

Alkoholmarked i Norge og smugling fra Polen

Krysninger i nyere norsk og polsk historie

Piotr Majewski



Masteroppgave i kriminologi
Institutt for kriminologi og retts sosiologi
Det juridiske fakultet

UNIVERSITETET I OSLO

02.11.2015

Sammendrag

Tittel: Alkoholmarked i Norge og smugling fra Polen. Krysninger i nyere norsk og polsk historie.

Navn: Piotr Majewski

Veileder: Per Ole Johansen

Levert ved: Institutt for kriminologi og rettssosiologi, Universitetet i Oslo, 2015.

Oppgaven omhandler det illegale alkoholmarkedet i Norge og smugling av alkohol fra Polen. Avhandlingen starter med en gjennomgang av det norske alkoholmarkedets historie. Der vil vi se på de viktigste begivenhetene som hadde formet markedet og dets mekanismer. Starten av 2000-tallet blir deretter diskutert som et nytt kapittel i norsk smuglerhistorie der den polske smuglerens posisjon styrkes. Etter å ha omtalt den norske alkoholhistorien, skal det drøftes befolkningens drikkevaner, normer og holdninger til alkohol og alkoholpolitikk. Disse temaene henger sammen og påvirker hvordan både det legale og det illegale alkoholmarkedet er, og hvilken retning det utvikler seg i. Det vil også drøftes forskjeller og likheter mellom den norske og den polske alkoholpolitikken og samfunnsnormer i forhold til alkoholtema, som vil gi en viss forståelse for hvor forskjellige alkoholmarkedene i disse to landene er.

Deretter vil historiske, økonomiske, sosiale og politiske trekk i Polen anvendes på hvordan alkoholmarkedet i Polen hadde utviklet seg. Etter å ha diskutert det historiske grunnlaget for det norske og det polske alkoholmarkedet, omtaler jeg krysningen i nyere norsk og polsk alkoholhistorie. Denne krysningen forklares som de polske smuglernes tilsynekomst på det illegale alkoholmarkedet i Norge. Den sentrale delen av oppgaven er presentasjonen av hypoteser som har blitt utarbeidet i løpet av arbeidet med avhandlingen. Hypotesene baseres på faglitteratur og intervjuer, og viser karakteristiske trekk for den polske smuglingen av alkohol til Norge. Til slutt drøftes medias bidrag til skapningen av en polsk smugler.

Forord

Hensikten med denne oppgaven var å fylle ut en nisje som har oppstått på faglitteraturfeltet angående alkoholmarkedet. Det er flere personer som har hjulpet meg under arbeidet med denne avhandlingen og jeg vil takke alle som har bidratt til at jeg klarte denne utfordringen.

Jeg vil takke min veileder Per Ole Johansen som gjennom sitt mange års arbeid og flere bidrag til faglitteratur, inspirerte meg til å skrive om nettopp dette temaet. Takk for gode råd og tilbakemeldinger som har hjulpet meg underveis i skrivingen rettes til min veileder og mastergruppen.

Ikke minst tusen takk til alle informanter for at dere var villige til å snakke med meg og fortelle om deres erfaringer. Dette har vært til stor hjelp, da jeg har fått informasjon jeg ikke hadde klart å finne andre steder.

Til slutt vil jeg takke Tonje Rød Tangedal for at hun tok seg tid til å lese gjennom oppgaven og hjelpe meg med grammatikken, som var en utfordring for meg. Ikke minst, takk for støtten jeg fikk når jeg trengte den aller mest!

Piotr Majewski

Oslo, 2. November 2015

Innholdsfortegnelse

Sammendrag.....	I
Forord.....	III
Innholdsfortegnelse.....	V
1. Innledning.....	1
1.1 Tema.....	1
1.2 Problemstilling.....	3
1.3 Presentasjon av oppgavens oppbygging.....	5
2. Metode og kilder.....	7
2.1 utfordringer ved valgt metode.....	8
2.2 Utvalget: innhold i litteraturen og intervjuer.....	8
2.3 Intervjuer og utfordringer ved intervjuing.....	9
2.4 Bruk av skriftlig materiale.....	11
2.5 Forskningsetiske overveielser.....	13
3. Alkoholmarked i Norge: et historisk perspektiv.....	17
4. 2000-tallet: et nytt kapittel i norsk smuglingshistorie.....	23
5. Alkoholpolitikk stilt opp mot befolkningens normer, holdninger og drikkevaner.....	24
5.1 Alkoholkultur og alkoholpolitikk.....	25
5.2 Drikkekultur.....	29
5.3 Samfunnsutvikling og alkoholpolitikk.....	33
5.4 Endringer i alkoholbildet og følgende konsekvenser.....	35
5.5 Norsk versus polsk alkoholpolitikk.....	38
6. Alkoholmarkedet og «uformell» økonomi.....	42
7. Historiske, økonomiske, sosiale og politiske trekk i Polen.....	44
7.1 Historiens medvirkning til alkoholkultur.....	44
7.2 Grå sone → organisert kriminalitet.....	44
7.2.1 Strukturelle faktorer.....	46
7.2.2 Kulturelle verdier.....	46
7.2.3 Historiske forhold.....	47
7.3 Smugling i Polen før 1989.....	49
7.4 Smugling etter 1989.....	50
7.5 Årsaker til ulovlig handel og smugling.....	51
7.6 Årsaker til smugling fra Polen til Norge.....	52

7.7 Bekjemping av smugling	53
7.7.1 Finansielle handlinger	54
7.7.2 Sosial-økonomiske handlinger	56
7.7.3 Sosial aksept / samfunns samtykke	57
8. Intervjuer og empiriske funn	58
8.1 Hypotese 1: «Alkohol til alle»	58
8.2 Hypotese 2: Forfalsket eller original?	62
8.3 Hypotese 3: Tilgjengelighet – en trigger for alkoholsmugling	64
8.4 Hypotese 4: Historiens innflytelse på smugling	64
8.5 Hypotese 5: Forskjellige alkoholmarkeder i Norge og Polen	70
8.6 Hypotese 6: Beskyttelse gjennom lite kontakt mellom «upperworld» og «underworld»	73
8.7 Hypotese 7: En profesjonell og sammensatt struktur på polske, kriminelle nettverk	76
8.8 Hypotese 8: Polske smuglere; et godt medieemne	79
9. Polakkers holdninger og koblinger til den polske smugleren i Norge	82
10. Medias bidrag til polakkers posisjon på det norske alkoholmarkedet	86
10.1 Medias makt	86
10.2 Produksjon av nyheter	89
10.3 Polsk smugling – stor nyhetsverdi?	91
10.4 Norske mediers omtale av polske smuglere i polakkers øyne	95
10.5 Fotografiets kraft	97
10.6 Media om polske smuglere – oppsummering	98
11. Avslutning	99
Litteratur	102
Kilder	108
Vedlegg	111

1. Innledning

Alkoholmarkedet er et spesifikt marked som skaper mye debatt og vekker blandede følelser hos folk. Noen ser på illegal alkohol som noe med en lav grad av samfunnsfare og gir sitt sosiale aksept for de illegale måtene å skaffe seg alkohol på. Andre ser på illegal alkohol som en reell fare for både samfunnet og økonomien, og de støtter seg til en mer restriktiv alkoholpolitikk på dette feltet. Per Ole Johansen (1994) beskriver alkoholmarkedet som et marked som ikke vil dø. Til tross for sine påstander om et udødelig marked, skriver Johansen i «Organised crime Norwegian style... used to be» at markedet for 96 % sprit døde med metanolen (Johansen, 2009). Likevel klarte markedet å tilpasse seg og finne nye nisjer. Historien viser at det illegale alkoholmarkedet har klart seg, uansett hvor hardt man prøvde å dempe det. Markedet har alltid tilpasset seg ved å blant annet tilføye nye handlemåter, skaffe nye kundegrupper eller tilpasse varetypene til etterspørselen. Forbudstiden (i Norge: 1916-1927) var perioden som skulle ende alkoholepoken og være slutten på alkoholproblemene, men dette lyktes ikke.

«Det illegale markedet var en «neverending story» på den måten at det levde videre også, i Norge etter 1927 og USA etter 1933. Markedet var vesentlig mindre enn før, men likevel et marked».

(Johansen, 1994, s.220)

Alkoholmarkedet er et veldig interessant og fleksibelt marked med tilpasningsdyktige aktører. Det er kanskje noen av de mest diskuterte ulovlige markedene i Norge på 1900-tallet, som på den ene siden fikk mye støtte, og på den andre siden forakt. Historien om det ulovlige alkoholmarkedet i Norge er full av oppturer og nedturer, der oppturer briljerer. Den historiske reisen fører oss til i dag, hvor markedet fortsatt er tilstede, men dens fundament er skiftet ut. Her vil jeg diskutere hvordan alkoholsmuglingen og markedet som finnes i Norge i dag har formet seg med årene.

1.1 Tema

Temaet for studien er alkoholmarkedet i Norge og smugling av alkohol fra Polen til Norge. I denne avhandlingen vil jeg se på alkoholmarkeders krysninger i nyere polsk og norsk historie. Hvordan har disse to markedene møttes? Hva kobles de illegale alkoholmarkedene til? Dette temaet har jeg vært interessert i lenge, og startet å se på det nærmere under min bacheloravhandling i 2013. Temaet for min fordypningsoppgave var det illegale

alkoholmarkedet i Norge. Jeg konsentrerte meg om det norske alkoholmarkedet og så på drivkrefter som holdt det gående. Tidspress førte til at innblikket på temaet kun var overfladisk, men emnet viste seg å være så spennende at jeg var bestemt på å gå inn grundigere til verks. Masteravhandlingen har gitt meg en perfekt mulighet til å studere temaet videre og utdype meg innenfor det illegale alkoholmarkedet i Norge. Denne gangen vil den polske smuglingen være i søkelyset. Et større, mer internasjonalt tema, krever mer omfattende litteratur som dekker alkoholfeltene i både Norge og Polen.

I tillegg er temaet sterkt knyttet til historie. Hvordan alkoholmarkedet ser ut i dag er ikke kun et resultat av noen nylige politiske beslutninger, men heller noe som har utviklet seg i årevis og blitt innvevd i samfunnet. Mesteparten av norsk litteratur som omtaler smugling av alkohol tar for seg handlinger fra 1900-tallet som hadde formet dagens alkoholpolitikk i Norge. Det historiske perspektivet på det norske markedet har blitt omtalt i starten av oppgaven i følgende kapittel: «Alkoholmarked i Norge: et historisk perspektiv». Når det gjelder faglitteratur på dette feltet er det ikke så mye bidrag etter starten av 2000-tallet. Metanolsaken avslutter, etter min mening, en epoke av en stor norsk smuglertid. Likevel betyr ikke dette slutten på smuglingen, men starten av en ny epoke med blant annet nye aktører, kunder og handlemåter.

Det har ikke vært noen studier vedrørende alkoholsmugling fra Polen, tross stor omtale i norske media. Generelt sett har det ikke kommet ut mye faglitteratur som omtalte alkoholmarkedet i Norge etter metanolsaken i 2002. Karsten Ingvaldsen og Vanja Lundgren Sørli utga i 2009 «Organised crime: norms, markets, regulation and research». Boken omtalte den organiserte kriminaliteten og mekanismer som påvirker de forskjellige markedene. Forfatterne nevner også alkoholsmugling som organisert kriminalitet. Øyvind Omholt Alver skrev en SIRUS-rapport: «Om pris og etterspørsel etter alkohol i Norge» i 2004. Forfatteren sier selv at målet med arbeidet var å «oppdatere estimater på pris og inntektselastisiteter for alkohol i Norge». Utenom disse to utgivelsene har det kommet noen få artikler i relevante fagblader. Den første var «Småsmugling i grenseland: legitimering av smugling av alkohol til Norge» av Runar Døving og Randi Larvik, som ble publisert i «Tidsskrift for Samfunnsforskning» i 2006. Den andre var «EU vil påvirke industrien» til Ellen Stai publisert i «Rus & Samfunn» i 2007. I 2009 publiserte Siri B. Gellein «Duften av forvitret kultur» i «Rus & Samfunn», som kort omtalte hjemmebrent.

Lite litteratur som omtaler det illegale alkoholmarkedet de siste årene innebærer lite interesse fra kriminologer og andre fagpersoner. Disse er ofte mer opptatt av narkotika og annen kriminalitet som virker mer skadelig for samfunnet. Jeg synes derimot at alkoholsmugling er et spennende tema som burde studeres mer nå. De polske smuglere som blir oversett i faglitteratur etter at de har blitt sentrale aktører på det norske markedet, er noe jeg vil se nærmere på. Det er interessant å se på alkoholmarkedets utvikling og hvordan det ble til. Samtidig er det utfordrende å ta for seg et så stort tema, uten å ha så mye å støtte seg på i nyere litteratur.

1.2 Problemstilling

Problemstillingen for oppgaven er:

«Når kunde og selger møtes. Krysnings i nyere norsk og polsk historie».

Denne problemstillingen har blitt forandret flere ganger i løpet av innsamling og bearbeiding av data, og er et resultat av informasjon som har dukket opp og blitt studert underveis.

Problemstillingen åpner for diskusjon om nyere polsk og norsk alkoholhistorie. Her forekommer det et interessant paradoks der to vidt forskjellige samfunn med sine kulturer og oppfatninger krysskjører sine historier. Forskjellene er mest synlige i befolkningens forhold til staten og myndighetspersoner. Norge er et land med høy tillit til myndighetene og Polen er et land med lav tillit til myndighetene. Likevel møtes de to landene representert av en norsk etterspørsel som synes udødelig, og polske smuglere som har skapt nye og effektive nisjer for import og salg (Johansen, 2015b).

Historie har vist seg å være vesentlig for mitt tema. Derfor har jeg brukt mye tid på å se på de historiske hendelsene som har ført til «krysnings i nyere norsk og polsk historie», som det står i problemstillingen. Med uttrykket «krysnings i nyere norsk og polsk historie» peker problemstillingen min på at den norske og den polske alkoholhistorien møtes på et tidspunkt. I avhandlingen vil jeg vise hvor viktig det er å ta i betraktning både den norske og den polske historien når man skal studere polske smuglere i Norge. Dette synes jeg er et grunnlag for hvordan dagens hendelser innen det norske alkoholtemaet har blitt, og hvilken retning de utvikler seg i. Det å diskutere den norske og den polske alkoholmarkedshistorien, vil hjelpe å se på utviklingsstien til alkoholmarkeder i Norge og i Polen. I tillegg blir historiekapitlene hjelpelige under diskusjonen av årsaker til alkoholmarkedets forandringer, samt utforming av hypoteser. Historiedelen blir kort sagt et hjelpemiddel til å få en bedre forståelse for alkoholmarkedet vi har i dag.

Møtet mellom kunde og selger er det siste trinnet i den komplekse prosessen med smugling. Jeg vil se på hvordan kundeforholdet har utviklet seg i Norge den siste tiden. Hvem er kunde og hvem er selger i dagens illegale alkoholmarked i Norge? Hvordan har de polske smugleres tilstedeværelse på det norske markedet forandret kundeforholdet her i landet? Det norske markedet har alltid vært dominert av nordmenn, både som selgere og kunder. Jeg vil dermed se på hvordan de polske aktørene har påvirket dette bildet.

Jeg vil også drøfte hvordan de polske smuglerne har kommet til Norge og blitt en stor aktør på det illegale norske alkoholmarkedet. Hvorfor er det akkurat polakker som ser ut til å være de største aktørene på det illegale alkoholmarkedet i Norge? Hva er egentlig årsaker til deres smugling? Lav pris på alkohol i Polen virker med det første å være den viktigste faktoren, men dette kan ikke være den eneste grunnen til den polske smuglingen. Alkoholpriser er nemlig enda lavere hos Polen sine naboland i øst. Det finnes ikke et enkelt svar på spørsmålet om hvorfor polakker har kommet inn så sterkt på markedet. Det kan altså være flere grunner til at smugling forekommer, men et illegalt alkoholmarked ville ikke eksistere uten etterspørsel. Etterspørsel er en drivkraft som holder det illegale markedet gående. I denne oppgaven vil jeg diskutere smuglingens årsaker på flere nivåer: det historiske, det politiske, det sosiale og det økonomiske. Jeg vil se på disse ut fra både Norge og Polen sitt perspektiv. Her vil jeg blant annet se på forskjellige sider ved markedet og historiske hendelser som kunne hatt innflytelse på at det nettopp er polakker som er ansett som de største smuglerne i Norge i dag.

Startpunktet for prosjektet var polakkers fremstilling i media der polske smuglere ofte ble beskrevet som storsmuglere av alkohol til Norge. Artikler og diverse reportasjer om polske smuglere og polske aktører på det illegale alkoholmarkedet i Norge, har de siste årene kommet ut regelmessig. Spørsmål jeg stilte meg vedrørende medias fremstillinger, var om polakker faktisk smugler så mye som det media omtaler? Hvorfor viser media en såpass stor interesse for temaer som omtaler alkohol og polske smuglere? Kunne media gjennom sin omtale bidra til at polske smuglere de siste årene har blitt sett på som hovedaktører på det norske illegale alkoholmarkedet? Disse spørsmålene vil jeg diskutere i kapittelet om medias fremstilling av polske smuglere. Drøfting av medias posisjon i samfunnet og hvordan denne aktøren påvirker kriminalitetsoppfatning er et stort og sammensatt tema. En dypere diskusjon på dette feltet kan være så tidskrevende at temaet kunne tas i en separat masteravhandling. Til tross for at media med det første kan virke som et irrelevant emne for min avhandling, synes jeg det er viktig å se på de grunnleggende mekanismene media styres av. Media har nemlig

stor makt i samfunnet og dette vil jeg se nærmere på i kapittel 10. Det vil også brukes intervjuer til å diskutere media i Norge og riktighet i medias fremstilling av polske smuglere.

1.3 Presentasjon av oppgavens oppbygging

Temaet for avhandlingen er ganske komplekst og må studeres på flere nivåer. I tillegg er det to kulturer som må ses separat på: den norske og den polske. Deretter kan kryssningen mellom disse studeres. På grunn av kompleksiteten i oppgaven, vil jeg først presentere de viktigste emnene som drøftes i forhold til temaet. Denne presentasjonen kan ses på som en veiledning for leseren. Formålet med dette er å gjøre det enklere å se på sammenhengen mellom de forskjellige kapitlene og gi et generelt innblikk på oppgavens tema.

1. Metode

Dette kapittelet vil presentere metoder som har blitt valgt for innsamling av data. Formålet med metodekapittelet er å illustrere innsamlingsmetoder og gi et innblikk på hvorfor akkurat disse ble valgt.

2. Historiedel

Historiske hendelser har vist seg vesentlige for mitt tema. Først ser jeg på hvordan det norske alkoholmarkedet har forandret seg og lagt til rette for dagens marked. Dette gjør jeg ved å presentere de viktigste begivenhetene som hadde påvirket markedet. På samme måte vil jeg se på utviklingen av alkoholmarkedet i Polen. Hvilke historiske begivenheter hadde formet markedet der, og har hatt innflytelse på dagens hendelser? Jeg ser ikke på polakkers alkoholsmugling til Norge som en tilfeldighet. Jeg vil se tilbake i tiden og bruke litteratur til å diskutere de historiske begivenhetene, som etter min mening, hadde formet det polske alkoholmarkedet og fremmet smugling fra Polen.

3. Uformell økonomi, samfunnsutvikling og alkoholpolitikk

Parallelt med et historisk innblikk på alkoholmarkedet, vil jeg se på mekanismene som lager et slikt marked. Uformelle økonomier oppstår i alle samfunn, og jeg vil se på hvorfor det illegale alkoholmarkedet har hatt en så stor posisjon i Norge. Samfunnet utvikler seg, og med dette følger det endringer i drikkekultur og alkoholpolitikk. Disse temaene har også en stor innflytelse på størrelsen av det illegale alkoholmarkedet i Norge. Jeg vil dermed se på hvordan alkoholpolitikken stilles opp mot befolkningens normer, holdninger og drikkevaner i

Norge og Polen. Samtidig vil jeg sammenligne den norske og den polske alkoholpolitikken i dag, og hvordan folk forholder seg til de politiske beslutningene som angår alkoholspørsmål.

4. Intervjuer og empiriske funn

Dette kapittelet står sentralt i oppgaven. Her presenteres det hypoteser som har blitt utarbeidet under innsamling og bearbeiding av data. Hypotesene blir diskutert i forhold til litteratur og intervjuer, der sistnevnte blir lagt vekt på. Grunnen til dette er at mesteparten av litteraturbakgrunnen for hypotesene allerede er beskrevet tidligere i oppgaven. For å illustrere hypotesene bedre, vil jeg sitere relevante utsagn som har kommet frem under mine intervjuer.

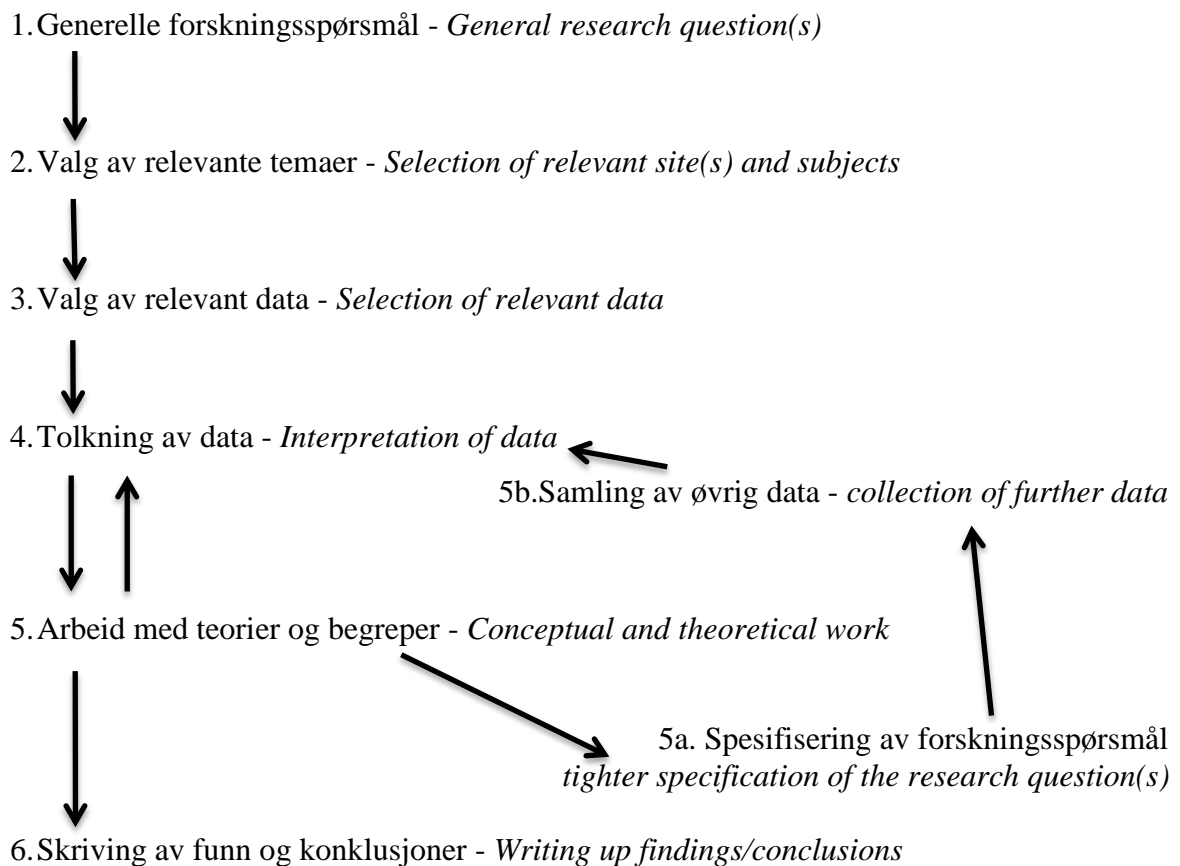
5. Media

Drøfting av medias fremstilling av alkoholsmugling kommer til slutt. Massemedia er et tema som med det første kan virke altfor stort og ikke veldig relevant for oppgaven. Grunnen til dette er at media ses ofte på som ikke mer enn en informasjonsformidler. Det mottakeren ofte overser er at informasjonen som formidles er bearbeidet. Dette kan føre til at medias fremstilling av hendelser og personer ikke alltid stemmer med virkeligheten. Jeg vil derfor se nærmere på mekanismene som styrer medias valg av temaer som selges videre til samfunnet. Dette vil jeg deretter drøfte i forhold til hvordan medias fremstilling av polske smuglere er og hvor mye av den fremstillingen som stemmer med virkeligheten. Kort sagt vil jeg finne ut om media kunne, gjennom sin nyhetsskapning, hatt innflytelse på de polske smuglernes posisjon på det illegale norske alkoholmarkedet.

2. Metode og kilder

Mitt prosjekt bygges på bruk av kvalitativ metode, med kvalitativ intervjuing og kvalitativ analyse av tekster som forskningsmetoder. Det er en rekke faktorer som har bidratt til dette valget. For det første finnes det ingen forskning på polske smuglere i Norge, og dette har gjort prosjektet ganske utfordrende. Kvantitativ innsamling av data ville ikke egne seg til å kunne gi meg de resultatene jeg var ute etter. Jeg måtte være fleksibel ved innsamling av data og valg av kilder. Kvalitativ metode gav meg fleksibiliteten oppgaven trengte, samt en dypere forståelse av temaet grunnet grundig tekstanalyse og samtaler. Generelt virket kvalitativ metode mer åpent og gav meg flere muligheter underveis i forskningsprosessen. Dette var hensiktsmessig i forhold til eventuelle forandringer i problemstillingen og tema, samt endringer i forhold til målgruppen for intervjuer.

Brymans (2012, s.384, figur 17.1) hovedlinjer innen kvalitativ forskning hjalp meg å holde oversikt over de delene av arbeidet som var blitt gjort underveis i oppgaveskrivingen og de som skulle gjøres senere. Alan Bryman skisserer de viktigste stegene i en kvalitativ forskning ved å tegne opp 6 hovedpunkter og 2 underpunkter:



2.1 utfordringer ved valgt metode

Kvalitativ metode kritiseres ofte for å være altfor subjektiv, skriver Bryman (2012, s.405). Subjektivitet refererer ikke kun til at forskeren deler sin egen mening, men også til prosessen av datainnsamling. Gjennom å plukke ut hva som er vesentlig og hva som ikke er relevant for prosjektet viser forskeren (bevisst eller ubevisst) sine egne meninger. For å unngå et altfor subjektivt syn på temaet, har jeg prøvd å velge tekster og dokumenter som viser temaet fra forskjellige sider. Egne meninger og tanker rundt teorier og fenomener funnet under dokumentanalyse er også til stede. En viss grad av subjektivitet fra min side, synes jeg gjør oppgaven bedre da det hjelper til å utvikle videre temaer som forskes på og allerede fastsatte teorier.

2.2 Utvalget: innhold i litteraturen og intervjuer

Forskningen ble basert på et målrettet utvalg, noe som er mest vanlig for kvalitativ metode (Bryman, 2012). Utgangspunktet for utvalget har vært temaet jeg valgte, og forskningsspørsmål som ble utarbeidet deretter. Dette gav en ramme for hva fokuset skulle legges på, både når det gjaldt tekster og intervjuer. Alkoholsmuglingen fra Polen til Norge er et internasjonalt fenomen. For å se på temaet fra flere perspektiver og forstå fenomenet best mulig, har jeg valgt å bruke internasjonal litteratur. Jeg har valgt en mengde norsk, polsk og engelsk litteratur som grunnlag for min studie. Den norske litteraturen dekker blant annet norsk alkoholhistorie, men tar også for seg smugling teoretisk sett. Det polske litteraturutvalget har hatt som formål å dekke smugling sett fra Polen sitt perspektiv, samt vise den polske kulturen og historiske trekk som kunne ha påvirket hvordan fenomenet er oppfattet i Polen i dag. Jeg vil senere omtale kort noen av de viktigste litteraturbidrag som har blitt brukt i denne avhandlingen.

Tekster som har blitt analysert er fagbøker fra Norge og utlandet, rettsdokumenter (sammendrag av dommer i saker angående polske smuglere), avisartikler, internettsider og fora. Når det gjelder polsk litteratur har jeg konsentrert meg om tekster som har tatt for seg den illegale økonomien, alkoholmarkedet og historiske begivenheter som har spilt en rolle for hvordan markedet i Polen utviklet seg. I tillegg har jeg sett på fagbøker om alkoholsmugling og smugling generelt, sett fra Polen sitt perspektiv. Når det gjelder norsk litteratur har hovedfokuset vært på det illegale alkoholmarkedet i Norge og hvordan det har utviklet seg gjennom 1900-tallet og frem til i dag. Bøker og tekster av Per Ole Johansen har blitt brukt mye, da professoren er en av forskerne som kan mest på dette feltet. I tillegg har jeg brukt engelsk litteratur som omtalte gråsoner, samt oppbygning og mekanismene innen kriminelle

nettverk. Størrelsen på utvalget av litteratur har vært tilstrekkelig til å dekke alle spørsmålene som først ble stilt under fasen for utarbeidelse av forskningsspørsmål.

Utvalget av intervjuobjekter har blitt utført ved hjelp av snøballmetode. Denne metoden for informasjonsinnsamling går ut på at forskeren får kontakt med en liten gruppe mennesker som er relevante for forskningstemaet. Deretter bruker forskeren disse personene for å skaffe seg nye relevante kontakter (Bryman, 2012, s.202). Det etablerte nettverket av bekjente personer jeg har, ble brukt til å finne mulige intervjuobjekter. Da personer fra de aktive kriminelle miljøene ikke var villige til å snakke, var jeg nødt til å velge noen som hadde noe form for kjennskap til det illegale alkoholmarkedet. For at utvalget skulle være variert, har jeg intervjuet polakker som jobber i Norge i forskjellige bransjer, blant annet byggebransjen, rengjøring, produksjon, eller bilbransjen. I tillegg har en tidligere, norsk smugler blitt intervjuet, noe som var nyttig for å sammenligne det norske og det polske perspektivet på alkoholmarked og alkoholsmugling. Det ble til sammen utført 10 intervjuer og størrelsen på utvalget viste seg å gi et bredt spekter av synspunkter og informasjon angående det illegale alkoholmarkedet i Norge.

2.3 Intervjuer og utfordringer ved intervjuing

Det ble foretatt 10 semistrukturerte intervjuer i løpet av prosjektet. Intervjuene gikk etter en intervjuguide som hadde blitt utarbeidet på forhånd, men informantene var frie til å snakke utenom skjemaet. En slik struktur på et intervju gjør at samtalen blir mer naturlig, og informantene føler seg tryggere og dermed åpner seg mer.

Den opprinnelige tanken bak oppgaven var å intervju polske smuglere og bruke deres uttalelser til å vise hvordan den polske smuglingen har utviklet seg de siste årene og hvordan den fungerer i Norge i dag. Snøballmetoden virket best i å skaffe seg informanter på en trygg måte. Jeg snakket med polakker bosatt i Norge, og på denne måten kom jeg frem til noen som hadde kontakt med smuglere. Min opprinnelse, kjennskap til språket og den polske kulturen, skulle hjelpe meg å komme i kontakt med smuglere eller andre aktører på det illegale alkoholmarkedet og få deres tillit til å prate med meg. Dette viste seg å være vanskelig da jeg ikke fikk informasjon fra aktive smuglere, men fra deres bekjente. Denne oppførselen, altså uvillighet til å snakke om kriminelle handlinger, var et av de første inntrykkene jeg fikk av hvordan en polsk smugler kunne være.

Det at jeg ikke fikk snakke med personer som var en del av et nettverk som drev aktivt på det illegale alkoholmarkedet, synes jeg ikke nødvendigvis reduserte det faglige innholdet i

oppgaven min. Tvert i mot: vanskeligheter i å komme i kontakt med smuglere kan fortelle mye om hvordan de er, og hvordan nettverkene beskytter seg mot infiltrasjon fra utsiden. Paradoksalt betød ingen informasjon fra aktive smuglere, mye informasjon som kunne tolkes og bearbejdes videre.

Per Ole Johansen (2008, s.5) skriver at tilgang til alkoholsmuglere har vært relativt lett for ham de årene han forsket på dette feltet. Professoren nevner blant annet sin universitetsbakgrunn, og sin bokutgivelse om Forbudstidens historie som viktige faktorer som hjalp ham å skape et stort nettverk og få kontakt med smuglere. Til tross for generelt uproblematisk tilgang til informanter, nevner Johansen hvor store forskjeller en kan oppleve mellom en by og en bygd, eller forskjellige landsdeler. Det er ikke lett å komme til et nytt sted hvor en ikke kjenner noen og begynne å stille spørsmål om straffbare handlinger. En trenger å ha riktig dialekt og kjennskap til folk i området, så det er vanskelig om ikke umulig for outsiders å komme seg inn (Johansen, 2008, s.6). I sin analyse av klassiske feil i organisert kriminalitet, skriver Johansen (2007b) også om små samfunn, der man er mer utsatt for å bli avslørt, da ryktene går veldig fort. Grunnet dette har erfarne veteraner forsøkt å unngå «alkoholikere og brautende libertinere» som medarbeidere (Johansen, 2007b, s.10).

Det polske samfunnet i Norge kan sammenlignes med Johansens analyse av små steder i landet. De polske smuglerne er skeptiske til outsiders som prøver å komme i kontakt med dem, da de mest sannsynlig er redde for konsekvenser av sine handlinger. De vil ikke stole på folk de ikke kjenner, noe jeg opplevde personlig. Etter sin mangeårige erfaring med intervjuing karakteriserte Johansen (2008, s.7-9) 6 typer informanter/intervjuobjekter.

- «The social talker»
- «The expert witness»
- «The flasher»
- «The manipulator»
- «The paranoid»
- «The politician»

Her vil jeg se nærmere på «the paranoid» som jeg synes best avspeiler den polske smugleren. Per Ole Johansen deler de paranoide i to grupper: lett og tungt paranoide. Det er det tungt paranoide intervjuobjektet som karakteriseres ved å unngå samtaler og ikke møter opp til avtaler. Johansen skriver om folk som aldri kom til avtalt møte til tross for anbefalinger fra venner og bekjente. Ingen av de 6 aktive polske smuglere jeg ble fortalt om og anbefalt til, var

villige til å intervjues. Noen av dem nektet med en gang. Andre derimot sa de skulle kontakte meg, noe de aldri gjorde. Det er flere faktorer som kunne hatt innflytelse på smuglernes valg av å ikke prate med meg. De viktigste grunnene til dette tenker jeg var frykt for å bli avslørt og mistillit til meg som en person utenfra. Polske smuglere i Norge kan i motsetning til norske smuglere, føle seg mindre trygge da de ikke kjenner landet like godt. Mistillit og vantro er egenskaper som har blitt vanlige blant polakker og er, etter min mening, et resultat av historiske hendelser Polen gikk gjennom på 1900-tallet. Disse egenskapene kan også spille en rolle for at det nettopp er polakker som antagelig er de største aktørene på det illegale alkoholmarkedet i Norge i dag. Mistillit til andre som kommer utenfra, beskjedenhet, vantro eller tilbakeholdenhet er karaktertrekk som kan gjøre det lettere å holde seg på det illegale markedet uten å bli oppdaget. Tysthet er altså en viktig faktor for suksess i en illegal business. Johansen (2007a, s.106) skriver følgende: «Flere veteraner har foretrukket utenlandske sjåførere, "fordi de norske snakker så mye"». Kan dette være en av grunnene til at det nettopp er polakker som har inntatt nordmenns posisjon på det illegale alkoholmarkedet i Norge?

På grunn av mangel på informanter i form av aktive polske smuglere innen det illegale alkoholmarkedet, bestemte jeg meg for å intervju polakker med kjennskap til smugling, som er bosatt i Norge. Grunnen til dette er at polsk smugling er et kjent fenomen blant den polske minoriteten i Norge. De fleste har kjennskap til hvordan det illegale markedet fungerer, eller hvordan og hvor man kan få tak i ulovlig alkohol. Den generelle opinionen om fenomenet, kjennskap til markedet og folks oppfattelse av polakkers smugling i Norge, har vært i fokus under mine intervjuer. Jeg har fått veldig mye ut av intervjuene, og flere av mine intervjuobjekter viste seg behjelpelig i å hente informasjon fra smuglere og kurerer. I tillegg har jeg intervjuet en nordmann som drev med smugling på 1990-tallet. Dette intervjuet ble brukt til å sammenligne den norske og den polske smuglingen, samt se på hvordan polakkers alkoholsmugling i dag oppfattes av en nordmann som selv var med i bransjen og kjenner mekanismene til dette markedet.

2.4 Bruk av skriftlig materiale

Bibliografien som har blitt brukt i prosjektet består av et variert utvalg tekster på norsk, polsk og engelsk. Ved valg og bruk av litteraturen har jeg sett på forfatterens kjennskap og prestasjoner på feltene det ble skrevet om. Forfatterens posisjon på feltene de omtalte og andre publikasjoner de utga, var en faktor jeg så på ved valg av litteratur til mitt prosjekt. Det var viktig at litteraturen gav et troverdig bilde av omtalte fenomener og temaer, slik at min oppgave kunne bygges på autentiske data og komme nærmest mulig virkeligheten.

