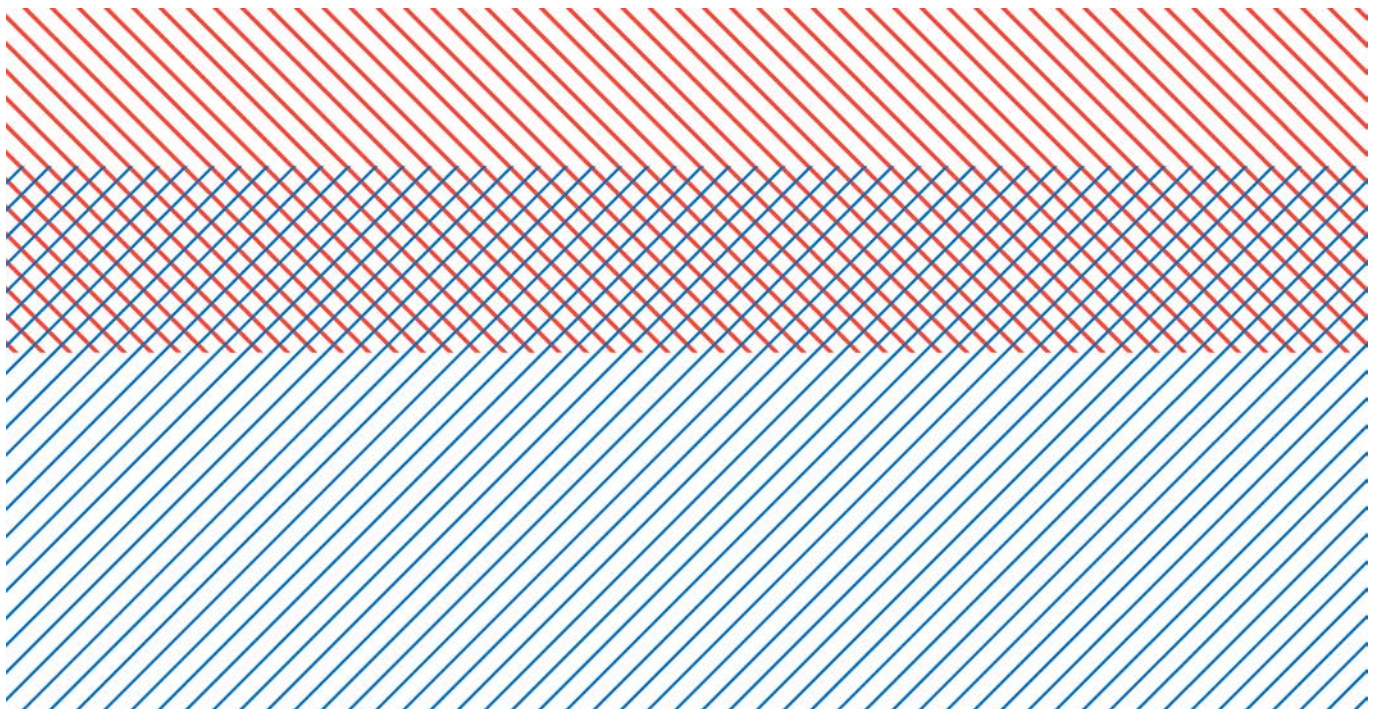


Rapport

AlkoTalk

Erfaringer fra et pilotprojekt med alkoholrådgivning til unge



Pernille Hjarsbech, Laura Emdal Navne og Mette Slotved

AlkoTalk – Erfaringer fra et pilotprojekt med alkoholrådgivning til unge

© VIVE og forfatterne, 2017

e-ISBN: 978-87-93626-37-9

Projekt: 11000

VIVE – Viden til Velfærd

Det Nationale Forsknings- og Analysecenter for Velfærd

Købmagergade 22, 1150 København K

www.vive.dk

VIVE blev etableret den 1. juli 2017 efter en fusion mellem KORA og SFI. Centeret er en uafhængig statslig institution, som skal levere viden, der bidrager til at udvikle velfærdssamfundet og den offentlige sektor. VIVE beskæftiger sig med de samme emneområder og typer af opgaver som de to hidtidige organisationer.

VIVEs publikationer kan frit citeres med tydelig kildeangivelse.

Forord

TRYGFONDEN har bevilliget penge til Novavi til at gennemføre et etårigt pilotprojekt om alkoholrådgivning til unge.

Novavi har udviklet et tilbud om alkoholrådgivning til unge i alderen 16-25 år med et skadeligt forbrug af alkohol. Pilotprojektet har haft til formål at tilvejebringe viden om de unge og afprøve, hvilke rekrutterings- og interventionsmetoder, der kan anvendes over for de unge. VIVE har været tilknyttet projektet som evaluator.

Denne rapport indeholder VIVEs evaluering af pilotprojektet AlkoTalk. Rapporten beskriver de aktiviteter, der er gennemført i projektperioden og de erfaringer, der har været med på forsøgsbasis at etablere et tilbud om alkoholrådgivning til unge.

