



Om å lykkes med rekruttering av fosterhjem

**En kvalitativ studie av hvordan det jobbes med
rekruttering i Norge.**

Therese Medina Westengen
Diakonhjemmet Høgskole

Mastergradsoppgave
Master i sosialt arbeid

Antall ord: 25 439

19. mai 2015

Sammendrag

Formålet mitt med denne studien har vært å få en innsikt i hvordan det jobbes for å rekruttere fosterhjem i Norge på et overordnet nivå. Problemstillingen har vært 'Hvordan lykkes med rekruttering av fosterhjem'. Det er mange som jobber for å skaffe fosterhjem og det har aldri vært rekruttert så mange fosterforeldre som nå. Samtidig er det stadig mangel på plasseringsalternativ for barn som er tatt under omsorg.

For å belyse mitt tema har jeg gjennomført en kvalitativ undersøkelse med semistrukturerte intervjuer av ansatte i Barne-, ungdoms- og familieetaten/Barne- og familieetaten (Bufetat/BFE). Jeg har valgt å intervjuer åtte av de som jobber med det første leddet i rekrutteringen, altså innsatsen for å få potensielle fosterforeldre til å henvende seg. Jeg har dekket alle regionene i Norge og håper å ha fått et tilnærmet helhetlig bilde av hvordan det jobbes i landet vårt. Jeg har vært på jakt etter suksesshistoriene for å få vite hva som fungerer, og det viste seg at det finnes mange gode måter å rekruttere på. Det er mye kreativitet og gode løsninger for å få de rette personene til å henvende seg og vurdere å bli fosterhjem. Samtidig trengs det alltid flere, -mange flere.

Funnene viste at det er blitt en mer helhetlig måte å jobbe på de siste årene.

Rekrutteringsarbeidet har fått mer fokus, og det ser ut til å gi gode resultater. Det er mange ulike måter å gå frem på i rekrutteringen, og de som jobber med rekruttering har nok mye å hente hos hverandre. Etter å ha gått gjennom funnene i lys av eksisterende kunnskap på feltet og teorier på motivasjon og omdømme, vil jeg gjerne trekke frem disse hovedfunnene:

- Det er mange områder å lykkes på. Det er viktig å jobbe på mange arenaer samtidig.
- Fosterforeldrerollen er preget av rammevilkårene. Fosterforeldres motivasjon likeså.
- Barnevernfeltets omdømme preger rekrutteringen, det er derfor viktig å bygge opp og bevare et godt omdømme
- Det er behov for mer informasjon til allmenheten om hva fosterhjemsarbeidet innebærer

Nøkkelord: barnevern, fosterhjem, rekruttering, å lykkes, samarbeid, omdømmebygging, motivasjon, suksess

Abstract

This master thesis seeks to understand how the national division of the welfare and protection of children in Norway (Bufetat) proceed in recruiting foster carers. My main goal was to find out how to succeed in recruiting. There are many who work on recruiting foster homes and there have never been recruited so many foster carers. At the same time there is still a lack of homes for children taken under custody.

To gain knowledge on my theme I have used a qualitative research strategy by interviewing eight persons who works specifically with this on a systemic level in Norway. Which method do they use to encourage people to apply to become foster carers? I have covered all the regions in Norway with the intention to gain a complete image of the situation. I searched for the successful stories to get a picture of what works, and it showed there are lots of ways to recruit. It is plenty of creativity and good solutions to get the right people to address and consider becoming foster carers. At the same time, there is always a need of more.

My findings show that the work has been more holistic the recent years. Recruitment has received more attention, and it seems to give good results. There are many different ways to proceed in the recruitment and they have a lot to gain from each other. Main findings I want to emphasize is that:

- There are many ways to succeed, and thereby important to work on several platforms at the same time
- To be a foster carer is affected by the conditions, and so is the motivation to become a foster carer
- Focus in media can provide positive consequences regardless of negative representation
- The reputation of the Child Welfare System in Norway characterizes the recruitment, therefor it is important to raise and keep a good reputation
- More public enlightenment of the implications of foster caring is needed

Keywords: child care, foster home, recruitment, to succeed, cooperation, reputation, motivation, success

Forord

Det har vært en utrolig spennende og lærerik prosess å komme frem til denne oppgaven. Fra å ha et ønske om å forske på nærmest alt mulig, spisset og spisset jeg til jeg endelig kom frem til dette. Det var svært viktig for meg å skrive om noe jeg selv var engasjert i, men som også andre var engasjert i. Jeg ønsket å kunne bidra med noe til flere enn meg selv.

Jeg vil først og fremst få takke informantene mine som velvillig stilte opp. Dere brenner virkelig for jobben dere gjør. Fortellingene deres ga meg et rikt materiale å bruke i denne studien, og deres engasjement har vært til stor inspirasjon i arbeidet med oppgaven. Jeg håper dere kjenner dere selv igjen i presentasjonen her (og ikke alle andre).

Min veileder har vært en uvurderlig støtte og hjelp hele veien. Av ulike årsaker fikk jeg ny veileder bare noen uker før innlevering. Dette medførte at jeg fikk en som så med nye øyne på min oppgave, på godt og vondt. Jeg vil takke både Anne-Margrete Sønneland og Turid Misje. Dere har delt av deres kunnskap med meg. Dere har vært gode pådrivere, husket på meg og hjulpet meg med gode tilbakemeldinger. Jeg har fått tydelige, raske og gode svar på ikke alltid like tydelige spørsmål.

I tillegg vil jeg gjerne også få takke min familie som har støttet meg hele veien. Gode venner og turkamerater må også takkes for mange fine refleksjoner og gjennomlesing. Og sist, men ikke minst, mine fantastiske medstudenter, Linn og Trude som har tatt i mot mye frustrasjon, men like fullt bidratt med mye av sin tid til hjelp og støtte. Vi har hatt veldig mye moro gjennom dette løpet.

Takk

Innholdsfortegnelse

Sammendrag	2
Abstract	3
Forord	4
1 Introduksjon	7
1.1 Problemstilling	10
1.1.1 Hva legger jeg i rekruttering?	10
1.1.2 Hva er et fosterhjem?	11
1.1.3 Hva legger jeg i det å lykkes?	11
1.2 Oppgavens avgrensing og oppbygging	11
2 Eksisterende kunnskap på feltet	13
2.1 Studier som omhandler rekruttering av fosterhjem	13
2.2 Hva studier sier om fosterforeldrerollen	15
2.2.1 Rammevilkårene rundt fosterhjem	16
2.2.2 Motivasjonen for å bli fosterforeldre	17
2.3 Omdømme: åpenhet og fremstillinger i media	18
2.4 Oppsummering av hva jeg har trukket frem fra forskningen på feltet	20
3 Teoretisk referanseramme	20
3.1 Et teoretisk perspektiv på rekruttering	21
3.2 Motivasjonsteorier	22
3.2.1 Hva er motivasjon?	22
3.2.2 Ulike motivasjonsteorier	23
3.2.3 Motivasjon og verdier	26
3.3 Omdømme	27
3.4 Oppsummering av teori	29
4 Metode	30
4.1 Mine utgangspunkt for studien	30
4.1.1 Vitenskapsteoretisk utgangspunkt	30
4.1.2 Eget utgangspunkt	31
4.2 Intervjuprosessen	32
4.2.1 Valg av metode og problemstilling	32
4.2.2 Hvem var informantene?	33
4.2.3 Gjennomføring og etterarbeid	34
4.3 Etliske refleksjoner	36
4.3.1 Metodekritikk	37
4.3.2 Reliabilitet, validitet og overførbarhet	37
5 Funn: 'Hvordan lykkes med rekruttering'	40
5.1 Informantenes forståelse av å lykkes	40
5.1.1 Betydningen av å jobbe langsiktig og på flere arenaer	41
5.1.2 Betydningen av at det satses på	41
5.1.3 Betydningen av å jobbe mer systematisk	42
5.1.4 Betydningen av et godt samarbeide	44
5.2 Fosterforeldrerollen	47
5.2.1 Rammevilkår: 'Altså økonomi er en ting, oppfølging er noe annet'	47
5.2.2 Motivasjon: 'Kanskje jeg kan gjøre en liten forskjell i dette her'	48
5.3 Markedsføring: 'Spre det glade budskap'	49
5.3.1 Omdømme: 'De tar fra foreldrene ungene'	50
5.3.2 Positiv og negativ omtale: 'Fosterforeldre er kloke mennesker'	52

5.3.3	Åpenhet: 'Man skal ikke bare smelle døra igjen og si 'ingen kommentar''	53
5.3.4	Ambassadører: 'Det er ringer-i-vannet tankegangen'	55
5.4	Oppsummering av funn	56
6	Drøfting rundt å lykkes i rekrutteringen	57
6.1	Fosterforeldrerollen	57
6.1.1	Rammevilkårenes betydning og begrensning	57
6.1.2	Hvordan benyttes kunnskap om motivasjon for å rekruttere?	61
6.2	Omdømme. Hvordan spre det glade budskap?	64
6.2.1	Omdømme og åpenhet	64
6.2.2	Media	66
6.3	Å lykkes i rekrutteringen av fosterhjem	68
6.3.1	Betydningen av et godt samarbeide	68
6.3.2	Hva er det å lykkes?	69
6.3.3	Lykkes Bufetat i rekrutteringen?	71
7	Oppsummering og avslutning.....	72
	Referanseliste	74
	Vedlegg.....	81
i.	Intervjuguide	81
ii.	Svar fra NSD	83
iii.	Informasjonsskriv	85

1 Introduksjon

Jeg har valgt rekruttering av fosterhjem som tema. Barn som bor i fosterhjem har de samme behov som andre barn, og i lov om barneverntjenester (Barnevernlovens §4-1) presiseres barns behov generelt:

Ved anvendelse av bestemmelsene i dette kapitlet skal det legges avgjørende vekt på å finne tiltak som er til beste for barnet. Herunder skal legges vekt på å gi barnet stabil og god voksenkontakt og kontinuitet i omsorgen.

Hoveddelen av barn som tas under omsorg flyttes i fosterhjem for å sikre stabilitet og kontinuitet i omsorgen (Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet, BLD 2011). For til enhver tid å ha alternativer til plassering av barn, er det nødvendig at det kontinuerlig rekrutteres fosterhjem.

I følge regjeringens retningslinjer for fosterhjem er det den statlige regionale barnevernmyndigheten som har ansvaret for rekruttering og formidling av fosterhjem. Der står det at de må arbeide målrettet og langsiktig, slik at det til enhver tid ligger klargjort et tilstrekkelig antall familier i samsvar med etterspørselen. Det står videre at klargjorte og potensielle fosterforeldre skal legges inn i et arkiv som kan kalles 'fosterhjemsbanken'. (Retningslinjer for fosterhjem Q-1072B 2004: kapittel 3)

Den statlige regionale barnevernmyndigheten i Norge er delt i seks landsdeler. Fem regioner ligger under Barne-, ungdoms og familieetaten (Bufetat), mens Oslo har en egen organisering og heter Barne og familieetaten (BFE). Barne-, ungdoms og familiedirektoratet (Bufdir) styrer, støtter og veileder disse (Bufdir 2015).

Stortinget ba 27. februar 2014 regjeringen om å igangsette en offentlig utredning av fosterhjemsomsorgen. Det var et representantforslag fra stortingsrepresentantene Terje Breivik, Sveinung Rotevatn og Abid Q. Raja om en helhetlig gjennomgang av fosterhjemsomsorgen. (Stortinget 2014a) Dette ble avvist 26. mars samme år fordi de mente en ny stor offentlig utredning ville sette utviklingen av fosterhjemsområdet på vent i flere år (Stortinget 2014b). I ettertid har barne-, likestillings- og inkluderingsminister Solveig Horne i debatt/interpellasjon 3. april 2014 på Stortinget, trukket frem noen områder hun mener er

avgjørende for å sikre gode og stabile fosterhjem. Noen av områdene er rekruttering, oppfølging og veiledning av fosterforeldre og fosterforeldres rammevilkår. (Stortinget 2014c)

I forlengelsen av dette ble det i 2014 startet et arbeid med en egen stortingsmelding for fosterhjem fra Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet (BLD). Målet med meldingen er at den skal bidra til en bedre og mer stabil hverdag både for fosterbarna og fosterfamiliene. Statsråd Solveig Horne sier i den forbindelse at fosterforeldre gjør en uvurderlig jobb for samfunnet og for de barna som trenger trygge og stabile hjem. Det presiseres at bruken av fosterhjem stadig øker i omfang, og det er på tide med en stortingsmelding som løfter frem fosterhjemmenes plass i det offentlige velferdstilbudet. Meldingen skal bli lagt fram for Stortinget innen utgangen av 2015. (BLD 2014a)

I følge årsrapporten til Bufdir for 2014, har de dette året hatt fokus på å rekruttere nok og riktige fosterhjem. De forteller om økende etterspørsel fra kommunene, selv om det stadig rekrutteres flere fosterhjem. Aktivitetsveksten på fosterhjemsområdet utfordrer både regionenes beredskap og bistandsplikt. Risikoreduserende tiltak har vært å jobbe systematisk og målrettet frem mot en mer kunnskapsbasert rekruttering for å nå frem til flere potensielle fosterforeldre. (Bufdir 2014:35)

Jeg har jobbet i barneverntjenesten som saksbehandler for barn i fosterhjem i mange år. Jeg har ofte opplevd at det ikke var fosterhjem å velge i når et barn skulle plasseres. Det har vært stort behov for å skaffe fosterhjem, både for barn som plasseres for første gang, og for barn som må flytte fra hjem de allerede er plassert i. Fosterhjem som til slutt ble skaffet kom også ofte fra andre enn Bufetat. Media har også hatt søkelys på mangelen på og brudd i fosterhjem i den senere tid. Brudd i fosterhjem er et stort problem for barn som har ekstra behov for stabilitet og omsorg. Det holder ikke å ha nok fosterhjem, de må også være gode nok og varige nok.

Rekruttering er første skritt for å skaffe fosterhjem. Det må skaffes mange nok og også gode nok. For å starte ved utgangspunktet ønsker jeg å fokusere på rekrutteringen. Jeg har kjent på fortvilelsen over å ikke kunne hjelpe det barnet jeg var satt til å hjelpe. Vissheten om hvor vanskelig det er å skaffe til veie fosterhjem, og frustrasjonen over at Bufetat ikke har sittet klare med et hjem akkurat når jeg har hatt behov for det, har bidratt til å øke fortvilelsen og ønsket om å bidra til å fremme dette arbeidet. Et dilemma i dette arbeidet er at alle barn er

forskjellige, og det er behov for mange ulike typer fosterhjem. Det innebærer at det må søkes bredt og skaffes mange typer fosterhjem, samtidig er ikke alltid det 'rette' fosterhjemmet er å få tak i. Dermed kan det være mange fosterhjem i 'banken' og samtidig mange barn som venter på fosterhjem.

Dette prosjektet startet med mitt engasjement for fosterhjem. I utdanningen ble vi studenter forespurt av en foreleser fra Bufdir om det var noen som var interessert i å skrive om rekruttering av fosterhjem i forbindelse med et forskningsprosjekt de skulle ha. Det har i de senere årene vært økende fokus på rekruttering av fosterhjem og det har vært satt inn flere ressurser for å fremme dette arbeidet. Nå viste det seg at dette prosjektet ikke passet i forhold til mine tidsrammer i masterstudiet, men jeg var likevel grepet av ideen om å utforske dette nærmere. Bufdir lot meg delta på tre nasjonale samlinger de hadde for de som jobber med rekruttering av fosterhjem i Bufetat i Norge. Jeg tok så via en bekjent kontakt med ansvarlig for rekruttering i en region nær meg, og hadde en samtale med henne for å prøve å komme nærmere en problemstilling. I denne samtalen forstod jeg behovet og interessen for å dele suksesshistorier på landsbasis, og for å komme nærmere en løsning på hvordan det kan skaffes flere fosterhjem. Jeg ønsket å utforske og gi et bilde av deres erfaringer og kunnskaper, og med det dele den gode praksisen de utøver. I intervjuene ga informantene uttrykk for at de ønsket ytterligere kunnskap om hvordan rekruttering ble drevet i Norge. Problemstillingen min om hvordan man kan lykkes med rekruttering, fikk jeg inntrykk av var noe de alle var opptatt av, og at rekruttering av gode nok fosterhjem var en felles utfordring. Jeg tenker det er viktig å få frem de ressursene som ligger der for å kunne bidra til å rekruttere enda flere gode fosterhjem i fremtiden. Jeg har vært inspirert av Hummelvold (2010) som sier det er viktig å samle suksesshistorier, fordi de er viktige for å presentere en virkelighet som beviser hva som er mulig. Det blir også viktig for å forstå hva som fikk det til å fungere (Hummelvold 2010:40).

Problemstillingen anser jeg herved som faglig relevant og tidsaktuell.

1.1 Problemstilling

Som problemstilling har jeg valgt

Hvordan lykkes med rekruttering av fosterhjem?

For å komme nærmere et svar på denne problemstillingen, har det utkrystallisert seg følgende forskningsspørsmål:

- Hvordan går Bufetat/BFE frem i sitt rekrutteringsarbeid etter fosterhjem? Hvilke suksesskriterier er viktige for å lykkes i dette arbeidet?
- Hvilken betydning har potensielle fosterforeldres motivasjon for rekruttering?
- Hvilken betydning har fosterforeldres rammevilkår for rekrutteringen?
- Hvordan preger omdømmet på barnevernfeltet rekrutteringsarbeidet?
- Hvilken betydning har samarbeid med andre aktører, spesielt barneverntjenestene?

Jeg vil her starte med å utdype sentrale begrep i problemstillingen, som 'rekruttering', 'fosterhjem' og 'å lykkes'. Videre utdyping av begrep vil følge under forsknings- og teorikapitlene.

1.1.1 Hva legger jeg i rekruttering?

Forskrift om fosterhjem (2003) sier som nevnt i §2 at den statlige regionale barnevernmyndighet har ansvaret for rekruttering og formidling av fosterhjem. I retningslinjene for fosterhjem står det at i det generelle rekrutteringsarbeidet brukes ulike metoder som for eksempel annonsering i aviser, plakatooppslag og brosjyremateriell. Rekrutteringsarbeidet innebærer alt fra små lokale kampanjer til større, nasjonale aksjoner der også TV-annonsering kan tas i bruk. I tillegg brukes i stadig større grad internett, deriblant fosterhjemstjenestene i Norge sin felles hjemmeside, fosterhjem.no. Begrepet utdypes nærmere i teorikapittelet.

Det er noen minimumskriterier som må være oppfylt for å bli fosterforeldre, men ut over det er det som tidligere nevnt behov for mange ulike typer fosterhjem, og sorteringen kan dermed komme i etterkant. I det videre defineres nærmere hvilke generelle kriterier som ligger til grunn for å bli fosterhjem.

1.1.2 Hva er et fosterhjem?

I forskrift om fosterhjem §1 er fosterhjem definert slik (jf. Barnevernloven §4-22, 1. ledd):

Private hjem som tar imot barn til oppfostring på grunnlag av barneverntjenestens beslutning om hjelpetiltak etter barnevernloven § 4-4, eller i samband med omsorgsovertakelse etter barnevernloven § 4-12 eller § 4-8 annet og tredje ledd.

Det stilles også i forskriftens §3 noen generelle krav til fosterforeldre som at de må ha særlig evne, tid og overskudd til å gi barn et trygt og godt hjem. Fosterforeldre må ha en stabil livssituasjon, alminnelig god helse og gode samarbeidsevner. De må også ha økonomi, bolig og sosialt nettverk som gir barn mulighet til livsutfoldelse. Fosterforeldre må i tillegg ha god vandel og må kunne legge frem tilfredsstillende politiattest, jf. barnevernloven § 6-10 tredje ledd. (Forskrift om fosterhjem 2003)

1.1.3 Hva legger jeg i det å lykkes?

Det viktigste kriterium for en vellykket rekruttering er at den fører til en vellykket ansettelse (Grimsø 1988:379). Det er mange ulike behov hos ulike barn som skal dekkes i en fosterhjems plassering. I loven defineres hensynet til barnets beste som stabil og god voksenkontakt og kontinuitet i omsorgen, jf. barnevernloven §4-1. Jeg søker i oppgaven å komme nærmere et svar på hva det innebærer å lykkes i rekrutteringen av fosterhjem, men jeg tenker i utgangspunktet det handler om å ende opp med fosterhjem som er kvalifisert til å kunne tilby det barnet trenger. Jeg spurte mine informanter hva de la i begrepet, og hva de svarte utdypes nærmere i kapittel 5.1, *Om å lykkes*.

1.2 Oppgavens avgrensing og oppbygging

Jeg har valgt å forholde meg til fosterhjemsrekrutteringen i Norge. Der har jeg som sagt ønsket å ta tak i starten, altså det første leddet i rekrutteringen. Det er her de første skrittene i rekrutteringen er, og for meg er det naturlig å starte på begynnelsen. Siden hovedansvaret for rekruttering ligger hos Bufetat, har jeg henvendt meg til dem. Jeg har konsentrert meg om de personene i landet som har ansvar for rekrutteringen i sin region. Dette vil jeg si mer om i kapittel 4.2.2, *Hvem var informantene*.

Det finnes ulike typer fosterhjem. For å avgrense har jeg fokusert på de kommunale fosterhjemmene, som gjelder rundt 90% av alle fosterhjem (BLD 2014b). Innenfor disse har

jeg avgrenset til de 'generelle' fosterhjemmene, ikke de som er beregnet til spesifikke barn eller innenfor slekt og nettverk. Dette betyr at jeg fokuserer på de som henvender seg av andre grunner enn å ville ta seg av et barn de allerede kjenner. De vil da ha en annen type motivasjon i tillegg.

Temaet kunne vært interessant å belyse også ut fra flere sider som de kommunale barneverntjenestene, fosterforeldrene eller noen private aktører sin side, men jeg har valgt å fokusere på de med hovedansvaret for rekrutteringen. Det er de som rekrutterer flest fosterhjem. De andre ville kunne gitt andre vinklinger på rekrutteringen, men dette er ikke ment som et sammenligningsstudie for å finne den 'rette' måten å rekruttere på. Innenfor rammene av en masteroppgave ville det også blitt for omfattende.

Jeg har gjennom oppgaven delt opp i det å lykkes i rekrutteringen, å se på fosterforeldrerollen, inkludert rammevilkårene og motivasjonen for å bli fosterforeldre, og å se på markedsføringen som benyttes i rekrutteringen og betydningen av omdømmet i den forbindelse. Både forskningen på feltet, teorien og drøftingen har jeg delt opp i disse temaene, om enn i noe ulik rekkefølge.

I oppgaven har jeg valgt å først presentere det jeg fant av forskning og kunnskap som eksisterer på feltet, som direkte og indirekte omhandler rekruttering. Deretter legger jeg frem de teoretiske fundamentene jeg bygger min oppgave på som i hovedsak omhandler motivasjon og omdømme. Videre har jeg en gjennomgang av min metode hvor jeg også forklarer fremgangsmåten min og ser kritisk på metoden min. Så vil jeg presentere funnene mine fra intervjuene. Jeg legger frem hva de sa ut fra hva jeg opplevde informantene la vekt på og hva jeg ble spesielt opptatt av i det de sa. Deretter vil jeg drøfte noen av de mest sentrale funnene mine ut fra det jeg har valgt å legge fokus på i kombinasjon med teorien og kunnskapen som eksisterer på feltet. Til slutt har jeg en oppsummering og avslutning av oppgaven.

2 Eksisterende kunnskap på feltet

Barnevern og fosterhjem er et aktuelt tema når det gjelder forskning. Det er foretatt og foregår mange prosjekter og undersøkelser i den forbindelse og mye omhandler barn i fosterhjem og oppfølging av fosterforeldre. Se for eksempel Havik (2007), Backe-Hansen, Egelund og Havik (2010), Backe-Hansen, Havik og Grønningsæter (2013) og Stefansen og Hansen (2014). Jeg fant derimot relativt lite forskning og litteratur rundt hvordan rekrutteringen av fosterhjem spesifikt gjennomføres. Det finnes altså relativt lite forskning rundt rekruttering av fosterhjem (Backe-Hansen m.fl 2010), men noe av forskningen kan indirekte omhandle rekruttering hvis vi inkluderer fosterforeldrerollen, motivasjonen og rammebetingelsene. Min studie her er ment som et bidrag til dette feltet.