Når det gjelder polsk litteratur har mye av Emil Pływaczewski og Ewa Kowalewska-Borys sin litteratur blitt brukt. Pływaczewski er jusprofessor med spesialisering i kriminologi og strafferett. Forfatteren har skrevet flere bøker om organisert kriminalitet, og det er nettopp slike publikasjoner som ble brukt i mitt prosjekt (OPI, 2015). Dr Ewa Kowalewska-Borys var en annen polsk forfatter opptatt av organisert kriminalitet jeg har brukt verk til (Uniwersytet w Białymstoku, 2015) (oversettelse: Universitetet i Białystok). Pływaczewski og Kowalewska-Borys gav i 2012 ut en bok sammen: *Zwalczanie przemytu. Zbiór dobrych praktyk. Różne perspektywy - jeden cel* (oversettelse: Bekjemping av smugling. Samling av forslag. Forskjellige perspektiver – ett mål), som omtaler bekjemping av smugling. En bok av økonomiprofessor Maria Smejda fra 1996, «*Szara strefa*» w okresie transformacji ustrojowej gospodarki polskiej (oversettelse: «Gråsonen» da Polens økonomi undergikk forandringer) har blitt brukt til å se på gråsonen i Polen under de store forandringene som hadde skjedd i Polen på slutten av 80-tallet, altså overgangsperioden fra det kommunistiske til det demokratiske styret. Det er nettopp denne perioden som etter min mening har hatt størst innflytelse på hvordan den organiserte kriminaliteten ser ut i Polen i dag. En annen forfatter som skriver om smugling og den polske økonomien er Włodzimierz Wysocki. I prosjektet ble det blant annet brukt hans bok fra 2003 om smugling og Polens økonomiske trygghet: *Przemyt a bezpieczeństwo ekonomiczne Polski* (oversettelse: Smugling og Polens økonomiske trygghet). I neste avsnitt vil jeg gi en kort oversikt over relevant litteratur. Ellers vil litteraturodrøfting forekomme underveis i oppgaven sammen med presentasjon av mine egne data og vurderinger. Jeg har valgt å ikke skrive et eget kapittel med relevant litteratur for å ikke gjøre oppgaven for tung å lese. Jeg vil heller henvise til litteraturen underveis, og gi en kort presentasjon av den nå.

Per Ole Johansen er den som har forsket mest på fenomenet alkoholsmugling og det illegale alkoholmarkedet i Norge. Professorens viktigste verk på dette feltet som har blitt brukt i prosjektet er: *Markedet som ikke ville dø. Forbudstiden og de illegale alkoholmarkedene i Norge og USA* og *Den illegale spriten fra forbudstid til polstreik*. Disse fagbøkene dekker hele den norske alkoholhistorien på 1900-tallet, og leserne får et innblikk i hvordan markedet hadde utviklet seg med tiden. Per Fuglum har også utgitt en grundig analyse av det illegale alkoholmarkedet i Norge, men hans forfatterskap brukes lite i dette prosjektet, da forfatteren var mest opptatt av den tidlige alkoholhistorien på 1800-tallet og Forbudstiden på 1920-tallet. Per Ole Johansens sine publikasjoner angår altså et bredere spekter av problemstillinger vedrørende den moderne alkoholhistorien. Johansen kom også med teorier om organisert

kriminalitet, noe som kan ses på i forhold til polske aktører på det illegale alkoholmarkedet i Norge. Professorens utgivelser som omtaler feltet organisert kriminalitet som brukes i prosjektet, er blant annet: *Nettverk i Gråsonen: et perspektiv på organisert kriminalitet*. Boken tar for seg organisert kriminalitet og viser hvor varierte og fleksible de organiserte nettverkene kan være.

Innlegg i massemedia i form av avisartikler og artikler fra internett, har også blitt brukt i prosjektet. Disse må beheftes med en viss usikkerhet, da media ofte har en tendens til å forvrengte virkeligheten og vise et feilaktig bilde av de beskrevne fenomener for å tiltrekke større publikum og selge bedre. Jeg diskuterer medias fremstilling av polske aktører på det illegale norske alkoholmarkedet ved å støtte meg på faglitteratur som beskriver media og mekanismene som styrer medias valg av temaer. Noe av litteraturen jeg bruker i forhold til dette problemet er blant annet *Medier, påvirkning og samfunn* av von der Lippe og Nordhaug og andre tekster som også omtaler media fra et kriminologisk perspektiv. Media har vært et viktig felt for mitt prosjekt, så jeg har også tatt et studieemne om «Media and Crime». Dette emnet har vært nyttig og bidro med informasjon om media og deres forhold til kriminalitet, samt bidro med mer adekvat litteratur på dette feltet. Det er viktig å bemerke seg at medias publikasjoner ikke ble brukt i prosjektet som en troverdig informasjonskilde, som oppgaven kunne bygges på. Media, deres temautvalg og fokusering på visse hendelser, har blitt studert og diskutert nærmere i henhold til relevant litteratur. De fleste av artiklene om polakkers alkoholsmugling baserer seg på opplysninger innhentet fra tollvesenet, men måten informasjonen videreformidles på virker ofte sensasjonell og overdreven i sin form. Det er både store, landsdekkende aviser som VG, Aftenposten, Dagbladet, og mindre, lokale aviser som Romerikes Blad, Sarpsborg Arbeiderblad eller Moss Avis, som fra tid til annen utgir en artikkel om smuglingsforsøk av polakker. Forskjellen mellom de lokale og landsdekkende avisene ligger i hvor mye det skal til for å publisere en sak. De store avisene som dekker hele landet trenger store saker for å interessere publikum fra forskjellige landsdeler. Lokale aviser derimot skriver også om mindre smuglingsforsøk, da dette angår det lokale publikum disse media retter seg mot.

2.5 Forskningsetiske overveielser

«Ethics are not merely the results of a pretentious etiquette – they are expressions of our values and a guide to achieving them. Ethics are important to behavioral scientists

because they help insure that our scientific endeavors are compatible with the goals and values we consider most important.»

(Diener og Crandall, 1978, s.14)

Forskningsetiske overveielser må tas i betraktning under all forskning. Mitt prosjekt bygges på de generelle etiske normene som blant annet beskrives i Diener og Crandalls *Ethics in Social and Behavioural Research* og Brymans *Social Research Methods*. Diener og Crandall (1978, s.14) nevner dyktighet under forskningsprosessen og nøyaktighet under fremstilling av resultater, samt det å aldri skade forskningsdeltagere, som noen av de universelle forskningsetiske reglene. Intervjuing har vært en del av mitt prosjekt og etiske regler i forhold til intervjuobjektene var meget viktige for meg. Diener og Crandall (1978) diskuterer fire temaer som avveier for en etisk behandling av forskningsdeltagere:

1. Skade for deltagere
2. Mangel på informert samtykke
3. Personvern
4. Bedrageri

Disse punktene har jeg fulgt under møtene med mine intervjuobjekter. Diskusjoner rundt etiske dilemma og verdier under en forskning bringer flere spørsmål. Bryman (2012, s.130) generaliserer de til to hovedspørsmål, som først og fremst burde stilles i en forskningsprosess:

- Hvordan burde vi behandle mennesker vi studerer eller forsker på?
- Er det forhold eller handlinger vi som forskere ikke burde engasjere oss i?

Det første spørsmålet går ut på relasjonen forskeren får til informanter og intervjuobjekter. Hvordan skal disse personene behandles? I mitt prosjekt var det viktig å være åpen og ærlig foran intervjuobjektene. På denne måten kunne jeg skape en god relasjon, noe som var viktig for å få utfyllende informasjon. Min polske opprinnelse og bruk av polsk språk under intervjuene gjorde også informantene tryggere og skapte tillit til meg som forsker. Å være åpen betød å fortelle hva prosjektet handlet om, garantere anonymitet og få informert samtykke. Alle informantene har meldt seg til intervjuene frivillig, og fikk vite om muligheten til å trekke seg fra prosjektet til enhver tid, dersom de skulle ombestemme seg. I tillegg ble en forespørsel om lydopptak gitt. Prosjektet har blitt meldt til Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste (NSD) og blitt tilrådd gjennomføring.

Det andre spørsmålet Bryman (2012) oppgir, dreier seg om trygghet til og etiske valg av forskeren. Er det noen handlinger eller situasjoner en burde unngå under datainnsamling? Dette spørsmålet er særlig å stille for dem som forsker på kriminalitet eller fenomener som har tilknytning til kriminelle miljøer. Det er to ting en forsker skal være særlig oppmerksom på i slike studier. Det første er at man føler seg trygg i situasjoner man setter seg i, og rundt personer man omgås med ved datainnsamling. Det andre vil jeg si dreier seg om ens egne etiske valg. Under min forskning har jeg selv opplevd en situasjon der jeg måtte foreta et valg av etisk karakter. Etter å ha spurt en kurør om et intervju, ble jeg tilbudt å sitte på sammen med ham mens han distribuerte alkohol i Oslo. Vedkommende var ikke villig til å intervjues i andre sammenhenger. Det kunne samles mye data på en slik tur, samtidig som jeg kunne få et innblikk i hvordan distribusjon av ulovlig alkohol fungerer fra innsiden. Til tross for dette måtte jeg avslå tilbudet, da dette ikke var moralsk riktig for meg. I tillegg kunne en slik situasjon være farlig da jeg ikke kjente vedkommende og hans intensjoner med turen.

Etikk i forskning handler ikke kun om hvordan forskningsdeltagere skal behandles og hvordan forskeren skal oppføre seg under datainnsamlingen. Etikk må også tas i betraktning under nedskrivning, bearbeiding og deretter publikasjon av innsamlet datamateriale. Diener og Crandall (1978, s.217) oppgir i sin bok etiske retningslinjer forskerne burde følge. Det ene punktet jeg vil trekke frem her er «objektivitet og kompetanse». Forfatterne understreker at en fullstendig objektivitet ikke er mulig under en forskning, men forskeren burde streve til å være så objektiv som mulig (Diener og Crandall, 1978, s.217). I perioden med tolkning av innsamlet data og intervjuing, har jeg vært oppmerksom på å være så objektiv som mulig i forhold til temaet. Før prosjektets start har jeg hatt mine egne synspunkter angående polske smuglere og det illegale alkoholmarkedet i Norge. Det var viktig for meg å «nullstille» mine meninger på dette feltet, slik at data som samles inn står for seg selv. Jeg har foretatt datatolkning selv, så noe form for subjektivitet må påregnes. Likevel skal oppgaven ikke overbevise hva som er riktig og galt, men vise en mest mulig objektiv tolkning av polske aktører på det illegale, norske alkoholmarkedet. Diener og Crandall (1978, s.217) skriver at forskningsresultater burde fremstilles på et presist og ærlig vis, uten unnlatelser som kan påvirke forskerens tolkning. Jeg har vurdert hvilke data som kunne være vesentlige for prosjektets resultater og fremstilt de i oppgaven. Ærlighet har vært viktig under hele prosjektet, både når det gjelder intervjuer, datautvalg og fremstilling av resultater.

Det neste kapittelet vil omfatte en historisk del. Jeg vil starte med den norske historien for så å bygge meg videre opp i diskusjonen. På den måten vil vi kunne se utviklingen av

alkoholmarkedet og diskutere årsaker til markedets forandringer. Historie er et viktig grunnlag for hvordan markedet fungerer nå. Samtidig er den veldig relevant for oppgavens tema og problemstilling.

3. Alkoholmarkedet i Norge: et historisk perspektiv

I dette kapittelet vil jeg se på det norske alkoholmarkedet (både det legale og det illegale), og kort oppsummere hvordan dette markedet har utviklet seg historisk sett. Det vil kun nevnes de viktigste hendelsene, som etter min mening medvirket til alkoholmarkedets utvikling i Norge. Per Ole Johansen sin litteratur brukes her, da professoren er landets største ekspert når det gjelder alkoholmarkedets historie i Norge. Jeg vil også bruke Per Fuglum sin litteratur til å se på Brennevinsforbudet i Norge og historien bak den. Per Fuglum var i sin tid landets ledende historiker på alkoholmarkedets felt. Under en samtale jeg hadde med Per Ole Johansen ble Fuglum beskrevet som «personen som kunne mest på dette feltet» (Johansen, 2015a). Jeg vil her tegne et generelt bilde av hvordan alkoholmarkedet i Norge utviklet seg for å kunne vise grunnlaget for alkoholmarkedet slik det er i dag.

Det norske alkoholmarkedet har forandret seg en del i løpet av 1900-tallet, men til tross for flere hendelser som har hatt innflytelse på hvordan markedet utviklet seg, er selve grunnlaget med markedets modell lik den fra de tidligere årene. Norge skiller seg med sin alkoholpolitikk fra andre europeiske land og klarte å bevare den opprinnelige tanken der begrensninger på alkoholtilgjengelighet står frem. En slik modell for alkoholmarkedet har hatt sine konsekvenser for utvikling av de illegale aktørene. Historien viser hvordan det legale alkoholmarkedet og dens forandringer henger sammen og påvirker det illegale markedet. Per Ole Johansen (2004) skriver at da han begynte å studere 1900-tallets illegale spritmarked, valgte han å se på polstreiker på 1970- og 1980-tallet, som utgangspunktet for spritsmuglingens opprinnelse. Etter å ha studert temaet over lengre tid, innså professoren at det illegale alkoholmarkedet slik vi kjenner det i dag starter mye lenger tilbake i tid, nemlig i forbudstiden som varte fra 1917 til 1927. Denne hypotesen gjentar Johansen i sin artikkel fra 2009: «Organised crime Norwegian style... used to be». P.O. Johansen (2004) mener at under forbudstiden utviklet hjemmebrenningen seg på nytt her i landet. I tillegg kom det flere aktører som smuglet alkohol fra utlandet. Disse fenomenene mener Johansen kom for å bli. Det oppsto varierte metoder for smugling, holdninger til alkohol, og myter, som har gått i arv fra den ene generasjon til den andre (Johansen, 2004, s.9). Disse vil vi se på snart. Men først, la oss se på 1800-tallet, som var grunnlaget for 1900-tallets alkoholmarked.

Johansen (1994) skriver om alkoholmarkedet på 1800-tallet. Jeg vil starte den historiske analysen i 1814 da Norge ble løsrevet fra Danmark. Den første delen av 1800-tallet er ansett som en periode da det ble drukket mye, særlig brennevin. Alkoholdrikking hadde stor sosial aksept i samfunnet, hvor det var noe hverdagslig å se individer i rus under mange anledninger.

På starten av 1800-tallet var det også vanlig med hjemmebrent i bygder, da det ikke var noen restriksjoner mot alkoholproduksjon til eget bruk. I tillegg, i 1792, ble det opphevet en lov som ble innført av danske, som forbød innenlandsk brennevinsproduksjon i sin tid. Dette var for å beskytte interessene til den danske alkoholeksporten (Johansen, 2004, s.25-26). Andre halvdel av 1800-tallet var preget av nedgang i alkoholbrenning og alkoholbruk generelt sett. Grunnen til dette var blant annet innføring av strengere lovverk, som gjorde det ulønnsomt å brenne selv. 1880-årene beskrives av historikerne som perioden med uvanlig lavt alkoholinntak. I samme periode vokste avholdsbevegelsen frem og fikk stadig flere tilhengere, og sitt klimaks rundt 1914-1915 (Johansen, 1994, s.29). Drikkestilen har igjen gjennomgått en forvandling på slutten av 1800-tallet, da industrialiseringen kom. Mange flyttet til storbyer, hvor de jobbet på store fabrikker. Med dette forandret livsstilen seg, og det vokste en ny drikkekultur. Drikkekulturen i byer karakteriserte seg med jevnlig drikking på arbeidsplassen og etter arbeidstiden. På den tiden hadde øl blitt en populær alkoholdrikk for det voksende bysamfunnet (Johansen, 1994, s.26-27). Johansen skriver videre at «masseproduksjonen av fabrikkøl var som hånd i hanske for denne kulturen». Den historiske utviklingen av alkoholkulturen og drikkevaner har mange paralleller med den polske alkoholutviklingen i den perioden. Industrisamfunn og en ny drikkekultur som utviklet seg med dette er ett likhetstrekk ved det norske og det polske samfunnet (Johansen, 1994, s.27). Jeg vil se nærmere på hvordan drikkevaner i Polen har utviklet seg i et eget kapittel senere i oppgaven, der jeg ser på historien av den polske drikkekulturen for seg selv.

1900-tallet er av større interesse for min oppgave, da nåværende alkoholmarked kan ha sine røtter i begivenheter fra dette århundre. Nærmere sagt er det Per Ole Johansen som hevder at dagens illegale alkoholmarked har sin opphavsrett i Forbudstiden (Johansen, 2009 og Johansen, 2004). Derfor vil jeg gå nærmere inn på denne perioden og fremheve de viktigste episodene som hadde påvirket og formet det legale og illegale alkoholmarkedet i Norge. Det samme har jeg gjort ved analyse av det polske alkoholmarkedet, men dette er omtalt nærmere i kapittel 7 om historiske, økonomiske, sosiale og politiske begivenheter som formet den polske smugleren. Nå vil jeg altså presentere en nokså kortfattet oppsummering angående utvikling av det norske, illegale alkoholmarkedet på 1900-tallet.

Første verdenskrig: 1914-1918

Når det gjelder alkoholmarkedet, førte første verdenskrig til innføring av alkoholrestriksjoner med begrunnelse for forsyning. Dette har både Norge og andre europeiske land innført.

Poteter og korn som bruktes til alkoholproduksjon måtte brukes til matproduksjon grunnet mangel på forsyning. I tillegg var formålet med alkoholrestriksjoner opprettholdelse av ro og orden i landet. Grunnet den ekstraordinære situasjonen, fikk avholdsbevegelsen det de hadde ønsket i mange år, nemlig alkoholforbud. Det var et midlertidig alkoholforbud, som først gjaldt brennevin (Johansen, 1994). Per Fuglum (1995, s.70) skriver at alkoholforbudene staten innførte fikk samfunnsaksept helt i starten. Folk forsto vedtakene og statistikkene viser at de første ukene hadde alkoholforbudet virkning på edruskapsforholdene. Brennevinsforbudet ble opphevet etter noen måneder, men flere tiltak som var ment til å begrense alkoholbruk ble innført, for eksempel kortere åpningstider for samlagene. I 1916, ble det innført et nytt midlertidig forbud. Begrunnelsen denne gangen var forebygging av sosial uro som viste seg gjennom 62 281 registrerte drukkenskapsforseelser dette året (Johansen, 1994, s.34-36).

Forbudstiden: 1917-1927

Den norske forbudstiden er ikke enhetlig, der forbudet i perioden 1917-1927 ikke gjaldt all alkohol til alle tider. Forbudstiden må ses på gjennom perspektivet av korte perioder, der hvert har sitt preg og til sammen danner det totale bildet av forbudstiden (Fuglum, 1995, s.601). Det midlertidige forbudet fra 1916 ble forlenget i 1917. Johansen (2004, s.16) skriver at dette var i praksis en innledning til forbudstiden. Loven som trådte i kraft 25. mai 1917 ga myndighetene fullmakt til å forby produksjon og salg av brennevin, samt begrense eller forby øl og vin. Folkeavstemning i 1919 resulterte i forbud mot hetvin og brennevin (Johansen, 2004, s.16-17). Fuglum (1995) beskriver derimot året 1919 som et klimaks i den norske alkoholstridens historie. Forfatteren sier følgende om begivenhetene fra den perioden:

«Aldri hadde bølgene gått høyere på dette felt, aldri har engasjementet totalt sett vært sterkere enn i forbindelse med den første forbudsavstemningen i oktober dette året.»

(Fuglum, 1995, s.139)

Forbudet viste seg etter vært å være en fiasko, som åpnet for et stort illegalt marked. Folk som ikke lenger hadde mulighet til å kjøpe alkohol lovlig, fant nye måter å få tak i det på.

Profesjonell smugling utviklet seg i denne perioden, samtidig som massebrenning fikk sin renessanse, skriver Johansen (2004, s.32). I tillegg har folk funnet andre måter å skaffe seg alkohol på, for eksempel gjennom leger som skrev ut resept på alkohol. De ekstraordinære tiltakene for å stoppe ulovlig import av alkohol var ikke til stor nytte. Smuglere som så stor

fortjeneste på det norske markedet under forbudstiden, fant alltid nye måter å smugle på, og tok opp kampen mot tollerne og politiet.

Mellomkrigstiden: 1927-1940

Slutten på forbudstiden i 1927 førte med seg nedtrapping av tollberedskapen. Brennevin kom i legalt salg igjen, men avgiftene på vin og brennevin var veldig høye. Høye avgifter kombinert med lavere tollberedskap resulterte i at smugling og hjemmebrenning forble på et relativt høyt nivå (Johansen, 2004, s.9-10). Smuglingen på 1930-tallet var mer organisert, men baserte seg på gamle nettverk fra forbudstiden. En del norske redere valgte USA som mål for smuglervarer, mens tyske var i flertallet av nasjonaliteter som seilte brennevin og sprit til Norge. Hjemmebrenning fortsatte å være populært i samfunnet, også etter forbudstiden (Johansen, 2004, s.47-49).

Andre verdenskrig: 1939-1945

Norge var en sjøfartsnasjon, der mesteparten av smuglingen gikk sjøveien. Krigen førte til generelt mindre smugling, grunnet begrensninger i internasjonal skipsfart. Denne situasjonen lignet på første verdenskrig, da smugling var farligere å bedrive under den ekstraordinære tiden. Større risiko førte til mindre smugling, noe som videre ga økning for salget av legalt brennevin fra polet. Salget var basert på rasjonering og kjøpekort og dette gjorde brennevin til en høyt ettertraktet byttevare på det svarte markedet (Johansen, 2004, s.10). Johansen (2004, s.61) skriver at brennevin var en vare som mange søkte trøst i, med tanke på hverdagslig stress og frykt for krigen folk selv var en del av. I tillegg kunne brennevin minne om det gode livet fra tiden før krigen. Professoren nevner også en annen grunn til en stor etterspørsel etter denne alkoholtypen, nemlig investering. Brennevin var ansett som en investering som kunne lagres til prisene eller etterspørselen økte.

Etterkrigstiden: 1945-1950

Krigens slutt gjorde folk lykkelige, noe som viste seg gjennom høyere alkoholinntak. Rasjonalisering og høye priser ble opprettholdt med det første, men dette stoppet ikke folk fra å skaffe seg brennevin. De første årene etter krigen utpekte seg fremdeles med knapphet på varierte varer på markedet og følgende rasjonering (Johansen, 2004, s.77). Det ble igjen mindre farlig å smugle og Johansen (2004, s.75) sier at mye kom inn i landet med passasjerskip. Norske smuglere gjenopptok også samarbeid med tyske og svenske (Johansen, 2010, s.55).

Perioden fra 1950 til 1960

Denne perioden karakteriseres med gjenoppbyggingstid for industri, infrastruktur og boligmasse. Som følge av opphevelsen av sukkerrasjonering i 1952, tok hjemmebrenningen av. Dette gjaldt både amatører og de mer «profesjonelle» (Johansen, 2010, s.66). Johansen (2004, s.10) betegner den organiserte smuglingen med passasjerskip fra utlandet på 1950-tallet som «den mest undervurderte perioden i nyere norsk sprithistorie». Videre legger professoren ut en hypotese om at korrupsjon i tollvesenet på 1950-tallet er en viktigere problemstilling enn korrupsjonen som fant sted på 1990-tallet (Johansen, 2004, s.92). Det legges ut en interessant teori av Johansen (2004, s.10) som påstår følgende:

«Flere av dagens veteraner gikk i lære i disse årene, samtidig som veteraner fra forbudstiden hadde en «indian summer» som smuglere og rollemodeller for de yngre. Dette har bidratt til at mentaliteten i smuglermiljøene fremstår som en nærmest ubrutt tradisjon.»

Denne påstanden er en spennende forklaring på hvordan smuglermiljøene arvet sin mentalitet fra de første profesjonelle smuglere under forbudstiden. Den kan også forklare Per Ole Johansens teori om at den norske smuglingen på 1990-tallet og starten av 2000-tallet har hatt sitt opphav i forbudstiden. Det var nettopp i periodene med storsmugling hvor veteranene har vært rollemodeller for nye, yngre smuglergenerasjoner. Veteraner videreførte sin kunnskap til nye generasjoner når de selv gikk til side.

Perioden fra 1960 til 1978

«1960-tallet var pionertid for smugling med trailere, slik 1920-tallet var det for maritim smugling. Sjøførerne begynte i det små, og gjorde seg erfaringer som ble felleseie for nye generasjoner med sjåførere og transportører.»

(Johansen, 2004, s.99-100)

Denne perioden karakteriserte seg med en økt levestandard med større vareutvalg, mer utenlandsreiser og mer liberal omsetning av alkohol. Johansen (2004, s.94) skriver om minskning i den maritime smuglingen fremfor smugling landveien. Passasjertrafikken på sjøen stagnerte og flere smuglere valgte å skaffe seg egne båter de smuglet med. Likevel var denne måten å få alkohol inn i landet på ikke like omfattende som i tidligere årene. Johansen (2004, s.93) forteller om at økning i privatbilismen og trailertrafikken ga smuglere nye

muligheter. Med tusenvis av trailere var det vanskelig og uoversiktlig å holde orden på transporten som kom til Norge. Trailere overtok altså for store deler av godstransport og smuglere tilpasset seg denne «trenden» (Johansen, 2010, s.66).

Polstreiker: 1978-1986

De fire polstreikene i perioden fra 1978 til 1986 førte til at smuglere fikk mye større kundegrupper på kort tid. De tilpasset seg raskt den store etterspørselen ved å åpne nye fabrikker og smugle mer (Johansen, 2010, s.67). I tillegg til de gamle som var på markedet fra før, kom det nye, unge aktører som debuterte under streikene, skriver Johansen (2004, s.115). Videre oppgir professoren at streikene alene ikke ga grunnlaget for det enorme markedet på 1990-tallet:

«Markedet var der fra før, og så lenge avgiftene var så høye, ville det ha overlevd i alle fall. Men smuglerne lærte jo en del nytt av å jobbe så intenst med den ekstraordinære etterspørselen som oppstår under en polstreik.»

(Johansen, 2004, s.115)

Storhetstiden: 1990-2002

Johansen viser til forbudstiden som utgangspunktet til 1990-talls storsmugling. I tillegg til forbud kan man begrunne markedets utvikling og utbredelse med høye priser, rasjonering eller polstreiker. Johansen (2010, s.67) skriver at smugling fra Sør-Europa, særlig Spania, i industrielle kvanta hvor trailere gikk i skytteltrafikk, er vanlig for smuglingsbildet fra denne perioden. Det er vanskelig å vite hvordan hjemmeproduksjonen var, da politiet konsentrerte seg om jakten på smuglersprit og narkotika. I en annen tekst forteller Johansen (2004, s.141) at det illegale spritmarkedet i årene 1987-2002 nådde et industrielt omfang. Smugleres storhetstid med industriell import av 96 % sprit endte likevel ganske brått.

4. 2000-tallet: et nytt kapittel i norsk smuglingshistorie

Import av giftig metanol i 2002 førte til flere dødsfall. Dette var en stopper for markedet av 96 % sprit, som på kort tid falt sammen. Mange smuglere gikk over til øl- og vinsmugling, mens enkelte til hasj-smugling. Hjemmebrenningen har også sluttet å bli massefenomen og ble ansett som lavstatus (Johansen, 2010, s.67). Den «nye» smuglingen fra Øst-Europa (hovedsakelig Polen) begynner å vokse som kombinasjon av metanolkrisen og migrasjon fra Polen til Norge. Den polske smuglingen åpner et nytt kapittel i norsk alkoholhistorie, synes jeg. Det illegale alkoholmarkedet i Norge forandret seg i starten av 2000-tallet og nå består det stort sett av polakker som sentrale aktører, polske varebiler, polske varer, og en stor polsk kundegruppe (i tillegg til nordmenn). De polske smuglerne kom med nye måter å smugle på, og tilpasset seg det norske markedet. Dette er noe vi kjenner til fra hvordan de norske smuglerne jobbet de tidligere årene. De hadde en stor tilpasningsevne og klarte raskt å tilpasse seg markedet og varierte forhold som hadde oppstått. Til tross for mange likheter er de polske smuglerne en forholdsvis ny gruppe på det norske alkoholmarkedet.

Historien viser at alkoholmarkedet i Norge alltid har vært et stort tema i samfunnet og politikken. De største historiske episodene som hadde en innflytelse på det legale og illegale alkoholmarkedet, var ofte forårsaket av politiske beslutninger. De viktigste politiske bestemmelsene på 1900-tallet angående alkohol var varierte restriksjoner og forbud, samt håndheving av en streng alkoholpolitikk gjennom høye avgifter og lav tilgjengelighet. I tillegg var det utfordringer som hendelser som påvirket alkoholmarkedet, slik som krig eller polstreiker. Samfunnet som utviklet seg mye på 1900-tallet, økte sin levestandard og tilnærming til alkohol hadde forandret seg. Samfunnet er alltid en viktig aktør som gjennom varierte prestasjoner og framstilling av sin misnøye med staten, kan påvirke dens beslutninger. Dette kan blant annet skje gjennom valg eller andre handlinger myndighetene legger merke til. Likevel, sett fra et historisk perspektiv, var det staten og dens alkoholpolitikk som var en sentral «aktør» for hvordan alkoholmarkedet hadde utviklet seg. Derfor vil jeg i det neste kapitlet se nærmere på alkoholpolitikken i Norge, som kan være et fundament for den polske smuglingen i dag.

5. Alkoholpolitikk stilt opp mot befolkningens normer, holdninger og drikkevaner

I dette kapittelet vil jeg se på normer, atferd og drikkevaner i Polen og Norge. Disse faktorene har stor betydning for illegale markeder. Hvordan alkoholkonsumet i et land er, historie, tradisjoner tilknyttet alkoholbruk, samt samfunnssyn på alkoholtema, former drikkevaner i et land og kan kobles til illegale markeder, og hvor stor sosial aksept disse kan oppnå i et samfunn. Normer, holdninger, atferd og drikkevaner er også sterkt knyttet til alkoholpolitikk som aktivt påvirker overnevnte. For å få en bedre forståelse av smugling mellom Polen og Norge, synes jeg det er viktig å forsøke å forstå befolkningens atferd, drikkevaner og holdninger til alkohol i disse landene. Alkoholpolitikk påvirker disse aspektene på hvert nivå, så jeg vil se på denne kontinuerlig under diskusjonen i dette kapittelet.

Den norske alkoholpolitikken er en av de mest restriktive i hele Europa og har alltid vært et stort tema for debatt her i landet. Saglie (1996, s.309) skriver at alkoholpolitikk har vært ett av de mest kontroversielle temaer i den norske, politiske historien. Kapittelet om alkoholmarkedet i Norge sett fra et historisk perspektiv bekrefter dette synet.

Alkoholpolitikken har alltid vekket sterke følelser blant folket, som ofte delte seg på motstandere og tilhengere av nåværende politikk på dette feltet. Dette har blant annet ført til opprettelse av avholdsbevegelser, streiker, og andre former for handlinger som skulle vise motstand eller støtte for aktuell alkoholpolitikk. Norge er sånn sett et ganske spesielt land når det gjelder det alkoholpolitiske feltet. Hvordan kan det ha seg at strengere politikk fører til mer liberale holdninger og omvendt? Hvordan ser alkoholpolitikken og drikkevaner i Norge ut sammenlignet med Polen? Politikk, normer og atferd er ganske sammensatte og må ses separat på for å forstå alkoholpolitikken bedre. Den strenge politikken på alkoholfeltet kan også være en trigger for utviklingen av et illegalt alkoholmarked i landet.

Alkoholpolitikken har i Norge alltid vært relativt streng sammenlignet med andre europeiske land. Hovedlinjen i den norske alkoholpolitikken har vært å begrense alkoholens skadevirkninger ved å gjøre alkohol dyrt og vanskelig tilgjengelig. Ståle Østhus (2005) skriver at hovedlinjen i politikken ikke har gjennomgått mange forandringer de siste 100 årene og virkemidlene for å begrense alkoholens skadevirkninger er i 2005 de samme som på 1960-tallet. Til tross for at den restriktive alkoholpolitikken har blitt ført i mange år, har vi i de to siste dekadene sett en liberalisering av politikken rundt alkohol i Norge (Storvoll og Halkjelsvik, 2013). Saglie (1996) skriver også at i de siste dekadene kan man merke en generell endring i samfunnets holdninger til alkohol. Liberalisering viser seg hovedsakelig

gjennom en økning i tilgjengelighet på alkohol. Folkets tilgang til alkohol har blitt større etter økning av antall Vinmonopoler. Dette tallet har blitt mer enn doblet de 20 siste årene (Storvoll og Halkjelsvik, 2013). Per 15. oktober 2015 hadde Vinmonopolet 306 butikker fordelt over hele Norge (Vinmonopolet, 2015). I tillegg nevner Ståle Østhus flere forandringer som har gjort at folkets tilgang til alkohol har blitt større:

- Oppmykning av regler om salgstider
- Selvbetjente Vinmonopoler
- Økning i antall skjenkesteder
- Skjenketidene utvidet i siste halvdel av 1980-tallet (i store byer har det blitt lov å servere alkohol til klokka 3 eller 4)
- Bevillingspraksisen stadig mer liberal siden 1960-tallet

(Østhus, 2005, s.11)

Overnevnte vedtak er de største forandringene i alkoholpolitikken de siste dekadene og vil diskuteres nærmere senere i kapittelet, der jeg tar for meg endringer i alkoholbildet i nyere tid.

5.1 Alkoholkultur og alkoholpolitikk

Norge og Polen er to vidt forskjellige land når det gjelder drikkevaner og alkoholkultur. Alkoholkultur er et begrep jeg velger å bruke her da jeg synes det gir assosiasjoner til hvordan alkoholkonsumet i et land er, og i hvor stor grad den har vært knyttet til samfunnet. Begrepet kan samtidig tilknyttes tradisjon og forteller at alkoholkonsumet er ikke bare noe som er nå, men noe som har utviklet seg gjennom mange år. Slik oppstår det en kultur. En forsker ved SIRUS, Sturla Nordlund (2013, s.8) nevner også begrepet «alkoholkultur» i *Alkoholpolitikk, normer og drikkevaner i ulike land i Europa*, der han blant annet studerer normer for alkoholbruk og hvordan de fordeles geografisk over Europa. Dette uttrykket passer godt inn her da det forteller at det ligger «noe mer» bak alkoholbruk i et samfunn. Drikkevaner og alkoholkultur er ikke noe som har bare kommet plutselig, men noe som utviklet seg i mange år. Historiske trekk, politikk, eller tradisjoner som har blitt overført i generasjoner, har hatt innflytelse på dagens sosiale atferd angående alkoholinntak, drikkevaner og normer innen alkoholkonsum.

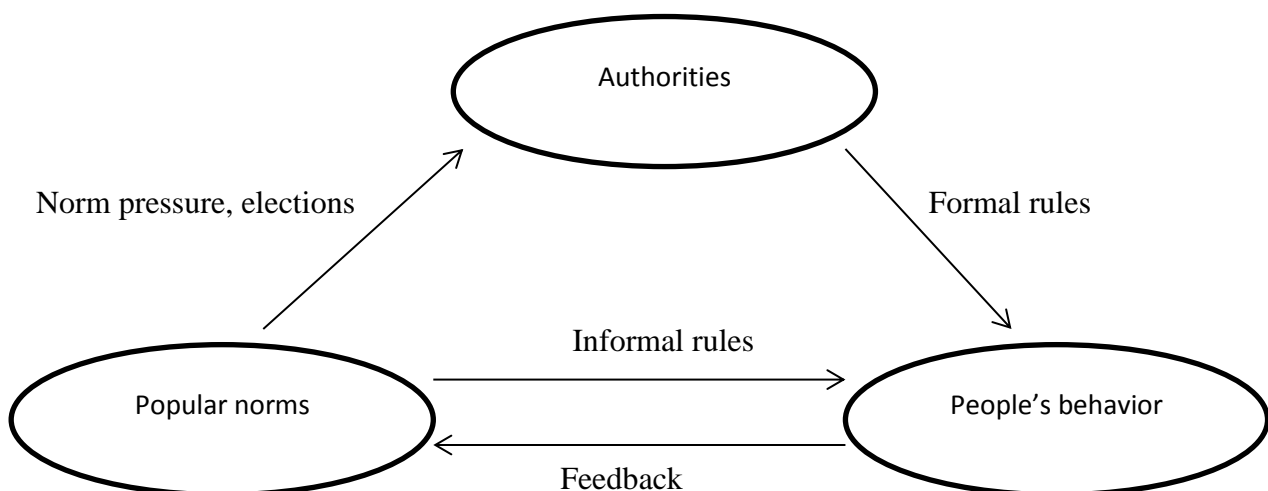
Nordlund (2013, s.1) ser på dynamikken mellom politikk, normer og atferd når det gjelder alkoholkonsum i ulike deler av Europa. Forfatteren nevner Anderson & Baumberg sin forskning fra 2006, som viser at det ofte skilles mellom «nordiske» og «kontinentale»

drikkevaner. De nordiske drikkevanene karakteriseres med streng alkoholpolitikk, men mest fyll å se i gater og på offentlige steder. I sørlige deler av Europa derimot er alkoholpolitikken mer liberal, men folk klarer å oppføre seg bedre selv om de har drukket en god del (sitert i Nordlund, 2013, s.1). Normene for alkoholbruk kan altså sies å variere geografisk over Europa. Dette viser forfatteren gjennom en figur som tar for seg gjennomsnittlig antall beskrivelser av drikkevaner som ble oppfattet som alkoholmisbruk i 7 europeiske land: Norge, Finland, Polen, Tyskland, Spania, Toscana og Slovenia (Nordlund, 2013, s.8). Figuren viser at, med unntak av Spania, er nabolandene på et likt nivå når det gjelder oppfatninger av normene for alkoholbruk. Norge og Finland er de to skandinaviske landene der statistisk sett, færrest av de beskrevne drikkevanene ble oppfattet som alkoholmisbruk. Den relativt høye alkoholtoleransen i Norge sammenlignet med andre europeiske land er en motsetning til den restriktive alkoholpolitikken som opprettholdes i landet. Hvorfor er samfunnssynet på alkoholmisbruk og alkoholpolitikken så forskjellige og ikke overlapper hverandre? Muligens er det nettopp den store differansen som er grunnen til en streng alkoholpolitikk. Alkoholpolitikken må kunne i så fall sies å være et middel som skal temme de liberale holdningene til alkohol.

Normer, folks atferd til alkohol og alkoholpolitikk er temaer sterkt knyttet til hverandre. I artikkelen sin velger SIRUS-forskeren å se nærmere på forbindelser mellom disse feltene og presenterer de i form av følgende modell:

Forholdet mellom uformelle normer, formell alkoholpolitikk og folks atferd.

