



FORORD

Etter to år ved Norges miljø- og biovitenskapelig universitet avslutter jeg nå min mastergrad i Folkehelsevitenskap – natur og miljø, helse og livskvalitet. Det er godt og vemodig på samme tid. Jeg ser tilbake på to år med læring, utvikling og litt frustrasjon. To år med lange lese- og skrivedager, samtidig skaffet meg gode venner og et sterkt faglig nettverk. Jeg er utrolig takknemlig for alt jeg har lært og alle jeg har møtt.

Valget om å skrive om Sykle til jobben –aksjonen er først og fremst interessen og engasjementet for sykling og sykkelutviklingen. Samtidig var jeg i kontakt med Bedriftsidretten etter bacheloren og fikk senere ideen om å skrive master om Sykle til jobben –aksjonen.

Masterprosjektet har vært spennende, lærerikt og samtidig omfattende og utfordrende. Det er flere jeg ønsker å takke for god hjelp og støtte i arbeidet.

Først vil jeg takke min hovedveileder Harpa Stefansdottir som alltid har møtt meg med reflekterte og gode innspill og veiledning, med forståelse og tålmodighet, samt positiv energi og oppmuntring på dager det har gått litt trått. Tusen takk!

Jeg ønsker også å rette en stor takk til Vibeke Nenseth, ved Transportøkonomisk Institutt [TØI], som er min eksterne veileder i masterprosjektet. Jeg takker for faglig gode råd og anbefalinger, for støtte og god tilbakemelding. Takker også for masterplass og eget kontor i innspurten av oppgaven, det satt jeg utrolig stor pris på, det har betydd mye.

Til slutt ønsker jeg å takke for samarbeidet med Bedriftsidretten og prosjektleder i Sykle til jobben –aksjonen. Takk for god hjelp til å rekruttere informanter, og for selv å stille opp på intervju og ta seg tid til å hjelpe.

Vil også takke familie, kjæreste og venner for støttende og motiverende ord i tider jeg trengte det mest.

Oslo, 12. mai 2016

Maren-Kristine Pettersen

SAMMENDRAG

Hovedmålet med oppgaven var å finne virkemidler som kan fremme deltakelsen i Sykle til jobben –aksjonen blant ansatte som ikke deltar. Ved å undersøke hvilke barrierer og forutsetninger som påvirker deltakelsen på makro-, meso- og mikronivå, ble flere virkemidler utviklet under ulike virkemiddelkategorier, og på de tre nivåene. Et casestudiet av ansatte som ikke deltar i Sykle til jobben –aksjonen er gjennomført. Kvalitative intervju med tre ulike målgrupper er grunnlaget for analysene. Sosiale-kognitive teori, Sosial praksisteori og det sosio-økologiske perspektiv er brukt både i utvalg av undersøkelsesfaktorer, i analysen og drøftingen av resultatene. Analysen fulgte en tre-steps-innholdsanalyse; *beskrive, systematisere og kategorisere, og sammenbinde*. For å sammenbinde ble metoden «*Experience near – experience distant*» brukt (Jacobsen, 2005). Sammenbindingen hjalp utviklingen virkemidlene.

En egen kvantitativ kartleggingsdel tidlig i oppgaven, viser en skjev fordeling i deltakelse etter utdanningsnivå. Av forskningsetiske grunner ble ikke ansatte med lav sosioøkonomisk status undersøkt spesifikt, men utvalget ble tilfeldig ut ifra utdanningsnivå.

Resultatene viser at samspillet av barrierer og forutsetninger på de ulike nivåene krever et bredt spekter av tiltak og virkemidler, for å fremme deltakelsen blant ansatte som ikke deltar.

Hovedtiltakene som kan iverksettes for å fremme deltakelsen blir under fysiske og strukturelle virkemidler omtalt som «*Å dekke grunnleggende fysiske og materielle behov*», grunnleggende behov iverksatt på makro- og mesonivå. Av informative og kommunikative virkemiddel kan det på mesonivå iverksettes tiltak om «*Informerende, enkel og visualiserende markedsføring*», samtidig som rekrutteringen bør foregå mer gjennom fysisk tilstedeværelse i bedriften og gjennom mellommenneskelig metoder, samt på ulike språk. Som økonomisk virkemiddel kan et tiltak på makronivå som «*Tilskudd fra staten*» både redusere barrierer i Bedriftsidretten og for arbeidsplassen. Undersøkelsene gav få funn innen regulative virkemidler, samtidig kan det vurderes «*Reguleringer for å fremme Norges sykkelkultur*», det kan handle om regulering på makronivå. Det ble formet to hovedtiltak under kulturelle og sosiale virkemidler, det første er «*Lokale pushere og ildsjeler*» på mesonivå, som kan sikre ansatte sosial tilhørighet og lagdeltakelse. Det andre handler om å «*Bygge realistiske image*», finne positive image som favner det brede aktivitetsnivået blant ansatte. Både for spreke og mindre spreke.

ABSTRACT

The main purpose of this thesis was to find instruments, which can promote the participation in «Sykle til jobben» (e. cycling to work) –campaign among employees that does not participate. By investigating different barriers and assumptions, which affects the participation on both macro-, meso- and micro level, several instruments were developed under different categories, and under those three levels. One case study of the employees that do not participate in campaign where done. Qualitative interviews from three different groups are the foundation of the analysis. In the selection of the factors for investigation both Social-cognitive theory, Social practice theory and Socioecological perspectives were used in the analysis and discussion. The analysis followed a three-step content analysis: *describe, systemize and categorize and connect*. The method “*Experience near – experience distant*” where used to connect and it helped in developing the different instruments and initiatives (Jacobsen, 2005).

Early in the thesis, an separate quantitative mapping shows an unequal distribution of participation by level of education. Because of ethics in research, employees were not chosen after socioeconomic status specifically. The sample were randomly distributed independently on level of education.

The results show that the interplay between barriers and assumptions on the different levels demands a wide spectre of initiatives and instruments. This in order to promote the participation among employees that does not participate. The main initiatives that can be implemented in order to promote participation under physical and structural measures are referred to as “*To cover fundamental physical and material needs*”. These are fundamental needs implemented on macro- and meso level. On meso level there can be initiated informative and communicative instruments about “*Informing, simple and visualizing marketing*”. At the same time, the recruitment should be done by physical presence at the workplace, and through interpersonal methods and in different languages. As an economical instrument, can initiatives on macro level reduce barriers between “Bedriftsidretten” and the workplace by receiving Government subsidizes. The research showed few findings concerning regulative instruments. At the same time one should consider “*Regulations to promote Norwegian biking culture*”. This could contain regulations on macro level. There was formed two main initiatives under cultural and social instruments. The first where, “*Local pushers and enthusiasts*” on meso level. These could ensure employees social acceptance and team participation. The second speaks of “*Building a realistic image*”, finding positive images which contains the wide activity level among employees. Both active and inactive.

INNHold

FORORD	
SAMMENDRAG	
ABSTRACT	
1. INNLEDNING	1
1.1 Avgrensning og problemstilling	3
1.2 Begrepsavklaring	4
1. SYKLE TIL JOBBEN –AKSJONEN	5
2.2 Et historisk perspektiv på Bedriftsidretten	5
2.3 Kartlegging av deltakerne i Sykle til jobben –aksjonen	6
2.3.1 Presentasjon av utdanningsnivå	6
2.3.2 Sosiale ulikheter i deltakelse	10
2. FOLKEHELSEPERSPEKTIVET	11
2.1 Helsegevinstene	11
2.2 Samfunnsøkonomiske gevinster	12
2.3 Miljøgevinstene	12
3. VIRKEMIDLER I HELSEFREMMEDE ARBEID	13
4. TEORIER OG PERSPEKTIV	14
4.1 Sosial-Kognitiv Teori	14
4.2 Sosial Praksisteori	16
4.3 Sosio-økologisk perspektiv	17
5. MAKRO-, MESO- OG MIKRONIVÅ	18
5.1 Makronivå	19
5.2 Mesonivå	20
5.3 Mikronivå	21
6. VIRKEMIDLER	25
7. METODE	28
7.1 Kvalitativt intervju	28
8.2.1 Semistrukturerte intervju	29
8.2.2 Hermeneutisk - fenomenologisk tilnærming	29
7.2 Utvalget	30
7.3 Intervjuguidene	32
7.4 Datainnsamling	32
7.4.1 Intervjusituasjonen	33
7.4.2 Transkribering	33
7.5 Analyse og fortolkning	33

7.6	Fremstilling av resultater	36
7.7	Drøftingen av resultatene	36
7.8	Metodedrøfting	37
7.9	Etiske perspektiv	39
7.10	Forforståelse	41
8.	RESULTATER	42
8.1	Makronivå	43
8.2	Mesonivå	46
9.3	Mikronivå	51
10.	DISKUSJON	57
10. 1	Fysiske og strukturelle virkemidler	58
10. 2	Informative og kommunikative virkemidler	60
10. 3	Økonomiske virkemidler	62
10. 4	Regulative virkemidler	64
10.5	Kulturelle og sosiale virkemidler	65
10. 6	Virkemidlene i lys av teorier og sosio-økologisk perspektiv	67
11.	OPPSUMMERING OG KONKLUSJON	70
	LITTERATURLISTE	73
	VEDLEGG	78
	Vedlegg 1: Informasjons- og samtykkeskriv til ansatte og kontaktpersoner	78
	Vedlegg 2: Informasjons- og samtykkeskriv til ansatte i Bedriftsidretten.	79
	Vedlegg 3: Intervjuguide: Prosjektleder	80
	Vedlegg 4: Intervjuguide: ansatt i Bedriftsidretten	82
	Vedlegg 5: Intervjuguide: Kontaktperson	83
	Vedlegg 6: Intervjuguide: ansatt som ikke deltar i STJ –aksjonen	85
	Vedlegg 7: Godkjenning fra NSD	88

OVERSIKT OVER FIGURER, TABELLER OG TEKSTBOKS

FIGURER

Figur 1: Illustrerer hvordan barrierer og forutsetninger legger grunnlag for virkemidlene.

Figur 2: Prosentvis fordeling av utdanningsnivå i Sykle til jobben –aksjonen 2014.

Figur 3: Prosentvis fordeling av utdanningsnivå i befolkningen (over 16 år) i Norge 2014.

Figur 4: Stolpediagram av fordeling i utdanningsnivå i Sykle til jobben –aksjonen 2014.

Figur 5: Stolpediagram av fordeling i utdanningsnivå i Norge 2014.

Figur 6: Banduras Sosial-kognitive teori om mestrings- og resultatforventning.

Figur 7: Samspillet mellom de tre hovedelementene i Sosial praksisteori.

Figur 8: Inndeling etter makro-, meso- og mikronivå.

Figur 9: En dynamisk modell og visualisering av innhold i undersøkelsesprosessen.

Figur 10: Ulike virkemiddelkategorier.

Figur 11: Bruk av tre målgrupper i intervjustudier.

TABELLER

Tabell 1: Prosentvis fordeling av utdanningsnivået hos deltakerne i Sykle til jobben –aksjonen opp mot den voksne befolkningen i Norge 2014.

Tabell 2: Skjema for å systematisere svarene fra intervjuene, et eksempel på makronivå.

Tabell 3: Et eksempel på fortolkning og sammenbinding av data på mesonivå ved bruk av «Experience near – Experience distant» metoden.

Tabell 4: Presentasjon av intervjukandidatene.

Tabell 5: Virkemidler på makro- og mesonivå for å fremme deltakelse i STJ –aksjonen.

TEKSTBOKS

Tekstboks 1: Kriterier for utvalg.

1. INNLEDNING

Sykle til jobben[STJ] –aksjonen er en aktivitetsskampanje i regi av Bedriftsidretten, med mål om å få ansatte i bedre form (Bedriftsidretten, 2015a). Vi vet at arbeidsplassen er en viktig arena for å fremme fysisk aktivitet, da de fleste er der før eller siden (Helsedirektoratet, 2014a, s. 83). Spørsmålet er; hvordan få ansatte som ikke deltar i aksjonen til å delta? Forskning viser at det er vanskeligere enn vi tror å foreta en atferdsendring fra å være fysisk passiv til fysisk aktiv (Wester, Wahlgren, Wedman & Ommundsen, 2008, s. 94). I Norge finnes begrenset virkemiddelforskning, og viser spesielt til tiltak som ønsker å redusere de sosiale ulikhetene (Smedslund, Steiro, Winsvold & Hammerstrøm, 2008). Ønskes en forbedring i folkehelsen kreves brede befolkningsrettede tiltak og virkemidler innen flere samfunnssektorer (Sosial- og helsedirektoratet, 2005). Det kreves innsats både fra offentlige, private og frivillige organisasjoner (Aadland & Wergedahl, 2011, s. 288). I dette prosjektet undersøkes ulike barrierer og forutsetninger på tre ulike nivå, innen utvalgte faktorer på hvert nivå. Barrierene og forutsetningen legger grunnlaget for utviklingen av virkemidlene.

Virkemidler kan defineres som «de styringsverktøy myndighetene kan benytte for å påvirke menneskers handlemåte» (NOU, 1995:4, s. 7). I denne oppgaven omtales styringsverktøy som *tiltak*, og tiltakene kan iverksettes ikke bare av myndighetene, men også av Bedriftsidretten og arbeidsplassen. For å systematisere og gjøre det mer oversiktlig er forskningen på virkemidler inndelt i tre ulike nivåer inspirert av World Health Organization[WHO]; Makro-, meso- og mikronivå (WHO, 2002a). Nivåene omfatter faktorer i staten, arbeidsplassen og individet.

I Norge har antall lavt aktive eller inaktive voksne sunket noe de siste årene, men samtidig, i forbindelse med ulike gjøremål i dagliglivet beveger vi oss lagt mindre med sykkel eller til fots, og cirka 80 % av den voksne befolkningen tilfredsstillende ikke helsedirektoratets anbefalinger for fysisk aktivitet (Ommundsen, 2011, s. 257). I tillegg kan arbeidsplassen være en arena som reduserer aktivitetsnivået gjennom stillesitting, og blir sett på som en av de viktigste arenaene for reduksjon av sosiale forskjeller i aktivitetsvaner i nærmiljø (Helsedirektoratet, 2014a, s. 87). Det lave aktivitetsnivået forteller oss at aksjonen har gode muligheter til å bidra positivt i folkehelsearbeidet ved å fremme deltakelsen. Folkehelsearbeid handler om å jobbe med og å finne mulige faktorer som kan påvirke folks helse (Dahl, Bergsli & Wel, 2014, s. 16).

Virkemidlene kan hjelpe arbeidsgiver med tilpasning og vurdering av tiltak for fysisk aktivitet på arbeidsplassen (Helsedirektoratet, 2014b, s. 13). Samtidig kan virkemidlene bidra inn i Statens

økte sykkelsatsing og bidra til det generelle fysiske aktivitetsnivå i den voksne befolkningen (Statens vegvesen, 2012), og ikke minst Bedriftsidrettens arbeid med aksjonen.

I 2015 var det rundt 27 000 deltakere i STJ -aksjonen. Per 3. februar 2016 er over 2, 7 millioner mennesker sysselsatte i Norge, kjapt regnet er kun 0,10 % deltakere i aksjonen (Bedriftsidretten, 2015; SSB, 2015). Mange snakker varmt om det å være fysisk aktiv og kjenner godt til nytten ved trening, likevel er flere passive i sitt eget dagligliv (Wester et al., 2008, s. 94).

Der det ses manglende effekter av individfokuserte kampanjer kan det gjenspeile at de fysiske, sosiale og materielle forholdene for at folk er fysisk aktive har blitt fokusert for lite på (Wester et al., 2008, s. 86). Flere modeller, teorier og perspektiver ser på det komplekse samspillet av faktorer som påvirker menneskers atferd og handlinger (Helsedirektoratet, 2008, s. 9).

Helsepsykologiske teorier vektlegger individers egen mulighet til å påvirke atferd slik at den blir mer helsefremmende. Samtidig er ikke miljøforholdene uvesentlige, voksne og barn påvirkes også av sosiale, fysiske, materielle og økonomiske omstendigheter. Mulighetene for et aktivt liv kan skapes gjennom blant annet å endre infrastruktur og sosiale normer. Samtidig er det viktig, hvert fall for voksne, å gi de ansvar for eget liv, at fokuset på struktur og miljø ikke stempler folk som bare følger strømmen. For å få en aktivitetsfremmende effekt av tiltak for økt fysisk aktivitet, er det viktig å finne faktorene som påvirker (Wester et al., 2008, 86-87).

Oppgaven er derfor som følgende; et casestudie av ansatte som ikke deltar i STJ –aksjonen. Ved kvalitative intervju med personer fra tre ulike målgrupper: ansatte i Bedriftsidretten, kontaktpersoner og ansatte som ikke deltar, var målet å utvikle virkemidler på makro-, meso- og mikronivå innen ulike virkemiddelkategorier, som kan fremme deltakelsen i STJ –aksjonen, blant ansatte som ikke deltar i dag. Grunnlaget for virkemidlene ligger i undersøkelsen av barrierene og forutsetningene innen de samme nivåene, innen utvalgte faktorer.

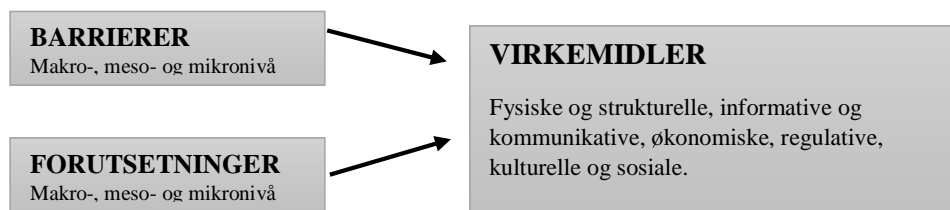
Disposisjon av oppgaven

Videre presenteres avgrensning og problemstilling for prosjektet, etterfulgt av fakta om Bedriftsidretten og STJ –aksjonen. Oppgaven inkluderer og en egen kvantitativ kartleggingsdel av dagens deltakere i STJ –aksjonen, etter utdanningsnivå, for å vise hvilke grupper som er underrepresentert. Folkehelseperspektivet og gevinstene ved å delta i aksjonen blir kort fortalt. Videre presenteres makro-, meso- og mikronivå, med utvalgte faktorer, samt virkemiddelkategorier. Oppgaven gir også en metodebeskrivelse, før resultatene presenteres, videre drøftes og helt til slutt oppsummeres og konkluderes.

1.1 Avgrensning og problemstilling

Målet med oppgaven var å finne virkemidler som kan fremme deltakelse i STJ –aksjonen blant ansatte som *ikke* deltar. Virkemidlene utvikles ved å undersøke barrierer og forutsetningen innen utvalgte faktorer på makro-, meso- og mikronivå. Eksempler på faktorer som er undersøkt er: «By- og nærmiljøstruktur», «Sosial støtte» og «Motivasjon og mestring». Nivåene med utvalgte faktorer er presentert i figur 9 side 27.

Om barrierene eller forutsetningene for én faktor ikke var tydelige, ble heller ikke virkemidler utviklet, derfor presenteres ikke virkemidler for hver faktor, men virkemidlene er heller samlet på slutten av resultatene, og inndelt i fysiske og strukturelle, informative og kommunikative, økonomiske, regulative, og sosiale og kulturelle virkemidler.



Figur 1: Illustrerer hvordan barrierer og forutsetninger legger grunnlag for virkemidlene.

Målet med virkemidlene er å hjelpe Bedriftsidretten i arbeidet med å fremme deltakelsen blant ansatte i STJ –aksjonen, selv om ikke alle virkemidlene må iverksettes av Bedriftsidretten selv. På makronivå er virkemidlene utviklet slik at stat og øvrige myndigheter kan bidra til å fremme deltakelsen, mens på meso- og mikronivå er det virkemidler iverksatt av arbeidsplassen til de ansatte eller av Bedriftsidretten selv som kan bidra til å fremme deltakelsen.

Selv om det generelle aktivitetsnivået til den voksne befolkningen viser seg å være lavt, er det ikke sikkert de ansatte som undersøkes er fysisk inaktive selv om de ikke deltar i STJ-aksjonen, men er aktive på andre måter (Ommundsen, 2011, s. 257). Derfor handler det ikke kun om en atferdsendring fra fysisk passiv til fysisk aktiv, men om å engasjere ansatte til å delta i STJ –aksjonen uavhengig av aktivitetsnivå.

Spørsmålene i oppgaven deles inn i én problemstillingen tre forskningsspørsmål:

Problemstilling

Hvilke virkemidler kan fremme deltakelsen i Sykle til jobben –aksjonen blant ansatte som ikke deltar?

Forskningsspørsmål

1. Hvilke barrierer og forutsetninger på makronivå kan påvirke deltakelse i Sykle til jobben –aksjonen?
2. Hvilke barrierer og forutsetninger på mesonivå kan påvirke deltakelsen i Sykle til jobben –aksjonen?
3. Hvilke barrierer og forutsetninger på mikronivå kan påvirke deltakelse i Sykle til jobben –aksjonen?

1.2 Begrepsavklaring

Virkemiddel

Se definisjon i innledningen.

Fysisk aktivitet

Den mest brukte definisjonen er: «Enhver kroppsbevegelse initiert av skjelettmuskulatur som resulterer i vesentlig økning i energiforbruket utover hvilenivå» (Torstveit & Olsen, 2011, s. 164).

Folkehelsearbeid

I folkehelseloven (2011, §3-b) defineres folkehelsearbeid slik: «Samfunnets innsats for å påvirke faktorer som direkte eller indirekte fremmer befolkningens helse og trivsel, forebygger psykisk og somatisk sykdom, skade eller lidelse, eller som beskytter mot helsetrusler, samt arbeid for en jevnere fordeling av faktorer som direkte eller indirekte påvirker helsen».

Helsefremmende arbeid

«Prosessen som setter den enkelte så vel som fellesskapet i stand til økt kontroll over forhold som virker inn på helsen, og derigjennom bedrer sin egen helse» (Øverby, Torstveit & Høigaard, 2011, s. 11).

1. SYKLE TIL JOBBEN –AKSJONEN

STJ –aksjonen er et tiltak etablert av Bedriftsidretten, som ønsker opprettholde eller øke bedriftsansattes fysiske aktivtetsnivå. Aksjonen har vært arrangert helt siden første gang i 1973, og er en aktivitetskampanje som går over ni uker hver vår. Gjennom påmelding alene eller i lag på to til fem personer er deltakerne med å konkurrere om ulike premier internt og mot andre bedrifter. Aktivitetene loggføres, og man kan se egen og kollegaers siste aktiviteter. Aksjonen godtar all fysisk aktivitet en person gjør i løpet av dagen, ikke kun sykling til jobben. På hjemmesiden til STJ -aksjonen begrunnes hvorfor man bør delta i aksjonen. Aksjonen legger vekt på aktivitet som skal beskytte mot sykdommer og plager, og viser til Helsedirektoratets anbefalinger om 30 min aktivitet hver dag. De skriver at aksjonen kan være et verktøy til motivasjon for å bli mer aktiv, og at friske og sunne kollegaer er mer effektive og glade, samtidig som det kan redusere sykefraværet (Bedriftsidretten 2015a; Bedriftsidretten, 2015b).

Prisen for å delta i aksjonen våren 2016 er 139 kroner. Ved større grupper gis ulike rabatter avhengig av størrelse, og i enkelte bedrifter, kommuner og fylkeskommuner er det gratis å delta siden arbeidsgiver eller kommunen sponser sine ansatte (Bedriftsidretten, 2015c).

2.2 Et historisk perspektiv på Bedriftsidretten

Bedriftsidretten vokste først og fremst frem i arbeiderklassen, blant annet som en kamp mot de «borgerlige kreftene» i samfunnet, og ble en del av en kulturell og sosial reisning, med fokus på klassemobilisering, bevisstgjøring og faglig organisering. Pionerne ønsket å få flest mulig i fysisk aktivitet, men samtidig styrke arbeiderklassens kulturelle identitet og faglige kampkraft. Marx Weber deler samfunnet i to klasser: borgerskapet og arbeiderklassen, og forklarer de sosiale ulikhetene gjennom hvem som hadde kontroll i samfunnet (Ugland & Dølvik, 1989, s. 27; Individ og fellesskap, 2008).

Bedriftsidretten var imidlertid ikke uten problemer. Fokus på helse, sunnhet og samarbeid om økt produktivitet kunne virke som en svekkelse av den opprinnelige forankringen slik at arbeiderklassen mistet sitt eierforhold til bedriftsidretten. Bedriftsidretten gikk fra å være «vår idrett» til «allemanns» -idretten, sett fra arbeiderens side. Bedriftsidretten viste sosiale statusforskjeller i deltakelse, de største forskjellene var betinget av inntekt og utdanning, samtidig som et flertall av deltakerne var menn. Bedriftsidretten så en større andel fysisk aktive blant de med høyere sosial status, både blant allmennutdannende og yrkesutdannende (Ugland & Dølvik, 1989, s. 27-30, 42). Historisk bar Bedriftsidretten preg av sosial ulikhet i deltakelse. Det er interessant å se om de sosiale ulikhetene preger deltakerne i dagens STJ–aksjonen.

2.3 Kartlegging av deltakerne i Sykle til jobben –aksjonen

For å få et innblikk i hvem som deltar i STJ –aksjonen velger jeg å presentere den sosioøkonomiske fordelingen i deltakelsen fra brukerundersøkelsen 2014. *Utdanning* blir målet på sosioøkonomisk status, da dette var eneste tilgjengelige mål fra Bedriftsidrettens undersøkelser. Tallene har ikke vært publisert av Bedriftsidretten tidligere, derfor velger jeg å inkludere informasjonen som en egen kvantitativ kartleggingsdel i oppgaven.

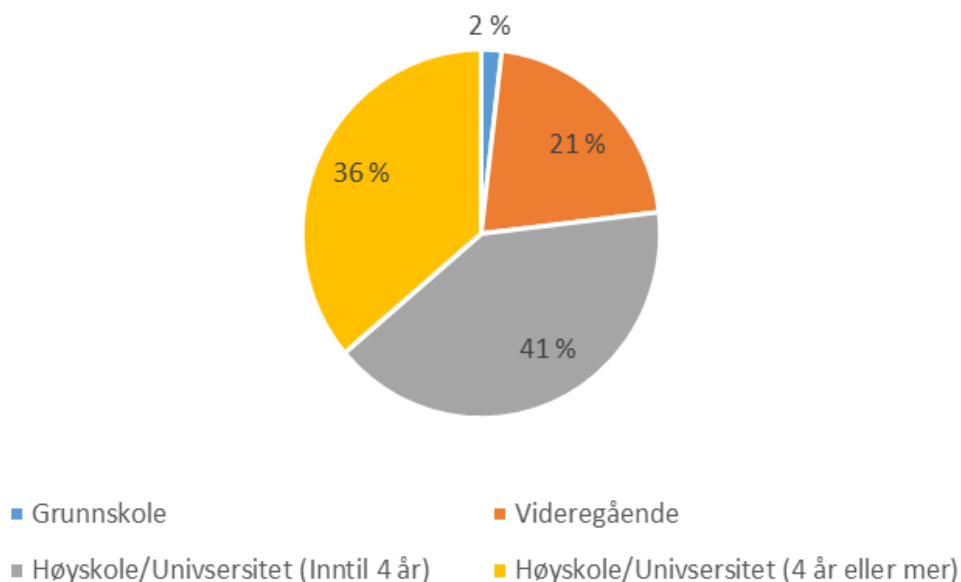
Tallene fra Bedriftsidretten sammenlignes med befolkningens utdanningsnivå generelt, hvor tallene er hentet fra Statistisk sentralbyrå[SSB]. SSB hadde kun tilgjengelige tall fra 2014, derfor sammenlignes tallene fra 2014-undersøkelsen i Bedriftsidretten, selv om tall fra 2015 også er tilgjengelig. Samtidig skiller ikke tallene fra 2014 seg veldig ut fra 2015, annet enn at det ses en liten prosentvis økning blant høyt utdannende, og liten nedgang blant lavt utdannende. Om tallene gjenspeiler hele deltakergruppen, eller om det kun er tilfeldig ut i fra hvem som svarte på undersøkelsen, gjør tallene noe usikre.

Tallene er basert på 7177 svar fra STJ -undersøkelsen gjennomført av Bedriftsidretten, med deltakere i alderen 16 år og oppover. Hos SSB er tallene basert på hele den voksne befolkningen fra 16 år og over, i Norge 2014. Det var totalt 4 174 815 personer (SSB, 2015).

2.3.1 Presentasjon av utdanningsnivå

Først presenteres utdanningsnivået til deltakerne i STJ –aksjonen, og utdanningsnivået generelt i den voksne befolkningen, gjennom kakediagram og stolpediagram. Videre sammenlignes tallene gjennom univariate beskrivelser i frekvenstabeller der tallene prosentueres (Bjørndal & Hofoss, 2012). De grafiske fremstillingene er formet i Excel, og tabellen i Word.

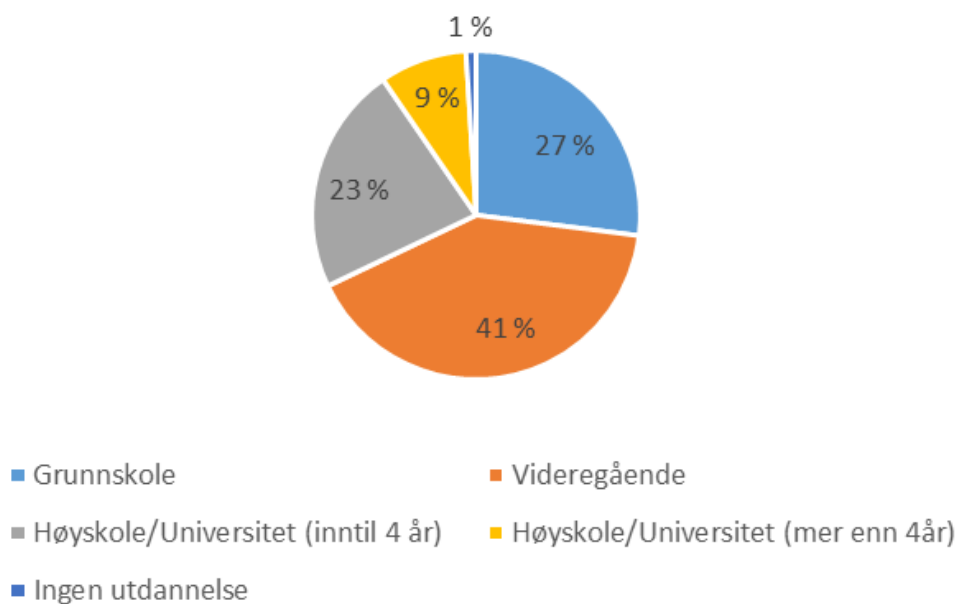
FORDELING AV UTDANNINGSNIVÅ BLANT SYKLE TIL JOBBEN –DELTAKERNE



Figur 2: Prosentvis fordeling av utdanningsnivå i Sykle til jobben –aksjonen 2014.