Min studie begrenses til rekruttering av fosterhjem i Norge, derfor er det i første rekke norsk forskning jeg har forholdt meg til. Norge anses å være en velferdsstat og vårt barnevern fungerer på mange måter ganske ulikt resten av verden. Jeg fant imidlertid noen undersøkelser fra Sverige, Storbritannia og Australia som jeg har valgt å ta med fordi jeg anser dem som relevante for min problemstilling. Fra Norge er det først og fremst den siste rapporten fra NOVA '*Fosterhjem for barns behov*' av Backe-Hansen, Havik og Grønningsæter (2013) jeg vil trekke frem fordi det er noe av det nyeste og største som er gjort av forskning på barnevernet i Norge.

Forskning sier gjerne noe om flere ting på en gang, men jeg har forsøkt å sortere og si noe om hva forskningen nevner spesielt om rekruttering av fosterhjem direkte, men også indirekte. Herunder kommer fosterforeldrerollen som innebærer rammevilkårene til fosterhjemmene og motivasjonen for å henvende seg. Medias betydning og barnevernets omdømme preger også rekrutteringen. Dette er de feltene jeg har valgt å trekke frem og fokusere på ut fra informasjonen jeg har hentet.

2.1 Studier som omhandler rekruttering av fosterhjem

I 2010 hadde Backe-Hansen, Egelund og Havik en gjennomgang av forskning på fosterhjemsfeltet. Når det gjaldt rekruttering av fosterhjem fant de bare to relevante publikasjoner: en systematisk oversikt om rekruttering av fosterhjem og en norsk evaluering av PRIDE (PRIDE er et amerikansk opplæringsprogram for fosterforeldre som det er blitt laget en norsk versjon av) (Havik, Jakobsen og Moldestad 2007). De konkluderte i rapporten

'*Barn og unge i fosterhjem -en kunnskapsstatus*' med at det trengs ytterligere forsknings- og utviklingsarbeid på rekruttering av fosterhjem. I denne rapporten kom de også frem til to alternativer for norske forhold når det gjaldt rekruttering. Det ene var å fortsette evalueringen av PRIDE med sikte på å bygge opp en manualisert bruk av metoden. Det andre var å bygge videre på arbeidet som ble avsluttet i Sverige i 2010. Der har de brukt eksisterende programmer som grunnlag for å utvikle verktøy til rekruttering i samarbeid med praksisfeltet. (Backe-Hansen, Egelund og Havik 2010:62-63) Arbeidet i Sverige resulterte i *BRA-fam*, en vurderingsmetode for rekruttering av familiehjem (Socialstyrelsen 2014). Målet var at alle kommuner i Sverige skulle innføre systematisk bruk av denne i rekrutteringsarbeidet.

Backe-Hansen, Havik og Grønningsæter laget så en rapport etter fire års studie gjennom NOVA som heter '*Fosterhjem for barns behov*'. Deres rapport bygger på data fra spørreskjemaundersøkelser til fosterforeldre og saksbehandlerne hvor de har gitt innspill til hvordan de tenker at rekruttering av fosterforeldre kan styrkes. De skriver også at den store økningen i antall fosterhjem innebærer tilsvarende mer arbeid med rekruttering, kursing, godkjenning, oppfølging og veiledning. En av barnevernets største utfordringer er å rekruttere nok fosterforeldre, og 'riktige' fosterforeldre, mener de. At utfordringen har vart over år, kan delvis forklares ved at stadig flere barn er blitt plassert i fosterhjem. (Backe-Hansen, Havik og Grønningsæter 2013)

I spørreskjemaundersøkelsen som henvises til i denne rapporten, opplyste seks av ti saksbehandlere at de ordinære fosterforeldrene var blitt rekruttert gjennom Bufetat. Det virker rimelig at Bufetat har rekruttert en så stor andel av de kommunale fosterhjemmene, med tanke på at det er Bufetat som har ansvaret for å rekruttere fosterforeldre og for å ha denne fosterhjemsbanken. Det som imidlertid er viktig å merke seg at så mange som fire av ti saksbehandlere opplyste at de ordinære fosterforeldrene var rekruttert av barneverntjenesten selv. (Backe-Hansen m.fl 2013:112)

Fra Storbritannia er det blitt gitt ut en bok med oppdateringer fra forskningen på fosterhjemsarbeid av Ian Sinclair. Her beskrives en rapport etter en undersøkelse av Triseliotis, som anbefalte at det burde gjøres et arbeid for å utvikle suksessfulle metoder for rekruttering og annet, og prøve det ut på eksperimentell basis (Sinclair 2005). Triseliotis forsket mye på adopsjons- og fosterhjemsfeltet før han døde i 2012 (Feast 2012). I rapporten ble det beskrevet at kampanjer for rekruttering gjerne var engangshendelser og at de var

usystematiske. Budsjettene satte begrensinger. De rekrutteringskampanjene som hadde størst suksess var de som var lokale, muntlige og i lokalpressen. På nasjonalt plan hadde TV størst påvirkning. (Sinclair 2005:162)

2.2 Hva studier sier om fosterforeldrerollen

Rekruttering av fosterforeldre preges av hva det innebærer å være fosterhjem. Jeg har derfor valgt å presentere hva noen studier sier om rollen som fosterforeldre.

Det er en fordel å ha gjennomgått opplæring før man tar imot fosterbarn. Opplæringen i Norge ivaretas ofte gjennom PRIDE-opplæringen som tilbys i forbindelse med generell rekruttering og rekrutteringskampanjer (Retningslinjer for fosterhjem, Q-1072B:15). PRIDE er nylig blitt evaluert og det har resultert i en rapport fra NOVA i 2014 som heter *'En god forberedelse til å bli fosterforeldre'* av Stefansen og Hansen. Resultatene viser at terskelen for å delta på kurs er lav. Alle som fyller de formelle kriteriene får delta. De som holder kursene forstår rekruttering som å sile ut de som ikke egner seg, og å finne ut hva slags fosterhjem de øvrige deltakerne kan passe som. I resultatene vurderes kurset som svært nyttig. Fosterforeldrene opplevde det som en grundig forberedelse til å bli fosterforeldre, men at det kunne vært gitt et enda mer realistisk bilde av utfordringene de møter og at de kunne fått mer informasjon om systemet. Rapporten konkluderte med at grunnopplæringen fungerer etter hensikten og oppleves meningsfylt og nyttig, og at opplæringen anbefales å beholdes som grunnstamme uten å endre den nevneverdig. (Stefansen og Hansen 2014) I rekrutteringen er PRIDE-opplæringen et av godene Bufetat kan tilby de som ønsker å bli fosterhjem. Kunnskapen potensielle fosterforeldre får der kan bidra til motivasjonen for å velge å ta på seg oppdraget, eventuelt velge å ikke bli fosterforeldre.

Backe-Hansen m.fl beskriver i *'Fosterhjem for barns behov'* at det også, særlig det siste tiåret, har vært en utvikling i retning av at private, kommersielle aktører både rekrutterer og følger opp fosterhjem i tillegg til den rekrutteringen som skjer via private, ideelle institusjoner. Kommersielt drevne fosterhjem blir av og til brukt hvis kommunene ikke greier å finne egnede fosterhjem på vanlig måte. Disse utgjør en relativt liten andel av det totale antallet fosterhjem, men kan samtidig være et uttrykk for en mulig tendens i retning av at det å være fosterforeldre kan bli som et omsorgsyrke på linje med andre omsorgsyrker, i hvert

fall for svært krevende barn og unge som ellers ville vært i institusjon. (Backe-Hansen m.fl 2013:19) Dette bringer oss over på hvilke vilkår som tilbys fosterhjem.

2.2.1 Rammevilkårene rundt fosterhjem

Noen studier trekker inn betydningen av rammevilkår og rammebetingelser for å rekruttere fosterhjem. Havik har gjennomført to kartleggingsstudier av fosterhjem med 11 års mellomrom, i 1996 og i 2007. Hun nevner kvinnenens inntog i arbeidslivet de senere år og frykten for at det ville medføre færre som var interesserte i være fosterhjem. Havik mener det er unødvendig å frykte dette fordi det aldri har eksistert så mange fosterhjem som nå, det vil bare kreve mer tilpasning av rammebetingelsene. (Havik 2007:17)

I 2011 kom en rapport fra en arbeidsgruppe som var oppnevnt av BLD: *'Tiltak for å styrke arbeidet med kommunale fosterhjem'*. Mandatet var å vurdere tiltak og virkemidler til oppfølging av arbeidet med kommunale fosterhjem. De konkluderte med at dersom barnevernet skulle klare å rekruttere og beholde et tilstrekkelig antall gode kommunale hjem, måtte rammevilkårene bedres. (BLD 2011).

Rapporten *'Fosterhjem for barns behov'* sier at spørsmålet om rekruttering er helt sentralt fordi det har aldri vært så mange barn og unge i fosterhjem som nå, og dermed aldri så mange fosterfamilier. Det legges frem innspill fra fosterforeldre og saksbehandlere på hvordan rekruttering av fosterfamilier skal kunne styrkes. Begge parter trekker frem gode nok økonomiske betingelser som svært viktig. Dette inkluderer pensjon og trygd i tillegg til lønn. For fosterforeldrene handler det i noen grad også om ferie og frikjøp. I tillegg betoner fosterforeldrene sine behov for stabilitet, forutsigbarhet og det å få 'være en familie'. Dessuten er det viktig at fosterforeldre skal få styrket sin kompetanse og få bedre oppfølging i form av støtte og veiledning. (Backe-Hansen m.fl 2013)

Videre i oppgaven vil jeg legge til grunn denne forståelsen av 'rammevilkår'. Det innebærer altså ikke bare økonomiske betingelser som lønn, pensjon og trygd, men også permisjon, ferie og frikjøp, og i tillegg oppfølging i form av støtte, veiledning og mulighet til å øke kompetansen. Dette vil antakelig prege personers motivasjon til å ville bli fosterforeldre.

2.2.2 Motivasjonen for å bli fosterforeldre

Hva gjør at noen tar skrittet mot å bli fosterhjem? Hva påvirker og hvorfor?

I rapporten *'Fosterhjem for barns behov'* skriver Backe-Hansen m.fl at for de ordinære fosterforeldrene som ikke kjente barnet fra før, startet den aktive prosessen mot å bli fosterforeldre med at de henvendte seg til Bufetat og formidlet sin interesse. En tredjedel av fosterforeldrene mente at tidspunktet for henvendelsen til Bufetat var påvirket av at de hadde lest en annonse. Andre, som grovt sett var noen andre enn de som hadde lest en annonse, hadde sett en film, lest en bok eller sett et avisoppslag. Det er interessant i forbindelse med rekruttering at andelen som ble trigget av en annonse var like stor som andelen som viste til at egne barn var blitt store. Dette understreker igjen at flere grunner kan virke sammen. Annonser, filmer og lignende kan da virke sammen med og styrke virkningen av annen motivasjon, skriver de. (Backe-Hansen m.fl 2013)

En annen undersøkelse blant fosterforeldre er Bufdirs *'Undersøkelse blant fosterforeldre'* (Synovate 2010). Målet med undersøkelsen var å rekruttere flere fosterhjem ved å kartlegge holdninger og erfaringer blant fosterforeldre. Noen av hovedfunnene var at fosterforeldrenes bakgrunn for innsatsen er et ønske om å hjelpe barn til en bedre fremtid, at de fleste fosterforeldrene har et godt forhold til barnevernet, de angrer ikke på at de ble fosterforeldre og de anbefaler andre å bli fosterhjem. (Synovate 2010) Dette er med på å skape et godt omdømme for fosterhjemsfeltet og å kunne motivere andre til å bli fosterhjem.

Triseliotis fant i sin undersøkelse fra Storbritannia at noen fosterforeldre mente frykt og stereotypier holdt tilbake rekrutteringen. De ønsket mer struktur og mer sammenhengende typer opplæring over tid. (Sinclair 2005:162) Dette er derimot et bilde på at omdømmet kan ødelegge for rekrutteringen, men at struktur og opplæring kan bedre motivasjonen.

Dr. Gunvor Andersson fra Lunds universitet i Sverige forsket i 2001 på fosterforeldres motivasjon for å ta til seg et fosterbarn. Hun fant fire hovedgrunner til at noen valgte å bli fosterhjem. Den ene var å ta ansvar for et spesielt barn de allerede kjente fra familie og nettverk. Den andre grunnen var at de ønsket barn, men kunne ikke selv få biologiske barn. Den tredje var ønsket om å være hjemme for å ta vare på egne barn og den fjerde hovedgrunnen var behovet for å fylle tomrommet etter egne barn som var flyttet ut. Andersson kom også frem til at endringer i familie- og arbeidsmønstre generelt ikke ser ut til

å ha påvirket fosterfamilier i like stor grad som andre familier. Hun presiserte også viktigheten av mer kunnskap om fosterhjem. (Andersson 2001:235)

I en artikkel av Randle m.fl. i *Child & Family Social Work* i 2014 beskrives en undersøkelse fra Australia i 2009. Denne ble gjort med bakgrunn i at det over hele verden er et økende antall barn som trenger fosterhjem, mens antall individer som er villige til å fostre barnet er avtagende. I artikkelen hevder de at det er en av de vanskeligste sosiale utfordringene i utviklede land. De ønsket en innsikt i hva som hindrer folk fra å fostre et barn. Funn viste at nesten en tredjedel av respondentene oppga at de ikke hadde vurdert å bli fosterhjem før fordi ingen noen gang hadde spurt dem. De sammenligner markedsføringsutfordringene med utfordringene til kommersielle organisasjoner. I markedsføringen må man identifisere forbrukerne (som her er potensielle fosterforeldre), designe attraktive markedsføringskampanjer og deretter holde fosterhjemmene lojale. De sier at gode historier som er informative og fremmer det positive ved det å være fosterhjem er god markedsføring. De setter også fingeren på at godtgjørelsene er såpass dårlige at de ikke kan sammenlignes med annet lønnet arbeid. (Randle m.fl 2014)

Rammevilkår og motivasjon er med på å prege hvilket inntrykk allmennheten har av fosterhjemsoppdraget. Jeg har derfor valgt å presentere noe forskning på hvordan barnevernet blir fremstilt generelt.

2.3 Omdømme: åpenhet og fremstillinger i media

Gerd Hagen skriver i sin bok *Barnevernets historie – om makt og avmakt i det 20. århundret*, om en undersøkelse hvor 22 av 25 tidligere barnevernsklienter ville nøle med å anbefale hjelpen de hadde fått av barneverntjenesten på tross av at de var fornøyde med det. De fryktet å bli forbundet med de verste sakene og ville ikke ha oppsøkt hjelp igjen. En begrunnet det med at det var navnet som var farlig, ikke hjelpen. (Hagen 2001:14)

Hagen skriver videre om når barnevernet blir tatt opp i media, har det som regel vært to slags saker. Den ene er saker der foreldrene er blitt fratatt omsorgen, og den andre er der ungdom har glidd ut i rus og kriminalitet. I første tilfelle blir barnevernet kritisert for å gripe inn for tidlig, i andre kritiseres de for ikke å ha gjort noe tidligere. (Hagen 2001:225) Hun skriver videre at forholdet mellom barnevernet og massemediene har vært mer negativt enn positivt,

og det har vært fremsatt gjensidige anklager som ikke har bedret samarbeidet. Skulle mediene noen gang slutte å interessere seg for barnevernssaker, ville det være et faresignal og ikke et godt tegn, mener hun. De viktigste kildene for informasjon om barnevernet var 88% aviser, tv og radio. De som var mest positive til barnevernet i en undersøkelse som ble nevnt var de som selv hadde hatt kontakt med barnevernet. (Hagen 2001:227)

Edda Stang forsket på hvordan barnevernet ble fremstilt og skriver i en rapport for NOVA: 'Fremstillinger av barnevernet i løssalgspresen' at barnevernet ofte omtales og fremstilles negativt, på tross av at de spenner vidt i forhold til hva som tas opp. De er gjennomgående preget av kritikk. Hun opplevde også at sakene ofte ble personifisert ved at det ofte ble fortalt om enkeltpersoners saker i forhold til barnevernmyndighetene. Barnevernet kunne også fremstå lukket og mistenkelig fordi de i liten grad ga informasjon om seg selv. (Stang 2007:112)

I tråd med dette hadde Øivind Lågbu (samfunnsredaktør) i 2013 en kommentar i Fredrikstad Blad til barnevernet om at han opplevde det var blitt mer åpent. Dette var en innledning til en artikkelserie som hadde fokus på å fortelle om hvilke forhold barn kunne leve under og grunner til at noen måtte flytte i fosterhjem. Han mente det vitnet om en holdningsendring hos barnevernet at de var villige til å dele opplysningene og at det er en nødvendighet at en så viktig samfunnsinstitusjon må kunne vise hvilke utfordringer den står ovenfor. Håpet var at flere ville ønske å bli fosterforeldre etter å ha lest disse artiklene. (Lågbu 2013)

Redd Barna har i disse dager hatt en undersøkelse gående for å samle gode historier og positive eksempler fra unge med erfaring fra barnevernet. De ønsker å spre denne type positiv informasjon for at ikke et unyansert negativt syn skal hindre folk i å ta kontakt med barnevernet. Undersøkelsen søker å avkrefte fordommer og heter *Barnevernet hjalp meg*. (Bjugstad 2015)

Her er det presentert et lukket barnevern på vei mot å bli mer åpent. Dette er et dagsaktuelt tema, noe som spesielt kommer frem av Redd Barnas undersøkelse.

2.4 Oppsummering av hva jeg har trukket frem fra forskningen på feltet

Jeg har her presentert det jeg tenker er relevant forskning i forhold til min problemstilling. Studiene er fortrinnsvis fra Norge, men jeg fant også et par interessante artikler fra Sverige, Australia og Storbritannia som bekrefter noe av det samme de har funnet i Norge eller kan overføres til vår kunnskap. Jeg har sett på hva som sies om rekruttering generelt, om fosterforeldrerollen, hva som kommer frem i forhold til rammevilkårene til fosterhjem, som økonomisk godtgjøring og veiledning, motivasjonen for at noen ønsker å bli fosterforeldre, og andre ikke ønsker det og til slutt barnevernets forhold til media når det gjelder omdømmet.

Det er viktig å presisere at forskningen gjort i utenfor Norge representerer en virkelighet hvor vilkårene er helt annerledes enn her. utfordringene kan likevel være mange av de samme når det gjelder markedsføring, og det stadige behovet for nye fosterhjem synes gjelde alle landene. Det etterlyses mer utvikling på området fra flere hold (Andersson 2001, Backe-Hansen m.fl 2013).

Frykten og stereotypiene som holder igjen på rekrutteringen i Storbritannia, handler mye om omdømmet til fosterhjem. Det presenteres et barnevern som har hatt et dårlig rykte. De har vært for lukkede og hatt et for dårlig forhold til mediene. Media er viktig for å dele informasjon og øke kunnskapen blant allmennheten. Kunnskap er med på å påvirke personers motivasjon for å bli interessert i å bli fosterforeldre, som Lågbu nevnte. Jeg vil derfor i neste kapittel presentere noen teorier om motivasjon og omdømme, men først gi et teoretisk perspektiv på begrepet rekruttering.

3 Teoretisk referanseramme

Malterud sier den teoretiske referanserammen omfatter modeller, teorier, begrepsapparat, definisjoner og forskningstradisjoner som blir brukt for å forstå meningen, og for å strukturere forståelsen av materiale og funn (Malterud 2003:49) Teorien skal være allmenngyldige forklaringer, ikke forklare et konkret problem, men heller identifisere hvilke menneskelige fenomen og egenskaper det dreier seg om (Dalland 2012:63). Forskningen som ble redegjort for i forrige kapittel gir hjelp til å forstå hva jeg har ment å forske på. I dette

kapittelet vil jeg trekke frem teori rundt motivasjon og omdømme for å øke denne forståelsen og forklare mer innholdet i det jeg har valgt å fokusere på i denne studien.

Jeg har valgt motivasjonsteori som min teoretiske referanseramme fordi det ut fra mine funn og forskningen på feltet tilsier at det er viktig å fokusere på potensielle fosterforeldres motivasjon i rekruttering. Jeg vil her si noe om hva motivasjon kan være og jeg presenterer ulike motivasjonsteorier. Disse ulike teoriene belyser motivasjon fra ulike sider og gir et dekkende bilde av hva jeg er ute etter. Hva kreves i forhold til motivasjon og hvilken betydning har verdier og forventninger om mestring for motivasjonen? I den forbindelse ser jeg også på motivasjon i frivillig arbeid.

Som teorien vil vise handler motivasjon også om påvirkning utenfra, og i den forbindelse tenker jeg barnevernfeltets omdømme er viktig. I det legger jeg anseelsen og ansiktet feltet har utad. Jeg har derfor valgt å utdype og definere begrepet 'omdømme', fordi jeg mener det påvirker så store deler av rekrutteringen.

3.1 Et teoretisk perspektiv på rekruttering

Jeg bruker en teoretisk tilnærming til rekruttering, basert blant annet på Rigmor Grimsø (1988) og Reffhaug og Syversen (1977) sine teorier om rekruttering og faganseelse. Rekruttering er å tiltrekke kvalifiserte søkere til en stilling, og rekruttering og utvalg av medarbeidere er en av organisasjonens viktigste oppgaver, sier Grimsø. Kvaliteten og kompetansen til menneskene i organisasjonen er avgjørende for hvordan den vil lykkes i å realisere sine visjoner, målsettinger og hovedoppgaver. (Grimsø 1988) Rekruttering beskrives som strategier og metoder for å komme i kontakt med egnede søkere. Om rekrutteringen er vellykket eller ikke kan vi ikke se ut fra antallet som søker på ledige stillinger, men om de som søker er kvalifisert. (Dobakk og Jønsberg 2010)

Reffhaug og Syversen argumenterer på lignende vis med at et delmål i rekrutteringsprosessen defineres som å lokalisere, tiltrekke og ansette personer med optimale kvalifikasjoner for oppgavene. (Reffhaug og Syversen 1977:3)

Det handler altså ikke bare om å få interesserte personer, men de må også være kvalifisert. Det er vanskelig å sette strenge krav til hvem som kan være kvalifisert til å være

fosterforeldre i utgangspunktet, i og med at det er behov for så mange ulike typer fosterhjem. Derfor er det viktig å nå bredt ut og samle så mange fosterhjem som mulig slik at det kan favne alle barna som har et plasseringsbehov. En viktig forutsetning for å være kvalifisert er at fosterhjemmet er motivert for rollen.

3.2 Motivasjonsteorier

Motivasjon kan regnes som det aller mest sentrale begrepet i atferdsvitenskapene, fordi det omhandler årsakene til at mennesker til en hver tid gjør det de faktisk gjør (Brochs-Haukedal 2010:109). Hva motiverer fosterforeldre til å ta på seg et oppdrag som fosterhjem? Hva ligger bak et slikt valg? Dette er det vesentlig å vite noe om for de som skal rekruttere dem.

3.2.1 Hva er motivasjon?

Kaufmann og Kaufmann beskriver at motivasjon er utledet av det latinske ordet *movere*, som betyr å bevege. De sier det dreier seg om hvilke krefter som får oss til å handle. De definerer det som en prosess som setter i gang, gir retning til, opprettholder og bestemmer intensitet i atferd. (Kaufmann og Kaufmann 2003:43) I følge Egedius bok *Psykologiske grunnbegreper* så er motivasjon en sammenfattende betegnelse på aktiverende eller motiverende prosesser i organismen, og inntrykk og forestillinger i tilknytning til de aktiverende prosesser. Her står det videre at når behov, følelser, sanseintrykk, forestillinger, tillærte reaksjonsmønstre, aktivitet og handling inngår i sammenhengende psykiske prosesser, da snakker vi om motivasjon. (Egedius 1987:166)

Børge Holden utdyper begrepet for folkepsykologien og sier at to betingelser må være til stede for handling, vi må kunne og vi må ønske. Men hva vi gjør, forklares også med forhold i omgivelsene, ved ytre påvirkning. (Holden 2010:60)

I følge Egedius og Holden, så er motivasjon noe som pågår inni oss, i vårt indre, i kombinasjon med noe i omgivelsene som påvirker oss og vedlikeholder det, ytre stimulering. Vi skal videre se nærmere på ulike teorier rundt motivasjon. Hvordan påvirkes vi, av hva og hvorfor.

