, symbolsk makt og de symbolske goders økonomi. Siden oppgaven omhandler hvordan barnevernet konstruerer bilder av fosterbarn vil jeg kort presentere et utvalg av ulike forståelser av barn og barndom. For å kunne vise koblingen mellom den valgte teori og min analyse, er det nødvendig å si noe om barnevernsfeltet som kontekst for analysen av fosterhjemsansønsene.

3.1 Pierre Bourdieu

Pierre Bourdieu er kjent for sine teorier om det sosiale spillet (Sørensen, Anne S., 2008:76). Han var særlig opptatt av urettferdigheten i samfunnet, og hvordan denne urettferdigheten stilletidende blir akseptert. Bourdieus gjennomgående prosjekt har vært å avdekke de strukturene for makt og dominans som ubevisst omgir oss. Mange av hans sentrale artikler avdekker tilslørte former for makt og skjulte former for vold. Han viser hvordan mennesker kan kjenne en sannhet, men late som vi ikke gjør det. Denne dobbeltheten finnes også i forskjønningen, den såkalte eufemiseringen av sosiale relasjoner, der bytter skjules som gaver, særinteresser som universelle interesser og maktforhold som gjensidighet (Bourdieu, 1996:78-109).

Toril Mois` (2002) anvendelse av Bourdieus teorier har inspirert meg til å benytte en bourdieusk tilnærming når jeg skal studere barnevernets konstruering av fosterfamilier som en måte å skape barndom på. I artikkelen *"Å tilegne seg Bourdieu"*, tar Moi utgangspunkt i de bourdieuske begrepene sett i forhold til en feministisk analyse. Hun forsøker å tilegne seg dette teorikomplekset med sikte på å overta det, og benytte det til feministiske forhold (Moi, 2002:252). Moi begrunner at hun har valgt Bourdieu, *"fordi hans teorier gir muligheter for å analysere kulturspesifikke, håndfaste analyser av de avgjørende sosiale faktorene i feltet vi undersøker"* (ibid:253). Bourdieus mikroteori om sosial makt er fruktbar med tanke på å gjøre analyser av hvordan sosiale maktforhold "gjøres" og utføres helt konkret, gjennom å undersøke de daglige og trivielle gjøremål. Slik presenterer Moi Bourdieus teorier som en unik tilnærming, som kan tilby perspektiver for undersøkelser på flere nivåer av den sosiale orden. Med Toril Mois anvendelse av Bourdieus teorier som en inspirasjonskilde, mener jeg at hans ideer også kan gi verdifulle bidrag når jeg skal analysere det utvalget av

fosterhjemsannonser materialet mitt består av. Med et bourdieusk blikk kan jeg analysere hvilke ideologer knyttet til barn, barndom og familieliv som står på spill.

3.2 Felt

Bourdieu har to hovedbegreper for objektive sosiale strukturer som begge bygger på hans kapitalbegrep; sosiale rom og sosiale felt. Det sosiale rom omfatter hele samfunnet, fordeling av ressurser og klassestruktur. Et felt kan defineres som et nettverk, eller som det indre forhold av objektive relasjoner mellom posisjoner (Bourdieu og Wacquant, 1995:82). Moi forklarer Bourdieus feltbegrep som et konkurransesystem av sosiale relasjoner som fungerer ut fra egne regler og logikk (Moi, 2002:255). Solli betegner feltbegrepet som en avgrensning av en arena som holdes sammen gjennom felles interesser, og som danner utgangspunkt for konflikter (Solli, 1998:247). I følge Bourdieu er et felt en sosial konstruksjon som må utforskes konkret i hvert enkelt tilfelle, og grensene for feltet kan ikke fastslås uten en empirisk undersøkelse (Bourdieu og Wacquant, 1995:86). Et felt kan defineres bredt, som for eksempel det vitenskapelige feltet og det politiske feltet, eller mer snevert som å definere sosialt arbeid som et felt og barnevernet som et felt. Det avgjørende for at noe skal kunne kalles et felt, er at det må finnes noe å konkurrere om og det må være folk som er villig til å spille spillet (Moi, 2002:255).

Bourdieu er opptatt av relasjonene som inngår i feltet, og han benytter metaforen spill når han taler om felt. Aktørene i feltet har investert i spillet som foregår i det aktuelle feltet. Denne investeringen gjør at de vil og må delta i spillet. Målet med spillet er å vinne, og dermed få den legitimitet og makt som er nødvendig for å bestemme spillereglene (ibid:255). Når man trer inn i et felt har man med seg en rekke ressurser i form av tidligere utdanning, måter å være på, bekjentskaper med mer. Noen av disse ressursene har mer verdi enn andre, og gir et fortrinn i kampen om goder og posisjoner. De ressursene som gir et slikt fortrinn kaller Bourdieu for kapital. Spillet som utspiller seg i feltet handler om å tilkjempe seg dominans innenfor feltets grenser. Ved å være den som har makt til å fordele legitimitet mellom spillerne, kan en slik dominans oppnås. De dominerende i feltet tvinger gjennom sin smak. I et stabilt samfunn vil den orden som finnes etter hvert fremstå naturalisert og dermed selvfølgelig. En slik tilstand kaller Bourdieu for doxa (Bourdieu og Wacquant, 1995:83, Solli, 1998:242).

Bourdieu's teorier om felt kan synes relevant for mitt prosjekt, fordi det kan sette meg i stand til å analysere fram hva det kjempes om i annonsetekstene. Bakgrunnen og konteksten fosterhjemsannonsene står i, er at sentrale barnevernmyndigheter har gitt føringer om å redusere institusjonsbruk til fordel for mer bruk av fosterhjem. Annonsene illustrerer dette, og denne konteksten bidrar til at de er offensive i sin form. Vi kan si at barnevernet er et felt, nettopp fordi barnevernet er et område der flere har felles interesser. Det foregår kamper om å bestemme hva som til enhver tid er gyldig kunnskap, riktige prioriteringer osv. De ulike aktørene er blant annet politiske myndigheter, representanter fra sosialarbeiderprofesjonene, fagforeninger, brukerorganisasjoner og enkeltindivider. Maktforholdet i barnevernfeltet er som i alle andre felt bestemt av kapitalfordelingen. Det er ikke alle som har mulighet til å bestemme om for eksempel en familie er innenfor eller utenfor barnevernets normative standarder. Disse standardene er heller ikke entydige og objektive størrelser. Hvordan et barn, foreldre og familier plasserer seg, og blir plassert i forhold til disse normative standardene er langt på vei basert på skjønn og tolkninger. Det er de aktørene med mest makt i barnevernfeltet som har myndighet til å tolke og definere hva en god barndom skal inneholde, hva som er gode foreldre- og familieidealer og hva som ikke er det.

Feltet baserer seg på et doxa, det vil si noe som alle aktørene ser på som verdifullt og som det derfor ikke stilles spørsmålstegn ved. Relasjonene mellom de ulike posisjonene påvirkes av feltets logikk og feltets doxa. I en totalt doxisk situasjon vil en gitt orden fremstå fullstendig naturalisert. Andre begreper som Bourdieu benytter seg av er ortodoksi og heterodoksi. Ortodoksi er forsøkene på å forsvare doxa og heterodoksi er forsøkene på å utfordre doxa. I motsetning til doxa vedkjenner implisitt de to andre posisjonene muligheten for en annen orden (Moi, 2002:259). De i feltet som er anerkjent med mektig kapital blir talsperson for doxa. De kjemper for å få plassert de som utfordrer makten til en stilling som heterodoksa, som er utstyrt med mangelfull kapital og er aktører som ikke kan få innvilget talerett. Moi (2002) forklarer utviklingen som skjer på følgende måte: *"De mektige innehaverne av symbolsk kapital blir til utøvere av symbolsk makt og således av symbolsk vold"* (ibid:256). Dette blir stilletidende anerkjent av alle i feltet, også av dem som ønsker å utfordre de som har makten. Når symbolsk vold kan utføres uten protester, er det fordi symbolsk vold er legitim og derfor umulig å gjenkjenne som vold (ibid:257).

Med dette som utgangspunkt vil jeg gå videre til å se nærmere på Bourdieus kapitalbegreper; økonomisk-, kulturell-, sosial- og symbolsk kapital. Jeg velger å redegjøre for Bourdieus

kapitalbegreper under ett, da det ikke kapitalens ulike former jeg primært benytter meg av i mitt prosjekt.

3.3 Kapitalens former

Bourdieu viser til at innen et sosialt felt utspiller det seg konflikter der de ulike aktørene i feltet prøver å forsvare og/eller forbedre sine posisjoner. Aktørene vil enten forsøke å tilegne seg mest mulig av den for tiden gjeldende kapitalen på feltet, eller alternativt forsøke å redefinere hva som skal gjelde som kapital på et felt. Hvilken strategi man velger er avhengig av hvilken posisjon man har i feltet (Bourdieu og Wacquant, 1995:85-88). Her kommer Bourdieus kapitalbegreper inn. Kapitaltypene i form av økonomisk-, kulturell-, sosial- og symbolsk kapital er gyldige i alle felt, men den relative verdien de har, varierer ut fra hvilket felt det er snakk om (ibid:83).

Økonomisk kapital er penger og annet som lett kan omsettes til penger. Selv om økonomisk kapital er den kapitalformen Bourdieu bruker minst plass på, understreker han like fullt at det til syvende og sist er denne kapitalen alt handler om. I *Kapitalens former* sier han det slik: *”Økonomisk kapital er roten til alle de andre typene kapital”* (2006:22).

Kulturell kapital finnes i tre former: den objektiverte, den institusjonaliserte og den kroppsliggjorte. Overføring av kulturell kapital, og da hovedsaklig den kroppsliggjorte, fra en generasjon til en annen er ubevisst og tilslørt og er dermed *”forutbestemt til å fungere som symbolsk kapital, det vil si å miskjennes som kapital og anerkjennes som legitim kompetanse”* (Bourdieu, 2006:11). Eksempler på den objektiverte kulturelle kapitalen, er symbolske goder i objektiv form, for eksempel bøker, paradigmer eller metoder. Felles kjennetegn er at dette har materialisert seg som noe som er verdifullt i seg selv, uavhengig av spesifikke aktører. Eksempler på institusjonaliserte kulturell kapital, kan være symbolske goder som i formen er institusjonalisert, som titler, diplomer og legitimasjoner. Dette er en persons formelle bevis på ens kulturelle kapital. Eksempler på kulturell kapital i kroppsliggjort form er habitus, som kan defineres som *”(...) en ytre rikdom som er konvertert til en integrert del av personen”* (Bourdieu, 2006:10). Bourdieu omtaler det også ofte som disposisjoner. Dette er noe man blir sosialisert inn i, først og fremst fra hjemmet.

Der den kulturelle kapitalen består av symbolske goder, består den sosiale kapitalen av innflytelsesrike relasjoner. Sosial kapital kan også innta formen av symbolsk kapital, og er da med på den tilslørte prosessen som til syvende og sist kan utgjøre symbolsk vold.

Bourdieu (1996) forklarer symbolsk kapital slik: *”det er hvilken som helst egenskap som oppfattes av sosiale aktører med persepsjonskategorier som er slik at de er i stand til å kjenne den og til å anerkjenne den, til å gi den verdi”* (ibid:61). Symbolsk kapital er en symbolsk gjennomslagskraft som legger seg på toppen av de andre kapitalformene. Desto mer en aktør har av økonomisk, sosial og kulturell kapital, desto mer symbolsk kapital har vedkommende. Hva som avgjør den symbolske kapitalen avhenger av feltet som vedkommende befinner seg i. Det er fullt mulig å ha lite symbolsk kapital i ett felt, men mye i et annet.

3.4 Symbolsk makt

Symbolsk makt er makten til å skape verden gjennom oppfatningen av den (Bourdieu, 1996). Bourdieu definerer symbolsk makt som *”en makt til å konstituere det gitte gjennom utsagn om det, til å få andre til å se og til å tro på en verdensoppfatning, til å bekrefte den eller til å forandre den, og gjennom verdensoppfatningen også handlingen i verden, og dermed verden selv”* (ibid:40). Den symbolske makten fremstår som magisk. Ved å ha symbolsk makt kan en oppnå det samme som en kan oppnå med fysisk eller økonomisk styrke, men i dette tilfellet med de undertryktes godkjennelse (ibid:45-46).

Bourdieu viser at staten er i en særstilling når det gjelder å ha symbolsk makt. Byråkratiet er i følge Bourdieu et rasjonelt instrument som har i oppgave å realisere felles interesser (Bourdieu, 1996:52). Barnevernet kan være et eksempel på en byråkratisk institusjon som på vegne av staten har fått et mandat til å vurdere om barns omsorgssituasjon er innenfor det som regnes som god nok omsorg. Denne institusjonelle makten kan ikke komme i stand uten en konsentrasjon av en symbolsk kapital i form av anerkjennelse og legitimitet (ibid, 58). I henhold til Bourdieu er denne anerkjennelsen og legitimiteten avhengig av at de som representerer staten og som eksempelvis har til ansvar å sikre at barn lever innefor de normative standardene staten har satt, er i stand til å gjøre det uten å tilrane seg goder. Statens representanter må lett kunne identifiseres gjennom *”uniformer”* og *”merker”*: *”Fogden må bære hans uniform, benytte seg av hans emblemer, forkynne påbudene i hans navn”* (Bourdieu, 1996:58).

Hvis vi tenker oss barnevernet som institusjon, så har staten her et suverenitetsområde, en enerett til å bestemme om familier er innenfor eller utenfor normen for hva barndom og familieliv skal være eller ikke være. De byråkratiske institusjoner og representanter har tilgang til statens symbolske kapital og deres handlinger blir autoritetshandlingene. Det kan være legen som signerer en sykemelding, en barneverntjeneste som annonserer etter fosterforeldre til et barn, eller en prest som erklærer noen som rette ektefolk. Handlingene er i følge Bourdieu vilkårlige, men handlingene erkjennes ikke som det (Bourdieu, 1996:66). Dette perspektivet ønsker jeg å benytte meg av når jeg videre skal undersøke hvordan fosterhjemsannonsene vurderinger får autoritet og troverdighet.

3.5 Symbolske goders økonomi

Jeg vil i dette avsnittet mer spesifikt ta for meg Bourdieus artikkel om *De symbolske goders økonomi* (Bourdieu, 1996:167). Jeg har til hensikt å vise Bourdieus analytiske perspektiv og hvordan hans prosjekt byr på tilnærminger som kan være fruktbare i undersøkelsen av de forståelser av fosterbarn og familieliv som kommer til uttrykk i annonsetekstene. For min analyse er det et viktig poeng at perspektivet tilbyr måter å gå til annonsetekstene på, og at det kan bidra til å kaste lys over hva fosterhjemsannonsene sier om hva et familieliv bør og ikke bør inneholde.

Bourdieu avdekker her de allmenne prinsippene for den symbolske økonomien. Hans analyser av gavebyttet står som et sentralt element i denne økonomien. Nesten alle samfunn erkjenner stilletiende at en ikke kan gi en gave tilbake med det samme en har mottatt gaven, for dersom en umiddelbart gjør det, vil det være det samme som å avvise gaven. Det er tidsintervallet fra en mottar en gave til en gir en gave tilbake, som spiller en avgjørende rolle. Tidsintervallet legger inn en beskyttende avstand mellom gaven og gjenytelsen. Dermed er det mulig for ”*to perfekt symmetriske handlinger å framtre som unike og uforbundne*” (Bourdieu, 1996:80). Det som i følge Bourdieu er viktig med gavebyttet, er at ”*gjennom det innlagte tidsintervallet arbeider de to som deltar i byttet, uten å vite det, og uten å avtale det, med å tilsløre eller fortrenge den objektive sannheten om det de gjør*” (ibid:81). Det første kjennetegnet ved de symbolske byttenes økonomi er nettopp at det dreier seg om virksomheter med doble sannheter som er vanskelig å holde sammen (ibid:81). Det andre kjennetegnet er at det er umulig eksplisitt å uttrykke hva en gave virkelig koster. Dersom det skjer, vil det i følge Bourdieu ødelegge byttet. Når vi fjerner prislappen på en gave før vi gir den, så er det et

utrykk for dette. Når gaver byttes, må prisen forbli implisitt. Den objektive sannheten om gavebyttet er i en forstand en " (...) *common knowledge*": "Jeg vet at du vet at når jeg gir deg noe, så kommer du til å gi meg noe tilbake osv. Men det som er sikkert, er at å gjøre denne offentlige hemmeligheten eksplisitt er tabu" (ibid:83).

Siden hver enkelt av oss har kroppsliggjort de sosiale mekanismene er det umulig å avsløre dette hykleriet. (Bourdieu, 1996:83). Det er særlig tabu å anvende penger ved noen former for bytter. En bør for eksempel ikke gi penger til partneren sin umiddelbart etter sex, eller betale barna sine direkte for at de skal si at de er glad i deg. Det er også umulig å betale barna for å få en klem eller et smil. Her spiller også tiden en avgjørende rolle. Selv om det synes umulig å skulle legge igjen en bunke med pengesedler på nattbordet etter en heftig natt med partneren, så er det fullt mulig å kjøpe med seg blomster eller en annen gave med hjem etter arbeidsdagen. Den eneste muligheten som finnes i de symbolske goders økonomi, er enten å la den økonomiske interessen forbli implisitt, eller en kan uttale den, men da bare i en eufemisert form, det vil si i et benektende språk (ibid:84).

Det er særlig interessant for min analyse av fosterhjemsannonser å se nærmere på Bourdieus studie av de virksomheter der økonomi er tabu, og der han viser hvordan et objektiverende språk blir benyttet som strategi. Hvilke "gaver" byttes og hvordan foregår dette byttet? Er det slik at fosterfamiliearrangementet kan betegnes som en virksomhet med doble sannheter? Og hvordan kommer det i så fall til uttrykk i annonsetekstene? Min forforståelse er at barnevernets forhold til økonomi er ambivalent. I barnevernets sammenheng er det legitimt å snakke om økonomi og penger i budsjettssammenheng, men når det gjelder økonomi og penger knyttet til relasjon til det enkelte barn og familie er det tabu.

3.6 Biskopens latter

I kapittelet om *Biskopens latter* vier Bourdieu særlig oppmerksomhet til religiøse virksomheter som har en økonomisk dimensjon, men som er grunnlagt på fornektelse av økonomi. Når en kirketjener pynter alteret med blomster så vet han hva arbeidet han utfører er verdt i henhold til en rengjøringsassistents tariff. Men samtidig så slutter kirketjeneren seg til det religiøse spillet, og nekter å sammenligne sitt religiøse arbeid med arbeidet til en rengjøringsassistent (Bourdieu,1996:100). Bourdieu sier det slik: "Denne formen for dobbelt

bevissthet er uten tvil felles for alle sosiale aktører som deltar i det økonomiske univers og samtidig i et eller annet anti-økonomisk univers” (ibid:100).

