

FORDYPNINGSOPPGAVE

BEGEISTRING GIR MOTIVASJON

Hvordan motivere AMO-deltagere til jobbsøk og jobb?

Utarbeidet av:

Hanne-Marit Vilhelmsen Haug

Studium:

Rådgivning 2

Innlevert:

Vår 2013



FORORD

Verden er i stadig endring, og det krever at vi endres med den. Ingenting er statisk, og behovet for økt kompetanse innenfor mange felt er økende. At også «godt voksne» mennesker skifter yrke, og tar videreutdanning eller annen profesjonsutdanning enn den de har fra før, er snarere blitt regelen enn unntaket.

Jeg er en av dem som i voksen alder skiftet «beite», fra å jobbe innenfor et praktisk-teknisk yrke, til å jobbe med mennesker. Imidlertid erfarte jeg ganske raskt at den formelle kompetansen jeg hadde var mangelfull ift denne typen jobb, og behovet for etterutdanning ble etter hvert nokså stort.

Med dette som bakgrunn søkte jeg meg inn på grunnstudium i pedagogikk for tre år siden. Målet var å få noen teorier å henge den erfaringen jeg etter hvert fikk i praksisfeltet, på. Det ene året tok imidlertid det andre, og etter snart tre år som deltidsstudent kan jeg forhåpentligvis snart skilte med en bachelorgrad. Denne vil ha stor betydning dersom jeg seinere velger å skifte jobb, men først og fremst vil det jeg har tilegnet meg av kunnskap disse tre årene bety mye ift den jobben jeg har i dag.

Det har vært til dels tre slitsomme år, ikke minst fordi jeg midt i andre året skiftet jobb. Samtidig har studiene gitt meg et kjærkomment avbrekk i en travel arbeidshverdag; det har vært godt å slippe å tenke på deltagere, tiltak, tidsfrister, rapporter noen dager i hver samlingsuke.

Fantastiske lærere og medstudenter har også bidratt til at jeg i dag sitter med en ferdig skrevet bachelor-oppgave, uten dem hadde jeg kanskje gitt opp. Å møte hverandre igjen i samlingsukene, samt kontakten via skype, facebook, tlf mm har gitt rom for fine refleksjoner og konstruktive tilbakemeldinger.

Jeg vil også benytte anledningen til å takke en av mine kollegaer som velvillig har lest gjennom oppgaven, og gitt meg gode og nødvendige korreksjoner. Jeg må også takke en av mine nieser som har vært til uvurderlig hjelp i slutfasen når det gjelder skriving av innholdsfortegnelse og annet ift den siste redigeringen av oppgaven. Til slutt må jeg takke min kjære mann som har tatt seg av nødvendig hus- og hagearbeid denne våren, da jeg ikke har hatt tid til særlig annet enn oppgavejobbing. Tusen takk alle sammen!

INNHold

FORORD.....	2
INNLEDNING.....	4
1. OPPGAVENS TEMA.....	5
1.1. TALL OG FAKTA FRA NAV.....	6
2. AMO-KURS.....	8
2.1. UNDERVISNINGSMATERIELLET.....	8
3. VALG AV INTERVJUOBJEKTER.....	9
3.1. DE FREMMED SPRÅKLIGE.....	9
3.2. FOKUSGRUPPE.....	10
4. DEN KVALITATIVE METODEN.....	10
5. ETISKE REFLEKSJONER.....	11
5.1. ETIKK I SELVE INTERVJUET.....	13
6. ATTFØRINGSBEDRIFTENS ETISKE STÅSTED.....	14
6.1. Å INKLUDERE.....	14
6.2. Å INSPIRERE.....	15
6.3. Å VÆRE PÅLITELIG.....	15
6.4. Å VÆRE AMBISIØS.....	15
7. HVA FANT JEG?.....	15
8. MOTIVASJON FOR JOBBSØK.....	17
8.1. TRE HOVEDTYPER MOTIVASJON.....	18
8.2. MOTIVASJONSTEORIER.....	19
8.2.1. MASLOWS BEHOVSHIERARKI.....	19
8.2.2. VYGOTSKY OG DET SOSIOKULTURELLE PERSPEKTIV.....	19
9. LØFT – SOM LÆRINGSMETODE.....	20
9.1. SLIK BLIR ARBEIDSGIVER INTERESSERT.....	20
9.2. DRØMMER OG FREMTIDSHÅP.....	21
9.3. RESPEKT SOM VERDI.....	22
10. BRUKERUNDERSØKELSEN.....	23
10.1. HVA SIER DELTAGERNE?.....	23
11. KONKLUSJON.....	25
LITTERATUR.....	27
Vedlegg I.....	28
Vedlegg II.....	29

INNLEDNING

”Utrolige ting kan skje om begeistring blir brukt som drivkraft»

Kong Olav V

Å begeistre defineres noen steder som «å bevege», «å inspirere», «å rive med seg» (UiO, udat.) Å være til inspirasjon, og det å «rive med seg» mennesker kan langt på vei beskrive mye av jobben til en veileder i en utførelsesbedrift. Til bedriften kommer nemlig mange mennesker som av ulike årsaker står utenfor dagens arbeidsmarked, og som ikke alltid ønsker «å komme innenfor». Hit kommer også mange mennesker som har mistet troen på at han/hun kan komme tilbake i jobb igjen, og mennesker som av ulike årsaker aldri har vært i ordinær jobb.

Å klare å begeistre et menneske, slik at motivasjonen til f.eks. jobbsøk øker, krever mye av oss som veiledere. Likevel ser vi svært ofte at vi lykkes med det, til tross for travle hverdager og stort arbeidspress. Brukerundersøkelsene i etterkant av hvert enkelt tiltak viser ofte at deltageren har opplevd økt livskvalitet i løpet av sitt opphold hos oss, og vi ser det også på hele fremtoningen og kroppsspråket til ham/henne. Mange blir «rettere i ryggen», mange smiler og ler mer, og mange snakker med mer entusiasme og glede i stemmen. Flere blir også mer opptatt av utseendet, og kan i løpet av tiltaket både kjøpe seg nye klær og spandere på seg en time hos frisøren.

Men hva er det som gjør at vi lykkes i å snu pessimisme til optimisme, og negative tanker til positive tanker? Hva er det som fungerer, og hva kan gjøres bedre? Har f.eks. de «ytre» faktorene, slik som undervisningslokaler, tilgang til datamaskiner og undervisningsmateriell noe å si? Samfunnet rundt oss er i stadig endring, og følelsen av stadig økte krav til «vellykkethet», kan bidra til en følelse av konflikt for flere mennesker. Hvordan kan vi da være til inspirasjon for deltagere som trenger påfyll av motivasjon og positive tanker?

Med dette som bakgrunn ønsker jeg i denne oppgaven å finne ut følgende:

Hvilken betydning har dagens undervisningsmateriell i forhold til motivasjon for jobbsøk og jobb? Og hvilke andre faktorer motiverer deltagerne i tiltak?

1. OPPGAVENS TEMA

Som veileder i en attføringsbedrift i en middels stor nord-norsk kommune er jeg stadig på jakt etter «de gode historiene». De historiene som viser at begeistring og motivasjon kan føre til små og store underverk for den og/eller de personene det gjelder.

Noe av det beste med jobben er å observere de menneskene som kommer inn til oss første dag; ofte tydelig skeptisk, og nokså negativ. Mange ønsker ikke å komme til oss, og føler seg tvunget av NAV. Mange føler seg stigmatiserte og er redde for at det skal bli kjent i familie- og venneflokk at de er på tiltak i en attføringsbedrift. Imidlertid skjer det noe med de fleste i løpet av tiltaket; mange endrer adferd, blir smilende og blide, retter seg opp i ryggen og blir tydelig mer positive.

En attføringsbedrift har det primære formålet å gi mennesker økte muligheter for å stå i arbeid og/eller i aktivitet. Dette gjøres gjennom opplæring, arbeidsutprøving og tilrettelagt arbeid. Vår bedrift har ca 40 ansatte, hvorav 15 – 17 stk jobber som veiledere. I tillegg har vi til enhver tid ca 200 personer som er på ulike tiltak, mange av disse er ute i arbeidspraksis på ordinære arbeidsplasser, og synes derfor lite i bedriften.