Figur 2 viser at det er en betydelig større andel med høyere utdanning i aksjonen. 41 % har inntil fire år høyskole- eller universitetsutdanning, og 36 % har fire år eller mer. Til sammen har 77 % av deltakerne høyskole- eller universitetsutdanning, mens 21 % har videregående og 2 % grunnskole.

FORDELING AV UTDANNINGSNIVÅ I NORGES VOKSNE BEFOLKNING

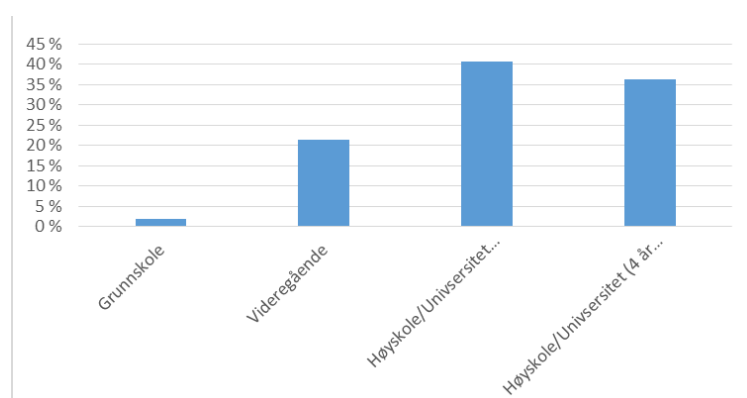


Figur 3: Prosentvis fordeling av utdanningsnivå i befolkningen (over 16 år) i Norge 2014.

Ser vi på utdanningsnivået i den voksne befolkningen i Norge har 23 % høyskole- eller universitetsutdannelse inntil fire år, mens 9 % har over fire år. Til sammen har 32 % høyskole eller universitetsutdannelse. 41 % av den voksne befolkningen har kun videregående som høyeste utdanning, og 27 % grunnskole. 1 % har ingen utdanning.

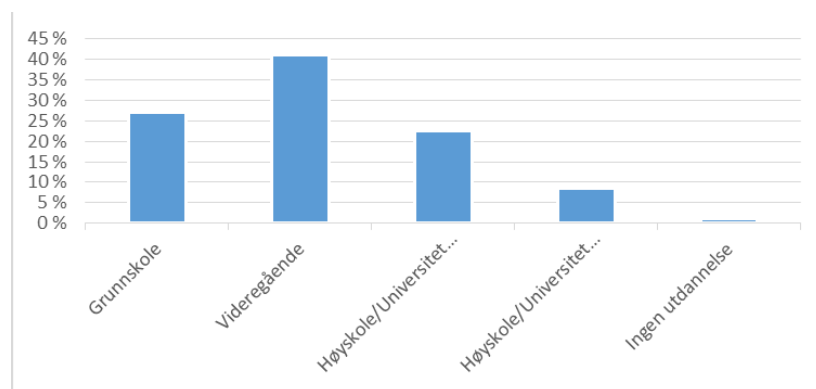
Videre presenteres utdanningsnivået i STJ – aksjonen opp mot utdanningsnivået generelt i befolkningen i to ulike stolpediagram, for å visualisere forskjeller og skjevheter.

UTDANNINGSNIVÅ BLANT DELTAKERE I SYKLE TIL JOBBEN -AKSJONEN



Figur 4: Stolpediagram av fordeling etter utdanningsnivå i Sykle til jobben –aksjonen 2014.

UTDANNINGSNIVÅ I NORGES VOKSNE BEFOLKNING



Figur 5: Stolpediagram av fordelingen etter utdanningsnivå i Norge 2014.

Sammenligner vi de to stolpediagrammene ses en motsatt gradient i utdanningsnivå blant deltakerne i Sykle til jobben- aksjonen og utdanningsnivået i den voksne befolkningen generelt i Norge.

	Sykle til jobben – aksjonen 2014	Norges voksne befolkningen 2014
Grunnskole	2 %	27 %
Videregående	21 %	41 %
Høgskole/universitet (inntil 4 år)	41 %	23 %
Høgskole/universitet (4 år eller mer)	36 %	9 %
Ingen utdanning	-	1 %

Tabell 1: Prosentvis fordeling av utdanningsnivået hos deltakerne i Sykle til jobben –aksjonen opp mot den voksne befolkningen i Norge 2014.

Tabell 1 viser prosentvis andel med et bestemt utdanningsnivå i STJ –aksjonen opp mot andelen med samme utdanningsnivå generelt i befolkningen. Tabellen viser sosiale forskjeller i deltakelse, ut i fra utdanningsnivå. Ser vi for eksempel på gruppen med høyest utdanning nasjonalt er den 9 %, mens den samme gruppen i STJ-aksjonen er hele 36 %. Tallene forteller oss at den minste utdanningsgruppen i samfunnet har nest størst deltakelse i aksjonen, og at det blant personer med lavere utdanning er lavere deltakelse.

Et utgangspunkt for denne oppgaven er målet om å fremme deltakelse i STJ-aksjonen, identifisere barrierer og forutsetninger som påvirker deltakelsen og videre utvikle virkemidler som kan engasjere flere ansatte til å delta, ansatte med både lav og høy utdanning. Ønsket var først å undersøke faktorer hos gruppen med lav utdanning. Det sier seg selv at det verken forskningsetisk eller praktisk ville være enkelt å nå denne gruppen spesielt. Derfor ble undersøkelsespersonene tilfeldig plukket etter utdanningsnivå. Samtidig kan virkemidler som rettes mot hele gruppen være like virkningsfulle, da forskning viser at brede befolkningsrettede tiltak har størst effekt (Sosial- og helsedirektoratet, 2005).

2.3.2 Sosiale ulikheter i deltakelse

I Norge er det generelle nivå av fysisk aktivitet for lavt, aktivitetsnivået ble kraftig redusert etter at blant annet bil og tv kom. Samtidig som det ses store sosiale ulikheter i aktivitetsnivå (Departementene, 2005, s. 11; Spotswood & Tapp, 2013, s. 276). Å redusere sosiale helseforskjeller har blitt et nasjonalt satsningsområdet (Næss, Rognerud & Strand, 2007). Helsen er ulik i forskjellige sosioøkonomisk grupper, personer med høyere sosioøkonomisk status har bedre helse enn de med lav, og Sosial- og helsedirektoratet kaller det den såkalte «Gradientutfordringen» (Samdal et al., 2012; Sosial- og helsedirektoratet, 2005).

Sosial- og helsedirektoratet (2005, s. 8) definerer sosiale ulikheter slik:

” Systematiske forskjeller i helsetilstanden som følger sosiale og økonomiske kategorier – særlig yrke, utdanning og inntekt”.

Økende sosiale ulikheter er blant de største folkehelseutfordringene vi ser i dag. Tross økende velstand, sosial- og økonomisk trygghet, ses økende utdanningsulikheter i dødelighet, noe som trekkes frem som en av tre kunnskapsutfordringer Norge står ovenfor. Alle utdanningsgrupper lever lengre i dag enn de gjorde på 1960-tallet, men forskjellene mellom gruppene har økt både for kvinner og menn og innfrir dermed ikke nasjonale målsettinger om å utjevne helseforskjeller (Dahl et al., 2014, s. 16, 50).

Ser vi på utdanningsnivået til deltakerne i STJ -aksjonen vises en motsatt tendens i forhold til utdanningsnivået i befolkningen generelt. I Norge er det færre med høyskole- og universitetsutdanning enn med grunnskole og videregåendeutdanning. Mens i STJ -aksjonen er det flere med høyskole- og universitetsutdanning som deltar, enn med grunnskole- og videregåendeutdanning. Tallene viser at potensielle deltakere med lavere utdanningsnivå er stor, og at det er en skjev fordeling i deltakelsen etter utdanning i STJ-aksjonen, akkurat som vi ser sosiale ulikheter i samfunnet generelt.

I et folkehelseperspektiv kan man si at STJ -aksjonen er et universelt tiltak som retter seg mot en stor gruppe av befolkningen. Utfordringen kan være å få aksept i den generelle befolkningen, samtidig som tiltak kan bidra til forbedring i alle klasser og dermed bare forskyve ulikhetene ved at alle får bedre helse (Espnes & Smedslund, 2009).

De sosioøkonomiske forskjellene i deltakelsen viser at aksjonen favner best den gruppen som allerede har best helse og er mest fysisk aktive i samfunnet. Aksjonens hensikt er ikke å bidra til at de med god helse får enda bedre helse, selv om det selvfølgelig er positivt at alle er aktive

uavhengig av utdanningsnivå. Likevel er det tankevekkende at den sosioøkonomiske fordelingen i deltakelse er som den er, og at aksjonen ikke ser ut til å bidra i utjevning av sosiale helseulikheter. Målet må være å ikke miste deltakerne med høyere utdanning, men å fremme deltakelsen i alle sosiale lag. Slik kan STJ –aksjonen bidra positivt i utjevningsarbeidet.

2. FOLKEHELSEPERSPEKTIVET

Det finnes gevinster både for miljøet, samfunnet og individet om folket velger sykkel fremfor bil som transportmiddel, eller er fysisk aktive på andre måter (Tjelta, Kvåle & Dyrstad, 2010). Spesielt når vi ser på overbruk av bil, og hvordan det har ført til økt forurensing, lunge- og miljøskader, samt alvorlig helseproblemer i mangelen på fysisk aktivitet (Spotswood & Tapp, 2013, s. 22). Videre presenteres ulike gevinster om ansatte velger å delta i STJ –aksjonen.

2.1 Helsegevinstene

For voksne kvinner og menn viser undersøkelser at det å sykle til og fra jobb er assosiert med 30 % lavere risiko for tidlig død, tallet er justert for generelt aktivitetsnivå og andre risikofaktorer (Tjelta et al., 2010). Det er godt dokumentert at fysisk aktivitet virker positivt på psykiske og sosiale helseeffekter og reduserer sykkelighet (Bjørnstad, 2014, s. 136). Det finnes en lang liste positive helsegevinstene ved å gjennomføre regelmessig fysisk aktivitet, deriblant bedre evne til å mestre stress, sterkere hjerte og bedre lungefunksjon, bedre søvn, økt arbeidskapasitet, sterkere muskler, bedre blodsirkulasjon. De ulike positive gevinstene kan igjen redusere forekomsten av overvekt og utviklingen av ulike sykdommer som blant annet hjerte- og karsykdommer, muskel- og skjelettplager, og andre kroniske lidelser (Departementene, 2005, s. 11, 19; Torstveit & Olsen, 2011, s. 166).

Menneskers metabolisme har ikke tilpasset seg nedgangen i fysisk aktivitet som følge av at bil, tv og senere internett og skjermbaserte spill kom. Menneskers behov for bevegelse har vært den samme i over 40 000 år. Som svar på manglende fysisk aktivitet har flere land utarbeidet egne anbefalinger for fysisk aktivitet (Spotswood & Tapp, 2013, s. 276). I Norge anbefaler Helsedirektoratet 150 minutter med moderat intensitet eller 75 minutter med høy intensitet hver uke for voksne mennesker (Helsedirektoratet, 2014b, s. 12).

Med utgangspunkt i kunnskapen som nå foreligger om befolkningens aktivitetsnivå målt i forhold til myndighetenes anbefalinger, er 20 % inaktive, 60 % delvis aktive og 20 % aktive. Tallene viser at store forbedringspotensialer er mulige, for en økt velferdsgevinst på befolkningsnivå (Helsedirektoratet, 2014a, s. 41).

2.2 Samfunnsøkonomiske gevinster

Ser vi på de samfunnsøkonomiske gevinstene ved fysisk aktivitet, er det gjort en rekke beregninger. Velferdsgevinstene består av flere friske leveår uten en økning i helse- og omsorgsutgiftene, samt flere år i arbeid og økt livskvalitet. Ett kvalitetsjustert leveår har fått verdien 588 000 kroner, regnet ut gjennom samfunnsøkonomiske analyser. Om en 20-åring går fra å være inaktiv til aktiv vil det gi en velferdsgevinst på åtte kvalitetsjusterte leveår. Om 10 000 mennesker syklet tre kilometer til og fra jobb daglig ville potensiell velferdsgevinst vært 500 kvalitetsjusterte leveår og 294 millioner kroner i året (Helsedirektoratet, 2014a, s. 38, 43).

Det blir stadig bedre dokumentert, fra mange hold at fysisk aktivitet påvirker arbeidsrelaterte forhold. En prospektiv studie fant at ansatte som drev med fysisk aktivitet hadde 20 dager mindre sykefravær sammenlignet med ansatte som ikke var fysisk aktive. En annen studie fant også en relasjon mellom fysisk aktivitet og arbeidsprestasjoner. De indirekte kostnadene ved at ansatte er fysisk inaktive viser seg å være store (Proper, van den Heuvel, De Vroome, Hildebrandt & Van der Beek, 2006, s. 173).

2.3 Miljøgevinstene

Potensialet for redusert CO₂-utslipp er mye mer lovende innen transport enn andre steder (Urbanczyk, 2010, s. 11). En stor utfordring er nettopp det å få mennesker til å endre transportvaner til mer bærekraftige måter, som for eksempel sykling (Spotswood & Tapp, 2013, s. 22). Civitas-rapporten (2012, s. 60- 72) presenterer en utslippsmodell: SOGMOD 1: «Sykkel- Og GåModell –versjon 1» og baserer dataene på Reisevaneundersøkelsene fra 2009. Modellen beregner redusert utslipp ved å overføre personbilbruk til sykling og gåing. Modellen tar hensyn til befolkningsvekst og en forutsatt effektivisering av motorene, og gjør en modellteknisk vurdering på hvor mange turer som kan overføres til sykkel og gange. Om målene i nasjonal transportplan nås, med ønske om en doblet sykkelandel fra 2014 til 2023, fra 4,3 prosent til 8,6 prosent, er klimagassgevinsten beregnet til cirka 81. 000 tonn per år i 2023.

3. VIRKEMIDLER I HELSEFREMMEDE ARBEID

Det finnes lite systematisk informasjon om de mest effektive metodene for at personer gjennomfører befolkningsrettede tiltak (Heath et al., 2006, s. 57). Samtidig er norsk virkemiddelforskning begrenset, og spesielt i tiltak som ønsker en reduksjon i de sosioøkonomiske ulikhetene (Smedslund et al., 2008). Det trengs en dypere forståelse av hvorfor mennesker utvikler forskjellige livsstiler, vi må forstå valgene bak handlingene. Strategier og tiltak som retter seg mot hele befolkningen viser seg å ha størst effekt (Dahl et al., 2014, s. 316).

Det å endre folks atferd blir sett på som en stor utfordring, da atferd og valg av atferd påvirkes av en rekke faktorer. Flere teorier er utarbeidet for å finne ut av hva som påvirker atferden og kan endre den. Atferdsendringer har som mål å oppmuntre individer til å få en sunn atferd, en atferd som fører til bedre helse (Spotswood & Tapp, 2013, s. 22; Naidoo & Wills, 2009, s. 70). Strand, Nenseth og Christiansen (2015, s. 67) skriver i en rapport at det neppe er holdningskampanjer alene som kan øke andelen syklende og kulturen for sykling. Samtidig er det stor enighet om at det materielle: som tilretteleggingen, infrastrukturen, veiene og arealene forbeholdt sykling kan øke andelene. Likevel er verken holdningskampanjene eller det materielle tilstrekkelig for endring, de må ses i samspill.

I dag finnes det begrenset forskning om hvilke virkemidler som kan fremme deltakelsen i STJ – aksjonen, og ut ifra mine litteratursøk ingen forskning så best jeg vet. Samtidig anbefaler Parkin, Ryley og Jones (2007, s. 71) mer forskning for å få en bredere forståelse av hvorfor folk ikke velger å sykle. Det bør samles inn mer data og gjennomføres en bredere analyse, med faktorer som miljø og anstrengelse, samt personlige, sosiale og kulturelle faktorer (Parkin, Ryley & Jones, 2007, s. 69, 71). I denne oppgaven utvikles virkemidler som kan fremme deltakelsen i STJ –aksjonen blant ansatte som ikke deltar, gjennom å undersøke barrierer og forutsetninger for deltakelse. Undersøkelsen prøver å gripe det komplekse samspillet av faktorer som kan påvirke deltakelsen.

4. TEORIER OG PERSPEKTIV

I utviklingen av aktivitetsfremmende tiltak er det viktig å legge til grunn ulike teoretiske modeller og teorier. Helsepsykologiske teorier er opptatt av hvordan atferden blir styrt av holdninger, forventninger, overveielser, opplevd sosiale normer, kontroll, mestringsforventning og sosial innflytelse (Helsedirektoratet, 2008, s. 8). Av helsepsykologiske teorier presenteres Banduras Sosiale- Kognitive teori [SKT], med vekt på begrepet «mestringsforventning» (e. self-efficacy).

I tillegg til den helsepsykologiske teorien inkluderes en nyere Sosial Praksisteori [SPT] (Ommundsen, 2011, s. 263). Til slutt forklares det Sosio-økologisk perspektivet [SØP] som prøver å forstå og sammensatte faktorer på flere nivå som kan påvirke fysisk aktivitet (Helsedirektoratet, 2008, s. 19).

Alle teoriene ser på samspillet mellom ulike faktorer i atferdsendring, men med ulike faktorer og ulikt fokus, der SPT og SØP fokuserer mer på de ytre påvirkningene, er SKT mer individorientert.

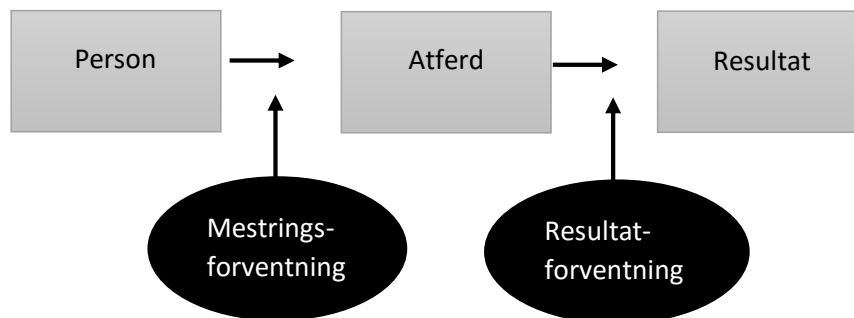
4.1 Sosial-Kognitiv Teori

Banduras Sosial -kognitive teori[SKT] ser på hvordan valgene påvirkes av det kognitive aspektet, det kontinuerlige samspillet mellom atferd og kognitive prosesser (Mæland, 2012, s. 107). Bandura hevder mennesker lager seg kriterier for prestasjoner man er fornøyd med eller misfornøyd med og kaller det «selvstandard» for atferd. Hvilke krav en person stiller til seg selv avgjør også hvor ofte man blir skuffet over sine egne prestasjoner (Espnes & Smedslund, 2009, s. 102). SKT ser på motivasjon for å være fysisk aktiv i et samspill av flere faktorer; om man er inaktiv eller aktiv, kognitive faktorer, sosiale og fysiske miljøfaktorer. Egne erfaringer, observasjon av andres og sosial påvirkning er viktige kilder til økt forventning om å mestre. Mange forblir fysisk inaktive fordi de ikke klarer å planlegge når, hvor og hvordan de vil bli mer aktive, i forhold til intensjonen de har om en atferdsendring. Det å ha ferdighet i selvregulering blir derfor viktig. Det er i tillegg viktig med sosial støtte, et nettverk som gir ros og oppmuntring til aktiviteten (Øverby et al., 2011, s. 260).

Mestringsforventning

Mestringsforventning er et begrep som er knyttet til menneskers valg og avveininger i forhold til atferd. For å i det hele tatt lykkes med for eksempel deltakelsen i aksjonen er det viktig å ha troen på sin egen evne til å gjennomføre handlingen. Mestringsforventning er selve drivkraften, og handler om mer enn troen på at man har ferdighetene til å klare det, men også vurderingene

som mennesker gjør i møte med valg. Sammen med mestringsforventningene kommer resultatforventningene, som handler om troen på at den spesifikke handlingen fører til ønsket utfall (Wester et al., 2008, s. 93; Mæland, 2012, s. 107, 108).



Figur 6: Banduras Sosial-kognitive teori om mestrings- og resultatforventning.

Figur 6 viser hvordan mestringsforventning påvirker atferd og resultatforventningene påvirker resultat og utfall.

- 1) *Resultatforventning*: hva handlingen vil føre til og påvirker motivasjonen til handlingen.
- 2) *Mestringsforventning*: hvor kompetente de er til å gjennomføre handlingen og påvirker beslutningen og gjennomføringen av handlingene.

Hvordan personer vurderer omgivelsene kan også være styrt av mestringsforventningene. Ved lav mestringsforventning kan individet lett skylde på omstendighetene, og gir fort opp når de forsøker å endre atferd. Om mestringsforventningen er høy har personen enklere for å gjennomføre en atferdsendring til tross for at de ytre omstendigheten kan være vanskelige. Ved høyere mestringsforventning, blir ofte høyere mål satt samtidig som en innsats for å nå målene gjøres (Mæland, 2012, s. 108).

For eksempel kan en person ha stor tro på at han/hun sykler til jobben når det er sol, men om det regner er troen liten. Mestringsforventningen kan påvirke positivt gjennom fire måter:

1. *Positive erfaringer*: troen på deg selv når du lykkes, viktig å gi personer positive erfaringer med fysisk aktivitet.
2. *Positive forbilder*: ser du andre overvinne samme problemer skapes større tro på egne evner.

3. *Støttende omgivelser*: styrke aktivitetsspesifikk selvtillit gjennom positive og realistiske tilbakemeldinger.
4. *Positive følelsesmessige og kroppslige tilstander*: opplyse og bevisstgjøre om eventuelle negative belastninger kroppen kan oppleve i begynnelsen av en aktivitet (Wester et al., 2008, s. 93-94).

4.2 Sosial Praksisteori

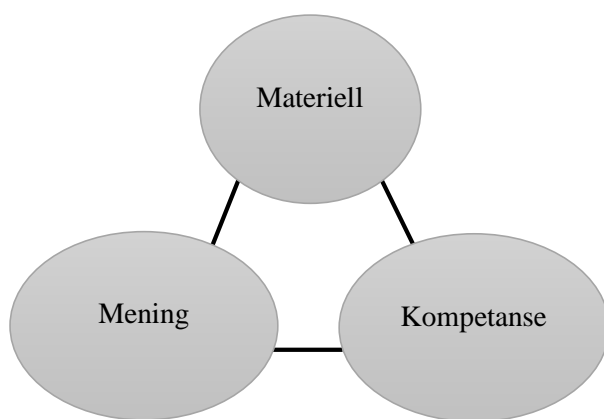
Sosial Praksisteori[SPT] prøver å gi et bredere og en mer helhetlig begrepsvurdering. I flere tiår har mange gjort et forsøk på å lage modeller om individers atferd gjennom å identifisere ulike determinanter. Modellene har spesielt sett på individets tro, oppførsel og verdier som predikater på atferden. I stedet for å fokusere på individuelle holdninger eller egenskaper på en side eller utstyr og infrastruktur på den andre, er det heller en kombinasjon eller relasjonen mellom disse som skaper praksisen. Praksisen blir analyseenheten og individene står som bærer av praksisen. (Hargreaves, 2011, s. 80-81; Spotswood, Chatterton & Williams, 2015; Strandbakken, Heidenstrøm & Vittersøk, 2015).

For å endre atferdsmønstre handler det da ikke om å utdanne eller overtale til andre beslutninger, men heller om å endre praksisen: «Kilden til endring i atferd ligger i utviklingen av praksisen selv» (Hargreaves, 2011, s. 83). Hva kan endres ved praksisen «å delta i STJ –aksjonen»?

Strandbakke, Heidenstrøm og Vittersøk (2015, s. 26) definerer SPT slik:

«Et sett av rutinisert atferd bestående av flere elementer; tingene og bruken av dem, kroppsliggjorte vaner, engasjementer og meninger, og kunnskap, kompetanse eller ferdigheter».

Mennesker kan ha en positiv innstilling for å starte å sykle men føler de mangler ferdighet og kunnskap til å ta det neste steget. Ulik kompetanse blir sett på som nødvendig for å sykle til jobb: takle farlige veier, ha riktig sykkelutstyr, personlig hygiene og vite hvordan man bør kle seg. Noen mente det ikke var trente nok, at syklistene har så mye energi, noe de selv ikke hadde men gjerne skulle hatt (Strand, Nenseth & Christiansen, 2015).



Materiell: Inkluderer ting, teknologi, konkrete fysiske enheter.

Mening: symbolsk mening, ideer og ambisjoner.

Kompetanse: omfatter ferdigheter, å vite hvordan og teknikk.

(Strand, Nenseth & Christiansen, 2015, s. 67)

Figur 7: Samspillet mellom de tre ulike hovedelementene i Sosial praksisteori.

Sosial praksisteori ser på samspillet mellom tre hovedelementer: Materiell, mening og kompetanse (se figur 7). En studie som så på sykling som sosial praksis består materiellelementet av sykkelinfrastrukturen og utstyret, mens sykkelkulturen vil være både meningselementet og kompetansen: grunnleggende sykkelferdigheter og håndtering av normer og regler og samspillet i trafikken. For å forstå hvordan sykkelpraksisen utvikler seg må man se på selve samspillet mellom sykkelinfrastrukturen, sykkelkulturen og kompetansen (Strand, Nenseth & Christiansen, 2015).

4.3 Sosio-økologisk perspektiv

Sosio-økologisk perspektiv[SØP] legger grunnlaget for utvalgte faktorer og hva som er analysers i prosjektet, det hjalp til å undersøke barrierer og forutsetninger innen mange områder på ulike nivåer. SØP ser på forholdet i miljøet og hvordan det påvirker menneskers oppførsel og livskvalitet. Analysene ser på miljøets ulike psykiske, sosiale og kulturelle dimensjoner som kan påvirke varierte helseutfall. Den helsefremmende kapasiteten blir ikke målt i en enkelt faktor, men i en bred kumulativ påvirkning av flere miljømessige forhold. Man ser på det dynamiske samspillet mellom situasjonsavhengige og personlige faktorer, istedenfor å fokusere isolert på miljø, biologiske eller atferd som determinanter for velvære. Økologiske modeller undersøker hvordan ulike faktorer samhandler og påvirker fysisk aktivitet, i tillegg til å være en guide for de som utvikler strategier for å effektivt endre atferd (Stokols, 1996, s. 283-286). Og var en guide i denne studien.

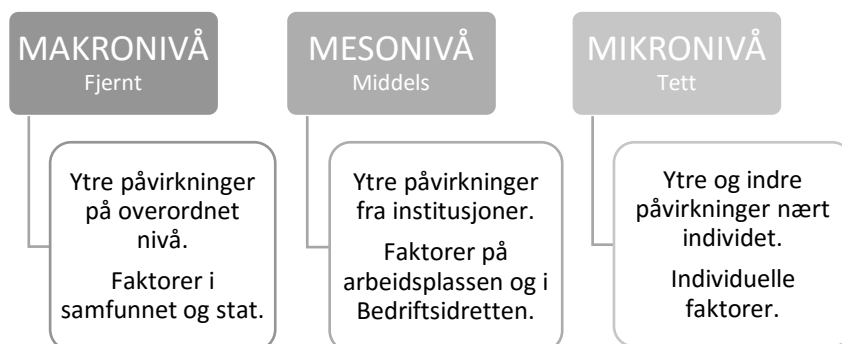
En nøkkelfaktor ved sosio-økologiske analyser er at de inkluderer flere nivåer, som for eksempel personlige faktorer, organisatoriske faktorer og samfunnsfaktorer. Fokuset er ikke alene på personlig atferd eller organisasjon, men på det dynamiske samspillet. Innen helsefremmende

arbeid er det viktig å finne faktorer som har innflytelse både på personlig atferd, organisasjonen, der flere jobber mot målet om å endre. Det har en større verdi å kombinere intervensjoner på ulike nivå i helsefremmende arbeid, fokusere på atferd, miljø, informasjon, organisasjoner og reguleringer (Stokols, 1996, s. 289). Det SØP har klart å se det komplekse sett av faktorer som påvirker individets atferd og handlinger (Helsedirektoratet, 2008, s. 9). I neste kapittel presenteres de ulike nivåene undersøkt i dette prosjektet, videre gjennomgås nivåene med utvalgte faktorer som er undersøkt.

5. MAKRO-, MESO- OG MIKRONIVÅ

I helsefremmende arbeid er det viktig med tiltak både på system- og individnivå. Dersom det ikke iverksettes tiltak på systemnivå kan det redusere resultatene på individnivå, og motsatt (Helsedirektoratet, 2015, s. 85; Øverby et al., 2011, s. 33). Denne oppgaven deles derfor inn i tre ulike nivåer. Innen hvert nivå undersøkes barrierer og forutsetninger for deltakelsen i STJ – aksjonen og videre utvikles virkemidler som kan fremme deltakelsen.

World Health Organization [WHO] har delt ordningen i helsetjenesten inn i tre ulike nivåer; mikro-, meso- og makro nivå. Hvert nivå påvirker og interagerer dynamisk med hverandre, og om de fungerer godt alene og samtidig i relasjon med hverandre blir helsetjenestene effektive og tilstrekkelige (WHO, 2002a, s. 30-31). I denne oppgaven brukes samme inndeling som WHO, med makro-, meso- og mikronivå.



Figur 8: Inndeling etter makro-, meso- og mikronivå.

Nivåene klassifiseres som påvirkninger tett, middels og fjernt fra individet, som kan endre menneskers atferd. Det skilles mellom ytre påvirkninger som ligger nært til individet på mikronivå og til de mest eksterne påvirkningene på makronivå (Spence & Lee, 2003, s. 8). Det handler om mer enn individuelle faktorer, men hele konteksten rundt. Årsaken til en handling kan også ligge i systemet og sammenhengene omkring. Mennesket må forstås i samspill med sin materielle verden og sine omgivelser (Aadland, 2011, s. 234).

Videre presenteres nivåene mer detaljert med utvalgte faktorer som er undersøkt i denne oppgaven. Faktorene er valgt med bakgrunn i teoriene og det SØP, samt relevant litteratur og tidligere forskning. For hver faktor var målet å finne barrierer og forutsetninger som påvirker deltakelse i STJ -aksjonen. I slutten av dette kapittelet fremstilles nivåene sammen med de utvalgte faktorene i en dynamisk modell (Figur 9).

5.1 Makronivå

I WHO sin nivåinndeling fokuserer makronivået på overordnede verdier, prinsipper og strategier (WHO, 2002a, s. 34). På makronivå er det de distanserte miljøene som undersøkes, de ytre påvirkningene på et overordnet nivå (Spence & Lee, 2003, s. 8). Politiske valg, fysiske omgivelser og utviklingstrekk er ulike faktorer som kan påvirke befolkningens helse, og står utenfor individets rekkevidde (Departementene, 2005, s. 6). Her presenteres faktorer på et overordnet samfunnsnivå som er undersøkt i denne oppgaven.