Evalueringen var oprindeligt tilrettelagt som en kombineret survey-, observations- og interviewundersøgelse. Grundet udfordringer med rekruttering af deltagere til projektet er surveypopulationen dog blevet for lille til, at det giver mening at analysere på den, ligesom en række interview har måttet udgå grundet den manglende rekruttering til projektet.

På denne baggrund er evalueringen alene baseret på kvalitative data, herunder dokumentanalyse, observation og interview.

Tak til projektgruppen bag AlkoTalk for et godt samarbejde og for at give VIVE indsigt i projektets proces og udvikling. Tak til de vejledere og unge, der har deltaget i interview.

Forfatterne
2017

Indhold

Resumé.....	5
1 Indledning.....	8
1.1 Projekt AlkoTalk	8
1.2 VIVEs evaluering	10
1.3 Formål og undersøgelsesspørgsmål	11
1.4 Rapportens struktur	12
2 Undersøgelsens datagrundlag.....	13
2.1 Dokumentanalyse	13
2.2 Observation og uformelle samtaler.....	14
2.3 Interview.....	15
2.4 Metodiske forbehold.....	17
3 Aktiviteter i AlkoTalk	18
3.1 Rekrutteringsaktiviteter	18
3.2 Individuelle rådgivende samtaler med unge	20
3.3 Samarbejde med uddannelsesinstitutioner.....	21
3.4 Stande i kantiner på uddannelsesinstitutioner	22
3.5 Rådgivning af vejledere på uddannelsesinstitutioner	25
3.6 Klasseundervisning og gruppearbejde	27
3.7 Forældrearrangement	28
3.8 Digital test om alkoholforbrug	29
3.9 Opsummering	31
4 Erfaringer i forhold til målgrupper, rekruttering og intervention.....	33
4.1 Målgrupper	33
4.2 Rekruttering og intervention.....	36
4.3 Opsummering	40
5 Diskussion af erfaringer til fremadrettet brug	41
5.1 Opsummering	44
6 Konklusion.....	45
Litteratur	48
Bilag 1 AlkoTalks digitale test om alkoholforbrug.....	49

Resumé

Denne rapport er en evaluering af pilotprojektet AlkoTalk, som VIVE har gennemført for Novavi. Novavi har udviklet et tilbud om alkoholorådgivning til unge mellem 16-25 år med et skadeligt forbrug af alkohol defineret ved, at de drikker mere end 30 genstande om ugen. AlkoTalk-projektet har forløbet fra marts 2016 til juli 2017.

Oprindeligt bestod den primære intervention i projektet af individuelle rådgivende samtaler målrettet unge med et skadeligt forbrug af alkohol. Derudover kunne interventionen tilbyde samtaler, der involverede den unges netværk, fx familie eller venner. For at rekruttere unge til samtaler, var rådgiverne fra projektet personligt til stede med en stand i kantinen på to ungdomsuddannelser i København, henholdsvis KVUC og NEXT.

Undervejs i projektet erfarer projektgruppen, at det var yderst vanskeligt at rekruttere unge og deres netværk til samtaleforløb. Derfor blev der ca. halvvejs i projektet satset på en bredere vifte af aktiviteter. De nye aktiviteter omfattede blandt andet en digital test af unges alkoholforbrug, kortere kompetenceforløb for vejledere på KVUC og NEXT samt en bredere kontakt til uddannelsesinstitutioner i Lyngby, Rungsted og Køge.

Formålet med VIVEs evaluering af AlkoTalk har været at belyse: 1) hvordan AlkoTalk er blevet implementeret, 2) hvilke erfaringer der kan udledes af AlkoTalk i forhold til at matche målgruppen med rekrutteringsstrategier og interventionsmetoder, og 3) hvordan viden og erfaringerne fra AlkoTalk kan bruges fremadrettet i forhold til indsatser målrettet unge og alkohol.

VIVEs undersøgelse baserer sig på følgende datakilder: dokumentanalyse af AlkoTalks eget skriftlige materiale, observation af AlkoTalks stand, gruppeinterview med vejledere på henholdsvis KVUC og NEXT samt fokusgruppeinterview med elever på NEXT – og endelig afsluttende interview med henholdsvis AlkoTalks projektleder og to rådgivere.

Evalueringens overordnede konklusion er, at den oprindelige projektidé strandede ved, at den udpegede målgruppe – unge med et skadeligt forbrug af alkohol – ikke lod sig rekruttere til den oprindelige intervention med individuelle rådgivende samtaler. Målet med at tilbyde unge med et højt/skadeligt alkoholforbrug en individ- og problemorienteret indsats i form af de individuelle samtaler er ikke lykkedes. I tråd med forskning på området, peger evalueringen på, at en af hovedårsagerne til, at dette har været vanskeligt, er, at de unge ikke opfatter deres alkoholforbrug som noget, der er problematisk eller skadeligt. Endvidere har den oprindelige interventionsform ikke i tilstrækkelig grad taget højde for "normaliteten" i unges (store) alkoholforbrug samt det sociale aspekt i, hvorfor og hvordan unge bruger alkohol.

I det følgende gives et resume af undersøgelsens fund, i forhold til de tre overordnede undersøgelsesspørgsmål.