Å gjøre sannheten tydelig innebærer imidlertid en ødeleggende forvandling, nettopp fordi hele logikken hviler på et tabu mot å gjøre økonomien tydelig. Det vil rukke ved hele kirkens identitet, dersom en begynner å kalle henne som setter fram stoler i kirken for en ubetalt hushjelp, fordi denne virksomheten bygger på at religiøse handlinger inneholder et annet mål enn lønn. For dem som utfører handlingene, så ligger takken i å utføre disse hellige oppgavene (Bourdieu, 1996:104). Betegnelsen *Biskopens latter* stammer fra Bourdieus oppdagelse av at når biskoper snakker om kirkens økonomi, så lo de gjerne. Denne latteren blir et symbol på det eufemiseringsarbeidet som foregår. Sannheten om den religiøse bedrift er at den har to sannheter, den økonomiske og den religiøse. Den religiøse bedriften forneker permanent den økonomiske (ibid:101). *”Jeg utfører en økonomisk handling, men jeg vil ikke vite det, og jeg utfører den på en slik måte at jeg kan si til meg selv og til andre at det ikke er en økonomisk handling – og jeg kan bare være troverdig overfor andre dersom jeg tror det selv” (ibid:102).*

Bourdieu (1996) viser videre i sin analyse av de symbolske goders økonomi, at produksjonsforholdene i religiøse firmaer fungerer ut fra en familiemodell. Ved å behandle andre som brødre, blir den økonomiske dimensjonen ved forholdene parkert. De sosiale relasjonene blir forvandlet til åndelige slektskapsrelasjoner, der den økonomiske dimensjonen er tabu. Logikken som det frivillige arbeidet er bygget opp av, gir i følge Bourdieu rom for utbytting. Dette er særlig gjeldende når en kan kalle en oppgave for hellig. Eksempelvis å trille rullestolene til de syke under en pilegrimsferd er en veldedig handling som er et mål i seg selv, og som fortjener sin lønn i det hinsidige. Oppgavene blir sett på som et privilegium (ibid:103-104).

De symbolske godenes økonomi fortrenger og sensurerer de økonomiske interessene. Derfor må enten den økonomiske sannheten (prisen) skjules på en aktiv eller passiv måte, eller forbli uklar. De strategiene og virksomhetene som er karakteristiske for de symbolske godenes økonomi er derfor alltid tvetydige. De har alltid to ansikter, som tilsynelatende også står i motsetning til hverandre. *”Denne dobbeltheten av sannheter som gjensidig utelukker hverandre, likeså mye i praksis som i omtale (eufemisme), må ikke anses som dobbeltspill, som hykleri, men som en fornektelse som sikrer at motsetninger kan sameksistere” (Bourdieu,*

1996:108). For at dette arbeidet med fornektning og fortrenning skal kunne lykkes, fordrer det et kollektivt arbeid der aktørenes habituser samsvarer. Det er et samsvar som ikke er kommet i stand ved hjelp av diskusjoner og tautrekking, men er et resultat av at de disposisjonene som aktørene har er samstemte. Et slikt kollektivt fortrenningsarbeid er bare mulig dersom aktørene er utstyrt med de samme persepsjons- og verdsettelseskategoriene; den delte doxa (ibid:108). Siden de symbolske godenes økonomi er grunnlagt på tro, ligger grunnlaget for både en reproduksjon av økonomien og et sammenbrudd av økonomien, at troen enten reproduseres eller bryter sammen.

Dette eufemiseringsarbeidet som foregår der den symbolske goders økonomi råder, er svært krevende og som det legges mye arbeid i. Eufemiseringsarbeidet må kontinuerlig opprettholdes. Tiden og energien går til å omforme en aktivitet med en økonomisk dimensjon til en hellig oppgave. Det er ikke slik at det er den enkelte aktør som er ansvarlig for dette bedraget, eller bevisst går inn for å lure. Selvbedragsarbeidet som Bourdieu kaller det, er et kollektivt arbeid. Et arbeid som blir understøttet av *"en helhet av sosiale hjelpeinstitusjoner, hvorav den første og mektigste er språket"* (Bourdieu, 2006:107). I følge Bourdieu er ikke språket bare et uttrykksmiddel, men også et prinsipp for strukturering som fungerer med støtte fra den gruppen det gjelder (ibid:107). Det er det doxiske som er kroppsliggjort og som resulterer i disse sosiale mekanismene.

En kan tenke seg at barnevernets arbeid med å tilpasse fosterfamiliearrangementet til den doxiske familiekonstruksjonen, er et krevende eufemiseringsarbeid. Det må blant annet jobbes med språket for at det skal kunne passe innenfor det som er mulig å si, uten at tabuene brytes. Et fosterhjem har mange av de samme kjennetegnene som kjernefamilien, men det er også noen sider ved fosterhjemarrangementet som kommer mer eksplisitt til syne der, enn i familier ellers. Økonomi er et eksempel på et forhold som er mer synlig til stede i dette arrangementet. Ved hjelp av Bourdieus teorier om de symbolske goders økonomi og det eufemiseringsarbeidet som skjer i virksomheter med doble sannheter, vil jeg analysere hva fosterhjemsannonsene sier om hva et familieliv bør og ikke bør inneholde.

Denne oppgaven handler også om barnevernets holdninger til barn og barndom. Før jeg går i gang med selve analysearbeidet, vil jeg presentere noen ulike forståelser av barn og barndom som kan ha betydning for de forståelser barnevernet uttrykker av fosterbarna i de utvalgte annonsene.

3.7 Ulike forståelser av barn og barndom

Hva er et barn? Med dette spørsmålet innleder Ivar Frønes boken *”Den norske barndommen”* fra 1998. Det kan kanskje virke som et overflødig spørsmål, siden vi alle vet hva et barn er. Spørsmålet peker imidlertid mot en forståelse av barn og barndom som en sosial konstruksjon. ”Hva er et barn”, blir derfor et spørsmål med mange svar, avhengig av hvilket samfunn og hvilken tidsepoke man spør (Frønes, 1998:10). Hva vi forstår og tenker om barn og barndom er ikke noe som ligger fast. Philippe Aries var først ute med å hevde at barndom er et sosialt konstruert fenomen (Aries, (1960) 1980:158, Prout, 2008: 23). I boken *”Barndommens historie”* beskriver han et skifte i synet på barn fra middelalderen mot 1500- og 1600-tallet. I middelaldersamfunnet fantes ikke barndomsfølelsen og barn hadde i liten grad sosial status. Dette endret seg i følge Aries, på 1500-1600- tallet. Nå forsøkte man å trenge inn i barnets mentalitet og det utviklet seg en interesse for barnets psykologi (Aries, (1960) 1980:157). Frønes (1998) hevder at barn i førindustriell tid ble betraktet som små voksne. Barna deltok i alle livets begivenheter og ritualer. Det var først med innføringen av den moderne kapitalismen i siste halvdel av 1800-tallet at barn ble betraktet som egne vesener som var annerledes enn voksne. Det ble hjemmets oppgave å oppdra barn, og voksne og barns verdener ble adskilt. Barn måtte beskyttes mot voksenverdenes liv (ibid: 19-22). Barnet eksisterte altså ikke for noen hundre år siden som en egen kategori i forhold til voksne. Barnet ble skapt av det moderne samfunnets ordninger, som kjernefamilien, og egne institusjoner for barn, som skole og barnehage (Haldar, 2009:266-268).

Norge var tidlig ute med å sette barnevern i fokus. Vergerådsloven av 1896, etterfulgt av de Castbergske barnelover fra 1915 befestet barns verdi. Det offentlige tok mer ansvar for barn og barndom (Halvorsen og Stjernø, 2008). Gullestad (2002) hevder at fra 1950-tallet ble barn sett på som selvstendig individer med individuelle rettigheter. Den første barnevernloven av 1953 bidro til denne prosessen (Skjær Ulvik, 2007:29). I henhold til norsk barnevernslovgivning, så vel som FNs barnekonvensjon⁸, dekker ”barn” perioden mellom 0 og 18 år. I FNs barnekonvensjon av 1989 ble barn ansett som en gruppe med særlig behov for beskyttelse. I samme konvensjon blir det også slått fast at barn og familie hører sammen. I artikkel 7 heter det at *”barnet skal, så langt det er mulig, ha rett til å kjenne sine foreldre og*

⁸ FNs Barnekonvensjon: http://www.regjeringen.no/nb/dep/bld/dok/veiledninger_brosjyrer/2004/fns-barnekonvensjon.html?id=88078. Lastet ned: 28.05.2011

gå omsorg fra dem". I stortingsmeldingen *Om familien - forpliktende samliv og foreldreskap*⁹ går man lenger enn barnekonvensjonen ved å stadfeste at barn, ikke bare så langt det lar seg gjøre skal kjenne sine foreldre, men at de har rett til å kjenne sitt biologiske opphav. Barn har rett til en mor og far. Det biologiske prinsippet bygger på en grunnleggende forståelse av at barn primært skal vokse opp hos sine biologiske foreldre (Stiklestad, 2008:26). I Norge er sentrale forståelser av barn knyttet til familien. Familien anses som barnets viktigste omsorgs- og sosialiseringarena. Marit Haldar (2009: 273-276) påpeker at en måte å forstå barndom på, er å se på barndommen som en forberedelse til voksenlivet. Voksne defineres som mennesker, mens barn skilles ut som en særegen kategori. Det er det voksne livet som er målet og som setter standarden for barndommen.

I boken *Constructing and Reconstructing Childhood* (James og Prout, 1990), argumenterer flere forskere for et nytt sosiologisk paradigme i syn på barn og barndom (Skjær Ulvik, 2007:33). Barndom beskrives som en sosial konstruksjon, som er historisk, politisk, sosialt og kulturelt betinget. Det vil si at ulike kulturer setter ulike rammer for hvilken barndom barn skal sosialiseres inn i. I denne moderne forståelsen av barnet, blir barn forstått som motsetning til voksne. De er uskyldige, sårbare og inkompetente, med behov for beskyttelse (Prout, 2008: 23). Synet på barn og barndom som sosial konstruksjon preger også forskningen om barn. "*Å forstå barns aktive sosiale deltakelse er like viktig som å kartlegge variablene som påvirker deres liv*" (Skjær Ulvik, 2007:33). Barn og barndom blir betraktet som to sider av samme sak (ibid:34).

I forhold til mine analyser vil det være interessant å se på hvilke barndomskonstruksjoner som ligger til grunn i barnevernets fosterhjemsannonser. Hvilke forståelser av barndom er fremtredende i materialet? Forstås barna som offer og uskyldige, eller blir barna tillagt ansvar for sin turbulete familiesituasjon? Dette er spørsmål jeg vil komme tilbake til når funnene drøftes. Jeg har nå presentert de overordnede teorier som danner grunnlag for drøftingen av analysefunnene. I neste kapittel presenteres min analysestrategi og de analytiske verktøy som benyttes.

⁹ St.meld. nr. 29 (2002). Om familien – forpliktende samliv og foreldreskap. Tilråding fra Barne- og familiedepartementet av 30. april 2003, godkjent i statsråd samme dag. (Regjeringen Bondevik II)

4 TEKSTMATERIALET, METODE OG ANALYSESTRATEGI

4.1 Fosterhjemsannonser som tekstmateriale

I denne oppgaven er jeg opptatt av å analysere fram barnevernets naturaliserte, implisitte normer og idealer for god barndom og godt familieliv. Mitt utgangspunkt er at teksten ikke bare "sier" noe, men at den også "gjør" noe (Derrida, 1969 hos Engebretsen og Haldar, 2009: 62). Teksten referer ikke kun mening, men produserer også mening. Jeg vurderer annonsene som språklig kommunikasjon. Det er viktig å understreke at jeg ikke ser selve språket som målet for mine analyser, men som et middel til å forstå tenkemåter og idealer innen barnevernfeltet (Nilsen, 2006:15).

Retorikken, språket og virkemidlene som benyttes i fosterhjemsannonser, vil ha direkte betydning for hvem som blir interessert i å bli fosterforeldre. Det vil i neste omgang være avgjørende for hvem som tar kontakt med barnevernet, hvilke forventninger fosterfamilier får til oppgaven, samt hvilket bilde samfunnet generelt får av denne rollen. De språklige virkemidlene er derfor med på å bestemme hvilke familier som barnevernet til syvende og sist kan velge mellom når et barn skal plasseres i fosterhjem. Ved å benytte tekstanalytiske verktøy i møte med teksten, kan vi bli klar over virkemidlene teksten bruker for å presentere sin fortelling (Engebretsen, 2007: 26). Vi kan på den måten realisere ett av tekstens mulige fortolkningspotensialer, og vise hvordan annonsene kan leses (Engebretsen, 2005:60).

Jeg har i min oppgave basert meg på tekstanalyse som metode. Ved hjelp av tekstanalyse ønsker jeg, som Boreus og Bergström (2005) uttaler det: "*Å se på hvordan språket bidrar til å forme virkeligheten*" (ibid:305). Jeg inntar dermed et konstruktivistisk perspektiv når jeg setter spørsmålsteget ved hvordan barnevernet forstår og skriver om barn, barndom og familieliv i sine annonsetekster. Det er konstruksjonene som uttrykkes gjennom språket og som virkeligheten betinges av, jeg vil studere.

4.1.1 Hva er en annonse?

Generelt kan man si at en annonse er en betalt melding som gjengis i en avis, et blad, på internett eller et annet offentlig sted. Annonser inneholder gjerne reklame, men kan også være ikke-kommersielle bekjentgjørelser. En god annonse skal treffe riktig målgruppe.

Virkemidlene som blir benyttet for å få leseren til faktisk å stoppe opp ved en annonse er

derfor viktig. Som lesere reagerer vi på det vi ser, og annonser henvender seg gjerne til målgruppens følelser.

Fosterhjemsannonser er på samme måte som kommersielle annonser betalte meldinger som gjengis i pressen. Annonnene er å finne i de fleste aviser, både landsdekkende og lokalaviser. Fosterhjemsannonnens utforming har forholdsvis lite tekst. I disse små og fortattede tekstene formidler barnevernet et barn, barnets biologiske foreldre, potensielle fosterforeldre og fosterfamilie, gjerne under 100 ord. Det er ikke uvanlig at det benyttes illustrasjonsfoto av et barn i annonsene. Annonnene er utformet med overskrifter som henvender seg direkte til leseren. Jeg vil vise noen eksempler på overskrifter som er hentet fra mitt materiale, og som på en fruktbar måte illustrerer formen på overskrifter som blir benyttet;

”Vakker gutt på 10 år trenger fosterhjem!”

”Har du lyst på en meningsfull jobb? - bli fosterforeldre for Markus eller Malin”

”Der det er hjerterom er det husrom – fosterforeldre søkes”

”Kan ditt hjem være et fosterhjem?”

4.1.2 Utvelgelsen av annonser

For å få tak i et utvalg av fosterhjemsannonser tok jeg kontakt med to fosterhjemstjenester på sentrale Østlandet. Jeg fikk på den måten tilgang til kopier av tidligere publiserte annonser. Det dreier seg om 40 annonser fra perioden 2002 – 2011. Alle annonsene har vært publisert i en eller flere av følgende aviser; Romerikes Blad, Eidsvold Blad, Glåmdalen, Hamar Arbeiderblad, Østlendingen, Gudbrandsdølen Dagningen, Hadeland, Oppland Arbeiderblad, Halden Arbeiderblad, Ringerikets Blad, Varingen, Lågendalsposten, Rjukan Arbeiderblad, Drammens Tidende, Aftenposten, Dagsavisen og Stavanger Aftenblad.

For å få tak i ytterligere publiserte fosterhjemsannonser, benyttet jeg søkemotorene Kvasir og Google, og foretok søk på hjemmesiden til Bufetat og til Barne- og familieetaten i Oslo. På den måten fikk jeg tak i 10 annonser. Noen av disse annonsene ligger tilgjengelig på hjemmesiden til fosterhjem.no som er en side administrert av Bufetat.

Hele mitt materiale består av 50 fosterhjemsannonser. Til sammen søkes det etter fosterfamilier til 75 barn i annonsene. Alle annonsene er fra 2000-tallet og utover, med unntak

av en annonse som er tilbake fra 1983. Jeg har valgt å ta med denne annonsen, fordi den illustrerer godt hvordan annonsenes vurderinger får autoritet og troverdighet. Dette vil jeg komme tilbake til i analysekapitlet 7.1.

I annonsene varierer barnas alder fra 0 til 17 år. Det er i tillegg fem annonser som er av mer generell karakter, det vil si at det ikke søkes etter fosterfamilie til et konkret barn, men er en generell oppfordring om å bli fosterforeldre.

4.1.3 Utvalg av sitater

Analysen konsentrerer om et utvalg av ti annonser. Analysekapittelet mitt er som tidligere nevnt strukturert ved hjelp av tre forskningsspørsmål. For å besvare hvert enkelt forskningsspørsmål har jeg analysert mellom to til fem fosterhjemsannonser i hvert kapittel. Tekstutvalget er vurdert etter relevans, med hensyn til om de forteller noe om barn og barndom, om de forteller noe om hva et familieliv bør og ikke bør inneholde og om de forteller noe om hvordan annonsenes vurderinger og holdninger blir autorisert. Tekstutdraget vil stå i kursiv i analysen slik at det kommer tydelig fram at den er hentet fra empirisettet. Årstallet annonsene er publisert vil komme frem i analysen.

4.1.4 Analysearbeidet

Skjær Ulvik (2007:105) påpeker at analysen er forskerens hovedbidrag. Analysen skal tilføre meningsnivå til det materialet som studeres. Mine analyser vil bære preg av både min forforståelse og det teoretiske ståstedet jeg har. Dette vil påvirke hvilke nyanser og sider ved teksten jeg vil kunne oppdage gjennom mine analyser. Dersom en annen person fikk utdelt mitt empiriske materiale, ville antakelig ikke vedkommendes analyser blitt tilsvarende mine. Å synliggjøre både utdrag av annonsetekster og fosterhjemsannonser i sin helhet vil derfor være et viktig element for å sikre transparens. På den måten kan leseren selv vurdere om det jeg mener å oppdage gjennom mine analyser er rimelige tolkninger. Jeg har dessuten forsøkt å tydeliggjøre de analytiske redskapene jeg har benyttet meg av, og jeg ønsker å stille dem til rådighet for diskusjon. Mine analyser vil derfor først og fremst representere en mulig måte å forstå empirien på.

4.2 Analysestrategi

Denne oppgavens analytiske tilnærming er påvirket av narrativ teori¹⁰, slik den er utviklet innenfor litteraturvitenskap og humaniora. Analysemodellen er det sett av analytiske begreper (Haldar, 2006:439) og tekstanalytiske verktøy jeg skal benytte på teksten for å svare på problemstillingen. Jeg vil ta i bruk noen analyseverktøy fra narratologien i den konkrete analysen. Sammen med det overordnede perspektiv som er inspirert av Bourdieu utgjør de min analysestrategi. Videre vil jeg redegjøre for de verktøyene som jeg nyttiggjør meg av i analysen.