Gang- og sykkelveier

SØP vektlegger de objektive fysiske omgivelsenes betydning på menneskers handlingsvalg. De kan enten fremme eller hemme nivå av fysisk aktivitet (Helsedirektoratet, 2008, s. 10). WHO mener bedre tilrettelegging for syklende og gående vil øke antallet syklende og gående, og igjen bedre helsen (Helsedirektoratet, 2014a, s. 46).

By- og nærområdestruktur

Folkehelsen utvikles og vedlikeholdes i kommuner og lokalsamfunn, der folk lever, bor og virker. Målet må være å skape by- og nærmiljø som fremmer aktiv livsstil blant beboerne (Departementene, 2005, s. 19). Innen arealplanlegging og kommunalt planarbeid bør helse trekkes sterkt inn. Nærmiljøets fysiske utforming kan legge grunnlag for menneskers trivsel og helse (Mæland, 2012, s. 138).

Tilskudd og økonomisk støtte

I flere industrialiserte land er tilskudd og stipender et viktig politisk virkemiddel. Egenskaper ved tilskudd er blant annet, at myndigheter prøver å nå sine mål gjennom å påvirke atferden til

mottakerne av tilskuddene. Tilskuddene vil fungere som et finansielt intensiv som «tvinger» mottakeren til å drive de aktivitetene som hjelper giverne av tilskuddet å nå sine mål. Mottaker er underlagt visse betingelser som er formulert av giver, knyttet til aktiviteter som skal gjennomføres. Det er viktig at tilskuddet fører til en atferd som igjen fører til måloppnåelse hos giveren (Leeuw, 1998, s. 77-80)

5.2 Mesonivå

På mesonivå handler det om ulike institusjoner, og i denne oppgaven: Bedriftsidretten og arbeidsplassene til de ansatte (Gautun, 2007, s. 59). Organisasjoner har ansvar for å koordinere og levere kvalitetstjenester (WHO, 2002a, s. 31).

Fysisk tilrettelegging på arbeidsplassen

Fysiske og strukturelle rammer på arbeidsplassen kan styre valget om å være fysisk aktiv (Aadland & Wergedahl, 2011, s. 297). Derfor er det viktig med godt tilrettelagte forhold på arbeidsplassen. Den fysiske tilretteleggingen på arbeidsplassen i form av sykkelparkeringer, dusj og garderobe påvirker sykkelbruken, på samme måte som god infrastruktur og gode gang- og sykkelveier (Tangeland, 2012; Bentzrød, 2015). Tilgangen på parkering til bil kan også påvirke sykkelbruken til arbeid, sammen med andre transportalternativer (Sørbø & Nilsen, 2015, 18. juni).

Informasjon og markedsføring

Ofte brukes kunnskaps- og holdningskampanjer for å påvirke folk til rette valg. Dessverre fungerer kampanjene i begrenset grad da de som trenger det mest ikke alltid treffes. De som allerede er opptatt av helsen sin tar ofte til seg den nye informasjonen og setter den ut i handling (Dahl et al., 2014, s. 316). Det er to store skiller mellom informasjon; massemedia-kampanjer på en side og mellommenneskelig overføring på den andre. Massemedia kan blant annet være: TV, radio, film, avis, plakater, brosjyrer osv. Det mellommenneskelige handler om direkte råd, klasseromundervisning, konferanser og workshops med mer (Vedung, 1998, s. 50).

Det viser seg at innen ordinær og kommersiell markedsføring velger brukere produkter, kjeder og tjenester med det «imaget» som passer best med sin egen selvoppfatning. En persons selvoppfatning beskrives som: «oppfatningen enhver person har om seg selv, formet av deres egen oppfatning om den eksterne verden» (Leonard, Spotswood & Tapp, 2011, s. 23).

Sosial markedsføring er en metode for å utvikle intervensjoner, kampanjer og programmer, og handler om en prosess som skal identifisere hva som motiverer befolkningen til å endre atferd,

en metode som baserer seg på nytteverdien av å følge en anbefalt handling (Tapp, Eagle & Spotswood, 2008).

Premier

Premieringen i STJ –aksjonen blir en form for ytre motivasjon. Personene drives til aktivitet gjennom en ytre belønning (Lillemyr, 2007, s. 19). Som deltaker i «Sykle til jobben» -aksjonen er du med i trekningen av flere premier gitt av bedriftsidretten. Hovedpremien for aksjonen 2016 er en tur til Tallin med laget. Andre premier er hotellopphold og diverse sportsutstyr. De har og en vervepremie, der man er med i trekningen av en el-sykkel om man verver én eller flere venner (Bedriftsidretten, 2015d).

Kunnskap og medvirkning

Kompetanse er en stor utfordring både lokalt og regionalt (Aadland & Wergedahl, 2011, s. 290). Utfordringer kan oppstå gjennom feil i organiseringen, eller mangel på verktøy, kompetanse og vitenskapelig bevist kunnskap (WHO, 2002b, s. 33). Det anbefales å gjennomføre gode forskningsbaserte evalueringer på nye og eldre tiltak, for å vurdere effekten (Dahl et al., 2014, s. 318).

Det hevdes at veien til bedre folkehelse går via omfordeling av makt i samfunnet, medvirkning gir folk en viss makt, svakere mennesker kan gis makt de i utgangspunktet ikke har, la de være med å bestemme mål og hvordan informasjon skal fordeles (Sosial- og helsedepartementet, 1998, s. 317; Arnstein, 1969). Passiv deltakelse handler om medvirkning på et allerede foreslått tiltak. Aktiv deltakelse skjer i utformingsprosessen fra et tidlig tidspunkt (Holsen, 2000). Aktiv medvirkning fra dem det gjelder er et sentralt mål i helsefremmende arbeid. Selv om et prosjekt blir satt i gang av aktører utenfra bør befolkningen gis muligheter til å påvirke og engasjeres allerede fra starten. Spørreundersøkelser kan ses på som en form for medvirkning (Mæland, 2012, s. 130, 131). Det går et klart skille mellom det å gå gjennom tomme ritualer av deltakelse versus det å ha den virkelige makten for å påvirke (Arnstein, 1969).

5.3 Mikronivå

På mikronivå er det fokus på de ytre påvirkninger nært og tett til individet, samt individuelle faktorer som kan påvirke deltakelsen. Det kan handle om individuelle egenskaper, tro, holdninger og atferd (Spencer & Lee, 2003, s. 8). På mikronivå handler ofte om manglende myndiggjøring av personene til å ivareta helsen (WHO, 2002a, s. 31). Selv om nivået ser på barrierer og forutsetninger tett på individet må tiltakene iverksettes på meso- og makronivå.

Holdninger, verdier og vaner

Selv om mennesket handler aktivt og tar valg mener Bourdieu at handlingene våre er bærer av rutiner av daglig gjøremål, der vi handler på måter som faller naturlig for oss. Menneskers sosio-kulturelle miljø påvirker synet på kropp, helse og fysisk aktivitet, noe som kan resultere i ulik verdsetting, motivasjon og opplevd relevans ved å være fysisk aktiv. I følge Bourdieu ser arbeiderklassen mer på kroppen som et instrument til produksjon og arbeid, mens den borgerlige klassen er mer opptatt av kroppen som et prosjekt, med mål om å fremme helse (Ommundsen, 2011, s. 268, 269).

En stor utfordring er å endre menneskers transportvaner til å bli mer bærekraftige, som for eksempel sykling (Spotswood, Chatterton, Tapp & Williams, 2014, s. 22). Menneskers forhold til fysisk aktivitet er ofte styrt av «autopilot» uten spesielle overveielser eller refleksjoner. Når fysisk aktivitet er en del av rutinene og skjer regelmessig viser det seg at planer, intensjoner og overveielser spiller en mye mindre rolle for om man er aktiv eller ikke (Ommundsen, 2011, s. 264).

Det finnes også en sosial dimensjon i form av hvordan mennesker tror de blir sett av andre og hvordan de ønsker å bli sett. Mennesker lager seg meninger og bilder om en aktivitet, samt om noen som driver med aktiviteten, som videre påvirker deres motiver mot aktiviteten. I forhold til sykkelbruken, finnes det lite litteratur om «imaget» å sykle og hvordan det påvirker atferden (Leonard et al., 2011, s. 24-25).

Økonomi og utstyr

Hvilke utstyr som er tilgjengelig i hjemmet påvirker nivå av fysisk aktivitet. En materialistisk tilnærming ser blant annet på utenforliggende økonomiske og materielle betingelser for helseatferden. De forskjellige betingelsene gir mennesker svært ulike muligheter til å handle helsefremmende ut i fra tilgjengeligheten (Ommundsen, 2011, s. 267; Heath et al., 2006, s. 57). Samtidig kan hvordan man skal håndtere bagasjen og utstyret påvirke valget om å sykle (Parkin et al., 2007, s. 71).

Motivasjon og mestring

Mennesker trenger personlig motivasjon for å endre atferd, grunner til å endre og fordeler ved å endre (Tapp et al., 2008). Motivasjon handler om hvilke krefter som forårsaker aktivitet hos en person, samt hva som holder aktiviteten vedlike. Motivasjon er viktig, det er det som gir retning og drivkraft, og holder oss gående. Kunnskap om motivasjon er også viktig, nyttig og gull verdt, spesielt for de som har ansvar for å motivere andre. Å se motivasjon er vanskelig, men vi kan se

en rekke trekk ved atferd, prioriteringer og valg. Det handler ikke kun om drivkrefter, men også om å beskrive hvordan det legges til rette for valg og kvaliteten på motivasjonen (Lillemyr, 2007, s. 24, 26, 31). I en studie fra Bristol der man blant annet forsket på hvorfor noen velger å delta i endringer eller ikke, viste det seg for overvektige å overkomme et likgyldighetsgap (Tapp et al., 2008).

Empowerment er en kilde for motivasjon (Lillemyr, 2007, s. 205). Det handler om å «utdanne» individer eller samfunn, og få de til å forstå hvilke faktorer som påvirker helsen deres slik at de selv kan ta kontroll over og beherske problemene (Naidoo & Wills, 2009, s. 121). Tidligere kampanjer har opplevd motsatt effekt av hva som egentlig var målet. Frustrasjon og manglende følelse av kontroll har blitt uheldig utfall av helsefremmende kampanjer (Espnes & Smedslund, 2009). Selv om det ikke finnes spesifikk dokumentasjon på at Empowerment bedrer menneskers fysiske helse, finnes det flere bevis på at grupper med maktesløshet opplever dårligere helse, og at de med mer makt er sunnere (Rissel, 1994, s. 43). Empowerment kan også handle om at organisasjonen lager et støttende miljø for individet (Naidoo & Wills, 2009, s. 137).

En annen faktor som viser seg å være viktig i forhold til motivasjon, er opplevelsen av å være kompetent. Det er viktig å ha troen på at man klarer å mestre en utfordring, samtidig gir følelsen av at man klarer det en indre tilfredsstillelse som er ganske sterk. Det er viktig at man tilrettelegger oppgaven etter kompetansenivået til målgruppen, noe som igjen krever god kjennskap til målgruppen (Lillemyr, 2007, s. 179, 184).

Sosial støtte

Mennesker har behov for fellesskap, trygghet, kjærlighet og respekt. De vi omgås med daglig, vårt sosiale nettverk, dekker særlig dette behovet (Mæland, 2012, s. 183). Sosial støtte kan defineres slik:

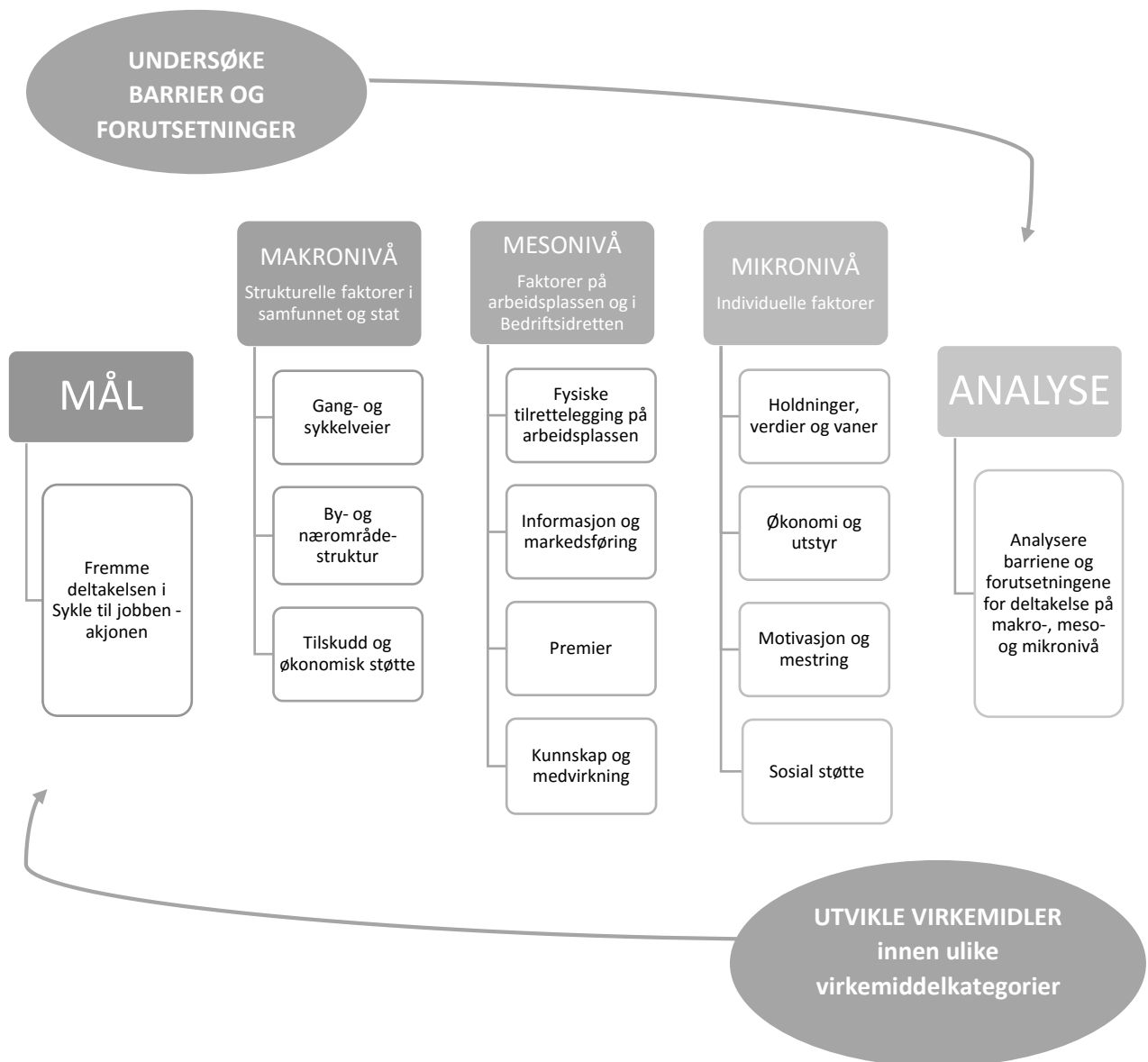
«Individets opplevelse av at noen bryr seg om en og er glad i en, at en er verdsatt og tilhører et nettverk av samhandling og gjensidig forpliktelse» (Mæland, Elstad, Næss, Westin, 2009, s. 98).

Det skilles ofte mellom opplevd sosial støtte og tilgjengelig sosial støtte, samtlige forskere mener det er den subjektive følelsen som er viktigst. Opplevelsen av sosial støtte blir påvirket av personlighet og den aktuelle situasjonen (Mæland et al., 2009, s. 98).

I arbeid med å øke fysisk aktivitet ses sosial påvirkning i form av sosial støtte, ros og oppmuntring som viktige faktorer (Øverby et al., 2011, s. 260). I valg om deltakelse må folk

være motivert og kommunisere, samt få innflytelse fra sosiale nettverk. Følelsesmessige bånd, engasjement og fellesskap viser seg å være viktig i deltakelse og ikke minst opprettholdelse av deltakelse (Tapp et al., 2008). Desto bedre støtten fra samfunnet, familien og vennene er, desto bedre påvirkning har det på helsen (WHO, 2016).

Nivåene med tilhørende faktorer:



Figur 9: En dynamisk modell og visualisering av innhold og undersøkelsesprosessen.

Figur 9 viser hvordan mål ble definert og videre hvordan barrierer og forutsetninger ble undersøkt for hvert nivå under de utvalgte faktorene. Videre hvordan analysen av barrierene og forutsetningene er grunnlaget for utformingen av virkemidler på de samme nivåene, men viktig, *ikke* innen hver faktor, men samlet under hvert nivå. Barrierer og forutsetninger som identifiseres på mikronivå trenger ikke nødvendigvis et virkemiddel på mikronivå, men virkemiddel på et mer overordnet makronivå. Av den grunn presenteres *ikke* virkemidler for hver faktor.

6. VIRKEMIDLER

SØP kan bidra til valg av fokus og retning innen tiltak og intervensjoner (Helsedirektoratet, 2008, s. 10). Virkemidlene presenteres her i overordnede virkemiddelkategorier. Tiltak ble utviklet for hver kategori og på hvert nivå, med grunnlag i undersøkte barrierer og forutsetninger.



Figur 10: Ulike virkemiddelkategorier.

Fysiske og strukturelle virkemidler

Fysiske virkemidler kan handle om hvordan fysisk aktivitetsnivå blir påvirket av fysiske og strukturelle rammer (Aadland & Wergedahl, 2011, s. 297). I Handlingsplan for fysisk aktivitet 2005-2009 står det at folkehelse skal tas hensyn til i all areal- og samfunnsplanlegging (Departementene, 2005, s. 48). Fysiske omgivelser, utviklingstrekk og politiske valg er ulike faktorer som påvirker befolkningens helse, men står utenfor menneskers rekkevidde (Departementene, 2005, s. 6).

Informative og kommunikative virkemidler

Alt som handler om informasjon om formidling kan omfatte informative virkemidler (Harvold et al., 2010, s. 9). Kommunikasjon som virkemiddel egner seg best når man ønsker å vekke oppmerksomhet og formidle kunnskap (Departementene, 2005, s. 79). Informasjon er viktig og nødvendig for virkningen av mange av de andre virkemidlene og kan ikke ekskluderes. Om det for eksempel dannes en ny lov, må målgruppen bli informert slik at loven kan holdes og virke effektivt (Vedung, 1998, s. 49). Informasjon som virkemiddel i atferdsendring har fått økt popularitet, og ses på som den moderne form for intervensjon. Informasjon kan defineres som det å påvirke mennesker gjennom overføring av kunnskap (Bemelman-Videc, 1998, s. 11). Samtidig skriver Folkehelsemeldingen (2005, s. 79) at man må kombinere kommunikasjonskampanjer med andre virkemidler for å oppnå en atferdsendring.

Økonomiske virkemidler

Investering i helsen er viktig for økonomien, samtidig har måten vi bruker ulike økonomiske virkemidler betydning for folkehelsen. Det foretas kontinuerlige vurderinger av regjeringen om økonomiske virkemidler kan brukes mer effektivt i folkehelsearbeidet (Helse- og omsorgsdepartementet, 2013, s. 162, 18). I en amerikansk artikkel poengteres det at økonomiske virkemidler bør tas mer aktivt i bruk i arbeid med å møte utfordringene med fysisk inaktivitet. Andre mener at slike tiltak kun vil nå de som er aktive fra før, og ikke endre atferden til inaktive målgrupper (Helsedirektoratet, 2014a, s. 57). Økonomiske virkemidler kan være så mangt, men skiller ofte mellom «*positive*» som for eksempel tilskudd, eller «*negative*» i form av avgifter og økonomisk straff (Harvold et al., 2010, s. 8). Eksempel på et økonomisk virkemiddel som ble brukt under «Jeg kjører grønt»-kampanjen i Tromsø var sponset sykkelutstyr til en verdi av 1000 kroner til alle deltakerne (Christiansen & Strand, 2011, s. 18).

Andre virkemidler som restriktiv parkeringspolitikk, hastighetsdempende tiltak, rushtidprising, redusert veikapasitet kan virke aktivitetsfremmende. Et noe omstridt virkemiddel, som er gjennomført i blant annet Sverige og USA, er skattefri arbeidsgiverbetalt trening (Helsedirektoratet, 2014a, s. 46, 56).

Regulative virkemidler

Regulative virkemidler kan omfatte forskrifter, regelverk og lover. De kan enten åpne handlingsrom eller sette grenser og vilkår, eller gi et forbud mot ulike aktiviteter (Harvold et al., 2010, s. 8).

Reguleringer er et typisk virkemiddel som brukes av øvrige myndigheter. Vedung definerer reguleringer: «... som et mål satt av myndige enheter om å påvirke mennesker til å handle i forhold til hva som er skrevet i reglene og direktivene» (Bemelman-Videc, 1998, s. 10). Innen miljøorganisasjoner har man innsett at man bør utnytte kraften i markedet for å nå miljømålene, alt fra økonomiske intensiver til reguleringer (Tietenberg, 1990, s. 17). Regulative virkemidler står blant annet sterkt i arealplanleggingen gjennom plan- og bygningsloven (Harvold et al, 2010, s. 21)

I 2014 kom Statens vegvesen med en ny sykkelstrategi: «Sats på sykkel» 2014-2023. Hovedmålet i strategien er å øke sykkelandelen med 8 % innen 2023. Strategien stiller krav om at all tettsteder over 5000 innbyggere må utarbeide hovednettverk for sykkel innen 2023. Strategien ønsker å øke sykkelvennlig trafikkultur og sykkelkulturen (Statens vegvesen, 2014, s. 9, 11). Om slike strategier bidrar til å fremme deltakelsen i STJ –aksjonen kan diskuteres.

Kulturelle og sosiale virkemidler

Om vi skal forstå valgene bak det å være fysisk aktive blant den moderne befolkningen, må vi ikke overse endring i kultur og miljømessige krefter (Spence & Lee, 2003, s. 11). Våre oppfatninger, verdier og normer som vi deler med andre og er en stor del av vår identitet, kan sies å være kultur. Kulturen påvirker blant annet hva vi se på som «normalt», våre preferanser og hvordan vi handler og tolket hendelser. Kulturen kan ha påvirkning på vår helserelaterte atferd, den kan påvirke våre kunnskap og meninger om helse (Mæland et al., 2009, s. 172). Begrepet kultur har flere definisjoner. I denne oppgaven defineres kultur slik: «Med kultur forstår vi de kunnskaper, verdier og handlingsmønstre mennesker tilegner seg om medlemmer av samfunn» (Viken & Magnelssen, 2010, s. 60).

Sykkeltkulturer varierer mellom land, regioner og steder, noen steder er den sterk andre steder ikke (Horton, Cox & Rosen, 2007, s. 2). Folk velger transportmiddel individuelt, men valgene er også påvirket av kulturelle krefter. Et viktig aspekt er at man ser at bruken av transportmiddel varierer mellom ulike sosiale steder (Skinner & Rosen, 2007, s. 89).

Sosiale virkemidler kan defineres til å være et sett med tilgjengelig verktøy for aktører i samfunnet som direkte eller indirekte kan påvirke oppførselen til «medlemmene» gjennom å endre strukturen i det sosiale nettverket (Villatoro, Sabater-Mir & Sen, 2011, s. 420). Det å skape støttende miljøer er en av de fem hovedstolpene i det helsefremmende arbeidet (Øverby et al., 2011, s. 17).

7. METODE

Det er gjort et casestudie, et case retter fokuset mot en spesiell enhet, og er ofte avgrenset i tid og rom (Jacobsen, 2005, s. 90-92). Casen i denne studien er STJ –aksjonen, og ansatte som ikke deltar. For å besvare problemstillingen og forskerspørsmålene ble det gjennomført kvalitative intervju med tre ulike målgrupper. Intervjukandidatenes svar på barrierer og forutsetninger for deltakelsen i STJ –aksjonen på makro-, meso- og mikronivå, er grunnlaget for virkemidlene.

Metodekapittelet presenterer veien til målet og begrunnelser for ulike valg. Ved å vise hvordan undersøkelsene ble gjennomført, dataene analysert og resultatene fremstilt og drøftet, er ønsket å gi leseren troverdighet og forståelse. Metoden drøftes og oppgavens etiske perspektiver vurderes. Metodekapittelet har som mål å øke validiteten og påliteligheten til oppgaven.

Litteratursøk for å kartlegge tidligere forskning

For å bli kjent med tema og tidligere forskning startet prosjektet med å søke etter vitenskapelige artikler, stortingsmeldinger, offentlig rammeverk, lover og annen relevant litteratur. Gjennom søk i databaser som blant annet Oria, Google Scholar, og Helsebibliotekt ble interessant litteratur hentet ut. Søkingen etter litteratur var en kontinuerlig prosess under hele prosjektperioden. Eksempler på søkeord som ble brukt er: «Virkemidler og folkehelsearbeid», «Virkemidler og fysisk aktivitet», «Folkehelsekampanjer», «Sykling og aksjoner», «Instruments and behavior change» med flere.

7.1 Kvalitativt intervju

Valget falt på kvalitative intervju med ønske om å forstå andre menneskers oppfatning av virkeligheten og med vektlegging av nærhet for å oppnå forståelse (Jacobsen, 2005, s. 39). Kvalitative metoder har til hensikt å avdekke oppfatninger, meninger, motiver og tenkemåter hos deltakeren (Aadland, 2011, s. 208). Jeg ønsket å forstå hvordan intervjukandidatene oppfatter aksjonen og relevansen for sitt liv gjennom samtale (Kvale & Brinkmann, 2010, s. 19).

Innen virkemiddelforskning og atferdsendringer ønsker man å forstå valgene bak handlingene (Dahl et al., 2014), og i dette prosjektet; valget om å *ikke* delta i aksjonen. Gjennom kvalitative intervju dykket jeg dypere inn i personens verden for å avdekke hvilke barrierer og forutsetninger som kan påvirke deltakelse i STJ –aksjonen. Intervjuene bidro til mer enn å skrape overflaten, men gav anledningen til å stille utdypende spørsmål der relevant og interessant informasjon kunne hentes. Tilnærmingen hjalp meg å besvare både hovedspørsmål og underspørsmålene.

8.2.1 Semistrukturerte intervju

Gjennom *semistrukturerte intervju* var målet å forstå temaer fra dagliglivet ut i fra intervjupersonens perspektiver. Individuelle intervju ble gjennomført tilnærmet lik en daglig samtale, men med klare formål og en bestemt temaliste med tilhørende spørsmål. Intervjuene var verken en åpne eller lukket samtale etter bestemt spørsmål, men en samtale rundt temaer og forslag til spørsmål. Samtidig fulgte jeg ikke temalistens strenge rekkefølge, men med en åpen holdning ønsket jeg å lære av intervjukandidatene (Kvale & Brinkmann, 2010, s. 47, 138; Jacobsen, 2005, s. 142). Det er viktig at respondentene og informantene får komme til ordet og snakke om det de er opptatt av, derfor fungerte intervjuguiden mer som en huskeliste fremfor et bindende spørreskjema (Aadland, 2011, s. 209).

8.2.2 Hermeneutisk - fenomenologisk tilnærming

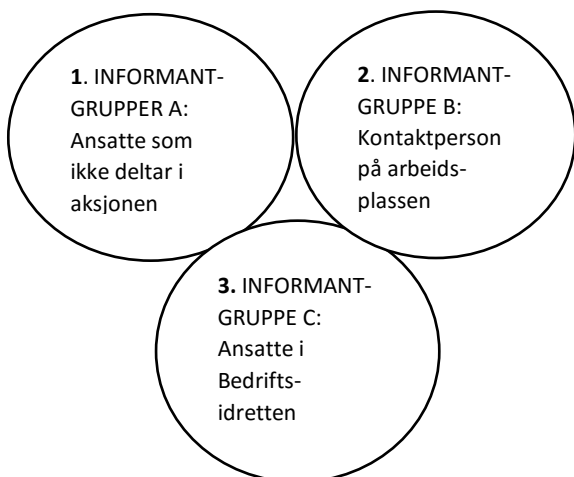
Studien har en hermeneutisk - fenomenologisk tilnærming, da fenomenologien ønsker og la fenomenet, her; intervjupersonene fremstå mest mulig på sine egne premisser, mens den hermeneutisk tilnærmingen veksler mellom refleksjon og erfaring, deler og helhet, forforståelse og erfaringstolkning. Sammen er de et godt verktøy for forståelse (Aadland, 2011, s. 194). Med den fenomenologiske tilnærmingen vil jeg prøve å beskrive fenomenene i intervjukandidatenes verden slik de opplever dem. Enkelte mener det handler om å beskrive så nøyaktig og fullstendig som mulig, fremfor å analysere og forklare. Samtidig hevder andre at det ikke er mulig med fullstendig nøyaktige beskrivelser. Så fra å beskrive enkeltfenomener til det mer allmenne, blir målet å få frem essensen (Kvale & Brinkmann, 2010, s. 33, 47).

Gjennom en hermeneutisk tilnærmingen ønsket jeg å forstå og tolke intervjukandidatenes svar og meninger, med bakgrunn i den forståelsen intervjuene gav meg. Som forsker ønsket jeg å se menneskers subjektive opplevelser «innenfra», i motsetningen til å beskrive kjølig og nøytralt. Gjennom en hermeneutisk tilnærming, og for en best mulig forståelse vekslet tolkningsprosessen mellom å se helheten og å studere enkeltdelene, den såkalte hermeneutiske sirkel, eller spiral. Forståelsen ble utvidet i samspillet mellom forforståelsen og erfaringstolkningene, i veksling mellom teori og praksis, refleksjon og opplevelse. Grensen mellom jeg-et og deg-et viskes også mer ut i den hermeneutiske sirkel, intervjuer og intervjukandidat stiller mer på lik linje, subjekt – subjekt fremfor subjekt – objekt (Aadland, 2011, s. 189-200).

7.2 Utvalget

Rekruttering av informanter skjedde i samarbeid med prosjektleder for Sykle til jobben – aksjonen. Prosjektleder sendte mail til to kontaktpersoner i ulike bedrifter som har tilbud om deltakelse i STJ-aksjonen. Om kontaktpersonene var interessert i å finne ansatte til forskningsprosjektet fikk de beskjed om å kontakte meg. Videre sendte jeg informasjonsmail til kontaktpersonen (se vedlegg 1) om forskningsprosjektet og hvilke kandidater jeg ønsket å intervju, med ulike kriterier for utvelgelse, som presenteres i tekstboks 1. De to kontaktpersonene la ut informasjon om prosjektet på bedriftenes intranett. Tilbakemeldingene fra kontaktperson var at få meldte seg, men at de til slutt fikk to ansatte hver til å stille. Det ble derfor ikke gjort et utvalg av mange kandidater, men intervju med de få som meldte seg.