Figur 6 (Nordlund 2013, s.10)



Både Bendor & Swistak og Lapinski & Rimal legger merke til at det viktigste i modellen ovenfor er at folks normer og adferd er en kontinuerlig feedback-prosess, som er den naturlige reguleringen av atferden (sitert i Nordlund, 2013, s.10). Kort sagt, regulerer normene folks atferd gjennom uformelle regler, samt som folks atferd gir en tilbakemelding om hvordan normene burde være. Alkoholpolitikk er også et viktig felt her. Politikken regulerer folks atferd gjennom formelle regler, samtidig som den indirekte (gjennom valg og deretter de politiske beslutningene) kan bli forandret av normer i et samfunn. Nordlund (2013, s.11) mener også at kommunikasjon (hovedsaklig i form av media) er en viktig kraft som har innflytelse på alle leddene i modellen.

«Er normene for liberale, og atferden deretter, må man innføre strengere formelle regler for at man skal opprettholde siviliserte og noenlunde trygge omgangsformer. Men har folk generelt strenge normer for drikkeatferd, og folk derfor oppfører seg sivilisert selv om de har drukket, så trenger man ikke så mange og strenge formelle regler.»

Nordlund (2013, s.13)

Befolkningens holdninger til alkoholpolitikken har variert over årene. Vi kan se på perioden fra starten av 1900-tallet til i dag for å se hvordan samfunnets syn på den norske alkoholpolitikken har forandret seg. Trygve Ugland (2013, s.11) skriver at kampen om alkohol er en av de mest langvarige og dramatiske i norsk politikk. Ved siden av språkstriden og religiøs aktivitet, utgjør avholdssaken en av de tre historiske motkulturene som tidlig satte preg på norsk politikk (Ugland, 2013, s.11). Avhold har til tider blitt sterkt debattert i landet, og i 1919 ble det, etter en folkeavstemning innført forbudt mot brennevin og sterkvin. Dette illustrerer hvor stor støtte forbudet hadde blant folket. Etter at forbudet ble opphevet har avholdsgruppene stått svakere. Til tross for det forble alkoholpolitikken ganske restriktiv i landet. Dette viser seg gjennom for eksempel innføring av vinmonopolordningen, reklameforbudet eller bevillingssystemet. Befolkningens holdning til alkoholpolitikken ført av staten har også variert, men det at den restriktive politikken på dette feltet har holdt seg så mange år, viser at folket har stort sett vært positive til den. Slutten av 1900-tallet indikerer en avtagende eller nokså stabil støtte for en restriktiv alkoholpolitikk, skriver Storvoll og Halkjelsvik (2013, s.499). I millenniumskiftet har vi derimot opplevd en økende støtte for en restriktiv alkoholpolitikk og studier indikerer at denne trenden fortsatte til 2012 (Storvoll og

Halkjelsvik, 2013, s.499). Storvoll & Halkjelsvik (2013, s.502) foreslår tre mulige forklaringer på befolkningens økende støtte for en restriktiv alkoholpolitikk:

- Generelle endringer i folkets verdier
- Flere opplevelser eller erfaringer med alkoholrelatert vold
- Endrede holdninger til restriktive tiltak og deres effektivitet

Saglie (1996) viser hvor kompleks forbindelsen mellom samfunnets opinion og politikk er. Forfatteren skriver at den offentlige meningen er delvis konstruert av politikken, samt politikkskapende i seg selv. Samfunnsmedlemmer reagerer nemlig på de aktuelle politiske endringene med både protester og støtte. Dette har jeg gitt et eksempel på i starten av dette kapittelet, da jeg omtalte forbudstiden. Det forfatteren ikke nevner er medias innflytelse. Etter min mening er media også en veldig viktig aktør som har en betydelig effekt på både det politiske- og samfunnsnivå. På grunn av den store innflytelsen media har i et samfunn, kalles den ofte for den fjerde statsmakt. Denne makten ser jeg nærmere på i kapittelet om media. Likevel synes jeg det er viktig å nevne det her, da «den fjerde statsmakten» ofte overses eller glemmes av forfattere og forskere.

Jo Saglie mener at den generelle liberaliseringen vi har sett i forrige århundre sammen med endringer i folks synspunkter, nettopp kan være eksempler på disse mekanismene som binder politikk og samfunnsyn. Den restriktive politikken har mistet flertallet av sine supportere og balansen mellom krav for liberalisering og strengere regler på alkoholfeltet har endret seg (Saglie, 1996, s.323). Videre skriver forskeren at det er flere forhold som påvirker både de politiske bestemmelsene og folkets meninger. Sosiale og kulturelle endringer former nye holdninger blant de lokale politikere, og videre innenfor et samfunn. Med dette følger det etter hvert politiske endringer. Nye verdier fører med seg flere positive holdninger til alkohol og en voksende skeptisisme mot diverse forbud og strenge regler som hemmer alkoholmarkedet i altfor stor grad (Saglie, 1996, s.323). De nye verdiene det er snakk om her gjelder årene rundt 1996, da teksten ble skrevet. Et slikt syn er noe som er felles for alle samfunn som utvikler seg. Saglie skriver her om det norske samfunnet og norsk alkoholpolitikk, hovedsakelig på et regionalt nivå. Da teksten ble utgitt, i 1996, var den restriktive alkoholpolitikken og folkemeningen om alkohol i ferd med å lettes. Likevel viser Storvoll & Halkjelsvik (2013, s.499) til en studie som konkluderer med økende støtte for en restriktiv alkoholpolitikk som varte fra starten av 2000-tallet til 2012 (dette ble utdypet i forrige avsnitt). Saglie (1996, s.323) nevner også at de nasjonale restriksjonene på alkohol ble satt under press i 1996, og

som et eksempel på dette oppgir han import av alkohol fra land der den er billigere. Forfatteren lurer på hvordan import av billig alkohol vil påvirke den norske alkoholpolitikken og samfunnssyn på alkohol, men i stedet for å gi et mulig utfall på en slik hendelse, lar han spørsmålet stå åpent. Saglie skriver ikke hva han mener med «import fra land der alkohol er billigere», men jeg vil påstå at forfatteren snakker her om alkoholsmugling. Forfatteren mener at import av billig alkohol og unndragelse av skatter og avgifter med dette, muligens kan føre til en generell endring i alkoholpolitikk og samfunnets opinion. Hvordan utfallet fra dette har vært kan vi se på nå. Alkoholimport fra lav-skatt land som Polen har økte i starten av 2000-tallet. De siste årene er det nettopp polakker som ser ut til å være den største aktøren på det illegale markedet. Storvoll og Halkjelsvik (2013, s.494) betegner 2000-tallet som en tid da folket økte sin støtte for en mer pris- og tilgjengelighetsrestriktiv alkoholpolitikk. Likevel er det ikke kun innbyggernes mening som påvirker alkoholpolitikken. Saglie (1996) la merke til hvor kompleks forbindelsen mellom alkoholpolitikk og folkets opinion er. Vi må altså ikke se kun på folkets mening, slik Storvoll og Halkjelsvik foreslår, men også hvordan de politiske beslutningene var på den tiden. Det er nemlig de politiske bestemmelsene som til en viss grad gjenspeiler synspunktet til store deler av et samfunn. Vedtak som har kommet de siste årene, viser en liberalisering på alkoholområdet. Dette ses blant annet gjennom generelt bedre tilgjengelighet til alkohol på flere områder, noe jeg så nærmere på tidligere i kapittelet.

5.2 Drikkekultur

Ut fra mine observasjoner og samtaler med bekjente, og mine intervjuobjekter under arbeidet med denne avhandlingen, har jeg kommet til en generell konklusjon angående drikkekultur i Polen og Norge. Det ser ut som Polen er et land der sterkere alkohol som vodka og sprit fortsatt står sterkt blant alkoholdrikkere, til tross for at det selges mye øl også. Markedet i Norge forandret seg etter metanolforgiftningene i 2002, da vin og øl tok over store deler av markedet. Polen har ennå ikke kommet til vendepunktet der sterkere alkoholdrikkere mister sin popularitet. Alkoholdriking er dypt innvevd i den polske tradisjonen. Jeg vil se på Górski og Moczarski sin bok: *Alkohol w kulturze i obyczajuj* (oversettelse: Alkohol i kultur og tradisjoner). Boka utgitt i 1972 samler korte tekster av flere forfattere der noen utgir seg som motstandere av alkohol. Jeg vil derfor tilføye kun de påstandene jeg synes er sanne og uoverdrevne, da det er en selvfølge at alkoholmotstandere kun vil vise til de negative sidene ved alkohol og kan av og til overdrive i sine påstander. Andrzej Bogusławski (1972, s.78-79) ser på alkoholtradisjoner i Polen og kobler alkohol med patriotisme. Forfatteren gir eksempler på gamle tradisjonelle sanger der alkoholtema forekommer, samt nevner at alkohol skrives

om i litteratur, sang og patriotiske sanger. Slik kobles alkohol til tradisjoner og skikker, og dette er vanskelig å forandre i et samfunn. Paweł Beylin (1972, s.139) skriver derimot at alkohol har i Polen blitt et symbol på deltagelse i varierte samfunn og sosiale grupper. Den har blitt et middel for å forsterke sosiale bånd på og gjøre det enklere å få kontakt med andre personer.

Witold Kula (1972) ser enda lenger tilbake i tid for å finne ut når drikkevaner og tradisjoner rundt alkoholkonsumet kunne hatt sitt opphav. Forfatteren begynner med å se på 1700-tallets landsbyer, der det fantes to institusjoner som organiserte det sosiale livet: kirke og vertshus som hadde alkoholbevilling. I starten sameksisterte disse to institusjonene. Man gikk først i kirken og deretter til vertshuset. I midten av 1800-tallet tok kirken kampen mot alkohol (Kula, 1972, s.167). Vi kan selvfølgelig ikke sammenligne polakkers atferd og drikkevaner i dag med hvordan de var for 200 år siden. Samfunnet forandrer seg hele tiden og det skjer flere hendelser som forandrer historiens løp. Likevel er det viktig å se på de vesentlige historiske hendelsene som kan ha vært med å forme de tradisjoner og vaner et samfunn har i dag. Vertshus var på den tiden eid av adelsmenn, som hadde monopol på spritproduksjon. Dette varte helt til 1898, da regjeringen ila en ganske høy skatt på spritproduksjon. Skatten resulterte i nedleggelse av de små destilleriene. De store, moderne destilleriene klarte seg derimot meget bra, da de kunne produsere store mengder sprit, samt tilby lavere priser (Kula, 1972, s.163). På denne måten har alkohol blitt billigere, lettere tilgjengelig, samtidig som staten tjente store penger på skatt.

I etterkrigstiden var i gjennomsnittet 14 % av en polakks årslønn brukt på alkohol, skriver Czerwiński (1972, s. 170-171). Dette gjorde at Polen var i den perioden blant land som hadde høyeste alkoholkonsum i verden. Czerwiński mener at Polen tilhører noe han kaller for «vodka kultur». Dette har blitt innvevd i det polske samfunnet med årene. Krigen og elendige forhold er noen av faktorer som kunne ha spilt en rolle for alkoholens sterke posisjon i det polske samfunnet. Mieczysław Grad (1972, s.213) skriver også om økning av alkoholbruk etter andre verdenskrig. Statistikker viser hele 5 ganger høyere alkoholinntak sammenlignet med perioden før krigen, regnet per innbygger per 100 % alkohol. Polen var likevel intet unntak når det gjelder økning i alkoholbruk etter krigen. Zieliński (1972, s.241) skriver at i de fleste landene har alkoholbruket økt etter krigen. Likevel har ingen land hatt en så stor økning som det Polen hadde i den perioden. Moskalewicz (1998) nevner flere faktorer som kunne hatt innflytelse på den kraftige økningen i alkoholkonsum etter krigen. Forfatteren nevner i denne sammenhengen kvinners skiftende samfunnsrolle, ungdommer og akkumulering av den

urbane og den landlige drikkestilen. Den siste faktoren kan begrunnes med industrialisering og følgende stor migrasjon fra landsbyer til byer på den tiden. Forfatteren mener at alkoholdrikking i byen karakteriserte seg ved større hyppighet, men mindre konsum på en gang. Drikkestilen måtte nemlig tilpasses bylivet, der det krevdes mer punktlighet og generelt større regelmessighet (Moskalewicz, 1998, s.47-48). Jeg er mest enig i den siste påstanden om at migrasjon til byer kunne hatt innflytelse på den kraftige økningen i alkoholbruk. Det Grad, Zieliński og Moskalewicz ikke nevner er mørke tall. Det er noe jeg synes er vesentlig å se på i denne sammenhengen. Statistikker for alkoholbruk under krigen er veldig usikre, da det meste av alkoholbruk var uregistrert. Det høye alkoholforbruket etter krigen kunne rett og slett resulteres ut fra bedre datatilgjengelighet.

Moskalewicz (1998, s.60) skriver at de tyske okkupantene hadde monopol på alkohol under andre verdenskrig. Hjemmebrenning var straffbart, og alkohol var ikke tilgjengelig gjennom de offentlige salgskanaler. Alkohol var kun utdelt gjennom rasjoneringskort, for eksempel som betaling til bønder. Litteraturen nevner kun alkohol utdelt på rasjoneringskort, dårlig tilgjengelighet og strenge straffer for hjemmebrenning. Ut fra dette kan man konkludere med at de tyske okkupantene ville minske alkoholbruket blant folket. Men ett av intervjuene jeg foretok med en polsk krigsveteran, tilføyer en ny vinkel til denne problemstillingen. Under andre verdenskrig brukte nemlig de tyske okkupantene alkohol som en valuta i Polen. De betalte for varierte varer, som kjøtt, hygieniske produkter, diverse matvarer, og lignende med sprit. Min informant forteller at under krigen drev familien hans et slakteri. De tyske soldatene kom 2 ganger i uka og tok med seg et par dagers forsyning med kjøttvarer. I gjengjeld leverte de noen spritflasker. Informanten forteller at spritflasker ikke kunne byttes mot penger, men hadde en verdi. Det var flere som var villige til å bytte de mot forskjellige rasjoneringskort de fikk tildelt. Moskalewicz (1998, s.60) skriver at alkoholmonopol i Polen, i perioder ført av uønskede eller fiendtlige myndigheter, har blitt sett på som en hovedårsak til polakkers stordrikking. Jeg vil også tilføye at en slik alkoholpolitikk kunne være med på å påvirke, utvikle og rotfeste alkoholkultur i det polske samfunnet.

Når vi ser tilbake i tid, viser det seg at påstander om at det er myndigheter som er ansvarlige for det høye alkoholbruket, forekommer allerede på 1700-tallet. Først var det adelsmenn som var beskyldt for samfunnets høye alkoholkonsum. Deretter, på slutten av 1700-tallet og starten av 1800-tallet, var daværende Polen-Litauen staten delt mellom tre inntrengere: Preussen, Østerrike og Russland. 1800-tallet var preget av Russlands dominans på det polske territoriet. Etter første verdenskrig, i 1918, fikk Polen offisielt tilbake sin uavhengighet. Det

tok ikke lang tid igjen før Polen ble okkupert av Tyskland, fra 1939 til 1945. Etter andre verdenskrig kom Russland inn i bildet, og de polske myndighetene var styrt av Russland med kommunisme som hovedideologi. Som historien viser har Polen i mange år vært okkupert av uønskede makter. Det polske samfunnet har gjennom disse årene lært seg å ikke stole på myndigheter og deres politikk, også alkoholpolitikk (Moskalewicz, 1998, s.61). Folk mente at de fiendtlige myndighetene brukte alkohol som et verktøy. Et verktøy som gjorde det lettere å styre folket.

Likevel formet samfunnet større forventninger til myndighetene. Folket mente nemlig at hvis det var så enkelt å forårsake samfunnets store alkoholkonsum, burde myndighetene like enkelt klare å minske alkoholkonsumet betraktelig (Moskalewicz, 1998, s.61-62). Forfatteren nevner at det i faglitteratur ofte forekommer påstander om at alkohol gjør det enklere for myndigheter å styre folket. Dette skyldes at individer som er påvirket av alkohol er lettere å manipulere (Moskalewicz, 1998, s.61). De historiske hendelsene som rammet Polen slik det ble beskrevet ovenfor, har trolig hatt en stor innflytelse på det polske samfunnet når det gjelder alkoholkonsum og drikkekultur. Drikkekulturen har utviklet seg og trengt inn i samfunnets væremåter gjennom årene. Etter lange perioder med okkupasjon og uønskede styremakter er det vanskelig å forandre samfunnets syn på alkoholpolitikk og alkoholtema på kort tid. Det trengs flere generasjoner. Det polske samfunnet preges fortsatt av mistillit til staten, men det er bare 25 år siden det første uavhengige presidentvalget i Polen i 1990. 25 år er altfor kort tid for større forandringer, i forhold til 200 år med alkoholvaner og rutiner som har festet seg, og blitt videreført i generasjoner blant det polske folket. Det trengs mer tid, men alkoholkulturen må forandres og læres i samfunnet steg for steg.

Moskalewicz (1998, s.23) tilføyer en visjon av samfunnspolitikk rettet mot alkoholproblemet. Ideen kommer fra to polske sosiologer: Kazimierz Frieske og Robert Sobiech, som har studert drikkeproblemer i det polske samfunnet på bakgrunn av historiske hendelser i landet.

Sosiologene mener at istedenfor forsøk på å bekjempe alkoholismen, burde vi konsentrere oss om fjerning og lindring av de negative konsekvensene alkohol kan føre med seg. Eksempler Frieske og Sobiech oppgir er utvikling av sosial velferd, eller skapning av «trygge» miljøer å drikke alkohol i. Sosiologene baserer sin tankegang på beslutningen om at endring av folks atferd som har rotfestet seg i en kultur (her: drikkekultur) er ikke gjort på noen år, men trengs flere generasjoner. Derfor mener de at den beste løsningen er å konsentrere seg om problemet og gjøre noe med det tidlig nok, slik at de negative konsekvensene blir minsket. Likevel synes jeg det Frieske og Sobiech foreslår her er en kortvarig løsning. Problemet blir ikke borte, kun

de negative konsekvensene ved det blir mindre. Derfor, tross at det tar mye lenger tid og kreves mye mer av samfunnet, synes jeg endringer i drikkekulturen er løsningen som egner seg best og til slutt kan vise de beste resultatene. Hvordan drikkekulturen i et samfunn er, har også mye å si for det illegale alkoholmarkedet. Derfor synes jeg det er et tema som er viktig å se på og ta i betraktning når man studerer alkoholsmugling og de illegale alkoholmarkedene.

5.3 Samfunnsutvikling og alkoholpolitikk

Samfunnsutvikling i form av bedre skolesystem, bedre vareutvalg, kulturtilbud, og jobb med utviklingsmuligheter er faktorer som kan forandre «alkoholkultur» (Czerwiński, s.174).

Forfatteren mener her at bedre livsvilkår kan ha innflytelse på hvordan alkohol brukes i et samfunn. Et eksempel på dette kan være det norske samfunnet, som i mange år har vært preget av høy brennevinsinntak. Til tross for begrenset tilgjengelighet ved hjelp av vinmonopolordningen og få utsalgssteder, ble det importert store mengder brennevin. Etter metanolkrisen i 2002 har markedet for brennevin nærmest kollapset. Likevel vil jeg påstå at det ikke skjedde fra dag til dag. Landet har vært i stadig utvikling og alkoholkultur i det norske samfunnet har de siste tiårene forandret seg. Nå er Norge et «øl- og vinland» og dette synes jeg er stort sett et resultat av kraftig utvikling og bedring i livskår blant det norske folket. Det polske samfunnet har også utviklet seg mye de siste årene. Parallelt med dette ser vi endringer i alkoholkultur, der bruk av sterkere alkohol ser ut til å minske til fordel for øl og vin.

Atferd og drikkevaner som formes og forandres gjennom samfunnsutvikling, går parallelt med alkoholpolitikk. Alkoholpolitikkenes mål er å gi rammer for drikkevaner og befolkningens alkoholinntak. Ståle Østhus skriver følgende:

«Hovedlinjen i den norske alkoholpolitikken har vært å begrense alkoholens skadevirkninger ved å gjøre alkohol dyrt og vanskelig tilgjengelig.»

(Østhus, 2005, s.11)

En slik alkoholpolitikk har blitt utformet i perioden fra midten av 1800-tallet til opphevelsen av brennevinsforbudet i 1927, skriver Østhus (2005, s.11). Når vi ser på disse hovedlinjene som ble utviklet for hundre år siden, kan vi legge merke til at staten fører en lignende alkoholpolitikk i dag. Til tross for en stor samfunnsutvikling har alkoholpolitikkenes mål forblitt nesten det samme, altså å begrense alkoholens bruk gjennom forskjellige vedtak.

Østhus (2005, s.11) nevner fire hovedsøyler i den norske alkoholpolitikken vi har i dag, og som har endret seg lite i løpet av 1900-tallet:

- Begrense tilgjengeligheten ved å kreve offentlig bevilling for å selge eller skjenke alkohol
- Holde alkoholprisene på et høyt nivå ved hjelp av spesielle statlige avgifter
- Begrense innslaget av privatøkonomiske interesser ved å gi staten monopol på omsetning av vin og brennevin
- Satse på forskning og opplysning om alkoholens skadevirkninger

Til tross for at hovedlinjer i alkoholpolitikken ser ut til å ha forandret seg i liten grad, har drikkevaner og synet på alkohol i det norske samfunnet blitt mer liberalt. Generelt sett kan vi se at folk i dag kjøper mer alkohol og drikker oftere enn før. Både den legale brennevinsomsetningen og andelen av befolkningen som drikker hjemmebrent har gått ned siden begynnelsen av 1970-tallet, skriver Østhus (2005, s.27-28). Østhus mener også at vin ser ut til å ha overtatt brennevinets tradisjonelle plass i det norske drikkemønsteret. Som jeg har skrevet før, skyldes det etter min mening i stor grad metanolkrisen. I tillegg er det forandring i drikkevaner blant folk i dag som spiller en viktig rolle i denne forandringen. Østhus (2005, s.25) beskriver også brennevin som en alkoholtype som har blitt mindre vanlig å drikke i det norske samfunnet i 2005. I tillegg til de kulturelle forhold angående mindre konsum av hjemmebrent, kommer det endringer i den legale alkoholtilgangen. Vinmonopolet har utviklet seg og blitt mer liberal siden 1900-tallet. Denne sammenligningen gjelder kun Norge, da vinmonopolordningen fortsatt er ganske streng sammenlignet med andre europeiske land. Østhus (2005, s.22) skriver at utviklingen til monopolordningen er en stadig liberalisering. I dag har nemlig Vinmonopolet andre målsettinger enn Vinmonopolet vi kjenner fra 1900-tallet. Før var monopolordningen rettet først og fremst på å begrense alkoholbruk gjennom dårlig tilgjengelighet. I dag er hovedmålet til Vinmonopolet å gi kundene bedre utvalg, profesjonell hjelp og større tilgjengelighet. På denne måten vil Vinmonopolet ta markedsandeler fra smugling og hjemmebrenning (Østhus, 2005, s.22). Per dags dato er det smugling som er Vinmonopolets største «konkurrent». Hjemmebrenning har mistet sin samfunnsposisjon slik vi kjenner den fra 1900-tallet og ser ut til å ikke spille en særlig stor rolle på det norske alkoholmarkedet i dag.

Folks atferd og drikkevaner har en sterk tilknytning til økonomiske forhold og levestandard. Levestandarden i Norge har blitt høyere de siste årene. Samtidig har folks kjøpekraft økt. Alt i

alt har drikkemønsteret i det norske samfunnet forandret seg. Østhus (2005, s.78) mener at dette er den viktigste forklaringen på holdningsendringene som vises gjennom et mer liberalt syn på alkohol og en mer liberal alkoholpolitikk siden 1960-tallet. Østhus (2005, s.35) nevner også hyppigere utenlandsturisme som en faktor som kunne hatt innflytelse på det mer liberale alkoholsynet i det norske samfunnet. Utenlandsturismen fører nemlig til at folk blir stadig mer oppmerksomme på forskjellene i alkoholpolitikken i Norge og andre land. Samtidig får man mulighet til å kjøpe avgiftsfri alkohol.

5.4 Endringer i alkoholbildet og følgende konsekvenser

Individens atferd i forhold til alkohol forandrer seg med årene. Det kan være historiske begivenheter som påvirker ens atferd og forhold til alkohol. Men det kan også være levestandard som øker og fører med seg endringer i levemåten, drikkevaner og kultur angående (i dette tilfellet) alkohol. I det forrige underkapittelet om samfunnsutvikling, så jeg på endringene i folks drikkevaner i Norge gjennom 1900-tallet og frem til 2005. Her vil jeg se nærmere på hvordan alkoholpolitikk, atferd og drikkekultur endret seg, med fokus på de siste årene.

Storvoll og Halkjelsvik (2013) ser på alkoholpolitikk, endringer i alkoholkonsumet og samfunnets syn på alkohol i Norge til 2012. Forskere viser til en betydelig liberalisering av den norske alkoholpolitikken de to siste tiårene. Denne liberaliseringen kan først og fremst ses gjennom økning i alkoholtilgjengelighet (Storvoll og Halkjelsvik, 2013, s.492). I tillegg nevner forskere fra SIRUS flere mindre endringer som viser at alkoholpolitikken i Norge blir stadig mer liberal:

- Antall monopolutsalg har mer enn doblet seg de to siste tiårene. I 1997 var det 114 vinmonopoler, mens i 2011 var det 267 alkoholutsalg i Norge.
- Selvbetjening innført i 1999.
- Utvidete åpningstider for alkoholsalg siden 1997.
- Alkoholkvota for privat innførsel av alkohol økte I 2006 fra 1 liter sprit + en liter vin (alternativt 2 liter vin) til 1 liter sprit + 1,5 liter vin (alternativ 3 liter vin).
- Ganske jevn pris på alkohol siden 1990. Likevel, grunnet høyere lønn har alkohol blitt relativt sett mer rimelig for nordmenn siden 2000.

(Storvoll og Halkjelsvik, 2013, s.492-493)

Antall Vinmonopoler i Norge har økt siden 1990-tallet. I 2011 var det 267 vinmonopoler, noe som indikerte en stor økning i antall utsalgssteder. Per i dag (05.10.2015) har dette tallet økt til 306 butikker (Vinmonopolet, 2015). Økningen fortsetter altså stadig, til tross for at antall utsalgssteder fortsatt er lite i forhold til andre europeiske land. Liberaliseringen vises også gjennom utvidete åpningstider. Storvoll og Halkjelsvik skriver også om utvidete åpningstider siden 1997. Det siste året har i tillegg Vinmonopolets åpningstider blitt utvidet med noen ekstradager. Et eksempel på slike dager er valgdagen. Dette gjelder foreløpig ikke alle utsalgssteder og det er foreløpig kommunene som avgjør om det skal tillates alkoholsalg i valgdagene (Dinside, 2015).

I tillegg har regjeringen endret kvotemengden på innført alkohol til privatbruk 1. juli 2014. Nå kan tobakskvote byttes med en oppgitt mengde alkohol (Tollvesenet, 2014). Når det gjelder prisen på alkohol, har den vært ganske jevn siden 1990, men på grunn av større gjennomsnittslønn, har alkohol blitt mer rimelig for nordmenn siden året 2000 (Storvoll og Halkjelsvik, 2013, s.493). Totalt sett har det blitt betydelig lettere å kjøpe alkohol siden 1960-tallet, skriver Østhus (2005, s.11).

Men disse endringene er relativt små i den generelle avgiftspolitikken og sett i en europeisk sammenheng. Når man ser på alkoholpolitikk i Norge, må også alkoholpolitikken i andre land tas i betraktning. Store forskjeller kan nemlig føre til at en restriktiv politikk blir vanskelig, om ikke umulig, å drive over lengre tidsperioder. Østhus (2005, s.35) mener at alkoholpolitikken i utlandet eller nabokommunene kan ha en betydning for hvor lett det er å holde fast ved en alkoholrestriktiv linje. Smuglingens størrelse bekrefter dette synet. En veldig restriktiv alkoholpolitikk sammenlignet med andre land, fører til utvikling av et stort ulovlig marked.

«Økende nasjonal eller kommunal «grensehandel» kan f.eks. føre til at sosialpolitiske hensyn i økende grad må vike for næringspolitiske hensyn i alkoholpolitikken. De forventende økonomiske fordelene (flere arbeidsplasser, økte skatteinntekter) kan bli vurdert som viktigere, spesielt hvis man opplever at velgere uansett kjøper alkohol andre steder».

(Østhus, 2005, s.35)

Erling Joar Fløttum (2015) mener at smugling av alkohol og tobakk har størst relevans for land som har høye skatter og avgifter på slike produkter i forhold til nabolandene. Norge er et

godt eksempel, men her må det nevnes at smuglingen ikke kun angår nabolandene. Noe som illustrerer dette bra er alkoholsmuglingen fra Polen. Alkoholpolitikken i Norge gjør at det ikke kun er lønnsomt å smugle over grensa til nabolandet, men kjøre gjennom flere land for deretter å selge alkohol med fortjeneste. Den typen smugling kjenner nordmenn godt til og eksempler er smugling fra Tyskland eller Portugal. Lange avstander der smuglervarer kommer fra, men fortsatt stor lønnsomhet, viser at alkoholpolitikken i Norge er fortsatt langt mer restriktiv enn i de andre landene i Europa. Ulovlig innførsel av alkohol, som involverer reise gjennom flere land, er ikke et så stort fenomen i andre europeiske land. Alkoholavgifter i andre land gjør at det som regel ikke lønner seg å smugle lenger enn over grensa til nabolandet. Sigaretter, narkotika, eller andre varer som gir større fortjeneste er foretrukket av organiserte grupper fremfor alkohol i de fleste europeiske land.

Storvoll og Halkjelsvik (2013, s.493) skriver om at liberaliseringen av alkohol har ført med seg økning i forbruket. Økningen er mest synlig fra 1993 til 2008, og salget har, ifølge forskere, blitt ganske jevnt etter det. Men Storvoll og Halkjelsvik har ikke tatt det illegale alkoholsalget i betraktning. Til tross for at det legale salget av alkohol har vært forholdsvis jevnt siden 2008, kunne det illegale markedet vokse. Ut fra mine observasjoner og intervjuer har polakkers smugling økt betydelig i 2000-tallet. Etterspørselen etter ulovlig importert alkohol har altså økt, og dette kan indikere flere kunder til fordel for det illegale alkoholmarkedet.

Når det gjelder folks opinion på alkoholpolitikk mener Storvoll og Halkjelsvik (2013, s.502) at befolkningen viser generelt sett økende støtte for en restriktiv alkoholpolitikk siden starten av 2000-tallet. Funnene forskere viser til forklares med følgende:

1. Endringer i verdier i samfunnet
2. Større erfaring med alkohol-relatert vold
3. Større tro på effektivitet av en restriktiv alkoholpolitikk

(Storvoll og Halkjelsvik, 2013, s.502)

I tillegg til overnevnte faktorer som gjør at samfunnet generelt sett støtter en mer restriktiv alkoholpolitikk, nevner forskerne økning i tillit til den norske regjeringen og dens vedtak (Storvoll og Halkjelsvik, 2013, s.502). Her er det veldig stor forskjell mellom det norske og det polske samfunnet, der tilliten til staten er veldig lav. Til tross for den store forskjellen i

tilliten til myndighetene, er Polen og Norge ganske like med henhold til salg og kjøp av smuglervarer.

Etter min mening skyldes den lave tilliten i det polske samfunnet hovedsakelig flere historiske begivenheter jeg har beskrevet tidligere. Fiendtlige og uønskede myndigheter har gjennom mange år forårsaket en mistillit til staten som fortsatt kan ses i det polske samfunnet i dag. Tillit til staten og regjeringen i Polen har vært et av temaene jeg foretok under mine intervjuer og alle informantene viste ingen eller lite tillit til de polske myndighetene. Som jeg har skrevet i starten av dette kapittelet er alkoholpolitikk viktig i forbindelse med samfunnets syn på alkohol, atferd og normer. Normene i et samfunn regulerer atferden. Videre gir folks atferd en tilbakemelding på hvordan normene burde være, og det er nettopp alkoholpolitikken som har som oppgave å regulere folks atferd gjennom varierte vedtak og regler. Atferd, normer og alkoholpolitikk er felt som er koblet med hverandre og stadig påvirker hverandre, samtidig som samfunnet forandrer seg. Faktorer som mistillit til staten kan forandre dette bildet og påvirke koblingene mellom atferd og normer.

5.5 Norsk versus polsk alkoholpolitikk

Polsk litteratur om organisert smugling omfatter sigaretter, alkohol og drivstoff, som de mest ulovlig innførte varene. Likevel er det smugling av sigaretter som er det største problemet for europeiske land (Niwserwis, 2011). Alkohol og drivstoff har en forholdsvis liten betydning for de Vest-europeiske landene, da størrelsen på smuglingen er relativt liten sammenlignet med sigaretter. Dette skyldes bedre økonomisk situasjon i Europa, samt tillitsmangel til varer av ulovlig opprinnelse (Niwserwis, 2011). Selv om de fleste europeiske landene ser på sigarettsmugling som en av de største truslene for deres økonomi, er det norske markedet vesentlig annerledes. I Norge er det nemlig markedet for ulovlig alkohol som er størst, både med tanke på tilbud og etterspørsel etter ulovlig alkohol. Hva gjør Norge sin situasjon på dette området så forskjellig sammenlignet med de andre europeiske land? Hvorfor er alkoholmarkedet stort, tross en god økonomisk situasjon av den norske befolkningen? Svaret kan være ganske enkelt og ligge i alkoholpolitikken.

Alle mine informanter oppga en og samme faktor som gjør at polakker smugler alkohol til Norge: pris. Prisnivå på alkohol består av produksjonskostnader eller kjøpskostnader og eventuelle skatter og avgifter bestemt av regjeringen. I Norge er prisene høye sammenlignet med Polen, men når vi tar med samfunnets kjøpekraft inn i bildet, viser det seg at forskjellen ikke er veldig stor. Den høye prisforskjellen holder det svarte alkoholmarkedet gående, men

er ikke den eneste faktoren som spiller en rolle for det illegale markedets størrelse. I intervjuene ble i tillegg tilgjengelighet på alkohol i Norge nevnt som en vesentlig faktor for at folk velger å kjøpe ulovlig. Pris og tilgjengelighet blir altså nevnt som de to viktigste faktorene for at polakker smugler alkohol til Norge, og for at andre kjøper varene fra dem fremfor lovlig alkohol.

Storvoll og Halkjelsvik nevner i «Changes in Norwegian public opinion on alcohol policy, 2005-2012» større tilgjengelighet som den mest iøynefallende forandringen i den norske alkoholpolitikken de siste årene. Men er dette nok for å tilpasse seg markedet og samfunnets opinion på dette feltet? Er disse forandringene store nok til å håndtere det illegale alkoholmarkedet og holde det på et lavt nivå? Det virker ikke slik, når vi tar i betraktning tilstedeværelsen av polske smuglere i Norge. De utnytter alkoholpolitikkenes svakeste punkter, altså pris og tilgjengelighet, og bruker disse til sin egen fordel. Dette viser seg også gjennom intervjuene jeg utførte, der alle informantene nevnte pris, og de fleste snakket om tilgjengelighet som hovedfaktorer for at polakker smugler alkohol til Norge, og andre er villige til å kjøpe den fremfor den lovlige. Til tross for en viss prisforskjell er tilgjengeligheten, etter min mening, smuglernes viktigste argument i kamp om alkoholmarkedets andeler i Norge. Åpningstider for Vinmonopolet kan være et problem for de som jobber lenge. Polakker som jobber svart i Norge jobber ofte til langt ut på kvelden. Da er Vinmonopolet stengt, så den eneste måten de kan skaffe seg alkohol på er via smuglere. Dette sier også en av mine informanter:

«Polakker jobber lenge, så når de kommer hjem på kvelden er Vinmonopolet stengt. Smuglere jobber derimot 24 timer i døgnet. I tillegg er det bare å ringe så kommer de med varene hjem til deg uten å ta ekstra for frakt. Transporten er inkludert i prisen. Dette viser også hvor mye de tjener.»

En annen legger til at, i tillegg til korte åpningstider, har Vinmonopolet ikke mange butikker. Deretter legger han til en sammenligning med tilgjengeligheten på alkohol i Polen:

«I Polen kan du til og med bestille vodka ved å ringe et taxiselskap. Sjøføren vil kjøpe varen i en butikk og kjøre hjem til deg for 5 zł per flaske i tillegg til prisen for kjøringen.»

Det er verdt å bemerke seg at alkohol i Polen ikke selges kun i spesialiserte butikker, som Vinmonopolet i Norge, men kan selges i matvarebutikker eller til og med på bensinstasjoner.

Flere slike butikker, særlig i store byer, er åpne døgnet rundt. For å vise hvor lett tilgjengelig alkohol i Polen er, sammenlignet med Norge, har jeg utarbeidet en tabell. Tilgjengelighets aspekt diskuterer jeg nærmere under intervjuanalyse og diskusjon om hypoteser som ble formulert under datainnsamlingen.

Min tabell viser antall utsalgssteder, antall innbyggere og en fane ved navn: «butikk per innbygger». Her sammenlignes det overnevnte aspekter i Norge og Kraków: Polens nest største by. Kraków er tatt med i sammenligningen her fordi det er byen med flest utsalgssteder for alkohol i Polen, den blir kalt for «alkohol eldorado». Antall butikker med konsesjon per innbygger fører til en debatt i byen og hele landet. Folk er stort sett enige om at det er for mange av slike butikker, særlig de som har døgnåpent salg. Kraków er et populært turistmål, også blant nordmenn. En mer liberal alkoholpolitikk nordmenn opplever i Polen kan påvirke deres mening om politikken den norske regjeringen forvalter i hjemlandet. Mer hyppig utenlandsturisme fører også til en økende alkoholimport.

Tabell for antall utsalgssteder for alkoholdrikker med over 4,5 % styrke

	Kraków	Norge
Antall utsalgssteder (sterkere alkohol)	2330	306
Antall innbyggere	758 334	5 165 802
Inbyggere per en butikk	Ca. 325	Ca. 16 882

Tabellen er utarbeidet av meg selv, men tallene for antall innbyggere og utsalgssteder er hentet inn fra eksterne kilder.

Kilder: Vinmonopolet (2015), SSB (2015a), GUS (2014), WP Wiadomości (2014).