4.2.1 Fokalisering

Fokalisering handler om hvilken synsvinkel en tekst har. Det viser til den instansen, gjerne representert ved en person, som hendelsene i historien blir sett og oppfattet fra (Lothe, 2008:70). For å få tak i hvilke karakterer historien sees ut fra, er det ikke nok å se på fortellerstemmen. Da må man også finne hvilken stemme som taler i teksten og hvilken synsvinkel fortellerstemmen inntar. Det skilles mellom intern, ekstern, og nullfokalisering. Med intern fokalisering menes det at synsvinkelen er sammenfallende med en av karakterene i historien. Hvordan oppleves historien for den enkelte karakter? Hvordan sanser subjektet? Intern fokalisering kombineres gjerne med ulike former for indre monolog, og en kan ofte se at personene blir gjengitt sånn som de snakker. De gjengis språklig korrekt ved hjelp av for eksempel dialektbruk i replikkene. Ved ekstern fokalisering befinner derimot sansingen seg utenfor personene, i det fiktive universet i teksten. Ved ekstern fokalisering, i motsetning til intern fokalisering mister en derfor muligheten til å tilegne seg informasjon om karakterenes indre tanker og følelser. Den tredje formen for fokalisering er nullfokalisering. Ved nullfokalisering står fortelleren utenfor det fiktive universet i teksten, og er en slags allviter som ikke har noen begrensinger i sin viten om karakterer og hendelser (Aaslestad, 1999:83-87).

Det er interessant for mitt prosjekt å analysere hvordan tekstinstansen fokaliserer hendelsene i annonsetekstene. Ved hjelp av fokalisering er det mulig å få svar på spørsmålet: Hvordan blir perspektivet i denne fortellingen konstituert eller etablert (Lothe, 2008:69)? Fokalisering vil derfor være et viktig begrep i min analyse fordi det kan si noe om hvilke intensjoner teksten har. Hvem er det vi ser historien ut fra? Hva fokuseres det på? Fortelles historiene via

¹⁰ Narratologiens grunnlegger regnes for å være Gerard Genette (Engebretsen, 2007:31). Narratologi kan defineres som læren om fortellende teksters struktur (Aaslestad, 2001:7). Narrativ teori som metode kan brukes til å sette spørsmålstegn ved, og diskutere ulike fremstillinger av virkeligheten.

fosterbarnet, via biologisk mor og far, via barnevernet? Kommer barnets indre følelser til syne? Kommer biologisk mor og fars indre følelser til syne? Ved å undersøke dette er det mulig å oppdage argumentene i teksten som legger føringer for den praktiske lesningen.

4.2.2 Tekstens impliserte leser

Hvordan en leser av fosterhjemsannonnene fortolker og forstår teksten er avhengig av leserens bakgrunn og kontekst. Hvordan en leser tekster, er også avhengig av tekstenes egen struktur og oppbygging (Engebretsen, 2007:48). I litteraturteorien benyttes begrepene den impliserte leser og overmottaker. En teksts impliserte leser er en betegnelse på det forestilte publikum som teksten henvender seg til. Det er en tekstintern og ideell størrelse og er ikke identisk med den som faktisk leser teksten (ibid:48). Tekstens impliserte leser er tekstens forventning til leseren, en mottakerinstans som kan leses ut fra teksten. En variant av tekstens impliserte leser, kalles for den autoriserte leser. Det er en som teksten henvender seg til, og som deler skriverens språk, verdier og målsettinger (ibid:58).

Jeg vil se på hvordan tekstens impliserte leser bidrar til å prege de utvalgte annonsene. Da vil det være mulig å få tak i hvilke reaksjoner og verdier som i teksten forutsettes å være i leseren og som påvirker leserens fortolkning av teksten ved å ”tvinge” han eller henne inn i en bestemt leseposisjon. Det er derfor sentralt og interessant å analysere fram hvem annonsene henvender seg til, og å se nærmere på hva som formidles om barnet. Dersom vi får tak i den impliserte leserens forståelse av hva et barn er, hvordan et barn skal ha det og hvordan forholdet mellom barn og foreldre forventes å være, vil det si oss noe om hvilke føringer som teksten gir leseren.

4.2.3 Tekstens overmottaker

På samme måte som tekstens impliserte leser, er tekstens overmottaker også en tekstlig konstruksjon som betegner et publikum som teksten forestiller. I motsetning til tekstens impliserte leser, så er tekstens overmottaker en størrelse som teksten frykter. Engebretsen (2007) beskriver overmottakeren som en tredjepart som overvåker at dialogen går riktig for seg og det er en kontrollerende instans som skriveren vokter seg mot. Engebretsen tar utgangspunkt i barnevernjournaler. I barnevernets journaler kan for eksempel overordnede, dommere, klientene selv eller forskere innenfor barnevern- og sosialfag utgjøre en slik overmottaker i tekstene (Engebretsen, 2007:48). Selv om fosterhjemsannonser også er barnevernets tekster, så er det ikke ut fra annonsenes mål og målgruppe naturlig å tenke seg

de samme overmottakerne som Engebretsen gir som eksempler. Når jeg likevel mener at det er hensiktsmessig å studere annonseteksternes overmottakere, er det fordi jeg mener det er mulig å se på tekstens overmottaker annerledes innenfor denne sjangeren, enn i de tradisjonelle tekstene i barnevernet. For å få tak i hvilke familieidealer som formidles, kan det være et godt analytisk grep å se hva teksten formidler om hva som ikke er mulig. Hvilken type fosterforeldre og fosterfamilier er det teksten frykter, og som ikke er forenlig med det oppvekstarrangementet som blir fremstilt som det ideelle? Vi kan blant annet tenke oss at annonseteksten frykter at fosterhjemsarrangementet skal bli så økonomisk lønnsomt at det blir attraktivt på "feil" grunnlag, eller at fosterfamilien blir så profesjonell at det glir over til å være en institusjon. Jeg vil se på hvordan overmottakeren bidrar til å prege de utvalgte annonsene, hva som blir idealenes grenseoppganger i tekstene og hvordan det legger føringer for leserens forståelse av teksten.

4.2.4 Annonsenes skriver

For å få grep om hva annonsene formidler og hvordan annonsene autoriseres vil det være hjelpsomt å se etter tekstens skriver. I narrativ analyse skilles det mellom forfatter og forteller, og det skilles mellom forteller og de personene eller karakterene det fortelles om. Forfatteren er den som fysisk skriver en tekst, mens fortelleren er stemmen i teksten og som fører ordet i fortellingen. Man kan si at tekstens skriver er tekstens samlede normsystem og må ikke forveksles med den som fysisk har skrevet teksten (Aaslestad, 1999:99). Jeg vil se på annonsenes skriverstemme (fortelleren) i teksten, for å få tak i hvordan annonsenes vurderinger får autoritet og troverdighet.

5 ANALYSE – HVA SIER ANNONSENE OM BARNET?

5.1 Tekstens skribersynsvinkel

I dette første kapitlet i analysen tar jeg hovedsaklig for meg hvordan barnet blir fremstilt i annonsene. Selv om barnet er i hovedfokus, er det imidlertid vanskelig å se på barnet i annonsetekstene helt løsrevet fra fremstillingene av familie.

Som tidligere nevnt er fokaliserings et viktig begrep i min analyse, siden det kan hjelpe meg til å si noe om annonseteksternes intensjoner. Ved hjelp av fokaliserings er det mulig å få svar på spørsmålet om hvordan fortellerperspektivet konstitueres og etableres i annonsene (Lothe, 2008:69). Hvem er det vi ser historien ut fra? Hva fokuseres det på? Ved å undersøke dette vil jeg analysere argumentene i teksten som legger føringer for forståelser av barnet. Jeg vil starte med å se på et utdrag fra en annonse, der det søkes etter fosterhjem til Ingrid på 13 år.

5.1.1 Ingrid 13 år (2008)

Stille og sjenert jente trenger fosterhjem! Ingrid på 13 år trenger fosterforeldre som er nysgjerrige og sensitive ovenfor henne og som er genuint opptatt av henne. Dere må fortsatt være familien hennes også etter at hun er blitt voksen! Ingrid er ikke lett å komme i kontakt med, hun er sjenert og innesluttet, fordi hun har opplevd mye som hun prater lite om. Dette trenger hun hjelp til å bearbeide. Ingrid liker å tegne, danse og være på rommet. Hun er glad i teater, musikk og liker å lese bøker. Hun kan også prate med voksne, men bruker lang tid på å bli kjent. Hun klarer seg middels godt på skolen. Ingrid trenger stabile, trygge fosterforeldre som kan gi henne det hun trenger av omsorg, bekreftelse, oppmerksomhet og stabilitet. Fosterforeldrene må være svært trygge på seg selv og tåle at Ingrid avviser passivt fordi hun er uttrygg på voksne mennesker. Mor er død og Ingrid skal ha minimal kontakt med sin far.

I dette tekstutdraget er det Ingrid vi ser historien gjennom, og det er hun som er tekstens sansesenter. Stikkordene ”trenger”, ”genuint opptatt av” og ”hjelp til å bearbeide” bidrar til å plassere sansepunktet hos Ingrid. Det er med disse begrepene identifikasjonen med Ingrid blir etablert, og det er gjennom hennes øyne vi oppfatter situasjonen. Tekstutdraget er et eksempel på nullfokalisering (Aaslestad, 1999:86). Vi kan registrere at fortelleren i tekstutdraget ikke deltar i livet til Ingrid. Fortelleren står utenfor hennes univers, men forteller om det. Selv om ikke fortelleren i teksten deltar i livet til Ingrid, opptrer fortelleren uten noen form for begrensinger i kunnskapen om Ingrids livssituasjon. Fortelleren markerer ikke hvor disse iakttagelsene av Ingrid gjøres, og vi kan se at utsagnene heller ikke er begrenset i tid og

rom. Når vi som leser annonsen ser historien gjennom hennes øyne, er det med på å legge føringer for hvordan vi tolker teksten. Vi får kjennskap til Ingrids følelser selv om annonsen ikke skrevet i jeg-form: Hun er sjenert, stille og innesluttet. Teksten tegner et bilde av en liten, ensom og redd jente. Tekstens argumentasjonslinje blir tydelig: Ingrids forsiktige fremtoning er et resultat av det hun har opplevd i livet sammen med sine biologiske foreldre. Teksten signaliserer at Ingrid er et barn som er påført et vanskelig liv.

Teksten argumenterer videre, gjennom Ingrids øyne, at de som skal være omsorgspersoner for Ingrid må være; *nysgjerrig, sensitive, genuint opptatt av henne og stabile*. Selv om dette ikke uttales eksplisitt, sier teksten indirekte at Ingrids biologiske foreldre mangler slike egenskaper. Begrepene; *nysgjerrig, sensitive, genuint opptatt av og stabile*, kan forstås som ideologiske markører, som angir barnevernets idealer og holdninger til hva gode foreldre bør være, og hvordan gode foreldre bør opptre. Ingrids biologiske foreldre har ikke levd opp til forventningene; *"Hun har opplevd mye hun prater lite om"*. Teksten antyder at deres omsorgsevne i praksis har vært motsatt enn det idealene tilsier. Det motsatte av nysgjerrig, sensitiv, genuint opptatt av og stabil kan forstås om: uinteressert, invaderende, likegyldig og ustabil. Tekstens holdning og ideal er at det er foreldres ansvar og plikt å gi barn gode vekstvilkår. Dette er i tråd med den moderne forståelsen av barndom, der det skilles tydelig mellom voksne og barn. Barn forstås som uskyldige, sårbare og inkompetente, med behov for beskyttelse – en motsetning til voksne (Prout, 2008:23). Det er de voksnes ansvar å tilrettelegge for at barna utvikler seg til å bli selvstendige individer (Hennum, 2002:70).

Tekstutdraget; *"Dere må fortsatt være familien hennes også etter at hun er blitt voksen"*, samt begrepene *"stabil"* og *"stabilitet"* er med på å understreke hva dette barnet trenger. Det er familien som er barnets viktigste arena for sosialisering og omsorg. Barn skal leve trygt og godt, uten bekymringer og farer, og det er familiens stabile rammer som skal sikre dette. Familiens funksjon er ikke tidsbegrenset. Ingrid vil alltid være avhengig av en familie, også etter at hun er blitt voksen.

Når Ingrids biologiske familie har kommet til kort med sitt oppdrag, må en annen familie tre inn og overta arbeidet med å sikre Ingrid gode vekstvilkår. Teksten signaliserer stor tro på familiens mulighet til å redde Ingrid. Det bidrar til å fremme tanken om at relasjonskompetanse er noe Ingrid automatisk vil få når hun befinner seg i en velfungerende familie. Her ligger også gevinsten for de som vil være fosterforeldre til Ingrid. I den rette

familie vil Ingrid kunne utvikle seg til å bli et velfungerende barn. Med inspirasjon fra Bourdieus analyser av gavebyttet (1996:80-84) kan vi si at teksten jobber med språket for å holde seg innenfor rammen av hva som er mulig å si uten å bryte tabu. Teksten kommuniserer indirekte at Ingrids kommende fosterforeldrene gir henne en ”gave” ved å stille sin velfungerende familie til rådighet for henne. De blir imidlertid ikke lovet en gjenytelse med det samme. Teksten signaliserer det nødvendige tidsintervallet fra gaven blir gitt, til de får en gave tilbake. Ingrid er som en uslepen diamant, som med tid og riktig behandling vil skinne. Det er ”gaven” som gis tilbake til fosterfamilien. Dersom annonsen eksplisitt hadde formidlet at Ingrids fosterforeldre skulle få gjenytelser av Ingrid med det sammen hun kom innenfor døren, ville det brutt med prinsippet om gavebyttet. Der tidsintervallet mellom en gave blir gitt, til en gave gis tilbake er helt sentral.

Neste tekstutdrag jeg vil vise, er hentet fra en annonse som søker etter fosterhjem til Boris på 11 år. Jeg har valgt annonsen, fordi jeg tolker at denne teksten formidler et barn med tydelig adferdsproblematikk.

5.1.2 Boris 11 år (2006)

Et spesielt fosterhjem til en spesiell gutt. Boris er 11 år gammel og bor i beredskapshjem. Han er en utrygg gutt som har vanskeligheter med å stole på voksne. Boris er en sjarmerende og aktiv gutt som må ha hjelp til å sette grenser og konsentrere seg. Han kan være avvisende og lage mye støy rundt seg, og vil trenge fosterforeldre som kan sette grenser uten å være avvisende. Boris liker å spille TV-spill, men også være ute både sommer som vinter. Han trenger en tålmodig og romslig familie som kan gi ham fornyet tillit til voksne og hvor den ene av fosterforeldrene er hjemmeværende så lenge han trenger det. Fosterfamilien bør ha erfaring med barn og eventuelle egne barn bør ikke vær yngre enn 16 år. Fosterhjemmet vil få veiledning samt avlastning en helg i måneden, og det vil bli gitt en forhøyet godtgjørelse i ltr. 29 samt utgiftsdekning etter gjeldende satser i den tiden den ene av fosterforeldrene er hjemmeværende.

Tidligere ble gjerne gutter med tilsvarende utfordringer og alder, plassert på barnevernsinstitusjon. Institusjonsplasseringer er som tidligere tematisert i oppgaven, i liten grad et plasseringsalternativ for barneverntjenesten. Det er derfor særlig interessant å studere denne annonsen, for å analysere hvordan barnevernet konstruerer et bilde av Boris for å skrive han inn mot en fosterfamilie.

I motsetning til mange av annonsene i mitt materiale, der det ofte blir understreket at helt vanlige familier kan bli fosterfamilier, kan vi se at denne annonsen signaliserer at dette barnet vil trenge noe mer. Setningen: *"Et spesielt fosterhjem til en spesiell gutt"* setter tonen for denne annonsen. Allerede i første setning blir leseren forberedt på at Boris ikke er helt som andre gutter. Derfor kan heller ikke fosterfamilien hans være helt ordinær. Det er med andre ord ikke hvilken som helst familie som kan være fosterfamilie for Boris.

Nysgjerrigheten blir vekket. Hva er det med Boris? Boris blir formidlet som en 11 år gammel gutt med store utfordringer. Han kommer til kort når det gjelder relasjoner til andre. Han er utrygg, og han har vanskeligheter med å stole på voksne. Videre kan vi lese at han er urolig, lager mye støy og kan være avvisende. På bakgrunn av dette, understreker skriveren at Boris trenger en fosterfamilie som både kan tåle at han prøver ut grenser, og at han avviser kontakt. Hvordan er sjansen for at en leser av denne annonsen vil tenke: Ja, Boris passer inn i vår familie. Vi har både tid, mulighet og lyst til å bli fosterforeldre for Boris. Jeg mener tekstens bruk av fokalisering har stor betydning for tolkningen av budskapet i teksten. På samme måte som i annonsen til Ingrid, blir også barnet her benyttet som tekstens fokaliseringsinstans. Jeg vurderer at det nettopp er dette tekstlige grepet som er avgjørende for at barnevernet på tross av Boris utfordringer, klarer å skape et bilde av han der det blir naturlig å plassere han inn mot et fosterfamiliearrangement.

Annonsen formidler ikke ensidig de utfordrende karaktertrekkene og den problematiske adferden til Boris. Teksten slår også fast at Boris er en *"sjarmerende gutt, og en gutt som liker å være ute sommer og vinter"*. Dette er positivt ladet informasjon og et viktig innhold i en god norsk barndom. Det sies imidlertid ikke tydelig på hvilken måte Boris er *"sjarmerende"*. Her blir det opp til leseren å tolke innholdet. Hvis vi går til synonymordboka¹¹, blir sjarmerende blant annet forklart med begrepene: behagelig, deilig, elskverdig, inntagende, kjær, komfortabel, koselig, mild, pen, sympatisk, tiltrekkende, trivelig, vakker, velgjørende og vennlig. Når annonsen benytter ordet sjarmerende til å beskrive Boris, kan det forstås som en motvekt til den utfyllende beskrivelsen av de utfordringene som Boris har. Det er nok ikke tilfeldig at sjarmerende er en beskrivelse som blir benyttet. Ordet *"sjarmerende"* kan også romme det å være en uokråke, og en som gjør mye ut av seg. "Bråkete" og "sjarmerende" passer sammen. Boris kunne ikke blitt beskrevet som en behagelig, inntagende eller en

¹¹ Synonymordboka på nett: <http://www.synonymer.no/tiki-index.php?page=synonymer>
Lesedato, 10.05.2011

komfortabel gutt. Kontrasten til beskrivelsen av hans bråkete framferd ville blitt for stor. Når skriveren benytter *"sjarmerende"*, så fremstår imidlertid Boris mer troverdig. Han blir en hel gutt.