Bedriften arrangerer også flere kurs, bl.a. AMO-kurset «På vei mot jobb», og jeg har i denne oppgaven valgt å konsentrere meg om deltagerne på dette kurset. Bedriften er i dag i gang med kurs nr 13, så vi begynner etter hvert å få lang erfaring med denne typen kurs. Jeg vil i hovedsak konsentrere meg om de kursene som er gjennomført våren 2013, men jeg vil også se noe på resultatene fra brukerundersøkelsene fra tidligere kurs.

Ved valg av tema/oppgave hadde jeg en hypotese om at undervisningsmateriellet vårt var «gått ut på dato», og ikke gav motivasjon til de menneskene som fikk det utdelt. Dersom vi laget et påkostet materiell; innbundet, på såkalt ”glanset” papir og med mange flotte bilder og tekst, så ville det være med på å øke motivasjonen. Erfaringer fra tidligere arbeidsplasser har vist meg at mennesker som møtes med noe som fungerer/noe ordentlig, ofte får lyst til å vedlikeholde dette, mens mennesker som møtes med «rot og skrammel» blir mer demotiverte, og ikke bryr seg så mye om vedlikehold. Selvsagt kan jeg ikke hevde at dette er en sannhet, men generelt virker det sånn at menneskers adferd endres i forhold til hva man blir møtt med. Jeg var derfor av den formening at et såkalt «påkostet» produkt, ville være med på å vekke motivasjonen hos den enkelte deltager.

I løpet av arbeidet med oppgaven har jeg endret fokus. Det jeg trodde var viktig i forhold til å motivere deltagere på AMO-kurs, viste seg etter hvert å bety svært lite. Gjennom de intervjuene jeg gjennomførte, oppdaget jeg at undervisningsmateriellet betyr svært lite, det er derimot andre faktorer som påvirker hvor vellykket den enkelte deltager føler at tiltaket har vært. Etersom mitt fokus i oppgaven endret seg til å omhandle motivasjon, brukte jeg også våre såkalte brukerundersøkelser i oppgaven. En kombinasjon av intervjuer av deltagere vedr dagens materiell, og brukerundersøkelsene som har vært gjennomført våren 2013, mener jeg har gitt meg en bred forståelse av hvordan man skaper motivasjon, og hvorfor motivasjon er så viktig.

1.1. TALL OG FAKTA FRA NAV

Å arbeide er en vesentlig dimensjon ved livet. I første omgang fordi vi, som alle andre før oss i historien, har behov for å tjene til livets opphold. Men i Norge er ikke penger den eneste grunnen til å jobbe. Norge som velferdsstat gir oss en grunnleggende økonomisk trygghet, og det er dermed ikke bare økonomi som er årsaken til at menneskene bør/skal/må arbeide. Arbeid gir livet mening, og det bidrar til at vi opplever en tilhørighet. Arbeid er i stor grad med på å forme menneskets identitet, da det du gjør er med på å definere hvem du er. Dette gjelder både for deg selv og i relasjon til samfunnet (Gravås og Gaarder, 2011).

Jfr tall fra nav.no er det pr april 2013 registrert 88 300 som er helt ledige eller på tiltak i Norge, av disse er 68 700 registrert som helt ledige. Dette tilsvarer 2,6% av landets arbeidsstyrke, og siden april 2012 har antallet helt ledige økt med 1 900 personer. Størst ledighet finner vi blant personer med yrkesbakgrunn innenfor kontorarbeid, butikk- og salgsarbeid, samt bygge- og anleggsarbeid. For personer med bakgrunn fra helse-, pleie- og omsorgsyirket, undervisningsyrket samt personer uten yrkesbakgrunn, har tallene på antall helt ledige gått noe ned (Sørbø, 2013).

Den største gruppen som er på tiltak har mellom 26 – 51 uker bak seg som arbeidssøkere, mens den nest største har vært arbeidssøkere mellom 13 – 25 uker (NAV, udat.).

Det finnes flere ulike typer tiltak som NAV bruker for å få folk tilbake til arbeid:

Avklaringstiltak, opplæring, lønnstilskudd, tilrettelegging m.fl. AMO-kurs er et såkalt arbeidsrettet tiltak, og pr mars 2013 var det 7 994 stk som deltok på AMO-kurs (NAV, udat.).

Det som først og fremst skiller AMO-kurset «På vei mot jobb» fra andre typer tiltak er den raske veien ut i praksis/jobb. Etter to – tre uker med teori skal hver enkelt deltager ut i arbeidspraksis i bedrift. Som veileder blir jobben vår å «kna frem talentet i den enkelte» (sagt av Robert Eriksson, FrP, på Fagkonferansen i Bodø, 23.04.13). Dette gjelder selvsagt for alle som deltar i ulike typer tiltak hos oss, men det blir spesielt viktig med rask motivering av den enkelte i forbindelse med AMO-kursene.

Vi vet også at næringslivet har stort behov for arbeidskraft framover. I dag brukes det flere mrd kr på ulike arbeidsmarkedstiltak i Norge, og målet er selvsagt å skape motivasjon samt avklare tilrettelegging m.m. slik at hver enkelt som er i tiltak kan gå ut i jobb (Kjell Hugvik, NAV Nordland, på Fagkonferansen i Bodø, 23.04.13).

Å være uten arbeid gjør noe med selvbildet til den enkelte, i tillegg til «pengepungen». Mennesker som er uten fast arbeid over lengre tid, får ofte problemer av sosial, helsemessig og psykisk art, i tillegg til det økonomiske. Når møtene med saksbehandlerne på arbeidsformidlingen synes bortkastet, når alle jobbannonser bare poengterer ens mangelfulle, eller uønskede kompetanse, når jobbsøknader kommer i retur, og man ikke innkalles til intervju, da er det stor fare for at ens grunnleggende følelse av verd blir krenket. «Ingen vil ha meg», «samfunnet har ikke bruk for meg» og «jeg må leve som snylter på samfunnets goder, motta uten å bidra selv» er mørke tanker som etterhvert melder seg (Henriksen og Vetlesen, 2006).

Når slike tanker melder seg er det lett å miste motivasjonen for videre jobbsøk, og det enkleste blir ofte å «bare sitte hjemme» og skyld på samfunnet for at livskvaliteten ikke er på topp. Tap av arbeid innebærer ofte tap av verd, både i andres øyne og ikke minst i egne. Selvrespekten får en knekk; det er moralsk tvilsomt å bare motta, uten å yte noe selv (Henriksen og Vetlesen, 2006). Når man da blir henvist på et såkalt AMO-kurs er det mange som ikke ser nytten i det, og som møter demotiverte og negative første kursdag.

2. AMO-KURS

AMO betyr arbeidsmarkedsopplæring, og kursene er i utgangspunktet tenkt for personer som trenger litt ekstra hjelp og motivasjon for å komme tilbake i jobb. Det er 12 tildelte plasser på hvert kurs, og kurset regnes som et opplæringskurs.

Deltagerne på AMO-kursene er mellom 18 og 64 år, og det er NAV som er oppdragsgiver/henviser folk til kurs. Foruten alder er det mange andre ting som skiller deltagerne i gruppa fra hverandre. De yngste har lite arbeidserfaring, og står kanskje midt mellom ønsket om lærlingplass og en jobb, mens de eldste har mange års arbeidserfaring og har ofte et stort fokus på en fremtidig pensjonisttilværelse. Hovedvekten av deltagerne er menn, og en del av deltagerne har en annen språkbakgrunn enn norsk. Dette er innvandrere som har bodd i Norge fra ca 4 år og oppover, og kommer fra land som Polen, Somalia, Eritrea, Irak etc. Disse personene har ofte en annen forståelse av hvordan det norske arbeidsmarkedet fungerer, og også hvordan man går frem for å søke på utlyste stillinger, skriver en CV m.m.