Tallene viser enorme forskjeller i tilgjengelighet. Det som gjør tallene enda mer spesielle er det å sammenligne en by med et land. Jeg var bevisst på at en slik sammenligning kan virke usedvanlig og oppsiktsvekkende. Likevel valgte jeg å gjøre dette for å vise den enorme forskjellen og hvor forskjellig alkoholpolitikk i Norge og Polen er, når en stor by i Polen har flere utsalgssteder for alkohol enn hele Norge.

Her vil jeg oppsummere hvordan hovedpunktene i den norske alkoholpolitikken er, sammenlignet med Polen og lovverket der.

- Vinmonopolordningen: Finnes i Norge, staten har monopol på salg av alkohol over 4,5 %. I Polen kan alle private selge alkohol, men må søke tillatelse. Det er kun en begrensning på antall butikker med alkoholsalg i en by/fylke. Dette bestemmes av bystyret.
- Aldersgrenser: I Norge er det 18 års aldersgrense på kjøp av øl og vin, og 20 års aldersgrense på alkohol over 22 %. I Polen er det 18 års grense på kjøp av all slags alkohol.
- Reklameforbudet: Det er reklameforbud i Norge. Ingen reklameforbud i Polen, alkohol reklameres for på TV, plakater i byen, internett, skilter osv. Det er et krav om å informere at alkohol kun selges til personer over 18 år.
- Avgiftsnivå: høye avgifter i Norge som har som formål å minske alkoholforbruket. Avgiftsnivået på alkohol i Polen er betydelig lavere.

I dette kapittelet har vi sett på alkoholpolitikk og befolkningens normer, atferd og drikkevaner. Norge og Polen er land med forskjellige agendaer når det gjelder alkoholpolitikken. Norge har historisk sett alltid prøvd å opprettholde en restriktiv politikk over alkohol og dette ga forskjellige resultater. Disse ble omtalt i kapittelet om norsk alkoholmarked i historisk perspektiv. Polen sin politikk på alkoholfeltet er derimot mye mer liberal og alkohol har alltid vært en viktig del av den polske kulturen. Før vi ser tilbake i tid og diskuterer den polske historiens innflytelse på utviklingen av en polsk alkoholkultur, vil jeg drøfte hvordan uformell økonomi oppstår. Dette vil hjelpe oss å få en bedre forståelse av den polske historien i forhold til alkohol.

6. Alkoholmarkedet og «uformell» økonomi

En uformell økonomi forekommer i alle samfunn, men er av variert størrelse og oppstår av forskjellige grunner. Den uformelle økonomien er også vanskelig å overvåke og undersøke (Gaughan and Ferman, 1987, s.15). Uformell økonomi er størst i dårlig utviklede land med svak stat og ofte samfunnets dårlige tillit i staten. I Norge er denne formen for økonomien forholdsvis liten og harmløs for staten og samfunnet. S.M. Miller (1987, s.26) foreslår fire hovedtilnærminger den uformelle økonomien kan diskuteres ut i fra:

- Økonomiske faktorer
- Sosiale faktorer
- Fiskale faktorer
- Levekår

Jeg synes at denne listen er ufullstendig og ville legge til historiske forhold, som kan påvirke størrelse og formen på en uformell økonomi. Historie virker å være en vesentlig faktor for hvordan den uformelle økonomien har utviklet seg i Polen. Jeg er enig i at polsk smugling til Norge er profittmotivert, men vil samtidig påstå at den har fundamentet i Polens historiske hendelser. Polen er et tidligere østblokkland og er nå som regel omtalt som et østeuropeisk land. Til tross for dette ligger Polen i sentral Europa, og polakker foretrekker å betegne landet som sentral og ikke østeuropeisk. De vil gjennom dette vise at Polen har forandret seg betydelig siden det kommunistiske styret og er nå et helt nytt land, både når det gjelder politikk, økonomi og andre aspekter.

Steven L. Sampson (1987) omtaler den uformelle økonomien i Øst-Europa i «The second economy of the soviet union and eastern europe». Artikkelen er skrevet i 1987, så den kan ikke anvendes på dagens situasjon i landet, men den kan ses på i et historisk perspektiv. Sampson stiller et veldig godt spørsmål, angående uformell økonomi i Øst-Europa:

«Why do East Europeans use so much of their time and energy and put themselves at such great risk to pursue second economy activity?»

(Sampson, 1987, s.134)

Svaret er, ifølge Sampson (1987, s.134), ganske klart og tydelig:

«Clearly, the manifest reason is that people want to make more money. Yet these human motives have political, economic, and sociocultural foundations.»

Forfatteren nevner penger og fortjeneste som den mest åpenbare grunnen for at folk vil risikere å være en del av den uformelle økonomien i Øst-Europa. Dette er også synlig i polsk alkoholsmugling til Norge i dag, der penger og stor fortjeneste spiller en vesentlig rolle for at flere polakker velger å være en del av den uformelle økonomien i Norge og i Polen. Dette gjelder både polakker, som er en del av nettverket som driver med ulovlig handel, men også kunden i Norge som støtter den uformelle økonomien gjennom å velge deres tjeneste fremfor en lovlig vare i butikken. Sampson (1987) skriver deretter at motivet for å tjene penger ikke forekommer ut av ingenting, men har et grunnlag i politiske, økonomiske, og sosiokulturelle faktorer. Derfor vil jeg komme med en hypotese om at penger ikke er den eneste årsaken for den polske alkoholsmuglingen. Pengemotivet er kanskje viktigst for bakmenn, smuglere og andre personer i nettverket, men dette fenomenet har dypere røtter, og må ses på i et historisk perspektiv. Jeg vil nå ta for meg de viktigste hendelsene i den polske historien og se på hvilke hendelser som kunne forårsake utvikling av en uformell økonomi, som videre førte til ekspansjon til globale markeder. I dette tilfellet ekspansjon av det illegale alkoholmarkedet til Norge.

7. Historiske, økonomiske, sosiale og politiske trekk i Polen

I dette kapitlet vil jeg se på nyere historiske hendelser Polen har gått gjennom, da jeg synes den polske alkoholkulturen har et historisk grunnlag og er sterkt knyttet til dette. Min hypotese er at det var flere historiske hendelser som i særlig grad påvirket den polske alkoholkulturen, alkoholforbruket og formet sosiale nettverk og en grå sone i Polen, noe vi ser skyggen av i dag. Jeg vil dermed se på de begivenhetene i Polens historie som jeg synes hadde den største innflytelsen på overnevnte problemer. Det er umulig å utpeke én hendelse som var et vendepunkt for den illegale polske økonomien og dens utvikling. Jeg har derimot funnet flere faktorer som hadde en innflytelse på hvordan en grå sone utviklet seg til den vi har i dag.

7.1 Historiens medvirkning til alkoholkultur

Her vil jeg se på den polske historien og hendelser som kunne ha åpnet flere dører for polske smuglere. Polakkers smugling til Norge slik vi ser den i dag kunne ha sitt utspring for mange år siden og gradvis formet seg til noe mer profesjonelt. Polens historie er full av vendinger og inkluderer mange år med kriger og okkupasjoner. Slike hendelser forandret økonomien i landet og utviklet mistillit til staten. Den tyske og russiske okkupasjonen på 1900-tallet resulterte blant annet i varemangel og utviklet en gråsoner med byttehandel. Litteratur formidler at det var relativt lite av smugling, da grensene ble overvåket tett. Likevel burde vi se på statistikkene fra den perioden med en viss usikkerhet. Andrejew-Frączek (1992) skriver at det er vanskelig å interpretere tall fra perioder med dramatiske endringer i det politiske systemet. En slik periode var nettopp slutten av 1980-tallet og starten av 1990-tallet i Polen. Året 1989 og slutten på det kommunistiske styret i Polen kan ha spilt den viktigste rollen for utvikling av organisert kriminalitet og smugling til og fra utlandet. Landet har gått fra å være sosialistisk til markedsorientert, noe som førte til store forandringer i økonomien. Jeg vil dermed se på 1980- og 1990-tallet, da det var i disse årene Polen gjennomgikk noen av de største forandringene og utviklet seg til landet slik det er nå. Men først, la oss se på hva en grå sone er og hvordan fenomenet er forbundet til organisert kriminalitet.

7.2 Grå sone → organisert kriminalitet

Gråsoner oppstår i alle økonomier, men dens størrelse varierer. I Polen har den gråsonen hatt sin vekst på 1980-tallet da markedsøkonomien vokste (Smejda, 1996). Gråsoner er ikke alltid sett på som et negativt fenomen. Ofte er fenomenet ansett som positivt, da det bidrar til å tilby

et bredere spekter av varer og tjenester. Mange ignorerer eller ikke kjenner til det faktum, at en grå sone øker statens kostnader (Smejda, 1996).

Wysocki (2003, s.7) skriver at den grå sonen og smugling i Polen, fungerer som en buffer for en ineffektiv eller defekt markedsmekanisme. Ved å «bruke» den grå sonen, forsvaret de fattige seg mot fattigdommen og elendigheten. For å bekrefte dette synet nevner forfatteren at landområder der det forekommer mest smugling sammenfaller med områder med størst arbeidsledighet. Videre skriver Wysocki at smugling er styrt av rike kriminelle, som utnytter de som virkelig er i vanskelige livssituasjoner. Et innlegg funnet på et forum avbilder hvor fortvilet en kan bli i en vanskelig livssituasjon:

➤ Originaltekst på polsk:

„Temat: Szukam pewnego odbiorcy na papierosy, piwo i wódkę w okolicach Oslo
Tresc: Jestem w trudnej sytuacji zyciowej i materialnej, bardzo pilnie chce sprzedac swoja nerke. Jestem zdrowy, mam 33 lata. Cena do uzgodnienia. Prosze pilnie o kontakt telefoniczny: ***** lub mail: *****@wp.pl Jest to bardzo powazna oferta!”
(Forum-Turystyczne, 2010)

➤ Oversettelse:

«Tema: Jeg søker en seriøs mottaker av røyk, øl og vodka i Oslo området.
Innhold: Jeg er i en vanskelig livs- og økonomisk situasjon, og vil umiddelbart selge nyren min. Jeg er frisk, 33 år gammel. Pris kan diskuteres. Vennligst kontakt meg raskt på telefon: ***** eller e-post: *****@wp.pl. Dette er et veldig seriøst tilbud!»

Meldingen høres veldig dramatisk ut og det virker som om vedkommende vil gjøre hva som helst for å komme seg ut av den vanskelige livssituasjonen han befinner seg i.

Sampson (1987) skriver om grå sone i «The Second Economy of the Soviet Union and Eastern Europe». Forfatteren omtaler i sin studie de østeuropeiske landene, samt Sovjetunionen. Siden teksten ble skrevet i 1987, kan jeg se på hvordan Sampson så på blant annet Polens gråsoner under det kommunistiske styret før Berlinmurens fall. Forfatteren omtaler «de andre økonomier» i Øst-Europa som «både strukturelle aspekter av sosialisme og som kulturelle og historiske produkter av de spesifikke østeuropeiske samfunn» (Sampson, 1987, s.122).

7.2.1 Strukturelle faktorer

Jeg vil først se på de strukturelle faktorene som er beskrevet i teksten. Sampson (1987, s.131-132) mener at størrelsen på svart økonomi vil være mer omfattende i land der følgende forekommer:

- En stor privat sektor
- Store deler av befolkningen bor på landsbygda
- Den offisielle økonomien er mindre effektiv
- Staten har ikke løst grunnleggende problemer av matdistribusjon og forbruksvarer
- Der utenlandsk innflytelse, turisme og Vest-valuta er mer omfattende
- Der kontrollorganer er mindre effektive

Sampson (1987, s.131) sier at Polen på 1980-tallet karakteriseres av en stor privatsektor, store deler av befolkningen som bor på bygda, problemer med distribusjon av mat og forbruksvarer, stor innflytelse fra utlandet og lav effektivitet av kontrollorganer. Forfatteren mener altså at landet har flere trekk som taler for forekomst av et stort svart marked.

Her vil jeg si meg uenig i Sampson sin påstand om at 1980-tallet i Polen karakteriseres av en stor privatsektor. Under det kommunistiske styret før 1989 var det planøkonomi som sto sentralt. Det var altså staten som hadde kontroll over økonomien og eide det meste av produksjonsbedrifter. Som et resultat av de sosioøkonomiske endringene i 1989 har den polske økonomien blitt en markedsøkonomi, som karakteriseres av et fritt marked med flere private aktører (Wysocki, 2003). Wysocki (2003, s.140) skriver også om at markedsprivatisering den polske økonomien har gjennomgått etter 1989 førte til at smugling vokste sterkere i landet.

7.2.2 Kulturelle verdier

Kulturelle verdier er også vesentlige for utvikling av svart økonomi. Når det gjelder Sovjetunionen og de østeuropeiske land skriver Sampson (1987) om hva de kulturelle verdiene og den svarte økonomien fører til. Forfatteren nevner at det er særlig Polen og Romania som er kjent for manglende tro på staten. Dette stemmer overens med mine intervjuer, der jeg stilte spørsmålet om holdninger og tillit til staten, politikere og så videre. De fleste av mine informanter var negative til staten og viste ingen tillit til dem som styrer landet eller jobber for staten, slik som for eksempel politiet. I land hvor tilliten til staten er så lav, er andre kulturelle institusjoner viktige. Familie, vennskap, eller fester er grunnleggende for å danne sosiale nettverk, basert på langsiktig tillit (Sampson, 1987, s.133). Videre skriver

Sampson at store nettverk, forpliktelse og tillit er vesentlige faktorer i utviklingen av en hvilken som helst uformell økonomi.

7.2.3 Historiske forhold

Historiske forhold var også med på å forme en uformell økonomi i de østeuropeiske landene. Etter min mening var det nettopp historiske hendelser som hadde størst påvirkning på polakkers forhold til alkohol og synet på den illegale økonomien og statlige organer. Polen er mest sannsynlig det landet i Øst-Europa, der den uformelle økonomien først har funnet sin vei til å eksistere sammen med den formelle økonomien, skriver Korbinowski (sitert i Sampson, 1987, s.133). Det var historiske hendelser, som den tyske okkupasjonen og det kommunistiske styret, som har bidratt til utforming av et parallelt marked i Polen. Sampson skriver at de uformelle nettverkene har utviklet seg og blitt veldig viktige under den tyske okkupasjonen. Men utforming av sosiale nettverk var ikke det eneste resultatet av okkupasjonen av Polen under andre verdenskrig. Walery Goetel (1972, s.61) hevder at tyske har bidratt til økning i polakkers alkoholforbruk og alkoholisme blant det polske folket. Goetel som i 1939 jobbet som professor på et universitet i Kraków, fikk personlige erfaringer om hvordan de tyske okkupantene påvirket det polske samfunnet. Høsten 1939 ble professorer fra universitetet i Kraków deportert og fengslet i en leir. Professor Walery Goetel klarte å unngå dette, da han gjemte seg i en landsby i nærheten av Kraków. Der innså han hvordan de tyske soldatene påvirket folket og deres alkoholbruk. Den lille landsbyen han gjemte seg i fikk hver uke leveranse av en full vogn med flasker med alkohol markert med en rød lapp. Det var vodka av dårlig kvalitet, som ble brukt av de tyske okkupantene til å betale for alt de skulle trenge av mat og andre ting fra landsbyen. Vodkaen har funnet sin vei til husstander der alkohol ikke ble drukket før, skriver Goetel. Dette har foregått i mange år under okkupasjonen og berørte alle områdene i landet. Professoren mener at tyskernes betaling med «vodka-valuta» som foregikk i mange år, førte til mye større alkoholforbruk i landet og alkoholisme. Dette burde tas i betraktning under studier som går ut på alkoholspørsmål og alkoholbruk i Polen (Goetel, 1972, s.61-62).

Rosner (1972, s.88) ser på offisielle statistikker til GUS (Statistisk sentralbyrå i Polen) over alkoholbruk i det polske samfunnet. Tallene viser at årene med økonomisk krise: 1930-1935 karakteriseres med det laveste alkoholforbruket, som lå på 0,7 liter alkohol per innbygger. Rosner sammenligner deretter periodene 1923-1937 og 1951-1965 for å vise forskjellen i alkoholbruket før og etter andre verdenskrig. I den første perioden, altså før andre verdenskrig, utgjorde konsumpsjon av vodka og sprit 0,9 liter per innbygger. Etterkrigstiden

førte med seg en betydelig økning til 2,4 liter, altså to og en halv ganger mer sammenlignet med perioden før krigen. I tillegg kom det en stor økning på vin- og øl konsumpsjon, alkoholdrikker som ikke hadde stor betydning som en alkoholdrikk før krigen. Rosner (1972, s.89) oppgir at vin og ølkonsumet i perioden 1951-1965 var en økning på 8 ganger sammenlignet med perioden 1923-1937. Tallene viser en kraftig økning på alkoholbruk i Polen etter andre verdenskrig. Det kan være flere grunner til dette, slik som alkoholpolitikk eller industrialisering. Disse spilte nok en viss rolle i hvordan alkoholforbruket utviklet seg med årene, men her vil jeg peke ut de historiske årsakene jeg beskrev i forrige avsnitt. Grad (1972, s.213) er også enig i at alkoholbruket i Polen økte kraftig etter andre verdenskrig. Forfatteren forteller om at en gjennomsnittlig innbygger hadde 5,5 ganger høyere inntak av vodka og brennevin etter krigen sammenlignet med perioden før krigen. Erfaringene til Goetel, som opplevde den tyske okkupasjonen og så hvordan de tyske okkupantene brukte alkohol som en betalingsmåte i Polen, viser at historiske hendelser kunne i stor grad kunne påvirke alkoholkonsumet. Ved å følge denne tankegangen kan vi si at på samme måte kunne de historiske begivenhetene (her: okkupantenes «alkoholvaluta») være med på å danne et nytt drikkemønster i det polske samfunnet. Zieliński (1972, s.242) er også enig i at alkoholkonsumet økte betydelig etter andre verdenskrig. Forfatteren skriver at økningen er merkbar i hele verden, men ingen land har hatt en så kraftig økning som Polen.

Mistillit til statsorganer og forming av sosiale nettverk fortsatte da Sovjetunionen okkuperte landet frem til 1989. Å vinne tilliten tilbake er ikke lett etter så mange år med okkupasjon og usikkerhet over hvem man kan stole på og hvem som er fienden. Dette er fortsatt synlig i dag, der mange ikke stoler på myndighetspersoner, som ofte blir kalt for kommunister. Alle de historiske hendelsene som fant sted på 1900-tallet i Polen har vært med på å lage grunnlag for den illegale økonomien i landet, og formet polakkers mentalitet der mistillit til ukjente og statens representanter står sentralt.

Sampson (1987, s.135) foreslo en løsning for å redusere den illegale økonomien. Hans forslag var å legalisere visse former for illegal entreprenørskap, og gi den private sektoren prioritet lik som i den sosialistiske sektoren i bevilgningene, støtte og kompetanse. De store forandringene i Polen og andre land i Østblokken kom to år etter teksten til Sampson, altså i 1989.

Privatisering og innføring av et fritt marked var noen av de mest vesentlige forandringene i den polske økonomien. Var Sampson riktig med sitt forslag om at en større privat sektor kan minske størrelsen på den illegale økonomien? Wysocki (2003, s.9) skriver at de sosiale, økonomiske og politiske endringene som forekom etter 1989 i sentral- og østeuropeiske land,

hadde en viktig innflytelse på veksten av smugling i en usedvanlig grad hittil.

Smuglingsbølge, som Wysocki kaller det, har på 1990-tallet også nådd Polen, og var et veldig negativt fenomen for transformasjonsperioden landet hadde gått gjennom. Forfatteren mener at smuglingsvekst viser folkets feilaktige oppfattelse av demokratiutviklingen og en følelse av en grenseløs frihet. Slike feilaktige oppfatninger kan ha en enorm innflytelse på fenomener som smugling, særlig i grenseområdene, skriver Wysocki (2003, s.9).

7.3 Smugling i Polen før 1989

Wysocki (2003, s.15) skriver at i begynnelsen av 1990-tallet var den polske landegrensen med nabolandene meget rolig. Ansvaret for beskyttelse av landegrensene lå på militærformasjonen WOP (Wojsko Ochrony Pogranicza, oversettele: grensevaktmilitæret). Denne formasjonen, samt verktøy de brukte, restriktive regler og nærmest hermetisk lukkethet, motvirket større smuglingsforsøk meget effektivt. Politikken de kommuniststyrte landene førte ble kalt for «jernteppet», et begrep som refererer til en sterk atskillelse mellom de østlige og vestlige landene. Jernteppet var effektivt for å hemme smugling, men var ikke i stand til å fjerne fenomenet fullstendig, skriver Wysocki (2003). Det at smugling fortsatt fantes under jernteppet viser at fenomenet ikke kan utryddes, og vil forekomme uansett hvor strenge regler man innfører.

Både Wysocki (2003) og Pływaczewski og Kowalewska-Borys (2013) skriver at fenomenet smugling er like gammelt som eksistensen av en stat. Begge forfatterne er også enige i at fenomenets intensitet er avhengig av en sosial-økonomisk situasjon i enkelte land, og hva gitte land gjør for å bekjempe fenomenet, med hovedvekt på kontroll (Wysocki, 2003, s.9) (Pływaczewski og Kowalewska-Borys, 2013, s.118). Grenser og smugling er to begreper sterkt knyttet til hverandre. Det ville ikke være noe smugling uten konsept for grenser. Uten smugling derimot ville begrepet grense ikke være like sammensatt (Wysocki, 2003, s.16). Dr Wysocki kommer deretter til hvordan grenser og smugling påvirker hverandre:

- Fra den tiden det finnes tollgrenser, kan man ikke snakke om fullstendig eliminering av smugling
- Smuglingens intensitet kan øke eller minske, avhengig av økonomi i et land, ressurser brukt til bekjemping av smugling og andre faktorer
- Smugling kan innta forskjellige former
- Likevel vil toll og andre begrensninger ved innførsel av varer aldri stoppe smugling helt

7.4 Smugling etter 1989

Land i Sentral- og Øst-Europa har gjennomgått kraftige forandringer etter kommunismens fall i 1989. Her vil jeg ikke omtale situasjonen til alle de tidligere Sovjetkontrollerte land, men se på Polen sin situasjon, og forandringer landet har gjennomgått som følge av hendelser fra 1989. Dette synes jeg er viktig å se på, da politiske og økonomiske forandringer i landet på den tiden, kunne ha forandret bildet av gråsonen og smuglingen slik de er i dag. Streiker og folkets misnøye med det kommunistiske styret i landet førte i 1989 til at Polen forble et demokratisk land med Lech Wałęsa i ledelsen. De store forandringene som skulle komme ble merket med endring av det polske statens navn: fra en Folkerepublikk som eksisterte fra 1952 til 1989, til III Republikk av Polen, som viser til landets uavhengighet.

Det nye demokratiske styret åpnet for en veldig liberal grensepolitikk, som var mer liberal enn de fleste vesteuropeiske land. Ingen andre land som tilhørte Østblokken åpnet sine grenser i så stor grad som Polen (Wysocki, 2003, s.70). Den polske økonomien før 1989 var preget av mangel på varer og åpning av grensene førte til at hull i varemangel begynte å fylles ut (Smejda, 1996, s.22). Mange importører så sin sjanse i den nye situasjonen Polen befant seg i. Markedet med varemangel, den liberale grensepoltikken og en mild straffelov var en sjanse til å tjene store penger, blant annet ved å smugle varer inn til landet uten å betale en allerede lav skatt (Wyscoki, 2003, s.70). Disse faktorene var med på å lage en stor gråsonen i Polen.

Det er viktig å bemerke seg at arbeidsledigheten økte etter kommunismens fall. Forandringer og en ny markedsøkonomi med frikonkurranse førte til likvidering av mange fabrikker, blant annet statens eide gård som på 1980-tallet ansatte rundt 500 000 arbeidere. Professor Andrzej Kowalski, leder for institutt av landbruksøkonomi, mener at nedleggelse av de statseide gårdene fortsatt har konsekvenser i dag. Områder der det var flest gårder, karakteriseres fortsatt med høy arbeidsledighet. Professoren mener at nedleggelse av gårder der flere hundre tusen mennesker hadde jobb, førte til et fenomen som han betegner som arving av sosiale roller. Ifølge ham har den sosiale rollen arbeidsledige fikk på 1990-tallet og de passive holdningene de inntok til å finne ny jobb, gått videre til neste generasjoner. Kartet over arbeidsledigheten i Polen i dag, kan sammenlignes med områder der statseide gårder ansatte flest mennesker før nedleggelsen av bedriften (Interia, 2011).

Privatisering og nedleggelse av de statlige arbeidsplassene førte til en stor arbeidsledighet. Få jobbmuligheter og mange arbeidsledige i grenseområdene, førte til at det å foreta seg smugling ble for noen den eneste muligheten å overleve på (Wysocki, 2003, s.70). Smejda

(1996, s.27) skriver at gråsonen vokste kraftig i Polen på 1990-tallet. Forfatteren noterer at arbeidsledige sto for 75 % av inntektene i den grå sonen i 1994.

Johansen (2011, s.220) legger også merke til at den grensekryssende kriminaliteten i de baltiske landene har blitt mer avansert siden starten av 1990-tallet. Dette sammenfaller med slutten på det kommunistiske styret i land som tidligere tilhørte den såkalte Østblokken, noe som resulterte i enklere flytt av mennesker og varer mellom Øst- og Vest-Europa.

7.5 Årsaker til ulovlig handel og smugling

Smugling og ulovlig handel er knyttet til hverandre. Smugling av varer resulterer i ulovlig handel, da varene innføres på ulovlig vis. Ulovlig handel derimot betyr ikke alltid at varene er smuglet inn til landet. Varer på det illegale markedet kan lages i landet, slik som for eksempel hjemmebrent.

Hva er årsaker til smugling? Spørsmålet kan virke enkelt å svare på. De fleste vil si at smugling forekommer på grunn av etterspørsel, og etterspørsel forårsaker tilbud. Dette stemmer nok, men smugling er mye mer sammensatt enn dette. Wysocki (2003, s.22) legger frem fire forhold han mener har betydning for fremkomsten av smugling:

- Historiske forhold
- Politiske forhold
- Sosiale forhold
- Økonomiske forhold

Pływaczewski og Kowalewska-Borys (2013, s.21) viser til følgende årsaker av ulovlig handel:

1. Biologiske og psykologiske årsaker: kan for eksempel knyttes til alkoholavhengighet
2. Sosiale og økonomiske årsaker:
 - Nasjonale eller regionale tradisjoner
 - Alder og kjønn av kunder
 - Mote
 - Sosiale miljøer og inntektsgrupper
3. Organisasjonelle og institusjonelle årsaker

Globalisering av verdensøkonomi følger med globalisering av organisert kriminalitet.

Forfattere skriver at det nå i større grad enn før er internasjonale grupper som arrangerer smugling. Gruppene er bedre utstyrt, samt er vanskelige å oppdage, da de ofte samarbeider

tett med produsentene, distributører og selgere. Dette synet kan ses i forhold til polakkers smugling av alkohol til Norge. Polakkene har kommet inn på det norske illegale alkoholmarkedet for ikke så mange år siden, og driver på tvers av grenser. Men smugling av alkohol til Norge fra utlandet, eller smugling til andre land er ikke et nytt fenomen i seg selv. Jeg vil derfor påstå at globalisering er ikke et nytt fenomen med tanke på alkoholsmugling, men kun et nytt begrep om noe som har vært her fra før. Nordmenns smugling til USA under forbudstiden, tyskernes og nordmenns smugling fra Tyskland til Norge, eller den russiske smuglingen til Norge, er kun eksempler på at det forfattere kaller for globalisering nå, har vært her i mange år.

4. Årsaker angående lovverket

Under lovverket som årsaker til at det oppstår smugling, skriver Pływaczewski og Kowalewska-Borys (2013, s.24) om de varierte avgifter som legges på gitte varer. Den grunnleggende finansielle årsaken til at det forekommer smugling av blant annet alkohol over grenser er faktum, at toll og andre innførselsavgifter som ilegges disse varene utgjør hoveddelen i den endelige utsalgsprisen. Den potensielle fortjenesten fra å omgå avgifter er veldig stor i noen land og fører til mer eller mindre smugling, avhengig av prisforskjellene mellom land. På denne måten er fortjenesten størst, der prisene er høyest. Norge har en av de høyeste avgiftene på alkohol, noe som også gjør alkoholprisen høy. Mine informanter pekte nettopp på alkoholprisen i Norge som en av hovedgrunnene for polakkers smugling.

Pływaczewski og Kowalewska-Borys (2013, s.25) sier at det nettopp er avgifter og store forskjeller mellom Polen og dens østlige naboland som er hovedgrunnen til at det forekommer smugling og det illegale markedet i Polen.

7.6 Årsaker til smugling fra Polen til Norge

Prisforskjellen er likeledes vesentlig for at det forekommer smugling fra Polen til Norge. Det er tross alt ikke den eneste, og etter min mening viktigste, grunnen til at det sannsynligvis smugles mest nettopp fra Polen. Andre land i Øst-Europa har nemlig enda billigere alkohol.

Historien spiller her en viktig rolle for hvordan smuglingen utviklet seg. Tidligere har jeg omtalt hvordan situasjonen i Polen forandret seg grunnet historiske hendelser (andre verdenskrig, kommunistisk styre, slutten på kommunisme) og hvordan disse kunne påvirke dagens økonomiske situasjon i Polen, samt smuglingens omfang. Berlinmurens fall åpnet for enklere flytt av varer og mennesker til og fra Polen. I 2003 ble Polen medlem av Den

europiske union, noe som førte til enda større migrasjon til Vest Europa. Storbritannia og Skandinavia har blitt populære områder å bosette seg i for polakker. Slik har polakker blitt den største minoriteten i Norge i løpet av 2000-tallet. Det store polske samfunnet er en viktig faktor å se på når man studerer årsaker til smugling fra Polen til Norge.

7.7 Bekjemping av smugling

Smugling forekommer i alle land og er et like gammelt fenomen som eksistensen av en stat (Wysocki, 2003, s.9). Historien viser at smugling ikke er mulig å bekjempe fullstendig, og eksempler på dette er forbudstiden i Norge eller USA. Det dukker også opp påstander om at «stenging av grenser» og strenge kontroller vil gi slutt på smugling. Wysocki (2003, s.105) mener at det er et feilaktig syn på bekjemping av smugling. Historien viser at nye grenseoverganger med sterkere bemanning eller for eksempel høyere skatt på visse varer ikke gir ønsket resultat om lavere smugling. Smuglere har alltid funnet en ny måte å smugle varer på, dersom situasjonen har forandret seg. Wysocki (2003, s.105) mener at det viktigste er å lokalisere de grunnleggende årsakene som fører til smugling. Disse har jeg diskutert i det forrige kapittelet, og noen av de vanligste årsakene er økonomiske og sosiale forhold. Smugling kan for noen ses på som den eneste måten til å ivareta sin familie, og på denne måten gi økonomisk støtte. For andre derimot, kan smugling gi muligheter til å tjene store penger.

Wysocki (2003, s.109) skriver at jo høyere avgifter staten ilegger, jo større er det illegale markedet og jo mer taper statsbudsjettet. Dette er ikke vanskelig å si seg enig i. Som et eksempel gir forfatteren USA og Litauen og hvordan de håndterte smugling i sine land. Da USA opplevde storsmugling av alkohol fra Canada, bestemte staten seg for å redusere særavgift på alkohol med 60 %. I Litauen derimot, reduserte staten særavgiften med 50 % i året 2000 for å minske den illegale sprithandelen fra Russland. Dette førte til at smugling fra nabolandet nærmest har tatt slutt, skriver Wysocki (2003, s.110). En annen sak er om lavere avgifter på alkohol ikke fører til høyere alkoholforbruk blant befolkningen, noe som gjør at staten må bruke mer penger på helsemessige forhold tilknyttet alkoholskader. Dette nevnes her men er et helt annet diskurs, som jeg ikke vil ta opp grundigere. Jeg vil konsentrere meg om forhold som kan minske smugling og ikke hva alkoholens misbruk fører til. Wysocki (2003, s.110) nevner flere måter å minske smuglingen på: en økonomisk utvikling, reduksjon av arbeidsledighet eller opprettelse av rettferdige arbeidsforhold for befolkningen.

Det er ikke kun landet det smugles til som trenger forandringer, men hovedsakelig landet det smugles fra. Når vi ser på Norge, kan man ikke skyldes på en dårlig økonomi, stor arbeidsledighet eller dårlige arbeidsforhold som årsaker til smuglingen. Her mener jeg det er situasjonen i Polen som spiller en vesentlig rolle. Det er nemlig polakker som ser ut til å være de fremste smuglere nå, og det er polakker sammen med nordmenn som ser ut til å være den største kundegruppen i Norge. Det er en dårlig økonomisk situasjon og stor arbeidsledighet i Polen som gjør at mange velger å flytte til utlandet. Slik har polakker de siste årene blitt den største minoriteten i Norge.

Wysocki (2003) foreslår i sin bok om smugling anvendt på Polens økonomiske sikkerhet, to posisjoner et land kan innta for å hemme eller eliminere smugling. Disse er finansielle og sosial-økonomiske handlinger. Jeg vil se på forfatterens forslag og peke ut de viktigste jeg mener kan anvendes i Norge.

7.7.1 Finansielle handlinger

Den første posisjonen Wysocki (2003, s.110-111) tar for seg gjelder finansielle tiltak som kunne bestå av blant annet følgende:

- En betydelig reduksjon av særavgift
- Reduksjon av tollavgifter
- Reduksjon av merverdiavgift på alkohol
- Tilpasning av priser til land der det smugles mest alkohol fra

Inntekter fra tollavgifter, merverdiavgifter, særavgifter og lignende vil synke, men statens kasse vil øke inntekter på det legale salget. Slik kan smugling bli ulønnsom, skriver Wysocki (2003, s.111). Forfatteren foreslår disse handlingene med utgangspunkt i Polens situasjon til sine naboland, der det kommer mest smuglervarer fra. Derfor må vi ikke anvende modellen direkte på Norge og smuglingen som forekommer her i landet. Teoretisk sett er det mulig med en reduksjon av de forskjellige avgiftene på alkohol, noe som vil gjøre den endelige prisen lavere. Prisene generelt kan ikke tilpasses landet det smugles mest fra av åpenbare økonomiske grunner. Jeg tror ikke på at smuglingen fra Polen kan elimineres med de finansielle tiltakene Wysocki foreslår, men en viss reduksjon på den endelige utsalgsprisen, kan etter min mening minske smuglingen betydelig. Hvor stor reduksjon av prisen det trengs for å minske alkoholsmugling til Norge, er vanskelig å estimere, men det kan forsøkes å regnes ut. Kostnader smuglere har for å transportere varer er ganske store, men fortjenesten gjør det lønnsomt. Man kan altså beregne kostnadene nettverkene har ved innkjøp av varer i

hjemlandet, transport til Norge, distribuering her i landet, leie av lagerplass, og folk som med forskjellige posisjoner i nettverket (for eksempel kuréere, selgere, distributører, vektere, og så videre). Prisene på smugleralkohol nettverkene setter opp, skal dekke alle overnevnte påkostningene og gi sjefene en fortjeneste. Prisene settes noe under alkoholpriser på den legale alkoholen, slik at fortjenesten er størst mulig og kjøperen velger deres varer fremfor den legale alkoholen.

Erling Joar Fløttum skriver at statistikk om svart økonomi er lite tilgjengelig. Forfatteren mener at smugling av alkohol og tobakk har størst relevans for land som har høye skatter og avgifter i forhold til nabolandene (Fløttum, 2015, s.100). Når det gjelder Norge er det en viss forskjell på alkoholpriser sammenlignet med nabolandene, men den er ikke så stor som sammenlignet med Polen, der antakelig mest alkohol smugles fra akkurat nå. Fløttum (2015, s.100) oppgir en modell for å beregne hvor mye nasjonalregnskapet påvirkes av smugling. For å beregne fortjenesten smuglere har, kan vi ta «gatepris», deretter trekke fra importpris + produktinnsats, og til slutt multiplisere summen av disse med solgt kvantum. Fløttum sier at tollmyndighetene kan bidra med informasjon om solgte kvanta. Modellen som foreslås her vil altså se slik ut:

$$\text{Smugleres fortjeneste} = [\text{Gatepris} - (\text{importpris} + \text{produktinnsats})] \times \text{solgt kvantum}$$

Gatepris - prisen alkoholen selges for til kunden.

Importpris – prisen for lovlig kjøp av varen i opprinnelseslandet eller eventuelt produksjonsprisen.

Produktinnsats – transportkostnader, lagring.

Erling Joar Fløttum mener at det er nødvendig å foreta årlige beregninger av smuglingen (Fløttum, 2015, s.100). Dette er jeg enig i da det illegale alkoholmarkedet er veldig fleksibelt og tilpasningsdyktig. Miller (1987, s. 34) skriver i «The Pursuit of Informal Economies» om at man trygt kan si at de uformelle økonomiene er holdbare, utbredte og fleksible. En aktuell og stadig tilpasset modell kan nemlig gi oss mer kunnskap om hvordan smugling og markedet utvikler seg, samt hjelpe å tilpasse ressurser for å redusere denne typen kriminalitet.

Nå virker det som om smuglernetverkene har en stor margin fra deres totale kostnader til prisen på den legale alkoholen. Ved å redusere prisen på den legale alkoholen reduseres smugleres margin for fortjenesten, slik at flere aktører kan skyves vekk fra markedet. Et problem ved en prisreduksjon for å minske smugling, kan være at nettverkene vil redusere kostnadene de påtar seg, og videre redusere prisen på varene sine i forhold til de nye prisene på den legale alkoholen. Dette kan for det første gå på bekostning av sikkerhet: verre teknisk stand på biler, større last tatt på en gang, eller nye måter å komme seg gjennom grensa på, noe som kan gå ut over tollvesenet. For det andre kan kvaliteten på smugleralkohol forverres. Dette kan skje ved at enda større partier antageligvis ville forfalskes da det ville bli billigere enn å kjøpe legalt i hjemlandet. Metanolsaken i Norge i starten av 2000-tallet var et tragisk eksempel på hvordan dårlig smugleralkohol kan gå på bekostning av folket og deres helse.