1. Hvilke aktiviteter er blevet afprøvet og implementeret i AlkoTalk?

AlkoTalk har forsøgt at rekruttere unge til individuelle samtaler blandt andet via deres Facebookside, en flyer om projektet, der er uddelt bredt, og via stande i kantiner på uddannelsesinstitutionerne. På standene har de unge kunne prøve promillebriller, spise en chokoladeskildpadde og efterfølgende tage en alkomertest samt prøve AlkoTalks digitale test om alkoholforbrug.

Der har kun været otte unge, der har taget imod tilbuddet om individuelle rådgivende samtaler hos AlkoTalk. De unge henvendte sig ikke på eget initiativ, men blev henvist fra vejlederne på KVUC og

NEXT. Endvidere erfarede AlkoTalk, at de fleste af disse unge havde brug for omfattende hjælp i form af psykiatrisk behandling, hvilket ligger uden for projektets formål og rammer.

Samarbejdet med uddannelsesinstitutionerne blev forstærket, efter at projektteamet måtte erkende, at de ikke kunne rekruttere unge eller deres netværk til samtaleforløb. Rådgiverne lavede kompetenceudvikling af vejlederne på KVUC og NEXT, de kom med ud i klasserne og gav en kort undervisning om alkohol, informerede om projektet samt den digitale test og endelig blev der afholdt et enkelt forældrearrangement i samarbejde med Lyngby Gymnasium.

Vejlederne på KVUC og NEXT har været glade for samarbejdet med AlkoTalk. De føler, at AlkoTalk har været med til at få deres øjne op for problemet med unge, der drikker for meget, og at AlkoTalks undervisning har givet dem endnu en facet at tage i betragtning i deres vejledning af unge.

AlkoTalk har udviklet en digital test, der måler på de unges alkoholforbrug. Testen består af en række spørgsmål, der udfyldes på en åben hjemmeside. Der beregnes en score for den unges alkoholforbrug, som placerer den unges alkoholforbrug i en af kategorierne lavrisikoforbrug, moderat risikoforbrug eller højrisikoforbrug. Endvidere anvender testen social pejling, idet den sammenligner den unges gennemsnitlige ugentlige forbrug med andre jævnaldrende af samme køn.

2. Hvilke erfaringer kan der udledes af AlkoTalk i forhold til at matche målgruppen med rekrutteringsstrategier og interventionsmetoder?

AlkoTalk er ikke lykkedes med at rekruttere den primære målgruppe til projektet. Flere af de unge, som kom til individuelle samtaler i projektperioden, viste sig, som tidligere beskrevet, at have brug for psykiatrisk behandling. På baggrund af disse erfaringer afgrænsede AlkoTalk målgruppen i forhold til de meget tunge cases.

I forhold til projektets sekundære målgruppe er det primært vejlederne på ungdomsuddannelser, projektet har haft succes med at inddrage. I forhold til de unges netværk har projektet kun haft en enkelt "vennesamtale", mens der ikke har været samtaler med familie. Det har været en barriere for forældrerekruttering, at målgruppen er unge på ungdomsuddannelser, idet forældre ikke spiller en særlig aktiv rolle her modsat i fx folkeskolen.

En af projektets helt store udfordringer har været, at de individuelle samtaler udtrykker en problem-baseret tilgang til de unges alkoholforbrug, mens langt de fleste unge ikke selv oplever, at de har et problem med alkohol. De forbinder et skadeligt alkoholforbrug med noget helt andet end den festglade unge, der drikker sammen med sine venner. Heller ikke personer i netværket omkring de unge opfatter nødvendigvis de unges alkoholforbrug som et problem.

Generelt har rådgiverne i AlkoTalk oplevet en høj grad af åbenhed og villighed blandt de unge til at tale om alkohol. De unge har taget godt imod AlkoTalks stande i kantinerne, klasseundervisningen samt den digitale test. Alt sammen noget, der – i hvert fald i en begrænset periode – har haft deres interesse. Omvendt er erfaringerne fra rådgivere og vejledere, at der er et stort spring fra at ville snakke om alkohol til at erkende, at man selv kan have et reelt problem og endnu længere derfra til at bede om hjælp.

En læring ved projektet har været, at tilgangen med kun at se på de unges problemer med "alkohol-brillerne" på har været for snæver – i hvert fald hvis man ønsker at tilbyde individuelle rådgivningsforløb. Forskning på området viser, at alkoholforbrug ikke nødvendigvis er forbundet med trivselsproblemer, men at unge, som drikker alkohol ofte, er godt integreret i sociale sammenhænge.

Projektet skiftede målsætning undervejs til at ville skabe bevidsthed og øget viden om alkohol blandt de unge, blandt andet via den digitale test. VIVEs undersøgelse har ikke data til at belyse, hvorvidt dette er lykkedes.

3. Hvordan kan erfaringerne fra AlkoTalk bruges i en fremadrettet indsats i forhold til unge og alkohol?

En anden læring fra AlkoTalk er, at målgruppen skal defineres tydeligt, så rekruttering og intervention kan tilpasses til målgruppens behov. Selvom projektet fra start havde en tydeligt defineret målgruppe, har en central udfordring for projektet været at indkredse målgruppen og få identificeret en målgruppe, der også lod sig rekruttere. Projektet er, via deres stande i kantinerne, som taler ind i en ungdoms- og festkultur, endt med at tiltrække grupper af unge med nogle typer af drikkemotiver og -mønstre, mens de har tilbudt en individuelt og problemorienteret tilgang, som passer til en anden gruppe af unge med en anden type drikkemønstre.