Hvert AMO- kurs går over 9 uker, hvorav de første 2 – 3 ukene foregår «inne» hos oss med teoriundervisning. Etter disse ukene skal deltagerne ut i arbeidspraksis, i bedrift, og målet er selvsagt at denne praksisen skal føre til jobb etterpå. Deltagerne kan på egenhånd finne aktuell praksisplass, eller de kan få hjelp og veiledning fra oss i dette arbeidet. I noen tilfeller skjer det en avklaring i løpet av teoriukene som innebærer at ekstern arbeidspraksis ikke kan gjennomføres. Det kan f.eks. være at man avdekker helseplager som innebærer at ordinær jobb ikke er mulig på det nåværende tidspunkt.

2.1. UNDERVISNINGSMATERIELLET

Hver deltager får ved kursets begynnelse utdelt en plastmappe el en ringperm som består av informasjon om kurset og kursarrangøren, timeplan samt eksempler på handlingsplaner, CV, jobbsøknader m.m. I tillegg får den enkelte en USB-stick med maler av ulike dokumenter. Deltageren skal også lagre egne dokumenter som han/hun lager i løpet av kursperioden på denne. Det kan være CV, jobbsøknader, handlingsplan etc.

Innholdet i undervisningen de første ukene har tema som: CV/jobbsøknad/åpen søknad, interessedest, handlingsplan, jobbsøk, motivasjon og selvinnsikt, selvfølelse, kommunikasjon, arbeidsmarkedskunnskap, jobbintervju, arbeidsmiljøloven og generell HMS med mer.

Undervisningen foregår i klasserom der man ønsker å legge til rette for diskusjon og refleksjon, eller på datarommet, der hver enkelt jobber med egne oppgaver.

I etterkant av hvert kurs bes den enkelte kursdeltager å gjennomføre en brukerundersøkelse. Denne typen brukerundersøkelse gjøres også for personer som deltar i andre typer tiltak hos oss. Undersøkelsen gjennomføres elektronisk, og er anonym.

3. VALG AV INTERVJUOBJEKTER

Valget av intervjuobjekter har vært tilfeldig, men alle har gjennomført AMO-kurs i løpet av våren 2013 hos oss. Utvelgelsen av intervjuobjekter skjedde ved loddtrekning, men jeg endte opp med å intervju kun menn. To av disse har jeg selv vært veileder for, mens den siste hadde en annen veileder.

3.1. DE FREMMEDSPRÅKLIGE

Jeg har bevisst utelatt de fremmedspråklige når jeg har valgt ut intervjuobjektene. Forskjellige kulturer kan innebære ulike former for samspill mellom mennesker. Dette gjelder både mht initiativ, direktehet og spørreformer. Kroppsspråk og andre nonverbale sider ved kommunikasjonen kan være en utfordring i intervjuer med mennesker som snakker dårlig norsk, og kan fort gi grunnlag for misforståelser (Kvale og Brinkmann, 2009).

Blant spesifikke faktorer som kan spille en rolle i intervjuer med personer fra andre land og kulturer er blant annet om spørsmål stilles direkte eller indirekte, blir svaret gitt direkte eller indirekte, hvor skal blikket festes under intervjuet og ikke minst forholdet mann – kvinne. Dersom man velger å bruke tolk må man være nøye på å velge en tolk som både kjenner norsk kultur og som er språklig dyktig (Kvale og Brinkmann, 2009).

At denne gruppen utelates er beklagelig, spesielt mtp den økende andelen av fremmedspråklige som sannsynligvis kommer innom NAV-systemet i årene fremover. Norge er blitt et flerkulturelt land, og av den grunn er det spesielt viktig å finne ut hva som motiverer

til jobbsøk for personer med en annen kulturbakgrunn enn vår. Imidlertid kunne jeg ikke se at oppgaven gav nok rom, jfr tid og ressurser, til å ta med denne gruppen personer.

3.2. FOKUSGRUPPE

Alle mine intervjuobjekter var godt voksne menn, fra 45 års alder og oppover. Imidlertid har vi jo også svært mange ungdommer på kurs, og jeg valgte derfor å snakke med en gruppe av de ungdommene som deltar på kurs pr d.d.

Jeg fikk samlet 5 ungdommer, og har i oppgaven referert til dem som fokusgruppe. En fokusgruppe består som regel av seks til ti personer, og den kjennetegnes av at det ikke er et intervju, men en arena der det først og fremst er viktig å få frem mange forskjellige synspunkter (Kvale og Brinkmann, 2009). Jeg presenterte oppgaven min, og vi brukte ½ - 1 t på diskusjon rundt emnet, men også andre ting som opptok dem på kurset.

4. DEN KVALITATIVE METODEN

«Hvis du vil vite hvordan folk oppfatter verden og livet sitt, hvorfor ikke spørre dem?» (Kvale og Brinkmann, 2009).

Det finnes i forskningsverdenen to aktuelle måter å gjøre undersøkelser på; den kvalitative og den kvantitative.

I valget mellom disse to metodene har jeg valgt kvalitative metoden. Hensikten med intervjuet har nemlig vært å få frem det informantene opplever, deres hverdagsvirkelighet, og på bakgrunn av dette prøve å konkludere. En kvalitativ metode konsentrerer seg om noen få intervjuobjekter, og deres meninger, i motsetning til en kvantitativ som brukes i situasjoner der man ønsker svar fra større grupper.

I situasjoner der man ønsker å bruke kvalitative intervju som forskningsredskap er det viktig at man er klar over hva man ønsker svar på. Et intervju kan utvikle seg til en samtale mellom to personer, uten noe mål, og kan dermed gli over i en mer dagligdags konversasjon. Et forskningsintervju skal imidlertid tjene til et formål, og det skal produsere kunnskap (Kvale og Brinkmann, 2009).

Som veileder med mange års erfaring som deltager på ulike kurs, hadde jeg en idè/oppfatning av hvordan undervisningsmateriellet skulle/burde se ut. Men hadde kursdeltagerne samme oppfatning? De er i en situasjon i dag som arbeidssøkere, altså en annen situasjon enn meg som har fast jobb. Hvordan kan da jeg vite hva som er viktig med dette materiellet, og hvordan det kan bidra til å motivere den enkelte til ytterligere anstrengelser når det gjelder jobb og jobbsøk? I intervjuguiden har jeg prøvd å stille spørsmål som gir noen svar på disse spørsmålene.

5. ETISKE REFLEKSJONER

Steinar Kvale og Svend Brinkmann hevder at en intervjuundersøkelse er en moralsk undersøkelse. Det vil uansett være moralske spørsmål knyttet både til undersøkelsens midler og dens mål. Samspillet mellom intervjuer og intervjuperson vil påvirke intervjuet, og det er også med på å påvirke vårt syn på menneskets situasjon (Kvale og Brinkmann, 2009).

Etthvert forskningsintervju bør/skal ha et mål og en mening. På forhånd må derfor intervjueren reflektere over en mengde etiske problemstillinger som kan dukke opp som et resultat av den valgte oppgaven/det valgte temaet. Først og fremst må man tenke over om temavalget er noe som vil komme menneskene til gode. Dersom valget av tema kun er valgt mht tilfredsstillelse av egen nysgjerrighet, vil det ikke være etisk riktig å gjennomføre det. Når man har bestemt seg for tema, og hvorvidt dette kan bidra til en bedring av noens situasjon, må man finne ut hvordan intervjuene/forskningen skal gjennomføres. Skal det foretas intervju, og skal disse gjennomføres av enkeltpersoner, eller i grupper? Dersom man skal intervju enkeltpersoner må man spørre seg om intervjuet å noen måte kan påvirke intervjuobjektet? Skal intervjupersonene være anonyme, og er det nødvendig med et såkalt informert samtykke? Dersom det er nødvendig, hvem skal i så fall gi det? I boka «Det kvalitative forskningsintervju» har forfatterne Steinar Kvale og Svend Brinkmann listet opp en rekke etiske spørsmål som intervjueren bør stille seg før studien starter.

En intervjuundersøkelse vil alltid være knyttet til moralske spørsmål. Samspillet mellom personene vil påvirke svarene som gis, og intervjueren har et klart ansvar for at situasjonen ikke blir asymmetrisk.