I utvalget av kandidater var jeg bevisst på at forskjellige personer kunne gi meg ulike opplysninger og valgte derfor å intervju flere enn ansatte som ikke deltar. Jeg valgte et såkalt breddekriteriet for oppgaven, slik fikk jeg synspunkter fra flere ulike enheter (Jacobsen, 2005, s. 173, 176). Dalen (2004, s. 57) foreslår et utvalg bestående av tre ulike målgrupper. I denne oppgaven er målgruppe 1: Ansatte som ikke deltar i STJ-aksjonen. Målgruppe 2: Kontaktperson på arbeidsplassen til de som ikke deltar i STJ-aksjonen. Målgruppe 3: Ansatte i Bedriftsidretten.



De tre målgruppene med kriterier for utvelgelse:

- 1. Ansatte som ikke deltar i aksjonen:**
 - Ikke deltaker i Sykle til jobben – aksjonen.
 - Ansatt i en bedrift der de har tilbud om å delta.
- 2. Kontaktperson på arbeidsplassen:**
 - God kjennskap til aksjonen.
 - Aktivt involvert i aksjonen.
 - Kontaktperson på arbeidsplassen til noen i informantgruppe A.
- 3. Ansatte i Bedriftsidretten:**
 - God kjennskap til aksjonen.
 - Arbeider selv eller har tidligere arbeidet med aksjonen.

Figur 11: Bruk av tre målgrupper i intervjustudier (Dalen, 2004, s. 57).

Tekstboks 1: Kriterier for utvalget.

Bakgrunn for valg av tre forskjellige intervjugrupper var å sammenligne de ulike svarene og identifisere mulige barrierer og forutsetninger mellom tilbud fra Bedriftsidretten og på arbeidsplassen og til de ansatte som ikke deltar. Det handler om å se på det dynamiske samspillet mellom menneskers behov på en side og deres miljømessige påvirkninger på en annen (Stokols, 1996, s. 290). Svarene fra de tre målgruppene gav meg også innsikt i ulike barrierer og forutsetninger på et overordnet nivå i samfunnet.

1. INFORMANTGRUPPE A: Ansatte som ikke deltar i STJ –aksjonen

Ansatte som ikke deltar i aksjonen, men har andre på arbeidsplassen som deltar, er informantgruppe A. De er den direkte målgruppen jeg ønsker å hente informasjon fra, om hvorfor de ikke deltar og hva de tenker må til for å fremme deltakelse (Jacobsen, 2005, s. 171). Det ble gjennomført individuelle intervjuer med fire ansatte fra to ulike arbeidsplasser, to jenter og to gutter. En risiko ved å intervju ansatte som ikke deltar i aksjonen er at de kan være helt uinteressert i aksjonen og dermed ikke har noen tanker å dele med meg, som videre ikke gir svak data å analysere. Så for å sikre meg informasjon valgte jeg å inkludere kontaktpersoner som er engasjert i aksjonen fra før, og som arbeider med å engasjere ansatte på sin arbeidsplass til å delta.

2. INFORMANTGRUPPE B: Kontaktpersoner

Kontaktpersonene representerer informantgruppe B. De kan sitte med god kunnskap om meninger og holdninger rundt det man ønsker å finne ut av, uten å representere gruppen selv (Kvale & Brinkmann, 2010, s. 171). Det ble gjennomført to intervjuer med to ulike kontaktpersoner fra forskjellige arbeidsplasser.

3. INFORMANTGRUPPE C: Ansatte i Bedriftsidretten

Det ble gjennomført intervju med prosjektleder av STJ –aksjonen, samt en ansatt i Bedriftsidretten. I intervju med informanter fra gruppe C var målet å finne ut hvordan de arbeider med aksjonen i dag, hvilke tanker de har for fremtiden, samt hvilken barrierer og forutsetninger de ser i STJ -aksjonen. Jeg ønsket også å få vite noe hvordan aksjonen ble driftet tidligere, for å få et innblikk i utviklingen.

7.3 Intervjuguidene

I intervjuguiden hadde bestemte temaer definert, sammen med ulike underspørsmål, men ingen krav til at alle spørsmålene måtte stilles informantene. Jeg var mer opptatt av å hente ut interessant informasjon der det åpnet seg anledning for det. Så lenge hvert tema ble samtalt om, kunne underspørsmål utelates. Som enkelte forskere mener, kan åpne spørsmål gi fullstendige svar, og at samme standardiserte spørsmål kan bety forskjellige ting fra en intervjukandidat til en annen (Kvale & Brinkmann, 2010, s. 147).

Jeg utformet fire ulike intervjuguider:

- Intervjuguide til ansatte som ikke deltar i aksjonen (se vedlegg 6)
- Intervjuguide til kontaktpersonene (se vedlegg 5)
- Intervjuguide til prosjektleder i Sykle til jobben –aksjonen (se vedlegg 3)
- Intervjuguide til ansatt i Bedriftsidretten (Se vedlegg 4)

Temaene var gjentakende, og enkelte spørsmål ble stilt alle informantgruppene. Samtidig var det ulikt hva jeg ønsket svar på. Spørsmålene til ansatte som ikke deltar handlet mer om barrierer og forutsetninger de selv opplever og ser som kan påvirke deltakelsen. Spørsmålene til kontaktpersonene handlet mer om systemet og funksjon av aksjonen på deres arbeidsplass, samt inntrykket til kontaktpersonen av ansatte som ikke deltar og deltar i aksjonen. Til prosjektleder og ansatt i Bedriftsidretten ønsket jeg å vite hvordan de jobber og har jobbet tidligere, samt hvilke barrierer og forutsetninger de selv ser ved STJ –aksjonen i dag.

Intervjuguidene med temaer og underspørsmål ble utarbeidet med bakgrunn i litteratur, teorier, og de ulike faktorene på forskjellig nivå og virkemiddelkategoriene presentert tidligere i oppgaven. Slik sikret jeg informasjon på alle nivåene. Eksempler på temaer er: «Fysiske barrierer og forutsetninger», «Økonomiske virkemidler», «Kultur» og «Fysiske miljø».

Et annet viktig aspekt med intervjuguidene var å ikke skape ledende spørsmål på bakgrunn av min forforståelse og forkunnskap. Så utfordringen ble å formulere spørsmålene slik at intervjukandidatene tenkte selv og var minst mulig påvirket av meg som forsker.

7.4 Datainnsamling

Før intervjuene satt jeg meg inn i STJ –aksjonen på Bedriftsidrettens nettsider og andre medier. Forberedelsene hjalp meg til å stille oppfølgingsspørsmål som utfylte informasjonen som allerede er tilgjengelig på nett. Jeg valgte også å gjennomføre intervjuene med ansatte i

Bedriftsidretten først, slik at jeg stilte med utfyllende kunnskap om aksjonen før intervjuene med de som ikke deltar og kontaktpersonene.

7.4.1 Intervjusituasjonen

De første to minuttene av et intervju er viktige, her danner intervjupersonen seg et bilde av intervjuer. For å skape god kontakt mellom meg som intervjuer og intervjuperson startet hvert intervju med en introduksjon av tema og hva intervjuet skulle brukes til, om lydopptak og om intervjupersonen hadde eventuelle spørsmål. Videre startet jeg intervjuet med lettere temaer som en slags oppvarming til de mer dyptgående og «personlige» temaene. Helt til slutt avsluttet jeg med generelle spørsmål for å få en rolig nedtrapping (Kvale & Brinkmann, 2010, s. 141,150). I begynnelsen og under hele intervjuet var det viktig å lytte oppmerksomt og vise interesse, samt ha forståelse og respekt ovenfor svarene intervjupersonen gav. Åpent og nysgjerrig søkte jeg etter informantenes egne synspunkter, meninger og motiver (Aadland, 2011, s. 207).

Etter intervjuet kan situasjonen være anspent, og intervjupersonen kan føle seg sårbar ved å ha utlevert personlig informasjon. Samtidig kan intervjupersonen føle at intervjuet gav en berikelse og ny kunnskap (Kvale & Brinkmann, 2010, s. 141-142). Etter endt intervju spurte jeg om intervjupersonene hadde spørsmål, og igjen takket for at personen ville hjelpe.

7.4.2 Transkribering

Intervjuene ble transkribert så kort tid som mulig etter gjennomført intervju. På den måten ble jeg kjent med intervjuene når de ennå var ferskt i minne, som senere kunne styrket analyseprosessen (Dalen, 2004, s. 64-65). Intervjuene ble ordrett transkribert av meg som forsker. Var det en spesiell stemning og noe som utpekte seg under intervjuet ble dette også notert, sammen med kommentarer etter avslått lydopptaker. Fakter, blick og kroppsspråk ble ikke vektlagt i stor grad, grunnlaget for analysen og tolkningene ligger i det transkriberte intervjuet.

7.5 Analyse og fortolkning

Kvalitet kan ikke fremstilles objektivt som harde fakta, men må tolkes (Aadland, 2011, s. 206). Ved bruk av en hermeneutisk metode analyserte og fortolket jeg de transkriberte intervjuene. En veksling mellom det å se helheten og de enkelte detaljene i dataene. Detaljene gav meg ny innsikt om barrierer og forutsetninger. Målet var å se mønster, spesielle avvik eller underliggende årsaker. De ulike detaljene hjalp meg til å se helheten, ved å sammenligne de ulike intervjuene og se hva de har til felles eller hva som skiller de, fant jeg mulige virkemidler for å fremme deltakelse (Kvale og Brinkmann, 2010, s. 185-186).

De ulike delene hjalp meg å få et mer detaljert, nyansert og sammenhengende bilde av situasjonen og meningene til intervjukandidatene. Ut ifra ord og meninger grupperte jeg svarene. Først leste jeg intervjuene som en helhet, så tok jeg hvert enkelt intervju og analyserte de hver for seg, før jeg satt meninger fra de ulike intervjuene sammen og forsøkte å skape en meningsfull helhet. Ord og utsagn som først ikke fant sin plass, fikk etter hvert en mening i helheten og gav resultatene styrke. Slik vekslet jeg mellom å se deler og helhet i tolkning og analyse av dataene (Aadland, 2011, s. 193).

Jeg fulgte en tre-steps-innholdsanalyse:

1. *Beskrive*: Etter transkribering leste jeg gjennom hvert intervju og noterte, streket under og fremhevet interessante utsagn. En såkalt grovere systematisering av intervjuene, og fikk en generell helhetlig oversikt over materialet (Jacobsen, 2005, s. 195).
2. *Systematisere og kategorisere*: for å redusere uoversiktligheten og sile ut nødvendig informasjon, utarbeidet jeg et skjema for hvert enkelt nivå med de ulike faktorene hvor jeg fylte inn relevant informasjon fra de transkriberte intervjuene. Det var nødvendig for å skaffe meg en dypere oversikt over stoffet. Her ble deler satt sammen igjen til en meningsfull helhet, og «umulige» svar fikk sin plass i helheten. Tabell 2 viser hvordan intervjudataene ble systematisert på makronivå. Et slikt skjema ble utarbeidet for både mikro-, meso- og makronivå.

MAKRONIVÅ				
	Ansatt som ikke deltar i Sykle til jobben -aksjonen	Kontaktpersoner	Prosjekt- leder	Ansatt i bedriftsidretten
Gang- og sykkelveier	«Ja, det er tilrettelagt ... At sykkelveier er sopa og rengjort, det er kanskje det viktigste, tror jeg.» «... Dessverre dårlig vedlikeholdt. Punkt en må jo være det å være trygg i trafikken»	«For det er jo klart, man må gjøre sykkel til det enkleste og raskeste valget.»	--	«Jeg tror sånn at fremkommeligheten og tilretteleggingen generelt har blitt bedre.»
By- og nærområde- struktur				
Tilskudd og økonomisk støtte				

Tabell 2: Skjema for å systematisere svarene fra intervjuene, et eksempel på makronivå.

Analysen hjalp meg å besvare underspørsmålene, og la grunnlaget for videre analyse av virkemidler. Analysen og fremstillingen visualiserte utsagn og mengden informasjon og hjalp til å se hva informantene var mest opptatt av. Samtidig fikk jeg sammenlignet svarene mellom intervjukandidatene og sett ulike trender og forskjeller i barriere og forutsetninger. Det hjalp meg også i å kartlegge hull mellom målgruppens ønsker og tilbudet fra arbeidsplassen og Bedriftsidretten.

3. *Sammenbinde*: Videre dykket jeg dypere å fortolket utsagn og dataene i skjemaet, for å lete etter meninger og årsaker som kunne ligge skjult. Det å tolke resultatene handler om å sette svarene fra undersøkelsen inn i en større sammenheng (Jacobsen, 2005, s. 195, 376). For å løfte materialet fra et beskrivende til et mer fortolkende nivå brukte jeg «experience near - experience distant» metoden. «Experience near» er informantenes konkrete forhold, og som jeg finner i intervjuene, de direkte sitatene. «Experience distant» er mine tolkninger av en uttalelse, eller informantenes egne tolkninger av en hendelse. Sammen satt jeg disse inn i et skjema og koblet uttalelsene og tolkningene opp mot relevant teori (Dalen, 2004, s. 65-66). Prosessen hjalp meg å utvikle virkemidler gjennom en dypere innsikt og forståelse av utsagn om hvilke barrierer og forutsetninger som påvirker deltakelse. Analysen er grunnlaget for resultatene og drøftingen.

MESONIVÅ			
Experience near	Experience distant	Teori	VIRKEMIDDEL
Sitat	Tolkning		
<p><i>Kontaktperson A</i>: «Det er en veldig høy terskel for noen å sykle til jobb» «De som er med på andre ting, de er også med på Sykle til jobben».</p> <p><i>AB</i>: «... gruppen som sykler med pulsmåler og mord i blikket, kondomdressen, de skal slå rekorden med to minutter. Den gruppen var mindre før. Den er lissom skutt i været. Men de er ikke noe interessert i registrere seg hos oss»</p> <p><i>Prosjektleder</i>: «veldig opptatt av å ikke miste lavterskelfokuset»</p>	<p>Er det slik at de som har en høy terskel for å melde seg på ikke tør fordi de sammenligner seg med syklistene med «mord i blikket og kondomdress»? Risikerer STJ –aksjonen dermed å miste potensielle deltaker i begge ender. Det er viktig å bevare lavterskeltilbudet. Men det er også viktig at det er profesjonelt og attraktivt for alle.</p>	<p>Sosial-kognitiv teori:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rollemodeller. - Høy og lav prestisje. - Mestringsfølelsen. 	<p>Kulturelle og sosiale virkemidler:</p> <p>«Rekruttere flere ildsjeler, lokale pushere på arbeidsplassen.»</p>

Tabell 3: Et eksempel på fortolkning og sammenbinding av data på mesonivå ved bruk av «Experience near - Experience distant» metoden.

Analysen hjalp meg å forenkle funnene og presentere hovedfunn innenfor de ulike nivåene og virkemiddelkategoriene. Målet var å beskrive, forstå og forklare hvorfor ansatte ikke deltar i STJ-aksjonen, for så å utvikle virkemidler som kan fremme deltakelsen (Jacobsen, 2005, s. 378, 221).

7.6 Fremstilling av resultater

Forarbeidet med å kartlegge relevante teorier, tidligere forskning og lesing av annen litteratur hjalp meg i fremstilling av resultat og drøftingen (Dalen, 2004, s. 77).

Tematisering

Dalen (2004, s. 77) kaller en fremstillingsmetode for «tematisering». I dette prosjektet er tematisering brukt i form av at jeg som forsker har valgt ut ulike nivåer med tilhørende temaer eller faktorer, som kan være relevant for å besvare problemstillingen, videre blir temaene innarbeidet i intervjuguidene, og etter innsamlingen av dataene analyseres utsagnene under de samme nivåene og faktorene. Samtidig var det viktig for meg å ikke låses helt til bestemte faktorer, og være åpen for sammenslåing, fjerning eller tilføyning av nye (Dalen, 2004, s. 77, 79). Derfor ble faktorene endret både i bakgrunn og resultater underveis i prosjektet.

Bruk av sitat

Svarene fra intervjuene er grunnlaget for resultatene, og svarene blir ikke bare fremstilt hver for seg, men også sammenlignet med hverandre for å se trender og essenser. Resultater begrunnes med utvalgte sitat fra intervjuene (Dalen, 2004, s. 97). Det var viktig å få frem gode tilstandsbilder og forståelsesmodeller. For å underbygge og illustrere resultatene brukes direkte sitat i fremstillingen, både generelle funn og avvik begrunnes med korrekte sitat fra de transkriberte intervjuene (Jacobsen, 2005, s. 203). Det blir brukt sitater som fanger opp meninger eller tanker hos mange, men også sjeldne sitat der få har uttalt seg om tema (Dalen, 2004, s. 99). Med sitatene ønsker jeg å få frem essensen, de ble valgt med ønske om å gi leseren innsikt i hva det handler om og forståelse for virkemidlenes behov.

7.7 Drøftingen av resultatene

Med utgangspunkt i resultatene og som et resultat av fortolkningen drøfter jeg svarene og de ulike virkemidlene opp mot teorier og relevant litteratur. Min forforståelse og mine tolkninger er ikke subjektive ut i fra min egen forforståelse og forståelse av verden. Derfor er det viktig å sette mine tolkninger opp mot annen forskning og relevante teorier, og på den måten styrke funnene (Aadland, 2011, s. 190).

Grunnlaget for drøftingen springer ut av mistankens hermeneutikk. Tolkningene av det jeg ser og hører prøver også å finne noe som ligger bak, noe større og grunnleggende. Ut ifra min forståelse og mine erfaringer prøver jeg å «se» hvilke virkemidler som trengs for å fremme deltakelse (Aadland, 2011, s. 197).

7.8 Metodedrøfting

Her stiller jeg meg kritisk til mitt eget forskningsprosjekt og min egen metode. I tillegg til å vurdere generaliserbarhet, validitet og reliabilitet, diskuteres styrker og svakheter ved metoden. Studien har et intensivt design, som ønsket å få frem relevant data om detaljer og undersøke dybden til barrierer og forutsetninger for deltakelse, noe som ofte styrker intern gyldighet. Funnene er spesifikke for casen, og vanskelig å generalisere (Jacobsen, 2005, s. 96).

Generaliserbarheten

Svarene fra de kvalitative intervjuene med ansatte som ikke deltar kan identifisere individuelle barrierer eller forutsetninger som ikke er mulig å generalisere til hele grupper. Likevel må jeg prøve å se om det er mønster og gjentakende svar fra flere av respondentene og informantene. Ved kvalitative tilnærminger er det vanskelig å si noe om det generelle og typiske, men heller finne det spesielle og unike. Å generalisere svarene til enkeltmennesker til å gjelde meninger for hele grupper er vanskelig, og ikke meningen. Intervjuene egner seg best der man ønsker enkeltes meninger om ulike forhold eller et fenomen (Jacobsen, 2005, s. 142-143, 171).

Virkemidlene som presenteres i denne oppgaven er ikke nødvendigvis virkemidler som kan fremme deltakelsen blant alle ansatte i Norge. Samtidig kartlegges barrierer og forutsetninger som ikke er forsket på tidligere og kan legge et grunnlag for videre forskning.

Validitet

Om utvalget speiler virkeligheten er usikkert. Likevel kan mitt brede utvalg gi variasjon, samt tilgjengelig og relevant informasjon. Det finnes ikke en sann virkelighet, og selv om flere intervjupersoner ville gitt flere sider med transkribert data, er det ikke sikkert resultatene blir mer riktig. Meningene er knyttet til hvert enkelt individ (Dalen, 2004, s. 107, 101).

Min redegjørelse av prosessen som er beskrevet over blir prosjektets *deskriptive validitet*. Som forsker spiller jeg en viktig rolle i analyse- og forskningsprosessen, og siden jeg har gjennomført alle intervjuene, samt transkribert, analysert og fremstilt alt selv kan dette styrke kvaliteten gjennom en felles forståelse og gjennomføring (Dalen, 2004, s. 107).

Dalen (2004, s. 109) sier at tolkningen av utsagnene går utover øyeblikksbildene og valideres gjennom en større helhetsforståelse. Gjennom drøftingen blir resultatene sett i sammenheng med annen litteratur, samt relevante teorier, som igjen kan øke validiteten.

Intervjukandidatenes egne ord er hovedgrunnlaget for tolkning og analyse, det er derfor viktig med fyldig og relevant informasjon, gjennom gode temaer og spørsmål. Intervjuguidene ble prøvet og nøye gjennomgått i samarbeid med veiledere. Båndopptakeren ble testet og sikret god lyd kvalitet (Dalen, 2004, s. 108). På grunn av begrenset tid fikk jeg ikke tid til å teste intervjuguiden på ukjente personer tilnærmet lik intervjukandidatene i prosjektet.

Intervjuguidene ble kun testet på nære kjente.

Reliabilitet

Det er vanskelig å stille like krav til etterprøvbarhet i kvalitative undersøkelser som i kvantitative. For å oppfylle reliabilitetskravet i mitt forskningsprosjekt har det vært viktig å beskrive fremgangsmåten så detaljert og nøyaktig som mulig, slik at en andre forskere kan ta på de samme «forskerbrillene» om samme prosjekt skal gjennomføres (Dalen, 2004, s. 103).

Metodekritikk

Det er utfordrende å finne årsakssammenhenger i casestudier, og virkemidlene som ønsker å fremme deltakelsen er ikke gitt at fungerer. Det er ofte mange årsaker som kan påvirke et utfall, her mange årsaket til at ansatte ikke deltar i STJ -aksjonen (Jacobsen, 2005, s. 90-92). Det er vanskelig å si hvilke barrierer og forutsetninger som egentlig påvirker deltakelsen. Samtidig kan resultatene styrkes gjennom intervjuene med kontaktpersoner og ansatte i Bedriftsidretten.

Å forske på barriere, forutsetninger og virkemidler kan gi assosiasjoner til kvantitative undersøkelsesdesign. Likevel valgte jeg kvalitative intervju, med ønske om å forstå valgene bak det å ikke delta. Jeg ønsket å ha muligheten til å stille oppfølgingsspørsmål, grave dypere ved interessante temaer og hente ut relevant informasjon. Ved kvantitative undersøkelser ville svarene vært preget av mine utvalgte svaralternativer, mens med kvalitative intervju ble svarene friere. Utenom de utvalgte temaene med forslag til underspørsmål kunne jeg stille åpent påvirke svarene minst mulig, på tross av forforståelsen og kunnskapen på området. Metoden hjalp meg å få svar som kvantitative undersøkelser kanskje ikke ville gitt.

Kvale og Brinkmann (2010, s. 137) sier at et forskningsintervju er en samtale mellom to personer om et emne med felles interesse. I mitt tilfelle var det ikke nødvendigvis felles interesse for tema hos informantgruppe A, mer blant informantgruppe B og C. Et annet alternativ var å intervju ansatte som allerede deltar i aksjonen og undersøkt hva de ser som barrierer og forutsetninger.

Men valget falt på ikke-deltakende da de kanskje ser andre barrierer og forutsetninger enn de som allerede er deltakere.

Det kunne også vært interessant å inkludert intervju kandidater fra makronivå, mennesker som representerer sykkelsatsingen og satsingen på fysisk aktivitet nasjonalt. Slik at deres syn, mål og meninger også kunne bli vurdert, da økologiske modeller krever målinger fra flere nivåer (Spence & Lee, 2003, s. 8). Samtidig påpeker SØP at undersøkelsene ikke trenger å finne sted ved alle nivåene, og at mine intervju kandidater fra to nivåer egentlig er tilstrekkelig for denne oppgaven.

Samtidig som SØP er opptatt av det komplekse og dynamiske samspillet mellom ulike faktorer, kan fokuset på for mange faktorer ha svekket mulighetene for å dykke dypt nok innen hvert tema. Intervjuene kunne også vært lenger, samtidig som det varierte veldig ut ifra interessen hva varigheten ble. En løsning kan være å inkludere flere temaer og underspørsmål.

For å sikre meg enda mer utfyllende og gjennomtenkte svar fra ser jeg i etterkant at det hadde vært lurt å sendt intervjuguidene til intervju personene før intervjuene, slik at de fikk forberedt seg og tenkte igjen hva de egentlig mener. Samtidig, ved å ikke sende intervjuguiden på forhånd sikret jeg spontane svar, uten muligheten for å pynte på sannheten eller forberede gode svar som kan virke «riktig» å si.

7.9 Etiske perspektiv

Norge er et lite land og det kan være fare for at grupper eller individer i spesielle miljøer blir gjenkjent. Å formidle et bildet som henger ut enkeltmennesker kan stemple de for lang tid, det er dermed viktig å være bevisst hva som formidles og hvordan det formidles (Dalen 2004, s. 21). Retningslinjene i Helsinkideklarasjonen er til for å ivareta informantenes eller deltakernes rettigheter og ble i dette forskningsprosjektet vurdert og ivaretatt (Espenes & Smedslund, 2009, s. 81). Kvale og Brinkmann (2010, s. 86) presenterer en liste over etiske spørsmål som bør vurderes i begynnelsen av en intervjuundersøkelse. Relevante spørsmål presenteres videre.

Godkjenning NSD

Før datainnsamlingen søkte jeg godkjenning hos Norsk samfunnsvitenskapelige datatjeneste AS (NSD). Personvernombudet vurderte prosjektet og fant det gyldig etter kravene i personopplysningsloven § 31. Prosjektet ble godkjent fra 05.01.2016 (Se vedlegg 7).

Rekruttering

For å nå ut til ikke-deltakende og kontaktpersoner i ulike bedrifter ble informantgruppe A og B rekruttert gjennom prosjektleder i Bedriftsidretten. Store deler av ansatte i Norge deltar ikke i aksjonen, men i håp om best mulig informasjon valgte jeg ikke-deltakende på arbeidsplasser der andre kollegaer deltar.

Prosjektleder sendte mail til kontaktpersonene, der kontaktpersonene videre la ut spørsmål om deltakelse på deres fellessider i bedriften, og spurte om noen av de ansatte var villig til å delta. Tilbakemeldingene fra kontaktpersonene viser at rekrutteringen ikke var enkel, og interessen ikke veldig stor. Av den grunn kunne jeg ikke videre velge mellom et knippe frivillige, men intervju de få som meldte seg.

Informasjon og samtykke

Informasjons- og samtykkebrev (Vedlegg 1 og 2) ble sendt til alle informantene på mail før gjennomføring av intervju. Det samme brevet skrev jeg ut og fikk signert av hver enkelt før intervjuet startet. Jeg forsikret meg om at informantene var innforstått med at intervjuet ble tatt opp på lydbånd og at dette var greit. Der informanten ønsket det ble sitater som jeg ønsket å bruke i oppgaven sendt inn for godkjenning hos deltakeren. Det var én informant som ønsket dette.

Konfidensialitet

I informasjons- og samtykkebrevet står det at alle personopplysninger blir behandlet konfidensielt og uten mulighet for gjenkjennelse. Signeringen gav samtykke for deltakelse. Prosjektleder for STJ –aksjonen har gitt egen godkjenning for omtalelse som «prosjektleder» i oppgaven. Intervjuene ble tatt opp på lydbånd og senere transkribert. Det var kun forsker og mine veiledere som hadde tilgang på dataene. Etter endt forskningsperiode og rapportering slettes lydfiler og transkriberte intervju.

Konsekvenser eller fordeler

Jeg ser ulike fordeler ved å delta i intervjuundersøkelsene for informantene. Fordeler for Bedriftsidretten gjennom hjelp til å fremme antall deltakere i aksjonen. Fordeler for informantgruppe A ved å arbeide for et bedre tilbud ut i fra deres egne ønsker. Fordeler for kontaktperson, som hjelp til å rekruttere flere av sine ansatte til aksjonen.

En konsekvens av intervjuet kan være at intervjupersonene føler seg utlevert og kan angre på det som er sagt (Kvale & Brinkmann, 2010, s. 91). De som ikke deltar i aksjonen kan være en

sårbar gruppe å intervju. Det var viktig å ikke virke dømmende ovenfor ansatte som ikke deltar i aksjonen, men skape en forståelse for at ikke alle deltar.

7.10 Forforståelse

Hermeneutikken vektlegger oppmerksomheten på rollen forforståelsen spiller. Det er viktig å reflektere over hvilke briller man ser prosjektet gjennom, og hvilken rolle jeg som forsker spiller. Den hermeneutiske sirkelspiral kan også symbolisere hvordan vi hver dag ser og lærer noe nytt, som gjør at vi ikke er den samme en dag fra en annen, forforståelsen endres. Fenomenologien er opptatt av å la fenomenet snakke for seg og sine premisser så langt det lar seg gjøre (Aadland, 2011, s. 210).

Under forberedelser og i alt arbeid før intervjuene var det viktig å ikke tenke for mange mulig svar som kunne forventes av intervjupersonene. Som Kvale og Brinkmann (2010, s. 33) så fint beskriver det, satt jeg forhåndskunnskap til side og fokuserte på presise beskrivelser og åpenhet ovenfor intervjupersonen.

8. RESULTATER

Gjennom kvalitative intervju med tre ulike målgrupper var målet å undersøke hvilke barrierer og forutsetninger som kan påvirke deltakelsen i STJ – aksjonen, og hvilke virkemidler som kan fremme deltakelse blant ansatte som ikke deltar. Det ble til sammen gjennomført åtte intervjuer, hvert intervju ble tolket, analysert og systematisert, før de ulike intervjuene ble sammenlignet for å identifisere trender, sammenhenger og hvilke virkemidler som kan iverksettes for å fremme deltakelsen. Fortolkningen, analysen, systematiseringen og sammenligningene av dataene er grunnlaget for resultatene.

Innen hvert nivå presenteres først barrierene og forutsetningene. Samlet på slutten av kapittelet i tabell 5 presenteres ulike virkemidler innenfor hovedkategoriene; fysiske og strukturelle, informative og kommunikative, økonomiske, regulative, og kulturelle og sosiale virkemidler. Nivået virkemiddelet bør iverksettes fremgår også fra tabellen.

Presentasjon av informantene:

For å gi et bilde av hvem informasjonen er hentet fra gis en kort beskrivelse av informantene. Informantene er gitt forkortelser eller fiktive navn for å bevare anonymiteten, med unntak av prosjektleder i aksjonen, som har gitt samtykke om omtalelse som prosjektleder.