Indirekte argumenterer teksten for at denne bråkete og til dels grenseløse gutten er det fordi han ikke har fått den omsorgen han burde hatt. Selv om teksten ikke nevner Boris biologiske foreldre, så er de implisitt til stede i teksten. Indirekte trer de frem ved hjelp av informasjonen om at *"han er en utrygg gutt som har vanskeligheter med å stole på voksne"*, og at han derfor trenger fosterforeldre som kan gi han fornyet tillit. Teksten legger på denne måten føringer for den mulige tolkningen av teksten. Det må være foreldrenes skyld at Boris ikke stoler på voksne lenger. Dette tegner et bilde av en barneforståelse der en tenker at barn er født uskyldige og gode (Thuen, 2008:58-59). Teksten bærer preg av å benytte en type kausalforklaringer; foreldre som gir dårlig omsorg, fører til problematiske barn og problematiske barn har dårlige foreldre. Dette bygger på en antakelse om at sunne og velfungerende barn vokser opp med kjærlige relasjoner, mens dårlig fungerende barn, er barn som får lite og feil kjærlighet fra sine relasjoner. Hennem (2002) tematiserer noe av dette i sin avhandling, der hun diskuterer at dårlig omsorgsevne gjerne både sidestilles og forklares med manglende kjærlighet. Det ligger en forventning til at det er foreldre som skal sørge for at barna utvikler seg i ønsket retning. Utvikler barn seg derimot i en annen retning, blir det nærliggende å forklare dette med foreldrenes svikt. Ved en slik barneforståelse blir det også mulig å tenke at det nytter å hjelpe Boris. Ved hjelp av begrepet *"sjarmerende"* blir identifikasjonen med leseren ytterligere etablert. Får Boris *"en tålmodig og romslig familie"*, vil han få *"fornyet tillitt til voksne"* og han vil bli en sunn gutt.

Teksten jobber med å konstruere et bilde av Boris som skaper så stor interesse hos leseren, at leseren i etterkant tar kontakt med barneverntjenesten for å få vite mer. Bruken av nullfokalisering blir et viktig virkemiddel for å oppnå det. Som et analytisk eksperiment kan vi forsøke å omskrive et utdrag av annonsen, slik at Boris ikke lenger er den som teksten sanser gjennom:

"Barneverntjenesten søker fosterhjem til en 11 år gammel gutt med adferdsvansker. Han er i dag plassert i et beredskapshjem. Beredskapshjemmet har erfart at gutten lett havner i konflikter. De opplever at han lager mye bråk og støy. Barneverntjenesten vurderer at gutten har vanskeligheter med å konsentrere seg, samt sette gode grenser

for seg selv. Gutten fremstår som svært urolig. Barneverntjenesten vurderer at han har utfordringer med å knytte seg til andre, og han er avvisende ved forsøk på kontakt.”

Ved å beskrive Boris uten å benytte han som tekstens sansepunkt, blir utfordringene hans tydeligere. I den konstruerte annonsen ser vi Boris gjennom barnverntjenesten, og beredskapshjemmets øyne. Vil en familie velge seg denne 11 år gamle gutten? Boris blir gjennom en slik beskrivelse, en gutt som det blir vanskelig å forstå at en familie vil stille seg åpen for. Han fremstår nå som et barn med såpass omfattende hjelpebehov, at det blir nærliggende for leseren å tenke at det er for belastende å skulle ta hånd om han i sin familie. Ved å omskrive annonsen slik at Boris ikke lenger fremstår som tekstens fokaliseringstans, ser vi at en slik lingvistisk vri utfordrer hensikten med annonsen. Det skapes et bilde av en gutt som i mindre grad fremstår attraktiv for potensielle fosterforeldre.

Et gjennomgående trekk ved så å si alle annonsene i mitt materiale, er at de velger barnet som fokaliseringstans. I det neste tekstutdraget skal vi se en annonse som skiller seg ut fra dette mønsteret, og som på en spesiell måte illustrerer hvor viktig plasseringen av tekstens sansesenter er. I denne annonsen søkes det etter fosterforeldre til Kaia på tre, og Preben på seks år.

5.1.3 Kaia, 3 år & Preben, 6 år (2004)

Mor er eneforsørger, har lite eller ingen nettverk og hun føler seg ofte sliten og deprimert. Hun har i perioder overlatt barna til seg selv. Barneverntjenesten har forsøkt flere hjelpetiltak som veiledning, besøkshjem og barnehage. Mor mener nå at hun trenger mer omfattende og langsiktig behandling og samtykker i at barna plasseres i fosterhjem, helst sammen. Håndteringen av barna over tid har ført til at de har problemer med å stole på voksne. Plasseringen er tenkt å være til mor har fått tilstrekkelig hjelp, men kan også bli til barna er voksne.

Sjangermessig minner teksten mer om et utdrag fra et journalnotat i barnevernet, enn en fosterhjemsannonse. I denne annonsen ser vi at biologisk mor får stor plass i teksten, og det er hun som er tekstens fokaliseringstans. Ved at det er en slags allviter som står utenfor hovedpersonens univers, men som like fullt kjenner til tankene og følelsene til personen, kan vi kjenne igjen bruken av nullfokalisering. Forskjellen er imidlertid at i denne annonsen er det mor som framstår som tekstens hovedperson. Identifikasjonen med mor blir etablert blant annet ved hjelp av utsagnene ”føler seg ofte sliten og deprimert” og ”trenger mer omfattende

og langsiktig behandling". Når en slik identifikasjon etableres, vil leseren oppfatte historien i teksten gjennom mors øyne.

Ved første gjennomlesning får vi en forståelse av at mor innser selv at hun ikke strekker til som omsorgsperson for barna sine. I motsetning til fremstillingen av de fleste andre biologiske foreldre i annonsene, så mister altså ikke denne mammaen barnas behov av syne selv om hun ikke selv kan sikre barna god nok omsorg. Teksten bygger opp under en forståelse av at mor, selv i denne vanskelige situasjonen klarer å tenke på barna sine. Hun ofrer seg selv som omsorgsperson for å sikre at barna får en god oppvekst. Ved en slik tolkning, skrives mor inn mot et foreldreideal som tilsier at foreldre skal legge til rette for at barna får en god utvikling, og de skal trygge barnas oppvekst. Når mor ser at hun ikke selv klarer dette, så er hun villig til å overlate ansvaret til en annen familie. Barneverntjenesten anerkjenner mors vurdering og vil etterkomme ønsket hennes, derfor denne annonsen.

Ved at det er mor som er tekstens sansesenter, legger teksten føringer for at leseren skal få sympati for mor. Mor fremstår ikke som en ukjærlig mor, men som en en syk og trengende mor. Hun tenker på sine barns beste når hun ikke selv strekker til. Mor kan på den måten forstås innenfor ideen om den altruistiske morsskikkelse, hun ofrer sine egne barn i ren kjærlighet nettopp for å sikre at barna får det beste. Når fokaliseringsinstansen flyttes fra barna til mor, så gir det leseren også større lyst til å inkludere mor i sitt liv. Her blir biologisk mor en skikkelse som rører ved hjertet til leseren. Mor får sympati.

Begrepet "*samtykke*" gir viktig informasjon til leseren. Her er det en mor som samtykker i at barna skal plasseres i fosterhjem. I Norge kan barn flyttes i fosterhjem både med og uten foreldrenes samtykke. Er barnet frivillig plassert bestemmer foreldrene, barnet (avhengig av alder) og barneverntjenesten om barnet skal bo i et fosterhjem. Dersom ikke foreldrene samtykker til frivillig plassering, er det kun Fylkesnemnda for sosiale saker som har myndighet til å treffe vedtak om omsorgsovertakelse. Ved frivillig plassering beholder foreldrene omsorgen for barnet i juridisk forstand, mens fosterforeldrene utøver omsorgen på vegne av foreldrene. Denne type plassering forutsetter derfor ikke bare at det er enighet mellom foreldrene og barneverntjenesten om selve plasseringen og plasseringsstedet, men også om innholdet i tiltaket. Foreldre kan i utgangspunktet når som helst kreve at barnet skal

flyttes hjem igjen, men det er imidlertid ingen automatikk i at barnet i så fall blir tilbakeført¹². Annonsen signaliserer at plasseringen av Kaia og Preben, dreier seg om en frivillig plassering, der mor fortsatt skal ha foreldreansvaret og de potensielle fosterforeldrene den daglige omsorgen.

Utsagnet *”plasseringen er tenkt å være til mor har fått tilstrekkelig hjelp, men kan også bli til barna er voksne”*, formidler behovet for en fosterfamilie som på særlig vis stiller seg åpen for en usikker fosterfamilieframtid. Barna kan bli lenge i fosterfamilien, men de kan også bli sendt tilbake til mor dersom mor har fått tilstrekkelig hjelp. De som blir fosterforeldre til Kaia og Preben må derfor regne med å miste retten til å være deres fosterforeldre. For at Kaia og Preben skal bli interessante for potensielle fosterforeldre på tross av at plasseringen er tenkt midlertidig, er det viktig å overbevise leseren om at både mor, Kaia og Preben er trengende på riktig måte. Når vi som leser får sympati med mor og følger hennes begrunnelser for hvorfor barna skal plasseres vekk, kan barna forstås som attraktive selv om det kan bety at barna skal tilbakeføres til mor. Ved at skriveren lar mor være den vi ser teksten ut fra, blir det mulig å få til det som innholdsmessig kan virke svært vanskelig; nemlig å konstruere bilder av Kaia og Preben som attraktive fosterbarn, samtidig som den mulige midlertidigheten rundt arrangementet er svært tydelig.

Ved en nøyere gjennomlesning av annonsen kan vi imidlertid se at mors rolle fremstår tvetydig. Uklarheten omkring hennes handlekraft og gode intensjoner, manifesterer seg i utdraget: *”Barneverntjenesten har forsøkt flere hjelpetiltak som veiledning, besøkshjem og barnehage. Mor mener nå at hun trenger mer omfattende og langsiktig behandling og samtykker i at barna plasseres i fosterhjem, helst sammen.”* Skriveren kommuniserer indirekte en usikkerhet vedrørende mor. At mor samtykker i at barna plasseres i fosterhjem, kan også tolkes som at mor etter lang tids overtalelse fra barneverntjenesten har gått med på avgjørelsen om at barna har det best i et fosterhjem. Veien fra å ikke samtykke til en frivillig plassering, og til at barneverntjenesten foretar en tvangsplassering kan være kort. Styrkeforholdet mellom de to aktørene er derfor preget av både samarbeid og kontroll, der barneverntjenesten besitter den reelle makten. Ord som ”samtykke” skjuler også et element av

¹² I følge § 4–8 kan fylkesnemnda vedta at barnet for en tid av opptil tre måneder ikke skal flyttes dersom det ikke er rimelig grunn for flyttingen, eller dersom den kan være til skade for barnet. Det følger videre av samme bestemmelse at det kan treffes vedtak om omsorgsovertakelse dersom det er overveiende sannsynlig at flyttingen vil føre til en situasjon eller risiko for barnet som tilsvarer vilkårene for omsorgsovertakelse, jf. § 4–12, eller dersom plasseringen har vart i mer enn to år og barnet har fått slik tilknytning til mennesker og miljø der det er, at det må antas at flyttingen kan føre til alvorlige problemer for barnet.

tvang. Tekstutdraget understreker at barneverntjenesten har forsøkt flere hjelpetiltak som veiledning, besøkshjem og barnehage, men det har ikke vært tilstrekkelig hjelp for mor. Det har med andre ord ikke stått på barneverntjenesten vilje til å bistå, men det har vist seg å ikke være tilstrekkelig. Her argumenterer teksten seg inn i mot en fagtradisjon i barnevernet. Lov om barneverntjenester krever at barneverntjenesten først og fremst skal bidra til å gi det enkelte barn gode levekår og utviklingsmuligheter ved hjelp av råd, veiledning og hjelpetiltak. Først når det viser seg at behovene ikke kan løses ved hjelp av hjelpetiltak, kan barneverntjenesten formidle plass i for eksempel et fosterhjem. Et lovmessig gyldig vedtak om å overta omsorgen for et barn, kan ikke treffes dersom det er mulig å skape tilfredsstillende forhold for barnet ved hjelp av hjelpetiltak (jf. Barnevernloven §4-4 og §4-12). Det er disse kravene skriveren argumenterer for å ha oppfylt, når hjelpetiltakene som er utprøvd nevnes eksplisitt.

Teksten signaliserer derfor en tvetydighet knyttet til mor. For det første så formidler annonsen en kjærlig og god mor, men som trenger langvarig behandling og derfor ikke kan ta seg av barna sine. Langsiktig behandling assosieres ofte til alvorlig sykdom, som en uforskyldt blir rammet av. Det er derfor ingen grunn for potensielle fosterforeldre å være redd for å påta seg oppgaven som fosterforeldre til disse barna. Mor har vist at hun kan samarbeide, og hun er opptatt av barnas beste. Samtidig sender skriveren subtile signaler til leseren. Skriveren legger ut spor, som bidrar til å legge føringer for en alternativ tolkningen. Opplysningene om at hjelpetiltak er prøvd til ingen nytte, samt at mor har samtykket i plassering, er slike spor. Disse føringene er først og fremst synlige for en leser med kjennskap til barnevernets lovverk og praksis, og som vil kunne gjenkjenne og tolke de sporene som er lagt ut. En slik leserer kan kalles for en autorisert leser, det vil si en leser som tilhører samme fortolkningsfelt som skriveren selv (Garfinkel 1967, 2011 hos Engebretsen, 2007:48).

Teksten taler således på to nivåer samtidig, og det kan virke som om teksten forsøker å tilfredsstille ulike mottakere i samme tekst. Den søker å tilfredsstille en leser med sosialfaglig kompetanse, for eksempel skriverens kolleger og overordnede, og så søker den å tilfredsstille et bredere publikum som avisens lesere der annonsen er publisert. I tillegg søker teksten å tilfredsstille barnas mor. Denne retoriske teknikken, at en tekst taler på ulike nivåer samtidig, kaller for dobbelt koding (Eco, 2002:271 hos Engebretsen, 2007:52). Vi har sett at denne annonsen rommer et kodet budskap, og at teksten bringer med seg et varsel som først og

fremst kan forstås av en lite gruppe lesere som deler annonseskriverens språk, verdier og målsettinger (Engebretsen, 2007,58).

Gjennom teksten får vi vite at *"mor er eneforsørger, har lite eller ingen nettverk og at hun ofte er sliten og deprimert"*. *"Barna på to og seks år har i perioder vært overlatt til seg selv"*. Hjelpetiltak har ikke fungert og *"barna har problemer med å stole på voksne"*. Disse opplysningene vil bidra til å alarmere en autorisert leser med barnevernfaglig kompetanse. Tekstutdraget vil fungere som blinkende varselplamper, som signaliserer alvoret i situasjonen for barna. Barna er utsatt for omsorgssvikt, og tidligere utprøvde hjelpetiltak har ikke fungert. Den autoriserte leseren vet imidlertid at mor når tid som helst kan trekke den frivillige plasseringen tilbake. Når denne leseren setter sammen brikkene som er lagt ut til fortolkning, så peker teksten i tydelig retning av at veien til en omsorgsovertakelse kan være kort. Dette vet nødvendigvis ikke mor, og teksten skal også tilfredsstillende hennes forventninger til annonsen. Formidlingen av det midlertidige ved arrangementet har således også en funksjon for å trygge mor.

Teksten er en flerstemt tekst. Som vi har sett så bringer teksten med seg et varsel til en autorisert leser om at mors omsorgsevne er mangelfull, også utover hennes helsetilstand. Samtidig formidler teksten et bilde av en kjærlig, men syk mor, som trenger at noen andre overtar den daglige omsorgen for barna mens hun selv får behandling.

Hvor blir det av Kaia og Preben i denne annonsen? Barna nevnes kun indirekte i teksten, og annonsen skiller seg også på den måten også helt klart fra de andre annonsene i tekstmaterialet. Denne annonsen viser at barnet usynliggjøres når det er en annen tekstinstans som har fokaliseringen. Jeg mener derfor at denne annonsen på en særlig måte viser hvor viktig det er for de andre annonsene å la barnet ha fokaliseringen. Man kan spørre seg hva det er som gjør at skriveren i denne annonsen har valgt et slikt uvanlig grep i denne fosterhjemsannonsen? En antakelse kan være at skriveren opplever barna så attraktive for potensielle fosterforeldre, at det ikke er nødvendig å jobbe så hardt med fremstillingen av barna. Jeg vurderer at den viktigste årsaken er den spesielle situasjonen dette arrangementet står overfor. Fylkesnemnda har ikke vedtatt at Kaia og Preben skal flyttes i fosterhjem, det er mor har samtykket til plassering. Det er derfor fremstillingen av mor som det må jobbes mest med, for at arrangementet skal virke interessant for potensielle fosterforeldre til Kaia og

Preben. Det er viktig at barnevernet får tak i fosterforeldre som også får sympati for mor, og som vil inkludere henne i sitt fosterfamilieprosjekt.

5.2 Oppsummering

Analysen har vist at ved å benytte barnet som tekstens fokaliseringsinstans kan skriveren gå langt i å tillegge barnet egenskaper og karakteristikk, samtidig som barna gjøres attraktive og vekker hjelpelysten hos potensielle fosterforeldre. Gjennom annonsene konstruerer barnevernet bilder av barn som alle passer inn i en familie. Analysen av annonsen kan således fortelle oss noe om de doxiske ideer barnevernets annonsetekster bygger på. Barn og familie hører sammen. Det finnes ikke et barn som ikke fortjener familie. Barn kan strengt tatt være hva som helst, men det rokker ikke ved det faktum at et barn hører til i en familie. Barn er per definisjon uskyldig, noe som betyr at skyld og ansvar lett plasseres et annet sted, gjerne hos biologiske foreldre. Forståelser uttrykkes av at barn, i kraft av å være barn, er verdig trengende. I denne doxiske forestillingen inkluderes ideen om at det ikke er bra for barn å vokse opp på institusjon. Barn og institusjon hører ikke sammen.

Vi har sett at en annonse i materialet bryter mønsteret med å benytte barnet som fokaliseringsinstans. I annonsen til Kaia og Preben er det mor som har fokaliseringen i teksten. Dette fosterhjemsarrangementet er basert på frivillig plassering, der mor har samtykket til at barna skal i fosterhjem. Barnevernet må i denne teksten både ivareta biologisk mor, og samtidig konstruere bilder av barna som skaper interesse hos potensielle fosterforeldre. I denne annonsen forsøker skriveren å tilfredsstille ulike lesere, og er et eksempel på en tekst som taler på flere nivåer samtidig. Annonsen viser at skriverens kommunikasjon med leseren av annonsene ikke kun er betinget av skriveren alene, men at leseren også har en aktiv rolle i denne kommunikasjonsprosessen. Jeg vil i neste kapittel utforske leserens rolle nærmere.