En intervjuundersøkelse vil ofte ha flere stadier; fra valget av tema til den endelige rapporten som fremlegges. På alle stadiene er det viktig at intervjueren reflekterer over ulike etiske problemstillinger. Under planlegging bør man bl.a. nøye tenke gjennom behovet for å innhente et såkalt informert samtykke til å delta i studien, sikre konfidensialiteten for dem det gjelder samt vurdere mulige konsekvenser studien kan ha for intervjupersonene. Med konfidensialitet mener man at private data som kan identifisere deltagerne, ikke avsløres. Dersom undersøkelsen offentliggjør data som potensielt kan være gjenkjennelig for andre, må deltagerne gjøres kjent med at denne informasjonen blir offentliggjort, og at andre kan gjenkjenne den (Kvale og Brinkmann, 2009).

Denne oppgaven er ikke spesielt knyttet til personlige forhold, og jeg har derfor ikke bedt om noe informert samtykke. Til tross for et ufarlig tema har jeg likevel valgt å anonymisere oppgaven, slik at informasjon fra deltagerne ikke kan gjenkjennes dersom den blir offentliggjort. Dette er gjort i forståelse med deltagere som ikke ønsker at det blir kjent at de har deltatt på kurs i en attføringsbedrift.

Ettersom jeg er en av veilederne på AMO-kurset, og er ansatt i bedriften som er kursarrangør, vil det alltid være en fare for at jeg fremstår som en person som sitter med fasiten. Det er derfor viktig at jeg klarer å formidle mitt ønske om hensikten ved oppgaven, og at jeg ikke har klare svar på forhånd.

Å være veileder i en attføringsbedrift gir også etiske utfordringer på flere plan. Hvordan kan jeg som rådgiver ivareta alle de ulike deltagerne som kommer til meg med behov om hjelp/bistand? Og hvordan kan jeg som arbeidstaker være lojal mot min arbeidsgiver, og gjøre jobben innenfor de rammene som er satt, selv om jeg av og til ser behov for at ting kunne vært gjort annerledes? F.eks. å kunne bruke mer tid sammen med den enkelte deltager?

Jeg har også et ansvar for den bedriften jeg arbeider i. Dersom svarene på min undersøkelse viser at for å lykkes kreves det store investeringer, kan det være en fare for at jeg unnlater å videreformidle de eksakte svarene som fremkommer. Å trykke opp bøker på glanset papir vil gi større kostnader enn å kopiere opp materiell, og spørsmålet blir da om kostnaden gir nok gevinst.

Det er viktig at intervjuet foregår på en nøytral plass, dersom det er mulig. For å få til den gode samtalen, og unngå en asymmetrisk intervjusituasjon, må det på forhånd tenkes over aktuelle møteplasser. I forbindelse med mine enkeltintervjuer valgte jeg en av byens kafèer.

Her spanderte jeg en kopp kaffe på intervjupersonen, og vi startet samtalen med litt snakk om vær og vind, og hvordan det gikk på praksisplassen. I alle intervjuene fikk vi en god samtale, men det skyldes også at temaet for oppgaven var relativt «ufarlig». Ulempen med å gjennomføre intervjuet på en kafè er at man risikerer å støte på kjente, i tillegg til et, til tider, relativt høyt støynivå. Det kan være lurt å ikke legge intervjuet til lunsjtider dersom man velger en kafè, på den måten unngår man det verste rushet. Synet av blokk og penn på bordet mellom oss gjorde at de fleste kjente bare nikket kort når de gikk forbi, og det ble dermed minimalt med forstyrrelser.

Da jeg har valgt å bruke spørsmål fra vår brukerundersøkelse til å besvare min oppgave, har jeg måtte vurdere hvordan denne skal presenteres uten at det fremkommer hvilken bedrift jeg arbeider i. Mht deltagernes rett til anonymitet har jeg valgt å skrive av spørsmålene i et eget vedlegg, og legge det ved oppgaven.

5.1. ETIKK I SELVE INTERVJUET

I denne oppgaven ble intervjuene til en samtale mellom meg og deltager, hvor vi delvis utvekslet synspunkter på den nåværende situasjonen, men der jeg også fulgte intervjuguiden, og ba om svar på de aktuelle spørsmålene.

Intervjuguiden hadde jeg på forhånd utarbeidet, og jeg hadde forsøkt å lage spørsmål som krevde mer utfyllende svar enn ja og nei.

Et forskningsintervju må ha en viss struktur, og sluttresultatet vil bære preg av hvordan jeg som intervjuer forstår og tolker intervjuobjektens subjektive erfaring og svar på mine spørsmål (Kvale og Brinkmann, 2009).

Et intervju starter ofte med en liten briefing. Her skal intervjueren gjøre rede for oppgaven; hva er formålet, hvordan intervjuet skal gjennomføres; skal det brukes lydopptager eller penn og papir, og hva skal skje med opptaket/notatene etterpå og hvordan skal det endelige resultatet av intervjuet presenteres. Intervjupersonen har kanskje noen spørsmål han/hun vil stille før intervjuet tar til (Kvale og Brinkmann, 2009).

Avhengig av type intervju kan det være nødvendig med en debriefing etterpå. Dersom intervjuet har vært av den svært personlige typen, må intervjueren i etterkant invitere til

ytterligere kommentarer, samt prøve å kartlegge intervjupersonens opplevelse av intervjuet. Dersom det ser ut til at intervjuet har preget intervjupersonen i stor grad, kan det være nødvendig å sette inn tiltak for å ivareta intervjupersonen i etterkant (Kvale og Brinkmann, 2009).

Et intervju kan også avsluttes med at intervjueren går gjennom hovedpunktene i svarene, for å være sikker på at han/hun har fått med det viktigste, og at det ikke har oppstått noen misforståelser. I mine intervju med enkeltpersoner gikk vi raskt gjennom spørsmålene og svarene til slutt, slik at intervjupersonene fikk anledning til korrigere svarene, evt utdype dem nærmere.

Jeg valgte å skrive ned svarene jeg fikk under intervjuene, og brukte ikke lydbånd. Oppgaven omhandler ikke noe tabubelagt tema, og sannsynligheten for store sinnsbevegelser under intervjuet var derfor relativt små.

6. ATTFØRINGSBEDRIFTENS ETISKE STÅSTED

En attføringsbedrift som er en aktiv aktør i lokalsamfunnet har et særlig ansvar for å utvise riktig etisk skjønn. Vi har derfor utarbeidet etiske retningslinjer som skal bidra til at vi gjør de riktige valgene og handlingene i samspillet med andre. Våre etiske retningslinjer bygger på våre kjerneverdier som er: Inkluderende, inspirerende, pålitelig og ambisiøs. Alle disse verdiene bør vi som veiledere ha i tankene når vi arbeider med mennesker som, forhåpentligvis, skal tilbake til arbeidslivet.

6.1. Å INKLUDERE

Begrepet inkludere betyr å omfatte, innbefatte (Store norske leksikon, udat.) For deltagere som er søkt inn på AMO-kurs, etter å ha gått hjemme over lang tid, kan følelsen av å bli inkludert, at AMO-kurset også omfatter ham/henne, bety svært mye. For mange kan opplevelsen av å tilhøre en gruppe, og være inkludert i denne, være med på å vekke motivasjonen for videre jobbsøk.

6.2. Å INSPIRERE

Å være inspirerende betyr å stimulere, å tilskynde noe (Store norske leksikon, udat.). I vår jobb som veiledere er dette noe av det viktigste vi gjør. Vi skal inspirere den enkelte kursdeltager til å finne ut hvor han/hun ønsker å jobbe, hva er mulig jfr egen kompetanse, og når dette er klart skal vi stimulere til jobbsøk. Vi skal også inspirere til å tørre å tenke nytt, å ta noen valg som kanskje er litt utenfor den boksen den enkelte vanligvis har tenkt. F.eks. kan en mann som gjennom hele livet har arbeidet i industrien være svært godt egnet til arbeide innenfor miljøterapeutiske tjenester. Her finnes mennesker med ulike bistandsbehov, og flere kan ha behov for personale som er praktisk anlagt når det f.eks. er snakk om vedlikehold av egen bolig.