INFORMANTENE	
Ansatt i Bedriftsidretten [AB] 36:18 min	AB har jobbet i Bedriftsidretten i mange år og har fulgt utviklingen og overgangene i Sykle til jobben –aksjonen.
Prosjektleder i Sykle til jobben –aksjonen 27:29 min	Prosjektleder jobber 100 % med Sykle til jobben –aksjonen.
Kontaktperson A 22:46 min	Kontaktperson A jobber med å rekruttere sine kollegaer til å delta i Sykle til jobben –aksjonen, og deltar også selv. Et bindeledd mellom Bedriftsidretten og arbeidsplassen.
Kontaktperson B 23:36 min	Kontaktperson arbeider i hele sin kommune med å øke antall syklende, og samarbeidet med Bedriftsidretten for å engasjere ansatt i Sykle til jobben –aksjonen. Sykler til og fra jobb selv, men deltar ikke hvert år i aksjonen.
Ansatt som ikke deltar i aksjonen [Anne] 24:27 min	Anne er 49 år og har ett års utdanning etter videregående. Hun er ansatt i en bedrift som får sponset deltakelse.
Ansatt som ikke deltar i aksjonen [Ole] 14:43 min	Ole er 49 år og har en fire-årig økonomi og administrasjon utdanning. Han er ansatt i en bedrift som sponser deltakelse i aksjonen for sine ansatte, han har hørt om aksjonen og vet om noen som deltar, men han kjenner ingen.
Ansatt som ikke deltar i aksjonen [Per] 30:35 min	Per er 31 år og har en tre-årig bachelorutdanning. Han er ansatt i en bedrift som får sponset deltakelse og kjenner mange arbeidskollegaer som deltar, ingen venner eller familie.
Ansatt som ikke deltar i aksjonen (Lise) 47:47 min	Lise er 52 år og har en tre-årig høyskoleutdanning. Hun er ansatt i en bedrift som får sponset deltakelse, hun kjenner til aksjonen og har hovedsakelig kollegaer som deltar. Kollegaer fra andre avdelinger enn den hun selv arbeider på

Tabell 4: Presentasjon av informantene.

Arbeidsplass A: Kontaktperson A, Ole og Unni.

Arbeidsplass B: Kontaktperson B, Per og Anne.

Selv de i informantgruppe A ikke deltar i STJ –aksjonen er enkelte aktive på andre måter, samtidig forteller flere at de er late og ser at de skulle vært mer fysisk aktive.

8.1 Makronivå

Resultatene viser barrierer og forutsetninger som kan påvirke deltakelsen på makronivå. Avslutningsvis fremstilles virkemidler med bakgrunn i barrierene og forutsetningene, virkemidler for Bedriftsidretten eller arbeidsplassen.

Gang- og sykkelveier

Manglende sykkel- og gangveier ser ikke ut til å være en barriere for deltakelse. De fleste informantene uttrykker at de er fornøyd med tilgangen på sykkel- og gangnettet i sitt nærområdet. AB forteller at hun har sett en positiv utvikling i tilrettelegging og fremkommeligheten de siste årene. Samtidig forteller kontaktperson B at infrastrukturen jobbes kontinuerlig med og at det hele tiden kommer nye prosjekter for gang- og sykkelveier.

Til tross for at tilgangen på gang- og sykkelveiene er gode, uttrykker flere i informantgruppe A at kvaliteten på veiene er varierende. Flere nevner at mangelen på rengjorte og kostede sykkelveier står som en barriere for deltakelse. En annen barriere er kvaliteten på asfalten, som Per forteller:

«Jeg ser jo at det er dårlig asfalt. Jeg vet at jeg aldri kommer til å sykle ut i veiene. Jeg blir irritert når andre syklistene sykler i veien.»

I tillegg til dårlig asfalt påpeker Per en annen barriere; konflikten mellom syklende og bilister. Syklistene er litt fotgjengere og litt bilister. Samtidig må syklistene også skjerpe seg, og ansatt i Bedriftsidretten eksemplifiserer med det å ikke stoppe på rødt lys. Flere i informantgruppe A nevner også konflikten mellom fotgjengere og syklistene. Lise forklarer det slik:

«Sånn generelt tenker jeg at gang- og sykkelstiene er tryggere fordi de er adskilt, dessverre er de også dårlig vedlikeholdt, sånn de som hvert fall sykler litt fort, de har en tendens til å sykle i veibanen, fordi den er jevnere, også er ikke alle de teite fotgjengerne der.»

Samtlige informanter forteller om manglende respekt for syklistene i Norge, at de som sykler verken blir akseptert på gangveien eller i veibanen. Den manglende respekten for syklistene står som en barriere i samfunnet, og det er et behov for å skille harde og myke trafikanter. Det må

være trygt å bevege seg ute, samtidig raskt og enkelt påpeker intervjupersonene. Kontaktperson B sier hva han tenker må til, og sammenligner med København:

«For det er jo klart at man må gjøre sykkelen til det raskeste og enkleste valget, hvis for eksempel bilen er like enkle å bruke, så er det mange som velger den i stedet.»

Bilen er en ny og klar barriere som hindrer deltakelsen i aksjonen. AB snakker om en negativ utvikling i forhold til at vi kjører så mye, selv når vi skal på treningsstudio tar vi bilen. Hun kommer med noen viktige tanker:

«Det at vi kjører så mye tenker jeg, at ting skjer så fort, det tenker jeg har vært en negativ utvikling ... Sånn i dag er jo foreldrene redd for at ungene skal sykle om ikke sykkelveiene er veldig trygg, fordi det er så mange av foreldrene som kjører barna sine til skolen.»

Det blir et paradoks, et økt antall bilister påvirker risikoen ved å sykle og bevege seg ute, som igjen fører til at flere velger å kjøre. Flere i informantgruppe A sier de velger bilen for å få logikken til å gå opp i en travel hverdag. Om man skal hente barn på skole og i barnehage, og handle sier flere at bilen er enklest å bruke. Til slutt tar jeg med enda en barriere som AB påpeker, i tillegg til at sykkelen er i konflikt med bilister og fotgjengere, er heller ikke sykkelen velkommen på kollektivtilbudene. En forutsetning for at ansatte som bor langt unna kan delta i aksjonen og sykle til arbeid, kan være å ta med sykkelen på toget halve veien, for så å sykle resten, og helst uten å betale dobbel pris. Samt bedre tilrettelegging av sykkelplasser på tog også i rushtiden, særlig blant ansatte som har for lang vei til arbeid.

Barrierer og forutsetninger:

- Dårlig vedlikeholdte gang- og sykkelveier kan være en barriere.
- Konflikten mellom bilister og syklistene, og syklistene og fotgjengere.
- Bilens utvikling er en barriere.
- Forutsetning med god plass og billig frakt av sykkel på kollektivtilbudene for ansatte som bor langt unna arbeidsplassen.

By- og nærområdestruktur

Alle i informantgruppe A forteller at de er fornøyd med tilgjengeligheten til grøntarealer, lysløyper, turstier og idrettsanlegg i nærområdet der de bor. De forteller også at redselen for å bevege seg ute ikke er en barriere for å delta i aksjonen. Samtidig opplever AB at sykling i nærmiljøet har gått ned med årene, og sier at de har muligheten til å hente ut mye mer der.

Låsbare og trygge sykkelparkeringer er en forutsetning for bruk av sykkel blant flere av intervjukandidatene. Usikkerheten for om sykkelen man investerer i får stå i fred virker som en stor barriere i valg om å sykle generelt og videre delta i aksjonen. Respondentene etterlyser trygge sykkelparkeringer på arbeidsplassen, og ikke minst andre steder i byen, i nærområdet og på butikken. Slik forklarer Unni det:

«Låsbare sykkelstativ. Selv om man sykler en gammel «skræbb» er det greit å finne igjen sykkelen når man kommer ut av butikken igjen eller noe.»

Barrierer og forutsetninger:

- Forutsetning med trygge og låsbare sykkelstativ på arbeidsplassen, men også andre steder i byen og nærområdet.

Tilskudd og økonomisk støtte

Aksjonen har politikere som stiller seg bak konseptet og får noen økonomiske midler fra Statens vegvesen, men det virker ikke til å være nok i forhold arbeidet Bedriftsidretten ønsker å gjøre og ser behov for. Flere i informantgruppe A blander STJ –aksjonen med andre aksjoner under intervjuene, og må føres tilbake på rett aksjon under samtalen. Prosjektleder kommer med et annet viktig poeng, som også kan være med å påvirke deltakelsen i STJ -aksjonen, samt en barriere for utviklingen av Sykle til jobben - aksjonen:

«Istedenfor å lage 500 forskjellige kampanjer er det noe med å styrke én kampanje og gjøre den så god som mulig slik at alle kan stille seg bak den ... bruke skattebetalernes penger mest mulig fornuftig.»

Det blir og lagt frem et forslag om skattefradrag for de som deltar i aksjonen og sykler til jobben av AB. Forslaget blir overraskende godt mottatt blant flere informanter og de tror at et slikt tiltak kunne motivert de til å delta. Samtidig er noen skeptiske og spør hvor staten skal hente de pengene fra, samtidig som de sier det ville vært en veldig stor gulrot. Momsfradrag på sykler blir også foreslått av AB, hun forklarer tanken om skattelette og momsfradrag slik:

«Jeg tror det må gå på at man har noen private fordeler, det må enten være gode tilbud på et eller annet som et viktig for deg. Det skulle vært skattelette, registrere fra loggen din at du har syklet, så får du et særfradrag på skatten din, det tror jeg hadde fungert utmerket. Folk bryr seg ikke egentlig om det som skjer her eller der, de bryr seg om meg og mine fordeler ... Hvorfor skal man å momsfratak på elbil når man må betale moms på sykler, det er et interessant spørsmål.»

Barrierer og forutsetninger:

- Manglende private fordeler, som skattelette og momsfradrag, ved å delta?
- Barriere at det er for mange «like» aksjoner i samfunnet.

8.2 Mesonivå

Her presenteres barrierer og forutsetninger på mesonivå. Avslutningsvis fremstilles virkemidler som kan fremme deltakelsen iverksatt av Bedriftsidretten eller arbeidsplassen. Minner om at kontaktpersonene representerer hver sin arbeidsplass, sammen med to ansatte som ikke deltar; arbeidsplass A og arbeidsplass B.

Fysiske og strukturelle miljø på arbeidsplassen

Manglende tilfredsstillende garderobes og dusjmuligheter viser seg å være en barriere i valg om å delta i aksjonen og i valget om å Sykle til jobben. Arbeidsplass B har garderobes og dusj, men de ansatte er ikke veldig fornøyd med tilbudet og forteller at de ikke er veldig gode. Arbeidsplass A har ingen tilgang på dusj eller garderobe. Unni forteller:

«Da jeg bodde i Oslo, da syklet jeg til jobben, der hadde jeg dusj på jobben, og det har jeg ikke her.»

De to arbeidsplassene har heller ikke tilgjengelig treningsrom på arbeidsplassen, som kan være enda en barriere for å delta. Selv om begge arbeidsplassene har sykkelparkeringer forteller både kontaktpersonene og de som ikke deltar i aksjonen at de kunne vært bedre. Samtidig forteller de om gratis parkering for bilen, noe som gjør det enda enklere å velge bilen til arbeid.

Prosjektleder forteller at Bedriftsidretten jobber nettverksbasert, og med mange ulike samarbeidspartnere, men at det blir litt tilfeldig hvordan ting skjer. Likevel er nettverkene med på å rekruttere og hjelper til å dra. Samarbeidspartnerne er viktig forteller prosjektleder, da de ikke har penger til å kjøpe tjenester.

Barrierer og forutsetninger:

- Forutsetning med tilfredsstillende garderobe- og dusjmuligheter.
- Mangler treningsrom på arbeidsplassen.
- Flere trygge sykkelparkeringer på arbeidsplassen.
- Flere samarbeidspartnere og mer nettverksarbeid.

Informasjon og markedsføring

Noe som kan være virkningsfullt i arbeidet med å fremme deltakelsen, er en visualisering av helsegevinstene. Helsen er for mange det viktigste, koste hva det koste vil. Ansatte som ikke deltar savner informasjon som appellerer til egen helse, og gjerne før-og-etter-bilder av andre personer som har deltatt i aksjonen. Kanskje mange får en øyeåpner og vurderer og delta, om AB tror rett:

«Jeg tror mange tror de er veldig mye sprekere enn de er ... Og da tror jeg man må visualisere det på et vis. Alle skjønner det. Men hvordan skal du få det til.»

De ansatte forteller at informasjon om aksjonen har kommet via intranettet, facebook og på oppslagstavler. Flere i informantgruppe A foreslår mer informasjon om aksjonen på sosiale medier, samtidig forteller prosjektleder at de vektlegger digital markedsføring og lager ting til ulike sosiale mediekkanaler. En forutsetning for deltakelsen er informasjon, en barriere kan være at informasjonen om aksjonen er for lite appellerende, slik at engasjementet for å delta *ikke* oppstår. Markedsføringen ser ut til å være informerende, men for lite engasjerende, som Unni sier:

«Det lille jeg har sett av informasjon har holdt en helt grei kvalitet ... For de som er interessert er det lett å finne informasjon om det altså. Og det jeg har funnet av informasjon, det syntes jeg har vært helt greit.»

Informasjonen er grei, men kanskje ikke interessant og bra nok. Kontaktperson B kan fortelle at for mye informasjon, da faller folk av allerede der. Det er viktig at informasjonen er enkel med et tydelig budskap, samt fremstå attraktivt og profesjonelt. Det viser seg også at mangelen på informasjon om hvem aksjonen er for kan stå som en barriere for å fremme deltakelsen.

Prosjektleder forteller at:

«Aksjonen er for alle og enhver. Opprinnelig har det nok vært et tiltak for bedrifter som vil ha en intern konkurranse, men det er også for hvem som helst ellers ... folk tror vi er, eller vi er en medlemsorganisasjon, men det er åpent for alle.»

Fokuset i STJ –aksjonen er og har alltid vært på ansatte. AB kan fortelle at de sender informasjon til kontaktpersonene ut i bedriftene, og at ingen informasjon rettes mot hele befolkningen. Intervjukandidatene forteller at i havet av epost og informasjon har ting lett for å forsvinne, og dermed et «mann til mann» -engasjement ville fungere bedre. Prosjektleder kan fortelle hva de har sett fungere i markedsføring og rekruttering:

«Det vi ser fungerer er direkte kontakt med deltakerne ... derfor satser vi på en modell der det er mange som jobber mot et mål. Og at vi jobber for munn til munn metoden først og fremst.»

Arbeidsplass A kan bekrefte at det fungerer å markedsføre aksjonen gjennom direkte kontakt og munn til munn metode. Under fjorårets aksjon stod ulike ildsjeler sammen med Bedriftsidretten utenfor arbeidsplassen, og gjennom fysisk tilstedeværelse rekrutterte og motiverte de folk til å melde seg på. Det året opplevde de en økning i antall deltakere sammenlignet med året før. Det viser seg at å synliggjøre aksjonen i starten, det er effektivt.

Dessverre oppleves en manglende tilrettelegging av informasjon på ulike språk, i tillegg til opplevd manglende deltakelse blant ikke-etnisk norske i aksjonen. Både prosjektleder og ansatt i Bedriftsidretten forteller at de har snakket om hvordan de kan engasjere deltakere fra flere kulturer, men at det ikke har kommet ut av snakkegruppen. Innad i Bedriftsidretten er prosjektleder ærlig og sier:

«Det jeg må tenke på er hvem jeg får raskest mulig påmelding fra, skal jeg være helt ærlig».

Hun forteller at de trenger deltakere for å kunne vokse økonomiske og videreutvikle seg, derfor har de i dag ikke kapasitet til å jobbe ekstra mot grupper som viser lavere deltakelse. Behovet for flere deltakere er viktig for å vokse, men kapasitet til å rekruttere underrepresenterte grupper er for liten. I tillegg forteller prosjektleder at organisasjonen i seg selv er en barriere:

«Altså, organisasjonen vår er en barriere, vi er organisert på en dum måte, med det er sånn vi er organisert. Vi har et forbundskontor som er en juridisk enhet, også har vi kretsene som er en egen juridisk enhet, samtidig er vi en organisasjon, men vi er egentlig juridisk selvstendige enheter. Det betyr at jeg kan ikke ringe Vest- Agder å si: Kan ikke du ikke henge opp den plakaten? For jeg har ingen myndighet ovenfor dem. Jeg kan motivere de til å gjøre det, men jeg kan ikke si at de skal gjøre det. Så organisasjonskulturen er en barriere i seg selv. Vi bruker unødvendig lang tid på å gjøre ting, nettopp fordi vi er organisert sånn.»

Prosjektleder mener navnet «Sykle til jobben» også er en barriere, Kontaktperson B sier at navnet er forvirrende og misvisende. Flere i informantgruppe A blir overrasket når det fortelles at all aktivitet kan registreres, også husarbeid. Samtidig mener flere av både respondentene og informantene at det er positivt at all aktivitet kan registreres. AB sier at Bedriftsidretten har vurdert å endre navnet, men ikke ønsket dette da aksjonen er 45 år gammel. Samtidig tror Kontaktperson A det at all aktivitet kan registreres gjør at folk som ikke er så glad i å sykle også motiveres til å delta i aksjonen, og det er positivt. Om navnet skal bevares må aksjonens budskap tydeligere frem, både hva som kan registreres og hvem som kan være med.

Det ses et behov for omorganisering og økt arbeidskraft i Bedriftsidretten om STJ –aksjonen skal få arbeidet slik de ønsker og drømmer om.

Barrierer og forutsetninger:

- For lite engasjerende og appellerende informasjon.
- Begrensede ressurser og økonomisk kapasitet i Bedriftsidretten.
- Organisasjonsstrukturen av Bedriftsidretten er en barriere.
- Forutsetning med informasjon på flere språk for deltakelse fra ansatte som ikke kan norsk.

Premier

Flere i informantgruppa A forteller om kollegaer som er opptatt av premieringen, og tror at det er viktig for mange. Likevel ser ikke premier ut til å motivere de ikke-deltakende til å delta, selv om de fleste ikke er klar over hva premiene er. Unni forteller sine tanker om hovedpremien til Tallin, etter at intervjuer har informert om hva premien er:

«For å få meg opp av sofaen, så var det ikke en slik reise som fikk meg opp av sofaen. Da ville mindre skala konkurranser blant kollegaer være et større incitament for meg.»

De fleste er enige om at konkurranseaspektet er nødvendig, og at det på et eller annet vis må appellere til konkurranseinstinkt, men hva premien er interesserer de seg ikke for. På en annen side forteller prosjektleder at ut i fra brukerundersøkelser har premiene mye å si:

«Det betyr mye for folk. Så jeg tror det faktisk har litt å si. Du betaler for det, og det du får, det er bare bedre helse, nei det tror jeg ikke altså. Vi jobber for å få inn mest mulig premier.»

Premiene ser ut til å være viktig for de som allerede deltar, men for å engasjere flere til å delta, er det ikke premiene som motiverer de. Om de får en sykkelhjelm ekstra betydde ikke så mye fra eller til. Samtidig var ikke de ansatte som ikke deltar klar over premieomfanget i STJ –aksjonen, så om de var bevisst hva de kunne vinne ville kanskje motivasjonen vært en annen, for de var alle enige om at det måtte være en eller annen form for premiering.

Kapasiteten bedriftsidretten bruker på innsamling av premier, kunne kanskje vært brukt på andre oppgaver og arbeid med å fremme deltakelsen. De som ikke deltar ser ikke ut til å vurdere deltakelsen sterkere ut i fra hvilke premier som er mulig å vinne.

Barrierer og forutsetninger:

- Fokuset på innsamling av flest premier kan svekke mulighet for arbeid med andre tiltak.
- En forutsetning for at premiene skal appellere til deltakelse er tydelig markedsføring.

Kunnskap og medvirkning

På arbeidsplass B fungerer medvirkning på den måten at de ansatte velger representanter til bedriftsidrettslaget, men at de utvalgte jobber veldig selvstendig. Bakgrunnen for at de blir valgt er for å være motivatorer og drahjelp. Under intervjuet blir samtalen med prosjektleder om medvirkning kort og konkret, hun forteller at de kunne hatt fokusgrupper og snakket med deltakerne, men at det igjen faller på liten kapasitet til å gjennomføre alt de ønsker. Hun sammenligner med Danmark som har flere ansatte i en lignende aksjon, og drømmer selv om en egen ansatt med ansvar for alt det tekniske.

Mangelen på økonomiske ressurser og arbeidskapasitet står som en klar barriere i Bedriftsidrettens utviklingsmuligheter. Prosjektleder uttrykker seg slik:

«Det handler om penger, økonomi, det handler om at hvis vi ikke når dette tallet må vi legge ned aksjonen ... Fordi vi er presset på økonomi, selv om det er interessant å finne ut hvem som gjør dette og hvorfor, så må vi skjære til benet, så er det pengene som rår.»

Begrenset tid, ressurser, kapasitet og økonomiske midler står som klare barrierer for å gjøre alt ønskelig arbeid prosjektleder ser behov for. Prosjektleder må prioritere de viktigste arbeidsoppgavene. Kontaktperson B forteller at det finnes mange aksjoner og mye man kan være med på, og at Bedriftsidretten må vise de mulige deltakerne hvorfor man skal delta på nettopp denne aksjonen fremfor mange andre tilbud der ute. Prosjektleder foreslår at en sammenslåing og et samarbeid mellom aksjonene ville styrket den ene, istedenfor å drive mange «halvveis».

At Bedriftsidretten dokumenterer effekten trekker prosjektleder frem som hovedstyrken til STJ – aksjonen fremfor andre aksjoner. Prosjektleder er fornøyd med at de kan dokumentere effekten, i den grad de kan stole på folks egne loggføringer. Likevel kommer de økonomisk til kort når det gjelder å publisere gode resultater av effekten de selv ser. Prosjektleder forteller også om rutiner ved evalueringer:

«Vi tar en evaluering her, en evaluering i styret, og en evaluering med samarbeidspartnere».

Evalueringer fra deltakerne skjer via spørreundersøkelse etter endt aksjon.

Barrierer og forutsetninger:

- Barrierer som begrenset tid, ressurser, kapasitet og økonomiske midler i Bedriftsidretten.
- Barrierer i konkurrerende aktivitetskampanjer og aksjoner.
- Medvirkning fra målgruppen kan være en forutsetning for deltakelse.

9.3 Mikronivå

Her presenteres barrierer og forutsetninger på mikronivå. Avslutningsvis fremstilles virkemidler som kan fremme deltakelse i aksjonen, virkemidler som ligger nært individet eller hos individet.

Holdninger, verdier og vaner

Holdningene til fysisk aktivitet og bevegelse blant de i informantgruppe A er positive. Samtlige av de som ikke deltar ser likevel på aksjonen som et bra initiativ og ser viktigheten av å være fysisk aktiv for egen helse. Helsen utpeker seg som størst grunn til å vurdere deltakelse i aksjonen. Det som derimot er til hinder for deltakelsen er vanene. Alle de ansatte som ikke deltar nevner «latskap» som årsak til at de ikke deltar, og sier at de leter etter unnskyldninger for å bruke bilen. Bilen er praktisk og enkel i hverdagens planer. Det kan virke som gammel vane er vond å vende, Anne forklarer det slik:

«Når barna er store, så har det bare blitt en vane rett og slett, med henting og handling og den type ting som man ofte gjør ... legger opp et løp, så kunne man selvfølgelig gjort det annerledes.»

Holdningene til bruk av bil ser derimot ut til å være en barriere for deltakelse. Flere av de i informantgruppe A snakker om hvor enkelt det er å sette seg i bilen å bare bli transportert. Samtidig forteller AB at hun opplever at aksjonen er veldig underrepresentert blant grupper som ikke er etnisk norske og tror en årsak kan relateres til bilen:

«Det å ha bil er statussymbol, så hvorfor skal vi gå tilbake til sykkel når vi endelig har kommet til en kultur eller klassereise hvor jeg faktisk har råd til bil.»

Kontaktpersonene opplever derimot at bedriftene har deltakere jevnt fordelt mellom ulike grupper, selv om terskelen for deltakelse er veldig høy for enkelte. Samtidig ser de at deltakerne i STJ-aksjonen er ofte de samme som deltar på andre aktiviteter i bedriftsidrettslaget. Under intervjuene blandet ansatte som ikke deltar mellom det å delta i STJ-aksjonen og det å sykle til jobben til vanlig. Som videre ser ut til å påvirke bildet eller «imaget» de som ikke deltar i aksjonen har av de som deltar. Et bilde om at deltakerne er spreke helårssyklister. Men om en

som sykler til vanlig ikke deltar fordi de er fysisk aktive uansett. Da risikerer man å miste grupper i begge ender. Som kontaktperson B forteller:

«De som er i aktivitet i utgangspunktet, spiller ingen rolle om de er med på aksjonen, de blir ikke noe mer motivert av det, de er i aktivitet likevel ... Så aksjonen er helt åpenbart for de som trenger å komme i gang, trenger å endre litt vaner, det tenker jeg.»

Om de sprekeste ikke deltar fordi det er ekstra tiltak å registrere aktivitet, og bildet ikke-deltakende har av en deltaker er en sprek helårssyklist og dermed ikke ser på seg selv som en «verdige» deltaker, da mister aksjonen mange potensielle deltakere. Per har planer om å kjøpe sykkel, men forteller at han ikke kommer til å delta før han vet han behersker å sykle til og fra jobb:

«Jeg får se hvordan det går første året. Sant... Jeg vil ikke bli sett på som en taper lissom, hvis jeg ikke klarer å sykle».

En barriere er det at man ikke tørr å delta før man føler seg på et visst nivå. En annen barriere er følelsen de som deltar har, om hvordan andre som ikke deltar tenker om de som deltar. Samtidig som det ikke føles et press på utstyr og kleskode ved deltakelse. Kontaktperson A som selv deltar i aksjonen sier det slik:

«En ting er å sykle birken med kult utstyr, men det er ikke like trendy å sykle til jobben ... føler litt sånn: Å, har du ikke råd til å kjøre bil, har du ikke bil ... ikke sånn at jeg hører det ofte, men sitter kanskje litt med den følelsen.»

Bilen blir igjen en barriere og ser ut til å være et statussymbol også blant etnisk norske.

Barrierer og forutsetninger:

- «Gammel vane, vond å vende».
- Holdningene til bilen er en barriere.
- «Imaget» ikke-deltakende, både spreke og mindre spreke, har av en som deltar kan være en barriere.

Økonomi og utstyr

Alle de ansatte forteller at de har tilgang på gratis bilparkering, noe som gjør det praktisk å bruke den. Gratis bilparkering på arbeidsplassen ses som et hinder til deltakelse i aksjonen.

Kontaktperson A sier at et tiltak om å kreve betaling for parkering er upopulært og ville blitt dårlig mottatt. Når jeg spør Per om hvor terskelen for å betale for parkering ligger svarer han mellom 200-300 kroner om dagen, da ville han vurdert å sykle.

Deltakeravgiften utpeker seg som barriere for å fremme deltakelse, tross en lav sum blir terskelen for å delta høy. Flere av intervju kandidatene syntes det er negativt at man må betale for deltakelsen. AB kan fortelle at innføring av deltakeravgift for 6-7 år siden, var hovedgrunnen til nedgangen i antall deltakere:

«Nedgangen kom når betalingen kom, det er utelukket. Da gikk proppen ut. Når vi mistet sponsorpengene, så innførte man deltakeravgift. Og da datt man jo fra 60 000 deltakere, og til det laveste, jeg vet ikke jeg, at vi har vært rundt 10 000.»

Samtidig forteller flere av de ansatte at de ikke var klar over at det var deltakeravgift, grunnen ligger i det at arbeidsplassen sponser deltakelsen for sine ansatte. Så om deltakeravgiften er en barriere for individet kommer ikke like tydelig frem som barrieren det er for bedriften. Likevel presenteres resultatet på mikronivå, da faktoren ble undersøkt på mikronivå. Store bedrifter trakk seg ut av aksjonen når betalingen kom, da sponset deltakelse blant sine ansatte ville kostet for mye. Kontaktperson B mener det er helt avgjørende med gratis deltakelse:

«... at alle kan delta gratis, det er helt avgjørende tenker jeg. Det er ingen som gidder å betale for å være med på en aksjon, da må det være bedriften i hvert fall.»

Manglende utstyr og kvalitet på utstyr ser ikke ut til å stå som hinder for deltakelse. Samtlige i informantgruppe A sier de har utstyret som trengs, og at de ikke føler press på at utstyret må ha en viss kvalitet om de skulle deltatt. AB tror det er andre faktorer som er til hinder:

«Alle har råd til en sykkel i dag, så jeg tror ikke det er der det ligger, det at det er økonomisk krevende. Jeg tror det går på det kulturelle.»

Barrierer og forutsetninger:

- Gratis parkeringsplass for bil ses som en barriere.
- Gratis deltakelse ser ut til å være en forutsetning for deltakelse.

Motivasjon og mestring

Som nevnt tidligere er medvirkningen fra de ansatte lav. Mangel på medvirkning og kontroll kan igjen redusere motivasjonen til å delta i aksjonen. Holdningene til bilen speiler også en lav motivasjon blant ansatte som ikke deltar. Alle skylder på latskapen og at det er praktisk og bekvemt å kjøre bil, som Anne forteller:

«Man leter etter unnskyldninger når man synes det er fint å sette seg i bilen.»

Motivasjonen til de ansatte virker lav ut i fra prioriteringer og atferd. Selv om de stiller seg positiv til aksjonen, viser de ikke noe engasjement for å delta selv, med unntak av Per, som motiveres til å bli mer fysisk aktiv på grunn av dårligere helse.

«Jeg har tenkt å kjøpe sykkel da, og begynne å sykle til jobb ... På grunn av helsen. Sliter litt med blodtrykket, på grunn av lite mosjon, derfor har jeg tenkt å kjøpe sykkel og være litt mer aktiv ... Om jeg ikke hadde hatt høyt blodtrykk, da hadde jeg ikke tenkt på det.»

Prioriteringen om å kjøpe sykkel, og valget om å endre atferd, kom med beskjeden om at helsen var dårligere. De andre ansatte forteller ingenting om at helsen er dårlig, men at de vet og selv erfarer at fysisk aktivitet er godt for kroppen. Flere er også fysisk aktive på andre måter.

For de ansatte som har egen sykkel og forteller at de behersker syklingen bra, står ikke ferdigheter og manglende mestring til hinder for deltakelse. Likevel skiller Per seg ut når han forteller at han har tenkt å kjøpe sykkel, men ikke kommer til å delta i aksjonen før han vet om han behersker syklingen. Det viser seg at de som mestrer sykling finner andre grunner for hvorfor de ikke deltar, mens for ansatte som er usikre på hvordan de vil takle en sykkel, står mestring som en barriere for deltakelse.

En annen barriere som ser seg gjeldende blant samtlige i informantgruppe A er organiseringen, planleggingen og logistikken som kreves om man velger å delta i aksjonen og å sykle til jobben. Flere forklarer at bilen er så enkel å bruke og derfor prioriteres den, i tillegg til at logistikken og organiseringen blir enklere om man kjører. Noen nevner også at de velger å kjøre for å spare tid, og at avstanden mellom hjem og jobb er for lang. Samtidig er det varierende meninger om hva som er for langt.

Barrierer og forutsetninger:

- Manglende motivasjon.
- Manglende mestring kan stå som barriere hos enkelte.
- Vanskelig med planlegging, tid og logistikken i en travel hverdag.