3.2.2 Ulike motivasjonsteorier

Skaalvik og Skaalvik (1996) har skrevet om motivasjon i forhold til elevers innsats i skolen. De sier hensikten med motivasjonsteorier er å prøve å forstå, forklare og predikere menneskelig adferd. Motivasjon er en drivkraft som har betydning for adferd, for retning, intensitet og utholdenhet. Det er ulikt hva som motiverer for å gjøre en innsats, og hva som motiverer for ikke å yte. Motivasjon er en situasjonsbestemt tilstand som påvirkes av verdier, erfaringer, selvoppfatning og forventninger. Miljø og tilrettelegging har stor betydning for motivasjon.-Det er ikke alltid mulig på forhånd å vite hva som forsterker motivasjon. Det avhenger av ulike forhold. Derfor er det ikke mulig å forstå motivasjon uten å ta hensyn til kognisjoner som selvoppfatning, forventninger, ambisjoner og tolkninger, hevder Skaalvik og Skaalvik (1996). Dette er faktorer som er viktige å være bevisst at kan motivere.

Grimso sier de mest anvendte kriteriene for rekruttering til et arbeidsforhold er psykologiske, fysiske og økonomiske (Grimso 1988:59). For fosterforeldre vil alle disse kunne påvirke deres motivasjon.

Busch og Vanebo sier at de tror det er viktig at motivasjon og belønningssystemer behandles integrert. Vi kan ikke vurdere effekten av en belønningsstruktur uten innsikt i hva som motiverer menneskene, sier de. Det er mange teorier om hva som motiverer mennesker, og de forskjellige teoriene peker ikke alltid i samme retning. Vi må ha et sammensatt syn på hva som påvirker menneskelig motivasjon. (Busch og Vanebo 1995:14)

I det videre skal jeg se på ulike teorier og modeller for motivasjon.

Maslows behovspyramide i sammenheng med Herzbergs jobbteori

En av de mest kjente motivasjonsteoriene er Maslows behovspyramide. Busch og Vanebo (2000) benytter seg av den. De sier mennesker er forskjellige, og de motiveres av ulike faktorer. Det finnes mange jobber hvor det er vanskelig å legge inn motivasjonsfaktorer. Busch og Vanebo fremstiller denne modellen hvor de setter Herzbergs jobbteori opp mot Maslows behovspyramide. Herzbergs konklusjon var at en organisasjon burde satse på jobbberikelse. Jobben burde inneholde større del av motivasjonsfaktorer. (Busch og Vanebo 2000) Dette synes relevant i forhold til hva man skal promotere når man ønsker å motivere noen til å bli fosterforeldre.

Maslow		Herzberg
Behov for selvrealisering	Motivasjons- faktor	Jobbinnhold Ansvaret Vekstmuligheter
Behov for status og prestisje		Anerkjennelse Avansement Status
Sosiale behov	Hygienefaktorer	Relasjoner Familieforhold
Sikkerhets- og trygghetsbehov		Bedriftens politikk Jobbsikkerhet Arbeidsforhold
Fysiologiske behov		Lønn

Her ser vi at det som kan motivere i jobbsammenheng, handler om de øverste trinnene i denne modellen, motivasjonsfaktorene. (Busch og Vanebo 2000) Dette kan også gjelde for fosterforeldre. Det kan handle om behovene for selvrealisering, og noe behovet for status og prestisje. Fosterforeldrerollens status vil jeg komme nærmere inn på i drøftingsdelen.

Herzberg er kjent for å skille mellom motivasjonsfaktorene som gir trivsel når de er til stede og hygienefaktorene som gir mistriivsel når de ikke er til stede. (Kaufmann og Kaufmann 2003:219)

Dette kan sees i sammenheng med Skaalvik og Skaalvik som også er opptatt av behovstilfredsstillelse i sammenheng med motivasjon. De utvider også ved å si at de grunnleggende behov må være tilfredsstilt for å kreve utvikling ut over det. Når de øverste behovene for selvrealisering er tilfredsstilt, vil en søke å utvikle sine talent, kunnskaper og ferdigheter. Det er nå nysgjerrigheten, kunnskapstrangen og skapergleden blir vekket. Her kan utviklingen tenkes å gå i mange retninger. (Skaalvik og Skaalvik 1996:77-78)

Kellers motivasjonsmodell



John M. Keller er førsteamanuensis innenfor Instructional Science and Technology, men er mest kjent for sitt arbeid med motivasjon for læring. I 1987 utviklet han ARCS-modellen som vist over. (Francom og Reeves 2010:55) Motivasjonsmodellen er beskrevet og forklart blant annet i en artikkel av Keller selv, 'Development and Use of the ARCS Model of Instructional Design'. Det er en motivasjonsmodell som inneholder fire skritt for å fremme og opprettholde motivasjon som vist i figuren over. Overført til rekrutteringsprosessen kan modellen tolkes slik:

Attention: yrket må få oppmerksomhet. Hvordan fange og opprettholde interessen?

Relevance: det må oppleves relevant. Hvilke behov skal dekkes? Og det bør være målrettet, motivert og gjenkjennbart.

Confidence: potensielle fosterforeldre må ha tiltro til at det er aktuelt for dem. De må være fortrolige med oppgaven og kunne tro på at det går bra.

Satisfaction: de må føle at det er verdifullt og tilfredsstillende å gjøre og oppnå positive forsterkende konsekvenser.

(Keller 1987)

Thorsrud og Emerys psykologiske jobbkrav

Thorsrud og Emery har laget en liste over psykologiske jobbkrav som blir presentert i boken *Mot en ny bedriftsorganisasjon*. Disse er:

- behovet for innhold: at jobben krever noe mer enn bare ren utholdenhet, og at den gir et visst minimum av variasjon, uten at det innebærer noe stadig nytt
- behovet for å kunne lære noe i jobben, og fortsette å lære
- behovet for å kunne ta beslutninger, i det minste innenfor et avgrenset område
- behovet for anseelse og respekt fra andre

- behovet for å se sammenheng mellom arbeidet og omverdenen, i det minste slik at en kan se en viss forbindelse mellom det en utfører i arbeidet og det som betraktes som nyttig eller verdifullt
- behovet for å se at jobben lar seg forene med det en ønsker seg av fremtiden, uten at dette nødvendigvis innebærer avansement

Når tilfredsstillelsen av disse behov blir bygd inn i jobben, vil det etter Thorsrud og Emerys mening skapes motivasjon i arbeidet. (Thorsrud og Emery1970:19)

3.2.3 Motivasjon og verdier

Forventninger om mestring har betydning for motivasjon, hevder Skaalvik og Skaalvik. De sier forventninger har vist seg å være bestemmende for valg av aktiviteter og for innsats og utholdenhet når oppgavene blir vanskelige. Vi mennesker unngår situasjoner og aktiviteter som stiller kompetansekrav vi ikke tror vi kan innfri. Stilt overfor utfordringer, vil elever som tviler på sin egen kompetanse, redusere innsatsen eller gi opp. Den som har liten forventning om å mestre en oppgave vil fortere senke innsatsen eller gi opp når han møter problemer. Har man derimot forventninger om mestring har man større mot til å gå løs på utfordringer og har større utholdenhet når man møter problemer. (Skaalvik og Skaalvik 1996:83) Skaalvik og Skaalvik beskriver hvordan motivasjon er et resultat av oppgavens verdi for eleven og elevens forventninger om å kunne mestre oppgavene, at de er positivt korrelert.

Forventninger og verdier forsterker derved hverandre. (Skaalvik og Skaalvik 1996:85)

Frivillig arbeid kan til en viss grad sammenlignes med fosterforeldrerollen. De er begge roller hvor du gjør en innsats for andre mennesker. Kaasa og Jelstad mener tilfredsstillelse av tre viktige behov er nødvendig for å opprettholde indre motivasjon i frivillig arbeid. De tre universelle behovene er sosial tilhørighet, kompetanseopplevelse og autonomi. Sivilt engasjement handler om interesse for noe utenfor en selv, noe indre som det er vanskelig å sette ord på, men som handler om verdier og grunnleggende holdninger (Kaasa og Jelstad 2009:37). I rekruttering handler det om å søke disse verdiene og treffe disse menneskene som har disse grunnleggende holdningene og har behov for å utføre dem.

Kaasa skriver om frivillighet i sin bok '*Samfunnsarbeid : om lokal oppgaveløsning*'. Han sier folk handler i forhold til oppgaver de har sterke følelser for. Det er nær sammenheng mellom

følelser og motivasjon til å handle. Ingen blir motivert av å bli pålagt noe. Et arbeid har størst mulighet til å bli vellykket dersom de som deltar ser at de har fordeler av det. Eierforhold og opplevelse av gevinst er de to viktigste forutsetningene som må være til stede for at et arbeid skal lykkes. (Kaasa 1989:117)

Kaasa og Jelstad beskriver seks ulike motivdimensjoner for deltakelse i frivillig arbeid, hentet fra *'Volunteers function inventory'*. Det er sosiale forventninger, verdier, arbeidsmarkedet, læring, selvbeskyttelse og selvaktelse. (Kaasa og Jelstad 2009:37) Dette mener de gjør at folk starter å yte en frivillig innsats, og dette kan sammenfalle med grunner for motivasjon til fosterhjemsarbeidet.

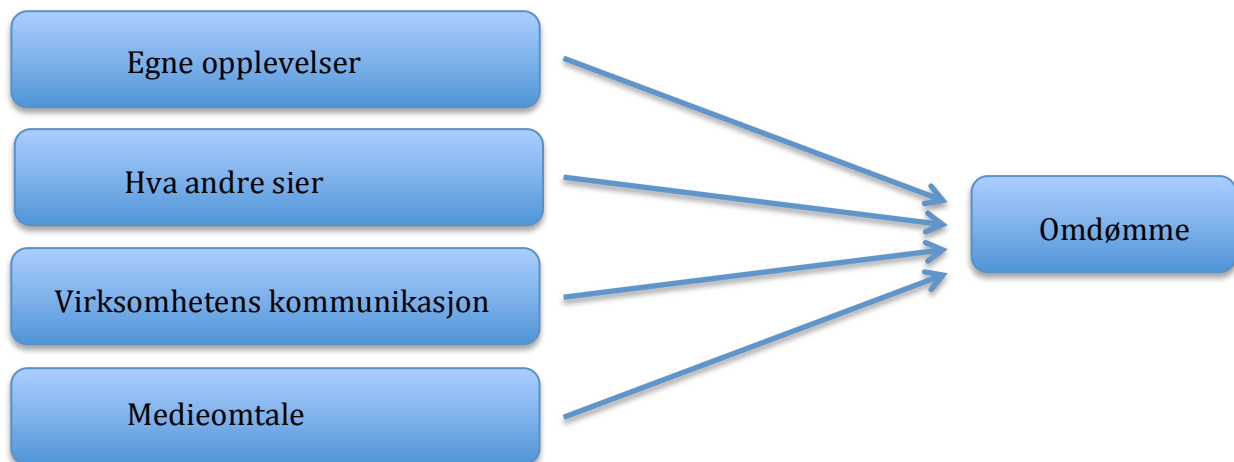
De sosiale forventningene og alle ytre faktorer som påvirker motivasjonen, dette kan føre oss over på omdømmet som jeg dermed tenker også er relevant i rekrutteringsarbeidet. Jeg vil her utdype dette begrepet nærmere.

3.3 Omdømme

Markedsføringen av fosterforeldrerollen og fremstillingen av fosterhjem i media påvirker oss. Hvordan ser folk på fosterhjemsarbeidet utenfra? Hva hører de om jobben? Hvilket inntrykk og hvilke assosiasjoner har allmennheten til det å være fosterhjem? Hvilke forventninger har samfunnet og i hvilken grad innfris disse forventningene? Hvilken status har fosterhjemsjobbingen? Dette handler mye om omdømme, og omdømmet kan prege motivasjonen og dermed rekrutteringen av fosterforeldre.

Nils M. Apeland regnes for å være en av Norges fremste eksperter på omdømmeutvikling. Han har skrevet boka *'Det gode selskap. Omdømmebygging i praksis'*. Der står det at det ikke finnes noen definisjon på omdømme som alle er enige om, men at mange er enige om at omdømmet er det nettverket av oppfatninger og assosiasjoner vi har til en virksomhet, og hvilke verdier disse assosiasjonene har for oss. Apeland bruker definisjonen *'Summen av oppfatninger som ulike interessentgrupper har av virksomheten'*. Omdømmet kan være ulikt i forskjellige grupper. Et godt omdømme gir et bedre utgangspunkt for å lykkes og få bedre suksess, sier Apeland. (Apeland 2007:18)

I følge Apeland så er det fire elementer som i hovedsak påvirker og danner omdømme. Det kan illustreres i denne figuren:



Hvordan våre egne opplevelser blir positive handler mye om hva vi forventer, sier Apeland. Hva andre sier har også betydning. Andres anbefalinger påvirker oss og har betydning for våre valg. Da er det også avgjørende hvor stor tyngde og troverdighet vedkommende har. Budskapet fra virksomheten har også betydning. Det handler om reklame, logo, brosjyrer, nettsteder, hvordan du blir mottatt ved henvendelse og så videre. Apeland sier det her er viktig å gi et entydig budskap fra alle kanalene. Media formidler til alle uavhengig om man søker den informasjonen. Apeland sier media gjør det gode bedre og det dårlige verre. Han mener at egne opplevelser uansett vil overstyre negativ omtale fra andre. (Apeland 2007:36)

Wæraas har sin definisjon på omdømme i sin doktorgradsavhandling '*Den karismatiske offentlige organisasjon*'. Han sier der at omdømmebygging og omdømmehåndtering er felles begrep for idéer som fokuserer på hvordan organisasjoner står frem, kommuniserer og presenterer seg selv (Wæraas 2004:16). Han sier videre at kjernen i omdømmehåndtering er at dette er arbeid med, og forvaltning av, de akkumulerte erfaringene og oppfatningene omgivelsene har av en organisasjon. Det følger av dette at å håndtere og å bygge omdømme handler om å påvirke andres oppfatninger i en spesiell retning. (Wæraas 2004:51)

Brønn og Ihlen skriver også om omdømmebygging for organisasjoner. De presiserer verdien av et godt omdømme. En virksomhet bør verne om sitt gode omdømme fordi det er sjeldent og kan ikke imiteres. Å bygge omdømme tar lenger tid enn å tape det. Utfordringen er å vite hvilke faktorer som er viktige for hvilke interessenter og hvilke interessenter som er viktige

for organisasjonen. De sier en vanlig påstand var at mediene var allmektige, til at mediene ble ansett som avmektige, frem til det dominerende syn i dag som er at mediene er mektige. Media setter tema på dagsorden. Får et tema intensiv mediedekning, vil det bli rangert høyt på dagsordenen hos politikere og befolkningen generelt. En vanlig oppfatning er at omdømme dreier seg om omverdenens oppfatning av organisasjonen. Det handler ikke om å bruke mest mulig penger på kommunikasjonsstrategier. Det er viktigere å vise i praksis at man gjør det man sier. Omdømme bygges over lang tid med konsekvent adferd, og adferden må stemme overens med interessentenes forventninger. (Brønn og Ihlen 2008)

Det tar altså lang tid å bygge et omdømme, og media kan bidra til å forsterke det. Dette kommer jeg tilbake til i drøftingsdelen.

3.4 Oppsummering av teori

Jeg startet dette kapitlet med en utdyping av begrepet rekruttering og hvordan det blant annet handler om å tiltrekke kvalifiserte søkere.

Å være bevisst fosterforeldres motivasjon kan være nødvendig for å vite hvordan man skal gå frem for å rekruttere flere. Jeg har forsøkt å få frem hva motivasjon kan være og presentere noen av de ulike teoriene som finnes. Jeg har sett hvordan Busch og Vanebo har sammenlignet Maslows behovspyramide mot Herzbergs jobbteori. Videre har jeg presentert Kellers motivasjonsmodell og Thorsrud og Emerys jobbkrav. Jeg har beskrevet noe av hva som kreves i forhold til motivasjon og hvilke forventninger og verdier som har betydning i den sammenheng, og så sett på motivasjon i forhold til frivillig arbeid.

Til slutt har jeg utdypet og definert begrepet omdømme for å gi det relevans til motivasjonen og hvordan man kan lykkes med rekruttering. Apeland og Wæraas tanker gjenspeiler mye dette. Her kommer kommunikasjonsformer og medias betydning frem.

4 Metode

I forskning er det problemstillingen som bestemmer metoden (Johannessen, Tufte og Christoffersen 2010:59). Min problemstilling handler om 'å lykkes'. 'Å lykkes' er et subjektivt begrep, og for meg handlet det dermed om å forstå og få innblikk i informantenes oppfatning av hva de legger i det å lykkes og hvordan de mener de kan lykkes med rekruttering.

Jeg fikk, som tidligere nevnt, i forbindelse med oppgaven lov å delta på tre samlinger arrangert av Bufdir for de som er ansvarlige for rekruttering av fosterhjem i Bufetat. Jeg møtte her flere av de som senere skulle bli mine informanter i intervju.

I dette kapitlet vil jeg redegjøre for valg av metode og fremgangsmåtene jeg har brukt for å finne mine svar. Hva er min bakgrunn og hvordan spør jeg? Jeg starter med mitt utgangspunkt vitenskapsteoretisk og personlig, fortsetter med hvilke valg jeg har tatt underveis og avslutter med noen etiske og metodiske refleksjoner.

4.1 Mine utgangspunkt for studien

4.1.1 Vitenskapsteoretisk utgangspunkt

Jeg har vært ute etter å samle og få innsikt i erfaringene til mine informanter og kan dermed sies å ha et fenomenologisk utgangspunkt for min oppgave. Målet mitt var økt forståelse av og innsikt i andres livsverden. Dette perspektivet gikk igjen i alle fasene. I forberedelsene var jeg interessert i hvordan informantene erfarte rekrutteringen. I datainnsamlingen samlet jeg data fra de som hadde erfaring med rekruttering. Og til slutt i analysen og oppgaveskrivingen plukket jeg ut de fenomenene jeg opplevde ga mening for informantene. Jeg har brukt mange direkte sitater og med det forsøkt å la informantenes stemme komme tydelig frem.

Husserl regnes som grunnleggeren av fenomenologien. For ham var fenomenologien en metode. Han ville gå tilbake til sakens kjerne ved å skildre og forstå det som er utforsket så nøytralt som mulig uten forventninger, hypoteser eller tradisjonelle teorier. Det er viktig å utforske særpreget eller vesenet til tingen, og for å kunne gjøre det må utsagn fra mennesker om fenomenet komme til uttrykk. Gjennom utsagnene kan forskeren oppdage mønstre som kan si noe om egenarten til fenomenet. Alt som har med fenomenet å gjøre skal komme frem.

Vi skal ikke ta noe for gitt. Det kreves at man som forsker er åpen, følsom og sensibel og ikke klassifiserer i faste kategorier. Ellers kan man risikere å gå glipp av det som faller utenfor kategoriene. Saken selv må få tale fritt. Oppgaven til forskeren blir å behandle disse uttrykkene ydmykt og nøyaktig. (Nåden og Braute 1992) I mitt arbeid har jeg ønsket å komme til kjernen i rekruttering uten å ta noe for gitt. Jeg har ønsket at informantenes utsagn ville kunne si noe om egenarten til fenomenet, og har forsøkt å være ydmyk og la saken tale til meg, som Nåden og Braute presiserer. Jeg brukte dermed lang tid på kategorisering for å favne mest mulig, nettopp i redsel for å gå glipp av noe som kunne falle utenfor.

I følge Johannessen, Tuft og Christoffersen er fenomenologisk filosofi 'læren om det som viser seg', altså slik begivenhetene oppfattes og fremstår for oss (2010). Fenomenologi representerer en forståelsesform der menneskers 'subjektive' erfaringer regnes som gyldig kunnskap (Malterud 2003:52). I fenomenologisk perspektiv vil informantenes erfaringer bli sett i lys av hvordan den enkelte forstår det. Et fenomenologisk perspektiv medfører at virkeligheten beskrives slik informantene opplever den, uten at forskeren fortolker hva som ligger bak. (Thagaard 2013:40) Mine informanternes uttalelser forsøker jeg å presentere som gyldig kunnskap og slik de forstår det. Samtidig kommer nok min forståelse inn, for som Engebretsen og Heggen sier så starter aldri forståelse fra et nullpunkt. Hva jeg presenterer blir også min fortolkning, og fortolkning er ikke mulig uten at en har en forventning, en provisorisk idé om et meningsinnhold. Dette sier de også vil og skal prege fortolkningen. (Engebretsen og Heggen 2013:24)

Dalland sier at fenomenologi betyr læren om fenomenene. Et fenomen er det som viser seg eller kommer til syne, altså det som oppfattes av sansene. Derfor blir oppmerksomheten i fenomenologiske undersøkelser rettet mot verden slik den konkret oppleves eller erfares fra informantenes eget perspektiv (Dalland 2013:57). Mine informanter forteller om det de har erfart i rekruttering, det kan altså ses på som deres fenomener, og disse fenomenene igjen forsterker deres tro på hva som fungerer.

4.1.2 Eget utgangspunkt

Hva legger jeg til grunn for mine valg og hvilke briller bruker jeg for å skape mening og forståelse i erfaringene jeg har fått ta del i? I følge fenomenologisk forskning skal man la alt komme frem og ikke ta noe for gitt (Nåden og Braute 1992:33). Forskerens eget ståsted

spiller altså også en rolle i dette. Man vil alltid ha med seg sine erfaringer og forståelser inn i forskningen. Jeg ser det derfor som viktig å presentere ytterligere hvor jeg står i forhold til mitt forskningsfelt.

Som barnevernspedagog med mange års erfaring fra arbeid med fosterhjem i barneverntjenesten, anser jeg det som mitt eget faglige ståsted. Mine erfaringer med og kunnskap om mangel på fosterhjem har preget min forforståelse i utarbeidelsen av intervjuguiden og i selve intervjuene. Det har også vært med meg i analysen og det videre arbeidet. Jeg opplevde at informantene delte min frustrasjon over at det ikke er nok fosterhjem å velge i, samtidig som de opplevde at de skaffet mange hjem til kommunene.

Jeg har samarbeidet mye med Bufetat rundt rekruttering av fosterhjem gjennom årene. Min studie ble en balanse mellom at jeg opplevde å ha mye erfaring på området og kunnskap til hva informantene snakket om, og at jeg samtidig ikke kjente systemet deres godt nok for hvordan de jobbet rundt nettopp rekruttering i første ledd. Det viste seg at det også jobbes veldig ulikt på dette feltet rundt om i landet.

4.2 Intervjuprosessen

4.2.1 Valg av metode og problemstilling

Jeg har valgt en kvalitativ tilnærming og har brukt intervjuer som metode. Kvalitative forskningsintervju forsøker å forstå verden sett fra intervjupersonenes side. Formålet er å få tak i informantens egen beskrivelse. (Dalland 2012) Intervju er en god metode for å få frem informasjon om hvordan personer opplever og forstår seg selv og sine omgivelser (Thagaard 2013:58). Å lykkes er et subjektivt begrep og passer for en kvalitativ metode som i følge Dalland tar sikte på å fange opp mening og opplevelse som ikke lar seg tallfeste eller måle (Dalland 2012:112). Å gå i dybden samtidig som å få frem helheten, er i følge Dalland kjennetegn på kvalitativ metode (2012:113).

I min studie var jeg ute etter informantenes erfaringer og refleksjoner. Jeg valgte av den grunn kvalitativ metode med semistrukturerte intervjuer hvor informantene kunne prate fritt innenfor en ramme og jeg hadde muligheter til å stille oppfølgingsspørsmål for å utdype eller avklare, jf. Johannessen m.fl. (2010:137). Intervjuene grenset mot å være ustrukturerte, på samme måte som Johannessen m.fl. definerer en uformell samtale med spørsmål der

forskeren på forhånd har opplyst om tema, og spørsmålene ble tilpasset den enkelte intervjusituasjon (ibid.).

4.2.2 Hvem var informantene?

Jeg har valgt å intervju de som er ansvarlige for rekruttering av fosterhjem i regionene i Norge. I nylige stillingsannonser til rådgiverstillinger i Bufetat etterlyses det erfaring med markedsføring for de som skal jobbe med rekruttering (Jobbnorge 2015). Jeg ønsket de som hadde mye kunnskap om rekruttering og om hva som fungerer i den forbindelse. Jeg valgte dermed ut og tok kontakt med noen som kunne svare på det jeg var ute etter. Utvalget mitt har jeg betegnet som strategisk ut fra Thagaards definisjon om at man i kvalitative studier velger deltakere som har egenskaper eller kvalifikasjoner som er strategiske i forhold til problemstillingen (Thagaard 2013:60).