6 ANAYLYSE – HVA SIER ANNONSENE OM HVA ET FAMILIELIV BØR OG IKKE BØR INNEHOLDE?

6.1 Leserens rolle

I dette kapitlet av analysen vil jeg undersøke hvordan den impliserte leser og overmottaker bidrar til å prege de utvalgte annonsene. I narratologien skilles det som tidligere nevnt mellom den fysiske mottakeren og den impliserte mottakeren (Haldar & Engebretsen, 2009:63). Den impliserte mottakeren er den leseren som kan leses ut av teksten. Det er en tenkt eller ideell leser som teksten underforstår. Den impliserte leser er derfor ikke identisk med tekstens reelle leser. Den impliserte leser er tekstens forventning til leseren (Engebretsen, 2007:48). Jeg vil se på hvordan leserens rolle i teksten preger barnevernets formidling av hva et familieliv bør og ikke bør inneholde.

6.2 På jakt etter tekstens impliserte leser

Som et første innblikk i leserollen slik den kommer til uttrykk i de utvalgte annonsene, skal vi se nærmere på en annonse fra 2004 som søker etter fosterhjem til Oslobarn fra 0-12 år. Denne annonsen er av mer generell art, og annonserer derfor ikke etter forsterforeldre til et konkret barn.

Oslobarn fra 0-12 år trenger fosterhjem!

Alle barn har drømmer, håp og lengsler – For våre barn er det å oppleve en vanlig hverdag med varme smil, matpakke i sekken og noen som bryr seg.....

Barna er forskjellige med ulik kulturell bakgrunn. Hvert barn har sin egen historie som gjelder for bare dem. Vil du være noe for en av dem? De trenger fosterforeldre som kan være med på å gi dem håp og en historie å leve med. Vi ønsker oss fosterforeldre som er blide og sure, tålmodige og utålmodige, snille og strenge, men frem for alt rause og har plass til flere i familien. Vil dere åpne hjemmet deres for ett eller flere barn, for en kortere eller en lengre periode? Vi ønsker oss voksne som: Har erfaring med egne eller andres barn. Vil støtte opp om kontakt med barnets familie og nettverk. Er åpne for et godt samarbeid med hjelpeapparatet.

Denne annonsen sender ved første øyekast signaler om at det er tilstrekkelig å være som folk flest, for å være fosterforeldre. Det er et vanlig hverdagsliv disse barna trenger. Det kommuniseres at en vanlig hverdag inneholder ”varme smil, matpakke i sekken og noen som bryr seg”. Tekstutdraget gir imidlertid assosiasjoner til noe mer enn et det konkrete varme

smilet og den konkrete matpakke i sekken. *"Varme smil"*, *"matpakke"* og *"bry seg"*, blir viktige ingredienser i en, for barnevernet, fungerende familie. Det blir språklige bilder på hva familier skal romme.

"Varme smil" kan forstås som et bilde på det emosjonelle foreldreskapet, og det peker på en kjærlighetsrelasjon mellom foreldre og barn. Et varmt smil fra en mor og far til sitt barn, er uttrykk for kjærlighet. Et varmt smil er noe mer enn kun et smil. Det er heller ikke lunkent eller kaldt. *"Varmt"* kan forstås som en slags kjærlighetsmarkør. Foreldre er pliktig til å gi sine barn kjærlighet. Selv om ikke kjærligheten blir beskrevet, så gir teksten signaler om hvordan den kan bli vurdert. *"Varme smil"* indikerer en riktig kjærlighet mellom foreldre og barn.

"Matpakke i sekken" gir assosiasjoner til et omsorgsforeldreskap. Omsorg innebærer handlinger fra foreldrene side. Det er små hverdagsbehov som ikke kan utsettes, men som umiddelbart og kontinuerlig må dekkes. *"Matpakke i sekken"* kan forstås som et bilde på denne omsorgsdimensjonen og de oppgavene som foreldre er moralsk og kulturelt forpliktet til å yte barna. *"Matpakke"* kan også forstås som et språk; *"si det med en matpakke"*. Matpakken oppfattes som en viktig kommunikasjon mellom hjem og skole, og hjem og barnehage. En matpakke er på sett og vis et bindeledd mellom hjem og offentlighet. En matpakkes utførlighet og innhold, eller mangel på matpakke gir stort rom for tolkninger av barnas omsorgssituasjon. Denne matpakketradisjonen er langt på vei et norsk fenomen. Det er ikke mange kulturer det er vanlig å ta med seg påsmurte brødkiver innpakket i papir for å spise i lunsjen. Indirekte signaliserer teksten at barna som *"er forskjellige og med ulik kulturell bakgrunn"*, har bruk for denne norske matpakkekulturen. Det er ideen om den norske familien som formidles.

"Bry seg" signaliserer at fosterforeldre må kunne gi over tid, de må kunne stå i vanskelige situasjoner og ikke avvise selv om en selv blir avvist. De må få fosterbarnet til å kjenne seg inkludert og elsket. Det er de voksnes ansvar å bry seg om barnet. Det samme kravet stilles ikke til barna. Det er ikke fosterbarnas ansvar å bry seg om fosterfamilien.

Teksten argumenterer gjennom denne innledningen for et bestemt foreldreideal. Teksten sier noe om barnevernets forventninger til hvordan foreldre skal være, og hvordan gode familier

skal fungere. Teksten signaliserer at det er foreldres oppgave å sikre at barnas fysiske og psykiske behov er ivaretatt.

Gjennom overskriften og annonsens første avsnitt, etablerer skriveren seg som er en allviter som vet hva Oslos barnevernsbarn mellom 0-12 år trenger. Barna drømmer om ”å oppleve en vanlig hverdag med varme smil, matpakke i sekken og noen som bryr seg”. Teksten tegner et bilde av at en barndom bør være bekymringsløs og trygg. Skriveren benytter betegnelsen ”vi” og ”våre”. Hvem ”vi” er, kommer imidlertid ikke tydelig til uttrykk. Det tales om ”våre barn”, ”vi ønsker oss fosterforeldre” og ”vi ønsker oss voksne som”. Skriveren inntar en posisjon i annonseteksten som viser til et fellesskap. Det skaper et bilde av en skriver som er inkluderende og ansvarlig. Tekstens ”vi” peker på det institusjonelle fellesskapet, barnevernet. Det formelle preget nedtones ved at skriveren ikke refererer seg selv gjennom institusjonsbetegnelsen ”barnevernet”, men med et ”vi” og ”våre”.

Når vi leser videre, kan vi se at teksten setter en ramme for hvordan fosterforeldre skal være; ”blide og sure, tålmodige og utålmodige, snille og strenge”. Karakteristikkene er såpass vide kategorier, at de fleste vil kjenne seg igjen og kan tenke; ”Ja, det stemmer i grunnen på meg. Jeg er noen ganger blid og noen ganger sur, jeg kan være tålmodig, men også utålmodig. Jeg er en snill person, men kan også være streng om nødvendig.” Karakteristikkene signaliserer til noe ikke-profesjonelt. Ved hjelp av setningen ”men frem for alt raus”, skjer det imidlertid et brudd med det hverdagslige og alminnelige. Nå argumenterer teksten for at den viktigste egenskapen fosterforeldre må besitte, er at de er raus. Å være raus er etter hvert et dagligdags ord som assosieres med positive egenskaper. Men hvilken betydning ligger implisitt i begrepet å være raus? I synonymordboken¹³ blir ”raushet” blant annet forklart med ord som; altruisme, edelmot, gavmildhet, idealiser, nestekjærlighet, offervilje, oppofrelse, rundhåndhet, sjenerøsitet, uegennytte, uselvskhet og veldedighet. Dette er en type moralske kvaliteter som gjerne anses som høyverdige. En raus person har evne til å sette seg selv til side, og handle ut fra hva som er best for andre. Ordbruken er med på å nyansere bildet av tekstens forventede egenskaper til fosterforeldre. Her signaliser skriveren at selv om fosterbarna ønsker seg et vanlig hjem, så forventes det at fosterforeldre og fosterfamilie besitter noen kvalifikasjoner utover det helt ordinære. At fosterforeldre skal være raus, sier også noe indirekte om barnet. Det er fosterfamilien som skal tåle mest, det er de som skal være raus.

¹³ Synonymordboka på nett: <http://www.synonymer.no/tiki-index.php?page=synonymer>
Lesedato, 10.05.2011

Vi kan si at teksten legger noen indirekte føringer for hva som er akseptable motivasjonsmønstre for fosterforeldre. Ved hjelp av nettopp ordet ”*raus*” sier teksten indirekte også noe om hvilken type motivasjon som er akseptabel, og dermed også uakseptabel. Det passer ikke inn i bildet av en god fosterfamilie, dersom familien får et fosterbarn fordi fosterbarnet skal tilføre familien noe den selv mangler. Det vil stride mot idealet av rause, oppofrende, uegennyttige og uselviske fosterforeldre. Det er problematisk dersom motivasjonen til å bli fosterforeldre er for å dekke egne behov. Hvis fosterbarna blir oppfattet som et ettertraktet gode for fosterforeldrene, kan det utfordre idealet om hva fosterforeldre bør være. I denne tankegangen, vil det også være problematisk dersom fosterforeldreskap blir begrunnet ut fra en mulig inntektskilde. Fosterforeldre vil ikke kunne forstås som rause, dersom de tar i mot et fosterbarn fordi det gir familien inntekt.

Teksten signaliserer at kompetansekravene til fosterforeldrene er evnen til kjærlighet. Forholdet egoisme versus altruisme er kjente utfordringer i vår forståelse av kjærlighet. All kjærlighet balanserer mellom egoisme og altruisme, og det er språklig vanskelig å kommunisere dette. I et kjærlighetsforhold er en ikke kun sammen med den andre av medlidenhet, ei heller fordi det er lønnsomt. Et kjærlighetsforhold kan heller ikke baseres på kun egen nytte. Det er imidlertid gjerne elementer av begge deler i et kjærlighetsforhold, og det jobbes med språket for at balansen skal opprettholdes. Det er noe av denne mekanismen vi kan se i annonsen. Det jobbes med språket, og det legges føringer for hvilke motivasjonsmønstre som forstås som akseptabel innenfor spennet egoisme og altruisme.

Fosterforeldre skal ”*bry seg*” og ”*gi dem håp og en historie å leve med*”. Det ligger en forventning til fosterforeldre om at de skal skape et familieliv som tåler innsyn. De skal være en god familie. I en god familie, er de voksne glad i barnet. Det er de voksnes ansvar å sikre en gjensidighet i relasjonen, for gjensidighet kan ikke tas for gitt. Dette er elementer som er til stede i foreldrerollen generelt, men som vi kan se også forventes i fosterforeldrerelasjonen. Relasjonen mellom fosterforeldre og fosterbarn blir indirekte definert ved emosjonelle kvaliteter. Relasjonen skal være kjærlighetsbasert og stabil. Denne fosterhjemannonse og de andre annonsene i materialet gir imidlertid få konkrete føringer om hva slags relasjon de skal utforme, utover de implisitte forestillingene om mor, far og barn. Biologisk familie er modellen, og leseren søkes overbevist gjennom å fremheve det alminnelige ved foreldreskap og familieliv.

Samtidig signaliserer teksten at det stilles andre krav til en fosterfamilie enn det gjøres i vanlige familier. Setningen ”*Vil støtte opp om kontakt med barnets familie og nettverk. Er åpne for et godt samarbeid med hjelpeapparatet*”, peker ut en slik retning. Indirekte kommuniseres det et krav til fosterfamilier om å tåle en helt annen åpenhet mot omverden enn andre familier. For å være fosterforeldre må en tåle at ens egen familie blir gransket og vurdert. Vi kan imidlertid se at dimensjonen ved åpenheten blir underkommunisert.

Fosterbarn skal som hovedregel ha samvær med sin opprinnelsesfamilie, noe som vil påvirke fosterfamilien. Fosterfamilier får besøk av fosterbarnets tilsynsfører flere ganger i året, og fosterfamilier må i tillegg ha løpende kontakt, møter og besøk fra saksbehandler i barnevernet og fosterhjemstjenesten. Det er sjelden at barn som plasseres i fosterhjem ikke har noen problemer, og barnets utfordringer genererer gjerne kontakt med skole, PP- tjenesten eller barne- og ungdomspsykiatrien i kommunen. Fosterforeldre må derfor tåle å åpne hjemmet sitt, for å ha kontakt med mange ulike personer og instanser over lang tid. Fosterforeldre får ikke bare tilbud om veiledning fra barnevernet, men de må også klare å ta i mot denne veiledningen. Et fosterhjem er derfor synlig på en ganske annen måte enn et vanlig hjem, og et fosterhjem er mer offentlig enn vanlige familiehjem er.

De subtile signalene som indirekte sier noe om kompetansekravene til fosterforeldrene, gjør at skriveren overlater til leseren å fortolke budskapet. Her henvender teksten seg til en leser som har spesielle egenskaper og som deler skriverens vokabular, verdier og målsettinger (Engebretsen, 2007:58). Teksten underforstår en autorisert leser som kan legge sammen de subtile signalene til et helt bilde.

Hvem er det denne teksten henvender seg til? Hvem er denne tekstens impliserte leser? Slik jeg ser det, er annonsens impliserte leser en leser som passer inn i ideen om kjernefamilien. Det er en leser som i stor grad deler samme doxa som forfatterstemmen. I fosterhjemsannonsene henvender teksten seg ikke kun til en forventet leser, men til to. Tekstens forventning til leseren er at det er et voksent par med særlig evne, tid og overskudd til å gi et barn et trygt og godt hjem. Det kan vi se ut av setningen: ”*De trenger fosterforeldre som kan være med på å gi dem håp og en historie å leve med. (...) Vi ønsker oss voksne som: Har erfaring med egne eller andres barn*”. De må ha en stabil livssituasjon og ingen alvorlige konflikter i familien. Det kommuniseres at en fosterfamilie skal ha ”*(...) har plass til flere i familien*”. Det kan forstås som emosjonelt plass til flere, men det kan også tolkes som fysisk

plass. Den ideelle fosterfamilien må ha stor bolig, noe som gjerne følger av god økonomi. Setningen *”Er åpen for et godt samarbeid med hjelpeapparatet”* signaliserer at den som teksten henvender seg til må være åpen for innsyn og kunne ta korreks og undervisning fra andre. Den ideelle leseren har god vandel, har et stort hjerte og handlekraft til å hjelpe. Den har et ønske om å gjøre noe samfunnsnyttig.

Denne konstruerte størrelsen er en slags øvre middelklasseversjon av skikkelsen Marte Svennerud. Hun rommer kanskje en av vår sterkeste kulturelle forståelse av hva fosterforeldreskap bør være (Skjær Ulvik, 2007:62). Det kan sies med sitatet *”Itt`no knussel, je tek alle sju”* som vi finner i Barbra Rings historie om Marte Svennerud. Marte Svennerud var selv enke, men åpnet hjemmet sitt og tok i mot en hel søskenflokk som var blitt foreldreløse. På grunn av hennes store kjærlighet og generøsitet kunne hele søskenflokket fortsette å bo sammen. Marte Svennerud er vår idealiserte altruistiske fostermor som elsker barna uten forbehold, og uten tanke på å skulle få noe tilbake. Dagens *”Marte Svennerud”* må i tillegg til å tilby kjærlighet, kunne vise til et stabilt forhold som sansynligvis vil vare, samt økonomiske muligheter og en boligstandard som kan gi barnet gode utviklingsmuligheter.

Jeg har tidligere nevnt at i narratologien differensieres leserollen til også å dreie seg om tekstens overmottaker. Tekstens overmottaker er, i motsetning til den impliserte leser, ikke en som teksten henvender seg til direkte. Teksten frykter overmottakeren og ønsker derfor ikke å ha en dialog med denne. Jeg vil nå se nærmere på de utvalgte annonsene, for å se hvordan denne tekststørrelsen bidrar til å prege utvalget.

6.3 Tekstens overmottaker

Jeg vil benytte analyseverktøyet overmottaker på en noe annerledes måte enn det som gjerne gjøres i tekstanalyser. I stedet for å lete etter dialogens tredjepart som teksten vokter seg mot, vil jeg se om de utvalgte tekstene sier noe om hva som ikke er mulig i et fosterhjemsarrangement. I mitt prosjekt kan tekstenes overmottaker si noe om hva som ikke er barnevernets ideal knyttet til foreldreskap og familieliv, og dermed også si noe om hva barnevernet forventer. Hva er det teksten vokter seg å bli forstått som? La oss starte med en annonse fra 2010 som søker etter fosterforeldre til Lars på 14 år, for å se hvordan tekstens overmottaker bidrar til å prege annonsen.

6.3.1 Penger versus kjærlighet

Sjarmerende gutt på 14 år trenger fosterhjem! Lars er en søt, morsom og blid gutt som trenger fosterhjem å vokse opp i. Lars er en gutt det er lett å bli glad i! Han har flere interesser bl.a. musikk, friluftsliv, fotball, ski og kameratene sine! Lars trenger fosterforeldre som er tydelige, løsningsorienterte og har gode kommunikative evner. Dere må være trygge på dere selv og tåle at Lars tester ut grenser, inntil han forstår at rammene er gitt. Da respekterer han grensene og overholder de på en grei måte. Lars er empatisk og har omsorg for andre! Dere bør også ha humor, da Lars har humoristisk sans og humor er en viktig del av uttrykket hans! Lars synes ikke fagene på skolen er så interessante da han sliter med skrive- og lesefag. Han har tilrettelagt undervisning! Vi kan tilby: Forsterkning første året, da det er ønskelig at en er hjemme med Lars. Veiledning. Kurs og opplæring. Fosterhjem som engasjeres må legge ved politiattest!

Fosterhjemsannonser forsøker som andre annonser å appellere til målgruppens følelser. Selv om annonser reklamerer for ulike produkter, har de en felles intensjon om å oppnå noe hos de som leser annonsen. Det er et mål å få et publikum interessert i det som annonseres. Selv om barnevernet beveger seg inn på reklame- og salgsmarkedet ved å benytte annonser som virkemiddel for å få tak i potensielle fosterforeldre, så benyttes ikke salgsspråk som ”salg”, ”kjøper” og ”kunde” eksplisitt. Å uttale noe i et benektende språk, står i samsvar med Bourdieus begrep eufemisme. (Bourdieu, 1996:84). Eufemisme er det som gjør det mulig å si noe samtidig som en ikke sier det, det som gjør det mulig å benevne det uevnelige. I følge Bourdieu er forvandlingen først og fremst verbal. ”For å kunne gjøre det en gjør, men få andre (og en selv) til å tro at en ikke gjør det, må en si (til seg selv) at en gjør noe annet enn en gjør, og en må så gjøre det mens en sier (til seg selv) at en ikke gjør det, som om en ikke gjorde det” (ibid:103).