7.7.2 Sosial-økonomiske handlinger

Den andre gruppen med tiltak som kan minske smugling Wysocki (2003, s.111-112) foreslår gjelder sosial-økonomiske handlinger staten kan foreta seg. Forfatteren gir blant annet følgende forslag:

- Næringsutvikling
- Reduksjon av arbeidsledighet
- Sikring av gode livsvilkår
- Intensivering av grenseoverskridende samarbeid
- Økende handel med utlandet

I Norge er arbeidsledigheten lav og befolkningen generelt har gode arbeids- og levevilkår. Igjen ligger ikke problemet i Norge, men i Polen sin situasjon. Til tross for næringsvekst og bedre levevilkår enn for mange år siden, er arbeidsledigheten i flere polske kommuner stor. Stor arbeidsledighet og migrasjon fører til at statens budsjett vil gå i underskudd. Wysocki (2003, s.138) skriver at så lenge statskassen er fattig og budsjettet går i underskudd, er det ikke mulig å bekjempe smugling. En fattig stat betyr et fattig samfunn, der en vil gjøre hva som helst for å forsørge seg og sin familie. Man kan da bli nødt til å gå den kriminelle veien, slik som å smugle alkohol. Økonomiske problemer Polen har, kan Norge gjøre lite med, men for eksempel større handel med Polen kan være en måte å bidra til mindre arbeidsledighet i Polen. Wysocki nevner også intensivering av grenseoverskridende samarbeid som et av mulige smuglingsreducerende tiltak. Samarbeid mellom Norge og Polen synes jeg kan gi positive resultater med tanke på bekjemping av smugling. Det er viktig å ha samtaler om

problemet som angår begge partene, slik at man kan gi hverandre forslag og jobbe sammen for å løse problemet på en best mulig måte.

7.7.3 Sosial aksept / samfunns samtykke

Pływaczewski og Kowalewska-Borys (2013, s.221) mener at kampen mot smugling blir mer effektiv når smugling ikke vil være akseptert i samfunnet. Smuglingen er ofte ansett som ikke skadelig, da pengene staten taper på den, er noe folk forbinder med statskassen og ikke med penger fra ens egen lomme. Folk ser heller ikke kjøp av smugleralkohol i et negativt lys, da de i deres syn kjøper den samme vare som de får i butikken, bare til en lavere pris. På denne måten forstår de at de deltar i en kriminell handling, men anser ikke seg selv som kriminelle. Dette er fordi de kjøper noe som er tilgjengelig ellers i offentlig salg. For å bevisstgjøre samfunnet om smugling og dens negative virkninger, prøver det polske tollvesenet å synliggjøre de negative effektene av denne typen kriminalitet. Dette gjør de ved for eksempel å publisere større beslag i media (Pływaczewski og Kowalewska-Borys, 2013, s.221). Det virker som om det norske tollvesenet prøver å bevisstgjøre samfunnet på en lignende måte. Ofte kommer det nyheter om store beslag av alkohol, men det er uvisst i hvor stor grad hyppighet av disse artiklene er regulert av media eller tollvesenet. Det er viktig å bemerke seg at artikler og publikasjoner som kommer ut, har en mottakergruppe som ikke nødvendigvis er smuglernes kunder. Det er ofte polakker som kjøper smuglet alkohol og flere av dem kan ikke norsk, leser ikke norske aviser og deltar heller ikke i det kulturelle livet i Norge. Medias og tollvesenets budskap vil ikke nå dem. Et dilemma i å publisere nyheter om polske smuglere altfor ofte, kan være stigmatisering av det polske samfunnet i Norge.

En grundigere analyse av media og deres fremstilling av smugling, vil jeg diskutere senere. Nå vil jeg presentere hypotesene jeg har kommet frem til under arbeidet med denne avhandlingen. Kapitlene som har blitt skrevet til nå kan ses på som et faglig grunnlag for det neste kapittelet. Det faglige innholdet som har blitt diskutert tidligere, samt intervjuer, tolkes og brukes til å trekke frem hypoteser angående det polsk-norske alkoholmarkedet.

8. Intervjuer og empiriske funn

Her vil jeg presentere noen av mine viktigste empiriske funn i form av underkapitler og skrive om hvert av disse funnene. Jeg vil bruke litteratur til å diskutere aktuelle temaer og utarbeide egne hypoteser. Hypotesene jeg har kommet frem til under arbeidet med oppgaven oppgir jeg i form av overskrift til hvert av underkapitlene. Deretter blir disse diskutert ved bruk av litteratur og de foretatte intervjuene i henhold til denne oppgaven. Intervjuene ble foretatt med polakker som bor i Norge, og i en mindre eller større grad kjenner til det illegale alkoholmarkedet og de polske aktørers påvirkning av markedet. Jeg vil sitere noen utsagn for å vise nøyaktig måten disse ble sagt på. På denne måten vil jeg unngå at min tolkning viser informantens intensjoner med sine uttalelser i et annet lys. Derfor vil det heller presenteres sitater, min tolkning av sitatene og samtalene, samt relevant litteratur på det diskuterte temaet.

I løpet av intervjuene har jeg funnet ut at polske smuglere er mer organiserte enn det man får inntrykk av med det første. Dette ser man på måter de smugler varer på, distribusjonen og hvor store sosiale nettverk de har. Jeg har også lurt på hvordan forbindelser smuglere har til polakker som bor i Norge. Derfor inkluderte jeg et spørsmål i mine intervjuer om folk synes polakker som bor i Norge samarbeider med smuglere, kun er en viktig kundegruppe for dem, eller om de ikke har noe til felles i det hele tatt. De fleste svarte ganske klart, at polakkene som bor og jobber her i landet enten kun er kunder eller ikke har noen koblinger med smuglernetverkene. Slik jeg ser det, er polakkene indirekte en del av det sosiale nettverket. Her kan man nevne sosial nettverksteori jeg skrev om tidligere i denne teksten. Det kan virke som om polakkene ikke samarbeider med smuglere, men ved å oppgi deres telefonnumre til andre, blir de en del av smugleres sosiale nettverk.

Sett i et historisk lys kan min problemstilling og spørsmål jeg stiller i innledningen også fremheve begivenheter fra 1989, som forandret daværende Europa. Som sagt tidligere i oppgaven, kunne fallet av Berlinmuren i 1989 være en viktig begivenhet for den polske økonomien, samt en ny æra for den polske smuglingen. Derfor gjelder en av mine hypoteser nettopp dette temaet og omtaler denne signifikante, ifølge meg, perioden for den polske smuglingen.

8.1 Hypotese 1: «Alkohol til alle»

«Alle» ble tilbydd eller kjenner noen som kan skaffe ulovlig polsk alkohol i Norge.

Det kom frem under intervjuer, at alle mine informanter har tilgang til den polske alkoholen i Norge. Noen har svart at de har fått tilbud om å kjøpe alkohol direkte fra selgerne. Andre har

derimot ikke fått et direkte tilbud, men kjenner til personer som kan skaffe dem polsk smuglersprit. McIllwain (1999) ser på den organiserte kriminaliteten gjennom en sosial nettverkstilnærming. Professoren kommer frem til at relasjoner og et sosialt nettverk er vesentlig for de organiserte kriminelle. Disse faktorene kobler sammen det forfatteren kaller for «upperworld» (den legale verden) med «underworld» (de kriminelle handlingene). McIllwain sier altså at organisert kriminalitet kan ses på som et sosialt system, der alle funksjonene av et slikt system implementeres.

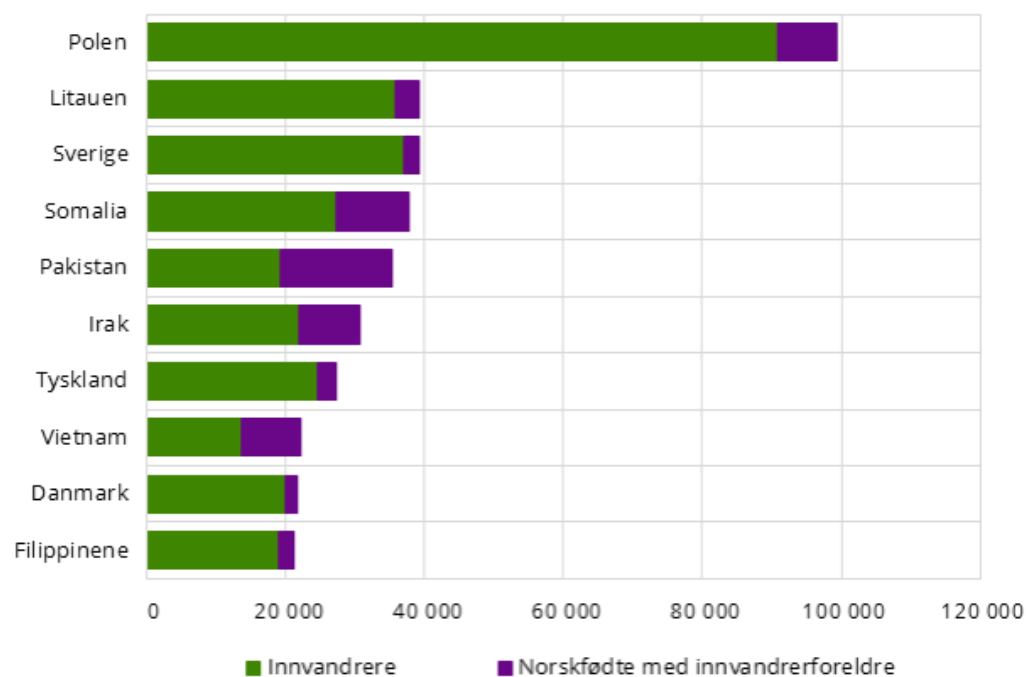
Det er også spennende å se på hvordan smuglere bruker ny teknologi til å skaffe seg nye kunder på. Dette skjer altså utenom deres sosiale nettverk, men er rettet mot nye og ukjente potensielle kunder på internett. Det finnes hundrevis av innlegg på internett. Facebook, varierte nettsider eller fora for polakker i Norge er vanlige steder for å «reklamere» for sine tjenester. Alkoholselgere tilbyr sine varer ved å skrive en kort annonse med et telefonnummer eller e-post adresse. De norske telefonnumre er skjulte i telefonkatalogen og ikke sporbare til personer. De fleste oppgir derimot polske telefonnumre, som ikke kan spores tilbake til nummerets eier. Telefonnumre i Polen kan nemlig brukes anonymt, uten å registrere seg med navn og personnummer, slik det er i Norge. I tillegg finnes det ingen offentlig telefonkatalog for mobilnumre til private personer, så telefonnumre kan ikke søkes opp. Derfor virker det tryggere å oppgi et polsk telefonnummer på internett, der alle har innsyn til det. Likevel er det flere som tilbyr smuglet alkohol eller sigaretter under sine ekte navn (det virker i hvert fall slik) og et norsk telefonnummer. Disse føler seg kanskje tryggere på internett og ikke er klare over at informasjon de oppgir er offentlig tilgjengelig. Bruk av ny teknologi i form av internett, viser at smuglere «matcher» ny teknologi og tilpasser seg kundegrupper og markedet. I dag er nemlig internett ett av de viktigste «møtesteder» i et moderne samfunn, der alle har sitt virtuelle jeg. Internett med sitt enorme antall brukere har blitt et viktig nettverk, som supplerer smugleres sosiale nettverk. Bruk av den nye teknologien innen det illegale alkoholmarkedet er ikke veldig stor ennå, men vokser stadig. Samtidig viser det at de illegale aktørene på alkoholmarkedet har en stor tilpasningsevne og møter kundenes behov.

I tillegg har jeg opplevd at folk spør om noen har kjennskap til personer som har mulighet å skaffe polsk alkohol. Alt skjer åpent på nettet, der hvem som helst kan lese innleggene og få telefonnumre. Det at de «reklamerer» seg så åpenlyst, synes jeg er spesielt. Det virker som de føler seg veldig anonyme og trygge på internett. Det mest vanlige er å oppgi at man har én flaske sprit eller én pakke røyk til overs. Dette kan være en måte å beskytte seg på. Dersom en

blir tatt, vil han kunne unngå strengere straff og eventuelt beskytte resten av nettverket dersom det finnes.

Tittelen på underkapittelet kan virke misvisende, men ordet «alle» i setningene: «Alkohol til alle» og «Alle ble tilbudt eller kjenner noen som kan skaffe ulovlig polsk alkohol i Norge» ble brukt med vilje. Jeg ville vise med dette hvor stort omfang polske aktører har på det ulovlige alkoholmarkedet i Norge. De polske alkoholtilbyderne er ikke vanskelig å spore, og dette bekrefter alle informantene mine. Enkeltheten i å komme i kontakt med en alkoholselger kan forårsakes av de store sosiale nettverkene disse personene utvikler. Polakker er, ifølge SSB, den største gruppen med innvandrerbakgrunn i Norge (SSB, 2015a; SSB, 2015b).

Figur 2. Innvandrere og norskfødte med innvandrerforeldre, etter landbakgrunn. De ti største gruppene per 01.01.2015. Absolutte tall



Kilde: Statistisk sentralbyrå.

Statistikken er utarbeidet av SSB (2015b) og viser at per 1. januar 2015 var polakker den største innvandrergruppen bosatt i Norge. Statistikken omfavner ikke personer som oppholder seg i Norge på ulovlig vis. Mørke tall kan være betydelige i dette tilfellet, og er av særlig interesse for diskusjonen vedrørende polakker på det ulovlige alkoholmarkedet i Norge. For å illustrere dette vil jeg vise til intervjuer jeg har hatt angående dette prosjektet. Tre av intervjuene ble foretatt med polske statsborgere som jobber i byggebransjen i Norge uten arbeids- eller oppholdstillatelse her i landet. Alle vedkommende har kjøpt eller kjøper regelmessig smuglet alkohol fra polakker. De som har oppholdstillatelse og lovlig jobb i

Norge, kjøper ikke smuglet alkohol i det hele tatt eller gjør det veldig sjeldent. Jobb- og oppholdssituasjon viser seg å være relevante faktorer for om en velger å kjøpe ulovlig importert alkohol. Ut fra intervjuene ser man også at tendensen til å kjøpe alkohol fra smuglere minsker, desto lenger tid man har bodd i Norge.

Antallet polakker i Norge har økt betydelig de siste årene, som følge av en stor migrasjon. Jo flere polakker i Norge, jo større sjanse er det for alkoholselgere å utvide sitt nettverk blant det polske samfunnet. McIllwain (1999, s.316) skriver at sosiale nettverk blant annet kan utvides som følge av migrasjon. Det polske samfunnet er et eksempel på en slik utvikling. Til tross for en generelt stor integrasjon i det norske samfunnet, viser mange skepsis og liten vilje til å integrere seg. Dette gjelder hovedsakelig ulovlige arbeidere og de som er bosatt i landet uten tillatelse. Smuglere og alkoholselgere tilhører denne gruppen, og viser muligens enda større skepsis til det norske samfunnet. Grunnen til dette kan være frykt for å bli tatt for det de driver med. De stoler heller på folk som de kjenner kulturen og språket til. Slik holder de seg innenfor det polske samfunnet, som gir dem en form for beskyttelse fra det norske, ukjente samfunnet som kan inneholde tystere.

Til tross for lite kontakt med og tilstedeværelse i det norske samfunnet er ofte nordmenn deres kunder. Hvordan kommer de i kontakt med dem i så fall? Det er nettopp det polske samfunnet som er mellomledd mellom smugleres «underworld» og nordmenns «upperworld». Smugleres skepsis til «upperworld» har jeg opplevd selv da jeg prøvde å finne mulige intervjuobjekter. Til tross for et stort nettverk blant polakker i Norge, som forsikret de mulige kontaktene i alkoholmiljøene om at jeg var til å stole på, var ingen villige til å snakke åpent om sine handlinger. Min polske bakgrunn og gode referanser var ikke nok for dem, som muligens så på meg som en fra det andre, ukjente samfunnet, eller «upperworld». De polske nettverkene virker altså veldig lukket fra den ene siden, men ganske åpent fra den andre siden.

Lukketheten innebærer det å holde avstand fra ukjente personer som ikke er potensielle kunder. Åpenheten innebærer derimot en ganske åpen tilnærming til å skaffe seg kunder, for eksempel ved bruk av snøballmetode («annonsere seg» gjennom bekjente, som sprer kontakten videre) eller internett. Dette utgjør en risiko, men på denne måten skaper alkoholselgere et stort nettverk med mulige kunder. Det store antallet polakker i Norge med mange kontakter og metodene alkoholselgere bruker for å spre sine tjenester, forsvaret min påstand om at nærmest alle har en indirekte mulighet til å kjøpe polsk smugleralkohol relativt lett.

8.2 Hypotese 2: Forfalsket eller original?

Smuglet sprit er ikke alltid original, tross original forpakning.

Den polske alkoholen som selges i Norge ser ut som den som kan kjøpes i butikker i Polen. Tross original forpakning, melder flere av mine informanter at de har opplevd at alkoholen har blitt forfalsket. Det kjente de på kvaliteten. Svar på spørsmålene om hvordan kvaliteten på den smuglede spriten er, viser ganske stor overenstemmelse med informanters opplevelser på dette feltet.

- «Kjempe dårlig kvalitet. Man kan bli blind. 80-90 % av smugleralkohol som vodka eller whisky er forfalsket. Det er 10 ganger verre enn det billigste man kan få på Vinmonopolet.»
- «Alkoholen er forfalsket og kommer ofte fra sprit smuglet fra Russland eller Hviterussland.»
- «Akkurat det jeg prøvde er samme kvalitet jeg kjenner fra butikkalkohol. Likevel hørte jeg om at kvaliteten på alkoholen smuglerne tilbyr er dårlig. Det lønner seg å kjøpe fra noen man kjenner veldig godt for å være sikker på kvaliteten.»
- «Noe er hjemmebrent og selges som originalt. Øl er ikke forfalsket, kanskje ikke røyk heller... Jeg får informasjon om hva som er trygt å kjøpe og hva som ikke er bra.»
- «Dårlig kvalitet. Det er hjemmebrent pakket inn i originale flasker. Den generelt dårlige kvaliteten er grunnen til at stadig flere polakker heller handler på Vinmonopolet, som tilbyr varer med bra kvalitet og ikke så mye dyrere enn smuglere.»

Dette gjelder kun sterkere alkoholtyper, slik som vodka, whisky, eller cognac. Mine informanter har ikke opplevd at øl har blitt forfalsket. Øl er såpass billig i Polen, at det sannsynligvis ikke lønner seg å forfalske. Til tross for at mange forsto at kvaliteten ikke alltid var bra nok, sa flere at de fortsatte å kjøpe alkoholen fra smuglere. Dette er grunnet bedre tilgjengelighet og lavere pris. Alkoholen kunne enkelt bestilles på telefon og bli levert på døra uten ekstra betaling for kjøringen. Dette passet bra for dem som jobbet svart i byggebransjen, da de startet arbeidsdagene sine tidlig på morgnen og sluttet sent på kvelden, da Vinmonopolet er stengt. I tillegg er språkbarrieren en viktig faktor og polakkene kan oppleve det vanskelig å gå i en vanlig butikk og kjøpe alkohol der. Det siste sitatet viser derimot at noen velger å gå over til kjøp av alkohol fra Vinmonopolet fremfor kjøp fra smuglere.

Per Ole Johansen og Robert Stubberud (2010) peker på at organisert kriminalitet som ikke har koblinger med de legitime firmaene, er avhengige av faktorer som trender i markedet, entreprenørskap, kundetilfredsstillelse eller hvor ivrig politiet er på å oppdage deres kriminelle aktiviteter. Noen faktorer har altså de organisert kriminelle liten eller ingen innflytelse på. Når det gjelder import, distribusjon og salg av illegal alkohol nevner Johansen og Stubberud flere likheter av den typen kriminelle handlinger med legale bedrifter, blant annet: logistikk, lagerplass, kvalitet, konkurransedyktige priser og gode relasjoner til investorer, partnere, leverandører, selgere, kunder (Johansen og Stubberud, 2010, s. 85). Disse faktorene er ikke bare fellestrekk med legale bedrifter, men også noe som må pleies for å holde seg på markedet.

De polske kriminelle nettverk som driver med alkoholsmugling ser ut til å svikte på et område, nemlig kvalitet. Intervjuene viser at kvaliteten på smuglet sprit er dårlig, noe som taler mot Johansens påstand om viktigheten med produkters kvalitet for smuglere. Johansen og Stubberud (2010, s.85) skriver at en kunde ikke vil saksøke en smugler eller selger, men han eller hun kan likevel rapportere dem til politiet, hvis de er misfornøyde. Dette vet smuglere og salgsmenn, som prøver å tilfredsstille kundens behov. Professoren kunne basere sine observasjoner på det norske markedet for noen år siden, der norske aktører og kunder var flertallet. Metanolkrisen viste hvor mye kvaliteten har å si, da markedet kollapset etter et tilfelle med import av dårlig alkohol. Her må vi legge merke til at alkoholen ikke kun var av dårlig kvalitet, men også direkte livsfarlig. De polske smuglerne som har kommet inn på det norske alkoholmarkedet så sterkt de siste årene, befinner seg i en annen situasjon og deres handlinger er annerledes enn de norske alkohonselgerne. Det ser ut til at polakker satser stort på tilgjengelighet og pris, men ikke er så opptatte av kvaliteten på varene de leverer. Denne trenden kan fort snu seg, da intervjuene viser at stadig flere slutter å kjøpe den ulovlige alkoholen hos smuglere, og velger heller noe dyrere, men kvalitetssikre produkter fra Vinmonopolet. Kvalitet viser seg altså å være en viktig faktor for det ulovlige alkoholmarkedet, noe mange selgere og smuglere ikke klarer å se. En annen forklaring er at selgere er oppmerksomme på dette og ikke bryr seg om kundens tilfredshet, men heller rasktjente penger. Likevel vet de at mange polakker vil fortsette å kjøpe hos dem grunnet lett tilgjengelighet med hjemlevering og lavere priser. Dette gjelder særlig polske byggarbeidere uten oppholdstillatelse i Norge, som ikke snakker norsk. De føler seg tryggere ved å kjøpe fra sine landsmenn, og tross verre kvalitet velger de det som er mest lettvinnt for dem etter en ofte lang arbeidsdag.

8.3 Hypotese 3: Tilgjengelighet – en trigger for alkoholsmugling

En av hovedgrunnene til at folk kjøper alkohol hos polske smuglere, ser ut til å være dårlig tilgjengelighet på alkohol i Norge.

Alle mine informanter nevnte pris som hovedgrunnen til at folk kjøper alkohol fra smuglere. Dette var ikke overraskende. Det som var noe mer uventet var synet på alkoholtilgjengelighet som en nokså viktig grunn til å kjøpe ulovlig. Alkoholpolitikken i Norge har blitt mindre restriktiv de siste årene. Alle Vinmonopolene har blitt selvbetjente, det har kommet flere utsalgssteder med lengre åpningstider, og i det siste har for eksempel Tax Free ordningen blitt endret. Forandringene er signifikante, men er de tilstrekkelige?

Noen av dem jeg snakket med fortalte at det er flere som velger ulovlig alkohol kun grunnet bedre tilgjengelighet hos smuglere. Prisen var ikke av så stor betydning, da det ikke var store forskjeller mellom smuglernes priser og polpriser. Denne oppfatningen gjelder særlig personer som jobber svart og ofte til sent på kvelden. Disse personene har ikke mulighet til å kjøpe alkohol på Vinmonopolet, da alkoholsalget stenges tidlig. Smuglere jobber derimot 24 timer i døgnet, så tilgjengelighetsproblemet er fraværende her. Tilgjengelighetsaspektet på det norske alkoholmarkedet har blitt nevnt i kapittelet om alkoholpolitikk. Her utdyper jeg dette temaet og ser på hva mine informanter har å si om dette. Absolutt alle intervjuobjektene har svart at den ulovlig innførte polske alkoholen er lett tilgjengelig i Norge. Alle var også enige i at den gode tilgjengeligheten og enkelheten i å få varene levert på døren er vesentlige faktorer for hvorfor så mange velger å kjøpe svart.

«Alkohol er ikke tilgjengelig på kvelden. Det er derimot enkelt å kjøpe hos en smugler. Særlig når en jobber lenge og ikke har mulighet til å kjøpe på en annen måte. I tillegg er det ikke så mange steder der du kan kjøpe sprit ellers».

Smuglere kjenner til den norske alkoholpolitikken der alkoholmonopol står sterkt. Dette utnytter de ved å tilpasse sine tjenester til det folk ønsker og forventer. På denne måten har smuglere oppnådd en sterk posisjon blant de ulovlige, polske arbeidere i Norge som velger den enkleste og billigste måten å kjøpe alkohol på.

8.4 Hypotese 4: Historiens innflytelse på smugling

Fall av Berlinmuren i 1989 kunne være en viktig begivenhet for den polske økonomien, samt utvidelse av den polske smuglingen.

Slutten av kommunismen i Polen førte til store, økonomiske forandringer. «Åpning» av grenser førte til større flytt av varer fra og til Polen. Markedsøkonomi har vokst betydelig på 1980-tallet og dette førte samtidig til vekst av den grå sonen i Polen på noen områder. Smejda (1996) skriver at «grå sone» innen den polske økonomien kun er karakteristisk for markedet etter 1989 og argumenterer med «åpning» av grenser som en hovedgrunn. Miller (1987, s.34) forteller likevel at alle typer nasjonale økonomier vil erfare fenomener som ligner ulovlig økonomi. Kort sagt, mener forfatteren at det alltid finnes et ulovlig marked som eksisterer parallelt med det lovlige. Når det gjelder Polen før 1989, synes jeg at det nemlig alltid har vært en grå sone i en eller annen form. Det historien kunne ha forandret på dette området, er eventuelt dens form og lignende. Likevel ville jeg ikke påstå at det ulovlige markedet som var der etter andre verdenskrig plutselig forsvant, og så oppsto på nytt etter 1989. En annen forklaring på at Smejda formulerer bildet av en grå sone som kun er karakteristisk for Polen etter 1989, kan være at markedet før den tiden var mindre synlig eller ikke ansett som noe kriminelt. Nils Christies (2000) kjente påstand om at kriminalitet ikke finnes, kan anvendes her. Den grå sonen som allerede har hatt sted kunne fått en mer presis definisjon og statens synspunkt på det forandret seg. Jeg vil altså ikke formulere det slik at en grå sone ikke fantes før 1989, men heller foreslå at den fantes i en annen form. De stengte grensene, som var bevoktet tett, kunne bidra til å forme en grå sone med sitt utspring inn i landet, for eksempel hjemmebrenning. På 1990-tallet ble det polske markedet introdusert for et større internasjonalt marked. Åpne grenser ga en lettere adgang til en grå sone, som i større grad baserte seg på smugling av varer fra utlandet. Større emigrasjon kunne også være en faktor som spilte inn en viktig rolle for utvidelse av det illegale alkoholmarkedet. Folk begynte å emigrere til utlandet i søk etter bedre jobb og levestandard. USA og de vesteuropeiske landene var de aller vanligste reisemål for de polske migrantene.

Under intervjuer har jeg stilt et spørsmål angående Polens økonomi på 1980- og 1990-tallet og hvordan den eventuelt hadde forandret seg etter begivenhetene i 1989. Det var flere som var enige i at stengte grenser før 1989 resulterte i lite migrasjon, mens åpne grenser ga folk større muligheter. Mange utnyttet det og smuglingen vokste. Intervjuobjektene som husket denne perioden godt, var enige i at til tross for stengte grenser, fantes det grensehandel.

«Under kommunismen var det luksusvarer som var etterspurt. Når det gjelder alkohol, var det vanlig med ulovlig innførsel av mer «eksklusive» typer som på den tiden ikke fantes i Polen, f.eks. whisky eller bedre vintyper. Ellers var det mye smugling av mangelvarer eller ting det var lite utvalg av i Polen.»

Smugling inn til Polen ser altså ut til å ha vært et vanlig fenomen og mine informanter som levde i Polen på den tiden husker at det fantes et ulovlig marked både før og etter 1989. Markedets innhold, størrelse og kundegruppe var naturligvis annerledes enn i dag, men dette er vanlig for alle typer markeder, både de legale og de illegale. Miller (1987, s.34) sier at den uformelle økonomien er holdbar, gjennomgående og fleksibel. Det hvordan den fungerer avhenger av flere økonomiske og sosiale forhold. Johansen (2011, s.222) er også enig i at de ulovlige markedene er fleksible. De tilpasser seg markedets etterspørsel, tollvesenets kontrollhyppighet, aktører, og så videre. Vi må ikke glemme at de ulovlige markedene bygges og baseres på aktører som holder de gående, altså aktører i de illegale nettverkene. Jeg har allerede fremstilt hvordan de kriminelle nettverkene er bygget ved å se på den sosiale nettverksteorien. Derfor skal jeg ikke gå dypere inn på dette temaet nå. Likevel er individene viktige for varierte endringer innen de ulovlige markedene og deres fleksibilitet. Johansen (2011, s.220) beskriver nettverk av personlige relasjoner som en drivkraft som holder markedene gående og gjør dem fleksible.

Her diskuterer vi smugling av etterspurte varer hovedsakelig med smugling inn til Polen, samt det ulovlige markedet som har vokst opp på den måten. Når vi ser på utførsel av varer fra Polen, vil jeg si at fallet av Berlinmuren faktisk kunne påvirke dette fenomenet betydelig og forandre det på en helt annen måte enn smuglingen inn til landet. Flere av mine intervjuobjekter er enige i at de politiske endringene i Polen åpnet flere dører for polakker. Et eksempel på dette er denne uttalelsen:

«Fall av Berlinmuren ga større muligheter. Folk utnyttet åpne grenser.»

Her forteller vedkommende kort om muligheter som kom etter 1989 og konkluderer med at folk utnyttet det. Det var flere som begynte å handle (enten lovlig eller ulovlig) med de vestlige landene og handelen gikk begge veier, altså fra og til Polen. Fra Polen ble det eksportert billige varer, som for eksempel sigaretter. Fra Vest-Europa derimot ble det innført dyrere typer klær, mat, alkohol som på den tiden var høyettespurte varer i Polen. Polakker som levde på den tiden kjenner til dette fenomenet. Det har til og med blitt lagd en film som tar for seg dette og under en av intervjuene nevnes den som svar på spørsmålet om hvordan Berlinmurfallet påvirket den polske økonomien:

«Jeg har sett en film som het «Yuma». Den forteller en historie om en mann, som dro til Tyskland for å kjøpe varer som ikke var tilgjengelige i Polen etter kommunismens fall, for så å selge de videre.»

Vedkommende forteller her om en film som kom ut i 2012. «Yuma» viser muligheter polakkene fikk etter fall av Berlinmuren. Filmen illustrerer hvordan livsstilen til polakker har endret seg i møte med den vesteuropeiske kulturen og de luksuriøse varene som var lett tilgjengelige for allmenheten der. En annen informant bekrefter bildet av polakker som hadde begynt eller utviklet grensehandel på den tiden:

«Folk begynte å ta med seg ting fra utlandet. Ting som ikke var tilgjengelige i Polen på den tiden, for eksempel merkeklær eller kosmetikk.»

I tillegg til grensehandel var grenseåpning en mulighet for mange til å reise bort i søk etter bedre liv. Det var selvsagt stor migrasjon på 1980-tallet også. Likevel var det andre grunner til migrasjon på 1980-tallet enn de på 1990-tallet. Emigrasjonen fra Polen på 1980-tallet estimeres til å ha vært på mellom 1 050 000 og 1 300 000 personer (inkludert tyske statsborgere). Grunnen til den enorme emigrasjonen i den perioden var en økonomisk krise i landet og hindringer staten gjorde mot individer som ville realisere sine ambisjoner. Staten ville ha kontrollen og hemmet private aktører fra å utvikle seg. I tillegg ble det innført en såkalt unntakstilstand som i enda større grad begrenset individers frihet (Łodziński, 1994, s.3). Da det var vanskelig å få visum for utreise, var det mange som flyktet og de fleste emigrerte permanent uten å ha mulighet å komme tilbake med det første. De politiske og økonomiske forvandlingene i 1989 gjorde at Polen har på kort tid (1-2 år) blitt et relativt åpent land. De administrative barrierene mot å reise ut av landet ble opphevet etter 1989. I tillegg har Polen, i 1991, blitt enig med land fra Schengenområdet om avskaffelse av visumplikt for polske statsborgere for reiser til nesten alle europeiske land. Alt dette førte til en økning i reiser ut og inn i landet. Łodziński (1994, s.6) oppgir tall for antall inn- og utreiser til og fra Polen:

År	Antall inn- og utreiser
1985	Ca. 19 millioner
1989	Ca. 59 millioner
1991	Ca. 118 millioner
1993	Over 185 millioner

Tallene viser en kraftig økning i antall registrerte reiser til og fra Polen etter 1989. Łodziński (1994) skriver at migrasjonstrender endret seg på 1990-tallet. Antallet emigrerte går ned, men statistikkene viser kun de permanent registrerte emigrantene. Tallene fra den perioden

omfavner ikke de uoffisielle migrantene som ifølge Łodziński dominerte på den tiden. Da det var mye enklere å dra ut av landet, trengte man ikke å oppgi noe grunn for utreise.

Ved å se på befolkningens flyttemønster i Polen de siste to hundre årene, betegner Łodziński (1994, s.1) landet som et emigrasjonsland. Perioden 1980-1990 er ikke den eneste perioden med stor emigrasjon til de vestlige landene. Den første emigrasjonsbølgen kom i starten av 1800-tallet etter Napoleons nederlag og påfølgende oppløsning av den polske staten: Hertugdømmen Warszawa. Deretter var det to perioder med opprør mot staten som også resulterte med emigrasjonsbølger. Slutten av 1800-tallet og starten av 1900-tallet var perioden med en såkalt økonomisk emigrasjon (jobb og penger som motivene) i motsetning til emigrasjon av politiske grunner som var tilfelle de tidligere årene. 1900-tallet og to verdenskriger var en hektisk periode med både økonomisk og politisk emigrasjon, samt registrert immigrasjon som blant annet oppsto grunnet registrering av befolkning som var bosatt på Polens nye territorium.

Den neste, store emigrasjonsbølgen (etter 1990-tallet) fra Polen kan dateres til etter året 2004, da Polen ble medlem i EU. GUS (2008, s.1) som er det polske statistiske sentralbyrå, skriver at fra og med starten av 2004 var den polske emigrasjonen blitt betydelig større, samtidig som trender i migrantenes reisemål hadde skiftet. Storbritannia, Sverige og Irland var land som helt fra starten av Polens medlemskap i EU, hadde åpnet sine arbeidsmarkeder for polske statsborgere. Flere EU-land har etter hvert åpnet også sine arbeidsmarkeder for polakker, som enkelt kunne flytte på jakt etter bedre levekår. Til tross for at Norge ikke er medlem i EU, tilhører landet EØS og har en avtale med andre europeiske land som blant annet innebærer fri flytt av personer og tilgang til det norske arbeidsmarkedet (Grabowska-Lusińska og Okólski, 2008, s.58). Videre skriver forfatterne at Norge er et land som ikke avskaffet restriksjoner i forhold til tilgang til norsk arbeidsmarked for polske statsborgere. Likevel anvendte landet ganske liberale løsninger som gjorde det enkelt for polakker å bosette seg og søke jobb i Norge. Dette resulterte i at Norge også har blitt et populært emigrasjonsland for den polske arbeidskraften. Polakkers migrasjonsmønster til Norge har forandret seg betydelig de siste 25 år. Grabowska-Lusińska og Okólski (2008, s.58) skriver at i løpet av 1990-tallet formet det seg et mønster som så følgende ut: polske arbeidere dro til Norge hvor de jobbet en sesong, og kom tilbake til Polen etter noen måneder. Forfatterne viser til 2003 som et eksempel, da ifølge statistikker alle 10 000 migrantene som hovedsakelig jobbet i Norge som sesongarbeidere returnerte til Polen samme år. Denne statistikken er ikke veldig nøyaktig, da Grabowska-Lusińska og Okólski bruker tall som representerer migranter fra til sammen 8 europeiske land

som ble EU medlem i 2004 (inkludert Polen) og jobbet i Norge. Likevel mener de at statistikken avspeiler polakkers migrasjonsmønster ganske godt. Dette er fordi nærmere 70 % av migrantene fra disse landene var polske statsborgere. Denne migrasjonstrenden for sesongjobb har altså holdt seg fra 1990-tallet til 2004. Fra 2004 har antall polakker med permanent opphold i Norge økt og i 2007 utgjorde dette tallet mellom 25 000 og 30 000 personer (Grabowska-Lusińska og Okólski, 2008, s.58). Forfattere viser til et diagram basert på tall fra UDI (Utlendingsdirektoratet i Norge). Diagrammet viser økningen av antall gitte arbeidstillatelser i Norge til arbeidere fra de åtte europeiske land som ble EU medlemmer i 2004: Polen, Tsjekkia, Estland, Ungarn, Latvia, Litauen, Slovakia og Slovenia. Økningen omfatter perioden fra 1. januar 2003 til 1. august 2007.