Utvalget mitt var alle som har det overordnede ansvaret for å drive med rekruttering i Bufetat i Norge. Det er fem regioner i Bufetat Norge, fordelt på Nord, Sør, Øst, Vest og Midt. I tillegg finnes Oslo som har en litt annen organisering. Jeg hadde som mål å dekke alle regionene inkludert Oslo, fordi jeg hadde en tanke om at det arbeides ulikt rundt om i landet. Jeg ringte til alle regionene, ble henvist til ulike personer og fikk kontakt med de som er sentrale i dette arbeidet.

I utgangspunktet trodde jeg at jeg ikke skulle behøve å velge ut hvem som skulle delta, fordi jeg trodde jeg ville dekke hele populasjonen på seks stykker med en hovedansvarlig fra hver region. Populasjonen betyr her samlingen av alle personene min problemstilling gjaldt for, jf. Johannessen m.fl (2010:241). Jeg satset på at alle ønsket å delta. Men det skulle vise seg at populasjonen var større enn jeg hadde forutsett. Organiseringen er ulik i de forskjellige regionene, og de fleste regionene hadde flere overordnet ansvarlige for rekruttering fordelt på ulik måte. Noen hadde ansvar for halve eller deler av regionen, andre hadde ansvar for hele, og noen av de igjen hadde i tillegg ansvar for mange andre områder enn fosterhjem. Utvalget mitt ble dermed mer begrenset enn planlagt. De fleste var imidlertid ivrige etter å stille opp og ville gjerne la seg intervju, som jeg hadde håpet.

Videre følger mer om gjennomføringen.

4.2.3 Gjennomføring og etterarbeid

Jeg har gjennomført seks intervjuer, ett intervju i hver region og ett i Oslo, med totalt åtte personer. Jeg opplevde informantene som pratsomme og villige til å dele sin kunnskap. De var engasjerte og inspirerende. Jeg var opptatt av deres erfaringer og holdninger i forhold til det å lykkes med rekrutteringen, og praten fløt lett uten slavisk bruk av intervjuguiden (vedlegg i). Min bruk av intervjuguiden kan dermed sies å være delvis strukturert. Jeg introduserte tema, informantene fortalte og jeg sørget for at vi holdt oss innenfor rammene, jf. Johannessen m.fl. (2010:139).

En ansatt i en region ønsket at vi også skulle ha med en fra et distrikt i regionen. Jeg så det som en fordel å inkludere henne, fordi hun hadde lenger og bredere erfaring på feltet. En annen informant ville ha med personen som var hovedansvarlig for rekruttering hos dem, i tillegg til seg selv som leder. Dette kunne medført et metodemessig problem fordi det ble to ulike intervjuformer, enesamtale og gruppeintervju. Når det er flere til stede kan det bli et problem dersom en av personene tar fullstendig over og ikke lar den andre slippe til. Da er det viktig å sørge for at alle kommer til orde. Samtidig kan det ved flere personer til stede komme enda flere spørsmål og innspill som gjør at jeg som intervjuer oppdager ting jeg ikke hadde tenkt på før. Det kan også medføre at personene forteller mer enn de ellers ville ha gjort. Det viktige ble at jeg var oppmerksom på ulempene, og sørget for å bruke samme intervjuguide som på de andre intervjuene. For meg var det viktigste at jeg fikk tak i den informasjonen jeg var ute etter, og jeg så det dermed som en fordel å ha to personer i intervjuet. Å stille to informanter i alle intervjuene for at det skulle bli metodisk likt, ville blitt praktisk vanskelig igjen. Særlig med tanke på at de er så ulikt organisert. To av seks intervjuer ble dermed gjennomført med to informanter.

Jeg hadde i intervjuene fokus på å opprettholde min rolle som utforsker, en som ønsket informasjon. Det var viktig for meg å skape trygghet slik at de ville dele sine erfaringer og sin kunnskap. Jeg la vekt på å være der informanten var og forsøkte å spørre så åpent og utforskende som mulig. Jeg fulgte deres 'stikkord' og lot de styre innholdet innenfor de oppsatte rammene.

Alle intervjuene ble transkribert av meg i ettertid. Det ble til sammen 350 minutter, som utgjorde 100 sider transkribert tekst. Det er mange fordeler med å transkribere selv. Du kjenner konteksten og kan dermed unngå misforståelser, du blir enda bedre kjent med

materialet og det blir en viktig del av analysen (Nilssen 2012:47-48). Det tar også hensyn til anonymiteten til de som tenkte de snakket til meg, ikke noen fremmede jeg eventuelt hadde leid inn for å transkribere, jf. Nilssen (ibid. :49). Jeg opplevde å få mange idéer og tanker underveis i transkriberingen. Disse noterte jeg i margen, i hjernekart og på egne notatark.

Jeg transkriberte intervjuene og som ledd i å lete på langs, på tvers og i kryss som Haavind beskriver (2000:35), både forfra og bakfra, så har jeg hørt på intervjuene flere ganger, notert og merket meg tema, skrevet oppsummeringer av hvert intervju og tenkt mye frem og tilbake. Jeg forsøkte å få en helhetlig forståelse og gikk systematisk igjennom hvert intervju og skrev ned momenter etter hvert som de dukket opp. Jeg markerte med post-it lapper og i ulike farger de forskjellige kategoriene og temaene jeg etter hvert kom frem til i flere omganger. Jeg klarte etterhvert å utkrystallisere noen kategorier som kunne hjelpe meg å systematisere materialet i grupper. Momentene fra ett intervju ble brukt som 'briller' til det neste. Jeg så etter hvert hvilke tema som var mer betydningsfulle enn andre for å beskrive mine resultater. Kategoriene henger sammen samtidig som de er gjensidig avhengige av hverandre. Virkeligheten er jo slik at våre handlinger fremkommer i interaksjon og samspill med omgivelsene og tolkningen av disse. Det var vanskelig å skille de. De bygger også på hverandre. (Gudmundsdottir, Nielsen og Wangsmo-Cappelen 1996:8-9)

Jeg valgte ut kategorier som jeg brukte som overskrifter hvor jeg noterte sentrale stikkord til hver og fant frem sitater som illustrerte dette. Denne kondenseringen sorterte jeg i skjema, også kalt matriser. Dette ble utgangspunktet for mine overskrifter og innholdet i oppgaven. Jeg strevde lenge med å velge ut hvilke kategorier jeg ville bruke. Disse ble stadig endret. Jeg brukte også tid på å finne ut hvilke sitat og stikkord som passet best i de ulike kategoriene. Jeg gikk stadig tilbake til lydfilene og det transkriberte materialet for å huske og forstå hva de egentlig hadde sagt og i hvilken sammenheng, jf. Malterud (2003) og Nilssen (2012).

I oppgaven har jeg redigert sitatene noe. Jeg har gjentatt ordrett det som ble sagt, men fjernet gjentakelser som 'eller... eller...' og ordlyder som 'm m...' og 'eh...'. Dette for å gi de en skriftlig form og for å få bedre flyt og forståelse i teksten. Pauser er markert med ... og når jeg har utelatt noe av sitatene er det markert med (...). Dette er for eksempel gjentakelser eller utsagn som ikke er relevant for det jeg ønsker å presisere. Sitatene er gjentatt i *kursiv* og lengre sitat er rykket inn.

4.3 Ethiske refleksjoner

Ethiske spørsmål oppstår gjennom hele prosessen, helt til siste punktum er satt. Det finnes ingen enkle løsninger på hvordan vi som forskere skal forholde oss til etiske spørsmål. (Nilssen 2012:152) Ethiske refleksjoner har vært viktige gjennom hele prosessen for meg. Jeg hadde stadige vurderinger underveis: Hvem skulle jeg ta kontakt med? Hva gjorde at jeg endte opp med å intervju de jeg gjorde? Hvem sa seg villige til å delta og på hvilken bakgrunn? Hva skulle jeg velge ut og fokusere på av all informasjonen jeg mottok? Og så videre.

Med bakgrunn i at hele min populasjon dekker et fåtall mennesker i Norge, vurderte jeg å kontakte Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste (NSD). Jeg drøftet med dem og de rådet meg til å søke nettopp fordi det er fare for gjenkjennelse som jeg hadde tenkt. Jeg søkte for prosjektstart den 29/9-14 og fikk prosjektet godkjent den 31/10-14 (Vedlegg ii). Dermed kunne jeg starte prosessen. Jeg fikk tak i aktuelle informanter. Alle informantene fikk tilsendt et informasjonsskriv med samtykke som ble signert før intervjuet startet (Vedlegg iii).

For å ivareta anonymitet har jeg i oppgaven gitt informantene fiktive navn og navngir heller ikke regionen de jobber i. Av samme grunn har jeg skrevet om dialekter til bokmål. Dette beskriver også Nilssen (2012:50). Det var kun en mann blant mine informanter. Jeg valgte å gi ham et kvinnenavn, for å ivareta hans og arbeidetsstedets anonymitet. Navnene jeg bruker i oppgaven er Anne, Eli, Linn, Janne, Inger, Siv, Mari og Lise. Ut fra prinsippet om konfidensialitet har jeg valgt å ikke nevne alder og stillingsbetegnelse heller, jf. Thagaard (2013:226). For å unngå at Oslo gjenkjennes som område har jeg i oppgaveteksten valgt å kalle BFE for Bufetat og bydelene for kommuner.

Alle informantene var ivrige etter å snakke med meg. Noen kan det hende var ekstra ivrige fordi de i den senere tid har opplevd en oppgang i antall henvendelser fra potensielle fosterforeldre. Det var flere som fortalte om det. Dette ga meg et inntrykk av at det har vært generell økning av henvendelser i hele landet. Jeg kunne ha fått et annet inntrykk hvis jeg hadde snakket med noen av de andre ansvarlige i andre deler av regionene. Thagaard sier at dette er et av problemene med tilgjengelighetsutvalg, nemlig at de som sier seg villige til å delta, føler at de i større grad enn andre mestrer utfordringene. Dette kan gi utvalget en skjevhet, og resultatene må sees i sammenheng med det. (Thagaard 2013:63)

4.3.1 Metodekritikk

Gjennom min arbeidserfaring har jeg tilegnet meg kunnskap om rekruttering av fosterhjem, men jeg hadde lite erfaring med hvordan Bufetat jobbet overordnet i forhold til dette. Jeg kan likevel sies å være en som forsker på eget felt. Thagaard (2013) henviser til studier hvor funn har vist at respondentene var mer åpne når de opplevde at forskeren var mer lik dem selv. Jeg tenker jeg hadde noen fordeler i intervjuene ved at jeg forstod konteksten og hva de jobbet med samtidig som jeg var nysgjerrig på fremgangsmåten deres. Kvale og Brinkmann (2009) anbefaler intervjuer å ha forkunnskap om det som studeres fordi forskeren bruker seg selv som instrument. Jeg vil uansett ikke være fritatt for feilkilder og forforståelse.

Jeg har hatt relativt få intervjuer, men jeg opplever at mitt utvalg i sammenheng med de samlingene jeg fikk delta på, ga meg materiale nok til å belyse og gi et svar på min problemstilling. Kvale og Brinkmann sier man trenger så mange informanter som er nødvendig for å finne ut og få svar på det man trenger (2009:113). Jeg opplever at mine informanter representerer godt de som jobber med første ledd av rekruttering i Norge. Jeg sjekket også ut hva de tenkte, og opplevde å få bekreftet det. Malterud hevder at det er viktigere å ha et adekvat utvalg enn å ha et bestemt antall, og at data fra et lavt antall informanter, mellom fire og syv, kan være tilstrekkelig til å gi et rikt materiale (2003:62). Jeg var hele tiden åpen for å skulle innhente flere informanter enn de jeg hadde i utgangspunktet, og som var de jeg endte opp med å bruke. Jeg vurderte flere alternativ til utvidelse av informanter. Jeg var ikke bundet til et bestemt antall informanter og vurderte underveis som analysearbeidet skred frem, jf. Malterud (2003:65). Da jeg så at resultatene var såpass samstemte, valgte jeg å ikke hente mer informasjon fra samme utvalg. Å velge en annen gruppe ville gitt meg en mengde annen informasjon, men som trolig ikke ville gi svar på det jeg ønsket å utdype fra mine spørsmål. Jeg opplevde å ha samlet nok og relevant data, og holdt meg til de informantene jeg hadde.

4.3.2 Reliabilitet, validitet og overførbarhet

Reliabilitet er spørsmål om forskningens pålitelighet. Reliabiliteten knytter seg til kvaliteten på informasjonen prosjektet baserer seg på og en vurdering av hvordan forskeren anvender og videreutvikler informasjon fra felten. Validitet er muligheten til å vurdere hvordan forskerens ståsted kan ha påvirket resultatene. Det er gyldigheten av de tolkningene undersøkelsen fører til. Forskeren bør gå kritisk igjennom grunnlaget for egne tolkninger. Om forskeren i

utgangspunktet er knyttet til det miljøet som studeres, eller er en utenforstående, har betydning for den forståelsen forskeren utvikler i løpet av prosjektet. Validitet kan også knyttes til at tolkninger fra ulike studier kan bekrefte hverandre. Validiteten styrkes ved å gå kritisk gjennom analyseprosessen. (Thagaard 2013)

Jeg vil her rette et kritisk blikk på mine data og vise at det er så pålitelig og gyldig som mulig. Alle mine intervju ble gjennomført på en så lik måte som jeg hadde anledning til. Alle informantene fikk det samme informasjonsskrivet og fikk introdusert det samme temaet. I og med at det var et semistrukturert intervju, var det opp til informantene selv hva de ville ha fokus på innenfor det gitte tema. I etterkant fikk alle informantene tilsendt en kort stikkordsmessig oppsummering av intervjuet de hadde vært med på. Noen få kom med korte tilbakemeldinger, men ingenting som hadde innvirkning på resultatene.

Nilssen anbefaler å gjøre prosessen mest mulig gjennomsiktig ved å gjøre rede for hva man har gjort (2012:154). Jeg har forsøkt å gjøre rede for så mye som mulig av alt jeg har gjort. Dette er beskrevet så nøyaktig som mulig for at leseren skal kunne vurdere om funnene er troverdige og overførbare. Alt datamateriale ble også transkribert av meg personlig for å gjøre oppgaven så pålitelig som mulig. Begreper jeg har brukt kan oppfattes ulikt den betydningen jeg la i det i intervjusituasjonen. Derfor sjekket jeg ut underveis, med for eksempel spørsmålet 'Hva legger du i det å lykkes?'. Noen ganger måtte jeg forklare mer hva jeg var ute etter enn andre. Svar på søknad fra NSD, informasjonsskriv og intervjuguide er lagt ved oppgaven for å øke gjennomsiktigheten.

Agnes Andenæs sier at intern validitet dreier seg om hvorvidt en undersøkelse er gyldig for det utvalget som er undersøkt (Andenæs 2000:292). Jeg valgte mitt utvalg ut fra min problemstilling om hvordan lykkes med rekruttering og avgrensningen til de overordnet ansvarlige for rekruttering på systemisk nivå. Hvilke av mine funn jeg har valgt å presentere har vært mitt subjektive valg ut fra hva jeg opplevde de la vekt på og hva jeg oppfattet som relevant. Når jeg har valgt å presentere et tema så har jeg trukket ut hva informantene sa rundt dette. Det har ikke vært rom for å gjengi alle svar, og hvilke som presenteres kan kritiseres, men jeg har valgt ut de jeg mener representerer funnene på en god måte. Samtidig har jeg vært opptatt av at alle stemmene skal høres, så jeg har lagt vekt på å presentere noe fra hver informant, som også Nilssen hevder er viktig. (Nilssen 2012:158)

Jeg vurderte frem og tilbake hvordan jeg skulle presentere mine funn. Jeg ønsket å få frem informantenes stemmer, men skulle jeg bruke direkte sitater eller skrive fortellende om hva som ble sagt. Nilssen sier begge deler kan fremme informantenes stemmer (Nilssen 2012:163). Jeg endte opp med en kombinasjon, men med hovedvekt på sitater for å få enda tydeligere frem deres stemmer.

Mitt mål var som sagt at mitt utvalg skulle dekke hele populasjonen. Nå har jeg ikke lyktes å snakke med alle som har samme type stilling i hele Norge, men jeg er ikke så langt unna. Jeg spurte noen av informantene om de trodde de med tilsvarende stilling i den andre delen av regionen ville hatt andre tilbakemeldinger til meg. De mente at de samarbeider tett og jobber ganske likt, samtidig som jeg naturlig nok ville fått noen flere refleksjoner. Ut fra informasjonen jeg har fått, ser jeg at på tross av at det er forskjeller i landet, så jobbes det også ganske likt.

Som tidligere nevnt er det mange utenfor mitt utvalg som driver med ulik rekruttering av ulike fosterhjem på ulike nivå. Andenæs beskriver ytre validitet som det som gjelder for andre enn de som er forsket på (Andenæs 2000:304). Ut fra mine erfaringer gjennom denne undersøkelsen og ellers, vil jeg tro at de fleste som jobber med rekruttering vil kjenne seg igjen i mange av problemstillingene mine informanter har beskrevet.

Når en skal drøfte resultatets overføringsverdi, må en problematisere hvor de kvalitative resultatene skal hen, ikke bare redegjøre for hvor de kommer fra (Haavind 2000:288). Utgangspunktet mitt er å skrive en masteroppgave, men jeg tenker også å kunne dele mine resultater blant annet med mine informanter og deres kollegaer. Mitt mål var å forske i de ulike måtene å jobbe på som kan føre til suksess. Jeg var dermed ute etter forskjellene, ikke like resultater. Området vil også hele tiden endres og forskere vil få ulike resultat til ulike tider.

Jeg har i dette kapittelet beskrevet hvilke valg jeg har gjort og hvordan jeg har gått frem i prosessen. Videre vil jeg presentere mine funn som senere vil bli drøftet opp mot øvrig teori. Funnene vil representere bredden i det informantene sa, men avgrenset til det jeg har hatt fokus på som er å lykkes, fosterforeldrerollen og markedsføringen.

5 Funn: 'Hvordan lykkes med rekruttering'

Her vil jeg presentere resultatene av undersøkelsen min. Jeg legger frem hva informantene sa om å lykkes med rekrutteringen generelt. Det handler om hvordan det jobbes og hva de anser er viktig. Det er for eksempel det å jobbe langsiktig og på flere arenaer, systematisk jobbing og betydningen av et godt samarbeide. Deretter vil jeg trekke frem noen momenter som har betydning for fosterforeldrerollen som rammevilkårene til fosterhjem og motivasjonen til å ta på seg oppdraget. Til slutt vil jeg si noe om hvordan de informerer om og markedsfører fosterforeldrerollen, med betydningen av omdømmet, positiv og negativ omtale, kontakt og åpenhet i media og ambassadørens viktige rolle.

5.1 Informantenes forståelse av å lykkes

Det er mange måter å lykkes på og informantene hadde flere måter å definere det på. Samtidig er det mange ledd i rekrutteringsprosessen, mange steder man kan lykkes. Som Eli fortalte: *Det er mange måter å tenke hva det er vi lykkes med. Det er mange måter å lykkes i de forskjellige fasene.* I denne studien har jeg hatt fokus på den aller første fasen, og der presenterte de jeg intervjuet flere områder å lykkes på. Alle var enige om at en måte å lykkes på i første omgang var å få inn flest mulige henvendelser og derav flest mulig til å delta på kurs. Anne forklarte det slik: *Jeg er jo opptatt av å få kanskje flest mulig til å henvende seg. (...) Vi siler jo ikke henvendelsene før etterpå. Sånn at vi må nå veldig bredt.* Anne mener her det er viktig å få så mange som mulig til å bli interessert og ta kontakt. Dess flere man når, dess flere har man å velge i, og dess større blir sjansene for å skaffe et 'riktig' fosterhjem til de som trenger det.

For å få flest mulige henvendelser, er det flere ting som må prioriteres. Blant andre Siv vektla viktigheten av å gi rask tilbakemelding når noen kontaktet dem:

For eksempel det å skulle svare fort på henvendelser, altså å ha rask tilbakemelding på telefoner som kommer, mail som kommer, annet som kommer, noen kommer innom. Altså det at vi tar imot folk på en rask, fin måte. Det er et mål og det lykkes vi med, og får gode tilbakemeldinger på.

Her ser vi informantene opplever å lykkes når de når bredt og får flest mulig interesserte potensielle fosterforeldre. De bekrefter at det er mange trinn i prosessen, og noe som oppleves viktig er å ta imot henvendelser på en fin og rask måte. Dette for at folk skal føle seg ivaretatt og være interessert i videre kontakt. Dette betyr å tenke langsiktig.

5.1.1 Betydningen av å jobbe langsiktig og på flere arenaer

Det kommer frem i intervjuene at det å jobbe systematisk og over tid er en vesentlig suksessfaktor. Å bli fosterforeldre er en veloverveid avgjørelse som ofte er gjennomtenkt over år. Dette innebærer at å skaffe fosterforeldre også er langsiktig jobbing. Det blir sådd noen frø nå som kan høstes senere. Dette viser det seg at mange er bevisst i markedsføringen. Lise forklarte det slik:

Det tar jo mange år for mange fra de tenker tanken, de tar kontakt og til at de tenker at nå er det rett tid for dem... Det er jo et veldig langsiktig arbeid.

Og Janne sa: *Vi må tenke kortsiktig. Vi må tenke langsiktig. Og vi må være på flere plattformer samtidig.*

I tiden fra noen tenker tanken på å kunne bli fosterforeldre første gang, til de bestemmer seg, vil de stadig motta påvirkninger av ulikt slag på ulike steder. De som rekrutterer er opptatt av at alle signaler de sender ut kan treffe noen, alt fra reklamebildet på baksiden av en buss til uttalelser i media. Anne sa det slik:

Jeg tenker det er ganske viktig jeg. Å tenke kortsiktig og langsiktig på en gang. Vi jobber både på trigger og på det med å sette i gang prosesser. Helt bevisst. Det er ikke tilfeldig.

De jeg intervjuet fremhevet at de ikke alltid vet hva som treffer og hva som skal til for at noen finner ut at de vil ta skrittet for å henvende seg. Det de vet er at de fleste har sett og blitt påvirket av flere ting over lengre tid. Informantene vektlegger å ha troen på at noen registrerer det de presenterer og at summen av alle påvirkningene til slutt gjør at noen tar kontakt for å få vite mer og kanskje melde seg på kurs.

5.1.2 Betydningen av at det satses på

Informantene fortalte at de opplevde at rekruttering er blitt satset mer på de senere årene.

Dette bekreftes også ved ny stortingsmelding (BLD 2014a) og i rapporten fra Backe-Hansen m.fl (2013). Eli forteller:

Det viktigste var kanskje det at det ble satset på rekruttering. At det faktisk er en kjerneoppgave vi holder på med, å rekruttere fosterhjem. Nok fosterhjem. Og riktige fosterhjem. (...) Altså rekruttering har fått et løft. Og det er en forståelse av at rekruttering koster. Og det må være systematisk. (...) Det blir i hvert fall sånn at i den travle hverdagen så vet vi jo det at det er noe som blir prioritert opp hvis det brenner, og hvis det ikke brenner..., det er jo det langsiktige og det er det med rekruttering, hvordan skal vi gjøre det... Det blir litt skadelidende når det er knapt med ressurser... så da fikk jo det et veldig løft.. det ble satset på.

Hun viser hvordan det som ikke satses på og man ikke ser viktigheten av, det blir prioritert bort. Når det gis penger for å ha nok mennesker som jobber med rekruttering, når det prioriteres at det skal være nok ressurser i de stillingene, så merkes det også at det blir gjort en større innsats og det gir bedre resultater. Mari sier: *Det har vært mye mer samlet innsats, mer helhetlig tenkning.* Hun beskriver hvordan de nå jobber mer strategisk der det tidligere kunne være mer tilfeldig. Dette bringer også Inger opp:

Det er veldig forskjellig, men det har skjedd stor endring de siste årene med at man har blitt bevisstgjort at man ikke bare kan jobbe etter innfallsmetoden. at det er en eller annen som kommer på et eller annet, også tenker man 'Å ja! Det gjør vi. Det er jo kult'. Nå jobber vi. Vi lager en langsiktig strategi for hva vi skal gjøre. Vi vet hvem vi trenger fosterhjem til. Vi vet mye mer om ungene enn hva vi gjorde før. Vi vet også mye mer om hvem som har vært og hvem som er fosterforeldre.