Sosial støtte

Alle de i informantgruppe A nevner ros, tilbakemelding og sosial støtte som viktige komponenter om de skulle deltatt i aksjonen. To av de ansatte som ikke deltar arbeider på avdelinger hvor engasjementet for å være med i STJ –aksjonen er stort blant kollegaene. De har tidligere fått spørsmål fra sine ansatte om å delta, men sier at de har sluttet å spørre, og heller velger en indirekte måte ved å skryte av hvor deilig det er. De to andre ansatte som ikke deltar

arbeider ved avdelinger der kollegaene ikke deltar i aksjonen. På avdelinger der ingen deltar, er mangelen på ildsjeler som drar i gang en barriere for deltakelse, samt mangelen på kollegaer å stille lag med. Ole forteller:

«Jeg vet jo om noen som sykler, og er med på aksjonen ... ikke som jeg vet om i avdelingen vår, i andre avdelinger her. Det er ikke veldig mange som snakker om det på avdelingen. Jeg har ikke fått spørsmål der jeg operer hvert fall. Hadde jeg først meldt meg på ville det vært moro, gitt litt respons og feedback, og fått litt tilbake.»

Terskelen for å melde seg på blir enda større når samtlige i informantgruppe A forteller at de opplever STJ –aksjonen som en laggreie, og helst ville deltatt med et lag om de skulle blitt med på aksjonen. Manglende engasjerte kollegaer å stille lag med, eller at avdelinger med engasjerte deltakere slutter å spørre de som ikke deltar, kan påvirke deltakelsen. Et ønske fra samtlige i informantgruppe A var muligheten for å stille på «lag» med hele bedriften, at alle ansatte ved arbeidsplassen deltok og samlet poeng som et felles bedriftsprosjekt.

Ut i fra intervjuene forteller de ansatte som ikke deltar at de opplever at de som deltar er flinke til å motivere og støtte hverandre. Så om deltakelsen først finner sted, er det ikke mangel på støtte. Men heller at mangelen på støtte og motivatorer er større blant de som ikke deltar fra før. Støtte til å komme i gang. Unni kan fortelle sin opplevelse:

«Generelt ikke så gode til å motivere hverandre på avdelingen til å delta ... Men på andre avdelinger så er de flinke til å oppmuntre hverandre. Og jeg vet om flere som har dratt hverandre i gang».

Behovet for lokale motivatorer som kan engasjere sine ansatte kan fremme deltakelse, samt bidra til å rekruttere ansatte som ikke har andre kollegaer på sin avdeling som deltar.

Barrierer og forutsetninger:

- Mangler kollegaer å stille lag med.
- Mangler motivatorer, ildsjeler på arbeidsplassene.

Nå er barrierene og forutsetningene fremstilt, videre presenteres en tabell med virkemidler som er utviklet med bakgrunn i barrierene og forutsetningene. Her kan det være virkemidler på makronivå som er utviklet på grunn av barrierer sett på mikronivå.

VIRKEMIDLER PÅ MAKRONIVÅ	
Fysiske og strukturelle virkemidler	
<ul style="list-style-type: none"> - Låsbare og trygg sykkelparkering i nærområdet. - Skille harde og myke trafikanter. - Bedre vedlikehold av sykkel- og gangveier. - Tilrettelegge for sykkel på kollektivtransport. 	
Informative og kommunikative virkemidler	
<ul style="list-style-type: none"> - Sette i gang større holdningskampanjer som retter fokuset vekk fra bilen og over på fysisk aktive transportmidler. - Etablere partnerskap og faglig nettverk. 	
Økonomiske virkemidler	
<ul style="list-style-type: none"> - Økonomisk støtte fra staten til Bedriftsidretten. - Skattefradrag ved deltakelse. - Selge sykler uten moms. - Sponset deltakelse for alle ansatte i Norge. 	
Regulative virkemidler	
<ul style="list-style-type: none"> - Innføre reguleringer som kan fremme Norges sykkelkultur. 	
Kulturelle og sosiale virkemidler	
VIRKEMIDLER PÅ MESONIVÅ	
Fysiske og strukturelle virkemidler	
<ul style="list-style-type: none"> - Bedre tilgang på tilfredsstillende garderode- og dusjfasiliteter på arbeidsplassen. - Ha tilgjengelig treningsrom på arbeidsplassen. - Etablere partnerskap med andre aksjoner og sammen lage en styrket aksjon. - Fremme medvirkningen blant potensielle deltakere. 	
Informative og kommunikative virkemidler	
<ul style="list-style-type: none"> - Tydeligere informasjon om aksjonens innhold, hensikt og målgruppe. - Markedsføre gjennom å visualisere helsegevinstene. - Rekruttere deltakere ved fysisk tilstedeværelse i bedriftene, og fra munn til munn. - Etablere egen «Sykle til jobben» app. - Mer bruk av sosiale medier i markedsføringen. - Markedsføre aksjonen på flere språk. 	
Økonomiske virkemidler	
<ul style="list-style-type: none"> - Betale for parkering av bil under aksjonsperioden om man ikke deltar. - Bruke svarene fra spørreundersøkelsene mer aktivt i forbedringsarbeidet. 	
Kulturelle og sosiale virkemidler	
<ul style="list-style-type: none"> - Utvide grensen for antall medlemmer på hvert lag. - Åpne muligheten for å stille ett samlet lag med hele bedriften. - Rekruttere flere ildsjeler og lokale pushere på arbeidsplassen på ulike aktivitetsnivå. - Jobbe med «imaget» av det å være deltaker i aksjonen. 	

Tabell 5: Virkemidler på makro- og mesonivå for å fremme deltakelse i STJ –aksjonen.

Tabell 5 viser virkemidler på makro- og mesonivå innenfor de ulike virkemiddelkategoriene. Barrierene og forutsetningene på mikronivå er ikke grunnlag for virkemidler på mikronivå, men grunnlag for virkemidler på makro- og mesonivå.

10. DISKUSJON

Her drøftes og diskuteres resultatene opp mot relevant teori og litteratur. Undersøkelsene av barrierer og forutsetninger på makro-, meso- og mikronivå har resultert i et komplekst sett virkemidler. I undersøkelsene var det viktig å ikke fokusere spesifikt på individet, men på fysiske, sosiale og materielle faktorer, i et komplekst samspill. Hovedtrekk ved virkemidlene som er utviklet trekkes frem, og presenteres under de ulike virkemiddelkategoriene; fysiske, informative og kommunikative, økonomiske, regulative, og sosiale og kulturelle. Barrierene og forutsetningene drøftes og diskuteres sammen med virkemidlene.

Det kan være grunn til å understreke at informantene under intervjuene ikke skjelnet klart mellom det å delta i STJ –aksjonen og det å sykle til jobben generelt i sine svar. På én side kan det reflektere bildet ansatte som ikke deltar har av de som deltar. På en annen side kan generelt sykkel- og aktivitetsfremmende arbeid kanskje være like nyttig for aksjonen. I tillegg er det opplagt bedre for folkehelsen om ansatte tilegner seg gode aktivitetsvaner hele året, fremfor bare ni «aksjons» -uker hver vår. Samtidig kan man håpe at STJ –aksjonen er et «spark bak» og at ansatte opprettholder aktiviteten også etter endt aksjon.

Casestudiet begrenses ved et lite utvalg, selv om målet ikke er å generalisere, men å beskrive barrierer og forutsetninger, og utvikle virkemidler, er det et siktemål at virkemidlene kan virke fremmende for flere. Samtidig er det vanskelig vite hvem og hvor mange som engasjeres om virkemidlene iverksettes. Selv om analysene forsøker å se trender i svarene er fortsatt undersøkelsesgruppen liten og kan selvfølgelig ikke representere alle ansatte som ikke deltar. Samtidig skriver Dalen (2004, s. 107) at man ikke nødvendigvis får bedre og riktigere resultater selv om et utvalg er større, bare flere sider transkriberte intervju. Med et kvalitativt materiale kan en ikke tilstrebe representativitet, men snarere det som er typisk eller kvalitativt egenartet ved bestemte aktiviteter eller hendelser. Et virkemiddel kan fremme deltakelse hos noen, mens kanskje virke hemmende for andre. Valget om å inkludere alle virkemidlene begrunnes med; om flere tiltak iverksettes kan flere ansatte engasjeres, som igjen forhåpentligvis kan fremme deltakelsen blant mange.

Under hver virkemiddelkategori trekkes et eller to «hovedtiltak» frem her i diskusjonen, tiltak som ses mest gjeldende for å fremme deltakelsen blant ansatte som ikke deltar. De ulike teoriene og SØP diskuteres avslutningsvis opp mot resultatene og gjennomføringen av studien.

10. 1 Fysiske og strukturelle virkemidler

Essensen i de fysiske og strukturelle virkemidlene kan samles under en betegnelse: «Å *dekke grunnleggende fysiske og materielle behov*». De grunnleggende behovene bør være tilfredsstilt før iverksetting av andre virkemidler. Det handler om at miljøbetingelsene legger til rette for at valget om å delta skjer mer «naturlig», samt styrker ansattes følelse av å være kompetent og å mestre. Det handler om at «mestring og motivasjons» -faktoren på mikronivå, trenger iverksetting av tiltak både på makro- og mesonivå. De grunnleggende behovene kan omhandle fysisk tilrettelegging som å vedlikeholde og bedre kvaliteten på gang- og sykkelveier, om tilgangen på dusj og garderobe på arbeidsplassen, samt trygge parkeringsplasser for sykkel. Barrierene ved å transportere sykkel på tog, både i forhold til pris og plass, er også et element. Det kan også handle om å skille harde og myke trafikanter, skille bilister, fotgjengere og syklister. En studie av Götschi med kollegaer (2015) fant at bilfrie sykkel- og gangstier veier viser seg å være positivt. Ved å skille trafikantene fra hverandre kan det hende konfliktnivået synker, og terskelen for å sykle senkes.

På den ene siden virker intervjupersonene fornøyd med tilgangen på sykkel- og gangveiene, samt bystrukturen, men på en annen side velger de vekk bruken av gang- og sykkelveiene på grunn av dårlig vedlikehold og kvalitet. Dårlig sykkelveier kan gjøre utstyret vanskeligere å bruke, som igjen kan forsterke andre barrierer, som blant annet tid, logistikk, planlegging og mestringsfølelse. De tre månedene STJ –aksjonen pågår er det vanskelig for ansatte å overkomme barrierene, og derfor velger de ikke å delta. Som en rapport fra SIFO (Tangeland, 2012) sier om bruk av sykkel; er det ikke nødvendig å tilrettelegge fra arbeidsgivers side om veiene er dårlig. Andre virkemidler på makro og mesonivå være unødvendig bruk av ressurser, da mangel på *grunnleggende fysiske og materielle* behov på makronivå ikke er tilfredsstilt.

En forutsetning for at ansatte deltar kan være mulighetene for å ta seg en dusj før arbeidsdagen starter. Samtidig har flere i informantgruppe A kollegaer som deltar på tross av manglende dusj og garderobe. Det kan likevel hende at avstanden og terrenget mellom jobb og arbeid gjør at behovet for å dusje varierer. Uavhengig av avstand og terreng, bør dusj og garderobe være tilgjengelig for de ansatte, og kan påvirke valget om å delta i aksjonen. Selv om man ikke trenger å «sykle til jobb» for å delta i aksjonen, er hovedfokuset i aksjonen å drive fysisk aktiv transport til arbeid, noe navnet på aksjonen også uttrykker. Samtidig viser det seg at nettopp navnet «Sykle til jobben» kan virke begrensende for deltakelse.

Manglende tilgang på treningsrom på arbeidsplassen kan være en barriere, men ser ikke ut til å være betydningsfull. På én side kan tilgangen på treningsrom fremme deltakelse blant ansatte som ikke liker å sykle eller drive aktiviteter ute. På en annen side kan man stille seg spørsmålet om de ansatte engasjeres til å trene inne i ni fine vår- og sommeruker, og at treningsrommet heller er nødvendig for å fremme generell aktivitet på arbeidsplassen. Det kan også tenkes at ansatte ikke vurderer bruken av treningsrommet relatert til aksjonen.

Utenom de grunnleggende behovene kan andre virkemidler diskuteres. Den store mengden av ulike aktivitetsskampanjer kan svekke interessen blant ansatte for akkurat STJ –aksjonen. Tiltaket om å «etablere partnerskap med andre aksjoner og sammen lage en styrket aksjon» kan ha sine fordeler og ulemper. På én side kan man tilfredsstillende Bedriftsidrettens behovet for ressurser og økt arbeidskapasitet ved et slikt samarbeid. Samtidig som organisasjonene kan spille hverandre gode og sammen skape én kvalitetsaksjon. På én annen side kan organisasjonene ha ulike mål og hensikter, slik at et samarbeid ikke vil fungere optimalt. I partnerskap skal alle deltakere ha nytte av å delta, og det skal bygges på felles mål og verdier. Positive effekter ved partnerskap er økt kompetanse (Aadland & Wergeland, 2011, s. 291). Et samarbeid betyr ikke nødvendigvis at én samlet aksjon skal være utfallet, en mulighet er å koordinere og organisere slik at aksjonene pågår på ulik tid og med ulikt innhold og hensikt. Og at samarbeidet fungerer mer som faglig støtte. Samarbeidet kan bidra til å styrke kunnskapen og kompetansen til aksjonen, da oppdatert og god kunnskap er viktig om man driver helsefremmende arbeid.

Gitt at veien til bedre folkehelse går via omfordeling av makt i samfunnet, som Sosial- og helsedepartementet (1998, s. 317) gir uttrykk for, bør Bedriftsidretten fokusere mer på medvirkning fra brukergruppen. Undersøkelser og praktiske erfaringer viser at mennesker har lettere for å implementere tiltak som de selv har vært involvert i og hjulpet til med å planlegge (WHO, 2002b, s. 204). Det virker som Bedriftsidretten er bevisst muligheten det er for å inkludere målgruppen i arbeidet, men at det begrenses på grunn av få midler. På en annen side kan det hende omprioriteringer av arbeidsoppgaver kunne åpnet opp for medvirkning, og skapes et eierforhold til STJ-aksjonen. Om arbeidsplassene også fokuserer på aktiv medvirkning fra sine ansatte, kan det tenkes både ildsjeler og andre ansatte som ellers ikke deltar, engasjeres til å bli med. I et folkehelseperspektiv og i arbeidet med å fremme helsen handler det om å «empower» - myndiggjøre - befolkningen til egne valg. I STJ –aksjonen kan en slik myndiggjøring av de ansatte kanskje føre til at deltakelse skjer på eget indre initiativ.

Som andre daglige vaner kan også reise- og aktivitetsvaner være vanskelige å endre. For å få ansatte som ikke deltar til å delta i aksjonen er det ikke nødvendigvis overbevisning gjennom overtalelse som kan fremme deltakelsen, derfor kan tilfredsstillende *grunnleggende fysiske og materielle behov* kanskje være enda viktigere.

10. 2 Informative og kommunikative virkemidler

Her vurderes «*Utfyllende, men enkel og visualiserende informasjon og markedsføring*» som et samlende og viktig tiltak. Det handler om å gjøre informasjonen mer interessant og utfyllende, men samtidig enkel og profesjonell. Gjennom mer og bedre bruk av sosiale medier kan informasjonen bli mer tilgjengelig, samtidig som for eksempel en egen STJ-app kunne bidratt til å følge trendene i samfunnet, og vekket nysgjerrighet av den grunn. «*Imaget*» eller *bildet* av en syklist, som jeg kommer tilbake til, kan om mulig også påvirkes gjennom markedsføringen. Ved å visualisere helsegevinstene viser man de ansatte nytteverdien ved å delta, og blir en form for sosial markedsføring. Virkemiddelene er mest gjeldende på mesonivå, for Bedriftsidretten og arbeidsplassen.

Selv om navnet «Sykle til jobben» er viktig for Bedriftsidretten, og har stått støtt i mange år, er det ikke sikkert det er like viktig for potensielle deltakere. På én side var navnet godt kjent blant ansatte som ikke deltar, men på en annen side har aksjonen utviklet seg, men navnet blitt stående. Før handlet det kun om sykling til jobb. Flere i informantgruppe A var ikke klar over at all aktivitet kunne registreres. Selv om navnet kan virke forvirrende og kanskje hemmende for deltakelse, er det ikke sikkert det er nødvendig å endre navnet, men heller gjennom informative virkemidler på mesonivå, markedsføre et tydeligere budskap om innhold og hensikt med aksjonen. Navnet tilsier at man bør ha en sykkel, og sykle til jobb, men for ansatte som ikke liker å sykle, er det sannsynlig at vurdering av deltakelse er kort og uinteressant når de hører navnet. På en annen side kan man vurdere å ta bort muligheten for at all aktivitet kan registres og bare fokusere på sykling, samtidig er flere informanter er positive til at all aktivitet kan registreres. I tillegg er det sannsynlig at deltakelsen ikke fremmes om aktivitetsmulighetene blir færre.

Ved utdypende spørsmål gir samtlige i informantgruppe A inntrykk av at de egentlig ikke har tilstrekkelig informasjon om aksjonens innhold, for eksempel det at all aktivitet kan registreres. Det kan tenkes at navnet ikke blir en barriere om budskapet, hensikten med aksjonen og målgruppen hadde vært tydeligere. Om Bedriftsidretten på en tydelig, men samtidig enkel og appellerende måte kan markedsføre innholdet, kan det tenkes flere ansatte ville meldt seg på.

Selv om andre studier forteller at helsegevinstene ikke ble trukket frem i valget om å sykle, er det tydelig av helsegevinstene er viktige grunner for at ansatte ser STJ –aksjonen som interessant (Simons et al., 2013). Helsen kommer først, og det er av helsemessige årsaker at deltakelse vurderes. Det kan tenkes informasjonen fra Bedriftsidretten i dag er for generell, og at mer konkret *visualisering* av helsegevinstene ville engasjert flere ansatte til å delta. Selv om det sosio-økologiske perspektivet sier at man heller bør prøve å endre vane-preget inaktivitet ved å styrke personers reelle og opplevde personlige kontroll knyttet til det å ta fysiske handlingsvalg, fremfor å overbevise om gevinsten ved å være mer fysisk aktiv (Ommundsen, 2011, s. 264). Det er ikke sikkert det ene skal prioriteres før det andre, men at man både må tydeliggjøre og visualisere helsegevinstene, samtidig som man jobber med ansattes kontroll, handlingsvalg og vaner. På én side kan det tenkes visualiseringen styrker resultatforventningene til de ansatte, ved at de ser hva deltakelse kan føre til, som videre kan motiverer til handling (Mæland, 2012, s. 108). På en annen side kan det tenkes at visualisering av helsegevinstene virker hemmende for enkelte ansatte i valg om å delta. Det blir viktig å ikke lokke med en helsegevinst som er uopnåelig slik at terskelen blir for høy, og mestringsfølelsen svekkes. Viktig å vurdere hvilke «image» som uttrykkes, noe som utdypes nærmere i diskusjon av kulturelle og sosiale virkemidler.

Til tross for at STJ –aksjonen promoteres gjennom ulike sosiale medier, foreslår intervjupersonene mer bruk av sosiale medier for å fremme deltakelsen. Om det er kvaliteten på det som legges ut i dag, eller om mediene ikke brukes nok er vanskelig å si. Aksjonen har fått utviklet dyre tekniske kommunikasjonsplattformer, og mye skjer via internett. Samtidig kan det hende Bedriftsidretten ikke følger utviklingen raskt nok. En egen «Sykle til jobben – app» etterlyses og enkelte i informantgruppe A mener det ville motivert. Ved å tilføre noe til «materielementet i Sosial praksisteori, kan kanskje flere engasjeres til deltakelse. Om praksisen ved registrering og informasjon i form av en attraktivt og populær app innføres kan det tenkes deltakelsen fremmes.

Informasjonen, markedsføringen og rekrutteringen bør også skje gjennom fysisk tilstedeværelse på arbeidsplassene, samt styrke den direkte mellommenneskelige «mann til mann» –metoden. Kontaktpersonene og ansatte i Bedriftsidretten ser det fungerer. Det kan også tenkes at informasjonen kommer tydeligere frem, da ansatte kan spørre direkte om eventuelle uklarheter rundt det å delta i aksjonen. At aksjonen i dag ikke promoteres på ulike språk kan være en barriere for ikke-etnisk norske. En forutsetning for deltakelse er at man forstår informasjonen og aksjonsmaterialet både før og under aksjonen. På én side kan fysisk tilstedeværelse lette

språklige barriere og engasjere flere. Samtidig bør informasjon og aksjonsmateriell være på flere språk. Språket vurderes som en individuell barriere på mikronivå, men krever et tiltak på mesonivå.

Tilgangen og holdningene til bilen på mikronivå, samt vanene ved å bruke bilen, ses som en stor barriere for deltakelse. Kanskje kunne det vurderes en iverksetting av større holdningskampanjer på makronivå. Selv om det nødvendigvis ikke promoterer STJ –aksjonen, kan det tenkes at indirekte følger av å endre transportvanene i befolkningen påvirker deltakelsen i aksjonen. Samtidig viser det seg at større holdningskampanjer alene har dårlig effekt på atferdsendring, men at de sammen med andre virkemidler kan være effektive (Naidoo & Wills, 2009, s. 193). Derfor må flere virkemidler iverksettes samtidig slik at de samlet kan fremme deltakelse.

Etablering av nettverk og partnerskap som virkemiddel står både på makro- og mesonivå, samtidig under fysiske og strukturelle, og informative og kommunikative virkemidler. Bakgrunn for plasseringene er at partnerskap og faglig nettverk organisert på et overordnet nivå kan bidra til kunnskapsutvikling og utarbeiding av bedre informasjonsmateriell, samt bedre bruk av forskningsbasert kunnskap. Samtidig har Statens vegvesen et ansvar for å bidra til å etablere faglig nettverk mellom steder som satser på sykkel (Samferdselsdepartementet, 2004, s. 97). Partnerskap og samarbeid kan også handle om strukturelle valg hos Bedriftsidretten, og at de selv kan ta initiativ til å etablere samarbeid med relevante aktører og organisasjoner. Civitas-rapporten (2014, s. 40) snakker om den samfunnsøkonomisk lønnsomheten ved samarbeid i sykkelsatsingen. Kanskje Bedriftsidrettens økonomiske barrierer reduseres med mer satsing på å bygge allianser, partnerskap og faglig nettverk for å fremme aksjonen. Her understrekes nivåene interaksjon og påvirkning på hverandre.

10.3 Økonomiske virkemidler

Her vurderes «*Tilskudd fra staten*» som et viktig tiltak og virkemiddel på makronivå som kan påvirke deltakelsen og arbeidet med aksjonen på flere måter. Et virkemiddel som kan bidra til å fjerne deltakeravgiften og lette den økonomiske byrden for arbeidsplassene. Samtidig kan en økonomisk støtte fra staten til Bedriftsidretten styrke ressursene, kapasiteten og ikke minst økonomien, som videre kan påvirke arbeidet med STJ –aksjonen. Videre kan det kanskje lette barrieren om at Bedriftsidretten er organisert på en tungvint måte.

Det bør være gratis å delta uavhengig av hvilken arbeidsplass eller kommune man tilhører. På én side kunne sponset deltakelse blitt innført som virkemiddel på mesonivå, et tiltak iverksatt av arbeidsplassene ovenfor sine ansatte, som enkelte bedrifter gjør i dag. På en annen side skyldtes

nettopp nedgangen at det ble for dyrt for arbeidsplassene å sponse sine ansatte. Derfor bør sponing av deltakelsen kanskje komme fra staten, slik at deltakelsen er gratis uavhengig av hvor man jobber og bor. Akkurat som deltakerantallet ble tredoblet i Bergen Kommune da de fikk sponset deltakelse, kan sponset deltakelse i hele Norge være et virkemiddel for å fremme deltakelse (Gullstein & Ellingsen, 2015). Samtidig kan økonomisk støtte fra stat til Bedriftsidretten bidra til at aksjonen ikke trenger deltakeravgift. I dag jobber STJ –aksjonen med å øke deltakerantallet for å få flere midler til drift. Om staten gir tilfredsstillende økonomisk støtte kan arbeidet med å fremme deltakelsen gjøre uavhengig av tidligere deltakere. For å trekke inn sammenslåing av aksjoner, kan det også tenkes at staten er mer interessert i å sponse én god aksjon fremfor mange små.

Tilskudd kan forhåpentligvis også fremme medvirkning og bruk av svarene i spørreundersøkelsene som Bedriftsidretten gjennomfører mer aktivt i forbedringsarbeidet. Økonomien hindrer Bedriftsidretten i å forbedre STJ-aksjonen slik de drømmer om, samtidig som det hindrer dem i å bruke svarene aktivt og involvere potensielle deltakere. Studier fra Vest-Europa viser at tilskudd og bevilgninger er populære virkemidler, og enkelte land bruker 20 og 35 prosent av bruttonasjonalprodukt på økonomiske virkemidler (Vedung, 1998, s. 11).

Det er interessant å spørre seg om det var deltakeravgiften alene som stod for den store nedgangen i antall deltakere, eller om det var flere faktorer som spilte inn. Spørsmålet er om for eksempel overføring til nettbasert registrering gjorde det mer tungvint å delta? Eller kutt i premier gjorde det mindre attraktivt? Selv forteller noen av respondentene at de ikke var klar over at det var betaling for å delta, og at arbeidsplassen sponset sine ansatte. Så betalingen ser ikke ut til å påvirke deltakelsen blant ansatte direkte, men indirekte ved at arbeidsplasser velger å prioritere vekk deltakelse i STJ –aksjonen på grunn av deltakeravgiften. For ansatte som får sponset deltakelse, er det andre faktorer som påvirker valget om å delta. Samtidig virker ikke premiene interessant blant informantene i gruppe A.

Forslaget om skattefradrag for ansatte som deltar i aksjonen ble foreslått av én informant og godt mottatt av andre informanter, selv om enkelte stilte spørsmål til hvor staten skal få pengene fra. Om Staten skulle velge å gi økonomisk støtte i arbeidet med å fremme deltakelse i aksjonen, kan de enten gis direkte til Bedriftsidretten og deres arbeid med aksjonen, eller så kan midlene brukes til å trekke fra skatten til deltakerne. På én side vil en fast sum til Bedriftsidretten være en sikrere utgift for Staten, fremfor et uvisst antall deltakere å tilbakebetale skatt til. Begge tiltakene vil forhåpentligvis fremme deltakelse i aksjonen og videre bidra til bedre helse og

samfunnsøkonomiske gevinster, som kan gjøre at Staten vinner penger tilbake. Om man både gav tilskudd til Bedriftsidretten og fradrag fra skatten for deltakerne kan det tenkes deltakelsen fremmes mest effektivt.

Spørsmålet om moms på sykkel kan ses i lys av dette: på én side burde kanskje sykler selges uten moms, på annen side er det vanskelig å si hvordan fradrag av moms vil påvirke deltakelsen i STJ-aksjonen. Under intervjuene kommer det frem at materiell og utstyr ikke er en så stor barriere, og helsen kommer før økonomien, slik at et eventuelt momsfradrag kanskje ikke har så mye å si. Samtidig kan sykkelprisene være en barriere blant ansatte med lavere utdanning, som også er gruppen med lavere deltakelse i aksjonen. Selv om det egentlig ikke er nødvendig med en sykkel for å delta, er oppfatningen blant samtlige i informantgruppe A at man ikke kan delta uten sykkel. Som igjen understreker barrieren ved «navnet» på aksjonen. Det viser også hvordan alt henger sammen, og den ene barrieren kan forsterke en annen. Momsfradrag alene som virkemiddel kan virke svakt, men samlet i «pakken» av virkemidler er det sannsynlig å tenke at det bidrar til å fremme deltakelsen. For enkelte kan momsfradrag bety mye, mens for andre er det ubetydelig.

De gode parkeringsmulighetene for biler står som en åpenbar barriere for deltakelse i aksjonen. Annen forskning viser at der arbeidsplassene hadde gode parkeringsmuligheter for bil, var det flere som valgte å kjøre til jobb (Wen, Kite & Rissel, 2010). Å innføre betalt parkering for de som ikke deltar i STJ-aksjonen mens aksjonen pågår kan på en side være virkningsfullt, men på en annen side være lite populært i bedriften. Samtidig kan tiltaket påvirke ansatt ulikt. SØP er opptatt av at man må se på samspillet mellom situasjonsavhengige og personlige faktorer (Stokols, 1996, s. 286). Ser vi på situasjonen om at ansatte må betale for parkeringen er det mulig å tenke at enkelte ansatte påvirkes til å delta, samtidig kan flere personlige faktorer stå i veien for å delta i aksjonen, eller at det å betale for parkering ikke er en byrde. Det kan tenkes penger ikke er et hinder, eller at vanene om å kjøre er så sterke at bilen prioriteres uavhengig av pris. Et alternativ til parkeringsavgift, kan være å gjøre om bilparkeringene til sykkelparkering under aksjonsperioden, slik at parkeringsmulighetene blir dårligere og bilen automatisk prioriteres vekk.

10. 4 Regulative virkemidler

Et alternativ til tilskudd og skattefradrag er lover med sanksjoner som begrenser aktiviteten i et samfunnet, eller om man ønsker å forebygge en type atferd hos mennesker (Leimaire, 1998, s. 59). I stedet for å iverksette holdningskampanjer med varierende effekt for å redusere bruken av

bil, kan et alternativ være lover og reguleringer som begrenser bilbruken. Samtidig er det vanskelig å si hvilken effekt det har på deltakelsen i aksjonen, men det er sannsynlig å tenke at det vil fremme bruken av fysisk aktive transportmidler. Det kan og diskuteres om lover og reguleringer i bilbruk ville vært for strengt og blitt mottatt negativt i befolkningen, på en annen side kan det hende reguleringene glemmes når vanene endres, om de ikke er for strenge. Det vil i hvert fall være viktig å sikre positiv mestringsforventning blant ansatte som trenger å endre vaner. I lys av SØP kan vi tenke både-og, istedenfor enten-eller i valget om holdningskampanjer og regulering. Samlet kan de påvirke deltakelsen sterkere.

«Reguleringer som fremmer Norges sykkelkultur» kan vurderes som en samlende betegnelse og tiltak på makronivå, i hele samfunnet, som et regulativt virkemiddel. Samtidig kan det handle om forskjellige tiltak, og flere av tiltakene på makro- og mesonivå, innen de andre virkemiddelkategoriene kan bidra i arbeidet med å fremme sykkelkulturen i Norge. Det kan handle om strategier på makronivå som har mål om å fremme deltakelse og gi ansatte verdier ved å delta. Deltakelsen og sykling generelt kan gjøres mer attraktivt gjennom strategier som momsfradrag på sykkelkjøp og skattelette ved deltakelse og sykling. Strategier som gir verdier og endrer handlingsmønster. Samtidig kan reguleringer i bilbruk redusere kjøringen. Arbeidet med å skille «harde» og «myke» transportmidler, gjøre sykling trygt, raskt og enkelt. Ved å fremme sykkelkulturen kan forhåpentligvis holdningene til bilen endres, både blant etnisk norske og ikke-etnisk norske.