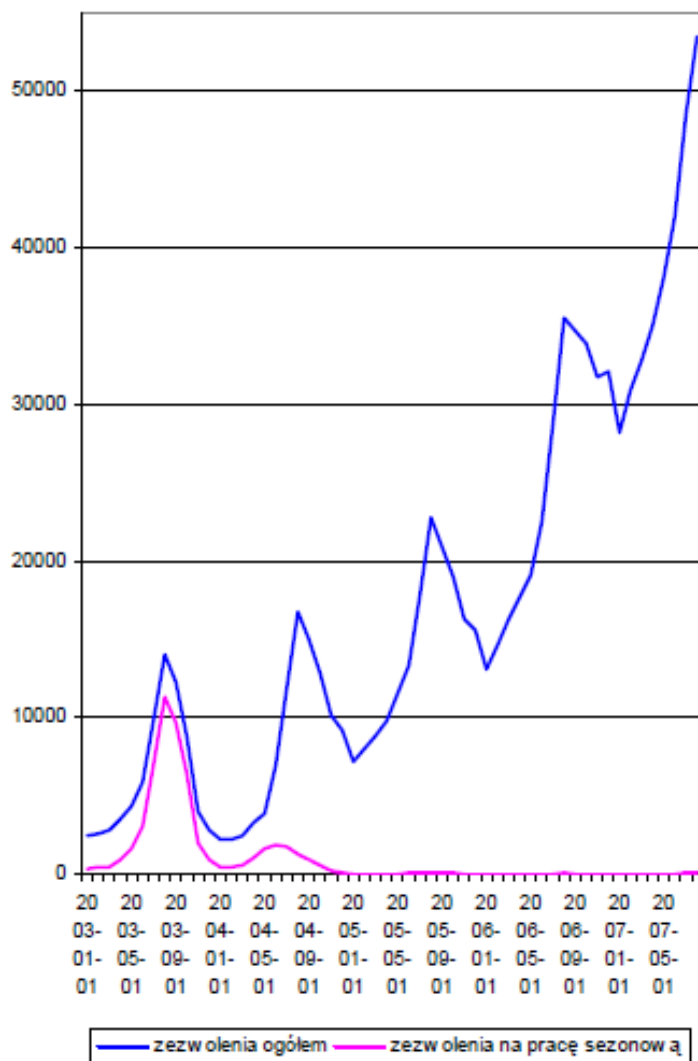


Diagram 7.12. (Grabowska-Lusińska og Okólski, 2008, s.59)

Den rosa linjen framstiller antall arbeidstillatelser for sesongjobber, mens den blå linjen viser til arbeidstillatelser utgitt totalt. Ut fra diagrammet kan vi konkludere med at typer utgitte arbeidstillatelser har forandret seg fra 2004. Først var de fleste arbeidstillatelsene gitt til sesongjobber, men etter 2004 har nærmest alle arbeidstillatelsene vært mer generelle. Dette kan indikere at enklere prosedyrer Norge innførte mot arbeidsmigranter fra de nye EU-landene og større villighet til å ta inn flere fra disse landene på permanent basis.

Storbritannia og Skandinavia ser nå ut til å være steder der flest polakker flytter til. Et stort polsk samfunn kombinert med høye priser på visse varer, gir et grunnlag for et illegalt marked, her: illegalt alkoholmarked. Størrelsen på det polske samfunnet i Norge er en vesentlig faktor for størrelsen på det illegale alkoholmarkedet, synes jeg. Ved å se på antall polakker i Norge og sammenligne det med antall innvandrere fra andre land, kan vi prøve å svare på spørsmålet om hvorfor det er akkurat polakker som ser ut til å smugle mest blant alle utenlandske grupper? Hvorfor står f.eks. ikke russere for mer av smuglingen, da alkoholen i Russland er enda billigere enn i Polen? (russisk alkohol smugles blant annet til Polen). Jeg vil påstå at dette er grunnet det høye antallet polakker i Norge og at de utgjør et stort marked for smuglere. I tillegg har det store, polske samfunnet kontakter med nordmenn og kan skape et nettverk, slik at alkoholen også kan selges til nordmenn. Det er også mange polakker som jobber svart og i intervjuene jeg utførte, virket det slik at det er denne gruppen som er smugleres mest trofaste kunder. De brydde seg ikke om kvalitet, men påpekte tilgjengeligheten og prisen som hovedgrunner til at de vil fortsette å kjøpe alkohol på det illegale markedet.

8.5 Hypotese 5: Forskjellige alkoholmarkeder i Norge og Polen

Forskjellige, men likevel ganske like, markeder for ulovlig alkohol i Norge og Polen

Markedene for ulovlig alkohol i Norge og Polen er like på noen områder og ulike på andre. Et alkoholmarked er ikke illegalt i seg selv, men det som gjør dette markedet ulovlig er unngåelse av skatt og avgifter (von Lampe og Johansen, 2004, s.162). En annen faktor som bestemmer om salget er lovlig er lisensen til å drive med alkoholsalg. På det strukturelle nivået er alkoholmarkedene ganske like i mange land. Von Lampe og Johansen deler et illegalt alkoholmarked i tre nivåer: innkjøp, engroshandel, og detaljhandel. På det første nivået skaffes alkohol for de illegale markeder fra lav-skatt eller ingen-skatt kilder. Slike kilder kan være produsenter som selger eksportvarer, eller utsalgssteder i land med relativt lave skatter og avgifter, som for eksempel Polen (von Lampe og Johansen, 2004, s.162). I

tillegg til innkjøp av originale varer men unngåelse av skatter og avgifter skriver forfatterne om ulovlig produksjon i hjemlandet. Det er blant annet Norge som har en lang tradisjon med hjemmebrenning, men det polske alkoholmarkedet er også kjent med dette fenomenet. Det neste nivået er engroshandel der stor last lagres, deles opp og distribueres til selgere. Det siste nivået er detaljhandel, altså salg av de illegale varene til kunden.

Mine informanter ble spurt om hvordan det polske illegale alkoholmarkedet ser ut og om de klarer å se noen likheter til det norske markedet. Svarene var forskjellige, men det ble ikke trukket mange paralleller til markedet i Norge. Ett av likhetstrekkene som ble nevnt var den fremtredende posisjonen hjemmebrent har hatt på de to markedene. Det var to informanter som nevnte nettopp dette fenomenet som noe de kjente igjen fra Polen. Likevel mente begge at hjemmelagd sprit i Polen er hovedsakelig egnet til eget bruk og ikke selges i store kvoter på det svarte markedet.

Høye alkoholpriser og stor etterspørsel i Norge gjør det lønnsomt for utenlandske smuglere å kjøre med smuglergods mange kilometer. Den ulovlige alkoholen i Norge kommer ofte fra Polen eller Tyskland og historien viser at det til og med ble hentet fra den iberiske halvøya. Det at det er lønnsømt å smugle alkohol over så lange avstander, viser at det ligger store penger i denne typen kriminalitet. Særlig Norge med høye alkoholpriser (sammenlignet med andre europeiske land) er et attraktivt marked for smuglere. En av mine intervjuobjekter hadde en god forklaring på hvorfor polakker smugler alkohol til Norge.

«Alt handler om penger. Hadde det ikke lønt seg, ville de ikke smugle. Derfor har vi smugling.»

I Polen er det illegale alkoholmarkedet forholdsvis lite, men ikke helt borte. Det smugles fortsatt fra Østen (hovedsakelig Ukraina, Hviterussland, Litauen og Russland), men relativt lite sammenlignet med andre varer. Sigaretter smugles det aller mest av, da smuglere tjener mest på denne varen. I tillegg forekommer det en del drivstoffsmugling, noe man ikke hører om i Norge. Det polske, ulovlige alkoholmarkedet karakteriseres også av grensesmugling som utføres av enkelte personer, som krysser grensen flere ganger daglig med lovlig mengde alkohol. Deretter lagres den og selges videre. I Polen blir det meste av smugleralkoholen hovedsakelig solgt nærme grensa og ikke ført lenger inn i landet, slik det skjer i Norge. En annen ting som er viktig å merke seg er at Polen er et transittland. Mange varer fra Østen er ikke rettet mot det polske markedet, men fraktes videre til Vest-Europa. Flere av mine

intervjuobjekter kjenner noe til det illegale alkoholmarkedet i Polen, og bekrefter at det er ganske annerledes fra det norske i forhold til hvordan handelen forekommer.

«Det polske og det norske markedet er helt annerledes. I Polen skjer salget kun ved grensa. I Norge derimot er det et stort marked i hele landet.»

En annen legger også til at det ofte er russiske statsborgere som driver ulovlig salg av sprit ved den østlige grensa. De holder til på markeder som er ganske vanlige og populære i Polen. Slike markeder karakteriseres med mye privathandel og til tross for kontroller fra skattevesenet er det mange som selger varer svart. Markedet gir også smuglere mulighet til å selge sine varer og skjule det under en annen handel ved siden av. I slike tilfeller er det kun noen som kjenner til selgeren og hva han faktisk tilbyr «under bordet». De beskrevne markedene ble nevnt av flere informanter under intervjuene, som så på de som et hovedsted for salg av ulovlig sprit. Det er derimot en som sammenlignet kjøpsprosessen i Polen og Norge:

«I Polen kan du kjøpe sprit på markeder. I Norge derimot er kjøpsprosessen veldig mye enklere. Det er bare å ringe og bestille sprit på telefon. Varene blir kjørt hjem til deg og du betaler ikke noe frakt en gang. Dette er kanskje den største forskjellen mellom det norske og det polske illegale markedet, nemlig bestilling per telefon.»

Når det gjelder markedsforskjeller på illegal sprit i Norge og Polen var alle informantene enige i at det norske markedet er mye større og mer synlig. Flere oppga prisen som en viktig grunn til markedets størrelse.

«Det er ganske billig i butikker så det er ikke et så stort marked i Polen som i Norge.»

Vedkommende forteller om at alkoholen er ganske rimelig i de polske butikkene. I tillegg mener jeg tilgjengelighet er en viktig faktor som har en stor innflytelse og gjør det norske illegale alkoholmarkedet såpass stort. Prisene alene er ikke grunnen til at et ulovlig marked utvikler seg og holdes gående. Likevel legger mange skylden på de høye avgiftene. Polakker som har blitt intervjuet har sammenlignet priser i Norge og i Polen, men nevner ikke inntekter. De overser en vesentlig faktor i slike sammenligninger, altså ens kjøpekraft. Jeg skal ikke se på hvor mye prosent av sin lønn en må bruke for å kjøpe seg alkohol i de to landene, men vil gjøre leseren oppmerksom på at en slik, grov prissammenligning ikke har stor verdi. Polakkene som jobber i Norge, men av og til reiser til Polen, kan i tillegg være enda mer oppmerksomme på prisforskjellen. Derfor vil de for det første kunne overse det

eksisterende svarte markedet. Grunnet større kjøpekraft, kjøper de fra legale kilder men ser ikke hvordan markedet er for dem som bor og jobber i Polen. For det andre vil den relativt billige alkoholen i Polen (i forhold til deres norske lønn) være overbevisende om at alkoholprisen i Norge er alt for høy. Når man ser på dette temaet og svarene polakker i Norge gir, kan man anvende det på nordmenn og deres utenlandsturisme. Polakker som ofte reiser på ferie til hjemlandet ser på de norske alkoholprisene fra et annet perspektiv. De støtter seg på sammenligninger med det polske markedet. Den norske utenlandsturismen som har vokst kraftig de siste årene, kunne også påvirke nordmenns syn på alkoholpriser. Reiser til mange land der alkoholen er billigere enn i Norge bevisstgjør folk på store forskjeller, noe som igjen overbeviser dem om at prisene i hjemlandet deres er altfor høye. Her kommer kjøpekraften i bildet igjen, da mange ikke inkluderer denne i sine beregninger og kun ser på prislappen.

For å oppsummere, mener informantene mine at det polske og det norske illegale alkoholmarkedet er veldig annerledes. Polen har per i dag et lite utviklet svart alkoholmarked, grunnet lav pris og enkel tilgjengelighet. Et lite illegalt marked finnes, men er tilstede hovedsakelig på markeder nærmere grenseoverganger og ikke lenger inn i landet. Dette viser at det muligens ikke er lønnsomt å kjøre altfor langt med varene. Norge beskrives derimot som et land med et stort illegalt alkoholmarked. Høye priser gjør at smuglervarer til og med kan kjøpes lenger inn i landet. I tillegg er kjøpsprosessen veldig enkel, der bestillingen tas på telefon.

8.6 Hypotese 6: Beskyttelse gjennom lite kontakt mellom «upperworld» og «underworld»

Polske smuglere føler seg ikke helt trygge i Norge.

Med tanke på de ulovlige aktivitetene polske smuglere inngår i, kan de ikke være helt trygge på personer utenfor sine nettverk. Jeg har forsøkt å intervju flere uten å lykkes. Personene som var med i kriminelle nettverk, var ikke villige til å prate om hva de drev med. Dette indikerer at de ikke føler seg helt trygge og ikke stoler på folk de ikke kjenner godt. Jeg hadde håpet på at, ved hjelp av gode kontakter, ville det være enklere for meg å komme i kontakt med dem. Likevel viste det seg at de var skeptiske til å prate med personer fra samme land. Når vi setter norske smuglere inn i bildet, ser vi hvor forskjellige de var. Per Ole Johansen (2008) forteller at de pratet åpent om smugling og det virket som de ikke hadde mye å skjule. Dette kan være fordi de, i motsetning til polakker, befant seg på sin «hjemmebane», noe som gjør en tryggere på seg selv og sine handlinger. Jeg har også fått opplevd noe av de norske

smugleres åpenhet. Et av mine intervjuer ble gjennomført med en tidligere, norsk alkoholsmugler. Han hadde ingenting i mot å fortelle om den kriminelle fortiden sin. Dette kan vise at nordmenn føler seg tryggere i slike tilfeller og stoler mer på folk. Når det gjelder akkurat dette intervjuet kunne noe av forklaringen til at denne personen var så åpen til å snakke, være at han snakket om sin fortid. De polske smuglere jeg hadde prøvd å nå var per dags dato aktive i sin bransje. Slike personer er alltid på vakt for å ikke bli avslørt. I metodekapittelet har jeg diskutert utfordringer ved intervjuing, der jeg viste til Per Ole Johansens erfaringer med intervjuing av aktive smuglere. Tatt i betraktning mine erfaringer, kan det virke som de polske kriminelle i Norge er mer skeptiske enn de norske smuglerne før i tiden. Johansen (2007b) skrev at før i tiden var det til og med noen kriminelle som syntes det var stas å bli kjent.

«Det ligger noe potensielt provokativt i at en «storkriminell» markerer seg i aviser, fjernsyn og offentlige debatter.»

(Johansen, 2007b, s.10)

Et godt eksempel på smuglertype Per Ole Johansen beskriver, er den norske smugleren Erik Fallo. Fallo markerer seg i aviser, fjernsyn og har blitt et objekt for offentlig debatt i mange år. Media beskriver ham som Norges mest kjente smugler og ofte gir ham kallenavn som «storsmugler» eller «smuglerkongen». VG (2012) skriver at Fallo har stått frem som smugler og fortalte åpent om sine handlinger. I tillegg omtalte han smugling som et yrke og oppfordret folk til å smugle. Dette viser hvor trygg på seg selv og sine handlinger Fallo er. Han er den typen «storkriminell» som setter mer pris på å bli gjenkjent i samfunnet, enn å stå i skyggen og unngå søkelyset. Dette eksempelet er nokså uvanlig for det illegale alkoholmarkedet i Norge og personer som Fallo er særegne tilfeller. Likevel valgte jeg å gjengi det for å illustrere hvor åpne smuglere kan bli. Johansen (2007b, s.11-12) skriver også om trailersjåfører som har tilbydd sine varer til tilfeldige forbipasserende, eller smuglere som har avslørt seg ved å snakke i telefon med potensielle kunder, som i noen tilfeller viste seg å være politimenn. Professoren oppgir også et eksempel på smuglere fra Russland som var enkle å avsløre. De russiske smuglere solgte i sin tid vodka utenfor Vinmonopolet i Kirkenes. Deretter tilbød de Vinmonopolet resten av varene de ikke fikk solgt selv. Dette viser at ikke bare norske, men også utenlandske smuglere kan virke veldig trygge på seg selv og ikke bry seg om konsekvensene av sine handlinger. En annen forklaring på slike handlinger kan rett og slett være naivitet. Det vil alltid være noen i de kriminelle nettverkene som gjennom sin

personlighet og oppførsel kan avsløre seg selv og de andre medspillere i nettverket. Jeg har allerede nevnt noen av de polske kriminelles typiske feil tidligere i dette kapittelet. Her vil jeg fremheve at de fleste polske smuglere holder seg i skyggen og forsøker å minimalisere risikoen å bli tatt gjennom å være selektive ved valg av kontakter. Det er selvfølgelig en risiko å være en del av et kriminelt nettverk, men det er noe som er «innkalkulert» når en velger den kriminelle veien, og individene som gjør sådan er trolig bevisste på det. Det eneste de kriminelle kan gjøre er altså å minske risikoen som allerede er der.

De polske smuglerne skiller seg vesentlig fra de norske smuglerne i sin tid. Per Ole Johansen (2007b) skriver om klassiske feil i organisert kriminalitet og oppgir eksempler vedrørende de norske smuglerne. Professoren peker på at norske aktører på det illegale alkoholmarkedet ikke har vært nøye med å separere forretninger fra privatliv, slik det for eksempel sicilianske mafiabosser gjorde. Likevel utelukker Johansen ikke at det også var vellykkede kriminelle som klarte å skille «jobb» fra det private. De små, norske samfunn gjorde det lettere for erfarne politifolk og lensmenn å legge merke til individene som skilte seg ut betraktelig. Ryktene i slike samfunn går fort, så ethvert avvik fra normene var godt synlig. Erfarne veteraner har derfor forsøkt å unngå alkoholikere og personer som gjennom sin livsstil hadde det lett for å vekke oppsikt hos andre (Johansen, 2007b, s.10). De polske smuglere befinner seg i en annerledes situasjon, da de holder til i et annet land og et ukjent marked. Som jeg skrev tidligere, bidrar dette til at de polske smuglere er mer skeptiske til å være åpne for andre folk, samt unngår de fleste å være iøynefallende. Det er selvsagt ikke alle som klarer å holde seg i skyggen og vi har sett flere eksempler på smuglere som har vekket oppmerksomhet. Eksempler på dette kan være store kolonner med polske smuglerbiler som prøvde å komme seg gjennom grensa, eller berusede kuréerer.

Majoriteten av polske smuglere og selgere beskytter seg og sine interesser ved å ikke være åpne overfor personer utenfra, der de ikke ser noe gevinst med det. Johansen og Stubberud (2010, s.92) skriver at de østeuropeiske gjengene har veldig få eller ingen kontakter med etnisk norske kriminelle. Dette skaper en viss beskyttelse for utenlandske kriminelle som er mindre utsatt for å bli sladret på og vanskeligere å spore ned av politiet. Sjefene for smuglernetverkene beskytter også sine forretninger ved å ansette «riktige» personer, som ikke sier altfor mye. Det er selvsagt vanskelig å holde styr på alle, men personene som viser upassende oppførsel mister sin jobb i de kriminelle nettverkene. Ett av intervjuobjektene mine har fortalt en hendelse han hadde overhørt:

«Jeg kjente en som smugla i fylla. Men sjefen tar ikke slike idioter lenger. Han ødela 4 biler.»

Her ser vi et eksempel på en uønsket oppførsel i de kriminelle nettverkene. Ut fra denne uttalelsen kan vi konkludere med at sjefen for akkurat denne gruppen har hatt flere slike tilfeller og ikke gir oppgaver til personer som kan skape problemer. I slike tilfeller er det organisasjoners lukkethet som er vesentlig og det er viktig for de kriminelle ledere, at deres organisasjon ikke blir satt i fokus, da annerledes oppførsel kan tiltrekke uønsket oppmerksomhet.

Til tross for at polske smuglere ikke vil prate om hva de driver med, ser det ut at de ikke har problemer med å annonsere seg offentlig. Det skrives stadig nye annonser og innlegg på internett der vedkommende til og med oppgir sine telefonnumre. Internett byr på en slags anonymitet, så personer som bruker dette verktøyet for å kommunisere med andre føler seg ofte tryggere til å oppgi informasjon.

8.7 Hypotese 7: En profesjonell og sammensatt struktur på polske, kriminelle nettverk

De polske nettverkene virker mer sammensatt og profesjonelt enn det man får inntrykk av i media.

Etter noen samtaler med polakker i Norge fikk jeg et inntrykk av at de polske smuglernetverkene er mer sammensatte og profesjonelle enn det man kan få inntrykk av når man leser eller hører om dem. Nettverkene baserer seg som regel på sosiale kontakter, så jeg vil vise til sosial nettverksteori. Denne teorien inspiseres av G. Bruinsma og W. Bernasco i «Criminal groups and transnational illegal markets. A more detailed examination on the basis of Social Network Theory» og J.S. McIllwain i «Organized crime: a social network approach». Personer som er involverte i slike nettverk kjenner hverandre og har selv store sosiale nettverk, som gjør det mulig å skaffe seg kontakt til mange potensielle kunder. Hver person har tildelte oppgaver, for eksempel transport, distribuering og så videre. Flere kurerer som distribuerer smuglergods til kunder i Norge har en vanlig jobb ved siden av, men jeg ble fortalt om noen som tar salg av alkohol som en «heltidsjobb» og tjener mer på det enn på en vanlig jobb. Svarte penger som blir inntjent på salg av ulovlig alkohol, kan vaskes i legale virksomheter, for eksempel byggefirmaer. Deretter kan pengene investeres. Jeg har blant annet hørt om investering i form av kjøp av eiendommer. Her kan vi trekke paralleller til norske smuglere Per Ole Johansen skriver om. I «Konturer av det illegale alkoholmarkedets

økonomi – et arbeidsutkast» skriver professoren om at spritmiljøets taktiske omstillinger og omgrupperinger har resultert i at de virker mer «uorganisert» enn hva de faktisk er. Johansen skriver også følgende:

«Det profesjonelle spritmiljøet som har hatt smugling som levevei, viser et mye sterkere innslag av kryssende og samvirkende nettverk, og koordinering og samarbeid på tvers av gjenger og enkeltpersoner, når miljøet følges over lengre tid.»

(Johansen, 2007c, s.100)

Personer fra den polske minoriteten i Norge, som ble intervjuet i denne studien ble stilt følgende spørsmål: «Hvordan er smuglingen organisert?» Det er ikke alle som kunne fortelle like mye angående mekanismer og organiseringsgrad i de polske kriminelle nettverkene som holder til i Norge. Likevel kom flere med ganske konstruktive svar som til en viss grad gir et innblikk på hvor organiserte polske smuglerne kan være. De som kom med de mest betydningsfulle bidrag, var intervjuobjekter som har personlig kontakt med personer fra smuglermiljøene. Disse får ofte høre historier som til en viss grad avslører mekanismer fra innsiden.

«Det er flere som kjører gjennom Sverige med en bil. Deretter stopper de ved grensa og pakker varene over til flere biler med forsterket fjær. Bilene kjører over grensa etter lederbilen. De kjører ikke gjennom grenseovergangen på Svinesund, men velger andre, mindre grenseoverganger, slik som for eksempel den gamle Svinesund grensepasseringen eller veier lenger nord. Derfra distribueres alkoholen til hele landet. Jeg hørte til og med om en levering i Bergen.»

Vedkommende forteller her at hele reisen fra Polen til leveringsstedet er nøye planlagt. Smuglerne velger de mindre grenseovergangene der det er mindre sjanse for kontroll. Dette betyr at de muligens kjenner til og overvåker tollvesenets rutiner og når det foregår kontroller. I tillegg forsikrer de seg med lederbiler som sjekker om grensen de velger er overvåket. Alkohol distribueres ikke kun ved grensa, men dit det er etterspørsel. Det at det er lønnsomt å kjøre så langt viser at det ligger store penger i smugling. For polakker er en slik alkoholsmugling et ganske nytt fenomen. Her tenker jeg ikke på alkoholsmugling i seg selv, fordi dette er noe den polske økonomien har kjennskap til. Likevel er smuglingen polakkene utfører i Norge noe annerledes enn smuglingen til Polen fra dens naboer. Det karakteristiske for det polske ulovlige markedet var alkoholsmugling og salg av denne på markeder i

nærheten av grenseoverganger. Kundene fikk ikke levert alkohol på døra og det var et sjeldent syn å finne det på markeder lenger inn i landet, der hjemmebrent var mest vanlig. I tillegg var smuglingen på den tiden i Polen ikke organisert, da mange drev med dette privat og hadde det kun som ekstrainntekt. En av mine informanter forteller at for mange individer i de polske nettverkene i Norge i dag, er alkoholsalg en fulltidsjobb.

«Bakmenn i Polen har til og med egne regnskapsførere som hjelper dem å omsette penger i legale virksomheter i Norge. Det er en jeg kjenner, som nettopp har kjøpt seg et hus på denne måten».

Dette er et eksempel til som viser to ting jeg snakket om tidligere. For det første er det profesjonalitet i nettverkene og handlinger som foretas der. I dette tilfellet vises det gjennom investering av fortjeneste og plassering av penger i legale kilder. Legale virksomheter smuglernetverkene samarbeider med kan for eksempel være byggefirmaer. Denne typen virksomheten er mest utbredt blant polakker i Norge og det store antallet polakker i byggebransjen gjør det tryggere å investere penger i den. I tillegg har byggevirksomheter mulighet til å være veldig fleksible når det gjelder penger. Det er lett å skjule pengeinnskudd blant salærer for store oppdrag. Alt i alt ser byggebransjen ut til å være et utmerket sted for hvitvasking av penger inntjent på alkoholsmugling i Norge.

En annen ting den siste uttalelsen viser, er den store fortjenesten bakmenn får på den ulovlige alkoholen. Kjøp av et hus i Norge er ikke enkelt å gjennomføre og koster relativt mye. Det at en bakmann har råd til å kjøpe et hus i Norge kan bety to ting. Det første er mye penger tilgjengelig som kan dekke kjøp av et hus. Det andre er en fast og lovlig inntektskilde, som en bekreftelse til banken ved eventuelt lånesøknad. En eller delvis begge av disse krav måtte ha foreligget når bakmannen foretok innkjøpet.

Det er flere andre rutiner som bekrefter hypotesen om en viss grad profesjonalitet og struktur i de illegale polske nettverkene i Norge. En av informantene forteller om at alkoholen lagres i innleide minilagre og distribueres derfra. En annen, men ikke så popularisert rutine, er leie av egne beskyttelsesmenn som blir kalt for vektere. Vekterens oppgave i de kriminelle nettverk er beskyttelse og regulering av priser. Prisregulering skjer gjennom skremming eller bruk av vold mot personer som selger smuglet alkohol billigere og på den måten fratar kunder fra andre selgere.

8.8 Hypotese 8: Polske smuglere; et godt medieemne

Polske smuglere er fortsatt et eksotisk tema for media. Dette er en av grunnene til at media skriver om dem ganske ofte. I tillegg kommer det økonomiske aspektet. Nyheter angående polske smuglere er billige og enkle å lage.

Polske smuglere ser ut til å være et stort tema i media. Tross mange år med polsk smugling er media fortsatt interesserte i å skrive forholdsvis mye om polakker. I et lengre tidsperspektiv er nemlig fenomenet «polsk smugling» ganske nytt. Nordmenn har smuglet i årevis og temaet har sannsynligvis blitt såpass vanlig at det, ifølge media, ikke lenger ville tiltrekke lesere og seere. Polakker og deres smugling, kombinerer medias interesse for kriminalitet og utlendinger og passer perfekt som en nyhetssak. I tillegg er den typen nyhet veldig enkel og billig å lage. Journalisten kan innhente informasjonen om smuglingsforsøk og eventuelle bilder fra tollvesenet, dommer, og lignende. Deretter er det bare å bearbeide informasjonen i form av referat og gi den et nyhetspreg, slik at den vil tiltrekke leseren. For å vise hvordan media prøver å få leserens oppmerksomhet kan vi se på avistitler de bruker:

- «Sjekk den smuglerlasten!» (VG, 2013e): Avisen «inviterer» leseren til å åpne artikkelen og se på bilder.
- «Kraftig økning i smugling med vogntog fra Polen» (TV2, 2014): Tittelen indikerer at det er en veldig stor økning for vogntogsmugling fra Polen, men når vi leser hele teksten finner vi ut at det har blitt stoppet 5 vogntog med smuglergods så langt i år, mot 1 vogntog i fjor. Avisen skriver her om «kraftig økning», mens tollvesenet betegner det som en «merkbar økning». I tillegg vet vi ikke om flere vogntog med smuglergods går på bekostning av færre varebiler.
- «18 tonn alkohol beslaglagt i storaksjon på Rygge: Hadde bygget om smuglerbilene» (VG, 2013b): Ombygging av biler, slik at de tåler mer last er noe nytt for smugling i Norge. Media skriver ganske ofte om ombygde biler, da dette også kan virke ganske eksotisk og spennende for leseren.

Avisoppslagene er nyhetsskapende og har som mål å tiltrekke leseren. Mine polske intervjuobjekter har også lagt merke til medias hyppige til tider bruk av polske smuglere som objekter for nyhetsproduksjon. Noen viser sin frustrasjon og beskylder media for skapning av et virkelighetsfjernt bilde av en polsk smugler:

«Norske media vil ikke skrive om nordmenn som smugler. Det er enklest å skyldes på polakker. Mange av de som jobber her er den «lave klassen». Det er de polske arbeiderne innen byggebransjen som lett kan assosieres med alkohol.»

De fleste har derimot fortalt under intervjuene at polakker fremstilles ofte som de største smuglere i Norge fordi de har tatt nordmenn sin posisjon på markedet og er nasjonen som faktisk smugler mest per dags dato. Det at mange blir tatt oppgis som en annen forklaring på medias interesse. Antall stansede smuglere og oppdagede smuglerforsøk kan sies å være avhengig av antall smuglerforsøk til sammen. Tollinspektør Per Kristian Grøndal innrømmer at hverken Politiet eller Tollvesenet har oversikt over smuglingens omfang (Dagbladet, 2012). Det høye antallet smuglere og antallet vellykkede stopp henger likevel sammen.

Mange reagerer på medias store omtale av de polske smuglerne og mener at dette kan føre til stigmatisering av polakker som en minoritet i Norge.

«Media er ikke redde for å skrive om at en polakk har gjort noe kriminelt, men når det gjelder gjerningsmenn fra andre nasjoner oppgis ofte ikke hans opprinnelsesland».

En annen utdyper dette temaet:

«Andre nasjoner driver andre bransjer. Vietnamesere styrer markedet for prostitusjon, mens pakistanere driver med narkotika. Det er mye farligere enn den polske smuglingen. Likevel er media mest opptatt av polakker».

Jeg vil legge merke til at jeg ikke skal diskutere de andre kriminelle markedene vedkommende beskriver her og om hans insinuasjoner angående disse markedene er riktige. Formålet mitt ved å oppgi dette sitatet er å vise at mange polakker synes det er urettferdig av media at de konsentrerer seg om den ene nasjonen. Vedkommende viser også gjennom sin uttalelse at han ikke ser på alkoholsmugling som alvorlig kriminalitet og ikke forstår hvorfor akkurat dette er et så stort tema i norsk media.

Men er egentlig avisoppslagene stigmatiserende og til skade for polakker? Muligens for polakker som minoritet i Norge, som ikke har noe med smuglingen å gjøre. Når det derimot gjelder smuglere kan avisinteresse være til gagn for dem. Uansett om en omtale er positiv eller negativ, kan det virke som reklame, da informasjonen ofte er nasjonaldekkende og når mange lesere. Johansen (2015a) sier at norske smuglere også fikk i sin tid gjennomgå påstander om voldshandlinger, dårlige varer og investering av spritfortjeneste i narkotika.

Media har heller ikke vært særlig snau i sine oppslag da det gjaldt norske smuglere. Når det er sagt, så er kanskje beskyldninger rettet mot media og deres fremstilling av polske smuglere feilaktige. Det virker som at den fjerde statsmakten ikke fokuserer sine oppslag på smuglernes nasjonalitet, men heller smuglingen som fenomen i seg selv.

En nærmere analyse av media vil foretas i kapittel 10. Nå vil jeg derimot se på eventuelle koblinger mellom polske smuglere og polakker som bor i Norge. Finnes det slike koblinger? Hva synes polakker som bor i Norge om alkoholsmugling fra Polen og hva er deres forhold til personer som driver med den typen kriminalitet?

9. Polakkers holdninger og koblinger til den polske smugleren i Norge

Formålet med denne avhandlingen var å finne ut bakgrunnen for møtet av det polske og det norske alkoholmarkedet. Siden polakker ser ut til å være sentrale aktører på det norske alkoholmarkedet ville jeg finne ut om den polske minoriteten som ikke er aktive i de kriminelle nettverkene i Norge har noen form for samarbeid eller kontakt med polske smuglere. Samtidig var jeg interessert i deres holdninger og forhold til smugling som et fenomen som drives i stor grad av deres landsmenn. Har de en forståelse for denne kriminaliteten som mange gir sin samfunnsaksept for? Intervjuene som ble utført hadde hovedsakelig en semistrukturert form der intervjuobjektene hadde mulighet til å svare åpent på gitte spørsmål. Likevel valgte jeg å stille to spørsmål der det kun var to eller tre svaralternativer. Spørsmålene gikk ut på informantenes forhold til smugling og deres kjennskap til koblinger av de kriminelle nettverk med den polske minoriteten i Norge ellers.

Det første spørsmålet var følgende:

Hvordan er koblingen mellom den polske minoriteten som bor i Norge og de polske smuglere?

- A.** Polakker som bor i Norge kun er en viktig kundegruppe for smuglere.
- B.** Det finnes et samarbeidsbånd mellom smuglere og polakker som bor i Norge. Dette fører til at polske statsborgere som oppholder seg i Norge bidrar til alkoholmarkedets utvikling.
- C.** Polakker som bor i Norge har ingen koblinger til de polske smuglere.

Seks av ni personer har svart at polakker som bor i Norge kun er en viktig kundegruppe for smuglere, altså svaralternativ A. Dette er ikke overraskende og ble diskutert tidligere i oppgaven. Denne typen relasjon forekommer i hovedsak grunnet dårlig tilgjengelighet på alkohol. Tilgjengelighetsaspektet er særlig iøynefallende for illegale arbeidere i Norge som ofte har lange arbeidsdager. I tillegg er de veldig passive i integreringen med det norske samfunnet og har ikke stor kjennskap til den norske alkoholpolitikken. Uvitenhet og usikkerhet fører til at man holder seg med sine egne landsmenn og velger de mest trivielle alternativene for å skaffe seg alkohol som ofte er deres eneste måte for underholdning. Polakker som nettopp kommer til Norge er også vant til det polske systemet der alkohol er lett tilgjengelig døgnet rundt, enten man går til nærmeste butikk eller ringer en drosje som leverer

alkohol på døra mot fraktkostnaden. Dette ligner på den polske smugleren som også tilbyr en lignende måte å levere alkohol på. Her ser vi hvordan politikk bestemmer grensen for hva som oppfattes som kriminelle handlinger. Nils Christies (2000) påstand om at kriminalitet ikke finnes er igjen aktuelt her og kan brukes i dette tilfellet. Privat alkoholl levering som kan drives legalt av drosjesjåfører i Polen, er straffbart i Norge og drives kun av smuglere.

Det var kun 3 personer som svarte at det finnes et visst samarbeid mellom polske smuglere og polakker som bor i Norge. En informant viser til en person han kjenner som bekrefter at det finnes et samarbeid på dette nivået. Vedkommende har oppholdstillatelse og en vanlig, lovlig jobb i Bergen. Ved siden av jobben er han en del av et polsk smuglernetverk, hvor oppgaven hans er å kjøre alkohol til kunder. Han er altså det siste leddet i smuglerprosessen. TV-programmet Insider (2014) har laget en reportasje om alkoholsmugling fra Polen til Norge. I reportasjen fikk seeren se reporterens samtale med en kurér som leverer alkohol til kunden. Der forteller selgeren at han har en heltidsjobb som ambulansesjåfør i Norge, og salg av sprit er kun en ekstraintekt. Man kan ikke være sikker på at det som ble vist frem under reportasjen er sant. Likevel, tatt i betraktning min informants informasjon om selgeren fra Bergen, virker det ganske sannsynlig med et bilde av en selger med en vanlig jobb ved siden av. Dette var et eksempel på direkte samarbeid, der vedkommende selv er en del av det kriminelle nettverket. En annen av mine intervjuobjekter nevnte derimot et indirekte samarbeid. Med dette mener han at en ikke nødvendigvis må være en del av nettverket for å hjelpe dem å selge bedre. Indirekte samarbeid kan for eksempel skje ved at man oppgir telefonnummeret til en smugler til folk man kjenner eller er et ledd i kjøp-salg prosessen. Av og til kan man til og med være ubevisst på at man på denne måten hjelper smuglere å utvide sitt nettverk av potensielle kunder. Denne ubevisstheten kunne også påvirke intervjuobjekters svar på dette spørsmålet, da mange ikke vil tenke på kontaktformidling som samarbeid med de kriminelle smuglernetverk. Det er kun en som svarte at han selv og flertallet av andre polakker som bor i Norge ikke har noe som helst å gjøre med smuglere og deres virksomhet.

Det andre spørsmålet som ble stilt var følgende:

Hva er ditt forhold til smugling?

- A.** Du har en forståelse for smugling og gir den ditt sosiale samtykke.
- B.** Du mener at forekomst av den polske smuglingen bidrar negativ til den generelle oppfatningen av polakker som befinner seg i Norge.

Svarene på dette spørsmålet er veldig forskjellige og noen deler deres personlige oppfatning på begge svaralternativene. Likevel har 6 av 9 polske informanter svart at den polske smuglingen har en dårlig innflytelse på hvordan polakker som nasjon ses på i Norge. Som eksempler på elementer som bidrar til skapningen av et dårlig inntrykk er de negative avisoppslagene og medieuttalelsene.

«Jeg selv er en stor motstander av smugling. Nordmenn ser på oss som fylliker og kriminelle. Det er vanskelig å bli trodd på... Folk er for eksempel redde for å leie ut en leilighet til polakker fordi vi assosieres med alkohol og smugling.»

Det er ikke smugling i seg selv overnevnte mener skaper det verste inntrykket, men de kriminelles uakseptable oppførsel eller hendelser smugling fører til. Her refererer informanten til en smugler som på grunn av en overbelastet bil førte til massekollisjon der en person mistet livet. Ulykken skjedde på Lierskogen og sjåføren var under alkoholpåvirkning (Drammens Tidene, 2013). Saken har blitt omtalt av både lokal- og nasjonaldekkende media. Ved siden av de store avisene som VG, Aftenposten eller Dagbladet, har mindre, lokale aviser fulgt saken. I tillegg har media i Polen vist interesse for denne hendelsen og flere store og mindre aviser skrev en artikkel om den polske smugleren. Kommentarene man kan lese under de polske artiklene samsvarer med synspunkter til polakker i Norge som ble intervjuet av meg. Diskusjonen som foregår i de polske avisene under artiklene om den smugleren som førte til ulykke i Norge går hovedsakelig ut på skapning av et dårlig bilde av en polakk i utlandet. Folk er generelt enige i at en slik hendelse vil påvirke hvordan polske statsborgere blir sett på i utlandet. Samtidig viser de stor intoleranse til kriminelle som på den måten ødelegger polakkers omdømme.