6.3. Å VÆRE PÅLITELIG

Å være pålitelig betyr å være en som man kan lite på (stole på) (UiO, udat.). Det er svært viktig at våre kursdeltagere føler at de kan stole på oss; at vi som atfføringsbedrift vet hva vi gjør. Det betyr at vi som veiledere må inneha nødvendig kompetanse i forhold til hvordan man går fram for å søke på jobber, hvordan man opptrer i situasjoner som arbeidstaker, og ikke minst i hvordan man går frem for å finne aktuelle ledige jobber.

6.4. Å VÆRE AMBISIØS

Jfr Store norske leksikon betyr ordet ambisiøs å være ærgjerrig, å være en som har ambisjoner. Det skal være en selvfølge at vi som veiledere har ambisjoner på vegne av våre kursdeltagere. Vi skal alltid lete etter «diamanten» i den enkelte, og ha tro på at hver enkelt kan «strekke seg etter stjernene», dvs sette seg stadig høyere mål.

7. HVA FANT JEG?

Generelt viste svarene på intervjuene at man var fornøyd med undervisningsmateriellet. Mine tre intervjupersoner gav hhv terningkast 3, 4 og 5. Dette innebærer at ingen var misfornøyd, men hos ingen nådde materiellet helt «til topps» (beste karakter var 6). Alle var også enige

om at en type undervisningsmaterieell generelt sett var viktig, uavhengig av type kurs. Først og fremst begrunnet de det med at uten slikt materieell er det vanskelig å følge med, både underveis i kurset og i etterkant.

Også fokusgruppa mente at materiellet var viktig, og heller ikke her så noen av personene for seg et kurs (uansett hva slags) uten noen form for materieell.

Alle var videre enige om at en ringperm ville vært den beste måten å presentere materiellet i. Denne var enkel å åpne, både for å sette inn ark, og for å ta ut ark (f.eks. de ukentlige evalueringsskjemaene). Plastmappen som ble brukt til det kurset som de tre intervjupersonene deltok på, var ingen spesielt fornøyd med. Det var tungvint å ta ut, og sette inn, ark, og det resulterte i at det som skulle ut ble revet ut, med fare for at noe ble ødelagt, mens det som skulle settes inn, ikke ble satt inn, men ble liggende løst og dermed ble mistet etter hvert. Ingen ønsket en «kursbok», da det ikke ville være mulig å sette inn utdelt materieell underveis.

Både intervjupersonene og deltagerne i fokusgruppa mente at et ordentlig presentert materieell var med på å gi motivasjon for kursdeltagelse. To av intervjupersonene fortalte at de før neste kursdag gikk gjennom timeplanen, og kikket på evt presentasjon av temaet i forkant, dersom dette var satt inn i mappen/permen. For to av intervjupersonene var det viktig at de på forhånd kjente til temaet i forkant, på den måten var det lettere å delta i diskusjonen i gruppen. For den siste intervjupersonen spilte ikke dette noen rolle, og deltagerne i fokusgruppa ønsket presentasjonene av temaene utdelt etter hvert. Dette begrunnet de med at det ble mer spennende, dersom de fikk det på forhånd ble undervisningen «kjedeligere».

To av intervjupersonene ønsket mer informasjon om hvordan bruke data generelt, og spesielt tekstbehandling, i materiellet. En av intervjupersonene mente at det var vanskelig å bruke USB-sticken på sin egen maskin hjemme, pga ulike versjoner av tekstbehandlingsprogrammet hos oss og hos ham/henne. Fokusgruppa ønsket at filene/linkene på USB-stickene skulle vært gjort om til html-filer, på den måten kunne man lett «klikke» seg rett innpå det dokumentet man ønsket.

Ingen av intervjupersonene så det som veldig nødvendig med eksempler på CV og søknader i mappen/permen. Alle tre mente at dette kunne de finne på ulike nettsider på PCen, det de trengte var evt adresser til linker de kunne bruke i den anledning. Her skilte fokusgruppa seg tydelig ut da de ønsket flere eksempler/maler på både CV og jobbsøknader, spesielt på USB-sticken.

Både intervjupersonene og fokusgruppa var opptatt av at materialet som ble delt ut var korrekt. For intervjupersonene gjaldt dette først og fremst timeplanen som inneholdt feil klokkeslett. I tillegg var noen dager mangelfulle mht hvor undervisninga skulle foregå (hvilket klasserom), og delvis i forhold til hvilken veileder som hadde ansvar for de ulike temaene. Fokusgruppa var spesielt opptatt av at evalueringsskjemaene inneholdt feil. Flere av temaene som var med på skjemaet, var ikke med i undervisninga, og det hadde kommet til nye temaer, som ikke var tatt med på evalueringsskjemaet. Både intervjupersonene og fokusgruppa ønsket at materialet skulle inneholde nødvendig kontaktinformasjon til attføringsbedriften og de ulike veilederne.

Alle sammen hadde stor tro på at både mappen/permen og USB-sticken kom til å bli nødvendig siden, spesielt ift jobbsøk. Uansett om resultatet av kurset ble fast jobb eller ikke, kom alle sannsynligvis til å søke ny jobb seinere, og da ville de bruke det utdelte materialet.

8. MOTIVASJON FOR JOBBSØK

Ordet motivasjon kan forstås som drivkraft (UiO, udat). Dersom vi deler opp ordet drivkraft i to, får vi på den ene siden noe som driver oss, og på den andre siden en kraft som trekker i oss. Altså kan ordet forstås som noe som gir oss lyst til å gjøre noe, nå et mål. Begrepet kan være knyttet til en betydningsopplevelse, og jo viktigere målet er, jo mer det betyr, jo sterkere er motivasjonen. Dermed vil man bruker mer kraft, mer styrke og mer utholdenhet på vei mot målet (Udir, udat).

Motivasjon kan også forstås som noe som forårsaker aktivitet hos individet, det som holder denne aktiviteten ved like og det som gir den mål og mening. Motiverte mennesker er mennesker som kommer i gang, viser et engasjement og målbevissthet, er utholdende og ofte har positive tanker om et arbeid eller prosjekt (Wikipedia, 2013).

Når man snakker om motivasjon for jobbsøk og arbeide, fokuserer man ofte på innholdet i arbeidet. Men på et AMO-kurs vil også rammene omkring søkeprosessen/kurset være minst like viktig. Kulturen i attføringsbedriften og miljøet her spiller en stor rolle, og både de formelle og uformelle måtene å omgås på, og forholde seg til hverandre på, er viktige elementer for motivasjon. Hvordan møter vi hverandre når vi kommer om morgenen? Hilser

vi på hverandre? Kan man ta seg tid til en uformell prat over en kaffekopp i løpet av dagen, både med andre kursdeltagere, men også med de som er veiledere og ansatte i bedriften.

Man skiller ofte mellom indre og ytre motivasjon. Når en person gjør en aktivitet på grunn av interesse for selve aktiviteten, og denne aktiviteten i seg selv er belønning nok, så er det snakk om indre motivasjon. Ytre motivasjon er når personen gjør noe fordi han/hun ønsker å oppnå en belønning utenfor selve aktiviteten.

8.1. TRE HOVEDTYPER MOTIVASJON

Motivasjon kan deles i tre hovedtyper: Mot, fra og nysgjerrighet.

I mot-motivasjonen ligger det en indikasjon om at man beveger seg mot noe man ønsker å oppnå. Drivkraften ligger i de gevinstene og/eller fordelene man oppnår ved denne endringen, og blir også betegnet som «positiv motivasjon» eller «gulrot-motivasjon».

Fra-motivasjon betegner at man beveger seg bort fra noe man ønsker å unngå. Her ligger drivkraften i frykten for negative og/eller uønskede konsekvenser som kan oppstå uten at endring skjer. Motivasjon som denne betegnes også som «negativ motivasjon», «pisk-« eller «au-motivasjon».

Motivasjon som kommer av nysgjerrighet drives av kraften i en undring eller nysgjerrighet på hva som kan komme til å skje ved en endring. F.eks. hvor mye vil det hjelpe meg å bruke en praksisplass for å finne jobb? (Udir, udat.).

For deltagerne på AMO-kurs vil det å benytte seg av alle tre motivasjonstypene gi størst sjanse til å lykkes.