Regulative virkemidler begrenses i oppgaven da det er vanskelig å trekke tydelige resultater ut i fra intervjuene. Det er sannsynlig å tenke at strenge lover som tvinger aktivitet og bruk av sykkel kan fremme deltakelse, samtidig trekkes ikke flere regulative virkemidler inn i denne oppgaven.

10.5 Kulturelle og sosiale virkemidler

Her trekkes to hovedvirkemidler frem, det første er «Lokale pushere og ildsjeler».

Arbeidsplassene bør satse på ildsjeler som ser de ansatte. Det må handle om mer enn å få hjelp, men om å bli innebygd i et sosialt nettverk. Lagdeltakelse er viktig, og det å sikre alle et lag uavhengig av ferdigheter og nivå. Samtidig kan lokalepushere arbeide med å rekrutteres gjennom «mann til mann» -metoden, det kan vurderes om man heller bør satse på mellommenneskelig metoder, fremfor utfyllende info på sosiale medier, samlet vil de nok virke best. Det er også viktig at de lokalepusherne og ildsjelene representerer ulike aktivitetsnivå.

Det er kanskje fort å tenke at «sterke» deltakere kan rekrutteres til ildsjeler og lokale pushere. På én side er de selv motivert til å være fysisk aktiv og har erfaringer med helsegevinstene, som kan

bidra positivt for de som ikke deltar. På en annen side vil modell-læringen til Bandura stå i motstrid til dette, ved at prestisjen kan bli for høy, og rollemodellene kan være for langt unna de som ikke deltar og omtaler seg selv som late (Mæland, 2012, s. 110). Det er heller viktig å rekruttere ildsjeler på alle aktivitetsnivåer, slik at flere har noen å kjenne seg igjen i og strekke seg etter. Spreke hverdagssyklister trenger også rollemodeller å se opp til, som også kan tenkes å være motiverende for å delta.

Det er tydelig at sosial støtte og et sosialt nettverk er viktig for deltakelse i STJ –aksjonen, selv om en annen studie fant at sosialt nettverk ikke påvirker valget om å sykle til jobb, kun til butikken og som rekreasjonstur (Goetzke, 2011). Samtidig virker det som deltakelse ikke vurderes om personen ikke føler seg kompetent nok til å være med på aksjonen. Redselen for å ikke mestre det og videre ødelegge for laget kan hindre både individuell deltakelse og deltakelse i lag. Sosial støtte ser ut til å være viktig ikke minst under aksjonen, men også i valget om å delta. Samtlige informanter vektlegger viktigheten av å ha et lag å delta sammen med.

Tilbakemeldinger, ros og sosial støtte er viktig, også på små avdelinger. Der kollegaene til de i informantgruppe A ikke deltok ble forslag om digital klapp på skulderen lagt frem, som viser viktigheten av støtte og tilbakemelding. Gjennom deltakelsen i lag kan man styrke personens tro på seg selv, gjennom verbal påvirkning og realistiske tilbakemeldinger fra støttende omgivelser, og videre styrke mestringsforventningen. Samtidig er det viktig å senke terskel for å delta i lag, at uavhengig av ferdigheter og nivå er man velkommen i laget. På én side kan flere engasjeres til delta i lag, på en annen side kan man miste de deltakerne som er mest opptatt av gode resultater.

Det andre hovedvirkemiddelet er «Å bygge realistiske image». Image viser seg å spille en økende rolle i forhold til valg. Det blir viktig å finne positive image som favner det brede aktivitetsnivået blant ansatte. Det blir viktig både i markedsføring, men også i valg av ildsjeler. Det blir viktig å skape gode rollemodeller, hvor «negative» stereotyper er en barriere for deltakelse. Imaget kan enten svekke ansattes følelse av å være kompetent, eller fremme deltakelse. På én side kan ansattes ønske om å ikke delta være grunnet i bildet av en som deltar, og selv ikke ønsker å være slik. På en annen side kan «imaget» være uoppnåelig og dermed påvirke valget om å delta. Samtidig er oppfatningen blant informantgruppe B og C at de spreke som alltid sykler, ikke deltar i aksjonen, da de er fysisk aktive uansett, og tenker aksjonen er for de som trenger å endre litt vaner. Aksjonen risikerer å miste deltakere i begge ender. Det bør derfor etableres et «image» som når alle aktivitetsnivå. Det pedagogiske virkemiddelet om å visualisere helsegevinstene kan være med å fremme «imaget».

Bourdieu snakker om at mennesker handler ut i fra rutiner og hva som faller oss naturlig. Samtidig påvirkes vi av vårt sosio-kulturelle miljø i måten vi ser på kropp, helse og fysisk aktivitet (Ommundsen, 2011, s. 268). Det er interessant å se på Bedriftsidrettens historie opp mot hva Bourdieu sier om hvordan ulike grupper ser på kroppen sin. Ser vi på fordelingen av deltakere i dag, er det en skjev sosioøkonomisk fordeling, etter utdanningsnivå. Historisk mistet arbeiderklassen sitt eierforhold til Bedriftsidretten og den borgerlige klassen overtok, da fokuset på helse og sunnhet økte (Ugland & Dølvik, 1989, s. 27). Bourdieu mener arbeiderklassen ser på kroppen som en instrument til produksjon, noe som kan hende gjør valget om delta i STJ – aksjonen mindre interessant. For borgerklassen mener Bourdieu det handler mer om kroppen som et prosjekt med mål om å fremme helse (Ommundsen, 2011, s. 269). Fokuset i STJ – aksjonen er å få bedre helse, og med det fokuset kan det hende budskapet kun når de med høyere sosioøkonomisk status. Om dette er realiteten kan det være viktig tenke på hvordan markedsføringen gjennom en visualisering av helsegevinstene gjennomføres. Det kan være nyttig å frem et budskap og et imaget om kroppen som et instrument og fremkomstmiddel, fremfor «bare» god helse.

10. 6 Virkemidlene i lys av teorier og sosio-økologisk perspektiv

Både teoriene og perspektivet er opptatt av samspill mellom ulike faktorer, tiltak og virkemidler. Dersom deltakelsen i STJ –aksjonen blant ansatte skal fremmes ses også her et behov for et komplekst sett tiltak og virkemidler, samtidig som virkemidlene bygger på undersøkelser av ulike faktorer på forskjellig nivå, og hvordan nivåene, barrierene og forutsetningene påvirker hverandre. Ved hjelp av teoriene og perspektivene er kompleksiteten forsøkt å gjøre håndgripelig, samt brukt som verktøy til å forstå og utvikle virkemidlene.

Sosial-kognitive teori

Flere av virkemidlene legger til rette for at valget om å delta kanskje blir enklere, og atferden mer helsefremmende. I lys av Sosial-kognitive teori, kan vanskelighetene ved å planlegge når, hvor og hvordan man skal få deltatt være barriere. Det kan også tenkes selvstandard er for lav hos enkelte, og for høy hos andre, i valg om å delta. Det kan tenkes både de med lav og høy selvstandard trenger å komme over et likgyldighetsgap. Motivasjonen for å delta kan speiles i trekk ved valgene, atferden og prioriteringene til de ansatte som ikke deltar. Selv om deltakelsen ser ut til å kunne fremmes i et samspill av flere tiltak, er også motivasjonen for å være fysisk aktiv i et samspill av flere faktorer. På en side kan valgene om å delta i aksjonen begrunnes med at de ikke klarer å planlegge hvordan de skal delta, at ferdigheter

i selvregulering er lav. På en annen side kan det være mangelen på sosial støtte og et nettverk med ros og oppmuntring som reduserer motivasjonen for å delta.

Om de lateste sammenligner deltakelse med de sprekeste, blir terskelen høy. Det handler da om mestringsforventning og videre resultatforventning, manglende positive erfaringer hindrer motivasjonen for å delta. Samtidig som «forbildene» ikke er positive, og prestisjen er for høy.

Om barrieren for å delta hviler på ferdighetene, og at personen ikke føler seg god nok, må terskelen senkes. Om ansatte som ikke deltar har hatt negative erfaringer med tidligere aksjoner må man prøve å jobbe med de negative erfaringene, og ta små skritt, og slik sikre positiv mestringsforventning (Mæland, 2012, s. 110). Samtidig er det vanskelig å tilrettelegge for enkeltindivider i en befolkningsrettet aksjon. Derfor kan heller arbeidet med å senke terskelen for deltakelse uavhengig av nivå og ferdigheter bidra til at flere våger å delta, tross dårligere erfaringer. Samtidig må man bevare en profesjonalitet som bidrar til at personer med høy prestisje, også velger å delta i aksjonen.

Sosial praksisteori

Det handler om å endre praksisen ved å delta i aksjonen, fremfor atferden til individet. I denne oppgaven har fokuset vært både på praksisen og individet. En forutsetning for at ansatte velger å delta er at de er motivert. Hva som motiverer er ulikt, virkemidlene kan engasjere forskjellig fra person til person. Å endre praksisen ved å delta i aksjonen er ingen lett oppgave. Hva som må tilføres vært element i SPT er ulikt fra ansatt til ansatt. Samtidig som denne oppgaven har prøvd å trekke linjer og se trender, ser det ut til å være mest virkningsfullt om mange tiltak iverksettes samtidig. Slik kan flere ulike behov tilfredsstilles.

Selv om en ansatt har utstyret som trengs, ferdighetene, og har en mening om at fysisk aktivitet er godt for helsen, er det ikke sikkert han eller hun deltar i aksjonen. Selv om det kan se ut til å alle tre elementene; materiell, mening og kompetanse er fylt, kan det handle om å tilføre noe ekstra og å utvikle elementene. For eksempel kan det hende en egen «Sykle til jobben» –app ville tilført «materiell» -elementet det lille ekstra, som kunne motivert ulike ansatte til å delta. For andre kan det handle om å tilføre noe til et «tomt» element. Si at de har ferdigheten, og er motivert og ser viktigheten av å være fysisk aktiv, men mangler utstyret, som igjen kan ha sin årsak i dårlig økonomi. Da kan billigere utstyr bidra til å tilfredsstille «materiell» -element, som igjen kan fremme deltakelsen. Det kan virke som «Kompetanse» -elementet i SPT trenger mer innhold. *Enkel og informativ* informasjon om hva deltakelse i STJ –aksjonen innebærer er en

forutsetning for deltakelsen. Det hjelper ikke å ha bare ha utstyret og å vite at det er bra for helsen å være fysisk aktiv.

For hver enkelt vil det variere hva som må iverksettes for å endre praksisen, og fremme deltakelsen i aksjonen. Ansatte har ulike barrierer og forutsetninger for å delta i STJ –aksjonen. Selv om ikke alle kaster seg med på aksjonen selv om virkemidlene iverksettes, kan det forhåpentligvis fremme deltakelsen blant noen.

Sosio-økologisk perspektiv

Det ser ut til at det ikke er hensiktsmessig å drive informasjons- og rekrutteringsarbeid om ikke ansatte er fornøyd med vedlikehold, kvalitet og tilgjengeligheten av sykkel- og gangveier. Samtidig hjelper det ikke med tilfredsstillende fysiske og materielle omgivelser om overskudd motivasjon og sosial støtte mangler (Ommundsen, 2011). Samtidig kan et og samme miljø påvirke ulikt fra ansatt til ansatt, avhengig av personlighet, kontroll, helseatferd og økonomisk tilstand (Stokols, 1996).

Det komplekse sett av virkemidler som bør iverksettes, utvikles og implementeres på ulike nivå understreker det dynamiske og komplekse samspillet av faktorer, som kan påvirke menneskers handlinger, og deltakelse i STJ -aksjonen. Resultatene i denne casestudien viser at kombinasjoner av virkemidler og tiltak er viktig for å fremme deltakelsen blant ansatte, slik som studier i arbeid med å fremme generell sykkelandel også viser (Civitas, 2014). Det er forhold i miljøet, ved personligheten og i samfunnet som påvirker deltakelsen i aksjonen.

11. OPPSUMMERING OG KONKLUSJON

Så langt er det ikke identifisert tidligere virkemiddelforskning med mål om å fremme deltakelse STJ –aksjonen blant ansatte. Dermed bidrar casestudien med ny forskning om virkemidler, samt hvilke barrierer og forutsetninger som påvirker deltakelse på tre nivåer. Det kan også vurderes om virkemidlene er relevante for generell aktivitet og sykling, og ikke bare STJ –aksjonen. Samtidig som informantene lett blandet mellom det å delta i STJ –aksjonen, og det å sykle til vanlig under intervjuene.

Resultatene viser at det er viktig å fokusere på både fysiske, sosiale, materielle og individuelle faktorer i valg om deltakelse blant ansatte som ikke deltar. Et samspill og iverksetting av flere virkemidler på makro- og mesonivå, ser ut til å fremme deltakelsen mer effektivt. For å redusere kompleksiteten til resultatene ble essensen samlet under større hovedtiltak, for hver virkemiddelkategori. Virkemidlene speiler barrierene og forutsetningene på de ulike nivåene.

Et hovedtiltaket omhandler det «å dekke grunnleggende behov» innen fysiske og strukturelle virkemidler. Et tiltak som bør være på plass, både på makro- og mesonivå for å styrke ansattes følelse av å være kompetent og å mestre. De grunnleggende behovene handler blant annet om å fylle barrieren med dårlig vedlikehold og kvalitet på gang- og sykkelveier, om dårlig tilgang på dusj og garderobe på arbeidsplassen, samt trygge parkeringsplasser for sykkel. Transporten av sykkel på tog, både i forhold til pris og plass, vurderes også som et grunnleggende behov, og en forutsetning for ansatte som vil delta tross lange avstander.

«Utfyllende, men enkel og visualiserende informasjon og markedsføring» er tiltaket som de informative og kommunikative virkemidlene kan samles under. Her kan det handle om å visualisere helseeffekten og nytteverdien ved deltakelse på mesonivå, eller å skape større holdningskampanjer som retter fokuset vekk fra bilen på makronivå. Det kan handle om å gjøre informasjonen mer interessant og utfyllende, men samtidig enkel og profesjonell. Nyere sosiale medier og en egen «Sykle til jobben» –app bør vurderes. Samtidig bør rekruttering skje gjennom fysisk tilstedeværelse i bedriftene og gjennom mellommenneskelige metoder.

Som økonomisk virkemiddel, er det tiltak på makronivå om «Tilskudd fra staten» som vurderes som mest virkningsfullt. Tilskudd til Bedriftsidretten som kan redusere barrierene med redusert økonomi, ressurser og kapasitet. Eller tilskudd til arbeidsplassene slik at alle ansatte kan delta uavhengig om bedriften har råd til å sponse sine ansatte eller ikke. For utenom tilskudd, kan det på makronivå vurderes om skattefradrag ved deltakelse eller momsfradrag på kjøp av sykkel kan virke fremmende på deltakelsen.

Undersøkelsen resulterte i få regulative virkemidler, men på et overordnet makronivå, kan det arbeides med «*Reguleringer som fremmer norsk sykkelkultur*». Det handler om å gi syklingen verdi, respekt og plass i samfunnet og by- og nærområdet. Flere av virkemidlene kan samlet bidra til å fremme sykkelkulturen. Samtidig kan hende barrierer, som holdninger til bilen, reduseres både blant etnisk norske og ikke-etnisk norske. Ved å bedre den nasjonale sykkelkulturen kan det hende deltakelsen i STJ –aksjonen fremmes indirekte.

Innen den kulturelle og sosiale virkemiddelkategorien resulterte analysene i to hovedtiltak, for det første kan det handle om å rekruttere flere «*Lokale pushere og ildsjeler*». En forutsetning for å delta ser ut til å være sosial støtte. Her kan lokale pushere og ildsjeler se alle ansatte, og samtidig bidra i rekrutteringen. Uavhengig av ferdigheter og nivå bør alle få et lag å delta sammen med, men mer enn å få hjelp, må de bli innebygd i et sosialt nettverk. For det andre kan det handle om å «*bygge realistiske image*», bildet av en deltaker kan stå som en barriere både for mindre spreke og spreke ansatte som ikke deltar. Å finne positive image som favner et bredt aktivitetsnivå kan være viktig både i markedsføring og i valg av lokalepushere og ildsjeler. Begge tiltakene innen kulturelle og sosiale virkemidler har barrierer og forutsetninger på mikronivå, mens tiltakene iverksettes på mesonivå.

For å fremme deltakelse i aksjonen blant ansatte som ikke deltar kan det handle om å endre praksisen ved å delta, ved å for eksempel tilføre «materielementet i SPT en egen «Sykle til jobben» –app, eller ved å utvidet «imagedet» til en deltaker kan «mening» -elementet bli sterkere. Det kan også handle om å tilfredsstille grunnleggende behov, og dekke «kompetanse» -elementet, og gjøre deltakelse enklere for flere. Styrkes alle elementene er det sannsynlig at endringen i praksisen er mest effektiv. For noen handler det om å endre eller tilføre noe til et element, for andre kan det handle om å fylle et «tomt» element. Ansatte er ulike, med ulike barrierer og ulike forutsetninger. Derfor vil flere virkemidler samlet sannsynligvis fremme deltakelsen best. I lys av SKT handler det om å ha troen på sin egen evne til å gjennomføre en deltakelse i aksjonen. Både positive image og rollemodeller, støttende omgivelser kan påvirke mestringsforventningene positivt. Gjennom en visualisering av hva deltakelsen i aksjonen kan føre til, kan det påvirke resultatforventningene.

Videre arbeid og forskning

På en side bidrar oppgaven med et bredt spekter av virkemidler, på en annen side er det vanskelig å vite eksakt virkning og styrken av hvert virkemiddel. Det finnes helt sikkert flere tiltak og virkemidler som også kan bidra til å fremme deltakelsen i STJ –aksjonen. For videre

forskning kan virkemidlene testes og effekten vurderes. Slik kan tiltak som ikke fungerer strykes og undersøkelser av nye virkemidler fortsette.

En annen interessant problemstilling er langtidseffektene av aksjonen. Helsegevinstene, miljøgevinstene og de samfunnsøkonomiske gevinstene blir mest gjeldende om atferden går fra inaktiv til aktiv og holdes også etter endt aksjonstid. Samtidig, om folk deltar i aksjonen men ikke reduserer bilbruken av den grunn, vil miljøgevinstene ikke være like store. Samtidig kan virkemidler som rettes mot hele gruppen være like virkningsfulle, da forskning viser at brede befolkningsrettede tiltak har størst effekt (Sosial- og helsedirektoratet, 2005).

Ser vi på den sosioøkonomiske kartleggingen av deltakerne vil det være interessant å følge utviklingen i utdanningsnivå. Interessant å se om virkemidlene har en utjevne effekt om de iverksettes. Om de har en effekt kan det være positivt både for den nasjonal sykkelsatsing og i arbeidet med å redusere sosiale ulikheter. Selv om det generelle aktivitetsnivået til den voksne befolkningen viser seg å være lav, er det ikke sikkert ansatte som ikke deltar er fysisk inaktive selv om de ikke deltar i STJ-aksjonen, men er aktive på andre måter (Ommundsen, 2011, s. 2579). Derfor handler det ikke kun om en atferdsendring fra fysisk passiv til fysisk aktiv, men om å engasjere ansatte til å delta i STJ –aksjonen uavhengig av aktivitetsnivå.

LITTERATURLISTE

- Aadland, E. (2011). «Og eg ser på deg ...» *Vitenskapsteori i helse- og sosialfag* (3 utg.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Aadland, E. K. & Wergedahl, H. (2011). Virkemidler i folkehelsearbeidet. I N. C. Øverby, M. K. Torstveit & R. Høigaard (Red.), *Folkehelsearbeid*. (s. 288-300). Kristiansand: Høyskoleforlaget.
- Arnstein, S. R. (1969). A ladder of citizen participation. *Aip Journal*. Hentet fra <https://www.planning.org/pas/memo/2007/mar/pdf/JAPA35No4.pdf>
- Bedriftsidretten. (2015a, 28. september). Sykkel til jobben: Om aksjonen. Hentet 28. september 2015 fra <http://www.sykletiljobben.no/p/8746/om-aksjonen>
- Bedriftsidretten. (2015b, 28. september). Hvorfor sykle til jobben? Hentet 28. september 2015 fra <http://www.sykletiljobben.no/p/8747/hvorfor-sykle-til-jobben>
- Bedriftsidretten. (2015c, 28. september). Priser. Hentet 28. september 2015 fra <http://www.sykletiljobben.no/p/8749/priser>
- Bedriftsidretten. (2015d, 11. mai). Premier. Hentet 11. mai 2016 fra <http://www.sykletiljobben.no/p/18884/premier>
- Bentzrød, B. S. (2015, 22. september). Slik reiser vi på jobb i dag – og slik ønsker vi å reise i fremtiden. Hentet fra <http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/Slik-reiser-vi-pa-jobb-i-dag---og-slik-onsker-vi-a-reise-i-fremtiden-8174359.html>
- Bemelman-Videc, M. L. (1998). Introduction: Policy Instruments Choice and Evaluation. I M. L. Bemelman-Videc, R. C. Rist & E. Vedung, *Carrots, Sticks & Sermons – Policy Instruments & Their Evaluation*. (s. 1-18). New Brunswick: Transaction Publishers.
- Bjørndal, A. & Hofoss, D. (2012). *Statistikk for helse- og sosialfagene* (2 utg.). Oslo: Gyldendal akademiske.
- Bjørnstad, T. C. (2014). Aktive sykehus? *Søkelys på arbeidslivet*, 31(1-2), 16-156. Hentet fra https://www.idunn.no/file/pdf/66667188/aktive_sykehus.pdf
- Christiansen, P. & Strand, A. (2011). *Evaluering av kampanjen «Jeg kjører grønt» i Tromsø* (TØI rapport 1173/2011). Hentet fra <https://www.toi.no/getfile.php?mmfileid=23602>
- Dahl, E., Bergsli, H. & Wel, K. (2014). *Sosial ulikhet i helse: En norsk kunnskapsoversikt*. Hentet fra <http://www.hordaland.no/Global/regional/Folkehelse/dokument/Folkehelseoversikt/Sosial%20ulikhet%20i%20helse%20En%20norsk%20kunnskapsoversikt.%20Hovedrapport.pdf>
- Dalen, M. (2004). *Intervju som forskningsmetode – en kvalitativ tilnærming*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Departementene. (2005). *Sammen for fysisk aktivitet*. (Handlingsplan for fysisk aktivitet 2005-2009). Hentet fra https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/kilde/hod/pla/2004/0001/ddd/pdfv/231922-fa-handlingsplan_2005-2009.pdf
- Civitas. (2012). *Klimaeffekt av økt sykling og gåing, og suksesskriterier for økt sykling* (Civitas rapport 10/12). Hentet fra <file:///C:/Users/MKP89/Downloads/Civitas%20rapport%20-%20Klimaeffekt%20av%20økt%20sykling%20og%20gaaing.pdf>
- Espnes, G. A. & Smedslund, G. (2009). *Helsepsykologi* (2 utg.). Oslo: Gyldendal Akademiske.
- Folkehelseoven. Lov 24. juni 2011 nr. 29 om folkehelsearbeid.
- Gautun, H. (2007). Velferdsstatens forming av individers livsløp. *Nordisk sosialt arbeid*, 1(27), 56-63. Hentet fra https://www.idunn.no/nsa/2007/01/velferdsstatens_forming_av_individers_livsløp

- Gullstein, L. & Ellingsen, R. (2015, 21. april). «Sykle til jobben» -aksjonen tredoblet siden i fjor. Hentet fra <http://www.bt.no/sprek/Sykle-til-jobben-aksjonen-tredoblet-siden-i-fjor-3344087.html>
- Goetzke, F. & Rave, T. (2011). Bicycle Use in Germany: Explaining Differences between Municipalities with Social Network Effects. *Urban Studie (Edinburgh, Scotland)*, 48(2), 427-437.
- Götschi, T., Tainio, M., Maizlish, N., Schwanen, T., Goodman, A. & Woodcock, J. (2015). Contrast in active transport behavior across four countries: How do they translate into public health benefits? *Preventive Medicine*, 74, 42-48. Hentet fra <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4456468/>
- Hargreaves, T. (2011). Practice-ing behaviour change: Applying social practice theory to pro-environmental behaviour change. *Journal of Consumer Cultur*, 11(1), 79-99.
- Harvold, K., Innbjør, L., Kasa, S., Nenseth, V., Saglie, I. L., Tønnesen, A. & Vogelsang, C. (2010). *Ansvar og virkemidler ved tilpasning til klimaendringer* (Samarbeidsrapport NIBR/CICERO/NIVA/TØU 2010). Hentet fra https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/md/vedlegg/klima/klimatilpasning/underlagsrapporter/cie ns_rapport.pdf
- Heath, G. W., Brownson, R. C., Kruger, J., Miles, R., Powell, K. E. & Ramsey, L. T. (2006). The Effectiveness of Urban Design and Land Use and Transport Policies and Practices to Increase Physical Activity: A Systematic Review. *Journal of Physical Activity and Health*, 3(1), 55-76. Hentet fra http://www.centertrt.org/content/docs/Training_Resources/PA_Access/The_effectiveness_of_urban_desi gn_and_land_use_and_transport_policies_and_practices_to_increase_PA.pdf
- Helse- og omsorgsdepartementet. (2013). *Folkehelsemeldingen. God helse – felles ansvar*. (Meld. St. 34 2012-2013). Hentet fra <https://www.regjeringen.no/contentassets/ce1343f7c56f4e74ab2f631885f9e22e/no/pdfs/stm201220130034000dddpdfs.pdf>
- Helsedirektoratet. (2008). *Tiltak for økt fysisk aktivitet blant barn og unge* (IS-1551). Hentet fra <https://helsedirektoratet.no/Lists/Publikasjoner/Attachments/732/Tiltak-for-okt-fysisk-aktivitet-blant-barn-og-ungdom-en-systematisk-litteraturgjennomgang-IS-1551.pdf>
- Helsedirektoratet. (2014a). *Kunnskapsgrunnlag fysisk aktivitet. Innspill til departementets videre arbeid for økt fysisk aktivitet og redusert inaktivitet i befolkningen* (Rapport IS-2167). Hentet fra <https://helsedirektoratet.no/Lists/Publikasjoner/Attachments/292/Kunnskapsgrunnlag-for-fysisk-aktivitet-innspill-til-departementet-IS-2167.pdf>
- Helsedirektoratet. (2014b). *Anbefalinger om kosthold, ernæring og fysisk aktivitet* (IS-2170). Hentet fra <https://helsedirektoratet.no/Lists/Publikasjoner/Attachments/806/Anbefalinger-om-kosthold-ertering-og-fysisk-aktivitet-IS-2170.pdf>
- Helsedirektoratet. (2015). *Folkehelsepolitiske rapport 2015. Indikatorer for det tverrsektorielle folkehelsearbeidet* (Rapport IS-2776). Hentet fra <https://helsedirektoratet.no/Lists/Publikasjoner/Attachments/1130/Folkehelsepolitisk-rapport-2015-IS-2776.pdf>
- Holsen, T. (2000). *Medvirkning som begrep i plan- og bygningsloven* (NIBR Notat 3/2000). Oslo.
- Horton, D., Cox, P. & Rosen, P. (2007). *Cycling and Society*. England: Ashgate.
- Individ og fellesskap. (2008, 14. mars). Kapittel 16 Sosial ulikhet. Hentet 7. mai 2016 fra <http://individogfellesskap.cappelen.no/c196533/artikkel/vis.html?tid=321592>
- Jacobsen, D. I. (2005). *Hvordan gjennomføre undersøkelser?* (2 utg.). Kristiansand: Høyskoleforlaget.
- Kvale, S. & Brinkmann, S. (2010). *Det kvalitative forskningsintervju* (2 utg.). Oslo: Gyldendal akademisk.