Vanlige annonseuttrykk som ”godt tilbud”, ”flott vare” og så videre, blir i fosterhjemsannonser erstattet med andre formuleringer. Lars blir ikke omtalt som ”flott vare”, men ved hjelp av formuleringene, ”trenger”, ”søt, morsom og blid gutt” og ”lett å bli glad i” fremmes han som en attraktiv gutt. Formuleringen ”trenger fosterhjem” går igjen i de fleste annonsene i mitt materiale. Barn kan ikke annonseres ut eller selges, men ved å benytte formuleringen ”trenger en familie”, blir den økonomiske- og salgsdimensjonen ved annonsen omformulert.

I denne annonsen, kan vi se at lønnsaspektet er kraftig nedtonet. Setningen: ”*Vi kan tilby forsterkning første året*” betyr i praksis at en av fosterforeldrene vil få kompensert for manglende lønnsinntekt det første året Lars bor hos familien. Premisset er at en av fosterforeldrene er hjemmeværende. Det å være fostermor eller fosterfar hjemme på heltid med Lars, vil kunne gi en inntekt til familien som er sammenlignbar med lønnsinntekt. Dette står imidlertid ikke eksplisitt i teksten. Det vil derfor kreve god kjennskap til de ulike modellene barneverntjenesten benytter for å premiere fosterfamilier økonomisk, for kunne lese dette ut av setningen. I tråd med Bourdieu kan vi si at salgsaspektet og den økonomiske dimensjonen blir skrevet i et eufemisert språk. På samme måte som i ”*Biskopens latter*” (1996:100), kan vi si at annonsen signaliserer at barnevernets virksomhet har en økonomisk dimensjon som er grunnlagt på fornektelse av økonomi.

Pengebytte og profittmaksimering er prinsipper for de fleste virksomheter i dag. De fleste verdsetter arbeid og tid i penger, i alle fall på en implisitt måte (Bourdieu, 1996:100). I denne virkeligheten skal barnevernet skaffe barn familier å vokse opp hos. Ved at barnevernet beveger seg tydeligere inn på den økonomiske arena, kan vi med Bourdieu si at virksomheten slutter seg til det økonomiske univers, men at dette ikke kan sies åpent og tydelig.

Vi kan se på en annonse fra 2008 der det søkes etter fosterforeldre for Markus på åtte år. Annonsen kan være utgangspunkt for en videre diskusjon.

Markus er en ressurssterk 8-åring som har manglet trygghet og stabilitet i livet sitt. Han har allergi mot pelsdyr, men har gullfisk han er glad i. Han er opptatt av biler og liker å høre på historier. Markus er flink på skolen, men synes det er vanskelig å være i klassen sin og har derfor en del undervisning for seg selv. Han trenger hjelp til å lære å være sammen med andre. Det er nødvendig at du/dere har erfaring med barn. Egne barn bør være over 15 år. En av de voksne må ha anledning til å være hjemmeværende over tid. Det tilbys godtgjøring på over 300.000,- i minst et år, skattefri utgiftsdekning på kr. 5220,- pr. mnd. avlastning og tett samarbeid med hjelpeapparatet. Gode bonusordninger i form av klemmer og fine barnetegninger.

I mitt tekstmateriale blir det til sammen annonsert etter fosterfamilier til 75 barn. Det er imidlertid ingen andre annonser, som på samme måte som i annonsen til Markus fremmer økonomi og penger på denne eksplisitte måten. Det er derfor særlig interessant å studere

hvordan skriveren i denne annonsen jobber med språket, for å unngå å bryte de tabuer som finnes.

For å være fosterfamilie til Markus, så må en av fosterforeldrene være hjemmeværende over tid. Det vil indirekte si at den ene av fosterforeldrene ikke kan ha annet lønnsarbeid. Teksten taler åpent om penger, og den sier helt eksplisitt hva Markus fosterforeldre vil tjene på arrangementet. De vil få i overkant av 300.000 kroner i året for innsatsen, og i tillegg utbetales en skattefri utgiftsdekning på kr. 5.220 pr. mnd. Det vil si at en familie kan få i overkant av 360.000 kr. i året, der 60.000 er skattefri inntekt, for å åpne hjemmet sitt for Markus på åtte år.

Selv om penger blir omtalt eksplisitt, kan vi se at de økonomiske sidene ved virksomheten er følsomme. Denne ambivalensen som er knyttet til den økonomiske dimensjonen understrekes ved siste setning: ”*Gode bonusordninger i form av klemmer og fine barnetegninger*”. Her kan vi se tegn etter den anstrengelsen som ligger bak arbeidet med å omforme språket, og å avvæpne den økonomiske dimensjonen. Dersom teksten åpent formidler at det er mulig å tjene gode penger på å bli fosterforeldre til Markus, og at det økonomiske regnskapet til fosterforeldrene vil gå i pluss, ville det rokket ved barnevernets identitet og legitimitet. Begrepene godtgjøring og utgiftsdekning er økonomiske begreper, de er imidlertid ikke like profittorienterte som ”gode lønnsbetingelser” ville vært. Begrepene fungerer som et eufemiserende språk, som bidrar til å nedtone den økonomiske dimensjonen. Som Bourdieu (1996) påpeker for virksomheter der de symbolske goders økonomi råder, så blir de økonomiske interessene fortrent og sensurert. Den økonomiske sannhet må enten skjules på en aktiv eller en passiv måte, eller forbli uklar.

I annonsen til Markus kan vi se at det arbeides med å nøytralisere profittaspektet, ved at det kommuniseres eksplisitt at bonusordningen først og fremst baseres på klemmer og fine barnetegninger. Indirekte kan vi forstå setningen slik, at den virkelige verdifulle lønnen fosterforeldrene får, er kjærlighet og en gjensidig emosjonell relasjon til gutten. ”*klemmer og fine barnetegninger*” bidrar til å understreke familiemodellen som virksomheten bygger på. Dette er slik ”betaling” foreldre skal få fra sine barn. Bourdieu (1996) viser i sin analyse av de symbolske goders økonomi, at det gis rom for utbytting når oppgaver kan kalles for hellige. Hellige oppgaver skal få sin lønn i det hinsidige (ibid:104).

Fosterhjemsarrangementet formidler indirekte at fosterforeldre må se på arrangementet som en livsoppgave. En fostermor vil ikke si at hun jobber som fostermor, hun ER fostermor. Familiemodellen i fosterhjemarrangementet bidrar på samme måte som familiemodellen gjør i religiøse firmaer, til å parkere den økonomiske dimensjonen ved arrangementet. Oppgaven blir kommunisert som et privilegium.

Dette må ikke forstås i retning av at barnevernet bevisst forsøker å lure de som leser annonsene. Det er som Bourdieu (1996) viser, at et slikt fornektingsarbeid fordrer at aktørens habitus samsvarer. Aktørene deler samme grunnholdning, der familien er den beste oppvekstarenaen for barn og unge, og at barn først og fremst er mottakere av de voksnes omsorg og kjærlighet. Det eufemiseringsarbeidet som barnevernet må gjøre er krevende, og det må kontinuerlig arbeides med språket i annonsene for at tabuer ikke skal brytes. Ut fra en bourdieusk tankegang kan vi si at barnevernets annonsering etter fosterfamilier beveger seg i et landskap med en salgs- og økonomisk dimensjon som ikke kan erkjennes som det, men hvor denne dobbeltheten kan fungere fordi annonsene er skrevet i et eufemisert språk som bygger på noen felles grunnholdninger. Det foregår en omforming av salgs- og økonomispråket til et språk som kan tåles.

6.3.2 Kunnskap versus kjærlighet

Skjær Ulvik (2007) tematiserer to hoveddiskurser¹⁴ som fosterforeldrene konstruerer seg selv innenfor; fosterforeldreskap som virksomhet og fosterforeldreskap som relasjon (ibid:172). På bakgrunn av fosterfamiliers egenkonstruksjon, synes jeg det er interessant å se nærmere etter hva barnevernet kommuniserer om dette i mine utvalgte fosterhjemsannonser. Jeg vil se etter hva barnevernet direkte og indirekte kommuniserer rundt profesjonalisering og foreldreskap. Jeg benytter begrepene kunnskap versus kjærlighet. For den videre diskusjonen, vil jeg ta utgangspunkt i en fosterhjemsannonse fra 2003, der det søkes etter fosterforeldre til Mette på ni måneder.

¹⁴ Jeg vil vise til Elisabeth Franssons (2003) bruk av diskursbegrepet: *"Innenfor ulike diskursive tilnærminger forstås ideer om sosiale forhold som komplekse representasjoner som har kulturell betydning i den forstand at de skaper mening. Diskurser kan forstås som former for metasamtaler som inneholder regler for hva som kan sies innenfor et sosialt felt. Språket avspeiler med andre ord ikke en objektiv virkelighet. Snarere konstruerer ordene vi bruker denne virkeligheten. En eksemplifisering kan være språket vi bruker for å klassifisere i barnevernet "* (ibid:129).



Ill. foto

Fosterhjem til Mette 9 måneder !

Enkelte ganger kommer det et barn til verden med et dårligere utgangspunkt. **Mette er et slikt barn.** Hun er født med et sjeldent syndrom. Noe som medfører en manglende eller forsinket utvikling på flere områder, samt medisinske feil allerede fra fødselen av. Syndromet gir generelt varierende fungering både fysisk og psykisk. Men den individuelle variasjonen blant barna er stor. Enkelte kan utvikle seg nesten på lik linje med vanlige barn.

Mette er ei glad og blid jente som har utviklet seg svært bra takket være at hun er den hun er, og fordi hun har fått trygg og solid omsorg, samt medisinsk oppfølging allerede fra fødselen av. Mette er et barn som fungerer *nesten* som andre barn, men hun utvikler seg senere og kan være litt var for støy eller mange inntrykk på en gang, særlig i nye situasjoner. Og Mette trenger faste rutiner og jevn rytme.

Vi er på leting etter en **FOSTERFAMILIE** som kan innlemme lille Mette i sitt hjem og liv. Å ta vare på Mette blir aldri noen helt vanlig omsorgsoppgave. Til det er hennes fremtid for usikker. Det kan også bli en del mer arbeid med Mettes oppfølging, enn det et vanlig fosterbarn krever. Både fysisk og psykisk. Vi leter derfor etter en fosterfamilie hvor en av fosterforeldrene skal arbeide (være) hjemme, og se på det å gi omsorg og utvikling til Mette som en meningsfull livsoppgave. Fosterfamilien må bo i indre østlandsområde. Nærheten til sykehus er en fordel. Eventuelle egne barn må være over 12 år.



HEDMARK
FYLKESKOMMUNE
Fosterhjemstjenesten
www.fosterhjemstjenesten.no

Hvis du og din familie kan tenke dere å være den viktigste brikken i Mettes liv, hører vi gjerne fra deg for ytterligere informasjon.

Ring barnevernkonsulent Lise Haug på Hamar for en uforpliktende samtale.
Telefon 62 54 40 10.

Som vi kan se av de innledende setningene i annonsen, så er dette en fosterhjemsannonse som søker fosterfamilie til et barn med store problembelastninger:

”Enkelte ganger kommer et barn til verden med et dårligere utgangspunkt. Mette er et slikt barn. Hun er født med et sjeldent syndrom. Noe som medfører en manglende eller forsinket utvikling på flere områder, samt medisinske feil allerede fra fødselen av. Syndromet gir generelt varierende fungering både fysisk og psykisk.”

Skriveren tegner innledningsvis et alvorlig bilde av Mettes situasjon. Hun er ni måneder, født med et sjeldent syndrom, hun ligger etter i utvikling på flere områder og hun fungerer dårlig både fysisk og psykisk. Det første avsnittet avsluttes imidlertid med setningen; *Men den individuelle variasjonen blant barna er stor. Enkelte kan utvikle seg nesten på lik linje med vanlige barn*”. Her åpner skriveren for at fremtiden ikke nødvendigvis vil være helt mørk for Mette. Jentas muligheter og fremtidsutsikter vil derimot kunne være avhengig av de kommende fosterforeldrenes innsats.

Setningen: *”Å ta vare på Mette blir ingen vanlig omsorgsoppgave”* kommuniserer at det å være fosterforeldre til Mette er en ekstraordinær oppgave. Beskrivelsen av Mette signaliserer indirekte at oppgaven som hennes fosterforeldre kan nærme seg en type profesjonell omsorgs- og behandlingsvirksomhet. Opp trening, utviklingsstøtte og koordinering vil

være fosterforeldrenes ansvar. Mette må skjermes for støy, hun må skjermes mot å få for mange inntrykk, hun må skjermes mot nye situasjoner og hun trenger faste rutiner og en jevn rytme. Teksten viser en forventning til at Mettes fosterhjem må orientere seg i retning av profesjonell omsorg. Jentas fosterforeldre vil måtte søke kunnskap om det sjeldne syndromet som Mette har. De må lære seg kjennetegn ved tilstanden, observere endring, konsultere medisinsk ekspertise og vite hvilken oppfølging Mette behøver slik at hennes potensial for livsutfoldelse kan nås.

Vil et slikt fosterhjem fortsatt ligne på et familiearrangement? Skjær Ulvik (2007:317-318) stiller spørsmålet: Diskvalifiserer kunnskap foreldreskap? Eller er det slik at barnet må ha moderate problembelastninger for at et fosterfamiliearrangement skal være et arrangement som ligner foreldreskap? I familier der biologiske barn har store problembelastninger, er det forventet at foreldre skal være eksperter på barnets spesielle situasjon, og hele tiden søke kunnskap som er vitenskaplig basert. Skjær Ulvik (ibid:318) viser til at en slik kunnskapsorientering, gjerne tolkes som en bekreftelse på kjærlighet. Kunnskap diskvalifiserer ikke foreldreskap når det kommer til egenfødte barn, det bekrefter i stedet foreldreskap.

I annonsen til Mette kan vi se at skriveren jobber med språket for å overbevise leseren om at også Mette hører til i en fosterfamilie, og at det vil være en givende oppgave for de rette fosterforeldrene. Det mest i øyenfallende er at ordet "fosterfamilie" er uthevet i teksten, og understreker på den måten hva som er målet: Å finne en familie til Mette, med fostermor og fosterfar og gjerne fostersøsken over 12 år. En fosterfamilie vil kunne oppleve å være "den viktigste brikken i Mettes liv". Teksten argumenterer indirekte her for "lønnen" som fosterfamilien vil kunne få. Å få være den viktigste brikken i en annens liv, vil også gi mening til fosterforeldrenes liv. Ideen om at det er meningsfullt å få lov til å være noe for andre, er sterkt til stede. Teksten presenterer videre behovet for at: "en av fosterforeldrene skal arbeide (være) hjemme", noe som begrunnes med at "det kan også bli en del mer arbeid med Mettes oppfølging, enn det et vanlig fosterbarn krever. Både fysisk og psykisk". Barneverntjenesten trenger derfor å komme i kontakt med potensielle fosterforeldre som kan "se på det å gi omsorg og utvikling til Mette som en meningsfull livsoppgave". Når fostermoren eller fosterfaren til Mette skal "være" hjemme, så er det ikke for å være husmor eller husfar. Å være hjemme med Mette blir betegnet som arbeid, men med et "være" i parentes. Det understrekes at det er en livsoppgave, mer enn et arbeid.

Mette er mer enn sitt handikap; ”*Hun er ei glad og blid jente som har utviklet seg svært bra takket være at hun er den hun er*”. Skriveren signaliserer på den måten at det er noe genuint og ekte ved jenta, hun forspiller seg ikke, hun ”*er den hun er*”. Det er en hedersbetenelse. Å være seg selv, blir i vår kultur oppfattet som svært positivt. Hva det ligger i å ”være seg selv”, er imidlertid uklart. Det er en kjensgjerning at det er vanskelig å være noen andre enn ”den man er”, og når det også er snakk om et barn på ni måneder så kan ordlyden fremstå noe underlig. Samtidig gir uttrykket assosiasjoner til et menneske med gode kvaliteter. Vi får stor sympati med Mette.

Det jobbes med teksten for å skape et bilde av et barn som også er utstyrt med noen ekstraordinære egenskaper på tross av sitt handikap. Dette forklares med at det er ”*fordi hun har fått trygg og solid omsorg, samt medisinsk oppfølging fra fødselen av*”. Hvem som har gitt Mette denne trygge og solide omsorgen sier ikke teksten noe om. Er det biologiske foreldre? Og hvorfor skal de i såfall ikke fortsette å ha omsorgen for datteren? Som tidligere diskutert i analysen, blir biologiske foreldre som regel indirekte fremstilt som årsaken til at barna må i fosterhjem. Barna må reddes fra sin opprinnelsesfamilie. I annonsen til Mette, er ikke hennes biologiske foreldre til stede. Teksten signaliserer imidlertid at Mette må i fosterhjem, fordi hun har et dårligere utgangspunkt enn andre barn. Det er nettopp derfor hun trenger en FOSTERFAMILIE, illustrert med store bokstaver. Skriveren viser således stor tro på hva en fosterfamilie kan bety og utrette for et barn som Mette. Selv om det blir bemerket at det er en fordel om hun bor i nærheten av sykehus, så fremstår ikke det som det avgjørende elementet for henne. Skriveren argumenterer hele veien for at en familie kan klare denne oppgaven, og det vil være avgjørende for Mettes framtid at hun blir en del av en familie.

Den ideelle fosterfamilien til Mette fremstilles indirekte som noe vesensforskjellig fra en profesjonell omsorgsinstitusjon, nettopp fordi det er ”*du og din familie*” som blir gitt ansvaret. Synet på familien preges av en holdning til at det kun er innenfor en slik virksomhet ”*man vil kunne se på det å gi omsorg og utvikling til Mette som en meningsfull livsoppgave*”. Hun trenger en fosterfamilie utenom det vanlige, som kan se på henne som sitt livsprosjekt og som med rett omsorg og behandling kan gjøre henne ”*nesten som andre barn*”. Familie fremstår som hennes medisinerings og som terapi, en familie vil kanskje til og med sikre hennes helbred. Her ligger også ”gevinsten” til de kommende fosterforeldre. Mette kan således fremstå som et attraktivt prosjekt for en fosterfamilie.

6.3.3 Et analytisk eksperiment

Jeg har tidligere i analysen vist hvor avgjørende det lingvistiske grepet om å la barnet være tekstens fokaliseringsinstans er. Som vi har sett kan skriveren ved hjelp av dette virkemiddelet gå langt i å formidle barnets problemer, og samtidig etablere et bilde av et attraktivt barn. Dette ble særlig tydelig da vi foretok det analytiske eksperimentet i annonsen til Boris, slik at Boris ikke lenger var den som teksten sanset ut fra.

I et forsøk på å tydeliggjøre de doxiske ideene som finnes i fosterhjemsannonser om hva foreldre og familie skal være, vil jeg forsøke et nytt analytisk eksperiment. Jeg vil omskrive en annonse, slik at det ikke er barnet som teksten sanser ut fra, men at det derimot er de potensielle fosterforeldrene som har tekstens fokaliseringsinstans. I dette eksperimentet vil jeg benytte annonsen som jeg innledet oppgaven med. Vi husker frokostbrettet med gratulasjonskortet til alle mammaer på morsdagen, og med spørsmålet; ”PS. Kan du tenke deg et barn til?” Annonsen kunne sett slik ut, dersom teksten ble formidlet gjennom de potensielle fosterforeldrenes sanser og blikk:

Vil du bli vårt fosterbarn?