Det er ingen av intervjuobjektene som hadde vist sin forståelse for polakkers smugling og med det samme benektet at de kriminelle bidro til en negativ oppfatning av polakker i Norge. Likevel var det 4 personer som kunne til en viss grad akseptere og forstå smuglernes handlinger, men disse benektet ikke det negative bidraget som følger og forandrer oppfatningen nordmenn har om polakker i Norge. Noen viser sin forståelse fordi de vet hvor vanskelig det er å få seg jobb noen steder i Polen. Det er en som viser til fri vilje, der han mener at en velger veien sin selv, men tror på at mange ikke har noe valg og må gå den kriminelle veien for å forsørge sin familie. En annen derimot skiller forståelse for smuglingen fra støtte og aksept for den kriminelle handlingen.

«Jeg forstår smugling i en viss grad, men jeg forsværer ikke smuglerne og det de driver med. Jeg kjøper heller alkohol på Vinmonopolet. Flere ganger hadde jeg mulighet til å skrive ned telefonnummeret til en polsk smugler, som ble gitt til meg av andre bekjente. Likevel ville jeg ikke gjøre det, da jeg personlig ikke vil støtte denne virksomheten. Siden jeg har kommet til Norge og har lest mye om smugling i aviser, innså jeg at smuglingen ikke er velkommen her, og fikk vite at smuglere har gjort mye skader på det norske samfunnet. Derfor vil jeg heller velge svaralternativ B.»

Informanten sier på slutten av sin uttalelse, at han innså at polakkers smugling til Norge ofte omtales i media. Ut fra media sin fremstilling, oppfatter vedkommende smugling som et fenomen som utgjør mye skade på det norske samfunnet. Han beskylder ikke media for å vise frem et skjevt bilde av virkeligheten, men er enig i at polske smuglere bidrar negativt til den generelle oppfatningen av polakker som befinner seg i Norge. La oss til slutt se på media og mekanismene som styrer valg og produksjon av nyheter. Har polske smuglere stor nyhetsverdi for de norske massemediene? Bidrar media, gjennom sine artikler om polske smuglere, til stigmatisering av polakker som bor i Norge og ikke har noen som helst tilkobling til de kriminelle miljøene?

10. Medias bidrag til polakkers posisjon på det norske alkoholmarkedet

Polske smuglere har blitt et stort tema i norsk media de siste årene. Det kan være to grunner til dette. Det første er at smuglingen fra Polen er et tema som interesserer media og skaper stor medieinteresse blant mottakere. Dermed omtaler media smugling oftere enn andre, mindre spennende saker for leseren. Den andre grunnen til medias interesse for polske smuglere, kan være at de faktisk har blitt mye større, smugler mer og oftere, forsyner store deler av markedet og har dermed inntatt hovedposisjonen på det illegale alkoholmarkedet i Norge.

Vær Varsom-plakaten er et etisk regelverk for pressen som inneholder etiske normer (Norsk Presseforbund, 2015). Norsk presseforbund skriver at hver redaktør eller medarbeider har plikt til å følge disse linjene, som gjelder hele den journalistiske prosessen, fra innsamling til presentasjon av materialet. Vær-Varsom plakaten har blitt brukt siden 1936 og ble sist oppdatert i 2013. Dokumentet består av 4 hovedpunkter: pressens samfunnsrolle, integritet og ansvar, journalistisk atferd og forholdet til kildene, og publiseringsregler. Hver av overnevnte inneholder flere underpunkter som nærmere beskriver journalisters plikter. Hele dokumentet ligger ute på nettsidene til Norsk Presseforbund. Det skal derfor ikke omtales her, men jeg vil ta med noen av de mest vesentlige linjene, som skisserer hvordan pressens etiske normer er. Det første punktet forteller at pressen har en viktig samfunnsrolle, samt er en av de viktigste institusjonene i demokratiske samfunn. Dens oppgaver er informasjon, debatt og samfunnskritikk. Videre står det at pressen har rett til å informere om det som skjer i samfunnet og avdekke kritikkverdige forhold, men dens oppgave også er «å beskytte enkeltmennesker og grupper mot overgrep eller forsømmelser fra offentlige myndigheter og institusjoner, private foretak eller andre» (Norsk Presseforbund, 2015).

10.1 Medias makt

Pressen, i form av trykt presse, radio, fjernsyn og nettpublikasjoner, har altså mye makt i et samfunn. Det er nemlig denne institusjonen som informerer samfunnet om situasjoner og forhold som har hendt. Pressen har makten til å fremheve eller skjule en sak, og på denne måten påvirke samfunnets opinion. Audgunn Oltedal (2003, s.55) skriver også om media som en sentral videreformidler i samfunnet. Forfatteren mener at media har makt til å være med og forme folks oppfatning av virkeligheten, av hva som er viktig og hva som er mindre viktig. Det er altså ingen tvil om at massemedia har stor makt, som kan påvirke samfunnet. Vær

Varsom-plakaten oppsummeres med en kort setning, som inneholder et viktig budskap: «Ord og bilder er mektige våpen. Misbruk dem ikke». Men ord og bilder er ikke medias eneste «mektige våpen». Oltedal (2003, s.51) forteller at medias styrke ligger ikke minst i å ikke publisere, holde saker tilbake, eller vri på noen saker.

Francis Sejersted (2003, s.73) beskriver derimot media som en aktør med makt på tre nivåer: psykologisk, økonomisk og politisk. Det er medias store styrke som lett kan misbrukes. Derfor er det viktig med noe form for beskyttelse mot en situasjon hvor medias makt går ut av kontroll. Gjennom beskyttelse mener Sejersted en selvkontrollerende presse som vi kan stole på og som vi har tillit til. Vær Varsom-plakaten er også en form for beskyttelse, da den definerer medias etiske linjer og normer journalistene skal følge under den journalistiske prosessen. Forfatteren mener at den norske pressen i dag utfyller sin funksjon på en rimelig god måte, men det er fortsatt rom for forbedringer (Sejersted, 2003, s.73).

Men hva bestemmer egentlig medias utvalg av nyheter og saker: å informere eller å selge? Trine Syvertsen (2003, s.81) skriver at mediene er en del av den politiske og kulturelle offentlighet, og har som hovedoppgave å forholde seg til befolkningen som samfunnsborgere, framfor som forbrukere av medieprodukter. Dette er selvfølgelig slikt media skal være ideelt sett, men et slikt media kan virke utopisk. Syvertsen skriver videre at mediebudskap som lett kan trekke et massepublikum, ofte prioriteres på bekostning av et allsidig tilbud. Denne prioriteringen av mediebudskap kaller hun for markedssensur, som utgjør den største trusselen mot medienes frihet. Enda større trussel enn statlig sensur (Syvertsen, 2003, s.81).

Medias store makt i samfunnet er altså utvilsomt og de kalles ofte for den fjerde statsmakten. Dette er Hans Olav Fekjær (2003) noe uenig i. I sitt foredrag om media og rusmidler sier han at media ikke er den fjerde, men den første statsmakten. Hvorfor skyver han media til toppen av denne rekkefølgen?

«De fleste meningsmålinger som publiseres, dreier seg ikke om forhold som folk har direkte kjennskap til, de har sitt kjennskap bare gjennom media. De fleste meningsmålinger kan derfor sees som speilvendte kartlegginger av media».

(Fekjær, 2003, s.10)

Forskeren viser gjennom denne påstanden en lignende oppfatning som Oltedal, som mente at media hadde makt til å forme mottakerens virkelighetsoppfatning. Dette synet er jeg ganske

enig i, da de fleste får en allerede bearbejdet informasjon som ofte er ferdigtolket av journalistene. Det kan selvsagt ikke anvendes på absolutt all informasjon media formidler, men vi kan avgrense dette til rusmidler i denne diskusjonen. Fekjær (2003) legger ut forskningsresultater som viser at mediebildet av rusproblemer er veldig villedende. Det er narkotika som oftest fremstilles som det største problemet i det norske samfunnet, men forskningen viser at alkohol er et større problem. I sin rapport om avisers forhold til alkoholtema, oppgir likeså Blå Kors (2009) at alkohol har langt større skadevirkninger i Norge enn narkotika og andre rusmidler. Organisasjonen er likeledes enig i at alkohol er produktet norske medier markedsfører mest systematisk. Her er Blå Kors mest opptatt av alkoholanmeldelser som hyppig forekommer i aviser. De mener at det er en slags reklame for produktene, noe som ikke kan forenes med reklameforbudet vi har i Norge.

«Norske tabloidaviser er tydelig av den oppfatning at alkohol bidrar til å selge flere aviser, og bruker dette bevisst. Avisforsiden er tabloidenes salgsplakat.»

(Blå Kors, 2009, s.7)

Alkoholanmeldelser av vin og øl, og alkoholsmugling er to vidt forskjellige temaer. Likevel kan begge påvirke leseren ved å tiltrekke hans eller hennes oppmerksomhet. Reklameforbudet for alkohol kan være en av grunnene til at alkohol selges bra i media uansett hvordan sammenheng den vises i. Det er nettopp kun media, som ved å bruke loven om ytringsfrihet, har mulighet til å «reklamere» for alkohol uten å bryte det generelle reklameforbudet. Media kan nærmest fritt skrive om alkohol og viderefører det i form av lett tilgjengelig informasjon til samfunnet. Blå Kors (2009) mener at media altfor ofte viser alkohol i et positivt lys ved å anmelde varer eller referere til forskning. Det er sjeldent man finner alkoholrelaterte artikler hvor alkohol legges hovedskylden på. Medias dekning av polske smuglere og smuglervarer som kommer inn i landet, fokuserer seg hovedsakelig på aktørers nasjonalitet, mengder av varer som ble forsøkt å fås inn i landet, eller verdien på disse og unndratte skatter. Det er altså ingen fokus på de negative konsekvensene alkoholen kan ha for samfunnet. Når det gjelder dette er det narkotika som har medias oppmerksomhet. Hvorfor foretrekker media å vise til de mindre vanlige narkotikarelaterte sakene, enn de mer hyppige episodene der alkohol er innblandet?

Fekjær (2003, s.4) skriver at media for tiden er mest opptatt av narkotika og bilkjøring. Dette mener forskeren var noen av de største temaene, da han holdt sitt foredrag i 2003. Hvorfor var

ikke alkohol et viktig mediaemne på den tiden? Dette svarer ikke Fekjær på. Selv synes jeg at grunnen til dette kunne være tilfeller med import av skadelig metanol i 2002. Dette gjorde at det ulovlige alkoholmarkedet slik det var på den tiden nærmest kollapset. Den store alkoholsmuglingen, slik den var kjent fra 1990-tallet tok slutt og alkoholmarkedet forandret seg betydelig. Etter et så stort tema som metanolsaken kunne media «brukt opp» alkohol som tema. Dette kunne være et slags toppunkt for medias interesse på dette området. Likevel kom det polske smuglere inn i bildet etter noen år. Alkoholsmugling av polakker har igjen blitt et stort tema, og media har fått interesse for å formidle dette til samfunnet. Men var det selve alkoholen som tiltrakk medias oppmerksomhet? Det synes jeg ikke. Etter min mening var det ikke alkohol, men måten den ble smuglet på og hvem den ble smuglet av, som fikk medias oppmerksomhet. Polske smuglere var nemlig et nytt tema og med bilene fylt med alkohol var det ikke minst verdt å skrives om. Det var et spennende emne som lett kunne selges til folket. Jeg har selv opplevd perioder da jeg leste mange artikler om de polske smuglerne. Likevel har det ikke vært så stor interesse for dette temaet i media de siste månedene. Kanskje dette emnet også har nådd sitt «interessetoppunkt»?

10.2 Produksjon av nyheter

Sigurd Allern (2003, s.145) skriver, at det ikke finnes noen faste, etablerte nyhetskriterier felles for alle redaksjoner. Nyheter blir produsert under skiftende forhold, og slik kan for eksempel en stor ulykke føre til at mange nyhetssaker plutselig skyves til side. En «nyhetstørke» derimot, kan føre til at ting som ikke blir prioritert med det første, får store oppslag (Allern, 2003, s.145). Ordet nyhet er viktig å se på i denne sammenheng. Nyheter (engelsk: newspaper) er et ord som forbindes med noe nytt, en informasjon vi ikke viste fra før. I mediene er nyheter informasjon som redaksjonene mener er av interesse i «det offentlige rommet» (Allern, 2003, s.144). Forfatteren oppgir flere faktorer som medvirker til å gi hendelser nyhetsverdi i mediene:

- Relevans: publikum må føle at nyheten angår dem og deres liv
- Forståelse: nyheten skal nå et bredt publikum
- Identifikasjon: saken berører oss fordi vi lever i kort avstand fra hendelsen
- Personifisering: mennesker interesserer oss mer enn «saker»
- Sensasjon: det uventende og oppsiktsvekkende interesserer oss mer enn det vante
- Konflikt: uenighet og strid tiltrekker vår oppmerksomhet mer enn fred og fordragelighet

- I tillegg prioriterer ofte redaksjoner nyheter om elitepersoner og elitenasjoner

Robert Reiner (1994, s.302) skriver at nyhetsmedia, organisatorisk og strukturelt sett, er orienterte mot å overdrive politiets effektivitet. Forfatteren mener at media forsterker mottakerens oppfattelse av politiets effektivitet ved å rette fokuset mot alvorlig kriminalitet. De gjør det ved å blant annet ha altfor mye tillit til Politiets pressekontor som en kilde til rapportert kriminalitet. Artikkene om polsk smugling viser at media bruker stort sett kun Tollvesenets og Politiets rapporter til å bygge sine artikler på. Lokale aviser kommer ofte raskt med nyhetene om smugling, mens de store, landsdekkende aviser skriver om samme saker gjerne et par timer, eller dager senere. Aviser med lesere over hele landet velger kun de mest sensasjonelle smuglingsforsøk, og baserer sine artikler på det som ble skrevet i lokale aviser som først kom med nyheten. I samsvar med det Reiner har skrevet, virker det som om media fremstiller Tollvesenet og Politiet som meget effektive når det gjelder å stoppe smuglingsforsøk. Overskriftene kan få leseren til å tenke at mesteparten av smuglingen stoppes:

- **Minst åtte tonn alkohol beslaglagt - åtte sjåførere stakk av** (VG, 2013a)
- **18 tonn alkohol beslaglagt i storaksjon på Rygge: Hadde bygget om smuglerbilene** (VG, 2013b)
- **Politiet stopper storsmuglere flere ganger i uken** (VG, 2013c)
- **Tollere slo til mot kolonne av smuglerbiler** (VG, 2013d)

Artikkene inneholder kun informasjon om hvor mye alkohol har blitt beslaglagt, hvor mange personer og biler som har blitt stoppet, eller hvor lange straffer smuglere vil få. Journalistene skriver aldri om at det som blir stoppet kun er en liten del av smuglergods som kjøres over grensen. Leseren som ikke har mye kunnskap på dette området, vil tro på Politiets og Tollvesenets effektivitet. Tallene pressen oppgir viser ofte stor effektivitet i jakt på smuglere og det er kun Tollvesenets og Politiets vellykkede oppdrag med store beslag det skrives om.

Hvordan media fremstiller smugling, kan indirekte styres av Tollvesenet og Politiet, da det er de som oppgir tall, og kan presentere smuglingsforsøk slik de vil og velge hyppigheten på hvor ofte artikler kommer. På denne måten vil de vise samfunnet de negative sidene ved smugling, og at de fleste som forsøker å smugle blir tatt og straffet. Pływaczewski og Kowalewska-Borys (2013, s.221) legger merke til at Tollvesenet i Polen prøver å synliggjøre smuglingens negative sider, ved å for eksempel formidle til media store, vellykkede beslag av

smuglergods. På denne måten vil de skape en juridisk bevissthet blant samfunnsmedlemmer om at smugling er galt og får strafferettslige følger. Det virker som Tollvesenet i Norge vil bevisstgjøre samfunnet på en lignende måte som det Plywaczewski og Kowalewska-Borys skriver om. Av og til oppgir nemlig det norske Tollvesenet informasjon om beslag av store mengder alkohol, noe media viderefremidler til samfunnet.

10.3 Polsk smugling – stor nyhetsverdi?

Polske smuglere er et tema media bruker hyppig de siste årene. Hva er grunner til at den polske smuglingen ofte prioriteres i media foran andre nyhetssaker? Smugling er tross alt et gammelt fenomen, som har vært kjent i Norge i over hundre år. Per Ole Johansen (2004) beskriver fenomenet smugling som noe typisk norsk, og for å vise hvor vanlig smugling har vært i Norge historisk sett, sammenligner han det med brunost og ostehøvel. Smugling i seg selv er altså ingen spennende nyhetssak for media her i landet. Men så kommer polakker inn i bildet. Polske smuglere, kolonner med biler fylt med alkohol, ombygde biler og falske skilter vekker medias oppsikt. Dette er noe nytt og dette kan brukes som nyhetsstoff som vil tiltrekke mottakeren. Polsk smugling er noe eksotisk og annerledes. Fra medias synspunkt er polsk smugling noe nytt i forhold til den velkjente (for både media og samfunnet) norske storsmuglingen som strakk seg over mange år. I forrige underkapittel om produksjon av nyheter så vi på faktorer som gir hendelser nyhetsverdi i mediene (foreslått av Allern, 2003, s.146). Hvilke av disse faktorene kan anvendes på polsk smugling? Sensasjon, konflikt, personifisering, identifikasjon, eller relevans er faktorer som medvirker til å gi polsk smugling en nyhetsverdi i mediene, synes jeg.

- Relevans: publikum føler at smuglingen angår deres og de nærmeste sine liv.
- Sensasjon: den uventende og oppsiktsvekkende smuglingen fra Polen interesserer oss mer enn den «vanlige» norske smuglingen, som publikumet har allerede hørt mye om under flere anledninger.
- Konflikt: Uenighet og strid mellom smuglere og staten/samfunnet skaper debatt og tiltrekker vår oppmerksomhet.
- Personifisering: polske smuglere interesserer oss mer som personer (utenlandske statsborgere) enn det selve fenomenet smugling gjør.
- Identifikasjon: smugling berører oss fordi vi lever i kort avstand fra hendelsen.

Det er flere faktorer som virker inn når journalister og redaktører vurderer hva som er nyhetsverdig (Allern, 2003, s.148). Det økonomiske aspektet spiller en vesentlig rolle i

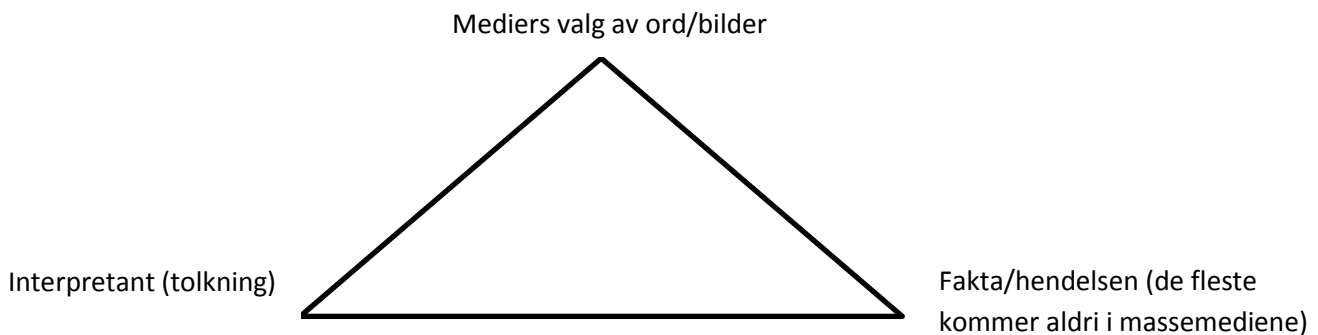
medias valg av nyheter. Allern (2003, s.148) skriver deretter at det er lettere å publisere nyheter som ikke koster mye å produsere. Redaksjonene har også en tendens til å hente informasjon fra organiserte, byråkratiske kilder, som lett kan bearbeides til nyheter. Smugling er slik sett en nyhetssak som er billig å produsere. Informasjonen kan enkelt hentes hos for eksempel Politiet, Tollvesenet eller rettsvesenet, og bearbeides uten å bruke store ressurser til en selvstendig informasjonsheving. En annen grunn til medias fremheving av smugling kan være dens fokusering på utlendinger (det ukjente) og kriminalitet (det farlige). Allern (2003, s.148) nevner TV2 som bruker kriminalstoff som et satsingsområde i nyhetssendingene. Dette gir høyere seertall enn mer tradisjonelle nyhetsoppslag og er en magnet for reklameinntekter.

Nyhetene inkluderer ofte spenning og dramaturgi. Ved å skrive om kriminalitet som har blitt avvirket, for eksempel polske smuglere som har blitt tatt med enorme mengder ulovlige varer, gir media en mytologisk forestilling om at det er noen som passer på oss, noen som ordner opp. Mytene som blir formidlet på denne måten har en sosial funksjon i form av kontroll og integrasjon. På denne måten får media samfunnsmedlemmer til å tro at de lever i et ordnet og rettferdig samfunn (von der Lippe og Østerud, 2003, s.196). Dette viser igjen at media har stor makt, som viser seg i forming av samfunnets oppfatning av virkeligheten. Berit von der Lippe og Svein Østerud (2003, s.206) hevder at språkbruk er det viktigste – og kanskje det farligste – våpenet menneskene har.

Smolej og Kivivuori (2006) diskuterer relasjonen mellom nyheter om og frykt for kriminalitet. Forfatterne viser til flere akademiske studier og flere debatter, der media hevdes å være en av sentrale faktorene som påvirker oppfatninger om kriminalitet og økning av fryktnivå. Smolej og Kivivuori (2006, s.212) trekker frem David Garland sitt synspunkt om forholdet mellom media og kriminalitet. Garland mener at økt rapportering av kriminalitet fører til en situasjon der folket ikke ser på statistikker for hvordan kriminaliteten utvikler seg, men på media og hvordan de fremstiller kriminaliteten. Etter hvert blir medias forestilling av kriminaliteten innvevd i de kollektive følelsene i et samfunn. Dette kan skape en felles følelse av frykt for en type kriminalitet media velger å fokusere på. På denne måten kan det skapes mer debatt om problemer media skriver mest om, og da vil folket «kreve» at politikerne løser problemet. I tilfellet grensekriminalitet, kan økt rapportering fra media føre til økt engasjement blant folket, noe som vil presse politikere til handlinger som ikke alltid er gunstige og tilsvarende problemets omfang. Media kan altså forvrengte bildet av kriminalitet, samt virke på hvordan de forskjellige kriminelle handlingene ses på i samfunnet. Smolej og Kivivuori (2006, s.213) skriver at media er en av de mest sentrale informasjonskilder om hva

kriminalitet er. Dette er fordi det er få personer som personlig har opplevd kriminalitet. Medias fremstilling av kriminalitet påvirker altså mottakeren og hans eller hennes kriminalitetsoppfattelse. Denne påvirkningen er i tillegg vanskelig å unngå, da mye av medieinnhold er relatert til kriminalitet mener Lupton (sitert i Smolej og Kivivuori, 2006, s.213).

Von der Lippe og Østerud (2003) skriver om at det ikke er hendelsen som «skaper» nyheten, men nyheten som «skaper» hendelsen. Samtidig oppgir de en figur som viser forholdet mellom fakta, mediers valg av ord/bilder og tolkning:



Figur 7.3: Modell for påstanden: «Det er ikke hendelsen som «skaper» nyheten, men nyheten som «skaper» hendelsen.»

(von der Lippe og Østerud, 2003, s.220)

Figuren viser at media har makt til å «skape» hendelsen, det vil si rette samfunnets blikk mot en sak de velger. Media velger en av flere titalls saker de kunne ha skrevet om, tilpasser ord og bilder og på denne måten gir de samfunnet en tolkning av hendelsen. Mottakeren av en nyhet får altså en pekepinn på hvordan nyheten bør forstås. Men hver nyhet kan tolkes på mange forskjellige måter og tolkningen vil variere fra person til person. Mange av nyhetene kan virke trivielle og udramatiske, noe som ikke vil virke tiltrekkende mot de fleste mottakere. Derfor kan massemediene ofte plukke ut de som er eller kan gjøres mer spennende og dramatiske. Dette kan skje ved hjelp av ord, bilder eller videoer. Von der Lippe og Østerud (2003, s.226) kaller dette fenomenet for faksjon: blanding mellom fiksjon og fakta. Faksjon betyr at media tar en vanlig sak, og gjennom dramatisering gir den et tilskudd av det fraværende fantastiske, noe som virker som en magnet for mottakeren.

Brukes faksjon når det skrives om smugling? Jeg vil ta for meg noen avisartikler for å se på dette nærmere.

Eksempel 1)

Artikkel i VG fra 02.12.2013 (VG, 2013e)

Tittelen på artikkelen: «Sjekk den smuglerlasten!» roper til mottakeren, og forteller at dette er noe spennende og nytt. Videre skriver Verdens Gang følgende: «Sjelden har tollerne sett en mer fullastet personbil. Bilen var spesialtilpasset for stor last, men 20-åringen ble likevel avslørt». Den korte innledningen forteller alt og inneholder en viss dramaturgi. Journalisten gir leseren tre budskap her. For det første er lasten noe av den største tollerne noen gang har sett i en personbil. Dette indikerer et stort beslag. For det andre var bilen ombygd til å tåle mer last. Dette forteller om hvor innovative de utenlandske smuglerne er. For det tredje inneholder innledningen informasjon om at smugleren ble tatt. Dette gir leseren et budskap om at det er noen som passer på oss, og at vi lever i et rettferdig samfunn der det gode vinner over det onde. Artikkelen domineres av et bilde som viser smuglerlasten og gir mottakeren en enda sterkere oppfatning på hvordan hendelsen var. Vi har blitt et visuelt samfunn, sier Yvonne Jewkes (2014). Hvis en historie ikke har bilder, er det vanskelig å fremstille den som noe stort.

Romerikes blad skrev følgende om samme sak (Romerikes Blad, 2013):

Tittelen lyder som følgende: «Snakk om smekkkfull!» og, i likhet med VG sin tittel, avsluttes den med utropstegn. Innledningen derimot inviterer mottakeren til videre lesing: «Hvor mye tror du det er mulig å smugle i en Volvo V70? Svaret har antagelig den polske smugleren gitt oss». I dette tilfellet domineres også artikkelen av et stort bilde, som viser smuglerlasten ved siden av bilen. Artikkelen inneholder ikke minst informasjon om at bilen var ombygd og hadde falske norske skilter, men til slutt ble smugleren tatt. Til tross for ulike formuleringer og bilder i disse to artiklene er budskapet det samme. Vi lever i et rettferdig samfunn, der det gode vinner over det onde. Artikkelen krydres med ord som: «smekkkfull», «overfylt smuglerbil» eller «spektakulært», samt bilder og tall. Slik dramatiseres og tabloidiseres saken til å bli mer spennende for leseren.

Eksempel 2)

Et annet eksempel jeg vil tilføye her er to artikler VG har utgitt på sine nettsider 14. april 2014. Den første artikkelen heter «Minst åtte tonn alkohol beslaglagt – åtte sjåførere stakk av»

og ble publisert kl. 09 dagen etter hendelsen (VG, 2013a). Artikkelen beskriver en aksjon ved Rygge Lufthavn der til sammen 14 smuglerbiler ble beslaglagt på en formiddag. Den andre artikkelen heter «18 tonn alkohol beslaglagt i storaksjon på Rygge: Hadde bygget om smuglerbilene» og ble publisert kl. 23 samme dag (VG, 2013b).

Begge artiklene bygges på den samme saken og ble publisert samme dag. Artikkel nr 2 kom ut på kvelden og tilføyer kun ny informasjon, nemlig at noen av bilene ble ombygd for å tåle større last. Ellers inneholder artiklene den samme informasjonen, samtidig som de samme bildene blir brukt. Leseren får i tillegg misledende informasjon angående alkoholmengden som ble beslaglagt. Den første artikkelen forteller om at Tollvesenet anslår at det er mellom 150 000 og 160 000 liter øl. Den andre artikkelen derimot fastslår at det var 16 212 liter øl som ble beslaglagt. Forskjellen på de to opplysningene er enorm. Dette kan være en enkel skrivefeil av journalisten, men det viser igjen at informasjonen produseres raskt, og at det kanskje ikke legges så mye vekt på innholdet, så lenge stoffet er sensasjonelt eller attraktivt for leseren. To nyheter om smuglere på samme dag kan også indikere nyhetstyrke denne dagen.

Måten media skaper nyheter på og verktøy de bruker for å tiltrekke leserens oppmerksomhet, kan være med på å forme et felles, sosialt syn på fenomenet som omtales. Hyppig skriving om polsk smugling, samt bilder og overskrifter som skal forsterke artikkelens innhold, kan være med på å utforme et felles samfunns syn på fenomenet. Katz skriver at lesing om kriminalitet er en kollektiv, rituell opplevelse (sitert i Peelo, 2006, s.161):

«Read daily by a large portion of the population, crime news generates emotional experiences in individual readers, experiences which each reader can assume are shared by many others. Although each may read in isolation, phenomenologically the experience may be collective, emotional 'effervescence' of moral indignation.»

Peelo (2006, s.161) er enig med Katz om at medias representasjoner kan bidra til samfunnets konstruksjon av kriminalitet. Aviser og media har altså «kraftfulle stemmer» som bidrar til å skape samfunnets rammer for hva som oppfattes som kriminalitet.

10.4 Norske mediers omtale av polske smuglere i polakkers øyne

Under intervjuene stilte jeg spørsmålet om hvorfor polakker fremstilles som de største smuglere i media. De fleste mente at polakkene smugler mest av den illegale alkoholen til Norge, så det blir naturligvis flere artikler skrevet om dette temaet. Noen kunne tenke seg at

grunnen til medias interesse var at det er flest polakker som blir tatt, som ikke nødvendigvis betyr at det er de som smugler aller mest. Her ble det nevnt litauere, svensker eller nordmenn.

«Det at flere polakker blir tatt, fører til at polakker blir stemplet som smuglere og det er enklest å skylde på dem», mener en informant.

En annen sa følgende:

«Norske media vil ikke skrive om nordmenn som smugler. Det er jo enklest å skylde på polakker. De som jobber her er den lave klassen, som ofte forbindes med alkoholen.»

Den lave klassen referer i dette tilfellet til byggebransjen. I Polen forbindes byggebransjen med høyt alkoholforbruk, noe informanten mener også forekommer i Norge.

Alkoholforbruket blant byggearbeidere med ulovlig opphold i Norge kan være forsterket av flere faktorer. For det første jobber mange fra tidlig på morgnen til sent på kvelden. Dette fører til at de ikke har tid til noen annen form for avslapping enn søvn. For det andre oppholder de seg langt fra familiene sine og hjemlandet sitt, noe som fører til lengsel etter disse. Lengselen vil de midlertidig slukke med et par glass vodka, og polsk vodka vil kanskje egne seg best, da denne smaken kjenner de til. Denne kan også kjøpes billig fra egne landsmenn. Asosialisering kan også føre til høyere alkoholforbruk i denne gruppen. Polakker som kommer til Norge for å jobbe svart har ofte et lite nettverk med bekjente og det er vanskelig å skaffe seg nye kolleger, da hele dagen handler om jobb og om å tjene penger. De har rett og slett ikke tid til å sosialisere seg. De eneste de prater med er medarbeidere, personene de deler leilighet med og sjefen sin. Manglende norsk eller engelskkunnskaper gjør det vanskelig å kommunisere med noen andre enn den polske minoriteten.

Et par informanter har også nevnt ulykker som ble forårsaket av polske smuglere. Ulykken de fleste hadde kjennskap til var dødsulykken ved Liertoppen på E18. 11. april 2013 forårsaket en polakk en massekollisjon der en mann døde og flere personer ble skadet. Polakken fraktet smuglet alkohol i en overbelastet bil, samtidig som han kjørte i påvirket tilstand og uten gyldig førerkort. Etter hendelsen forlot han ulykkesstedet og gjemte seg, men ble til slutt funnet av politiet. Mannen ble dømt til tre år og åtte måneder fengsel, fradømt førerkortet for alltid og dømt til å betale erstatning til fornærmede og de etterlatte (Stavanger Aftenblad, 2013 og Drammens Tidene, 2013). Ulykken ble brukt av informantene til å vise til hvor «idiotiske» noen av smuglere kan være.

«De begår flere kriminelle handlinger samtidig og dette gjør at media skriver mest om polske smuglere», sier en av informantene.

To av ti gjør oppmerksom på annen kriminalitet som begås av andre nasjonaliteter og lurere på hvorfor dette ikke er omtalt i like store grad av media som den polske smuglingen av alkohol. Den ene informanten viser til pakistanere som driver med narkotikahandel og vietnamesere som driver med prostitusjon, og påpeker at «dette er farligere enn smugling». Den andre informanten hevder at siden det illegale alkoholmarkedet er såpass stort, samtidig som polakker er den største minoriteten i Norge, kan det være en slags «heksejakt» på de polske smuglerne. Deretter sier han følgende:

«Media er ikke redde for å skrive om at en polakk har gjort noe kriminelt. Men når noen andre gjør noe kriminelt (særlig noen som tilhører visse religioner, nasjonaliteter), oppgis det ikke hans opprinnelsesland.»

10.5 Fotografiets kraft

Artiklene om smugling er ofte beriket med bilder, som først får leserens oppmerksomhet. Bildene viser smuglerlasten, enten slik den var pakket inn i bilen, eller når den står ved siden av. Fotografiene skal vise hvor store mengder som smugles og hvor mye alkohol kan man få i en varebil. Phil J. Jones og Claire Wardle (2008, s.53) mener at det visuelle i aviser ofte er oversett i studier av media. Forfattere skriver at fotografiets makt ligger i dets evne til å fungere på to nivåer samtidig. Det første nivået forteller at bilder synes å vise virkelige livshendelser. Det andre nivået sier at bilder representerer visuelt mye større, skjulte betydninger (Jones og Wardle, 2008, s.53).

Jones og Wardle (2008, s.65) skriver at bilder eller overskrifter har makt til å presse leseren til en bestemt konklusjon uten at leseren selv er oppmerksom på det. Slik kan avisen overbevise leseren om at budskapet med artikkelen ikke var konstruert av avisa, men av leseren selv. Det er altså mottakeren som tror at han eller hun fanger opp, interpreterer og skaper mening. I virkeligheten er leseren styrt til å tenke på en spesifikk måte og i samsvar med et bestemt sett av verdier, samt som han eller hun hele tiden tror på at alt kommer fra han eller henne.

Norske aviser bruker ofte bilder i artikler om polske smuglere. Når vi ser på de store avisene: VG, Dagbladet og Aftenposten ser leseren alltid et bilde først, et bilde som skal illustrere hvor stor smuglingen har vært. Bildene tiltrekker leserens oppmerksomhet, og som Jones og Wardle skriver, brukes de av avisene til å skape en viss mening hos mottakeren. I tilfellet med

illustrasjoner av biler fulle av alkohol kan meningen være å skape frykt, da leseren kan oppfatte at det er enorme mengder som kommer inn i landet. De store, nasjonale avisene jeg nevnte dekker hele landet, så de er nødt til å finne nyheter beboere i alle fylker vil være interesserte i. Smugling i Moss er ikke alltid spennende for en som bor i Bergen. Derfor vil avisene bruke bilder og sensasjonelle overskrifter for å «få alle med», også dem nyheten ikke nødvendigvis angår. For å illustrere hvordan bildebruk kan påvirke artikkelens nyhetsverdi, kan vi se på de mindre, lokale avisene. Disse bruker ikke bilder i artikler om polske smuglere så ofte som nasjonaldekkende aviser. Grunnen til dette kan være at leseren til en lokal avis vil finne nyheten interessant, da hendelsen skjer i nærmiljøet og kan angå vedkommende. Avisene trenger da ikke å «pakke» nyheten i sensasjonelle bilder eller en veldig oppsiktsvekkende overskrift for å tiltrekke leserens oppmerksomhet.

10.6 Media om polske smuglere – oppsummering

Så hvordan fremstiller avisene polakker og polske smuglere? Avspeiler medias fokus på polsk smugling situasjonen slik den virkelig er? Eller er bildet av den typiske smugleren overdrevet og tilpasset medias behov for å tjene penger gjennom sensasjonsskaping? Disse spørsmålene er vanskelig å gi et nøyaktig svar på, men basert på det som ble skrevet tidligere i kapittelet kan jeg forsøke. Til tross for at smugling er et velkjent fenomen i Norge, har den polske smuglingen blitt en nyhet. Det er ikke smuglingen i seg selv som interesserer media, men hvem som utfører den og hvordan den utføres. Polakker er en relativt ny gruppe på det illegale norske alkoholmarkedet. Deres smugling er også annerledes fra den nordmenn har hatt kjennskap til i flere tiår, for eksempel båtsmugling. Polske smuglere kom med bilkolonner, ombygde biler, spritdrosjer, og så videre. Dette har media reagert på ved å vise stor nysgjerrighet og interesse. Utenlandske aktører kombinert med nye måter å smugle på, har blitt et godt nyhetsstoff for dagens medier.

Media har stor makt i form av ord de setter på visse hendelser, og dette må man være oppmerksom på. Budskap media viderefører, berører hele samfunnet og kan ha store konsekvenser dersom det manipuleres. Nyheter burde skrives med aktsomhet og forsiktighet for ikke å villedde samfunnet. Dette er dessverre kun det ideelle mediebildet, som ofte ikke samsvarer med virkeligheten.

11. Avslutning

I innledningen siterte jeg Per Ole Johansen (1994) som skrev at alkoholmarkedet er et marked som ikke vil dø. I denne avhandlingen har jeg sett på alkoholmarkedet i Norge og diskutert hvordan de polske smuglernes posisjon på dette markedet er. Det som var av størst interesse var krysninger i nyere norsk og polsk alkoholhistorie. Denne krysningen betegnet jeg som et møte mellom kunde og selger, og ut fra min observasjon fant dette sted på 2000-tallet.