- Leimare, D. (1998). *The Stick: Regulation as a Tool of Government*. I M. L. Bemelmans-Videc, R. C. Rist & E. Vedung, *Carrots, Sticks & Sermons*. Transaction Publishers: New Brunswick and London.
- Lillemyr, O. F. (2007). *Motivasjon og selvforståelse*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Leeuw, F. L. (1998). *The Carrot: Subsidies as a Tool of Government-Theory and Practice*. I M-L. Bemelmans-Videc, R. C. Rist, & E. Vedung, *Carrots, Sticks & Sermons. Policy Instruments & Their Evaluation* (s. 21-58). New Brunswick: Transaction Publishers.
- Leonard, S., Spotswood, F. & Tapp, A. (2011). Overcoming the self-image incongruity of non-cyclists. *Journal of Social Marketing*, 2(1), 23-36.
- Mæland, J. G. (2012). *Forebyggende helsearbeid* (3 utg.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Mæland, J. G., Elstad, J. I., Næss, Ø. & Westin, S. (2009). *Sosial epidemiologi. Sosiale årsaker til sykdom og helsesvikt*. Oslo: Gyldendal akademiske.
- Naidoo, J. & Wills, J. (2009). *Foundations for Health Promotion*. London: Bailliere tindal Elsevier.
- NOU 1995:4. (1995). *Virkemidler i miljøpolitikken*. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-1995-4/id139793/>
- Næss, Ø., Rognerud, M. & Strand, B. H. (2007). *Sosial ulikhet i helse. En faktarapport*. (Folkehelseinstituttet rapport 2007:1). Hentet fra <http://www.fhi.no/dav/1ae74b1d58.pdf>
- Ommundsen, Y. (2011). Er det så enkelt å få folk mer fysisk aktive? I N. C. Øverby, M. K. Torstveit & R. Høigaard (Red.), *Folkehelsearbeid* (s. 257-274). Kristiansand: Høyskoleforlaget.
- Parkin, J., Ryley, T. & Jones, T. (2007). *Barriers to Cycling: An Exploration of Quantitative Analyses*. I A. Horton, D., Cox, P. & Rosen, P. *Cycling and Society* (s. 67-82). England: Ashgate.
- Proper, K. I., van den Heuvel, S. G., De Vroome, E. M., Hildebrandt, V. H. & Van der Beek, A. J. (2006). Dose-response relation between physical activity and sick leave. *Br J Sports Med*, 40, 173-178. Hentet fra <http://bjsm.bmj.com/content/40/2/173.full.pdf+html>
- Rissel, C. (1994). Empowerment: the holy grail of health promotion? *Health Promotion international*, 9(1), 39-48. Hentet fra <http://www.dhpescu.org/media/elip/empowerment-20--20the-20holy-20grail-20of-20health-20promotion.pdf>
- Samdal, O., Bye, H. H., Torsheim, T., Fismen, A. S., Haug, E., Smith, O. R. F. & Wold, B. (2012). Trender i sosial ulikhet i helseatferd. *Tidsskrift for ungdomsforskning*, 2012, 12(2):21-41. Hentet 4. Oktober 2015 fra http://nova.no/asset/6479/1/6479_1.pdf
- Samferdselsdepartementet. (2004). *Nasjonal transportplan 2006-2015*. (St.meld. nr. 24 2003-2004). Hentet fra <https://www.regjeringen.no/contentassets/505d2819b6a54f7ca2bd309c0e610c99/no/pdfs/stm200320040024000dddpdfs.pdf>
- Simons, D., Clarys, P., De Bourdeaudhuij, I., de Gaus, B., Vandelanotte, C. & Deforche, B. (2013). Factors influencing mode og transport in older adolescents: a qualitative study. *BMC Public Health*, 13:323. Hentet fra <http://bmcpublichealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/1471-2458-13-323>
- Skinner, D. & Rosen, P. (2007). Hell is Other Cyclists: Rethinking Transport and Identity. I A. Horton, D., Cox, P. & Rosen, P. *Cycling and Society*. (s. 84-96). England: Ashgate.
- Smedslund, G., Steiro, A. K., Winsvold, A. & Hammerstrøm, K. T. (2008). *Effekt av tiltak for å fremme et sunnere kosthold og økt fysisk aktivitet, spesielt i grupper med lav sosioøkonomisk status* (Nr. 8-2008). Hentet fra <http://www.kunnskapscenteret.no/publikasjoner/effekt-av-tiltak-for-a-fremme-et-sunnere-kosthold-og-okt-fysisk-aktivitet-spesielt-i-grupper-med-lav-sosioekonomisk-status>

- Sosial- og helsedepartementet. (1998). *Det er bruk for alle. Styrking av folkehelsearbeidet i kommunene.* (NOU 1998: 18). Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-1998-18/id141324/?ch=1&q=>
- Sosial- og helsedirektoratet. (2005). *Gradientutfordringen.* Hentet fra <https://helsedirektoratet.no/Lists/Publikasjoner/Attachments/280/Gradientutfordringen-sosial-og-helsedirektoratets-handlingsplan-mot-sosiale-ulikheter-i-helse-IS-1229.pdf>
- Statistisk sentralbyrå[SSB]. (2015, 18. juni). Befolkningens utdanningsnivå, 1. oktober 2014. Hentet 10. mai 2016 fra <https://ssb.no/utniv>
- Statens vegvesen. (2012). *Nasjonal sykkelstrategi – Sats på sykkel! Grunnlagsdokument for Nasjonal transportplan 2014-2023.* (VD rapport 2012:7). Oslo: Vegdirektoratet.
- Strand, A., Nenseth, V. & Christiansen, P. (2015). *Norsk sykkelpolitikk – på vei* (TØI rapport 1453/2015). Hentet fra <https://www.toi.no/getfile.php?mmfileid=41877>
- Strandbakken, P., Heidenstrøm, N. & Vittersø, G. (2015). *Energisparende teknologier i norske husholdninger: Luft til luft varmpumper* (SIFO Fagrapport nr. 5-2015). Hentet fra http://www.sifo.no/files/file80361_fagrapport_5_2015_varmpumper.pdf
- Stokols, D. (1996). Translating Social Ecological Theory into Guidelines for Community Health Promotion. *American Journal of Health Promotion*, 10(4), 282-298. Hentet fra <https://webfiles.uci.edu/dstokols/Pubs/Translating.PDF>
- Spence, J. C. & Lee, R. E. (2003) Toward a comprehensive model of physical activity. *Psychology of Sport and Exercise*, 4, 7-24. Hentet fra https://www.researchgate.net/profile/Rebecca_Lee17/publication/223774417_Toward_a_comprehensive_model_of_physical_activity/links/54076ce60cf2c48563b3b9ef.pdf
- Spotswood, F. & Tapp, A. (2013). Beyond persuasion: a cultural perspective of behaviour. *Journal of Social Marketing*, 3(3), 275-294. Hentet fra https://www.researchgate.net/profile/Fiona_Spotswood/publication/261636854_17097864/links/00b7d534e3ac397880000000.pdf
- Spotswood, F., Chatterton, T., Tapp, A. & Williams, D. (2015). Analysing cycling as a social practice: An empirical grounding for behaviour change. *Transportation Research Part F* 29, 22-33. Hentet fra http://ac.els-cdn.com/S1369847814001776/1-s2.0-S1369847814001776-main.pdf?_tid=cfd4b01e-b84c-11e5-943f-0000aacb35e&acdnat=1452507754_b609b1a4b3cb562b039c8590dd189f17
- Sørbo, K. & Nilsen, A. A. (2015, 18. juni). Fire av fem sluttet å kjøre bil til jobb. *NRK*. Hentet fra <http://www.nrk.no/trondelag/fire-av-fem-sluttet-a-kjore-bil-til-jobb-1.12415318>
- Tangeland, T. (2012). *Bruk av sykkel. SIFO-survey hurtigstatistikk 2012. Jobbsykling og barns bruk av sykkel* (SIFO Prosjektnotat nr. 8-2012). Oslo: Statens institutt for forbrukerforskning.
- Tapp, A., Eagle, L. and Spotswood, F. (2008) *Social marketing-based strategy for obesity interventions* (University of the West of England (UWE) Project Report). Hentet fra http://eprints.uwe.ac.uk/79/1/Social_Marketing-Based_Strategy_for_Obesity_Interventions.pdf
- Torstveit, M. K. & Olsen, S. R. (2011). Fysisk aktivitet i folkehelsearbeidet. I C. N. Øverby, M. K. Torstveit & R. Høigaard (Red.), *Folkehelsearbeid* (s. 163-182). Kristiansand: Høyskoleforlaget.
- Tietenberg, T. H. (1990). Economic instruments for environmental regulation. *Oxford review of economic policy*, 6(1), 17-33. Hentet fra <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.461.7580&rep=rep1&type=pdf>
- Tjelta, L. I, Kvåle, O. H. & Dyrstad, S. M. (2010). Helseeffekter av sykling til og fra jobb. *Tidsskrift for den Norske legeforening*, 130, 1246-9. Hentet fra <http://tidsskriftet.no/article/1988500/>

- Urbanczyk, R. (2010). PRESTO Cycling Policy Guide. Promotion of Cycling. (Rupprecht Consult GmbH, 2/10). Hentet fra <file:///C:/Users/MKP89/Downloads/PRESTO%20Guide%20til%20gjennomforing%20av%20sykkelkamp%20anjer.pdf>
- Ugland, O. F. & Dølvik, E. J. (1989). *Fysisk aktivitet på arbeidsplassen. Nye tider – nye strategier for bedriftsidretten?* (FAFO Rapport 03/1989). Hentet fra <http://www.nb.no/nbsok/nb/f506d814e2d5e33ef987e63716f61bb5.nbdigital?lang=no#41>
- Vedung, E. (1998). Policy Instruments: Typologies and Theories. I M-L. Bemelmans-Videc, R. C. Rist, & E. Vedung, *Carrots, Sticks & Sermons. Policy Instruments & Their Evaluation*. (s. 21-58). New Brunswick: Transaction Publishers.
- Viken, B. & Magnelssen, R. (2010). Kulturelle forskjeller og dialog. I B. N. Kumar & B. Viken (Red.), *Folkehelse i et migrasjonsperspektiv* (s. 60-80). Bergen: Fagbokforlaget.
- Villatoro, D., Sabater-Mir, J. & Sen, S. (2011). Social Instruments for Robust Convention Emergence. *International Joint Conference on Artificial Intelligence, 21*, 420-425. Hentet fra <http://www.ijca.csic.es/~jsabater/Publications/2011-IJCAIb.pdf>
- Wen, L. M., Kite, J. & Rissel, C. (2010). Is there a role for workplaces in reducing employees' driving to work? Findings from a cross-sectional survey from inner-west Sydney, Australia. *BMC Public Health, 10*:50. Hentet fra <http://bmcpublihealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/1471-2458-10-50>
- Wester, A., Wahlgren, L., Wedman, I. & Ommundsen, Y. (2008). Å bli fysisk aktiv. I R. Bahr (Red.), *Aktivitetshåndboken* (s. 84-102). Oslo: Helsedirektoratet.
- World Health Organization[WHO]. (2002a). *Innovative Care for Chronic Conditions* (NLM classifications: WT 31). Hentet fra http://www.who.int/chp/knowledge/publications/iccc_ch2.pdf
- World Health Organization[WHO]. (2002b). *Health promotion and community participation*. Hentet fra http://www.who.int/water_sanitation_health/hygiene/emergencies/em2002chap15.pdf
- World Health Organization[WHO]. (2016, udatert). The determinants of health. Hentet 18. april 2016 fra <http://www.who.int/hia/evidence/doh/en/>
- Øverby, N. C., Torstveit, M. K. & Høigaard, R. (2011). Hva er folkehelse og folkehelsearbeid? I C. N. Øverby, M. K. Torstveit & R. Høigaard (Red.), *Folkehelsearbeid* (s. 11-22). Kristiansand: Høyskoleforlaget.

VEDLEGG

Vedlegg 1: Informasjons- og samtykkeskriv til ansatte og kontaktpersoner

Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjektet *”Sosiale ulikheter i ”Sykkel til jobben”-aksjonen”*

Bakgrunn og formål

Jeg er masterstudent ved Norges miljø- og biovitenskapelige universitet (NMBU) i Ås, og tar en mastergrad i Folkehelsevitenskap. Jeg holder i disse dager på å fullføre graden ved å gjennomføre et forskningsprosjekt. Formålet med forskningen er å se på sosiale ulikheter i deltakelse i ”Sykkel til jobben”-aksjonen, og prøve å finne ut hva som skal til for å rekruttere manglende grupper/personer. Prosjektet skjer i samarbeid med Bedriftsidretten og med veiledning fra Transportøkonomisk Institutt (TØI) og intern veileder ved NMBU.

Hva innebærer deltakelse i studien?

Jeg ønsker å spørre deg om hjelp til hvordan vi kan øke deltakelsen i ”Sykkel til jobben”-aksjonen, ved å gjennomføre et intervju. Hvilke tiltak og virkemidler tror du må til for å øke rekruttering.

Under intervjuet vil spørre dine generelle tanker rundt virkemidler for en mot en økt rekruttering, samt noen personopplysninger som kjønn, alder og utdanning. Intervjuet vil bli tatt opp på lydbånd slik at jeg enklere kan notere svarene i etterkant. Lydbåndene vil bli slettet ved prosjektslutt.

Hva skjer med informasjonen om deg?

Alle personopplysninger vil bli behandlet konfidensielt og personopplysningene du gir skal ikke være mulig å gjenkjenne. De eneste som har tilgang på de transkriberte intervjuene under prosjektperioden, være mine veiledere og prosjektleder i aksjonen. Når masteroppgaven er levert og godkjent vil jeg slette all informasjon som ble innhentet under intervjuene. Sluttdato for prosjektet er etter planen 15. Mai 2016.

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.

Dersom du ønsker å delta eller har spørsmål til studien, ta kontakt med Maren-Kristine Pettersen på 93627942 eller på mail: m.k.p89@hotmail.com

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

Mine veiledere er:

NMBU: Harpa Stefansdottir, tlf: 40476755

TØI: Vibeke Nenseth, tlf: 92043407

Samtykke til deltakelse i studien

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

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Vedlegg 2: Informasjons- og samtykkeskriv til ansatte i Bedriftsidretten.

Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjektet "Sosiale ulikheter i "Sykle til jobben"-aksjonen"

Bakgrunn og formål

Jeg er masterstudent ved Norges miljø- og biovitenskapelige universitet (NMBU) i Ås, og tar en mastergrad i Folkehelsevitenskap. Jeg holder i disse dager på å fullføre graden ved å gjennomføre et forskningsprosjekt. Formålet med forskningen er å se på sosiale ulikheter i deltakelse i "Sykkel til jobben"-aksjonen, og prøve å finne ut hva som skal til for å rekruttere manglende grupper/personer. Prosjektet skjer i samarbeid med Bedriftsidretten og med veiledning fra Transportøkonomisk Institutt (TØI) og intern veileder ved NMBU.

Hva innebærer deltakelse i studien?

Jeg ønsker å finne ut av hvordan man kan øke deltakelsen i "Sykle til jobben"-aksjonen, ved å gjennomføre et intervju med ansatte som ikke deltar. Finne ut hvilke virkemidler som må til for å øke deltakelsen.

For å ha noe å sammenligne det med, er jeg interessert i hvordan Bedriftsidretten arbeider og har arbeidet med rekrutteringen og hvordan det fungerer/har fungert. Intervjuet vil bli tatt opp på lydbånd slik at jeg enklere kan notere svarene i etterkant. Lydbåndene vil bli slettet ved prosjektslutt.

Hva skjer med informasjonen om deg?

Alle personopplysninger vil bli behandlet konfidensielt og personopplysningene du gir skal ikke være mulig å gjenkjenne. De eneste som har tilgang på de transkriberte intervjuene under prosjektperioden vil være mine veiledere og prosjektleder i aksjonen. Når masteroppgaven er levert og godkjent vil jeg slette all informasjon som ble innhentet under intervjuene. Sluttdato for prosjektet er etter planen 15. Mai 2016.

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.

Dersom du ønsker å delta eller har spørsmål til studien, ta kontakt med Maren-Kristine Pettersen på 93627942 eller på mail: m.k.p89@hotmail.com.

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

Mine veiledere er:

NMBU: Harpa Stefansdottir, tlf: 40476755

TØI: Vibeke Nenseth, tlf: 92043407

Samtykke til deltakelse i studien

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

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Vedlegg 3: Intervjuguide: Prosjektleder

INTERVJUGUIDE

Prosjektleder

Først vil jeg takke for samarbeidet, og for at du stiller deg villig til å bli intervjuet. Formålet med dette intervjuet er å bli enda bedre kjent med Bedriftsidrettens «Sykle til jobben» -aksjon og hvordan dere jobber med aksjonen.

Tema 1: Deltakerne

- Hvem er målgruppen til aksjonen?
- Spesifikke bedrifter/mennesker dere fokuserer på?
- Hvordan er den kulturelle og etniske fordelingen blant deltakere?

Tema 2: Rekrutteringen

- Setter dere mål og delmål i rekrutteringen av deltakere?
- Hvordan arbeider dere før, under og etter rekrutteringen av deltakere? (Kartlegging, medbestemmelse, kartlegger brukerbehov ... osv.)
- Hva bruker dere i rekrutteringsarbeidet? (Medier, plakater, brosjyrer, face to face ...)
- Har dere kulturelle tilpassinger i markedsføringen? (Språk, forståelse, info om utstyr osv.?).

Tema 3: Sosiale ulikheter

- Har du noen tanker om hvordan «Sykle til jobben» -aksjonen bidrar inn i folkehelsearbeidet?
- Hva tenker du om den sosioøkonomiske fordelingen som ses i aksjonen i dag, med tanke på utdanningsnivå?
- Hvorfor tror du det er flere med høyere utdanning som deltar enn de med lav/ingen?

Tema 4: Tiltaket og virkemidlene

Sosial støtte og nettverk:

- Hvordan vurderer du det sosiale og andre kollegaers støtte i valg av deltakelse til aksjonen?
 - o Er det flest som er påmeldt i lag eller enkeltvis?

Premieringen:

- Hva tror du premieringen har å si for deltakelse?
- Har dere diskutert premieringsmetoden og vurdert andre måter?

Kunnskap og kompetanse:

- Hva ligger til grunn for valg av rekrutteringsmetoder, premieringer, målsettinger osv.?
- Hvordan jobber dere med kunnskapsutviklingen om målgruppen og økt deltakelse?
- Tar dere spesielle kulturelle hensyn før, under og etter aksjonen?
- Har dere kurs, undervisning eller tilbyr hjelp for personer som ikke er vant til å f. eks sykle?

Makro- og politisk nivå:

- Hvordan bidrar staten, kommunene og myndigheten i «Sykle til jobben» -aksjonen i dag?
- Er det områder du tenker de kunne bidratt mer?
- Samarbeider dere med andre bedrifter, frivillige organisasjoner, myndigheter?

Generelt:

- Er det andre virkemidler dere bruker arbeidet med å rekruttere flere som ikke deltar? Eller du tenker burde vært med?
- Hva tror du skal til for å øke deltakelsen blant arbeidstakere med lavere utdanning?
 - o Materiell, infrastruktur, fysisk tilretteleggelse, andre premier, konkurranseelementet.

Tema 5: Barrierer

- Hvilke barrierer ser du som et hinder for deltakelse?
 - o Registrering av økter
 - o Utstyr
 - o Fysiske omgivelser
 - o Føler seg ikke «god nok»
 - o Individuelle: selv-bildet, ikke en som trener/sykler
- Er det barrierer i Bedriftsidretten som kan redusere rekruttering av deltakere?
 - o Økonomiske
 - o Tid, ressurser
 - o Kunnskap, kompetanse
- Hva tenker du kunne vært gjort annerledes i forhold til arbeidet som gjøres i dag? For å øke deltakerantallet?

Tema 6: Etter endt aksjon

- Diskuterer og vurderer dere virkemidlene som blir brukt?
- Hvordan fungerer evalueringsarbeidet?
- Involverer dere deltakerne i forbedringsarbeidet?
- Hva gjør dere med evalueringene?
- Hvilke arbeid er tenkt fremover?
- Hva drømmer du om for «Sykle til jobben» -aksjonen?

Takk for hjelpen ☺

Vedlegg 4: Intervjuguide: ansatt i Bedriftsidretten

INTERVJUGUIDE

Ansatt i Bedriftsidretten

Jeg ønsker å finne ut litt om utviklingen til aksjonen. Målet med prosjektet er å finne ulike identifisere barrierer og behov og videre hvilke virkemidler om kan fremme deltakelsen i aksjonen. Derfor er det også spennende å høre litt om utviklingen og hvordan aksjonen fungerte tidligere.

Tema 1: Utviklingen til aksjonen

- Hvordan har «Sykle til jobben» -aksjonen utviklet seg gjennom årene du har jobbet i Bedriftsidretten?
- Har mål, delmål endret seg med årene?
- Har hensikt med aksjonen endret seg?
- Har målgruppen endret seg? Var det en annen målgruppe før enn i dag?
- Har premieringen endret seg?
- Har aktiviteter og registrering av disse endret seg?
- Har pris/deltakeravgift endret seg?

Tema 2: Deltakerne

- Har det skjedd en utviklingen i hvem og hvor mange som deltar? (Lag eller individuelt)
- I dag viser undersøkelser at de fleste har høyskole- eller universitetsutdannelse av deltakerne, kan du fortelle noe om den sosiale fordelingen i aksjonen de tidligere årene?
- Hvordan har/er ulike kulturer og etniske grupper (vært) presentert i aksjonen (opp gjennom årene)?

Tema 3: Rekrutteringen

- Hvordan ble deltakerne rekruttert?
- Hvordan reklamerte og informerte dere for aksjonen tidligere?
- Ble det tatt ulike kulturelle hensyn/tilpassinger?

Tema 4: Positiv og/eller negativ utvikling?

- Hva opplevde du fungerte tidligere som ikke er med i dag? Hva ser du som negativt i utviklingen av aksjonen?
- Hva fungerer bedre i dag enn det gjorde tidligere? Hva ser du på som positivt i utviklingen av aksjonen?
- Hva er dine tanker rundt at alle aktivitet nå kan registrere?
- Har det tidligere vært kurs, undervisning, hjelp til personer som ikke er vant til å sykle?

Tema 5: Fysisk tilretteleggelse

- Hvordan har sykkelutstyret og krav til utstyr utviklet seg?
- Hvordan har infrastrukturen og fremkommeligheten endret seg?

Tema 6: Andre virkemidler

- Har du tanker rundt virkemidler som ikke brukes i dag, men som du tenker egentlig kunne fungert i arbeidet om å rekruttere flere til aksjonen? Og Hvorfor?
- Hvordan har staten, kommunene, de øvrige myndighetene bidratt i aksjonen opp gjennom årene?
 - o Er det områder du tenker de kunne bidratt mer og hjulpet til økt rekruttering?
 - o Tilskudd, retningslinjer, veiledning

Tema 7: Folkehelsearbeid

- Har du noen tanker om hvordan «Sykle til jobben» -aksjonen har bidratt/bidrar inn i folkehelsearbeidet?

Takk for hjelpen 😊

Vedlegg 5: Intervjuguide: Kontaktperson

INTERVJUGUIDE Kontaktperson på arbeidsplassen

Tema 1: Aksjonen

Takk for at du stiller til intervju, det setter jeg stor pris på. Som kontaktperson mellom bedriftsidretten og aksjonen. Hva er dine generelle tanker om en slik aksjon?

- Deltar du selv?
 - o Hvorfor? Hvorfor ikke

Tema 2: Ansatte

- Hvor mange ansatte er det i deres bedrift?
- Hvor mange er påmeldt aksjonen?
- Hvordan er den sosioøkonomiske fordelingen i din bedrift?
 - o Er det ansatte med både lang utdanning og ingen utdanning?
- Hvordan ser du fordelingen av deltakere i aksjonen i forhold de utdanningsnivå?

Tema 3: Deltakerne

Som kontaktperson har du kanskje fått en viss tanke og oversikt over folks holdninger og barrierer til aksjonen. Jeg er interessert i vite mer om hvorfor folk velger å ikke delta.

- Hvordan vil du beskrive de som ikke deltar? Hvilke bilde danner du deg?
 - o En spesiell gruppe mennesker?
 - o Veldig ulike?
- Hvordan vil du beskrive de som deltar?
- Er de som ikke deltar i aksjonen fysisk aktive med andre aktiviteter?

Tema 4: Barrierer

- Hva tenker du må til for å øke deltakelsen blant de som ikke deltar?
 - o Hvilke mulige barrierer ser du blant ansatte som ikke deltar?
- Hvilke fordeler ser du ved å delta i aksjonen?
- Hvordan tror du det at *all type aktivitet* kan registreres påvirker deltakelsen?
- Hvilke barrierer ser du i selve «Sykle til jobben» -aksjonen og bedriftsidretten som kan hindre økt deltakelse blant lavt utdannede?

I «Sykle til jobben» -aksjonen er det et klart flertall av folk med lang utdanning som deltar.

- Hva tror du kan være årsaken til det?
- Hvilke virkemidler tenker du kan øke deltakelsen blant folk med lavere utdanning?
 - o Trenger de andre virkemidler enn de med høy?

Tema 2: Virkemidler

Så ønsker jeg å snakke litt om virkemidler dere bruker for å få med ansatte til å delta i aksjonen.

Økonomiske:

- Får deltakerne støttet deltakeravgiften?
- Får dere tilskudd og støtte fra øvrige myndigheter?

- Er det andre økonomiske fordeler ved delta?
- Får de tid i arbeidstiden til å trene?

Fysiske:

- Hvordan ser du på bedriftens fysiske tilretteleggelse i det å delta i aksjonen?
 - o Dusj, garderoder
 - o Sykkelparkering
 - o Treningsrom

Pedagogiske:

- Hvordan informeres ansatte om aksjonen?
- Er bedriftens ledelse aktivt med å rekruttere deltakere til aksjonen?
 - o Eventuelt: Hvordan?
- Har dere kurs, opplæring eller lignende for folk som ikke er vant til å sykle?
- Fungerer teknisk utstyr og informasjon optimalt under deltakelse?

Belønning:

- Gir dere andre belønninger utover det bedriftsidretten tilbyr av premier?

Kulturelle og sosiale:

- Hvordan er kulturen for å delta i aksjonen i deres bedrift?
 - o Påmelding i lag
 - o Spesiell gruppe mennesker som deltar?
 - o Sykkel- og treningskulturen generelt.

Er det andre virkemidler dere bruker med håp om økt deltakelse?

Takk for hjelpen 😊

Vedlegg 6: Intervjuguide: ansatt som ikke deltar i STJ –aksjonen

INTERVJUGUIDE

Ansatte

Tusen takk for at du er villig til å delta og bli intervjuet. Jeg holder i disse dager på med min mastergrad i Folkehelsevitenskap ved Universitet i Ås, og ønsker å finne ut hvilke faktorer som kan påvirke deltakelsen, og videre hvilke virkemidler som kan fremme deltakelsen.

Tema 1: Aksjonen

- Har du hørt om «Sykle til jobben»-aksjonen?
 - o Hvis «ja»:
 - Kjenner du noen som deltar (på jobb, familie, utenfor)? Hva er din relasjon til personen?
 - Kan du fortelle meg litt om hvorfor du ikke deltar? Har du deltatt tidligere?
 - Kjenner du til andre holdninger til aksjonen?
 - o Hvis «nei»:
 - Er det en aksjon du kunne tenkt deg å delta i? Hvorfor/hvorfor ikke?
- Hva er dine generelle tanker til aksjonen?
- Hvordan vil du beskrive de som deltar i aksjonen?
 - o Er det ledere, medarbeidere, venner, familie ...

Tema 2: Er du en syklist? En som trener?

- Hvilke bildet danner du av deg selv som syklist?
- Bruker du sykling som aktivitet generelt?
- Har du utstyret som trengs for å sykle?
- Hva ville det gitt deg å delta i «Sykle til jobben» -aksjonen?

- Hvilke forhold har du til fysisk aktivitet?

Tema 2: Fordeler og ulemper

- Hvilke fordeler ser du ved å delta i «Sykle til jobben» -aksjonen?
- Hvilke ulemper er det ved å delta i «Sykle til jobben» -aksjonen?
 - o Både generelt og mer personlig
- Hva tenker du om at all aktivitet kan registreres, og ikke bare sykling til jobb?

Tema 3: Virkemidler

Hensikten med masteroppgaven er å finne ut årsaker til at folk velger å ikke delta i aksjonen, og hvilke virkemidler som kanskje kan bidra til å øke deltakelse gjennom å se på ulike barrierer. Derfor ønsker jeg å dykke dypere inn i nettopp dette.

- Opplever du noen begrensninger i forhold til det å ikke delta på aksjonen? Eventuelt hvilke?
 - o Sosiale normen
 - o Mestring og kontroll
 - o Sosiale, materielle, personlige og fysiske faktorer
- Hva tenker du må til for å øke deltakelsen blant de som ikke deltar?
 - o Både generelt og personlig

Pedagogiske:

- Hvordan fikk du vite om aksjonen?
- Hva er dine tanker om kvaliteten på informasjonen som er gitt om aksjonen?
- Det er premier i kampanjen, visste du det?

- Og motiverer det deg til å delta?
- Hvordan tror du premiene motiverer til deltakelse?
- Er det nødvendig med premier?
- Er det andre ting du mener kunne motivert til økt deltakelse?

Medvirkning og empowerment:

- Inkluderes dere ansatte i valg om deltakelse i aksjonen? Hvordan?
- Hvordan informeres dere om aksjonen?
- Vet du hvem som først tok initiativ til å delta?

Kulturen:

- Opplever du at det er en kultur for deltakelse i din bedrift?
- Er det mange som er med?
- Har du en leder eller ansatt som brenner for å rekruttere flere?

Sosial støtte:

- Får du spørsmål fra andre ansatte om å delta?
- Tenker du at ros, tilbakemeldinger og sosial støtte er viktig om du skulle deltatt?

Fysiske:

- Er det tilrettelagt på arbeidsplassen for å sykle, løpe, gå til jobb?
 - Garderober, sykkelparkering, dusj, oppbevaring.
- Har du utstyret som trengs?
- Hvordan opplever du infrastrukturen og mulighetene for å komme deg til og fra jobb?
- Hvordan er ditt nærmiljø fysisk tilrettelagt for å være i aktivitet?
 - Skog, veier, idrettsanlegg, grønne områder.
- Er du redd for å bevege deg ute, sykle, løpe på is osv.?

Økonomiske:

- Hva tenker du om at aksjonen koster penger å delta på?
- Vet du prisen for å delta?
- Ville det vært mer aktuelt å delta om deltakelsen ble sponset?
- Dyrt med utstyr som trengs for å være aktiv og delta i aksjonen?
- Har du selv utstyret som trengs?

Statelige:

- Statens vegvesen har kommet med en ny sykkelstrategi «Sats på sykkel» 2015-2023. Strategien stiller krav om at all tettsteder over 5000 innbyggere må utarbeide hovednettverk for sykkel innen 2023. Hva tror du en slik strategi kan ha å si for deltakelsen til aksjonen?
- Er det andre tiltak fra øvrige myndigheter du tenker kunne motivert deg til å delta?

Tema 4: Økt deltakelse

- Hva tror du er det viktigste som må skje for å få økt deltakelsen?
- Er det andre virkemidler enn de vi har snakket om ovenfor som må til?
- Hva er det ved selve praksisen «Å delta i aksjonen» som hindrer deg i å delta?
 - Kompetanse: takle sykkel, sykkelveier, hygiene, parkering, klær. Hvor stort er steget for deg til å delta? Det å trene, lokaler, arealer..

Tema 5: Generelle avslutningsspørsmål

Til slutt ønsker jeg å stille noen generelle bakgrunns-spørsmål. Kan jeg få spørre deg om:

- Alder
- Utdanning
- Bor du langt fra jobb
- Er du fysisk aktiv ellers på fritiden?
 - o Med hva?
 - o Hvis ikke, hva er utfordringene i din hverdag for å ikke være fysisk aktiv?
 - o Om du skulle deltatt i aksjonen, hvor stor rolle spiller helsegevinsten for deg? →
Hva ville det ha gitt deg hvis du skulle deltatt?

Tusen takk for at du ville stille til intervju, det setter jeg stor pris på ☺

Vedlegg 7: Godkjenning fra NSD

kvittering

Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS
NORWEGIAN SOCIAL SCIENCE DATA SERVICES



Knut Høyen gate 29
0407 Bergen
Norway
tel: +47 55 58 31 17
fax: +47 55 58 36 50
nsd@nsd.uib.no
www.nsd.uib.no
tlf nr 86 51 884

Harpa Stefansdottir
Institutt for landskapsplanlegging Norges miljø- og biovitenskapelige universitet

1430 ÅS

Vår dato: 01.02.2016

Vår ref: 46407 / 3 / HJP

Deres dato:

Deres ref:

TILBAKEMELDING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 05.01.2016. Meldingen gjelder prosjektet:

46407	<i>Sosiale ulikheter i "Sykkel til jobben"-aksjonen</i>
Behandlingsansvarlig	<i>Norges miljø- og biovitenskapelige universitet, ved institusjonens øverste leder</i>
Daglig ansvarlig	<i>Harpa Stefansdottir</i>
Student	<i>Maren-Kristine Pettersen</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, 15.05.2016, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Vennlig hilsen

Vigdis Namtvedt Kvalheim

Hanne Johansen-Pekovic

Kontaktperson: Hanne Johansen-Pekovic tlf: 55 58 31 18

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

Juridisk godkjenning / godkjent uttrykk

0560 NSD Universitet i Oslo, Postboks 1055 Blindern, 0316 Oslo. Tel: +47 22 85 59 11. nsd@uio.no
052929 05 110 Norges miljø- og biovitenskapelige universitet, 2001 Innheimen, 1411 Innheimen. Tel: +47 55 58 31 17. korn@nmbu.no
050568 NSD SAE, Juvetveit, Torshov, 5017 Torshov. Tel: +47 77 61 41 36. nsd@saebv.uib.no



Norges miljø- og
biovitenskapelige
universitet

Postboks 5003
NO-1432 Ås
67 23 00 00
www.nmbu.no