Forskning på området viser, at der er mange håndtag, der *kan* og *skal* drejes på, hvis man vil adressere og nedsætte unges alkoholforbrug i Danmark. Nogle grupper af unge har brug for individuelle indsatser, der giver dem færdighederne til at kunne afstå fra at drikke eller til at nedsætte deres alkoholforbrug. Mens andre grupper af unge vil have mest udbytte af generelle forebyggelsesstrategier, der rammer på gruppeniveau, som fx lovgivning. Ligeledes er forældrene en vigtig aktør, der allerede inddrages aktivt i folkeskoletiden. Men der er behov for, at de også kan være en aktiv medspiller i forhold til, når de unge begynder på ungdomsuddannelser. Eftersom de unges alkoholforbrug er en integreret del af deres sociale liv – er det vigtigt at udvikle indsatser, der tager højde for dette, blandt andet ved at arbejde med kulturen og de sociale processer på gruppeniveau og i vennergrupper. Projekt AlkoTalk har igennem deres projekt fået bekræftet, at alkohol og uddannelse synes at følges tæt ad, hvorfor ungdomsuddannelserne fortsat synes at være en helt central og relevant målgruppe for alkoholforebyggende interventioner.

Spørgsmålet om, hvilke interventioner der er virkningsfulde, står dog fortsat ubesvaret. Projektet har gjort en række værdifulde erfaringer men har været stærkt udfordret af, at de undervejs har måttet justere deres aktiviteter igen og igen.

1 Indledning

Dette kapitel introducerer pilotprojektet AlkoTalk, og hvordan det har ændret sig undervejs i projektperioden grundet problemer med at rekruttere målgruppen. Præsentationen af projektet tager afsæt i Novavis oprindelige projektbeskrivelse, samt den løbende dialog VIVE har haft med AlkoTalks to rådgivere undervejs i projektperioden. Kapitlet introducerer desuden VIVEs evaluering samt rapportens struktur.

1.1 Projekt AlkoTalk

AlkoTalk er et pilotprojekt, der har modtaget støtte fra TrygFonden, og som er forløbet i perioden fra 1. marts 2016 til 1. juli 2017. De første fire måneder bestod af en udviklingsfase, mens selve interventionsdelen af projektet foregik fra 1. august 2016 til 1. juli 2017. AlkoTalk har været forankret hos og igangsat af Novavi, der udbyder alkohol- og stofbehandling.¹

Baggrunden for AlkoTalk var en række undersøgelser, der viser, at danske unge både drikker hyppigere og mere, sammenlignet med unge i andre lande, men også sammenlignet med andre aldersgrupper i Danmark. Eksempelvis er andelen, der overskrider både Sundhedsstyrelsens lavrisiko- og højrisikogrænse for alkoholindtag², størst i aldersgruppen 16-24 år. Ligesom andelen, der jævnligt drikker fem eller flere genstande hver måned, også er størst i denne aldersgruppe (Sundhedsstyrelsen, 2014). Endvidere viser Ungeprofilen, som er en undersøgelse blandt gymnasie-, hf- og erhvervsskoleelever, at omkring 20 % af eleverne drikker mere end Sundhedsstyrelsens højrisikogrænse (Bendtsen et al., 2015). En europæisk sammenligning af unge 15-16-åriges alkoholvaner viser, at danske unge ligger over gennemsnittet i forhold til andelen, der *overhovedet drikker*, ligesom danske unge også ligger langt over gennemsnittet på spørgsmålet om at *have drukket inden for den sidste måned* (The ESPAD Group, 2015).

Novavi har endvidere haft et langsigtet forebyggelsesperspektiv med projektet, da de, baseret på egne erfaringer, kan se, at de mennesker, som kommer i alkoholbehandling som voksne, allerede har startet deres misbrug mange år tidligere i deres ungdom. Novavis egne erfaringer med alkoholbehandling af unge viser dog, at det er vanskeligt at tiltrække og fastholde unge i alkoholbehandling, da de unge ofte ikke selv oplever, at de har et problem i forhold til deres alkoholforbrug.

Målgruppen for AlkoTalk var afgrænset til unge mellem 16 og 25 år med et skadeligt forbrug af alkohol, defineret ved at de drikker mere end 30 genstande om ugen. Denne gruppe af unge var projektets primære målgruppe. Sekundært omfattede målgruppen for projektet den unges netværk, der kunne have brug for råd og vejledning i forhold til håndtering af en ung med et eventuelt skadeligt alkoholforbrug. Netværket kunne eksempelvis være venner og familie til den unge eller professionelle, som arbejder med den unge, som eksempelvis lærere eller vejledere.

Formålet med projekt AlkoTalk var at tilvejebringe viden om 1) målgruppen af unge med et skadeligt forbrug af alkohol, 2) hvilke rekrutteringsmetoder der skal bruges til at få fat i målgruppen, 3) hvilke interventionsmetoder som er gunstige i forhold til de unge (Fonden Lænke-ambulatorierne, 2015).