Fleksibilitet av det norske illegale markedet er en egenskap som gjør det spennende, men samtidig komplisert å studere. Dette har jeg erfart selv, da tilgang til informasjon om de kriminelle er ganske begrenset og man er avhengig av kontakter som er villige til å oppgi slik informasjon. I tillegg var det en stor utfordring å jobbe med et helt nytt tema, som ikke dekkes så mye av litteratur. Polsk smugling er et fenomen som har vært tilstede i Norge i en del år. Likevel har jeg ikke funnet noe faglitteratur som ville dekke nettopp dette området. Derfor måtte jeg se på eldre litteratur som omtaler illegale markeder og alkoholtema. Dette hjalp meg å forstå mekanismer på slike markeder, samt den historiske utviklingen. I tillegg var intervjuer og egne erfaringer behjelpelige for å få en bedre forståelse over angitt tema. Videre var disse hjelpemidlene brukt til å sette opp en diskusjon og som følge av dette ble det utformet flere hypoteser. De empiriske funnene har blitt omtalt midtveis i avhandlingen. Grunnen til dette var at jeg først ville vise bakgrunnen for eksistensen av alkoholmarkedet slik det er nå. Videre ville jeg formidle mekanismene på et slikt marked og hvordan samfunnet forholder seg til de kriminelle aktørene. Dette har blitt vist her gjennom diskusjon av media og politikk, altså aktører som i en betydelig grad påvirker og utformer samfunnsmedlemmers synspunkter. Alt dette var grunnlaget for min diskusjon av dagens illegale alkoholmarked i Norge som i stor grad består av polske aktører. Intervjuobjektene mine har vært behjelpelige med å fortelle varierte historier som ble brukt til å bekrefte eller avkrefte gjeldende hypoteser.

I innledningen stilte jeg spørsmålet om hvordan polakkers tilstedeværelse i Norge har påvirket det norske markedet, som i alle år var dominert av nordmenn, både i form av selgere og kunder. En annen problemstilling var polakker som de største aktørene på det illegale alkoholmarkedet i Norge. I oppgaven stilte jeg spørsmålet om hvorfor det akkurat er denne minoritetsgruppen som har dominert det norske alkoholmarkedet de siste årene.

Det norske markedet har forandret seg betydelig, men dette bør ikke kun begrunnes med polakkers nærvær. Svaret på spørsmålet om den polske minoritetens innflytelse på det norske

alkoholmarkedet er ikke entydig. Det kan heller ikke enkelt besvares eller forklares. Vi må heller se på flere forhold og omstendigheter som til sammen gir et mer komplekst bilde om forståelsen av markedets utvikling. Etter min mening var det metanolkrisen i 2002, som kan ses på som en hovedtrigger for de polske aktørenes tilsynekomst på det illegale alkoholmarkedet i Norge. Polske smuglere har allerede på 1990-tallet vært innblandet i smuglingen til Norge. Dette bekrefter en av mine informanter, en nordmann som selv var en del av de kriminelle miljøene i Norge og drev med alkoholsmugling. Vedkommende forteller at polakker ble betalt for å kjøre sprit over grensa. Dette indikerer at de hadde en lav posisjon på markedet, der nordmenn satt høyere opp i nettverkene og kun leide ut polakker til de mer risikable oppdragene. Starten av 2000-tallet og metanolinnførselen førte til en slutt på markedet slik det alltid var. Denne perioden karakteriseres også med en stor migrasjon av polakker til Norge. Disse faktorene, synes jeg, hadde tilsammen ført til at polakker tok over det norsk-dominerte markedet som, grunnet metanolinnførsel, folk mistet tillit til. De polske aktørene har tilpasset seg markedet, og økt antall polske innvandrere førte til at kundegruppen begynte å forandre seg. Den polske migranten har også blitt en viktig kunde for smuglere og nå er den muligens like viktig om ikke viktigere enn nordmenn.

For å oppsummere vil jeg oppgi premisser jeg synes er av størst betydning ved tegning av et bilde om polakker som de største aktørene på det illegale norske alkoholmarkedet:

- Historisk innflytelse som har formet en polsk smugler.
- Metanolkrise i Norge i 2002.
- En stor minoritetsgruppe av polakker i Norge.
- Samfunnets oppfatning av alkoholsmugling som kriminalitet med en lav grad samfunnsfare.
- En restriktiv alkoholpolitikk ført av den norske regjeringen med lav tilgjengelighet og høye avgifter. Tilgjengelighet og pris viser seg å være av størst betydning for kjøp av illegal alkohol ifølge mine informanter.

Før starten av arbeidet med denne avhandlingen hadde jeg en antakelse om at media «blåser opp» smuglersaker gjennom sin fremstilling av en polsk smugler. Media kan ses på som et av premissene som har hatt stor betydning ved bildeskaping av en polsk smugler. «Den fjerde statsmakten» styres sannsynligvis i noen grad av økonomiske årsaker, der artiklene og reportasjene skal tiltrekke mottakeren og gjennom dette gi en fortjeneste. Polske smuglere er i dette tilfellet et godt medieemne, da de kombinerer smugling (noe alle nordmenn kjenner godt

til) med noe mer eksotisk, altså utlendinger som finner nye måter å lure den norske staten på. Mange av mine informanter uttrykte sin misnøye med media og deres hyppige omtale av polske smuglere. Likevel kan vi ikke si at media på en eller annen måte prøver å stigmatisere polakker som typiske smuglere. Man kan ikke nekte for at ulovlig alkoholmarked og polakker tilknyttet dette er temaer som ofte forekommer i media, men det skjer ikke uten grunn. Polakker er per dags dato de største aktørene på det norske alkoholmarkedet. De utnytter svakheter i den norske alkoholpolitikken og impliserer i sitt tilbud karakteristiske trekk fra det polske alkoholmarkedet, nemlig god tilgjengelighet og relativt lave priser. Dette gir dem en veldig sterk posisjon på det illegale alkoholmarkedet i Norge som fortsatt ikke vil dø.

Antall ord: 38 557

Litteratur

- Allern, Sigurd (2003): «Nyhetsmediene og PR-bransjen». I: *Medier, påvirkning og samfunn*. Von der Lippe, Berit og Odd Nordhaug (red). Justert utgave, tilpasset kurset «mrk. 9710 – medier og kommunikasjon» ved Handelshøyskolen BI 2003-04. 3. utgave, Cappelen akademisk forlag. Oslo 2003.
- Alver, Øyvind Omholt (2004): *Om pris og etterspørsel etter alkohol i Norge*. SIRUS-rapport. 66 p. Statens institutt for rusmiddelforskning, 2004.
- Andrejew-Frączek, Daria (1992): *Spożycie alkoholu w Polsce 1989-1990*. Raport BSE, nr 9. Kancelaria Sejmu, Biuro Studiów i Ekspertyz. URL: http://biurosejmu.sejm.gov.pl/teksty_pdf_92/r-09.pdf [Lesedato: 21.03.2015]
- Beylin, Paweł (1972): «Dyktatura alkoholu» i: *Alkohol w kulturze i obyczajju*. (red. Jan Górski, Kazimierz Moczarski). Wiedza Powszechna, Warszawa 1972.
- Blå Kors (2009): *Alkohol som selger aviser – aviser som selger alkohol*. URL: <http://www.blakors.no/admin/common/getImg2.asp?Fileid=1372> [Lesedato: 15.03.2015]
- Bogusławski, Andrzej (1972): «Zlikwidować przymus towarzyski», i: *Alkohol w kulturze i obyczajju*. (red. Jan Górski, Kazimierz Moczarski). Wiedza Powszechna, Warszawa 1972.
- Bruinsma, Gerben og Wim Bernasco (2004): «Criminal groups and transnational illegal markets. A more detailed examination on the basis of Social Network Theory». I: *Crime, Law & Social Change*. Kluwer Academic Publishers.
- Bryman, Alan (2012): *Social research methods*. Oxford University Press. 4th edition.
- Christie, Nils (2000): *Kriminalitetskontroll som industri: Mot GULAG, vestlig type*. Universitetsforlaget, Oslo. 3. reviderte utgave.
- Czerwiński, Marcin (1972): «Alkohol a obyczaj». I: *Alkohol w kulturze i obyczajju*. (red. Jan Górski, Kazimierz Moczarski). Wiedza Powszechna, Warszawa 1972.
- Diener, Edward and Rick Crandall (1978): *Ethics in social and behavioral research*. The university of Chicago press. Chicago and London.
- Fekjær, Hans Olav (2003): *Media og rusmidler*. Stensilserien nr. 95. Institutt for kriminologi og rettsososiologi. Universitet i Oslo. ISBN 82-7100-132-9.

Fløttum, Erling Joar: *Behandling av svart økonomi i nasjonalregnskapet*. URL: http://www.ssb.no/a/publikasjoner/pdf/sa_98/kap10.pdf [Lesedato: 03.02.2015]

Fuglum, Per (1995): *Brennevinsforbudet i Norge*. Tapir Forlag, Trondheim.

Gaughan, Joseph P. og Louis A. Ferman (1987): *Towards an Understanding of the Informal Economy*. Academy of Political and Social Science. The Informal Economy. September 1987.

Goetel, Walery (1972): «Wpływ okupacji hitlerowskiej». I: *Alkohol w kulturze i obyczajaju*. (red. Jan Górski, Kazimierz Moczarski). Wiedza Powszechna, Warszawa.

Grabowska-Lusińska Izabela og Marek Okólski (2008): *Migracja z Polski po 1 maja 2004 r.: jej intensywność i kierunki geograficzne oraz alokacja migrantów na rynkach pracy krajów Unii Europejskiej*. Centre of Migration Research Faculty of Economic Sciences Warsaw University. URL: www.migracje.uw.edu.pl/download/publikacja/608/ [Lesedato: 05.11.2014]

Grad, Mieczysław (1972): «Należy działać wielokierunkowo». I: *Alkohol w kulturze i obyczajaju*. (red. Jan Górski, Kazimierz Moczarski). Wiedza Powszechna, Warszawa 1972.

GUS (2008): *Informacja o rozmiarach i kierunkach emigracji z Polski w latach 2004-2007*. GŁÓWNY URZĄD STATYSTYCZNY, Departament Badań Demograficznych. URL: http://stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/Informacja_o_rozmiarach_i_kierunk_emigra_z_Polski_w_latach_2004_2007.pdf [Lesedato: 10.12.2014]

Johansen, Per Ole (2004): *Den illegale spriten: fra forbudstid til polstreik*. Unipub forlag, Oslo.

Johansen, Per Ole (2007a): «De gamle er eldst». I: *Hva kan de som vi ikke kan? Om vinnere i organisert kriminalitet og økonomisk kriminalitet*. 2007 Norsk Samarbeidsråd for Kriminologi.

Johansen, Per Ole (2007b): «Hvorfor lærer de aldri? Klassiske feil i organisert kriminalitet». I: *Hva kan de som vi ikke kan? Om vinnere i organisert kriminalitet og økonomisk kriminalitet*. 2007 Norsk Samarbeidsråd for Kriminologi.

Johansen, Per Ole (2007c): «Konturer av det illegale alkoholmarkedets økonomi - et arbeidsutkast». I: *Økonomisk kriminalitet, organisert kriminalitet og korrupsjon. Vold. NSfK:s 49th Research Seminar*. Ingvild Nordang (red.). Nordisk Samarbeidsråd for Kriminologi. ISBN 82-7688-015-0. Artikkel. s 94 - 103

- Johansen, Per Ole (2008): *Never a final design: interviewing Norwegian alcohol smuggler*. Springer Science + Business Media.
- Johansen, Per Ole (2009): «Organised crime Norwegian style ...used to be». I: *Organised Crime: Norms, markets, regulation and research*. Karsten Ingvaldsen & Vanja Lundgren Sørli (red.). Unipub forlag, Oslo.
- Johansen, Per Ole (2010): «Norsk hjemmebrent 1917-2002». I: *Fortid*, nr 4-2010, 7. årgang, historiestudentenes tidsskrift, UiO.
- Johansen, Per Ole (2011): «Narcotics: Market, Narratives, and 'Branch Culture'». I: *Journal of Scandinavian Studies in Criminology and Crime Prevention*. ISSN 1404-3858. 12(2), s. 216- 224.
- Johansen, Per Ole & Robert Stubberud (2010): «A business in its own right». I: *Økonomisk kriminalitet, Nordiske perspektiver*. Per Jørgen Ystehede (red.). Nordisk samarbeidsråd for kriminologi.
- Jones, Phil J. & Claire Wardle (2008): «'No emotion, no sympathy': The visual construction of Maxine Carr». I: *Crime Media Culture*. Sage Publications.
- Kula, Witold (1972): «Doświadczenia i nadzieje». I: *Alkohol w kulturze i obyczaju*. (red. Jan Górski, Kazimierz Moczarski). Wiedza Powszechna, Warszawa 1972.
- Łodziński S. (1994): *Migracje zagraniczne w Polsce rozmiary, struktura, problemy prawne i społeczne*. Biuro Studiów i ekspertyz. Nr 66, 1994. URL: http://biurose.sejm.gov.pl/teksty_pdf_94/r-66.pdf [Lesedato: 25.04.2015]
- McIlwain, Jeffrey Scott (1999): «Organized crime: A social network approach». I: *Crime, Law & Social Change*. 32: 301-323. Kluwer Academic Publishers. Netherlands.
- Miller, S.M. (1987): «The Pursuit of Informal Economies». I: *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. Vol. 493, The Informal Economy (Sep., 1987), pp. 26-35. Published by: Sage Publications, Inc.
- Moskalewicz, Jacek (1998): *Alkohol a zdrowie: Polityka społeczna wobec alkoholu w Polsce w latach 1944-1982*. Państwowa agencja rozwiązywania problemów alkoholowych. Warszawa.

Nordlund, Sturla (2013): *Alkoholpolitikk, normer og drikkevaner i ulike land i Europa*.

SIRUS. URL:

<http://www.forebygging.no/Global/Artikkel%20Sturla%20Nordlund,%20endelig%20utgave.pdf> [Lesedato: 03.02.2015]

Oltedal, Audgunn (2003): «Etikk og journalistikk». I: *Medier, påvirkning og samfunn*. Von der Lippe, Berit og Odd Nordhaug (red). Justert utgave, tilpasset kurset «mrk. 9710 – medier og kommunikasjon» ved Handelshøyskolen BI 2003-04. 3. utgave, Cappelen akademisk forlag. Oslo 2003.

Peelo, M. (2006): «Framing homicide narratives in newspapers: Mediated witness and the construction of virtual victimhood». I: *Crime, Media, Culture*. Vol. 2(2), pp.159-175. Sage Publications.

Pływaczewski, Emil W. og Ewa Kowalewska-Borys (2013): *Zwalczanie przemytu. Zbiór dobrych praktyk. Różne perspektywy - jeden cel*. Utgiver: Difin.

Reiner, Robert (1994): I: *Crime and media: a reader*. Chris Greer (red.).Routledge, London.

Rosner, Jan (1972): «Alkoholizm a rozwój społeczny i gospodarczy». I: *Alkohol w kulturze i obyczaj* (red. Jan Górski, Kazimierz Moczarski). Wiedza Powszechna, Warszawa.

Saglie, Jo (1996): «Attitude Change and Policy Decisions: The Case of Norwegian Alcohol Policy». I: *Scandinavian Political Studies*. Bind 19 (New Series) (1996) 4. URL:

https://tidsskrift.dk/index.php/scandinavian_political_studies/article/view/13300/25347 [Lesedato: 25.05.2015]

Sampson, Steven L. (1987): «The Second Economy of the Soviet Union and Eastern Europe». I: *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. Vol. 493, The Informal Economy (Sep., 1987), pp. 120-136. Published by: Sage Publications, Inc.

Sejersted, Francis (2003): «Ytringsfriheten og informasjonsfriheten». I: *Medier, påvirkning og samfunn*. Von der Lippe, Berit og Odd Nordhaug (red). Justert utgave, tilpasset kurset «mrk. 9710 – medier og kommunikasjon» ved Handelshøyskolen BI 2003-04. 3. utgave, Cappelen akademisk forlag. Oslo 2003.

Smejda, Maria (1996): *"Szara strefa" w okresie transformacji ustrojowej gospodarki polskiej*. Prace naukowe Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego; Wyd. 1 edition.

Smolej, Mirka og Janne Kivivuori (2006): «The Relation Between Crime News and Fear of Violence». I: *Journal of Scandinavian Studies in Criminology and Crime Prevention*, 7:2, 211-227, DOI: 10.1080/14043850601002429.

Storvoll, Elisabet E. og Torleif Halkjelsvik (2013): «Changes in Norwegian public opinion on alcohol policy, 2005-2012». I: *Nordic Studies on Alcohol and Drugs*. Volume 30, Issue 6, Pages 491–506, ISSN (Online) 1458-6126, ISSN (Print) 1455-0725, DOI: 10.2478/nsad-2013-0047, December 2013.

Syvertsen, Trine (2003): «Mediepolitikk og medieregulering». I: *Medier, påvirkning og samfunn*. Von der Lippe, Berit og Odd Nordhaug (red). Justert utgave, tilpasset kurset «mrk. 9710 – medier og kommunikasjon» ved Handelshøyskolen BI 2003-04. 3. utgave, Cappelen akademisk forlag. Oslo 2003.

Ugland, Trygve (2013): *Norsk alkoholpolitikk under EØS-avtalen – reaktiv og avpolitisert?* SIRUS-rapport 7/2013. Statens institutt for rusmiddelforskning. Oslo 2013.

von Lampe, Klaus og Per Ole Johansen (2004): «Organized Crime and Trust:: On conceptualization and empirical relevance of trust in the context of criminal networks». I: *Global Crime*. 6:2, 159-184, DOI: 10.1080/17440570500096734.

von der Lippe, Berit og Svein Østerud (2003): «Språk og bilde i massemediene». I: *Medier, påvirkning og samfunn*. Von der Lippe, Berit og Odd Nordhaug (red). Justert utgave, tilpasset kurset «mrk. 9710 – medier og kommunikasjon» ved Handelshøyskolen BI 2003-04. 3. utgave, Cappelen akademisk forlag. Oslo 2003.

Wysocki, Włodzimierz (2003): *Przemyt a bezpieczeństwo ekonomiczne Polski*. Utgiver: ULMAK. Warszawa.

Zieliński, Jerzy (1972): «Główne miejsca dowodzenia». I: *Alkohol w kulturze i obyczaju*. (red. Jan Górski, Kazimierz Moczarski). Wiedza Powszechna, Warszawa 1972.

Østhus, Ståle (2005): *Befolkningens holdninger til alkoholpolitikken – en analysen av sammenhengen mellom alkoholpolitikken og folkemeningen i perioden fra 1962 og fram til i dag*. SIRUS rapport nr. 3/2005. Oslo 2005.

Kilder

Dagbladet (2012): «Smugler store mengder sprit og røyk i skyggen av narkotrafikken». URL: <http://www.dagbladet.no/2012/12/20/nyheter/smugling/innenriks/tollvesenet/politi/24842961/> [Lesedato: 04.06.2015]

Dinside (2015): «Sjekk om du kan kjøpe alkohol på valgdagen». URL: <http://www.dinside.no/934627/sjekk-om-du-kan-kjope-alkohol-paa-valgdagen> [Lesedato: 07.10.2015]

Drammens Tidene (2013): *41-åring dømt etter dødskrasj på E18*. URL: <http://www.dt.no/nyheter/drammen/lier/41-arling-domt-etter-dodskrasj-pa-e18/s/2-2.1748-1.8029325> [Lesedato: 23.10.2014]

Forum-Turystyczne (2010): URL: http://www.forum-turystyczne.pl/q/fo_id,132035,,szukam_pewnego_odbiorcy_na_papierosy,piwo_i_wodke_w_okolicach_oslo.html [Lesedato: 05.05.2015]

GUS (2014): «Miasta największe pod względem liczby ludności». URL: <http://stat.gov.pl/statystyka-regionalna/rankingi-statystyczne/miasta-najwieksze-pod-wzglem-liczby-ludnosci/> [Lesedato: 15.02.2015]

Insider (2014): Sesong 3, episode 1. URL: <https://se.sbsdiscovery.no/insider/sesong-3/episode-1-insider-3/7189/> [Dato: 06.01.2014]

Interia (2011): «Łza się w oku kręci. 20 lat po PGR-ach». URL: <http://biznes.interia.pl/kraj/news/lza-sie-w-oku-kreci-20-lat-po-pgr-ach,1710326,4200> [Lesedato: 03.04.2015]

Intervjuer. Foretatt under studieperioden. Intervjuguider ligger under “Vedlegg”.

Jewkes, Yvonne (2014): *Media and Crime*. Forelesning. Oslo: Institutt for kriminologi, 02.09.2014.

Johansen, Per Ole (2015a): Veiledningssamtale. Oslo: Institutt for kriminologi, 09.04.2015.

Johansen, Per Ole (2015b): Veiledningssamtale. Oslo: Institutt for kriminologi, 15.10.2015.

Niwserwis (2011): «Nielegalny rynek wyrobów akcyzowych w Polsce». URL: http://niwserwis.pl/system/rozne/nielegalny_rynek_wyrobow_akcyzowych_w_polsce.pdf [Lesedato: 24.11.2014]

Norsk Presseforbund. *Vær Varsom-plakaten*. URL: <http://presse.no/Etisk-regelverk/Vaer-Varsom-plakaten> [Lesedato: 14.06.2015]

OPI: Ośrodek przetwarzania informacji – Państwowy instytut badawczy. URL: <http://nauka-polska.pl/dhtml/raporty/ludzieNauki?rtype=opis&objectId=18999&lang=pl> [Lesedato: 18.01.2015]

Romerikes Blad (2013): *Snakk om smekkefull!* URL: http://www.rb.no/lokale_nyheter/article7017720.ece [Lesedato: 08.06.2014]

SSB (2015a): *Folkemengde, 1. januar 2015*. URL: <http://www.ssb.no/befolkning/statistikker/folkemengde> [Lesedato: 10.03.2015]

SSB (2015b): *Innvandrere og norskfødte med innvandrerforeldre, 1. januar 2015*. URL: <https://www.ssb.no/innvbef/> [Lesedato: 09.09.2015]

Stavanger Aftenblad (2013): «Mann siktet for uaktsomt drap og smugling etter ulykke på E18». URL: <http://www.aftenbladet.no/trafikk/Mann-siktet-for-uaktsomt-drap-og-smugling-etter-ulykke-pa-E18-3156683.html> [Lesedato: 26.11.2014]

Tollvesenet (2014): «Alkohol og tobakkskvote for reisende til Norge». URL: <http://www.toll.no/no/handle-i-utlandet/alkohol-og-tobakkskvote/kvote/> [Lesedato: 03.02.2015]

TV2 (2014): «Kraftig økning i smugling med vogntog fra Polen». URL: <http://www.tv2.no/a/5887138> [Lesedato: 09.11.2014]

Uniwersytet w Białymstoku. Wydział prawa. URL: http://www.prawo.uwb.edu.pl/prawo_new/wydzial.php?p=286 [Lesedato: 18.01.2015]

VG (2012): «Her smugler metanoldømte Erik Fallo sprit igjen». URL: <http://www.vg.no/nyheter/innenriks/her-smugler-metanoldoemte-erik-fallo-sprit-igjen/a/10075673/> [Lesedato: 22.08.2014]

VG (2013a): «Minst åtte tonn alkohol beslaglagt - åtte sjåfører stakk av». URL: <http://www.vg.no/nyheter/utenriks/minst-aatte-tonn-alkohol-beslaglagt-aatte-sjaafoerer-stakk-av/a/10109202/> [Lesedato: 23.11.2014]

VG (2013b): «18 tonn alkohol beslaglagt i storaksjon på Rygge: Hadde bygget om smuglerbilene». URL: <http://www.vg.no/nyheter/innenriks/hadde-bygget-om-smuglerbilene/a/10109249/> [Lesedato: 23.11.2014]

VG (2013c): «Politiet stopper storsmuglere flere ganger i uken». URL: <http://www.vg.no/nyheter/innenriks/politiet-stopper-storsmuglere-flere-ganger-i-uken/a/10109334/> [Lesedato: 25.11.2014]

VG (2013d): «Tollere slo til mot kolonne av smuglerbiler». URL: <http://www.vg.no/nyheter/innenriks/tollere-slo-til-mot-kolonne-av-smuglerbiler/a/10134532/> [Lesedato: 25.11.2014]

VG (2013e): «Sjekk den smuglerlasten!». URL: <http://www.vg.no/nyheter/innenriks/sjekk-den-smuglerlasten/a/10148127/> [Lesedato: 25.11.2014]

Vinmonopolet (2015): «Butikker og åpningstider». URL: <http://www.vinmonopolet.no/butikker> [Lesedato: 05.10.2015]

WP Wiadomości (2014): «Będzie mniej sklepów monopolowych? Kraków czeka na decyzję». URL: <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1329,title,Bedzie-mniej-sklepow-monopolowych-Krakow-czeka-na-decyzje,wid,16774083,wiadomosc.html> [Lesedato: 19.09.2014]

Vedlegg

NSD godkjenning

NSD – bekreftelse på endring av dato for prosjektslutt

Intervjuguide 1 – for polakker i Norge

Intervjuguide 2 – for en tidligere norsk smugler



Per Ole Johansen
Institutt for kriminologi og rettssosiologi Universitetet i Oslo
Postboks 6706 St. Olavs plass
0130 OSLO

Vår dato: 20.12.2013

Vår ref: 36545 / 2 / MB

Deres dato:

Deres ref:

TILBAKEMELDING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 05.12.2013. Meldingen gjelder prosjektet:

<i>36545</i>	<i>Polske aktører i det illegale alkoholmarkedet i Norge</i>
<i>Behandlingsansvarlig</i>	<i>Universitetet i Oslo, ved institusjonens øverste leder</i>
<i>Daglig ansvarlig</i>	<i>Per Ole Johansen</i>
<i>Student</i>	<i>Piotr Majewski</i>

Personvernombudet har vurdert prosjektet, og finner at behandlingen av personopplysninger vil være regulert av § 7-27 i personopplysningsforskriften. Personvernombudet tilrår at prosjektet gjennomføres.

Personvernombudets tilråding 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, 30.06.2015, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Vennlig hilsen

Vigdis Namtvedt Kvalheim

Marianne Bøe

Kontaktperson: Marianne Bøe tlf: 55 58 25 83

Vedlegg: Prosjektvurdering

Kopi: Piotr Majewski peter.m89@hotmail.com

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

Avdelingskontorer / District Offices

OSLO: NSD, Universitetet i Oslo, Postboks 1055 Blindern, 0316 Oslo. Tel: +47-22 85 52 11. nsd@uio.no
TRONDHEIM: NSD, Norges teknisk naturvitenskapelige universitet, 7491 Trondheim. Tel: +47 73 59 19 07. kjette.svarva@svt.ntnu.no
TROMSØ: NSD, SVI, Universitetet i Tromsø, 9037 Tromsø. Tel: +47 77 61 43 36. nsdmaa@svi.uib.no



Det vil gjennomføres en intervjuundersøkelse med personer med polsk bakgrunn som har tilknytning til det illegale alkoholmarkedet i Norge (innsatte og andre), samt ansatte i Tollvesenet. Utvalget vil bli rekruttert via ledelsen i Tollvesenet eller via studentens eget nettverk. Datamaterialet vil i tillegg bestå av smuglerdommer som er offentlig tilgjengelige på Lovdata.

Personvernombudet legger til grunn at det innhentes nødvendig godkjenning fra Kriminalomsorgen, samt at prosjektet klareres med det enkelte fengsel og med Tollvesenet.

Ifølge prosjektmeldingen skal det innhentes muntlig samtykke basert på muntlig informasjon om prosjektet og behandling av personopplysninger. Personvernombudet forutsetter at det gis muntlig informasjon om følgende for at samtykket skal være gyldig i henhold til personopplysningsloven:

- formålet med prosjektet
- hvilke metoder som vil bli benyttet
- hvilke opplysninger som samles inn
- hva opplysningene skal brukes til
- hvem som vil ha tilgang på opplysningene
- at opplysningene vil bli behandlet konfidensielt
- at det er frivillig å delta
- at man kan trekke seg når som helst uten å måtte begrunne det
- dato for prosjektslutt og at alle innsamlede opplysninger anonymiseres ved prosjektslutt og i den ferdige oppgaven
- kontaktopplysninger til veileder og student.

Personvernombudet anbefaler at det presiseres at det ikke vil ha konsekvenser i forhold til arbeidsgiver eller arbeidsforhold om den enkelte ansatte i Tollvesenet velger å delta, eller i forhold til soningsforhold eller fengselet om den enkelte innsatte velger å delta eller ikke.

Det vil i prosjektet bli registrert sensitive personopplysninger om at en person har vært mistenkt, siktet, tiltalt eller dømt for en straffbar handling, jf. personopplysningsloven § 2 nr. 8 b).

I forbindelse med forskning på innsatte, stilles spesielle krav både fordi deltakerne tidvis anses å utgjøre en sårbar/utsatt gruppe og på grunn av den spesielle situasjonen de befinner seg i. Personvernombudet viser i til de utfordringer som NESH beskriver i denne forbindelse:

<http://www.etikkom.no/no/FBIB/Temaer/Forskning-pa-bestemte-grupper/Innsatte/>

Innsamlede opplysninger registreres på privat pc. Personvernombudet legger til grunn at student setter seg inn i og etterfølger Universitetet i Oslo sine interne rutiner for datasikkerhet, spesielt med tanke på bruk av privat pc

til oppbevaring av personidentifiserende data.

Forventet prosjektslutt er 30.06.2015, og innsamlede opplysninger skal da anonymiseres og lydopptak slettes. Anonymisering innebærer at direkte personidentifiserende opplysninger som navn/koblingsnøkkel slettes, og at indirekte personidentifiserende opplysninger (sammenstilling av bakgrunnsopplysninger som f.eks. yrke, alder, kjønn) fjernes eller grovkategoriseres slik at ingen enkeltpersoner kan gjenkjennes i materialet.

Bekreftelse på endring av dato for prosjektslutt

Viser til epost mottatt 15.05.2015.

Personvernombudet har nå registrert 31.12.2015 som ny dato for prosjektslutt.

Det legges til grunn at prosjektopplegget for øvrig er uendret. Ved ny prosjektslutt vil vi rette en ny statushendelse.

Ta gjerne kontakt dersom du har spørsmål.

--

Vennlig hilsen/best wishes

Audun Gabriel Løvlie
Rådgiver/Adviser

Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS
(Norwegian Social Science Data Services)
Personvernombud for forskning
(Data Protection Official for Research)
Harald Hårfagres gate 29, 5007 BERGEN

Tlf. direkte: (+47) 55 58 23 07

Tlf. sentral: (+47) 55 58 81 80

Faks: (+47) 55 58 96 50

Email: audun.lovlie@nsd.uib.no

Internettadresse: www.nsd.uib.no/personvern

Intervjuguide 1

For intervjuer av polakker i Norge

1. Presentere meg selv

2. Presentere prosjektet

Temaet for mitt masterprosjekt er alkoholsmugling og det illegale alkoholmarkedet i Norge. Jeg skal fokusere på polske aktører som i de siste årene har blitt en stor del av det illegale norske alkoholmarkedet.

3. Forespørsel om samtykke og lydopptak

Informere om at samtalen tas opp, anonymitet og at samtalen blir slettet etter prosjektets slutt.

4. Temaene som skal tas opp under samtalen:

Hvor lenge har du bodd i Norge? Hvilken bransje har du jobbet i?

Har du noen gang fått tilbud om kjøp av alkohol fra polakker?

- Kjøper du alkohol fra dem?
- Kjenner du noen som har fått tilbud?
- Hvordan er kvaliteten på smuglet sprit i forhold til den man kan kjøpe på Vinmonopolet?

Hvorfor mener du polakker smugler alkohol til Norge? Hva er hovedgrunner til at polakker i Norge kjøper smuglet alkohol?

Har du hørt noe om smugling?

- Hvordan smugles det? (landvei, sjøvei, luftvei) Noen spesielle måter å smugle på?
- Hvem selges varene til? (Polakker, nordmenn, andre nasjonaliteter?)
- Hvordan «reklamerer» de sin «virksomhet»? (Hvordan skaffer de seg kunder?)
- Hvor ofte og i hvor store mengder smugles det?

- Hvordan er det hele organisert? (smuglere, kurerer, bakmenn). Er det de samme personene som gjør alt, eller deres oppgaver er fordelt på flere? F.eks. salg, smugling over grensa, lagring av varer, transport til grensa, organisering i Polen)

Hvorfor tror du det er nettopp polakker som har blitt fremstilt som de ledende smuglere? (Hjelpespørsmål: Smugler de faktisk mest? Hva med smuglere fra andre land? Norge, Tyskland, Litauen, Russland, Sverige, Estland, osv.? Det er jo ikke bare polakker som smugler)

Hvor lett tilgjengelig er smuglet, polsk alkohol i Norge? (Hjelpespørsmål: Er det enkelt å bestille smuglet alkohol? Ringe, sende sms? Kommer de med varene eller må man dra til dem selv?)

Hvordan ser du på eventuelle koblinger av polske smuglere med polakker som bor i Norge?

- A. Polakker som bor i Norge er kun en viktig kundegruppe.
- B. Det finnes et samarbeid mellom smuglere og polakker som bor i Norge. (Polakker som bor i Norge bidrar på denne måten til en utvikling av et illegalt alkoholmarked i Norge).
- C. Det finns ingen koblinger mellom polakker som bor/jobber i Norge og de polske smuglerne.

Hva synes du om den nylige debatten om å stenge grenser i Norge. Ville stengte grenser minske smugling?

Synes du strengere straff ville ha en avskrekkende effekt på de polske smuglere i Norge? F.eks. lenger fengselsstraff, høyere bøter, innreiseforbud, inndragning av biler.

Spørsmål angående den informelle økonomien i Polen, og om den illegale handelen med alkohol i Norge:

- Kjenner du til smugling fra Polen eller opplevde du dette for første gang i Norge?
- Har polske hatt noe tradisjon for smugling/hjemmebrenning? Hvis ikke: Er dette noe nytt?
- Hvordan ser evt. dette fenomenet ut i Polen? Likheter med/forskjeller fra Norge? Fungere det illegale alkoholmarkedet på samme måte eller er det annerledes?
- Dersom du har bodd i Polen på 1980-1990-tallet, hvordan har Jernteppets fall forandret økonomien i Polen?

- Hvordan har den informelle økonomien i Polen sett ut de siste årene? Er det mye illegal handel? Hvordan er folkets tillitt til politikere, politi, tollvesenet, osv.?

Hva er ditt forhold til smugling?

- A. Jeg forstår smuglere og «forsvarer» deres handlinger.
- B. Jeg synes, at smugling har skadelig innflytelse på hvordan polakker i Norge oppfattes.

5. Informere om at deltakelse er frivillig og anonymt

6. Takk for deltakelsen!

Intervjuguide 2

For et intervju av en tidligere norsk smugler

1. Presentere meg selv

2. Presentere prosjektet

Temaet for mitt masterprosjekt er alkoholsmugling og det illegale alkoholmarkedet i Norge. Jeg skal fokusere på polske aktører som i de siste årene har blitt en stor del av det illegale norske alkoholmarkedet.

3. Forespørsel om samtykke og lydopptak

Informere om at samtalen tas opp, anonymitet og at samtalen blir slettet etter prosjektets slutt.

4. Temaene som skal tas opp under samtalen:

Spørsmål om fortiden:

Når og over hvor lang periode smuglet du?

- Jobbet du alene (for deg selv) eller for noen? Var du en del av et større nettverk?
- Hvordan foregikk salget? Et møte avtalt sted? Hjemkjøring? Var salget tilknyttet noen virksomheter? (Eks. bilverksteder)
- Hva var dine oppgaver?
- Hvem var hovedaktørene da, og hvem kjøpte?
- Hvordan «reklamerte» man sin virksomhet?
- Hvordan ble du involvert i smugling?
- Hva var hovedgrunner? Eks.: bra fortjeneste? Ingen annen jobb å få?
- Hva tenkte du om risikoen å bli tatt?
- Hvorfor sluttet du etterhvert?

Hvis du har smuglet i starten av 2000-tallet, hvordan har metanolsaken forandret markedet?

Har det kommet noen nye aktører inn i bildet etter metanolsaken? Hvordan reagerte kundene?

Skepsis?

Spørsmål om nåtiden:

Har det blitt mer smugling nå enn det det var før?

Har metodene å smugle på forandret seg med årene?

Vet du om Nordmenn smugler i like stor omfang nå, som før eller har det forandret seg?
(Media fremstiller utenlandske som den største gruppen nå)

Er markedet for smuglet alkohol like stor eller større enn før? Hvorfor tror du det har endret seg?

Har nordmenn hatt en tradisjon for smugling/hjemmebrenning?

Hva tenker du er hovedfaktorene for at folk smugler/kjøper smuglet sprit i Norge?

Hva synes dere om den nylige debatten om å stenge grenser i Norge. Ville stengte grenser minske smugling?

Spørsmål om polakker:

Har du hørt noe om polske smuglere i Norge? Lett å kjøpe alkohol fra dem? Priser? Måter de smugler på? Deres kundegruppe?

Tror du at polske smuglere skremmes bort fra markedet med høyere straffer, f.eks. innreiseforbud, bøter, osv.?

Har du fått tilbud om å kjøpe alkohol fra polakker? Kjenner du noen som har fått tilbud? Er den polske alkoholen lett tilgjengelig i Norge?

Hva synes du er hovedfaktorer for at polakker smugler/kjøper smuglet sprit i Norge?

Tror du polakker driver på samme måte som nordmenn før, eller har de noen andre måter å smugle på?

Hvorfor tror du det er nettopp polakker som har blitt fremstilt som de ledende smuglere?
(Hjelpespørsmål: Smugler de faktisk mest? Hva med smuglere fra andre land? Norge, Tyskland, Litauen, Russland, Sverige, Estland, osv.? Det er jo ikke bare polakker som smugler).

5. Informere om at deltakelse er frivillig og anonymt

6. Takk for deltakelsen!