*Kan du gi trygghet, omsorg og kjærlyhet til en voksen som ikke har barn boende hos seg?
Da er det mange voksne som kan trenge deg i livet sitt på vei frem til alderdommen.*

I løpet av året vil det være mange voksne som trenger et fosterbarn. Mange par ønsker seg små barn, store barn, ungdom og søsken, for å få et helt vanlig familieliv med hverdager og morsdager og alt annet som hører til.

Kan du tenke deg å bli fosterbarn for noen av dem?

Du kan gjøre en forskjell. Bli fosterbarn.

En slik konstruert annonse, skaper en umiddelbar reaksjon hos leseren. Dette vil ikke være mulig å gjøre. Det er helt feil. En annonse der fosterforeldre søker etter fosterbarn, for at fosterforeldrene skal få oppleve et vanlig familieliv bryter med vårt grunnleggende syn på barn, foreldre og hvordan relasjonen dem i mellom skal være. Fosterfamilier skal først og fremst eksistere for barnets skyld, ikke for fosterforeldrenes.

6.4 Oppsummering

Analysen viser at familie indirekte formidles som det eneste rette oppvekstarrangementet for barn, og familie har således en tydelig ideologisk forrang. Det jobbes hele tiden med språket for at det konkrete barnet skal vekke hjelpelysten hos en familie. Tekstene jobber også med å formidle de mulighetene og gledene en familie får ved å ta i mot et fosterbarn. Barnevernet søker å overbevise leseren om sin tro på familie som helbredende kraft. Når det dreier seg om de økonomiske forholdene ved et fosterhjemsarrangement, så har vi sett at barnevernet benytter et eufemiserende språk for å holde en avstand til denne dimensjonen. Det synes som om teksten frykter at arrangementet skal fremstå som profittorientert.

Analysen gir et bilde av barnevernets syn på hva en fosterfamilie skal være for det enkelte fosterbarn. Analysen viser at ved å studere fosterhjemsannonser er det mulig å si noe generelt om barnevernets foreldre- og familieidealer. Noen av de kulturelle og sosiale forventningene som barnevernet signaliserer til foreldreskap, er at foreldre skal ha det overordnede ansvaret for alle oppgaver. Det er foreldre som har totalansvaret for barna. De skal gi barna kjærighet og sette nødvendige grenser. Foreldre skal være nysgjerrige, sensitive, opptatt av barnet, stabile, tålmodige, rause, og gi barna en historie å leve med. Dette gjøres blant annet ved å benytte språklige bilder på hva en god familie skal romme, som ”varme smil”, ”matpakke i sekken” og ”noen som bryr seg”.

Ved en nærlesning av annonsene blir det tydelig at barnevernets kompetansekrav til fosterforeldre dobbelkommuniseres. På den ene siden gis det mange signaler som peker i retning av at helt vanlige familier og ”folk flest” kan være fosterforeldre. Samtidig kommuniseres det at sider ved et slikt omsorgsarrangement vil fordre spesielle egenskaper. Denne kommunikasjonen er imidlertid mindre åpen og synlig, og den er først og fremst tilgjengelig for den autoriserte leseren.

7 ANALYSE – HVORDAN FÅR ANNONSENE VURDERINGER AUTORITET OG TROVERDIGHET?

I det siste kapitlet av analysen vil jeg avrunde med å undersøke hvordan annonsenes vurderinger og holdninger får autoritet og troverdighet. Jeg har valgt å ta dette med, fordi autoriseringen av annonsene er et premiss som må innfris for at tekstens budskap skal oppfattes og bli respondert på. Dersom vi møter fosterhjemsannonsene med et bourdieusk blikk, blir det nærliggende å undersøke den symbolske makten som annonsene representerer. Symbolsk makt er som kjent makten til å skape verden gjennom oppfatningen av den (Bourdieu, 1996:40). Spørsmålene blir: Hvem blir gitt autoritet til å definere hvem som er et trengende barn? Og hvordan foregår denne autoriseringen?

7.1 Autorisering av annonsene

På samme måte som mange andre tekster i barnevernet, som journaler og utredninger, har fosterhjemsannonsene en utydelig skriver og fortellerstemme. Det uttales ikke eksplisitt hvem



Oslo kommune
Barne- og familieetaten

Fosterhjem ønskes

Kan dere bli den nye familien til Jon Arne?

Jon Arne er en sympatisk gutt på 9 år, som det er lett å bli glad i. Han er sårbar og trenger tid til å bli trygg. Jon Arne har mistet faren og har ingen kontakt med moren. Han har hatt en vanskelig start i livet og nå venter han på en god fortsettelse.

Jon Arne ønsker seg en rolig og hyggelig familie som er tålmodige og som kan gi ham ros og oppmuntring. Han trenger en stabil og trygg hverdag med nærhet, tålmodighet, tydelighet, gode samtaler, hjelp med skolearbeid og voksne som kan legge forholdene til rette for ham i fritiden.

De som blir Jon Arnes nye familie, vil oppleve glæden og det meningsfylte med å hjelpe et barn som trenger det.

Det kan med fordel være dyr i Jon Arnes "nye hjem". De voksne bør ha erfaring med barn, og eventuelle egne barn bør være eldre. En av fosterforeldrene må kunne være hjemmearbeidende i et år etter plasseringen. Det vil da bli gitt forhøyet arbeidsgodtgjørelse. Fosterforeldre vil få kurs, veiledning og utgiftsdekning.

Er dette interessant for dere?
Eller ble dere nysgjerrige og ønsker en prat?
Ta kontakt med fosterhjemstjenesten i Oslo for en uforpliktende samtale på tlf. 23 42 80 09 eller send oss en e-post. fosterhjemstjenesten@bfe.oslo.kommune.no

Se også mer informasjon på våre nettsider
www.fosterhjem.no/oslo

www.fosterhjem.no/oslo

det er sine vurderinger og virkelighetsforståelser som ligger til grunn for beskrivelsene i annonsene, og det kan være flere forfattere involvert i utarbeidelsen av en annonse. I mitt materiale inneholder mange av annonsene logoer som i hovedsak er fra Bufeteat, som står for Barne-, ungdoms- og familiedirektoratet, eller Oslo kommunes logo ved Barne- og familieetaten. Logo og navn på "firma" er som regel plassert øverst i annonsene. Logoen gir signal om hvem som annonserer, men ikke hvem som er skriveren (fortelleren) i teksten.

Når vi ser på fosterhjemsannonsen fra 2011, der det søkes etter fosterfamilie til Jon Arne ser vi at annonsens utforming gir signal om hvilket "firma" som står bak annonsen. Øverst er Oslos byvåpen plassert sammen med "Oslo kommune" og virksomhetsnavnet, Barne- og familietaten.

Det krever en viss kjennskap til organiseringen av barnevernet i Norge for å kunne vite at Oslo har en særordning når det gjelder organisering av arbeidet på barnevernområdet, og at det er Barne- og familieetaten i Oslo kommune som har ansvar for å rekruttere og formidle fosterhjem til Oslobarn. Selv uten denne kunnskapen, gir logoen og ”firmaets” navn et offisielt preg. Oppsettet av annonsen gjør det klart at dette er en slags formell henvendelse. Det er i siste instans staten Norge som henvender seg, og som søker etter fosterhjem. Det er med andre ord ikke en enkeltperson (jeg) som står bak annonsen. Skriveren henter sin støtte i et fellesskap utenfor teksten. Skriveren får ryggdekning gjennom et institusjonalisert fellesskap (Engebretsen, 2007:39).

Hvis vi ser på annonsen til Jon Arne, så kan vi se at bruken av logo og navn på virksomhet styrker tekstens autoritet og troverdighet. Det gjør at vi i liten grad setter spørsmålstegn ved innholdet. Som leser forstår vi intuitivt at det ikke er hvem som helst som kan annonsere etter nye omsorgspersoner til Jon Arne. En mor og far kan ikke selv sette inn en annonse og annonsere etter passende voksne som kan være intressert i å overta den daglige omsorgen for barna sine. Det ville fremstått fullstendig uhørt, og ville vært et klart brudd med hva vi forstår mulig å gjøre. Det er imidlertid interessant at fosterhjemsannonser ikke fremkaller slike reaksjoner. Som leser til annonsene inntar vi raskt en underordnet posisjon til den autoriteten som teksten bygger på, og vi godtar tekstens legitimitet. Gjennom å benytte logo og navn på forvaltningsmessig organ kan vi se at det er mulig å gjøre det umulige: Å ”annonsere ut” enkeltbarn i dagspressen.

Bourdieu (1996) viser den særstilling som staten har, i forhold til å besitte stor symbolsk kapital og dermed makt. Annonsenes logo og navn på offentlig etat, kan forstås som å være i tråd med dette. Statens representanter må kunne identifiseres gjennom uniformer og merker, for å kunne benytte denne konsentrerte symbolske makten (ibid:52 -58). Annonsenes institusjonelle makt kommer i stand blant annet på grunn av en konsentrasjon av en symbolsk kapital som annonsenes logoer representerer, og som bidrar til at annonsene får anerkjennelse og legitimitet. Jeg vil se nærmere på hvordan denne autoriseringen setter en ramme rundt annonsene og legger føringer for hvordan vi leser tekstene.

Det institusjonaliserte fellesskapet som annonsene lener seg til, bidrar til at tekstenes innhold får tyngde og autoritet. Vi kan se av annonsen til Jon Arne at teksten er skrevet i tredjeperson,

skriverens subjekt er sløffet og heller ikke institusjonsbetegnelsen ”barnevernet” blir eksplisitt kommunisert. Det står ikke ”jeg vurderer at”, eller ”Barne-, ungdoms- og familieetaten i Oslo kommune vurderer at ” Jon Arne trenger fosterhjem. Skriveren i teksten peker tilbake på annonsens formelle logo. Skriveren blir en tydelig størrrelse innenfor barnevernet, og får sin autoritet og troverdighet derfra. Når autoriseringen og troverdigheten er sikret gjennom de formelle markørene, skal det mye til at vi som leser stiller spørsmål ved intensjonen i annonsen; at Jon Arne trenger et fosterhjem. Dersom staten Norge slår fast at gutten trenger et hjem, så tror vi på det. Teksten gir en knapp presentasjon av Jon Arnes livslinje. Han har hatt en vanskelig start i livet, han har mistet faren sin og han har ingen kontakt med moren. Det er unødvendig for skriveren å redegjøre ytterligere for livshistorien til gutten, for at vi som leser teksten skal blir overbevist. Vi tar historien til Jon Arne raskt, nettopp fordi det er barnevernet med autoritet som formidler historien.

Gjennomgangen av hele tekstmaterialet mitt viser at alle annonsene benytter logo og navn på virksomhet. Det er imidlertid en annonse som skiller seg ut i forhold til dette mønsteret. Denne annonsen er fra 1983. Det er særlig interessant å se nærmere på hvordan vurderingene i en slik unntaksannonse får autoritet og troverdighet, og om den kan kaste lys over de andre annonsene.

Fosterforeldre søkes.

Jeg er en 8 år gammel gutt som ønsker å få bo i en familie i mange år fremover.

Dere må ikke ønske en søt, liten gutt, men en vilter krabat som er litt umulig en gang i blant og som trenger at dere er bestemte og kjærlige.

Jeg vil helst ikke ha småsøsken for da blir jeg sjalu på dem.

Det er en fordel om dere har arbeidserfaring med barn, men det ville være fint om andre interesserte også meldte seg. Dere må bo på Østlandet.

Nærmere opplysninger gis av kur. Jan Leif Furuhaug, Eldsberg sosialkontor, tlf. 02/89 25 55.

Denne annonsen består kun av tekst. Det er med andre ord ingen visuelle logoer eller navn på firma som bidrar til å autorisere teksten. I de aller fleste annonsene i mitt materiale blir tekstene skrevet i tredje person. Denne annonsen er imidlertid skrevet i førsteperson, der det er fosterbarnet som er ”jeg-et”.

I teksten er det barnet selv som formidler ønske om fosterhjem, og det er barnet selv som vurderer hvilke kvaliteter den nye familien hans bør ha. Teksten signaliserer på denne måten at det er gutten som sier at han ønsker å bo i en fosterfamilie i mange år fremover. Barnet får ved hjelp av dette tekstlige grepet stor plass i annonsen. Det skapes et bilde av en skriver som kjenner gutten godt, som lytter og som inkluderer barnet i vurderingene som gjøres. Skriveren har derimot lagt lite vekt på å fremstå med autoritet. Teksten blir derfor et eksempel på en fosterhjemsannonse som nesten er uten autorisering.

Det skjer et brudd i teksten ved setningen: *”Det er en fordel om dere har arbeidserfaring med barn, men det ville være fint om andre interesserte også melder seg. Dere må bo på Østlandet.”* Nå er det ikke lenger gutten som taler, men fortelleren i teksten har flyttet seg utenfor handlingen. Dette understrekes ytterligere ved at teksten også innholdsmessig skifter karakter. Fram til nå er det guttens behov og ønsker som har stått i sentrum. Nå går teksten over til å bli en type informasjonstekst som henvender seg direkte til de eventuelt interesserte. Det hele får mer forretningsmessig preg. Det blir understreket av den påfølgende setningen: *”Nærmere opplysninger gis av kur. Jan Leif Furuhaug, Eidsberg sosialkontor, tlf. 02/89 25 55”*. Denne setningen er den eneste som signaliserer eksplisitt at det offentlige er involvert. Det er imidlertid en langt mer personifisert annonse, enn resten av tekstmaterialet. Her bli Jan Leif Furuhaug på sett og vis barnevernet.

Det er rimelig å anta at forkortelsen *kur.* som står foran navnet på den ansatte ved sosialkontoret, er en forkortelse for tittelen kurator. Kurator eller sosialkurator er en vanlig tittel på en sosionom ansatt ved sosialkontor. Ved de to setningene, får skriveren dermed tydeliggjort at det er en offentlig instans som har det overordnede ansvaret for gutten. Jeg mener at det er dette grepet som befester troverdigheten i teksten. Det ville vært utilstrekkelig å ensidig basere teksten på guttens stemme og blick. Det ville heller ikke gitt annonsen troverdighet, dersom de interesserte ble bedt om å ta kontakt med Jan Leif Furuhaug, uten tittel og organisasjonstilknytning. Det er først gjennom markørene som viser til det institusjonelle fellesskapet, dvs. Eidsberg sosialkontor, som gjør at tekstens vurderinger og holdninger blir troverdig.

7.2 Inngir alltid barnevernets vurderinger tillit?

Det er vanskelig påstå at befolkningen automatisk får tillit til barnvernets vurderinger. Barnevernet sliter med dårlig omtale, og sakene som får størst oppmerksomhet i media er gjerne saker med ensidig negativ fokus. I kommunikasjonsstrategien for barnevernet 2008–2011 ”*Et åpent barnevern*” vises det til at 33 prosent av befolkningen hadde et dårlig inntrykk av barnevernet i 2008¹⁵. Like fullt kan det virke som at barnevernets annonsetekster i liten grad blir rammet av mistillit. Annonnene skaper engasjement, og publikum tar kontakt med barnevernet i etterkant av annonsekampanjer. Jeg vurderer at dette henger sammen med det faktum at fosterhjemsannonser formidler de naturaliserte forestillingene som samfunnet har til hva akseptabel barndom og familieliv er. I en slik forståelse hører barn sammen med familie. Bruken av formelle markører som viser til et institusjonelt fellesskapet utenfor teksten, samt tekstens formidling av naturaliserte forestillinger om barn og familieliv, bidrar sammen til at fosterhjemsannonseenes vurderinger og holdninger får troverdighet og autoritet.

7.3 Oppsummering

Analysen viser hvordan skriveren i de to presenterte annonsene har gått frem for å konstituere en autoritativ og troverdig fremstilling. Som vi har sett, så opererer de to annonsene med ulike autoriseringsstrategier. I annonsen til Jon Arne får skriveren autorisert sitt budskap ved å søke ryggdekning i det institusjonelle fellesskapet gjennom tydelige markører som logo og navn på firma. Her spiller skriveren på sin autoritet, og vi godtar raskt tekstens legitimitet. Skriveren i annonsen til den åtte år gamle gutten har ikke benyttet samme autoritetsmarkører i annonsen. Denne annonsen får derfor ikke etablert sin autoritet like raskt som i annonsen til Jon Arne. Her fremstår skriveren og gutten som ett, og skriveren signaliserer nærhet og god kjennskap til gutten. Dette holder imidlertid ikke til å gi teksten troverdighet alene. Ved å være et eksempel på en annonse som nesten er uten autorisering, blir det tydelig at det er nødvendig at barnevernet på en eller annen måte gjør til kjenne sin symbolske makt i annonsene. Fosterhjemsannonser er avhengig av å markere at det er en offentlig instans som er ansvarlig, og som står bak tekstens vurderinger og holdninger. Det er kun en offentlig instans med en konsentrasjon av symbolsk kapital som har makt til å annonsere etter nye foreldre til andres barn. Annonsene er derfor først og fremst avhengig av å formidle og etablere denne autoriteten, for at tekstens budskap blir relevant for leseren.

¹⁵ Kommunikasjonsstrategi for barnevernet 2008-2011 *Et åpent barnevern*:
<http://www.bufetat.no/Documents/Bufetat.no/Barnevern/Et%20%C3%A5pent%20barnevern.pdf>
Lesedato:23.05.2011

Det at barnevernet i liten grad trenger å jobbe med å overbevise om sine gode hensikter henger også sammen med at fosterhjemsannonserne formidler de naturaliserte forestillingene som samfunnet har til barndom og familieliv. Bruken av formelle markører som viser til et institusjonalisert fellesskapet utenfor teksten, samt formidling av de naturaliserte forestillinger om barn og familieliv, etablerer teksten med autoritet og troverdighet. Når dette er etablert, trenger barnevernet i liten grad å redegjøre for barnets situasjon eller å argumentere for sine vurderinger. Det holder med en kort annonsetekst for at leseren lar seg overbevise om at et barn skal flyttes fra biologisk familie til en erstatningsfamilie.

8 OPPSUMMERING OG AVSLUTNING

8.1 Oppsummering av analysekapitlene

Med de tre analysekapitlene har jeg forsøkt å vise hvilke kulturelle konstruksjoner og tekstlige posisjoner som uttrykkes om barn, foreldre og familieliv i barnevernets annonsetekster. Som teoretisk rammeverk for analysen brukes Bourdieus teorier om kapital, symbolsk makt og de symbolske goders økonomi. Som konkret analyseverktøy er fokalisering, implisert lesar og overmottaker benyttet. Disse verktøyene er hentet fra narratologien.