¹ I december 2016 skiftede Fonden Lænke-ambulatorierne i Danmark navn til Fonden Novavi.

² Sundhedsstyrelsens (SST) udmeldinger om alkohol indeholder en lavrisikogrænse for alkohol på 7 og 14 genstande om ugen for hhv. kvinder og mænd, mens et alkoholforbrug på mere end 14 og 21 genstande om ugen for hhv. kvinder og mænd er forbundet med høj risiko for at skade helbredet. (SST <https://www.sst.dk/da/sundhed-og-livsstil/alkohol>).

Projektets oprindelige design

Oprindeligt bestod den primære intervention i projektet af individuelle rådgivende samtaler målrettet unge med et skadeligt forbrug af alkohol. Derudover kunne interventionen tilbyde samtaler, der involverede venner og/eller familie til den unge. De unge og eventuelt deres netværk skulle rekrutteres igennem Facebook, AlkoTalks hjemmeside og ved at rådgiverne fra projektet var personligt tilstede på to uddannelsesinstitutioner (Fonden Lænke-ambulatorierne, 2015). Ifølge den oprindelige projektplan var ønsket at inddrage tre forskellige typer af ungdomsuddannelser; en teknisk skole, et gymnasium og et voksenuddannelsescenter (VUC). I projektets udviklingsfase blev der indgået samarbejde med Københavns Voksenuddannelses Center (KVUC) og en afdeling af NEXT Uddannelse København (NEXT), som udbyder erhvervsuddannelser og EUX (Fonden Lænke-ambulatorierne, 2015).

Bemandingen af AlkoTalk bestod af en projektleder, to rådgivere og en projektassistent. I januar 2017, ca. halvvejs i projektet, skiftede projektet projektleder. Den senest fungerende projektleder for AlkoTalk var også fungerende projektleder for UngRevers, som er et andet af Novavis projekter, der er målrettet børn af misbrugere.³

Tabel 1.1 giver en oversigt over, hvordan projektet oprindeligt var tænkt i forhold til projektets tre fokusområder; målgruppe, rekruttering og intervention.

Tabel 1.1 Oprindeligt planlagte aktiviteter i projektet

Målgruppe	Rekruttering	Intervention
Primær målgruppe: <ul style="list-style-type: none">• Unge i alderen 16-25 år med et skadeligt forbrug af alkohol (> 30 genstande om ugen)	AlkoTalks rekruttering af unge via: <ul style="list-style-type: none">• Tilstedeværelse på skolerne• Facebook• Hjemmeside	3 individuelle rådgivende samtaler om alkohol
Sekundær målgruppe: <ul style="list-style-type: none">• Venner• Forældre• Professionelle, fx lærer, vejleder	Målgruppernes indgange til kontakt med AlkoTalk via: <ul style="list-style-type: none">• Tilstedeværelse på skolerne• Facebook, messenger• E-mail• Telefon	Yderligere aktiviteter ved behov: <ul style="list-style-type: none">• Op til 10 individuelle samtaler• Gruppebaserede venne/netværkssamtaler• Familiesamtaler• Yderligere psykologisk/ psykiatrisk udredning

Anm.: Interventionens arenaer: KVUC, NEXT

Projektets udvikling

Undervejs i projektet erfarede projektgruppen bag AlkoTalk, at det var yderst vanskeligt at rekruttere unge og deres netværk til samtaleforløb. Halvvejs i interventionsfasen besluttede AlkoTalks projektleder og de to rådgivere sig derfor for at skifte fokus og satse på en bredere vifte af aktiviteter med henblik på at opnå viden om målgruppen, bevidstgøre unge om deres alkoholforbrug og rådgive fagprofessionelle på ungdomsuddannelser omkring håndtering af unge med et skadeligt alkoholforbrug. Dette skifte betød også, at interventionsfasen blev forlænget fra 9 til 11 måneder.

Det nye fokus omfattede blandt andet inddragelse af en digital test, der har til formål at bevidstgøre de unge om deres alkoholforbrug, herunder om skadelige konsekvenser, hvor mange penge det koster, og hvor mange kalorier der er i den mængde af alkohol, den unge drikker.

³ <http://novavi.dk/ung-revers/boern-og-unge/>

Foruden testen igangsatte rådgiverne i AlkoTalk kortere kompetenceforløb for vejledere samt ud-bredte kontakten til uddannelsesinstitutioner, hvorved de kom i kontakt med unge og vejledere på gymnasier i Lyngby og Rungsted og handelsskolen i Køge.

På KVUC og NEXT har de to rådgivere fra AlkoTalk haft en stand i kantinen, hvor de har været til stede én gang om ugen i lidt over ét halvt år, mens AlkoTalk kun har været på besøg med deres stand en enkelt gang på de tre øvrige uddannelser. På standene har rådgiverne forsøgt at falde i snak med flest muligt unge omkring deres alkoholforbrug igennem iøjnefaldende postere, muligheden for at afprøve promillebriller, puste i et alkoholmeter og gennemføre den digitale test.