Motiverte deltagere har lyst til å lære, de holder ut lengre, de er nysgjerrige og viser evne til å arbeide målrettet. Faglig gode, engasjerte og inspirerende veiledere, vil kunne gi lyst og motivasjon til jobbsøk, samt en positiv og realistisk oppfatning av egen kompetanse og fremtidsmuligheter.

8.2. MOTIVASJONSTEORIER

Både behavioristiske, kognitive, konstruktivistiske og sosiokulturelle teorier har alle idèer om hvordan mennesket blir motivert, og hva som motiverer mennesket. Det finnes også teorier for motivasjon, f.eks. empiribasert kunnskap eller Maslows, som ikke naturlig hører hjemme i noen av disse teoriene (Wikipedia, 2013).

Humanistiske motivasjonsteorier vektlegger egenskaper som er særegne for mennesket, i motsetning til de fleste dyr. Mennesket har et innebygd behov for sosialt liv, og også et ønske om å være aktive, å prestere og å være til nytte for andre. Humanistiske teorier har som utgangspunkt at mennesket har en rekke medfødte eller lærte behov (Wikipedia, 2013).

8.2.1. MASLOWS BEHOVSHIERARKI

Jfr Maslow er mennesket drevet av sine behov, og han opererer med fem grunnleggende behov i sitt behovshierarki: (1) fysiologiske, (2) trygghet og sikkerhet, (3) kjærlighet og sosial tilknytning, (4) anerkjennelse og positiv selvoppfatning og (5) selvrealisering. Grunnlaget for motivasjon ligger i disse behovene. Hvor sterke disse behovene er vil variere fra person til person, og også hvor sterkt det enkelte behov dominerer. Maslow hevder at når et behov er tilfredsstilt, melder et nytt behov seg. Han legger imidlertid vekt på at motivasjon er et komplekst fenomen der samspillet mellom de ulike behovene er viktig (Wikipedia, 2013).

8.2.2. VYGOTSKY OG DET SOSIOKULTURELLE PERSPEKTIV

Vygotsky legger vekt på at motivasjon har sammenheng med forventningene i forhold til kontekstene, dvs det sosiale samspillet, kulturen og samfunnet. Vygotsky sier at det å oppleve noe som gir mening og som har sammenheng med livet for øvrig, gir motivasjon. Mennesket må føle seg verdsatt og ivaretatt. Forutsetningene for læring er at læringsmiljøet er godt, på den måten motiveres man til læring. Læreprosessen er viktig, ikke bare resultatet (Wikipedia, 2013).

9. LØFT – SOM LÆRINGSMETODE

Felles for all undervisning og veiledning i vår utførelsesbedrift er bruk av LØFT – Løsningsfokusert Tilnærming som metode. Innenfor løsningsfokusert tilnærming er man opptatt av muligheter og utviklingsmuligheter hos den enkelte person. Det sentrale i LØFT er at fokus rettes mot de positive erfaringene som allerede finnes i en gitt situasjon, og at man så vurderer mulighetene for å gjøre mer av det samme. I stedet for å spørre hva som er årsaken til problemene, stiller man heller spørsmål om hvordan man kan finne løsningene. Å finne årsaken til problemene er ikke nødvendigvis til noen hjelp når det gjelder å finne løsningene.

Oftentimes er det slik at vår måte å møte motgang på skaper flere problemer. Det vi tror virker, viser seg mange ganger å ha motsatt effekt, likevel fortsetter vi å gjøre mer av det som ikke virker. Frustrasjonen bare vokser! Bruker man derimot LØFT som rettesnor, har man fokus på å se framover. Hvilken fremtid ønsker vi å skape, hva kan vi gjøre som virker, slik at vi får det livet vi ønsker (Langslet, 2004).

Flere av deltagerne som kommer på kurs hos oss har sendt mange søknader om jobb. Ingenting har virket, de fleste har ikke engang kommet så langt som til intervju. Det er mao på tide å gjøre noe annet!

LØFT bygger på idèer om hva man tror er klokt (og ikke så klokt) for å løse utfordringene. Idèene skiller seg fra de antagelsene som vanligvis styrer menneskets væremåte når vi møter frustrasjoner og vansker (Langslet, 2004).

9.1. SLIK BLIR ARBEIDSGIVER INTERESSERT

Gjennom flere år som kursarrangør har vi fått erfaring i hvordan en CV skal settes opp, hvordan en jobbsøknad skal se ut, hvordan man holder kontakten og interessen til arbeidsgiver ved like under ansettelsesprosessen og ikke minst hvordan man opptrer under et evt jobbintervju. Vi vet at en praksisplass ofte er første steg når det gjelder å få fast jobb, dersom man er motivert til å gjøre en god jobb, og samtidig viser seg så stabil og pålitelig at arbeidsgiver ønsker å ansette en så snart det byr seg en anledning.

Hvis det ikke fører til en løsning å identifisere kildene til problemene, og en årsaksanalyse gjør ting verre, må man tenke annerledes. I LØFT tenker vi at vi ikke behøver å forklare

problemene for å løse dem. Det som trengs er å beskrive hva som skjer når problemet ikke eksisterer. Da er de jo pr definisjon løst! Dersom man analyserer de problemfrie situasjonene, og hva som kjennetegner dem, kan veien videre bli mye klarere (Langslet, 2004).

Det har mao ingen hensikt å dvele med gamle søknader, oppsett av CV eller opptreden i intervjusituasjoner. Dersom det er mistanke om at tidligere CV har inneholdt feil og mangler, eller at jobbsøknaden ikke ble som tenkt, så bruker vi det ikke. Alle som deltar på vårt kurs må skrive ny CV, samt skrive flere jobbsøknader; både åpne søknader samt søknader på konkrete stillinger. Vi bruker mye tid på å finne fram til alt deltageren har av kompetanse (både formell og uformell), samt formulering av jobbsøknad. En søknad er ofte førsteinntrykket en arbeidsgiver får av en jobbsøker, så det er svært viktig at denne er korrekt, og inneholder nok opplysninger til at arbeidsgivers interesse blir vakt.

Vi har alle lært at dersom vi mener at folk gjør noe galt, at vi blir irriterte på folk, så må vi være ærlige og tydelige. Vi må si fra dersom det er ting vi misliker, og vi har et håp om at de ved å få innsikt i sine svakheter, skal forandre seg. Ingen liker imidlertid å bli kritisert, da får vi «piggene ut», og det er sjelden at vi blir inspirert til å endre oss når vi blir anklaget (Langslet, 2004). Vi er derfor svært forsiktige når vi korrigerer arbeidet den enkelte deltager har gjort tidligere mht CV og jobbsøk.

I arbeidet med å skrive nye jobbsøknader bruker vi eksempler på søknader som både er ryddige, fri for skrivefeil, lettleste og som også vekker nysgjerrighet. Disse eksemplene får deltagerne utdelt i papirform i mappen/permen sin, og de finnes også på USB-sticken. Deltagerne bør få anledning til å se gjennom disse først, slik at de inspireres til å skrive nye, med eksemplene som rettesnor. Det vil fungere dårlig dersom vi som veiledere står bak og «dikterer» den enkeltes jobbsøknad. Motivasjonen for kurset som helhet vil sannsynligvis visne, og dersom deltageren kommer til et jobbintervju vil han/hun kanskje ha problemer med å «forklare» sin egen søknad.

9.2. DRØMMER OG FREMTIDSHÅP

Det er viktig at vi klarer å skape et framtidshåp og en tro på at det er mulig å skape det livet deltageren ønsker, først og fremst ved å finne en jobb. Når vi har klart å få deltageren til å bli

klar over hva slags jobb han/hun ønsker, vil mange av handlingene styres av denne drømmen. Fremtiden «trekker» i ham/henne (Langslet, 2004).

Det er snakk om realistiske drømmer, dvs drømmer som er inne rekkevidde for hver enkelt. I samarbeid med den enkelte lager vi en handlingsplan, som med små delmål skisserer opp hva som må gjøres for å nå drømmen. Delmålene skal være så detaljerte og konkrete som mulig, og de skal kunne måles etterpå.