I oppgavens kapittel 5 stilles spørsmålet: Hva sier annonsene om barnet? Analysen viser at barna fremstår attraktive for potensielle fosterforeldre når fokaliseringen plasseres hos barna. Analysen illustrerer hvordan barnevernet skaper tekstlige bilder av fosterbarn som passer inn i en forståelse av at barn er uskyldig, rene, sårbare og har behov for beskyttelse. Det synes som om det er barnas biologiske foreldre som blir tillagt skyld for barnets problemer og utfordringer.

I oppgavens kapittel 6 stilles spørsmålet: Hva sier annonsene om hva et familieliv bør og ikke bør inneholde? I analysen kommer det fram at det synes som om barnevernet søker å overbevise leseren om sin tro på familien som helbredende kraft. Det formidles gjennomgående at barn og familie hører sammen. Ofte fokuserer annonsene på det som står på spill for barnet. På denne måten kan familien fremmes som den trygge arenaen hvor barnets iboende ressurser og egenskaper kan få komme til sin rett og utvikles i ønsket retning. Analysen viser at annonsetekstene opererer på flere nivåer når de formidler barnevernets kompetansekrav til fosterforeldre. På den ene siden gis det tydelige signaler som peker i retning av at "folk flest" kan være fosterforeldre. Samtidig blir det på en kodet og til dels subtil måte kommunisert at et slikt omsorgsarrangement vil forandre at fosterforeldrene innehar ekstraordinære menneskelige egenskaper og ressurser. I annonsene benyttes det et eufemiserende språk for å holde avstand til det som utfordrer doxa. Vi har sett at det hele tiden jobbes med språket i forhold til formidlingen av fostrehjemsarrangementets økonomiske dimensjon, i forhold til annonsenes "salgsdimensjon" og i forhold til spenningsfeltet mellom profesjonell omsorg og foreldreskap.

I kapittel 7 stilles spørsmålet: Hvordan får annonsenes vurderinger og holdninger autoritet og troverdighet? Analysen viser skriverens behov for å markere avsenderens symbolske kapital. Analysen illustrerer at det er avgjørende for barnevernet å synliggjøre at det er en offentlig instans som henvender seg, og som står bak annonsens vurderinger og holdninger, for at tekstens budskap skal bli akseptert av leseren. Når barnevernet i liten grad behøver å bevise sine gode hensikter, henger det også sammen med at fosterhjemsannonser representerer samfunnets naturaliserte forestillinger om barndom og familieliv. På den måten kan man forstå fosterhjemsannonsene som ortodoksiske tekster som forsøker å forsvare feltets doxa.

8.2 Deltakernes posisjon og status i annonsene

Analysen viser at det er fosterbarnet, biologiske foreldre og fosterforeldre/fosterfamilie som er fremtredende i tekstene. Ved systematisk lesning og analysering, mener jeg det fremstår et mønster for hvem som dominerer og hvilken posisjon og status deltakerne gis.

Barnet som offer

Det er barnet som fremstår som hovedpersonen i annonsetekstene. Hendelsene i historiene blir sett, oppfattet og presentert gjennom barnets øyne. Fosterbarna skapes i relasjon til familie. De gis en offerrolle, som den skadelidende parten etter voksnes handlinger. De utfordringene eller problemene som barna har som følge av dette, formidles indirekte i tekstene som manglende kjærlighet og omsorg. Barna får posisjon som verdig trengende i de aktuelle fosterhjemsannonsene.

Foreldre som ansvarlig

Det er et gjennomgående trekk ved annonsene, at barnas foreldre blir fremstilt som skapere av barnas problemer. De fremstår som ansvarlige for barnets situasjon. Indirekte formidles det en forståelse av at det er biologiske foreldre som har hovedansvar og hovedskyld for barnas problematiske omsorgssituasjon. Utfordringene til barnet forklares med en direkte henvisning til foreldrenes negative egenskaper. Når det kommer til barnas positive sider og karaktertrekk, blir dette imidlertid forklart med barnets iboende egenskaper, og ikke med en henvisning til biologiske foreldres eventuelle styrker, ressurser og ferdigheter.

Fosterfamilie som redning

Det er fosterfamilien som fremstår som barnets redning i annonsetekstene. Det uttrykkes en forståelse av at en barndom utenfor rammen av det familien kan skape, er svært negativ og skadelig. Fosterfamiliearrangementet er plassert innenfor rammen av kjernefamilien, og blir betraktet som barnas mulighet til å realisere et godt liv.

8.3 Avslutning

Denne oppgaven undersøker de kulturelle konstruksjonene barnevernet uttrykker av barn, barndom og familieliv i sine fosterhjemsannonser. Gjennom ordene som brukes, konstrueres spesifikke bilder av fosterbarn, fosterfamilier og barnas biologiske foreldre (Fransson, 2003:130). Annonsene er derfor med på å forme det generelle bilde samfunnet får av disse.

Annonsene lager en sterk kontrast mellom det vellykkede familiearrangementet, som fosterfamilien representerer, og det utilstrekkelige arrangementet, som blir representert ved ”matpakkefamilien”. En ”matpakkefamilie” tilbyr struktur, grenser og kjærlighet, og har en helbredende og livgivende kraft, mens den andre familievarianten er skadelig og ødeleggende. Tilsynelatende bygger diskursen (jf. Fransson, 2003:129) på en antakelse om at noen foreldre kan erstattes. Dårlige foreldre er byttbare.

Nettopp fordi annonsene er skrevet slik analysen viser, har tekstene makt til å definere både familien som barnet kommer fra, og familien som barnet kommer til. Fosterhjemsannonser kan anses som en av barnevernets makttekster, der språket er et maktmiddel. Dersom vi ser på makt som noe som gjøres, vil en kunne se at tekstenes skriver har makt til å definere, velge bort, forstørre og overbevise. Språket kan også tilsløre makten. I fosterhjemsannonnene som er undersøkt er det ingen tegn til en diskurs som truer familien som ideell oppvekstarrangement. Det kan kanskje bidra til å forklare hvorfor fosterhjemsannonser i svært liten grad blir møtt av kritikk og diskusjon, og at vurderingene som blir formidlet virker ”sanne”.

9 LITTERATUR

- Andenæs, Agnes. 1997. Fra usynlig offer til usynlig aktør: ta dagliglivet på alvor i barnevernsarbeid. I: Backe-Hansen og Havik. *Barnevern på barns premisser*. Oslo: Ad Notam Gyldendal.
- Andenæs, Agnes. 2004. *Hvorfor ser vi ikke fattigdommen? Fra en undersøkelse om barn som blir plassert utenfor hjemmet*. Nordisk Sosialt arbeid. Nr.1, 2004 s.19-33.
- Aries, Philippe. (1960) 1980. *Barndommens historie*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag.
- Backe-Hansen, Elisabeth. 1993. *Fosterhjemsarbeid*. Barnevernets utviklingscenter.
- Backe-Hansen, Elisabeth, Tine Egelund og Toril Havik, 2010. *Barn og unge i fosterhjem – en kunnskapsstatus*. Oslo: Nova
- Berge, Kjell Lars. 2003. Hvor er makten i teksten? I: Berge, Meyer og Trippestad (red.). *Maktens tekster. Makt- og demokratiutredningen 1998-2003*. Oslo, Gyldendal Akademisk.
- Bergström, Göran og Kristina Boréus (red.). 2005. *Textens mening och makt. Metodbok i samhällsvetenskaplig text – och diskursanalys*. Lund: Studentlitteratur.
- Bourdieu, Pierre og Lois J.D. Wacquant. 1995. *Den kritiske ettertanke. Grunnlag for samfunnsanalyse*. Oslo: Det Norske Samlaget.
- Bourdieu, Pierre. 1996. *Symbolisk makt, artikler i utvalg*. Oslo: Pax Forlag A/S.
- Bourdieu, Pierre. 2000. Den maskuline dominans. Oslo: Pax Forlag AS.
- Bourdieu, Pierre. 2006. Kapitalens former. *Agora. Journal for metafysisk spekulasjon* (1-2) s. 5-26.

- Brody, Donald. 1991. *Sociologi och Epistemologi. Om Pierre Bourdieus Författarskap och den historiske epistemologin*. Stockholm: HLS Förlag.
- Christiansen, Øivin og Toril Havik. 2009. *Plassert av barnevernet. Får barnet en situasjon preget av stabilitet?* Tidsskriftet Norges barnevern. Nr.1, 2009 s. 28-39.
- Clausen, Sten Erik og Lars B. Kristofersen. 2008. *Barnevernsklienter i Norge 1990-2005, En longitudinell studie*. Oslo: NOVA, rapport nr. 3/2008.
- Backe-Hansen, Elisabeth, Tine Egelund og Toril Havik. 2010. *Barn og unge i fosterhjem – en kunnskapsstatus*. Oslo: NOVA.
- Engebreetsen, Eivind. 2005. *Barnevernet og de fremmedes ord – en nærlesning av journalnotater i en barnevernssak fra 1987-88*. Barn nr.1, 2005 s. 57-77.
- Engebreetsen, Eivind. 2006. *Barnevernet som tekst. Nærlesning av 15 utvalgte journaler fra 1950- og 1980-tallet*. Oslo: Det humanistiske fakultet, Universitetet i Oslo.
- Engebreetsen, Eivind. 2007. *Hva sa klienten? Retorikken i barnevernets journaler*. Oslo: Cappelen Akademisk Forlag.
- Fransson, Elisabeth. 1997. Idealer om likeverd og møter med forskjeller. Miljøarbeideres opplevelser av forskjeller i møter med unge jenter i en barnevernsinstitusjon. I: Olsen og Bunkholdt (red.). *Barn utenfor hjemmet. Flytting i barnevernets regi*.
- Fransson, Elisabeth. 2003. Moderskap: en inngang til det ”nye livet” – Et diskursanalytisk perspektiv. I: Backe-Hansen (red.). *Barn utenfor hjemmet. Flytting i barnevernets regi*.
- Fransson, Elisabeth. 2008. *Fortidens tyngde – om selvarbeid under opphold og utflytting fra ungdomshjem*. Avhandling for ph.d.-graden. Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi. Det samfunnsvitenskaplige fakultet. Universitetet i Oslo.

- Gulbrandsen, Liv Mette. 2006. Kulturpsykologiske tilnæringer til barns utvikling. I Gulbrandsen (red.) 2006. *Oppvekst og psykologisk utvikling. Innføring i psykologiske perspektiver*. Oslo: Universitetsforlaget
- Gullestad, Marianne. 2002. *Det norske sett med norske øyne*. Oslo: Universitetsforlaget
- Haldar, Marit. 2009. Barn og barndom. I: Brodtkorb og Rugkåsa (red.) *Mellom mennesker og samfunn: sosiologi og sosialantropologi for helse- og sosialprofesjonene*. Oslo: Gyldendal Akademisk, s. 273-289.
- Haldar, Marit og Eivind Engebretsen. 2009. *Et nederlagsnarrativ*. Sosiologi i Dag. Årgang 39. Nr 4, 2009 s. 57-72.
- Havik, Toril, Reidar Jakobsen og Bente Moldestad. 2007. *Stolt av PRIDE. En evaluering av PRIDE-grunnopplæringen*. Barnevernets utviklingssenter på Vestlandet. Skriftserie 07:02.
- Hennum, Nicole. 2002. *Kjærlighetens og autoritetens kulturelle koder: Om å være mor og far for norsk ungdom*. Oslo: Norsk institutt for forskning om oppvekst, velferd og aldring Rapport nr 19/02.
- Hennum, Nicole. 2004. *Å formidle seg selv som kjærlig mor og far i en norsk kontekst*. Fokus på Familien 03/2004 s. 147- 156.
- Höjer, Ingrid. 2009. *Birth parents` perception of sharing the care of their child with foster parents*. Vulnerable Children and Youth Studies, 4:2, 2009 s. 161-168.
- Hågvar, Yngve Benestad. 2007. *Å forstå avisa. Innføring i praktisk presseanalyse*. Bergen: Fagbokforlaget.
- James, Allison og Adrian L. James. 2004. *Constructing childhood. Theory, Policy and Social Practice*. Hampshire and New York: Palgrave Macmillian

- James, Allison og Allan Prout (red.). 1997. *Constructing and reconstructing childhood: contemporary issues in sociological study of childhood*. London: Falmer Press
- Johansen, Anders. 1998. Å tenke seg om skriftlig – og med stil. *Rhetorica Scandinavica* 1998/7, s. 20-33.
- Kristofersen, Lars B. 2005. *Barnevernbarnas helse: uførhet og dødelighet i perioden 1990-2002*. Oslo: Norsk institutt for by- og regionforskning, rapport 2005:12.
- Kristofersen, Lars B. 2003. Barn og unge i fosterhjem og institusjoner i 1990-årene: Hvorfor avsluttes tiltakene? I: Backe-Hansen (red): *Barn utenfor hjemmet: flytting i barnevernets regi*. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Levin, Irene. 1994. *Stefamilien – variasjon og mangfold*. Oslo: Aventura.
- Lothe, Jakob. 1994. *Fiksjon og film. Narrativ teori og analyse*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Lov om barneverntjenester av 17. juli 1992 nr. 100
- Moi, Toril. 2002. Å tilegne seg Bourdieu. Feministisk teori og Pierre Bourdieus kultursosiologi. I: Iversen (red.): *Feministisk litteraturteori*. Oslo. Pax Forlag.
- Moldestad, Bente og Dag Skilbred. 2009. *Foreldres opplevelse av et foreldreskap på avstand*. Fontene Forskning, Nr.2. 2009, s.41-52.
- Moxnes, Kari. 1990. *Kjernesprengning i familien? Familieforandring ved samlivsbrudd og dannelse av nye samliv*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Nilsen, Hedvig.T. 2006. *Omsorgsovertakelse som tekst – om meningsdannelser i barnevernsdokumenter*. Oslo: HIO-hovedfagsrapport 2006, nr.11.
- Noack, Turid. 2004. Familien i velferdsstaten: fra støttespiller til trojansk hest? I: Ellingsæter og Leira. *Velferdsstaten og familien*. Oslo: Gyldendal Akademisk.

- Otterlei, Marte. 2010. *Bilder av barn og straff. Karakteristikk av unge lovbrøyttere i avisreportasjer på 1970-tallet og i dag*. Masteroppgave i sosialt arbeid. Oslo: Høgskolen i Oslo, avdeling for samfunnsfag.
- Prout, Alan. 2008. Culture – nature and construction of childhood. I: Drotner og Livingstone (red.). 2008. *The International handbook of children, media and culture*. Los Angeles, California: Sage.
- Sandbæk, Mona. 2004. *Barn i hjelpeapparatet – kompetente og sårbare aktører*. Nordisk sosialt arbeid. Nr.2, 2004, s.99-109.
- Sinclair, Ian. og Kate Wilson. 2003. *Matches and mismatches: The contribution of carers and children to the success of foster placements*. British Journal of Social Work, 33, 871-884.
- Solli, Susanna M. 1998. Bourdieu og konstruksjonen av forskningsobjektet. I: L'Orange Furst og Nilsen (red.). *Modernitet – refleksjoner og idèbrytninger. En antologi*. Oslo: Cappelen Akademiske Forlag.
- Steinsholdt, Kjetil og Sturla Sagberg. 2003. *Barnet. Konstruksjoner av barn og barndom*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Stiklestad, Sigrun. S. 2003. *Det biologiske prinsippets skiftende anvendelse*. Tidsskriftet Norges barnevern. Nr.3, 2003, s. 26-38.
- Stiklestad, Sigrun. S. 2006. Homofamilien hva er det? I: Marterud. *Lesbiske og homofile i møte med helse- og sosialtenesta*. Oslo: Det norske samlaget.
- Stjernø, Steinar og Knut Halvorsen. 2008. *Work, oil and welfare. The welfare state in Norway*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Storø, Jan og Vigdis Bunkholdt. 2010. *Er institusjon alltid et onde, og familien et gode?* Tidsskriftet Norges barnevern 03/2009, s.166-182.

- Sørensen, Anne S. 2008. *Nye kulturstudier: En innføring*. Oslo: Spartacus
- Thuen, Harald. 2008. *Om barnet. Oppdragelse, opplæring og omsorg gjennom historien*. Oslo: Abstrakt Forlag.
- Tønnesson, Johan L. 2002. *Den flerstemmige sakprosaen*. Bergen: Fagbokforlaget, Landslaget for norskundervisning.
- Ulvik, Oddrun S. 2007. *Seinmoderne fosterfamilier. En kulturpsykologisk studie av barn og voksnes fortellinger*. Oslo: Unipub.
- Ulvik, Oddrun S. 2009. *Kunnskap for et seinmoderne barnevern*. Tidsskriftet Norges barnevern. Nr.1,2009, s.18-27.
- Wilken, Lisanne. 2008. *Pierre Bourdieu*. Trondheim: Tapir Akademiske Forlag.
- Aakvaag, Gunnar C. 2008. *Moderne sosiologisk teori*. Oslo: Abstrakt Forlag.
- Aaslestad, Petter. 2001. *Narratologi. En innføring i anvendt fortellerteori*. Oslo: Gyldendal Akademisk Forlag.

10 ELEKTRONISKE RESSURSER

Fotnote 1:

Fosterhjemsannonser hentet fra Barne-, ungdoms- og familiedirektoratets

fosterhjemssider

www.fosterhjem.no

(lastet ned: 15.02.2011)

Fotnote 2:

Statistikk om fosterbarn og fosterhjem:

<http://www.fosterhjem.no/Aktuelt/Statistikk-om-fosterbarn-og-fosterhjem/>

(lastet ned: 20.01.2011).

<http://www.ssb.no/barnevernf/>

(lastet ned: 24.05.2011).

Fotnote 5:

Nasjonalbibliotekets arkiver

www.nb.no

Fotnote 8:

FNs Barnekonvensjon:

http://www.regjeringen.no/nb/dep/bld/dok/veiledninger_brosjyrer/2004/fns-barnekonvensjon.html?id=88078

(lastet ned: 28.05.2011).

Fotnote 9:

St.meld. nr. 29 (2002). *Om familien – forpliktende samliv og foreldreskap*. Tilråding fra

Barne- og familiedepartementet av 30. april 2003, godkjent i statsråd samme dag.

(Regjeringen Bondevik II)

<http://www.regjeringen.no/nb/dep/bld/Dokument/proposisjonar-og-meldingar/stortingsmeldingar/2002-2003/stmeld-nr-29-2002-2003-.html?id=471301>

(lastet ned: 03.05.2011)

Fotnote 10 og 12:

Synonymordboka på nett :

<http://www.synonymer.no/tiki-index.php?page=synonymer>

(lastet ned:10.05.2011)

Fotnote 14:

Kommunikasjonsstrategi for barnevernet 2008-2011 *Et åpent barnevern:*

<http://www.bufetat.no/Documents/Bufetat.no/Barnevern/Et%20%C3%A5pent%20barnevern.pdf>

(lastet ned:23.05.2011).