Inger peker på den økte kunnskapen gjennom forskning om hvem fosterforeldrene er og kan være, og hvilke behov barna har. Dette gjør det lettere å jobbe mer systematisk og målrettet.

5.1.3 Betydningen av å jobbe mer systematisk

De jeg intervjuet opplever å jobbe mer systematisk og en del av det er det nye systemet deres som de kaller ROS. Det er et nytt registreringssystem som skal ivareta og følge opp henvendelser fra potensielle fosterforeldre. Det er fortsatt under utprøving. (Årsrapport Bufdir 2014:43) Dette er en del av det aller første skrittet i rekrutteringsarbeidet, hvordan de ivaretar de aller første henvendelsene som kommer.

Eli forklarte betydningen av det systematiske arbeidet slik:

Jeg tenker det er en nøkkel. Uansett hvor travelt du har det, skulle helst gjort andre ting, så er det med systematikk viktig i den tidlige fasen. Systematikk og kvalitet det er viktig i hele rekrutteringsprosessen. ... jeg har sett den utviklingen og alt det som har skjedd. Og det er det systematiske. Langsiktig systematisk, og at vi evaluerer det vi gjør.

Flere har egne markedsføringsplaner og alle har nå innført ROS. Det å jobbe så systematisk virker mine informanter fornøyde med. I ROS registreres alle henvendelser og de som har henvendt seg blir dermed lettere fulgt opp. Eli beskriver det slik:

Da blir det lettere å telle, hvor mange henvendelser, hvor mange egenpresentasjons-skjemaer, hvor mange på kurs.. når begynner de på kurs.. ja, også følger vi de systematisk i den prosessen. (...) Og der har vi jo også varsler, ikke sant? Så hvis vi har sagt til en familie at vi skal ta kontakt om en uke, så kommer det opp varsler. Så da er det her en sikrere måte å følge opp folk på.

De som tar imot henvendelsene registrerer altså i systemet at de skal ta kontakt etter så og så lang tid, og da får de varsler fra systemet når den tiden er gått. I og med at rekrutteringsarbeidet er blitt satset på, så er det tid og mulighet til å følge opp dette. Informantene beskrev at de tidligere kunne være redde for å mase og presse for mye, men at de nå har endret syn i forhold til det. Linn forteller om sine erfaringer:

Så den styrkingen vi har gjort i forlengelsen av ROS, tenker jeg kan være en suksessfaktor. (...) Når familien blir registrert inn i ROS så har vi de beste folka på å følge opp familiene i neste runde. Det er et kundebehandlingsprogram, liker vi å kalle det. (...) Men jeg tenker at det er en suksessfaktor når det gjelder rekruttering av fosterhjem. Fordi... før vi fikk ROS, så opplevde jeg at vi hadde gode rutiner på å ta imot henvendelser. (...) men til der vi er i dag, hvor vi har ROS, så er alt mye mer sikkert.

Sikkerhet er et viktig poeng for informantene. De er opptatt av å ikke 'miste' noen potensielle fosterforeldre som har henvendt seg, og vil sørge for at de ikke mister interessen ved å følge de godt opp. Hvis disse ikke blir fulgt opp i første omgang, kan dette være med å gi et dårlig inntrykk av hele fosterhjemsfeltet. Godt og dårlig inntrykk vil jeg komme nærmere inn på

etterhvert under omdømme, men først vil jeg få frem hva informantene tenkte rundt samarbeidet de har med ulike parter.

5.1.4 Betydningen av et godt samarbeide

Bufetat samarbeider med flere instanser, og flere av mine informanter nevnte kontakten med organisasjoner for tidligere barnevernsbarn som en suksessfaktor i rekrutteringen. Inger var også inne på samarbeidet med private aktører som ser ut til å få flere henvendelser på annonser enn Bufetat. Hun sier dette når det gjelder et eksempel med Frelsesarmeen som vi skal komme tilbake til:

Men det vi må gjøre da. Det er jo det at vi må få til et samarbeide med dem. Og det gjorde de. (...) De ba om å få et møte med dem og de samarbeider nå når de skal ha den type rekruttering.

Bufetat samarbeider altså her med Frelsesarmeen når det gjelder annonsering etter fosterhjem, og det kan være en fordel for å øke rekrutteringen.

Det jeg i hovedsak vil trekke frem er samarbeidet med de kommunale barneverntjenestene. Bufetat og kommunen jobber begge for å skaffe hjem til de barna som trenger det. De trenger å spille på lag. Når barneverntjenesten i kommunen er i behov av et fosterhjem, tar de kontakt med Bufetat i håp om at det finnes noen egnede hjem i fosterhjemsbanken, hvis ikke må Bufetat bidra til å skaffe det. Flere av informantene har systematiske treff med barneverntjenestene, og var opptatt av respekt for kommunene som deres oppdragsgiver. Eli sa:

Det er viktig å ha tett og positiv kontakt med kommunene. Vi skal være ydmyke overfor kommunene. De er våre oppdragsgivere. Hvis ikke vi klarer å være det, så blir de irriterte på oss, og det er ikke vi tjent med.

Flere var opptatt av mulighetene som ligger i et positivt samarbeide med barneverntjenestene. Inger fortalte om når de hadde fått henvendelser på kampanjer fra folk som var nysgjerrige, men ikke var interessert i eller hadde mulighet til å ta det store skrittet å bli fosterhjem enda. Disse kunne de henvise de videre som støttekontakt eller besøkshjem til kommunene. Noen hadde annonseringer på kommunenes hjemmesider, andre savnet denne muligheten. Eli sa om dette:

Den optimale muligheten er om vi fikk lov å komme inn på kommunenes nettsider hvor det står oppført neste informasjonsmøte. ... Det som vi har hos mange av kommunene våre, det er at vi har lagt ut en lenke fra hjemmesidene deres på det som heter 'Barn og oppvekst', til fosterhjem.no

Og når Lise sin region skulle gjøre en stor innsats for å øke antall henvendelser, gjorde de mange tiltak på en gang, og ett av de var å kontakte kommunene og få de til å annonsere for fosterhjem på sine hjemmesider. Dette kan gjelde på kommunens sider generelt eller inne på barneverntjenestens sine sider:

Alle kommunene våre hadde lagt ut på hjemmesiden at 'Behovet for fosterhjem er stort. Vi skal ha PRIDE kurs. Ta kontakt så vi kan sende informasjon. Gå inn på vår nettside.'

Markedsføring er som sagt en stor del av rekruttering og i stillingsannonser etterlyses denne kompetansen (Jobbnorge 2015). Samtidig har de fleste som jobber med rekruttering sosialfaglig bakgrunn. Inger har bakgrunn innenfor markedsføring og er opptatt av denne kompetansen. Hun mener dette:

Det er hele cluet for å lykkes; du må ha markedskompetanse. Det er du nødt til hvis du skal nå ut i vrømmelen. Og det kan jeg. Men jeg kan ikke kommunisere saken, fordi at den har ikke jeg nok kunnskap om. (...) Jeg er verken sosionom eller barnevernsarbeider så jeg er nødt til å ha med deres fagkunnskap.

Hun presiserer her betydningen av et godt samarbeide innad i organisasjonen også, og det å kunne utnytte hverandres kunnskap når man har ulike bakgrunn.

Anne tenker det er mye å hente i kommunene når det gjelder å øke rekrutteringen. Hun forteller om hvordan de kan bistå barneverntjenestene i eget rekrutteringsarbeid:

Vi har en kommune som ville ha hjelp til å rekruttere i egen kommune.. fordi de ville gjerne slippe at egne barn skulle bli plassert utenfor kommunen (...) og da tok de kontakt med oss og vi har laget en plan på det. Det er tanken at vi skal få de (de potensielle fosterforeldrene som henvender seg) på kurs hos oss, så skal de tilbake til kommunen. Så har de (barneverntjenesten) et halvt år på seg til å plassere hvis de har noen aktuelle barn, hvis ikke må jo vi få familien tilbake igjen og plassere der.

Anne og barneverntjenesten laget sammen en plan på hvordan de kunne markedsføre ekstra i den kommunen og forhåpentligvis få flere som var interessert. De som henvendte seg ville da kunne gå på PRIDE-kurs og så bli benyttet som fosterhjem av barneverntjenesten. Det flere av mine informanter da gjør er at de gir de aktuelle barneverntjenestene 'førsterett' på disse fosterhjemmene i et halvt år. Hvis de ikke har tatt fosterhjemmet i bruk innen da, vil Bufetat kunne bruke hjemmet til eventuelle andre kommuner som har behov.

Siv var opptatt av at Bufetat og barneverntjenesten har et felles mål og at det da er viktig å ha et godt samarbeidsklima. De inkluderer fosterhjemmene og ønsker at de alle skal kunne få et felles språk:

Og våre målgrupper er jo barnet, fosterhjemmet og kommunene. I den treenigheten de tre representerer er det vi skal levere tjenester. (...) Jeg tenker at vi er opptatt av å finne et felles språk i de forskjellige barneverntjenestene og fosterhjemmene. Prøve å ha et felles tankegods på hvordan vi tenker rundt de ulike barna. Slik at vi lettere kan snakke sammen og finne løsninger sammen. Og derfor arrangerte vi en konferanse (...), som tok for seg dette med trygg base og tilknytningsskader. Sånn at vi kan få et felles språk å snakke når vi snakker om disse barna og prøver å unngå misforståelser.

Dette er med på å forebygge vanskeligheter som kan oppstå i et samarbeide. Som i alle samarbeidsforhold kan det oppstå problemer. Siv forteller hvordan de er bevisste dette og ønsker å bruke krefter på å samarbeide med barneverntjenestene fremfor å motarbeide hverandre:

En annen ting som er viktig å ta frem, det er at.. i vårt system så er det sånn at når krybben er tom, så kan hester bites.. det vil si at når de har det tøft ute i kommunene med den jobben de skal gjøre, så er det enklest, eller nesten sånn obligatorisk å prøve å finne en ytre fiende. Og sånn er nå livet. At man samles, hvis man kan samles mot noe. Særlig når man har det tøft. Og det må vi bare erkjenne at vi kan da bli en skyteskive, siden vi da er et andrelinje nivå (...) Og det er også en del av det å kunne bruke mest mulig energi på det med rekruttering, gå mot målet, lete frem sammen, bruke skulder til skulder-tankegangen. I stedet for at vi står og argumenterer mot hverandre.

Av informantene var det bare Siv som trakk frem dette, uten at det betyr at det ikke eksisterer samarbeidsproblemer i de andre regionene også. Mari nevnte vanskelighetene som kan oppstå med tanke på at staten og kommunen har ulike mandat i samarbeidet:

Rammebetingelser og vilkår (...) varierer veldig mye i dag fra kommune til kommune. Som er utenfor vår kontroll. Vi skal rekruttere dem og veilede i gruppe, også er det jo kommunen som tar over etterpå. Så vi kan jo ikke love gull og grønne skoger.

Mari trekker her frem problematikken ved at det er Bufetat som rekrutterer personer som ønsker å bli fosterforeldre, men det er barneverntjenestene som tar over ansvaret. Det er stor forskjell på hvor mye oppfølging og godtgjøring et fosterhjem får. Det avhenger av mange ulike faktorer som barnets behov og fosterhjemmet selv, og det kan ikke bestemmes på forhånd. Dette fører oss over på rollen til fosterforeldrene og rammevilkårene fosterhjemmene har.

5.2 Fosterforeldrerollen

5.2.1 Rammevilkår: 'Altså økonomi er en ting, oppfølging er noe annet'

Hva slags vilkår jobber fosterforeldre under? Hva kan de forvente av økonomisk godtgjøring, støtte og oppfølging og hvordan preger det rekrutteringen? For å øke rekrutteringen må rammevilkårene bedres og det bør være mer likhet, mener blant andre Eli som uttalte:

Jeg skulle vel ønske at kanskje de økonomiske rammebetingelsene ble sett litt i sammenheng med... i et større perspektiv da. Altså økonomi er en ting, oppfølging er noe annet, (...) og når vi har kunnskap om at kommunene følger veldig forskjellig opp, og noen fosterhjem har det vanskelig, (...) så skulle jeg ønske at det var noen sånn mer likhetsprinsipper, altså likt over hele landet hvordan man skal følge opp fosterhjem (...), men at det og er fokus på at det skal være trygge, gode rammebetingelser for familiene, og oppfølging. For det slår i neste omgang tilbake igjen på oss som skal jobbe rekruttering.

Hun ser hvordan hele kjeden er med på å prege rekrutteringsarbeidet. Det er lettere å 'reklamere' for noe de vet blir verdsatt ordentlig og blir godt nok fulgt opp videre. Dette er ikke lett å kunne si i forkant.

Janne talte fosterforeldrenes sak da hun trakk frem at de har lite rettigheter som følger rollen. De får blant annet ikke være part når det pågår saker rundt barna de har boende hos seg. Anne ser det positive i oppfølgingen Bufetat gir, og mener det er noe de kan stå for og være stolte av. Hun sammenligner Bufetats arbeid med private aktører som er kjent for å ha bedre rammevilkår:

For det vi har som vi kan spille på i motsetning til de private, det er opplæringen vår, for PRIDE-programmet er veldig solid, veldig bra og folk som går på det er fornøyde. (...) For vi kan jo ikke tilby høye lønninger og 24-timers oppfølging og sånne ting, men vi kan love det vi sier. Og vi kan love en god opplæring, og det kan vi spille på. (...) At det holdes uforpliktende forberedende kurs gratis (...) Sånn at folk kan komme. Poenget er jo at man der skal finne ut av om det er noe for en (...) vi kan også spille på det de private spiller på når vi skal ha til de statlige fosterhjemmene. Da kan vi gå ut med lønn og oppfølging og sånne ting, men vi får nødvendigvis ikke noen flere svar altså.

Anne kommer her inn på noe vi skal komme tilbake til senere i forhold til omdømmet, det at de ikke nødvendigvis får noen flere svar. Anne tenker Bufetat kan spille på seriøsitet og god oppfølging, og kanskje det kan bidra til flere som blir interessert, at det er viktigere enn høy lønn. Dette handler om motivasjonen.

5.2.2 Motivasjon: 'Kanskje jeg kan gjøre en liten forskjell i dette her'

Hva er utslagsgivende for at noen velger å bli fosterforeldre? Anne var inne på at det er andre ting enn lønn som betyr noe for fosterforeldre. Hun med flere mener samfunnsoppdraget det innebærer og gleden ved å hjelpe andre er relevant:

Vi må gi et godt budskap ut, og gå på de forholdene som gjør at man faktisk gjør en viktig omsorgsoppgave for samfunnet, altså at det er en glede å gjøre dette her. Det er en tøff jobb, men man bidrar. Man gjør et annet menneske noe godt, ikke sant, man gir faktisk et menneske en annen mulighet her i livet (...) De fleste gjør dette her for å hjelpe. Ja, det gir noe, samtidig som de (fosterforeldrene) gir noe tilbake, og da sier det meg at da må vi bruke det i vår markedsføring også utad for å treffe de menneskene som tenker slik.

Anne presiserer her at det å hjelpe andre er en god motivasjon for å bli fosterforeldre. Gleden av å gi noe til andre, og dermed få noe tilbake, er en god grunn for å ta på seg et slikt oppdrag. Mari sier noe av det samme og kaller det å spille på befolkningens følelse av å skulle ta et samfunnsansvar. Inger tenker også at det trigger å skulle kunne gjøre en liten forskjell. Hun sier dette i forhold til negativ omtale i media:

Jeg tror ikke sånne ting gjør noe annet enn å skjerpe interessen. ... Eller de tenker at 'Ok. Kanskje jeg kan gjøre en liten forskjell i dette her.' Jeg tror det trigger de mer enn det skremmer de.

Kan negativ medieomtale være en motivasjonsfaktor? Men motivasjonen kan også lett bli ødelagt av negativ omtale. Som Eli sier:

Hvis de (fosterforeldrene) har et negativt bilde av samarbeidet med barnevernet eller Bufetat, enten det er med økonomi, oppfølging eller hva det nå måtte være (...), så sliter vi.

Her ser man at også dårlige rammevilkår blir ødeleggende. Dette betyr at den kunnskapen som finnes og som spres i allmennheten er med på å prege motivasjonen. Derfor er markedsføring som vi vil komme inn på videre, viktig.

5.3 Markedsføring: 'Spre det glade budskap'

*Det er noe med å tenke at vi sår mange frø der ute,
og om man ikke ser umiddelbar respons, så kan man se respons på sikt.*

At man må spre det glade budskap ut i mange slags arenaer

Og så håpe at det kommer tilbake.

Janne

Når Janne snakker om 'det glade budskap' sikter hun til det positive ved å være fosterforeldre, om å la alle få vite om den flotte innsatsen de gjør og hva det gir. Det er viktig å dele kunnskapen om behovet for hjelp slik at flere ønsker å bidra på samme måte. Positiv omtale er en suksessfaktor mange av mine informanter var opptatt av. Positiv omtale skaper et godt omdømme. Et godt omdømme kan gi flere som kan bli interesserte i å bli fosterhjem. Barnevernfeltets omdømme har ikke alltid vært av det beste. Kan det endres?

5.3.1 Omdømme: 'De tar fra foreldrene ungene'

Inger beskriver betydningen av et godt omdømme ved å sammenligne med private aktører som også rekrutterer:

Ta et helt enkelt eksempel: i (en by) så søkte de etter familiehjem. Det er jo en stilling. Da er du hjemme med dette barnet. De fikk én eller to søkere, som egentlig ikke var det de var på jakt etter. Så søker en institusjon, eid og drevet av Frelsesarmeen. De (utlysningene) var omtrent identiske... -etterpå: 67 familier søkte! 67!

Intervjuer: Og samme betingelser..?

Yes! Og det er vi (Bufetat) som bruker akkurat de samme. For det er vi som må kjøpe de plassene. Og da er spørsmålet: 'Ok. Hvorfor? Hvorfor skjer det?'

Og hennes forklaring på hvorfor Frelsesarmeen fikk nesten 40 ganger så mange søkere på en tilsynelatende identisk annonse, var:

Når Frelsesarmeen går ut. De blir forbundet med noe positivt. De har 150 års forsprang på Bufetat når det gjelder omdømmebygging. De er kjent for å hjelpe de som sliter, de som har det vanskelig. Den svarte gryta før jul. Den får frem tårer i øynene og giverglede hos alle og enhver. Mens Bufetat kanskje har en litt annen klang. De tar fra foreldrene ungene. Mens Frelsesarmeen gir dem et nytt godt hjem, ikke sant? Du ser forskjellene?

Her sier hun at Bufetats omdømme kanskje ikke er av de beste, eller barnevernfeltets omdømme generelt, fordi barnevernet har makten til å kunne ta fra foreldre omsorgen for barna deres. Frelsesarmeen derimot har et helt annet bilde hos allmennheten. De er kjent for å hjelpe de svakeste i samfunnet og de vinner støtte i de fleste lag i befolkningen uavhengig av religiøs overbevisning. At barnevernet har makt til å ta omsorgen til barn er en sannhet, men omdømmet kan likevel med hell fokuseres mer rundt alt det positive barneverntjenesten bidrar med. Folkeopplysningen media kan gi er viktig, mener blant andre Inger. Hun sier dette når vi snakker om hvordan det jobbes utad for å få potensielle fosterforeldre til å delta på kurs:

Noe av det viktigste med det, det er den folkeopplysningen som ligger i det. Vi når ut med informasjon både til de som trenger det, som har tenkt det og som er i det moduset mer eller mindre bevisst eller ubevisst. Men òg de som aldri har tenkt tanken

på å bli fosterforeldre, eller skal bli det noen gang, de får og kunnskap om det. Så alle støt ut i det offentlige rom har den virkningen. Folkeopplysning samtidig med rekruttering. (...) Den er viktig. Den er kjempeviktig. For det er jo mangel på kunnskap som gjør at vi... Det er jo ingenting vi er så flinke til å være bombastiske på som ting vi ikke har kunnskaper om. Så det er litt det vi prøver å få vekk og, for det er jo veldig ensidig i media hvordan barnevernet fungerer. Heldigvis litt mer nyansert etter hvert, men det har vært veldig ensidig.

Mari er også opptatt av folkeopplysningen i forhold til det samfunnsansvaret befolkningen har:

Jeg tenker at det er viktig med fortsatt folkeopplysning. Folkeopplysning på hva det betyr å være fosterhjem på en bred måte.

Hun tenker samfunnsansvaret er noe av det som er lurt å satse på i fremtiden. Det er noe som motiverer personer til å ville bli fosterforeldre. Hva det betyr å være fosterforeldre på en bred måte er det viktig at alle vet, at ikke bare de snevre negative historiene blir fremstilt men at befolkningen kan få se hele bildet.

Å vekke oppsikt og få oppmerksomhet er viktig i markedsføring. I en region hadde de en kampanje med dukker av barn i reell størrelse som stod i busskur. De hadde lapp rundt halsen hvor det stod: *Jeg venter på en fostermamma*. Der var det også skrevet kontaktinformasjon til fosterhjemstjenesten. Kampanjen hadde en enorm effekt og området fikk mangedoblet antall henvendelser. Noen kritiserte kampanjen fordi det kunne være støtende for foreldre som har mistet omsorgen for sine barn. Dette er en alternativ måte å annonsere på som kan vekke oppsikt og få oppmerksomhet. Siv forteller om deres planer for å oppnå noe av det samme:

Paradoksalt annonsering er å annonsere på steder der 'ingen kunne tru at nokon skulle' ... annonsere. ..for å ta den.. så vi er ute etter for å se på hvor kan vi overraske ved å være tilstede. Så det er en ting. Vi har vært i noen reisemagasiner, som vi tenker kanskje vi kan overraske noen med.

Videre kunne de tenkt seg å være i et flymagasin. Det er et blad man ofte leser uansett og ikke kommer unna.

Inger presiserer noe som kan være viktig i forhold til hvordan de som selv jobber i feltet selv omtaler seg og jobben sin:

Hvis man har en jobb som er veldig krevende, om man jobber i Bufetat eller om man jobber en annen plass, og en formidler hele veien, til venner og bekjente og når en kommer hjem 'Åh, jeg er så sliten. Jeg er trøtt. Vi har så mye å gjøre. Ting er så vanskelig. Alt er så tungt.' Så planter det seg som en sannhet veldig fort. Det tar lang tid å snu den. Eh.. ja, man får lov å klage, man får lov å gjøre det innenfor de fire veggene, men ut, så kan man si hvilke utfordringer man har, men det skal alltid være et positivt men... 'men vi ser en løsning på sånn og sånn..' osv.. 'og det er spennende'. Så hvis vi bare tenker litt mer sånn alle sammen så har vi kommet mye lenger i forhold til den positive oppfattelsen av oss der ute.

All omtale er med og bygge omdømmet, og dette fører oss videre inn i markedsføringen og omtalen i media.

5.3.2 Positiv og negativ omtale: 'Fosterforeldre er kloke mennesker'

Ofte kan barnevernet bli negativt fremstilt i media, men det er forskjell på hva som fremstilles; personlige enkelthistorier eller kritikk av systemet. Noen av informantene nevnte TV-programmer som la frem dårlig oppfølging av fosterhjem, mens andre snakket om enkeltsaker som var blitt håndtert dårlig. Flere av informantene opplevde medias omtale av barnevernfeltet likevel som positivt, uavhengig av om det var negativt fremstilt. De mener det er en fordel at arbeidet blir fokusert på, at det blir et tema i offentligheten. De ønsker velkommen alt som bidrar til oppmerksomhet rundt feltet, og tenker det er en drahjelp at de nasjonale mediene setter det på dagsorden. Samtidig sa Eli det slik når det handlet om negative historier som blir presentert i media:

Folk som har lyst til å bli fosterfamilier, de er kloke mennesker, de skjønner at det er noe som ligger bak.

Dette viser en tillit til fosterforeldrene. De tenker fosterforeldre gjennomskuer hvis noen forsøker å svartmale barnevernet, at en sak kan ha flere sider. Anne sa det på denne måten:

Folk skjønner det. De folka vi skal ha tak i, de forstår jo gjerne at hvis det er noen som har gått ut og legger i vei om det ene og det andre så blir det litt spesielt. De må jo skjønne at det ikke bare er sånn.

Dette setter et visst krav til fosterforeldres forståelse. Det forventes at de klarer å se en sak fra flere sider og også kan tenke at det er ting som ikke blir sagt og stemmer som ikke blir hørt.