9.3. RESPEKT SOM VERDI

En overordnet verdi hos oss er å opptre respektfullt – også i møte med dem vi misliker. Da har våre måter å omtale hverandre på, stor betydning. Hvordan vi oppfatter oss selv, preges av «hvordan vi snakker om hverandre bak ryggen på hverandre». Snakker vi om hvor vanskelige folk er, og har fokus på de negative sidene, skaper vi en negativ person. Sannsynligheten for at person både oppfattes som negativ, og kanskje blir negativ i møtet med de andre, øker dermed (Langslet, 2004).

Ved å bruke LØFT som metode hos oss, legger vi vekt på å snakke om menneskenes fortrinn, og det vi setter pris på at de gjør. Anerkjennende språk er med på å skape energi, vekt og overskudd, mens nedvurderende språk skaper sinne, forsvar og i mange tilfeller lav selvtilit (Langslet, 2004).

Det meste vi som mennesker gjør, gjør vi ut fra valg. Selv om vi blir provosert, må vi ikke gå til angrep. Vi kan tenke oss om, og kanskje finne andre måter å løse konflikten på. Vi må heller ikke la problemene ta over livet vårt, selv om det av og til føles som om det er i ferd med å skje. Vi kan gjøre noe. Når vi gjør noe som skaper forskjell, blir det lettere å fortsette å ta konstruktive initiativ/valg, selv om overmakten virker overveldende. Vi vokser på å opptre med respekt og verdighet, også i situasjoner der vi har mest lyst til å kritisere og avvise. Selvrespekten og stoltheten vår øker når vi ser at vi klarer det, og at våre anstrengelser fører fram (Langslet, 2004).

I vårt møte med den enkelte kursdeltager vil måten vi som veiledere opptrer på, ha nesten alt å si for hvor vellykket tiltaket skal bli. En person som blir møtt med respekt, og får følelsen av likeverd, vil alltid gjøre samarbeidet lettere, og mer fruktbart.

10. BRUKERUNDERSØKELSEN

I etterkant av kurset blir alle bedt om å gjennomføre en brukerundersøkelse, slik at vi får nødvendig tilbakemelding og «input» for å gjøre jobben vår bedre. Undersøkelsen er anonym, gjennomføres elektronisk og består av totalt 14 spørsmål, som på ulike måter ber deltageren om å vurdere den jobben vi som atføringsbedrift gjør, samt egen opplevelse av kurset. Det finnes imidlertid ingen spørsmål som konkret er knyttet opp mot «rammene» rundt kurset, f.eks. bruk av undervisningsmateriell. En gjennomgang av resultatene fra undersøkelsene i 2012 viser at ingen har spesielle kommentarer, og at deltagerne jevnt over er fornøyde, uansett utfallet av kurset.

Så langt i 2013 er det to kurs som er ferdig avviklet, der deltagerne dermed har gjennomført brukerundersøkelsen. Totalt har 17 stk besvart. Noe av årsaken til at ikke alle har deltatt skyldes at noen av deltagerne «faller fra» underveis i kurset, pga at de får jobb, for mye fravær etc, i tillegg til at noen ikke kan møte til avslutningen, der undersøkelse gjennomføres.

10.1. HVA SIER DELTAGERNE?

På spørsmål om deltageren har fått god nok informasjon fra atføringsbedriften om kurset svarer hele 69% at informasjonen har vært god. De resterende 31% har svart at det har vært gitt for dårlig informasjon.

I dette spørsmålet kan undervisningsmaterialet være en del av det deltageren reflekterer rundt når han/hun svarer. Materialet skal jo være med på å gi informasjon om kurset underveis, både mht tema, eksempler og tid og sted. Dersom man går ut fra at materialet er tatt med i svaret, må man kunne si at det fungerer nokså godt, da så stor prosentandel har svart i stor grad eller i svært stor grad.

Svarene i undersøkelsen viser i overveldende grad at deltagerne er godt fornøyd med den hjelpen de har fått hos veilederne. Evt stress, bekymringer og negative tanker fra oss ansatte har dermed ikke fått «rom» underveis i kurset, vi har i meget stor grad greid å bruke LØFT som metode i den jobben vi har gjort.

Over halvparten av de som er spurt mener at atføringsbedriften hjelper dem nærmere arbeidslivet og en jobb. Svarene bekrefter langt på vei at det har betydning hvordan man søker

på en jobb, både mht hvordan en CV settes opp, og hvordan en jobbsøknad utformes. Men kanskje er det aller viktigste den arbeidspraksisen hver enkelt får i løpet av kurset. Her får man både vist seg fram, og man kan skaffe seg gode referanser, noe som er «gull verdt» når man er jobbsøker.

Alle deltagerne mener at deltagelsen på kurset har vært med på å øke livskvaliteten. Av svarene kan man dermed anta at det å ha noe fast å gå til, å vite at noen forventer noe av en, er med på å bidra til økt livskvalitet. I tillegg møter man andre mennesker som ofte er i tilsvarende situasjon som en selv, nye kontakter knyttes og kanskje kan noen av disse bidra til at man kommer i jobb, noe som fører til ytterligere økt livskvalitet.

På spørsmålet om deltageren samlet sett er fornøyd med attføringsbedriften har 100% svart ja. Det betyr at også de deltagerne som var negative og misfornøyde den dagen de startet har «snudd». Imidlertid har også en del deltagere blitt «borte» underveis, bl.a. pga mye fravær. Det kan derfor tenkes at om også disse hadde blitt bedt om å besvare spørsmålet, så hadde svaret blitt noe annet. Kanskje skyldes fraværet nettopp at de ikke var så fornøyd med attføringsbedriften?

Nesten halvparten av deltageren (48%) forlater kurset med videre aktivitet foran seg. Når man vet hvor viktig det er å ha noe å gjøre, hvor viktig det er å ha en normal døgnrytme, er det fint å se at såpass mange har fått et alternativ til det «å gå hjemme». Dessverre er det fortsatt over halvparten som ender opp med resultatet «vet ikke» om veien videre. Imidlertid er det på ethvert kurs en eller flere deltagere som har utfordringer vedr egen helse (både fysisk og psykisk), noen har rusproblematikk og andre har ingen avklaring på hva som kan være utfordringen i forhold til jobb. Man må derfor kunne anta at i de 52% som ikke vet veien videre, finnes en del av disse deltagerne.

Det siste spørsmålet i undersøkelsen ber deltagerne komme med andre kommentarer til kurset.

Her viser svarene mye forskjellig, men jevnt over er kommentarene og tilbakemeldingene positive. Mange har skrevet at de er fornøyd med kurset, at attføringsbedriften har vært et hyggelig bekjentskap og at veilederne har gjort en god jobb.

En person har ønsket seg bedre undervisningsmateriell. Dette kan være en av de tre intervjuobjektene, som gjennom vår samtale er blitt mer bevisst materiellet, eller det kan være

hvem som helst. Så lenge undersøkelsen er anonym er det ikke mulig å vite. Uansett er det en av de 17 som har besvart som ønsker et bedre materiell, og det bekrefter behovet for at vi ser på muligheten av forbedring av det.

11. KONKLUSJON

Samtalene og intervjuene med den enkelte har vist meg et ønske hos hver enkelt om å bidra med noe; om å bety noe. Det har vært svært interessant å se hvor velvillig hver enkelt har vært til å stille opp, og det er tydelig at man som person ønsker å bidra til noe «samfunnsnyttig».

At den såkalte AMO-gruppa er så mangfoldig, dvs har så mange ulike personer, har betydning for hvordan kurset presenteres. Enten det er i form av skrevet materiell, eller i form av det muntlige, må det være så klart formulert at hver enkelt forstår hva som menes, uten at misforståelser oppstår. Her finnes personer som kun har få år igjen før de når pensjonsalderen; noen har mange år i industrien bak seg og lite formell kompetanse, mens andre har «gått på en smell» etter mange år med hardt arbeid, til tross for høy formell kompetanse. Her finnes kvinner og menn, alle aldre er representert, mange har liten formell utdanning og mange føler seg «tvunget» av NAV til å delta på kurs. Noen av deltagerne har aldri vært ute i ordinært arbeidsliv, mens andre har mange års erfaring. Noen snakker språket relativt dårlig, og har mangelfull arbeidserfaring fra Norge, mens andre har store helsemessige utfordringer.