Desuden fremgår det af logbøger fra projektet, at AlkoTalk i projektperioden har forsøgt at få gang i en række samarbejder. AlkoTalk har været i kontakt med læger på Rigshospitalet og Herlev med henblik på at komme i kontakt med forældre, hvis børn kommer ind til observation på akutafdelingerne på grund af for meget alkohol. AlkoTalk har rettet henvendelse til en række uddannelsesinstitutioner med henblik på samarbejde. Ligesom de har haft dialog med en række øvrige aktører på området (Uturn, Hope, Alkolinjen, Headspace og GODA, SSP Køge) med henblik på samarbejde og erfaringsudveksling.

Tabel 1.2 viser de aktiviteter, som indgår i VIVEs evaluering, da de betragtes som de hovedaktiviteter, der er endt med at blive gennemført i projektet. Rekrutterings- og interventionsaktiviteter er vist samlet i tabellen for at tydeliggøre, at opdelingen af aktiviteterne i henholdsvis rekruttering og intervention ikke er entydig i forhold til, hvordan projektet rent faktisk er forløbet.

Tabel 1.2 Gennemførte aktiviteter i projektet

Målgruppe	Rekruttering og intervention
Primær målgruppe: • Unge i alderen 16-25 år på ungdomsuddannelser	Facebookside Flyer
Sekundær målgruppe: • Vejledere på ungdomsuddannelser	Individuelle rådgivende samtaler
	Stande på uddannelser Rådgivning af vejledere Klasseundervisning/ gruppearbejde
	Digital test om alkoholforbrug

Anm.: Interventionens arenaer: KVUC, NEXT, Rungsted Gymnasium, Lyngby Gymnasium, Campus Køge

I kapitel 3 uddybes beskrivelserne af de aktiviteter, der har været gennemført i projektet.

1.2 VIVEs evaluering

VIVEs oprindelige evalueringsdesign

VIVEs evaluering havde oprindeligt til formål at: 1) belyse, hvordan indsatsen var gennemført, 2) identificere elementer i indsatsen, som hæmmer henholdsvis fremmer modtagelse hos målgruppen og muliggør forbedringer af indsatsen og 3) belyse, hvordan målgruppe, rådgivere og øvrige aktører vurderer indsatsen.

Til at belyse dette, havde VIVE planlagt en dataindsamling, der bestod af: 1) En spørgeskemaundersøgelse blandt ungemålgruppen, der havde til formål at give kendskab til målgruppen samt at få deres vurdering af indsatsen. 2) Observation af interventionen, med det formål at belyse samspillet

mellem rådgiverne og de unge og identificere, hvordan selve indsatsen gennemføres og tager sig ud i praksis. 3) Fokusgruppeinterview med henholdsvis unge, familiemedlemmer og venner, der havde deltaget i samtaleforløb, vejledere og lærere på deltagende uddannelsesinstitutioner og AlkoTalks rådgivere. Fokusgrupperne med de forskellige målgrupper skulle sikre forskellige perspektiver på indsatsen og bringe de forskellige målgruppers oplevelser i spil.

Som følge af pilotprojektets udvikling og ændringer, ændrede evalueringens fokus sig også.

I alt har AlkoTalks rådgivere haft individuelle samtaler med otte unge, hvilket er markant lavere end det tiltænkte mål om 80 samtaler, som fremgår af den oprindelige projektbeskrivelse (Fonden Lænke-ambulatorierne, 2015). Det lave antal af gennemførte samtaleforløb egner sig ikke til en spørgeskemaundersøgelse, og det har derfor ikke været meningsfyldt at anvende de spørgeskemaer, som VIVE havde udviklet til brug for undersøgelsen. Der er ikke lavet fokusgruppeinterview med venner og familier, da der ikke er gennemført samtaleforløb med disse målgrupper. Desuden har VIVE i samråd med AlkoTalks projektteam valgt ikke at holde fast i fokusgruppeinterview med de få unge, som har deltaget i samtaleforløb. Dette fravalg skyldes dels, at disse samtaleforløb har fyldt meget mindre i projektet end oprindeligt tiltænkt, og dels, at de få unge, der har haft samtaleforløb, har haft så forskelligartede og komplekse problemstillinger, at et fokusgruppeinterview ikke er egnet.

Fra det oprindelige undersøgelsesdesign er følgende metodeelementer derfor ikke gennemført: 1) Spørgeskemaundersøgelse blandt unge i individuelle samtaleforløb og 2) Fokusgruppeinterview med unge, familiemedlemmer og venner, som har deltaget i samtaleforløb. De udgåede metodeelementer betyder, at VIVEs egen dataindsamling blandt målgrupperne for projektet er endt med at fylde mindre end planlagt, og at undersøgelsen derfor ikke kan belyse resultater og virkninger for de unge, såvel som deres netværk som oprindeligt tiltænkt.

Nedenfor er det formål og de undersøgelsesspørgsmål, der ligger til grund for VIVEs endelige evaluering af AlkoTalk, som præsenteres i nærværende rapport.

1.3 Formål og undersøgelsesspørgsmål

VIVEs undersøgelse af AlkoTalk har til formål at belyse, hvordan pilotprojektet er gennemført og samle op på de erfaringer, projektet har gjort i forhold til at tilvejebringe viden om unge med et skadeligt forbrug af alkohol, rekruttering af målgruppen samt interventionsmetoder, som er gunstige over for de unge.