Når det gjelder negativ omtale i media uttalte Janne:

Hvordan kan vi få fram de gode historiene? Det er jo nok av de dårlige historiene i media. Det er noe med å få fram det som er positivt også.

De har altså et fokus på å få frem det positive i media. Dette krever at man er åpne for kontakt og for å dele sitt arbeid.

5.3.3 Åpenhet: 'Man skal ikke bare smelle døra igjen og si 'ingen kommentar''

Flere regioner har jobbet helt bevisst med å bygge relasjoner til mediene. Flertallet uttaler at de opplever journalistene som samarbeidsvillige og at avisene ønsker å jobbe for en god sak. Anne begrunner en suksess de hadde, hvor deres artikkel toppet antall lesere, slik:

Det er det med å finne det personlige og det informative samtidig da, å spille på flere ting. Det klaffa veldig.

Bufetat kan gjerne jobbe i månedsvis for å få inn artikler i avisene. De kan ha et utgangspunkt i en reell historie og samarbeider med journalistene for å lage noe ut av det som kan passe for å komme på trykk. Noen, blant annet både Anne og Inger, har lykket i å få inn en hel artikkelserie på fire-fem artikler i lokalavisen. Inger gjorde research blant journalistene, hvilke interesser de hadde, hvem som hadde barn og kunne være interessert i å skrive om fosterhjem. Hun tok kontakt med dem, og fikk dermed napp hos én. Dette medførte en hel uke med artikler om barnevern i en av Norges største aviser. Denne regionen har også undersøkelser for hvordan de blir oppfattet av avisene i forhold til åpenhet og dialog. Et år vant de en pris for åpenhet i kommunikasjon. Åpenhet vektlegges og fokuseres på.

Det å uttale seg offentlig beskriver flere som viktig. Eli uttrykker:

Man skal ikke bare smelle døra igjen og si 'ingen kommentar'. Det er helt motsatt. Du må snakke helt motsatt. Du må invitere og inkludere. Du må svare på spørsmål. Det

er jo ikke alt du kan svare på. Du kan ikke bryte taushetsplikten, men du skal være åpen på hva er det barnevernet jobber med.

Her ser vi at åpenhet verdsettes og at det jobbes for å være synlige i samfunnet. Ved å fortelle offentlig om jobben som gjøres, kan man også gi heder til fosterhjemmene i samfunnet. Hvis det oppleves at fosterhjemsrollen verdsettes og hedres, vil også deres omdømme øke.

Flere bruker medieoppslag som en anledning til å ta opp temaet på kurs og i informasjonsmøter. Lise forteller at det er stort engasjement rundt dette og Inger sier:

Vi må hele veien forholde oss til det negative, men det er de gode historiene som drar oss. Det kommer alltid noe godt ut av noe dumt som skjer.

Ved å være åpen, stiller man seg også tilgjengelig for negative tilbakemeldinger. Et problem har vært 'netttroll'. Kort forklart så er netttroll hets og negative kommentarer på internett. Når disse dukker opp i forbindelse med kampanjer og annonsering på Facebook, opplever flere av informantene at det er skjedd en endring de siste årene. Tidligere var det ensidig negative tilbakemeldinger som 'barnevernet er en terrororganisasjon', men nå merker de at flere tar til motmæle. Mange i kommentarene forteller også da sin historie som er positiv, og de kan forsvare barnevernet. Linn sa det slik:

Og da var det veldig mange egentlig ... som tok til orde da, nåværende fosterforeldre eller som tidligere har vært fosterforeldre som fortalte om sin opplevelse og som sa at 'dette her er bare tull'.

Vinteren 2014 tok NRK i Brennpunkt (et samfunnskritisk dokumentarprogram), flere ganger opp barnevernets håndtering av saker, blant annet plasseringer på institusjon. En av informantene, Siv, uttalte vedrørende dette:

Vi hadde noen tilbakemeldinger etter noen av disse Brennpunkt-programmene, som har sagt at 'den erfaringen har ikke vi. Vi er så fornøyd. Og den erfaringen kommer jeg til å fortelle alle rundt meg som har sett dette Brennpunkt-programmet'. Det vil si da at det skaper debatt; og debatt, enten det er det ene eller det andre, -debatt er vesentlig for en samfunnsutvikling. Også er det jo ikke alt som er bra i samfunnet, heller ikke innenfor våre områder. Vi må være ydmyke på at det er endringer som må skje, og vi må også gjøre endringer.

Her settes det lys på at det er delte meninger om det som presenteres, men hvordan få også den andre siden ut i offentligheten? Siv nevner også at debatt er viktig, at det fremmer utvikling, og utvikling er bra. Det er ting som kan forbedres innenfor barnevernet også. Men for å dele noen av de positive sidene ved fosterhjemsarbeidet, benyttes ofte ambassadører.

5.3.4 Ambassadører: 'Det er ringer-i-vannet tankegangen'

De fleste regionene benytter ambassadører for fosterhjem i rekrutteringsarbeidet.

Ambassadører er personer som er valgt ut til å representere og stå i spissen for fosterhjemsarbeidet. Det kan være kjendiser, ordførere og ledere, eller helt vanlige personer som fosterforeldre eller tidligere fosterbarn. Ambassadører kan også benyttes som døråpnere. En region har ambassadører for ulike områder som helse og sosial, kultur, minoritetsetniske og fosterfamilier. Vervet varer i ett til to år. Ambassadørene får plaketter som bevis og gjøres ære på. De er med å hedrer arbeidet og på å spre et godt rykte og et godt omdømme rundt fosterhjemsjobbingen.

Gode og fornøyde fosterforeldre omtales som de beste og viktigste ambassadørene. Som Siv sier:

.så er de med på å spre det gode budskap i sin omgangskrets. Da får de den her kunnskapen som gjør at vi når enda flere. Det er ringer-i-vannet tankegangen.

Noen regioner har hatt ordførerstafetter, hvor de har fått alle ordførerne i regionen til å utfordre hverandre til å bli ambassadører:

En ordfører er selvfølgelig partiavhengig, men han er partinøytral i oppgaven sin. Derfor så kan vi bruke de. (...) Vi kan ikke gå til en politiker og be om å få samme hjelpen. En ordfører skal tjene alle innbyggerne i kommunen. Om man stemmer Krf eller Frp eller Kommunistpartiet, det er revnende likegyldig, fordi ordføreren er der for alle. Derfor kan vi bruke de.

Ordførerne er kjente, og snakker en ordfører godt om fosterhjem, er det med på å spre heder om den viktige jobben som gjøres. Kjente personer legges merke til i samfunnet og i media, og flere har benyttet seg av dette ellers også når det gjelder for eksempel kjendiser. Når kjente personer stiller opp som ambassadører, medfører dette positiv mediedekning. Linn forteller:

Vi får medieomtale. Avisen skriver når de har på seg t-skjortene. Også en annen gevinst er jo at ordføreren i kommunen blir opptatt av fosterhjem i sin kommune. Altså det er en gevinst for barneverntjenestene og kanskje budsjettene deres da. Gir litt fokus på det, og kanskje status for fosterhjem i den enkelte kommunen og.. så det er sånne virkninger som jeg tenker er viktig..

Linn ser her flere fordeler ved ambassadørene. Ikke bare skaper det oppmerksomhet utad, men det kan også få positive effekter innad i forhold til budsjett og status. Dette er viktig, for kunnskapen om fosterhjem kan med fordel spres mer innad i kommuner også.

Janne forteller om et tidligere fosterbarn som er ambassadør i deres område:

Hun har snakket godt om det å komme inn i en familie som ungdom, og avliver noen myter om at det er veldig problematisk og vanskelig. Hun sier: 'Det er verdens viktigste jobb. Dere redder jo barn. Dere reddet jo meg.'

Økt kunnskap om feltet gjør at myter kan avlives og positive hendelser kan spres. Dette er med på å skape et godt omdømme og det bidrar også til å øke potensielle fosterforeldres motivasjon til å ta på seg oppdraget.

5.4 Oppsummering av funn

Jeg har i dette kapittelet presentert mine funn og mye av hva informantene sa i intervjuene. Jeg har forsøkt å få frem hva de legger i å lykkes og de forskjellige faktorene som har betydning i rekrutteringen, som å jobbe langsiktig og bredt, systematisk og i samarbeid med andre. Jeg har lagt frem hva de mente om hvilke rammevilkår fosterforeldre jobber under og hva som motiverer. Jeg har så skrevet om markedsføringen som er en så stor del av rekrutteringen. Innenfor det har jeg forsøkt å belyse hvordan barnevernfeltets omdømme påvirker rekrutteringsprosessen, men også hvordan negativ omtale kan benyttes til noe positivt. Åpenhet og viktigheten av å være i kontakt med media beskrives, og til slutt sier jeg noe om benyttelsen av ambassadører for å fremme fosterhjemsarbeidet. Alt dette er med på å bidra til hvordan rekruttering lykkes.

Det jeg opplever å ha fått av viktige funn er behovet for å øke folkeopplysningen slik at myter rundt barnevernet kan forsvinne, eller i det minste nyanseres en del, betydningen av

både positiv og negativ omtale i media og fosterforeldres egen store betydning ved å være ambassadører og å bidra til å skape et godt omdømme.

6 Drøfting rundt å lykkes i rekrutteringen

Her vil jeg trekke frem og drøfte rundt funnene mine, sett i lys av forskning, teori og litteratur. For å søke et svar på problemstillingen om hvordan lykkes, vil jeg først drøfte rundt forskningsspørsmålene mine delt opp i hovedgruppene fosterforeldrerollen, omdømmet og det å lykkes. Alle disse er kommet frem som sentrale punkt å ha fokus på i rekruttering. Først vil jeg trekke frem rollen til fosterforeldre med betydningen av rammevilkårene og motivasjonen for å ta på seg oppdraget. Her er motivasjonsteorien viktig å ha med seg. Videre vil jeg se på omdømmet i forhold til åpenhet i media og markedsføring. Her ser jeg det opp mot forståelsen av omdømme fra kapittel 3.3. Deretter vil jeg se på betydningen av et godt samarbeide som et av de viktige områdene for å lykkes, og avslutningsvis vil jeg drøfte rundt hva det vil si å lykkes. Forskningen og kunnskapen som eksisterer på de ulike områdene trekkes inn i drøftingen og sammen med teorien kan det hjelpe meg nærmere et klarere bilde.

6.1 Fosterforeldrerollen

Jeg vil her trekke frem rammevilkårene, så se på motivasjonen. Hva kan teorien og kunnskapen som eksisterer i kombinasjon med funnene jeg har lagt frem si oss om deres påvirkning på rekrutteringen?

6.1.1 Rammevilkårenes betydning og begrensning

Hvilken betydning har fosterforeldres rammevilkår i fosterhjemsrekrutteringen? Hvilke vilkår man jobber under er viktig når man skal vurdere en stilling. Hva får man igjen for å ta på seg et oppdrag som fosterhjem, jf. det Kaasa (1989) sier om viktigheten at det må gi noe for at man skal bli motivert? Det må være en opplevelse av gevinst.

Det man får som fosterforeldre som ligger i oppdraget og fastsatt når de starter. Det er styrt og handler om vilkår og økonomi. Mye av dette er regulert av lover og forskrifter, og i noen

grad kommunenes økonomi, muligheter til oppfølging og dere vurderinger i den enkelte sak. Disse vilkårene er med å påvirke og kan både fremme og hemme rekrutteringen.

Forskningen til både Havik (2007), BLD (2011) og Backe-Hansen m.fl. (2013) sier at god lønn og gode arbeidsvilkår er viktig, samtidig som det kommer frem at økonomiske betingelser langt fra er hovedgrunnen til at personer blir fosterforeldre. Undersøkelsen *'En god forberedelse til å bli fosterforeldre'* sier at både fosterforeldre og saksbehandlere trekker frem gode nok økonomiske betingelser som svært viktig (Backe-Hansen m.fl. 2013). Fosterermødres yrkesaktivitet krever mer tilpasning av rammebetingelsene sier Havik (2007), og rapporten fra BLD (2011) mente rammevilkårene måtte bedres hvis barnevernet skulle klare å rekruttere og beholde et tilstrekkelig antall gode fosterforeldre. Her forstår jeg at hvis yrkesaktive kvinner skal lokkes til å ta på seg et oppdrag som fosterhjem, så må det kunne matche evt. lønn de mottar i yrkeslivet og kanskje mer enn det. En ting er hva man vinner på å ta på seg et oppdrag, noe annet er hva man kan tape. Lønn er ikke hovedgrunnen til å ta på seg oppdraget, men det er en viktig del av det. Herzberg sier at fravær av lønn vil kunne føre til mistriivsel (Kaufmann og Kaufmann 2003). Lønn er altså et vilkår som kan begrense rekrutteringen. Rammevilkårene er dermed essensielle med tanke på rekrutteringsarbeidet. Spørsmålet er på hvilke områder og hvordan de bør og kan bedres.

Sett i lys av behovspyramiden/tabellen Busch og Vanebo (2000) presenterte, kan lønn i stor grad handle om fysiologiske behov. Samtidig kan bedre rammebetingelser som lønn også gi større opplevelse av anerkjennelse og status for fosterforeldre. Utad vil kanskje fosterhjemsoppdrag kunne bli sett på som mer attraktivt og bli et mer anerkjent yrke hvis det fra samfunnets side betales godt for det. Da kommer man høyere opp i pyramiden/tabellen presentert i teorikapittelet, og lønn kan faktisk bli en motivasjonsfaktor.

Materialet mitt bekrefter at det ikke bare er lønn det handler om. Dette blir spesielt tydelig når Inger forteller at veldedige organisasjoner som Frelsesarmeen tiltrekker seg opptil 40 ganger flere søkere enn Bufetat. Spesielt når dette er på samme type annonser med de samme betingelsene. Hva handler dette om? Inger mente det var omdømmet. At Frelsesarmeen har brukt 150 år på å bygge opp et godt omdømme. Et omdømme som sier de er gode, de hjelper og støtter, en organisasjon folk har tiltro og tillit til. Allmennheten har et helt annet bilde av Frelsesarmeen enn av barnevernet. Omdømmet kommer vi nærmere inn på nedenfor. Kan en liten annonse oppfattes så forskjellig bare fordi avsenderen er en annen? Realiteten er jo at

det er barnevernet som betaler plassen til det barnet uansett. Kan det ha vært andre ting enn omdømmet? Eller i kombinasjon med omdømmet? Er det en annen type mennesker som leser annonser fra Frelsesarmeen enn fra Bufetat? Eller har annonsen deres hatt en annen utforming? Var barnets vanskeligheter mer skjult i annonsen, eller dets kvaliteter mer fremhevet? Jeg har ikke sett hvordan dette ble fremstilt i annonsen, men dette er spørsmål man kan stille seg og undre over. Uansett fortalte Inger at annonsene var omtrent identiske og jeg har et inntrykk av at dette ikke er et enestående eksempel.

Backe-Hansen m.fl (2013) så for seg at det å være fosterforeldre kan gå i retning av å bli et omsorgsyrke fordi det er kommet flere kommersielle, private aktører på banen. Det kan synes som opplest og vedtatt at de private aktørene tilbyr bedre vilkår og dermed har flere fosterhjem å velge i. Private aktørers system er mindre rigid og gir flere muligheter. Men er dette en myte? Noen av informantene bekreftet at det kan være mindre rigid hos private aktører, men de mente og at det kunne være en myte med bedre vilkår fordi de ofte tilbyr de samme betingelsene. Det viser spesielt eksempelet Inger viste til hvor Frelsesarmeen fikk så mange flere henvendelser etter sin annonsering. I undersøkelsen til Backe-Hansen m.fl (2013) sier de at gode nok økonomiske betingelser ikke bare inkluderer pensjon og trygd i tillegg til lønn/godtgjøring, men det handler også om ferie og frikjøp. Det er altså mye annet enn penger som også kan ha betydning.

Å være fosterhjem handler om ens egen private sfære. Hva mottar man som kan være attraktivt i den forbindelse? I følge informantene gjør de fleste dette for å hjelpe. Dette støttes av forskningen til Synovate (2010). Informantene trekker frem samfunnsansvaret og muligheten til å gi et menneske en ny sjanse i livet, faktisk redde livet til barn. Det er en sterk motivasjon. I frivillig arbeid mottar man ikke lønn. Her er det også andre motivasjonsfaktorer. Kaasa og Jelstad (2009) snakker om at det er verdier og grunnleggende holdninger som motiverer for frivillig innsats. Fosterhjemsarbeidet kan befinne seg i en gråsonen mellom frivillig og lønnet arbeid. Kaasa (1989) sier mennesker handler i forhold til oppgaver de har sterke følelser for og Kaasa og Jelstad (2009) mener det er tre viktige behov som må tilfredsstilles for å opprettholde indre motivasjon. Det er sosial tilhørighet, kompetanseopplevelse og autonomi. Jeg vil legge til ønsket om å hjelpe, redde et annet menneskes liv, som mine informanter trakk frem. Lønn er ikke hovedgrunnen til at noen tar på seg oppdrag som fosterhjem, men det anses som viktig for rekrutteringen. Lønn skal heller ikke være en motivasjon for fosterforeldrerollen, samtidig gjør betaling en mer bundet til

oppdraget. Det er lettere å trekke seg og si man ikke har tid hvis man ikke får betalt. Likevel kan det synes som om det er de andre grunnene til å bli fosterhjem som kan være det de må spille på i rekrutteringen. Det å gjøre en innsats for samfunnet og det å gjøre noe godt for andre. Flere opplever at de får noe ved å gi. At det å kunne gjøre en forskjell og å hjelpe er en stor motivasjon.

Som Anne nevnte kan det også satses mer på alt det andre det offentlige har å tilby, som gode kurs og mye faglig kunnskap, oppfølging, seriøsitet og troverdighet. Dette kan være en vel så stor motivasjon som lønn. Da må det på den andre side også være gode nok betingelser og man må kunne tilby den oppfølgingen man lover. Det vil nok også være en fordel om det er noenlunde samme betingelser i de ulike kommunene. I fosterhjemsforeningen samles fosterhjem. Her kan det oppstå samtaler rundt hvilke vilkår de tilbys i de ulike kommunene. Da kan det sikkert fort gjøres sammenligninger og kanskje noen da velger å ta oppdrag fra kommuner som gir den beste oppfølgingen. Her er det en sammenheng med Apelands tanker om omdømme. Det bør være et entydig budskap fra alle kanaler, sier han (Apeland 2007). Det betyr ikke bare at de ulike kanalene bør gir samme budskap, men kanskje enda viktigere at samme kanal gir samme budskap, med tanke på hvordan virksomheten fremstår. Følger vi Apeland bør altså ikke barneverntjenestene gjøre ulikt i like saker. Dette henger jo også sammen med at barna bør få det samme tilbudet uavhengig av hvilken kommune de er født i.

For oppfølgingen kommer betydningen av støtte og veiledning inn (Sinclair 2005). Støtte og veiledning er vilkår som har innvirkning og betydning. Bufetat har ofte den generelle veiledningen av fosterhjem, gjerne i gruppe. Kommunene følger opp fosterhjem individuelt. Når Bufetat og kommunene samarbeider rundt fosterhjemmene, er sjansen større for at de fanger opp mer av behovet til fosterforeldrene og ser og hører dem bedre. (Samarbeidet vil jeg komme tilbake til senere). Fosterforeldre som blir sett, hørt og forstått kan få oppfølging tilpasset det de har behov for. Får de det kan de oppleve mer mestring. Mestring i sin tur kan medføre at de blir tryggere i rollen og mer motivert, jf. Skaalvik og Skaalvik (1996). Fosterforeldre som er trygge i sin rolle har større sjans til å se, høre og forstå fosterbarna. Dette kan medvirke til at plasseringen blir mer stabil og kan vare lenger. Kanskje er det behov for enda mer kunnskap hos potensielle fosterforeldre om problematikken som kan oppstå i forkant, eller kanskje de må forplikte seg til å motta veiledning fra starten av?

At fosterforeldre vil ha ferie og frikjøpes fra fosterbarna, er et komplisert tema. Det er et dilemma når man ønsker noen skal ta over omsorgen for et barn, et barn som har behov for et hjem og å høre til, så vil omsorgspersonene ha fri fra dem. Samtidig har man forståelse for at det er en belastning å ha ansvaret for et fremmed barn, at det er strevsomt i perioder og at barneverntjenesten vil strekke seg for å beholde fosterhjemmet så lenge som mulig. Her er vi tilbake til kjøp og salg i et sosialt felt. Det kan være problematisk. Fosterbarn kan mislike at fosterforeldrene deres får lønn for å ha omsorgen for dem, at noen trenger veiledning for å håndtere fosterbarn, og at fosterbarna må til avlastning fordi fosterforeldre blir slitne av å ta vare på dem. Dette er en måte å se situasjonen på som kan føre til at fosterbarna opplever at de ikke hører til og føler seg utenfor. Samtidig er dette viktige rammevilkår som kan være nødvendige for at noen skal ta på seg oppdraget.

På den ene siden nevner altså fosterforeldre og barnevernsarbeidere betaling som et viktig moment for å rekruttere flere fosterforeldre, på den andre siden vil ikke bare høyere godtgjøring i seg selv bidra til at fosterforeldre tar og blir i jobben. Det er flere elementer ved rammevilkårene som har betydning. Økt lønn gir økt motivasjon når det samtidig styrker status og anerkjennelse, men ut over det handler motivasjon lite om penger. Motivasjon handler også om personlige behov, jf. Grimsø (1988) og Kaasa (1989). Det må en indre motivasjon til for å ønske å være fosterhjem. Hvis man ser på frivillig arbeid, Herzbergs jobbteori og Thorsrud og Emerys jobbkrav (1970) så er det mye mer som kan motivere i et arbeidsforhold. Dette fører oss over på motivasjonens betydning.

6.1.2 Hvordan benyttes kunnskap om motivasjon for å rekruttere?

Hvilken betydning har potensielle fosterforeldres motivasjon for rekruttering? Klarer Bufetat å treffe det som motiverer folk til å ta initiativ til å bli fosterforeldre? Klarer de å skape, finne og vedlikeholde nok motivasjon til at det holder i lengden? Målet er å nå de som kan og ønsker å bli fosterforeldre. I neste omgang er målet å få de til å ta på seg oppdraget.

Busch og Vanebo hevdet at menneskers motivasjon for å yte handler om både ytre og indre påvirkninger, at man må ha et sammensatt syn på hva som påvirker (Busch og Vanebo 1995). Undersøkelsene til Backe-Hansen m.fl (2013) viste at flere grunner kunne virke sammen og at annonser kunne trigge like mye som at egne barn var blitt store. Det er med andre ord ofte flere ting som motiverer samtidig. Dette styrker tanken på at langsiktig arbeid er viktig og

betydningen av å være på flere flater samtidig. Flere av mine informanter presiserte dette. Det som blir viktig er å ha tillit til frøene som blir sådd, at de fanges opp og ligger der mens avgjørelsen modnes.

Hvordan benyttes kunnskap om motivasjon i markedsføringen for å motivere personer til å ta på seg oppdrag? Her vil jeg se nærmere på dette i lys av Kellers motivasjonsmodell:

- Attention: gi oppmerksomhet til yrket, fange og opprettholde interessen. All reklame og mediedekning gir oppmerksomhet til rollen, på godt og vondt. Media når frem til alle, enten de vil eller ikke (Apeland 2007) og setter ting på dagsorden (Brønn og Ihlen 2008). Målet bør være å fremme den positive oppmerksomheten og det informative (Randle m.fl 2014), og som Janne sier at det er noe med å få frem det som er positivt også. Det er dette Redd Barna vil bidra med i sin kampanje (Bjugstad 2015)
- Relevance: oppleves det relevant? Bufetat forsøker å treffe ved å spille på behovet for å hjelpe og samfunnsansvaret, jf. Kaasa og Jelstad (2009) og undersøkelsen til Synovate (2010). Anne bekrefter at de gjør dette med uttalelsen: *'... gå på de forholdene som gjør at man faktisk gjør en viktig omsorgsoppgave for samfunnet...'*. Som sagt i forrige kapittel kan dette være en stor motivasjon.
- Confidence: presenteres fosterforeldrerollen som noe folk kan være fortrolige med? Har allmennheten tiltro til Bufetat som organisasjon? Har de tiltro til at dette er noe man kan klare, et oppdrag man kan ta på seg? Opplevelsen av mestring er en stor del av motivasjonen som Skaalvik og Skaalvik skrev. Det vanskeligste kan være å presentere et oppdrag som fosterhjem som et oppdrag som blir vellykket og at det kommer til å gå bra. Det er vanskelig å forutsi. Det ligger ofte så mye mer bak i historien til barn som blir tatt under omsorg som også spiller inn. Men Bufetat kan spille på at fosterforeldre kan gjøre en forskjell og på den måten skape muligheter for at det kan bli bedre. Dette innebærer å kunne spre suksesshistorier og det glade budskap og derigjennom fremme et positivt omdømme, jf. Lågbu (2013).
- Satisfaction: viser de at fosterforeldrerollen kan føles verdifull og tilfredsstillende? Oppnås positive forsterkende konsekvenser i rollen? Synovates undersøkelse bekrefter det. Fosterforeldre opplever å få gi og å få noe tilbake. De ser det som positivt å hjelpe (Synovate 2010). Dette er viktige verdier som mange vektlegger, jf. frivillig arbeid. Dette kan være motivasjon før start og underveis. Dette brukes i markedsføringen og vi vil komme tilbake til det i neste kapittel.