Den enkelte AMO-deltager er sårbar på sin måte. Mange føler seg mislykket ettersom de ikke mestrer det alle andre mestrer, og det samfunnet forventer av dem; nemlig å ha en jobb å gå til. Mange har opplevd nederlag etter nederlag når de har søkt på jobber, og er etter hvert blitt nokså demotiverte for å søke jobb. Og mange har fått en psykisk knekk av «bare å gå hjemme», og trenger mye hjelp (og kanskje av og til «et spark bak») før de er klare til å gå ut i jobb. Ofte er det sammensatte grunner til at folk er uten arbeid, og har vært det over tid, og det skal mer til enn en flott perm/glanset papir før motivasjonen til jobb er på plass.

Selv om funnene gjennom intervjuene i og for seg er viktige, så viser arbeidet med selve oppgaven at andre ting er enda viktigere. F.eks. det å bli sett, det å bidra med noe, det å føle seg betydningsfull. Dette er noe menneskelig, og noe som de fleste av oss ønsker og har behov for (jfr Maslows behovspyramide).

Både mine intervjuer, tilbakemeldingene fra fokusgruppa samt brukerundersøkelsene viser at de fleste jevnt over er fornøye med tilbudet fra attføringsbedriften. Selv om flere av deltagerne ved oppstart i kurset virker å være negative, kan det se ut som om det negative fokuset endrer seg underveis. Undervisningsmaterialet ser ikke ut til å ha nevneverdig betydning for den enkelte, samtidig som alle mener at kurs ikke kan gjennomføres uten materiell.

Pga at det etter hvert blir flere og flere minoriteter som deltar på kurs er det svært viktig at undervisningsmaterialet som brukes er riktig. F.eks. må timeplanen være korrekt, slik at det ikke er noen tvil om hvilket klokkeslett timen begynner. Svært mange av denne gruppa kommer fra land der «tiden kommer» og ikke går, og de har selv måttet lære seg verdien av å være presis her i landet.

Det som er interessant er at alle har så stort behov/så stor lyst til å delta i min undersøkelse/til å bidra med synspunkter. I dette ligger det kanskje et behov for å bli sett, og for følelsen av at ”det jeg sier” spiller en rolle for en av veilederne? Det er ingen tvil om at i møtet med en AMO-deltager vil vi som veiledere fremstå som «vellykkede» i det at vi har jobb. Og ikke bare har vi jobb, vi er også sånne «eksperter» at det antas at vi skal være «hjelpere» slik at alle deltagerne på kurs får jobb. Samtidig har sannsynligvis flere av deltagerne såpass selvinnsett at de vet at dette kurset neppe kommer til å ende med fast ansettelse i drømmejobben, men være en hjelp et stykke på veien. I en sånn kontekst kan følelsen av å bli sett være veldig viktig. Å være bidragsyter til en av veilederne på kurs man kanskje føler seg ”tvunget på”, oppleves som verdifullt. Følelsen av å ikke ha noen verdi, av å ikke bety noe, er ikke god for noen. For denne gruppa mennesker har sannsynligvis følelsen av ubetydelighet vokst seg større og større i løpet av den tida vedkommende har gått uten arbeid.

Brukerundersøkelsen viser også at deltagerne jevnt over er godt fornøyd, og til dels svært godt fornøyd, med tilbudet fra attføringsbedriften. Til tross for at under 50% i etterkant har fått tilbud om jobb (og kun 5% har fått fast jobb), er alle godt fornøye. Dette bekrefter at det å bli sett, og få følelsen av at noen forventer noe av en, er med på å øke livskvaliteten til den enkelte.

Man kan altså fastslå at undervisningsmaterialet alene ikke er med på å øke motivasjonen til den enkelte AMO-deltager, men tilbudet totalt sett fra attføringsbedriften er med på å motivere til jobb og jobbsøk!

LITTERATUR

- Gravås, T.F. og Gaarder, I.E. (2001). *Karriereveiledning*. Oslo: Universitetsforlaget
- Henriksen, J-O. og Vetlesen, A.J. (2006). *Nærhet og distanse. Grunnlag, verdier og etiske teorier i arbeid med mennesker*. Oslo: Gyldendal Akademisk
- Kvale, S. og Brinkmann, S. (2009). *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo: Gyldendal Akademisk
- Langslet, G. J. (2004). *Gi hverdagen et løft*. Oslo: Gyldendal Akademisk
- Motivasjon. (2013, 12. mars). I *Wikipedia*. Hentet 24. april fra <http://no.wikipedia.org/wiki/Motivasjon>
- NAV (udat.). *Hovedtall om arbeidsmarkedet*. Hentet 5. mai fra <http://www.nav.no/Om+NAV/Tall+og+analyse/Arbeidsmarked/Hovedtall+om+arbeidsmarkedet>
- Store norske leksikon (udat.). *Leksikografi*. Hentet 1. mai fra <http://snl.no/.search?e=snl&query=inkludere>
- Sørbø, J. (2013). *Arbeidsmarkedet nå – april 2013*. Hentet fra <http://www.nav.no/Om+NAV/Tall+og+analyse/Arbeidsmarked/Hovedtall+om+arbeidsmarkedet>
- Time Frivilligsentral Iogt (udat.). *Vers og dikt*. Hentet 11. mai fra <http://time.frivilligsentral.no/?pageslug=vers-og-dikt-6130>
- Universitetet i Oslo (udat.). *Bokmålsordboka*. Hentet 11. mai fra <http://www.nob-ordbok.uio.no/perl/ordbok.cgi?>

VEDLEGG I

HVORDAN KAN VÅRT KURSMATERIELL VÆRE MED PÅ Å ØKE MOTIVASJONEN TIL JOBB OG JOBBSØK?

Intervjuguide:

- 1) Hva synes du om det kursmaterialet du fikk utdelt da du startet på AMO-kurset "På vei mot jobb"?
- 2) Hva var bra med materialet? Nevn konkrete eksempler
- 3) Hva synes du manglet? Kom gjerne med eksempler
- 4) Har materialet virket motiverende på deg? Hvordan?
- 5) Hva synes du er viktig med kursmateriell?
- 6) Bruker (brukte) du materialet utenom kursdagene? Og tror du at du kommer til å bruke materialet seinere?
- 7) Gi terningkast til kursmaterialet: 1

VEDLEGG II

BRUKERUNDERSØKELSE

Spørreskjema: Deltakere AMO kurs 2013

- 1) Synes du at du har fått god informasjon av NN (attføringsbedriften) om den tjenesten du får eller har fått?
- 2) Har NN (attføringsbedriften) gitt deg informasjon om dine rettigheter og plikter som kursdeltaker ved bedriften?
- 3) Hvor fornøyd er du med hjelpen du har fått fra veileder ved NN (attføringsbedriften)?
- 4) Vet du hvordan du skal klage hvis du er misfornøyd med noe ved tilbudet du får i bedriften?
- 5) Har du vært med på å utforme din egen plan for kurstiltaket?
- 6) Synes du at tiltaket har vært/er tilpasset deg og dine behov?
- 7) Opplever du at NN (attføringsbedriften) hjelper deg nærmere jobb og arbeidslivet?
- 8) Har tiden hos NN (attføringsbedriften) vært med på å gi deg en bedre livskvalitet?
- 9) Er du samlet sett fornøyd med NN (attføringsbedriften)?
- 10) Dersom du skal rangere perioden du har vært tilknyttet tiltak ved NN (attføringsbedriften), hvilken karakter vil du gi?
- 11) Jeg kommer til å anbefale NN (attføringsbedriften) til andre som jeg tror vil ha nytte av bedriftens tilbud.
- 12) Hva blir din vei videre etter kurset?
- 13) Har du fått jobb eller tilbud om jobb før kurset er avsluttet? Hvis JA, tror du at dette kurset har bidratt til dette? Hvis NEI, i hvilken grad tror du kurset vil bidra til at du kan skaffe deg jobb?
- 14) Har du andre kommentarer til kurset ønsker vi at du skriver noen ord her.