Undersøgelse af AlkoTalk har til formål at besvare følgende spørgsmål:

1. Hvordan er AlkoTalk blevet implementeret? Herunder:
 - Hvilke indsatser er afprøvet?
 - Hvilke barrierer og muligheder er projektet stødt på?
2. Hvilke erfaringer kan udledes af AlkoTalk i forhold til at matche målgruppen med rekrutteringsstrategier og interventionsmetoder? Herunder:
 - I hvilket omfang er det lykkedes at afgrænse og definere primærmålgruppen?
 - I hvilket omfang er projektet lykkedes med at henvende sig til primær- og sekundærmålgrupper?
 - I hvilket omfang er rekruttering og intervention lykkedes?
 - Hvilke mulige forklaringer er der på projektets udfordringer?

3. Hvordan kan erfaringerne fra AlkoTalk bruges i forhold til en fremadrettet indsats i forhold til unge og alkohol?

Det nuværende undersøgelsesdesign, der ligger til grund for denne rapport, er alt overvejende baseret på kvalitative data, herunder dokumentanalyse, observation, gruppeinterview med vejledere på henholdsvis KVUC og NEXT, fokusgruppeinterview med elever på NEXT, afsluttende interview med henholdsvis AlkoTalks to rådgivere og projektleder. Til at besvare undersøgelsesspørgsmål 3 forholder vi empirien fra undersøgelsen til eksisterende litteratur og forskning på området.

For en nærmere beskrivelse af rapportens datagrundlag henvises til kapitel 2.

1.4 Rapportens struktur

Rapporten er opdelt i 6 kapitler. Kapitel 1, dette kapitel, introducerer projektet, evalueringen og rapportens struktur. Kapitel 2 beskriver evalueringens datagrundlag. Kapitel 3 forholder sig til undersøgelsesspørgsmål 1 og giver en uddybende beskrivelse af de aktiviteter, der er gennemført i projektperioden. Kapitel 4 sætter erfaringerne fra AlkoTalk i forhold til de oprindelige tre fokusområder for pilotprojektet; målgruppe, rekruttering og intervention, svarende til undersøgelsesspørgsmål 2. Undersøgelsesspørgsmål 3 behandles i kapitel 5, som indeholder en tværgående diskussion af erfaringer fra projektet i forhold til eksisterende forskning og litteratur på området. Kapitel 6 indeholder en sammenfatning af de væsentligste pointer i rapporten og rapportens konklusion.

2 Undersøgelsens datagrundlag

I dette kapitel redegør vi for det metodiske grundlag for VIVEs evaluering. Som tidligere beskrevet i afsnit 1.2, har VIVEs dataindsamling måttet justeres løbende og tilpasses de ændringer, projektet har foretaget undervejs. Evalueringen af AlkoTalk baserer sig således samlet set på følgende datakilder:

- Dokumentanalyse af skriftligt materiale fra projektet
- En observation af AlkoTalks stand på Rungsted Gymnasium, inklusive uformelle samtaler med unge på gymnasiet
- Gruppeinterview med vejledere på uddannelsesinstitutionerne, hhv. KVUC og NEXT
- Fokusgruppeinterview med elever på NEXT
- Løbende dialog og afsluttende gruppeinterview med AlkoTalks to rådgivere
- Afsluttende interview med AlkoTalks projektleder.

I det følgende gives en uddybende beskrivelse af hver af disse datakilder.

2.1 Dokumentanalyse

VIVE har gennemlæst skriftlige dokumenter og materiale fra projektet. Det skriftlige materiale er primært indsamlet eller genereret af AlkoTalks eget projektteam. Dette materiale omfatter:

- Skriftlig opsamling på indledende udviklingsworkshop
- Skriftlige opsamlings på gruppearbejder med unge på Køge Handelsskole, Lyngby Gymnasium og KVUC
- AlkoTalks aktivitetsopgørelser og logbøger fra projektet
- AlkoTalks referater fra styregruppemøde
- AlkoTalks projektbeskrivelse og skriftlige opsamling af projektet.

Novavi har i samarbejde med VIVE afholdt en workshop med repræsentanter fra målgruppen og andre relevante aktører i projektets udviklingsfase i maj 2016. Novavi var mødeværter, og VIVE var facilitator. Formålet med workshoppen var at tilvejebringe viden og idéer, der skulle kvalificere den kommende indsats i pilotprojektet. Workshoppen satte fokus på følgende emner: 1) Målgruppen: Hvordan kan man identificere en ung med et skadeligt forbrug af alkohol? 2) Rekrutteringsstrategier: Hvordan kan man nå de unge i målgruppen og få dem i kontakt med AlkoTalk? Herunder muligheder for netværksinddragelse? 3) Interventionsmetoder: Hvilke typer aktiviteter og indsatser har de unge brug for fra en alkoholrådgivning?

På workshoppen blev der vekslet imellem faglige indlæg, gruppearbejde og diskussion. VIVE lavede efter workshoppen en skriftlig sammenfatning af workshoppens diskussioner til Novavi.