Det som kan bli problematisk i en plassering i forhold til å oppnå positive konsekvenser, er hvis det endrer seg. Hva når fosterforeldrene opplever å ikke kunne hjelpe? Hvis de skulle komme i en situasjon hvor de føler de aldri får bekreftelse på at de gjør en positiv innsats? Her er vi mennesker forskjellige og det er ulikt hva som motiverer oss, jf. Busch og Vanebo (2000). Dette handler mye om det som skjer etter det aller første skrittet i rekrutteringen, men det er samtidig viktig å ha med seg når man velger ut fosterhjem. Hva motiverer de som blir rekruttert? Bufetat spiller på det i kampanjene med å appellere til om de har rom for en til, og at de kan utgjøre en forskjell. Det spilles på nestekjærligheten og omsorgsevnene. Bekreftelse og støtte som man kan være i behov av, ble nevnt i forrige kapittel.

Er det behov for mer kunnskap om hva som må til for å bli fosterforeldre, hvilken type mennesker som søkes og hva som motiverer de? Dette var Inger inne på var blitt bedret: *'Vi vet mye mer om hvem som har vært og hvem som er fosterforeldre'*.

En annen ting er hva det offentlige forventer av privatpersoner. Siv reagerte på at fylkesmannen i en annen region krevde at de skulle skaffe et visst antall fosterhjem. Hun sa: *Men det offentlige har jo ikke krav på å forlange av det private at de skal stille opp som fosterhjem. Vi må ha respekt for at det er familier det er snakk om.* Dette er et viktig poeng. Det å være fosterhjem er en privatsak og det offentlige kan ikke kreve at så og så mange gjør det. Dette er med på å komplisere rekrutteringen av fosterhjem. På den ene siden trenger man mange fosterhjem, og på den andre siden kan man ikke kreve at privatpersoner vier sitt liv til det. Det er et ønske og et mål, men det kan ikke bli et krav, som Siv sa. Håpet må være at flere ser behovet for fosterhjem og ser hva som kan bli effekten hvis man stiller opp, og av den grunn vil ønske å bli fosterforeldre.

Ansatte i barnevernet, både i stat og kommune, har mye kompetanse med tanke på at de har minimum tre års utdanning i forhold til barn. Hvor stor tro har de på sin egen kompetanse selv? En informant fortalte at hun opplevde at de ansatte hadde en 'unnskyld at jeg er til'-holdning tidligere, men når de fikk Bufetat-T-skjorter på som en form for uniform fikk de en helt annen holdning. De rettet ryggen og turte være mer pågående. Dette bekrefter det Linn fortalte om å ikke ønske å mase. En informant, Linn, nevnte at de tidligere ikke ville presse personer som hadde henvendt seg, ved at de ikke ville ringe opp igjen med en gang, fordi de var redd det ville oppleves som masete. De forteller at dette har endret seg til det bedre, og

det er positivt. Men hva handler det om? Handler dette om status og anerkjennelse ellers i samfunnet? Her igjen kan det være en fordel å sørge for å få frem det gode arbeidet som gjøres også innad. Skal omverdenen tro på det, må de tro på det selv, både i barneverntjenestene og i Bufetat. Samtidig kan man øke statusen utad med mer informasjon og folkeopplysning, reklamere for kunnskapen, betingelsene og oppfølgingen. Dette bringer oss over på hvordan dette kan spres ved omdømme.

6.2 Omdømme. Hvordan spre det glade budskap?

Inger var opptatt av hvordan de ansatte selv presenterer og snakker om jobben sin, som beskrevet over. Det er fort gjort å glemme at deres egen holdning også har en betydning. I følge Apeland (2007) så er alle parter på alle nivå er med på å skape omdømmet rundt det viktige arbeidet.

Omdømme innebærer åpenhet, markedsføring, media og folkeopplysning (Apeland 2007). Spre det glade budskap, sa Janne. Er det et positivt budskap som spres? Hvor 'glade' er fosterforeldrene egentlig? Forskningen fra Synovate og Backe-Hansen m.fl. viser at flesteparten av fosterforeldre er fornøyde, at de opplever å gjøre en god gjerning og at de blir glade av å hjelpe andre. På samme tid vet man mye om brudd i fosterhjem, om mer og mer skadede barn som plasseres, og om fosterforeldrerollen som blir mer og mer lik et omsorgsyrke (Backe-Hansen m.fl 2013, Synovate 2010). Når det nå kuttes ned på institusjonsplasser kan dette medføre at stadig flere av de barna i stedet plasseres i fosterhjem. Dette er noe av det stortingsmeldingen om fosterhjem skal ta opp (BLD 2014a). Grunner til at barn skulle vært plassert på institusjon er gjerne at de krever ekstra oppfølging ut over det et fosterhjem normalt kan tilby. Blir de da plassert i et fosterhjem, kan det gjøre det vanskeligere å få plasseringene til å fungere, noe som igjen gir et dårligere omdømme til fosterhjem, og det krever mer av de som ønsker å ta på seg oppdraget.

6.2.1 Omdømme og åpenhet

Omdømmet eller ryktet til barnevernfeltet er sentralt for rekruttering, som Inger understreket. På den ene siden er barnevern et sensitivt tema som lenge har vært skjult og lite åpenhet rundt (Stang 2007). På den andre siden beskriver mine informanter positive sider ved det å gå ut i media og fortelle om det viktige arbeidet. Forskningen fra Storbritannia (Sinclair 2005) viste

at frykt og stereotypier holdt folk tilbake fra å ville involvere seg i fosterhjemsarbeid, samtidig som forskningen fra Australia (Randle m.fl 2014) viste at de gode, informative historiene er god markedsføring. Synovates (2010) undersøkelse her i Norge viste at de fleste fosterforeldrene var fornøyde med rollen sin og med samarbeidet med barneverntjenesten. Dette er med på å skape et godt omdømme hvis det får komme frem i lyset. Redd Barna er også med på å fremme omdømmet hvis de får mange positive historier i undersøkelsen sin *Barnevernet hjalp meg* (Bjugstad 2015). Det motsatte vil skje med de negative historiene, jf. Apeland og hvordan medieomtale forsterker det positive budskapet positivt og det negative negativt.

Inger antyder at omdømmet til barnevernet, enten det er Bufetat eller barneverntjenesten, er såpass skadet at det får slike virkninger som i annonseringen med Frelsesarmeen. Som Brønn og Ihlen sier, så tar det lenger tid å bygge et godt omdømme enn å tape det (2008). Det kan bety at det dermed bør rettes en betydelig innsats mot å forbedre barnevernets omdømme. I følge Apeland (2007) er omdømmet påvirket av medias fremstilling, bedriftens egen kommunikasjon, eget inntrykk og hva andre sier. Har Bufetat rettet fokus mot alle disse områdene? Det kan synes slik ut fra hva jeg fikk frem i intervjuene med fokus på kontakt med media, viktigheten av informativ markedsføring og arbeidet med ambassadører.

Apeland viser at det er flere faktorer som alle kan ha like sterk påvirkning på omdømmet, men at egne erfaringer betyr mest (Apeland 2007). For fosterforeldre med positiv erfaring vil jeg tro deres egne erfaringer betyr mer enn for eksempel medias omtale. Fosterforeldrenes egne erfaringer blir da viktig å dele med andre, jf. Bjugstad (2015). Når informantene sier at fosterforeldrene er våre beste ambassadører, så kan det handle om at fosterforeldrene har en positiv erfaring som de deler med sine bekjente. Dette kan medføre at flere får egne positive opplevelser. Bufetats kommunikasjon må uttrykke tilsvarende, hvis ikke vil det kunne svekke omdømmet. Det samme gjelder oppfølging og rammevilkår. Hvis fosterforeldre har negative erfaringer her, vil det svekke inntrykket og omdømmet.

Ambassadørene kan være noen som bidrar med å dele positive opplevelser og sprer gode erfaringer fra barnevernfeltet. I følge Apeland (2007) henger det andre sier sammen med deres tyngde og troverdighet. Folk bryr seg mer om og hører mer på en person man har tillit til enn andre. Derfor er det viktig hvem ambassadørene er, at de har troverdighet og at folk har tillit til dem. Inger hevder ordførerne er partinøytrale. På samme tid kan mange ha et

anstrengt forhold til sin ordfører. Dette kan handle om hvem ordføreren er som person. Det er ikke sikkert alle er like egnet som ambassadører. Det hele munner ut i, som Eli og Apeland sier, at hele kjeden må være god: *'...hvis vi skal få flere fosterhjem og lykkes med fosterhjemsrekruttering, så må hele kjeden være god, ikke sant, så må hele kjeden være positiv og ha et godt rykte.'*

Og det gode ryktet kan fremmes i media, som jeg vil se nærmere på i det videre.

6.2.2 Media

Noe som kom frem i min undersøkelse var at negativ omtale i media også kan føre noe positivt med seg. Det har i lang tid vært mye negativt som er fremmet i nyheter, og i tillegg negativ respons på alt som handler om barnevern, jf. netttroll og lignende. Her fortalte også informantene at dette slett ikke alltid er negativt. For det første blir det fokus på barnevern og områder som kanskje må ryddes opp i. For det andre skaper det en debatt som kan være positiv. For det tredje kan det i forlengelsen av det komme positive tilbakemeldinger og kommentarer som kan bidra til ytterligere opplysning. Den negative omtalen har tidligere skremt barnevernsarbeidere fra å uttale seg. Men ting kan ha endret seg. Hvis vi tar Facebook som et eksempel, så er det i de senere år blitt mer vanlig for alle å delta der. Nå er det ikke bare negative røster som høres. Fosterforeldre og fosterbarn kan også være med og uttale seg og si noe om deres positive erfaringer, som Linn og Siv fortalte om.

Media har stor makt til å påvirke, jf. Brønn og Ihlen (2008). Når så Bufetat jobber for å få informative saker inn i media kan dette være med på å bygge opp deres omdømme positivt. Forskningen bekrefter også at det er de informative sakene som har effekt jf. Randle m.fl (2014). Anne fortalte om å bruke koblingen av det personlige og det informative som en suksess og Eli presiserte betydningen av å være åpne på hva barnevernet faktisk jobber med og ikke skjule seg bak taushetsplikten. Barnevernet har de siste årene hatt mye mer fokus på det å være åpne og synlige bekrefter Lågbu også i sin artikkel (2013). Likevel kan det fortsatt være et stykke å gå på det området. Spesielt med tanke på at barnevernet har hatt et dårlig rykte så lenge, og at det tar lenger tid å bygge opp, enn å bryte ned et godt omdømme (Brønn og Ihlen 2008). Det er her Siv etterlyser mer debatt. Hun ønsker debatt uavhengig om det er et positivt eller negativt utgangspunkt, så fremmer det utvikling, mener hun.

Medias omtale vet vi kan være både positiv og negativ. Svartmaling og skremselspropaganda kan ha lite positiv effekt på rekruttering (Apeland 2007), men det er da blant annet Eli sier om fosterforeldrene: *'Det er kloke folk. De skjønner det'*. Mine informanter synes å tenke at de som ønsker å bli fosterforeldre, de har et nyansert syn og forstår at verden nødvendigvis ikke bare er slik den fremstilles i media. Samtidig er det denne type svartmaling og negativ markedsføring som sprer seg lett og ikke er så lett å reversere (Apeland 2007, Brønn og Ihlen 2008). Det kan få negative følger når man tenker på at dette også vil nå personer som i utgangspunktet ikke ønsker, eller noensinne har tenkt tanken på å bli fosterforeldre. De som aldri er blitt spurt, og aldri har vurdert å bli fosterhjem. De må bli oppmerksomme på det og skal også få lyst. Klarer markedsføringen å nå ut til dem?

Markedsføring, salg og reklame er ord vi gjerne ikke vil forbinde med sosialt arbeid. Samtidig er det stadig behov for flere fosterhjem, og uansett så er det en form for salg av rollen som fosterforeldre som gjelder når det skal rekrutteres. Kan noe av redselen for å presse seg på fortsatt henge igjen? Er de for forsiktige med å ta kontakt og presse seg på? Og, er det egentlig en ganske god holdning? Det er ikke riktig å presse noen inn i et sånt oppdrag. Da vil motivasjonen bli feil. Det er derimot viktig at fosterforeldrene vet mest mulig om hva de går til. Derfor er folkeopplysningen sentral.

De som har erfaring med å ha barn boende i fosterhjem, kan se på fosterhjem på en helt annen måte enn for eksempel biologiske foreldre til fosterbarna. Personer som aldri har vært i kontakt med fosterhjem kan ha et helt annet inntrykk enn dem igjen. Wæraas (2004) sier at kjernen i omdømmehåndtering er å jobbe med erfaringene og oppfatningene omgivelsene har av en organisasjon. I det ligger også å påvirke i en spesiell retning. Dette blir vesentlig for å gi et annet og et godt inntrykk av feltet.

Det er ingenting man er så bombastisk med som det man ikke har kunnskap om, hevdet Inger. Skal myter avlives må kunnskap spres, som Redd Barna er opptatt av i sin undersøkelse (Bjugstad 2015). Folk må bli interessert, og de må få vite hva det handler om. Potensielle fosterforeldre må ikke bli skremt fra å kontakte barnevernet. Økt kunnskap bidrar også til å skaffe fosterforeldre som vet mer om hva de går til. Dette kan igjen bidra til større stabilitet fordi de blir tryggere i rollen.

Videre vil jeg ta for meg det å lykkes generelt som en oppsummering. Å lykkes vil i tillegg omhandle alt som allerede er nevnt.

6.3 Å lykkes i rekrutteringen av fosterhjem

Hva sa informantene om å lykkes? Er de enige? Og hva sier forskning og teori? Lykkes de i rekrutteringen? Dette vil jeg drøfte her, men først vil jeg trekke frem samarbeide som et av områdene de opplevde var nødvendig å jobbe med for å lykkes.

6.3.1 Betydningen av et godt samarbeide

Som beskrevet i teorikapittelet om omdømme, mener Apeland (2007) det er viktig å gi et entydig budskap fra alle kanaler. Hva fosterhjemsarbeidet innebærer kan spres fra mange kanaler som blant andre Bufetat, fosterforeldrene selv, barn som har bodd i fosterhjem og fra barneverntjenestene i kommunene. Siv presiserte at i deres region jobbet de for at alle skulle få et felles språk. Da inkluderte de barneverntjenestene, fosterforeldre og fosterforeldres organisasjon, samt organisasjonene til tidligere barnevernsbarn.

Flere hevder at mange ikke alltid skiller barnevernet i stat og kommune, og det kan være vanskelig å forstå at det er en forskjell på disse. De er begge barnevern og det er ikke alltid nødvendig å skulle skille de heller, men det medfører at samarbeidet mellom disse to blir desto viktigere. I mine intervjuer var det lite fokus på kompetansen som sitter hos barneverntjenesten når det gjelder rekruttering. Undersøkelsen Backe-Hansen, Havik og Grønningsæter (2013) viste til fortalte at så mange som fire av ti fosterhjem ble ikke rekruttert av Bufetat, men av kommunen selv. Dette innebærer at det ligger mye erfaring med rekruttering hos kommunene. Flere av de jeg intervjuet presiserte betydningen av samarbeidet med barneverntjenesten og omtalte dem som sine oppdragsgivere. På den ene siden var de altså opptatt av at samarbeidet var viktig, men på den andre siden snakket informantene relativt lite om hvordan de benyttet kompetansen som ligger i barneverntjenestene.

Det som derimot også kom frem var noe av hva som kunne gjøre samarbeidsforholdene mer komplisert. Siv fortalte hvordan det lett kunne bli kamp og at de skyldte på hverandre når det

var noe de ikke fikk til, men at de ønsket å spille på forskjellene, få alle til å snakke samme språk og spille på lag. Noe annet som også er med på å gjøre samarbeidet vanskelig er at det ofte er opp til kommunene hvor mye et fosterhjem får av godtgjørelser og oppfølging, jf. entydig budskap og rammevilkårenes betydning.

Det er også mye positivt å hente i et godt samarbeide. Inger og flere fortalte om hvordan de hjalp hverandre ved å ha annonser på hjemmesidene, ved å formidle støttekontakter og besøkshjem. Dette viser at det er variert og mye bra man kan få ut av et godt samarbeide.

Spørsmål man kan stille seg og ha med seg i arbeidet er om det burde vært enda mer enhetlig jobbing mellom stat og kommune med tanke på viktigheten av samarbeidet og et entydig budskap. Blir skillet mellom Bufetat og kommunene kunstig og gjør det tingene unødvendig vanskelig? Dette er spørsmål som stadig vender tilbake og som man bør ha med seg videre i arbeidet.

6.3.2 Hva er det å lykkes?

Kaasa (1989) sier som nevnt at eierforhold og opplevelse av gevinst er de viktigste forutsetningene som må være til stede for at et arbeid skal lykkes, og man må ha følelser for jobben. Informantene ga uttrykk for i intervjuene at de hadde et eierforhold til og følelser for sine oppgaver. De opplevde også å lykkes på flere områder. Alle var enige om at en måte å lykkes på i første omgang var å få inn flest mulige henvendelser og derav flest mulig til å delta på kurs. Ut over det beskrev informantene ulike områder å lykkes på. Flere fortalte om mange av de samme områdene, og ingen vil nok være uenige i det som er blitt trukket frem, at alt dette er en del av det å lykkes. Noen fortalte om å lykkes når de klarte å jobbe langsiktig og på flere arenaer på en gang. Andre opplevde suksess når de jobbet mer systematisk og når de samarbeidet godt med de rundt. Noen opplevde at for å lykkes måtte det bli satset på og prioritert av ledelsen. De fortalte om hvordan de opplevde å lykkes når de jobbet godt faglig, når de mestrer og når de oppnår gode resultater. Skaalvik og Skaalvik (1996) skrev om at hvis man forventet mestring ville man også få mer mot og utholdenhet til å takle utfordringer.

I Bufetat telles og måles resultater på mye av innsatsen de gjør. Naturlig nok vil informantene oppleve å lykkes når de oppnår de målene som er satt, jf. Skaalvik og Skaalvik (1996). På den andre siden er dette kvantitative fremgangsmåter som kan skurre i forhold til det man

forbinder med det sosiale arbeidet. Det er ikke alt som kan telles og måles, men informantene er også gode på å sette mål som også handler om det de av erfaring vet er viktig, som for eksempel å ta godt i mot henvendelser. Hvor mange frø de har sådd kan ikke måles, men de har målt at det har en effekt når de treffer på mange arenaer. De innehar en kunnskap om hva de tenker er viktig som brukes i kombinasjon med alt som er målt.

Noen opplever å lykkes når de har nådd vanskelige mål, som å få inn en artikkelserie i avisene, som Anne og Inger har klart. Andre kan oppleve å lykkes når de gjør en god faglig innsats. Inger mente du må ha markedskompetanse for å lykkes, men i kombinasjon med den sosialfaglige kompetansen. Det betyr at hun tenker et godt samarbeide innad også har påvirkning på graden av å lykkes.

Apeland (2007) sier et godt omdømme gir et bedre utgangspunkt for å lykkes, og Grimsø (1988) sier kvaliteten og kompetansen er avgjørende for om rekruttering lykkes og at ansettelsen blir vellykket. Det mange av mine informanter også var opptatt av var at det ikke bare skulle være nok fosterhjem, men de skal også være gode nok. Lov om barneverntjenester presiserer at omsorgen til barn skal være stabil, god og kontinuerlig. Rapporten *'Fosterhjem for barns behov'* (Backe-Hansen m.fl 2013) mente de at en av de største utfordringene er å rekruttere 'riktige' fosterhjem, underforstått at de skal 'matche' barna og være stabile. Dette er også grunnen til at regjeringen ønsker en ny stortingsmelding (BFE 2014a). For å få 'riktige' fosterhjem kreves grundig jobbing i forkant med informasjon, vurdering og opplæring. Oppfølgingen i ettertid blir vel så viktig med veiledning og støtte. Det er behov for stabile og varige fosterhjem, som må kunne stå i vanskelige situasjoner. Flere som Bufetat har vært i kontakt med har uttalt at de ikke trodde de kunne bli fosterforeldre. Folkeopplysningen de snakker om kan også opplyse mer om dette, hvem som kan bli og hva det er behov for. Å utvide horisonten slik at befolkningen ikke bare tror det er de 'vanlige' familiene som kan bli fosterforeldre, men også homofile eller enslige blant annet. Videre blir det som nevnt viktig å gi støtte og veiledning så det oppleves mestring. Innledningsvis i oppgaven sa jeg noe om at det er behov for alle slags mennesker for å være fosterhjem, og så lenge minimumskriteriene er oppfylt så er det ønskelig å få dem i banken. Samtidig blir mange stående i banken selv om det fortsatt er barn som venter på fosterhjem. Dette innebærer at et vellykket resultat må handle om mer enn å få mange på kurs, og det vil vi gå nærmere inn på her.

6.3.3 Lykkes Bufetat i rekrutteringen?

Om rekruttering er vellykket eller ikke handler ikke om å ha fått mange nok ansatt, men å ha fått ansatte som er kvalifiserte for oppgaven, sier både Dobakk og Jønsberg (2010), og Reffhaug og Syversen (1977). Oppnår Bufetat å rekruttere fosterhjem som er kvalifiserte for oppgaven? Et skritt er å nå bredt og ha mange å velge i, men hva videre?

Loven sier barna har krav på stabil omsorg. Retningslinjene gir noen krav til fosterforeldre. Likevel hender det at hjem sprekker. Er fosterforeldrene da kvalifisert til å tilby det barnet trenger? Og kan man da si at man har lykkes med rekrutteringen? Hvordan kan dette forebygges?

Det er uheldig når barn samfunnet har overtatt omsorgen for må flytte fra det fosterhjemmet de er blitt plassert i. Informantene uttaler at de ikke siler personer i starten. Det kreves ikke mer for å delta på PRIDE enn kravene som står i forskriftene. Det var kun en region som nevnte at de i tillegg hadde begrensninger i forhold til alder. Samtidig er det noen som har startet med en for-samtale, men det er mest for å sikre at de tilfredsstillt kravene i forskriftene. Det var de eneste måtene å sile på som ble nevnt. Evalueringen fra PRIDE viser også at terskelen er lav for å la folk delta. De må kun oppfylle kriteriene. (Stefansen og Hansen 2014) Hvor lett er det da i ettertid å avvise et fosterhjem som allerede har gått PRIDE og ønsker å gå videre i prosessen? Det kan jo alltid være noen de er egnet for. Hvor mange familier står i fosterhjemsbanken og aldri blir brukt fordi de ikke er egnet? Kunne Bufetat vært mer kritiske før de tillater par å delta på PRIDE?

Janne forteller at de er blitt mer opptatt av fosterforeldrenes egne tilknytningserfaringer: *'Det er en økende fokus på tilknytningserfaringer, altså fosterforeldres egne tilknytningserfaringer'*. Hvis vi tenker på Skaalvik og Skaalvik (1996) og Busch og Vanebos modell (2000) som sier de grunnleggende behov må være tilfredsstillt for å kreve videre utvikling, så kanskje man må gå ut og lete mer bevisst etter fosterforeldre som har dekket de grunnleggende behovene før de kan delta på kurs. Tilknytningserfaringer preger måten man yter omsorg på og er vesentlig i vurderinger om personer kan godkjennes eller ikke som fosterhjem. Det er som sagt mange ulike barn som trenger et hjem, og av den grunn trenger man mange ulike fosterforeldre, samtidig er det noen grunnleggende behov fosterbarna har. De har alle vært utsatt for omsorgssvikt og de har et ekstra behov for tette, nære

omsorgspersoner som kan stå i ting og være der for dem. Fosterforeldrenes egne tilknytningserfaringer er dermed viktige. Dette kan være viktig å fokusere på i rekrutteringen.

Videre hadde det vært interessant å forsket i hva fosterforeldre som blir i oppdrag år etter år har av kompetanse og beskyttelsesfaktorer. Kanskje er det vesentlig å øke allmennkunnskapen rundt hvor komplisert og omfattende det er. Det er mange ting å ta hensyn til og mye som skal klaffe for at barna skal få det fosterhjemmet de har behov for.

7 Oppsummering og avslutning

Jeg har nå kommet til veis ende i denne oppgaven. Målet mitt var å få innsikt i hvordan det jobbes for å rekruttere fosterhjem, og hva som skal til for å lykkes i det arbeidet. Jeg opplever å ha fått et klarere bilde av rekrutteringsarbeidet og hvilke suksesskriterier som må på plass.

Så, lykkes de da med rekruttering i Bufetat/BFE? I denne studien har jeg med hjelp av en kvalitativ metode utforsket hvordan det jobbes for å rekruttere fosterhjem fra Bufetat/BFE sin side. Etter intervju med åtte ansatte hvis primære oppgave er å skaffe potensielle fosterforeldre opplever jeg å ha kommet nærmere et svar på min problemstilling: *Hvordan lykkes med rekruttering?* Ved å se denne informasjonen i sammenheng med forskning og kunnskap på feltet og i lys av teorier på motivasjon og omdømme, sitter jeg igjen med noen sentrale funn jeg vil fremheve.

Å lykkes avhenger av mange faktorer. Det er viktig å jobbe langsiktig og systematisk på flere arenaer. Det oppleves at rekruttering satses på. Det bærer resultater og er viktig for det videre arbeidet. Man må nå bredt for å få mange potensielle fosterforeldre, men det må også sikres at de er 'riktige', gode nok. Det kan synes som om det letes bredere og mer enn tidligere. Et godt samarbeide er avgjørende både innad og utad. Barneverntjenestenes og organisasjonenes kompetanse kan benyttes i stor grad. De ulike aktørene kan ha god nytte av hverandres kunnskap.

Rollen å være fosterforelder er sammensatt. Rammevilkårene har betydning. Det er ønske om en mer helhet og likhet i hvilken oppfølging som gis. Fosterforeldre motiveres og trigges på flere områder. De ønsker å bidra for samfunnet og gjøre en forskjell for barn.

Markedsføring er en del av rekrutteringen og det gjelder å bedre barnevernfeltets omdømme. Mer åpenhet i media er en god utvikling i den forbindelse. Et mer nyansert og positivt omdømme kan slå ut til fordel for hele barnevernfeltet og kanskje spesielt fosterhjemsrekrutteringen. Fosterforeldre anses som kloke mennesker som ikke lar seg 'lure' av negativ omtale, men har et mer nyansert syn. Kunnskapen om barnevern og fosterhjem bør spres enda mer til allmennheten. Samfunnet blir dermed også mer involvert, og kan føle større ansvar for å ta på seg slike oppdrag. Jeg tenker folk er opptatt av å hjelpe. Vi er på god vei til å gjøre allmennheten mer opplyst om hva fosterhjemsarbeidet egentlig er og innebærer.

Jeg har fått en stor tro på det videre arbeidet som skal skje med rekruttering. Det er fortsatt en lang vei å gå, men mitt svar er at Bufetat er på god vei til å lykkes. Jeg opplever at de er i en god utvikling og at det vil bli rekruttert mange gode fosterhjem fremover. La oss alle være med og fortsatt spre det glade budskap!

Eller sagt med Jannes ord:

*Det er noe med å tenke at vi sår mange frø der ute,
og om man ikke ser umiddelbar respons, så kan man se respons på sikt.
At man må spre det glade budskap ut i mange slags arenaer
Og så håpe at det kommer tilbake.*

Referanseliste

Andenæs, Agnes (2000). Generalisering: Om ringvirkninger og gjenbruk av resultater fra en kvalitativ undersøkelse. I: H. Haavind (red.). *Kjønn og fortolkende metode. Metodiske muligheter i kvalitativ forskning*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS

Andersson, Gunvor (2001). The motives of foster parents, their family and work circumstances. *British Journal of Social Work* 2001, Vol.31(2), pp.235-248. Hentet 3. mai 2015 fra EBSCOhost fra <http://ezproxy.diastud.no:2171/ehost/detail/detail?sid=8c471db1-4fcc-4793-9b3b-9552924f8312%40sessionmgr4002&vid=0&hid=4106&bdata=JnNpdGU9ZWhvc3QtbGl2ZQ%3d%3d#db=sih&AN=4508250>

Apeland, Nils M. (2007). *Det gode selskap. Omdømmebygging i praksis*. Høvik: Hippocampus

Bacon, Francis (1597). *Meditationes Sacrae*. Of Heresies

Backe-Hansen, Elisabeth, Tine Egelund og Toril Havik (2010). *Barn og unge i fosterhjem en kunnskapsstatus*. Oslo: NOVA. Hentet 6. januar 2014 fra http://www.hioa.no/asset/4330/3/4330_3.pdf

Backe-Hansen, Elisabeth, Toril Havik og Arne Backer Grønningsæter (red.) (2013). *Fosterhjem for barns behov. Rapport fra et fireårig forskningsprogram*. Oslo: NOVA. Hentet 11. april 2014 fra <http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/NOVA/Publikasjoner/Rapporter/2013/Fosterhjem-for-barns-behov>

Barnevernloven. *Lov av 17. juli 1992 nr. 100 om barneverntjenester*.

Bjugstad, Hanne (2015, 18. mars). *Barnevernet hjalp meg*. Nyhet. Redd Barna. Hentet 16. mai 2015 fra <http://www.reddbarna.no/nyheter/barnevernet-hjalp-meg>

BLD (2011). *Tiltak for å styrke arbeidet med kommunale fosterhjem*. Rapport. Oslo: Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet. Hentet 8. januar 2014 fra <http://www.bufetat.no/Documents/Bufetat.no/Nyheter/rapportfosterhjem.pdf>

BLD (2014a). *Første stortingsmelding om fosterhjem*. Nyhet. Oslo: Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet. Hentet 24. september 2014 fra <https://www.regjeringen.no/nb/aktuelt/Forste-stortingsmelding-om-fosterhjem/id2000837/>

BLD (2014b). *Fosterhjem og fosterhjemsavtalen*. Artikkel. Oslo: Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet. Hentet 14. mai 2015 fra <https://www.regjeringen.no/nb/tema/familie-og-barn/barnevern/fosterhjem/id630511/>

Brochs-Haukedal, William (2010). *Arbeids- og lederpsykologi*. Oslo: Cappelen akademisk

Brønn, Peggy Simcic og Øyvind Ihlen (2008). *Åpen eller innadvendt. Omdømmebygging for organisasjoner*. Oslo: Gyldendal Akademisk.

Bufdir (2014). *Årsrapport fra Bufdir 05/2015*. Tønsberg: Bufdir. Hentet 12. april 2015 fra http://www.bufdir.no/global/%C3%85rsrapport_net_uu%20%282%29.pdf

Bufdir (2015). *Om Bufdir og Bufetat*. Hentet 10. mai 2015 fra http://www.bufdir.no/Om_oss/Om_Bufdir/Bufetat/

Bunkholdt, Vigdis (2010). *Fosterhjemsarbeid, fra rekruttering til tilbakeføring*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS

Busch, Tor og Jan Ole Vanebo (1995). *Organisasjon, ledelse og motivasjon. Øvingshefte*. 3. Utg. Oslo: TANO

Busch, Tor og Jan Ole Vanebo (2000). *Organisasjon, ledelse og motivasjon*. 4. Utg. Oslo: Universitetsforlaget.

Dalland, Olav (2013). *Metode og oppgaveskriving*. 5. utg. Oslo: Gyldendal Akademisk.

Dobakk, Gunn Sissel og Jørn Jønsberg (2010). *EN UNISON OG SAMSTEMT TROMMEDUR FRA NORD.... Hvordan kan omdømme fremme eller hemme rekruttering?* Bodø: Handelshøgskolen i Bodø (MBA administrasjon og ledelse)

Egedius, Henry (1987). *Psykologiske grunnbegreper*. Oslo: Tano.

Engebretsen, E. og K. Heggen (red.) 2013. *Makt på nye måter*. Oslo: Universitetsforlaget

Everett, Euris L. og Inger Furseth (2012). *Masteroppgaven. Hvordan begynne – og fullføre*. 2. utg. Oslo: Universitetsforlaget.

Feast, Julia (2012, 22. nov.). John Triseliotis obituary. Nekrolog. *The Guardian*. Hentet 30. april 2015 fra <http://www.theguardian.com/theguardian/2012/nov/22/john-triseliotis-obituary>

Forskrift om fosterhjem (2003). *Forskrift om fosterhjem fastsatt av Barne- og familiedepartementet 18. desember 2003 med hjemmel i lov av 17. juli 1992 nr. 100 om barneverntjenester § 4-22 tredje ledd*. Oslo: Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet.

Francom, Greg og Thomas C. Reeves (2010). *John M. Keller. A Significant Contributor to the Field of Educational Technology*. Educational technology. May-June 2010. Pp 55-58.

Grimsø, Rigmor E. (1988). *Rekruttering og utvalg av medarbeidere. Strategier – metoder – teknikker*. Oslo: Universitetsforlaget. Hentet 12. juni 2014 fra: <http://www.nb.no/nbsok/nb/ebabd0a9cf6f67f2b3792011ca2ab4d6.nbdigital;jsessionid=234C2524A5F8DCC80BEC14B3B2E3A5CB.nbdigital3?lang=no#1>)

Gudmundsdottir, Sigrun, Vivi Nilssen og Vibeke Wangsmo-Cappelen (1996). *"Dæm tænk på ein heilt anna måte enn ka æ gjor"* –En kasusstudie av en lærerstudents matematikkundervisning i 2. Klasse. Trondheim: Tapir forlag.

Hagen, Gerd (2001). *Barnevernets historie –om makt og avmakt i det 20. århundret*. Oslo: Akribe forlag

Havik, Toril (1996). *Slik fosterforeldrene ser det I. Resultat fra en kartleggingsstudie*. Skriftserien 96:3. Bergen: Barnevernets utviklingssenter på Vestlandet.

Havik, Toril (2007). *Slik fosterforeldrene ser det II. Resultat fra en kartleggingsstudie i 2005*. Rapport nr 1-2007. Bergen: Barnevernets utviklingssenter på Vestlandet.

Havik, Toril, Reidar Jakobsen og Bente Moldestad (2007). *Stolt av PRIDE. En evaluering av PRIDE-grunnopplæring*. Rapport 2:2007. Bergen: Barnevernets utviklingssenter på Vestlandet.

Holden, Børge (2010). Motivasjon. Kap. 3 I: Eikeseth og Svartdal (red.). *Anvendt atferdsanalyse. Teori og praksis*. 2. Utg. Oslo: Gyldendal Akademisk.

Hummelvold, JK (2010). Forskningsetikk i handlingsorientert forskningssamarbeid med mennesker med psykiske problemer. Kap. 2 I: Hummelvoll, JK, Andvig, E., Lyberg, A. (2010). *Etiske utfordringer i praksisnær forskning*. Oslo: Gyldendal Akademisk.

Haavind, Hanne (2000). På jakt etter kjønnede betydninger. I: H. Haavind (red.). *Kjønn og fortolkende metode. Metodiske muligheter i kvalitativ forskning*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS

Jobbnorge (2015, 1. mai). *Stillingsannonse 'Førstekonsulent/rådgiver'*. Bufetat. Fosterhjemstjenesten fagteamområde Sandvika. Hentet 1. mai 2015 fra <http://www.jobbnorge.no/ledige-stillinger/stilling/112202/foerstekonsulent-raadgiver>

Johannessen, Asbjørn, Per Arne Tufte og Line Christoffersen (2010). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. 4. utg. Oslo: Abstrakt forlag AS

Kaufmann, Geir og Astrid Kaufmann (2003). *Psykologi i organisasjon og ledelse*. Oslo: Fagbokforlaget

Keller, John M. (1987). *Development and Use of the ARCS Model of Instructional Design*. Journal of Instructional Development 1987, Vol. 10. NO. 3, s.2-10 Modell hentet 28. april 2015 fra <http://visual.ly/arcs-model-instructional-design>

Kvale, Steinar og Svend Brinkmann (2009). *Det kvalitative forskningsintervju*. 2.utg. Oslo: Gyldendal Akademisk.

Kaasa, Asbjørn (1989). *Samfunnsarbeid: om lokal oppgaveløsning*. Oslo: TANO.

Kaasa, Asbjørn og Beate Jelstad (2009). *Nytter det? Evaluering av Home-Start Familiekontakten*. Rapport 02/2009. Oslo: Diakonhjemmet høgskole. Hentet 18. april 2015 fra <http://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/98533/1/Home%20Start%20per%2014%20april%202009%20til%20trykking.pdf>

Lågbu, Øivind (2013, 26. feb). Et åpnere barnevern. Artikkel. *Fredrikstad Blad*. Hentet 15. mai 2015 fra <http://www.f-b.no/nyheter/et-apnere-barnevern-1.7784169>

Malterud, Kirsti (2003). *Kvalitative metoder i medisinsk forskning -en innføring*. 2. utgave. Oslo: Universitetsforlaget

Nilssen, Vivi (2012). *Analyse i kvalitative studier. Den skrivende forskeren*. Oslo: Universitetsforlaget

Nåden, Dagfinn og Eldbjørg Braute (1992). *Fenomenologisk-hermeneutisk tilnærming i sjukepleieforskning*. Oslo: Universitetsforlaget.

Randle, Melanie, Leonie Miller, Sara Dolnicar og Joseph Chiarrochi (2014). The science of attracting foster carers. *Child & Family Social Work*, 19, pp 65-75. doi:10.1111/j.1365-2206.2012.00881.x

Retningslinjer for fosterhjem Q-1072B (2004). *Retningslinjer av 15. juli 2004 til lov om barneverntjenester av 17. juli 1992 nr. 100*. Oslo: Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet

Sinclair, Ian (2005). *Fostering now: messages from research*. London: Jessica Kingsley Publishers

Socialstyrelsen (2014). *Manual till BRA-fam. En standardiserad bedömningsmetod för rekrytering av familjehem*. Hentet 23. september 2014 fra <http://www.socialstyrelsen.se/publikationer2014/2014-2-5>

Stang, Edda (2007). *Fremstillinger av barnevern i løssalgspresen. En innholdsanalyse av artikler om barnevern i VG og Dagbladet*. Rapport 7/2007. Oslo: NOVA

Stefansen og Hansen (2014). *En god forberedelse til å bli fosterforeldre. Evaluering av opplæringsprogrammet PRIDE*. Rapport 3/2014. Oslo: NOVA

Stortinget (2014a). *Dokument 8:30 S (2013–2014)*. Hentet 12. juni 2014 fra <https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Publikasjoner/Representantforslag/2013-2014/dok8-201314-030/>

Stortinget (2014b). *Vedlegg. Vedrørende dokument 8:30 S (2013–2014)*. Hentet 19. august 2014 fra <https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Publikasjoner/Innstillinger/Stortinget/2013-2014/inns-201314-204/5/>

Stortinget (2014c). *Interpellasjon*. Hentet 19. august 2014 fra <https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Publikasjoner/Referater/Stortinget/2013-2014/140403/2/>

Synovate (2010). *Undersøkelse blant fosterforeldre 2010*. For BUFDIR. Siste skrik. Oslo: Barne-, ungdoms- og familiedirektoratet.

Thagaard, Tove (2013). *Systematikk og innlevelse*. Bergen: Fagbokforlaget

Thorsrud, Einar og Fred E. Emery (1970). *Mot en ny bedriftsorganisasjon*. Oslo: Tanum Forlag

Wæraas, Arild (2004): *Den karismatiske offentlige organisasjon. Konstruksjonen av organisasjonslegitimitet ved hjelp av private kommunikasjonsrådgivere*. Institutt for Statsvitenskap. Tromsø: Universitetet i Tromsø (Doktorgradsavhandling). Hentet 20. april 2015 fra

<https://bora.uib.no/bitstream/handle/1956/5370/41951%20Sata%C3%B8en%20materie.pdf?sequence=1>

Vedlegg

i. Intervjuguide

Tema: suksesskriterier i rekruttering av fosterhjem / hvordan lykkes

Tall/statistikk: Hvor mange henvendelser får regionen? Hvor mange innbyggere er det i regionen? Hvor mange barn venter på fosterhjem i regionen (pr d.d.)? Hvor mange barn plasseres i fosterhjem (alle typer) hvert år i regionen?

1. Hva legger du i det å lykkes?

- a. Flest mulig som tar kontakt?
- b. Færrest barn som venter?
- c. Ha en stor ”bank”?

2. Hva mener du dere lykkes spesielt med?

3. Hvilke suksesskriterier/faktorer bidrar til at dere lykkes med rekruttering?

- a. Hvordan markedsfører dere
- b. Oppfølging av de som henvender seg
- c. Egenpresentasjoner ut/i retur

4. Hvilket fokus har dere i markedsføringen?

- a. Spesielle grupper/Åpne for alle?
- b. Mest mulig/en ting av gangen?

5. Er det noe du ville har formidlet i forhold til tema som ikke er kommet frem?

- a. Hva mer kunne jeg spurt om

ekstra

6. Hva har dere å dele med andre som de kan ha nytte av i sin rekruttering?

7. Har medias håndtering av barnevernsaker i det siste påvirket rekrutteringsarbeidet?

8. Hva har andre som du kunne ha nytte av i ditt arbeid?
 - a. Hva kunne dere gjort bedre?

9. Har din bakgrunn påvirkning for at dere lykkes?

ii. Svar fra NSD

Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS

NORWEGIAN SOCIAL SCIENCE DATA SERVICES



Harald Hårfages gate 29
N-5007 Bergen
Norway
Tel: +47-55 58 21 17
Fax: +47-55 58 96 50
nsd@nsd.uib.no
www.nsd.uib.no
Org.nr. 985 321 884

Anne Margrethe Sønneland
Institutt for sosialt arbeid og familierapi Diakonhjemmet Høgskole AS
Postboks 184 Vinderen
0319 OSLO

Vår dato: 30.10.2014

Vår ref: 40053 / 3 / LB

Deres dato:

Deres ref:

TILBAKEMELDING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 29.09.2014. Meldingen gjelder prosjektet:

<i>40053</i>	<i>Rekruttering av fosterhjem</i>
<i>Behandlingsansvarlig</i>	<i>Diakonhjemmet Høgskole AS, ved institusjonens øverste leder</i>
<i>Daglig ansvarlig</i>	<i>Anne Margrethe Sønneland</i>
<i>Student</i>	<i>Therese Westengen</i>

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

Personvernombudets vurdering forutsetter at prosjektet gjennomføres i tråd med opplysningene gitt i meldeskjemaet, korrespondanse med ombudet, ombudets kommentarer samt personopplysningsloven og helseregisterloven med forskrifter. Behandlingen av personopplysninger kan settes i gang.

Det gjøres oppmerksom på at det skal gis ny melding dersom behandlingen endres i forhold til de opplysninger som ligger til grunn for personvernombudets vurdering. Endringsmeldinger gis via et eget skjema, <http://www.nsd.uib.no/personvern/meldeplikt/skjema.html>. Det skal også gis melding etter tre år dersom prosjektet fortsatt pågår. Meldinger skal skje skriftlig til ombudet.

Personvernombudet har lagt ut opplysninger om prosjektet i en offentlig database, <http://pvo.nsd.no/prosjekt>.

Personvernombudet vil ved prosjektets avslutning, 15.08.2015, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Vennlig hilsen

Katrine Utaaker Segadal

Lene Christine M. Brandt

Kontaktperson: Lene Christine M. Brandt tlf: 55 58 89 26

Vedlegg: Prosjektvurdering

Kopi: Therese Westengen therese_medina@hotmail.com

Dokumentet er elektronisk produsert og godkjent ved NSDs rutiner for elektronisk godkjenning.

Avdelingskontorer / District Offices

OSLO: NSD, Universitetet i Oslo, Postboks 1055 Blindern, 0316 Oslo. Tel: +47-22 85 52 11. nsd@uio.no

TRONDHEIM: NSD, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, 7491 Trondheim. Tel: +47-73 59 19 07. kyrre.svarva@svt.ntnu.no

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

Personvernombudet for forskning

Prosjektvurdering - Kommentar

Prosjektnr: 40053

Utvalget informeres skriftlig om prosjektet og samtykker til deltakelse. Informasjonsskrivet er godt utformet.

Personvernombudet legger til grunn at forsker etterfølger Diakonhjemmet Høgskole AS sine interne rutiner for

datasikkerhet. Dersom personopplysninger skal sendes elektronisk eller lagres på privat pc, bør opplysningene

krypteres tilstrekkelig.

Personvernombudet legger til grunn at det foreligger eksplisitt samtykke fra den enkelte før direkte/indirekte

personopplysninger publiseres.

Forventet prosjektslutt er 15.08.2015. Ifølge prosjektmeldingen skal innsamlede opplysninger da anonymiseres.

Anonymisering innebærer å bearbeide datamaterialet slik at ingen enkeltpersoner kan gjenkjennes.

Det gjøres

ved å:

- slette direkte personopplysninger (som navn/koblingsnøkkel)

- slette/omskrive indirekte personopplysninger (identifiserende sammenstilling av bakgrunnsopplysninger som

f.eks. bosted/arbeidssted, alder og kjønn)

- slette lydopptak

iii. Informasjonsskriv

Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjektet

Rekruttering av fosterhjem

Bakgrunn og formål

Dette er en undersøkelse i forbindelse med en masterstudie ved Diakonhjemmet høgskole i Oslo. Jeg ønsker å belyse suksesskriterier for å rekruttere fosterhjem. Problemstillingen er: **Hvordan lykkes med rekruttering av fosterhjem?** Dette er kun mitt eget prosjekt i samarbeide med veileder Anne-Margrete Sønneland ved Diakonhjemmet.

Jeg har valgt å ha fokus på første trinn i rekrutteringen, altså de grepene som gjøres for å få potensielle fosterforeldre til å ta kontakt med Bufetat. Hver region og Oslo har noen personer som er ansvarlige for dette, og det er dere jeg ønsker å komme i kontakt med. På den måten dekker jeg hele ”universet” av dere som har ansvaret for denne type rekruttering i Norge.

Hva innebærer deltakelse i studien?

Deltakelse i studien innebærer et intervju med meg på rundt en times varighet som vil bli tatt opp på lydbånd. Jeg ønsker også å samle opplysninger over antall henvendelser og bakgrunn for henvendelsene de ulike regionene mottar. Spørsmålene i intervjuet vil omhandle hva det vil si å lykkes med rekruttering og på hvilken måte dere opplever å lykkes. Jeg vil i tillegg til lydopptak ta notater under samtalen for eget bruk.

Hva skjer med informasjonen om deg?

Alle personopplysninger vil bli behandlet konfidensielt. Kun jeg som student og min veileder vil ha tilgang til opplysningene, og det vil for sikkerhets skyld bli laget en koblingsnøkkel adskilt fra de øvrige dataene med navn, telefonnummer, arbeidssted og mailadresse.

Det er mulig du vil kunne være identifiserbar i den ferdige oppgaven med tanke på ditt arbeidssted. Gi meg beskjed dersom det ikke er ønskelig for deg.

Prosjektet skal etter planen være avsluttet 15. august 2015. Alle personopplysninger og opptak vil da bli slettet.

Frivillig deltakelse

Det er frivillig å delta i studien, og du kan når som helst trekke ditt samtykke uten å oppgi noen grunn. Dersom du trekker deg, vil alle opplysninger om deg bli anonymisert. Det vil ikke få innvirkning på ditt forhold til din arbeidsgiver eller andre, dersom du ikke vil delta i studien eller velger å trekke deg på et senere tidspunkt.

Dersom du ønsker å delta eller har spørsmål til studien, ta kontakt med Therese Medina Westengen på telefon 99706122 (student) eller Anne Margrete Sønneland på telefon 22451945 (veileder ved Diakonhjemmet Høgskole i Oslo)

Studien er meldt til Personvernombudet for forskning, Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS.

Samtykke til deltakelse i studien

Jeg har mottatt informasjon om studien, og er villig til å delta

(Signert av prosjektdeltaker, dato)