AlkoTalk har iværksat en række gruppearbejder med/ for unge på uddannelsesinstitutionerne. AlkoTalks rådgivere har bedt de unge om at besvare en række spørgsmål, som har haft til formål at bevidstgøre de unge om deres alkoholforbrug og igangsætte diskussioner af, hvornår forbruget anses for skadeligt. Derudover har spørgsmålene stillet skarpt på muligheder og barrierer for rekruttering til individuelle behandlingsforløb samt eventuelle idéer til alternative interventionsformer, som

kan nedsætte de unges alkoholforbrug. Da VIVE ikke selv har haft mulighed for at overvære gruppearbejdet, er disse ikke medtaget i evalueringen, men VIVE har fået adgang til de unges skriftlige besvarelser, som er blevet gennemlæst og sammenholdt med udsagnene fra fokusgruppeinterviewet med unge på NEXT.

VIVE har løbende fået tilsendt projektteamets opgørelser over aktiviteter i projektet, hvorved VIVE har kunnet følge med i projektets udvikling. Opgørelserne er blevet brugt til at skabe overblik over projektet og danner grundlag for beskrivelsen af projektet og dets udvikling. Dokumentlæsningen har givet kontekstforståelse samt indsigt i projektets proces og udvikling.

2.2 Observation og uformelle samtaler

I maj 2017 foretog VIVE en tre timers observation af AlkoTalks stand i funktion med det formål at få et indtryk af, hvordan standen virker i praksis. Observationen fandt sted i kantinen på Rungsted Gymnasium i tidsrummet 11-14.

Fokus for de tre timers observation var:

- Beskrivelse af standen: Formål, virkemidler, og placering
- Standen i funktion: Målgrupper og overordnet brug
- Spørgsmål til henholdsvis unge, der brugte og ikke brugte standen.

I forbindelse med observationen foretog VIVEs medarbejder 20 korte og uformelle samtaler med unge på gymnasiet; heraf med 10 unge, der opsøgte standen, og 10 unge, der ikke besøgte standen. I disse korte samtaler spurgte VIVEs medarbejder: 1) hvorfor/hvorfor ikke de opsøgte standen, 2) hvilke tanker standen eventuelt satte i gang hos dem, 3) hvor mange genstande, de tror de drikker om ugen, 4) om de kender nogen, der drikker over 30 genstande om ugen, 5) hvad de tror, kunne få dem til at drikke mindre. VIVEs medarbejder har taget notater undervejs i observationen og har umiddelbart efter skrevet et samlet referat fra observationen.

Observation er velegnet som metode til at få indblik i sociale mønstre, regler og konkrete erfaringer fra praksis (Hastrup, 2010). Det har kun været muligt at lave en enkelt observation inden for evalueringens rammer. Den enkelte observation har givet en begrænset, men dog vigtig kontekstviden om, hvordan de unge umiddelbart bruger og reagerer på standen, AlkoTalks rådgivere samt den digitale test. Desuden gav observationen adgang til de stemninger og sociale dynamikker, standen og den digitale test var med til at skabe i situationen. Det øjebliksbillede vi får fra observationen fra Rungsted Gymnasium, hvor AlkoTalk kun har været til stede én gang med deres stand, giver ikke et repræsentativt billede for deres stand på NEXT og KVUC, hvor de har været kontinuerligt tilstede igennem et halvt år. Observationen kan således ikke belyse betydningen af den kontinuerlige tilstedeværelse for etableringen af relationer med de unge.

I evalueringen vil den viden, observationen har genereret, blive brugt som kontekst for at sige noget om standens virkning i funktion. Der er sat uddrag af observationen ind under beskrivelserne af de forskellige aktiviteter i kapitel 3 for at beskrive og give indblik i de situationer, der er observeret omkring standen.

2.3 Interview

Der er anvendt enkeltinterview og gruppeinterview til at belyse projektlederens, de to rådgivere og de fem vejledere på uddannelsesinstitutionernes oplevelser med og erfaringer fra projektet. Disse interview blev gennemført som semistrukturerede interview. Denne interviewform giver mulighed for at gå i dybden med på forhånd etablerede temaer, men er samtidig fleksibelt og åbent over for emner, som informanten/informanterne bringer på banen (Kvale, 1997). Der er gennemført fokusgruppinterview med elever fra NEXT. Fokusgruppinterviewet er godt til at bringe varierende perspektiver sammen, og som en del af interviewmetoden kan der opstå produktive uenigheder, som styres, således at hver deltager får mulighed for at byde ind (Halkier, 2010).

Gruppeinterview med vejledere og AlkoTalks to rådgivere er transskriberet, mens der er lavet referat umiddelbart efter gennemførelsen af fokusgruppinterviewet med de unge samt det afsluttende interview med projektlederen. Alle interview er optaget på diktafon efter samtykke fra informanterne, og ved alle interview har der været to medarbejdere fra VIVE tilstede. Det samlede interviewmateriale er efterfølgende blevet læst igennem med henblik på at beskrive centrale temaer.

Gruppeinterview med vejledere

Som led i evalueringen gennemførte VIVE to gruppeinterview med studievejledere fra uddannelsesstederne. I alt har VIVE interviewet fem vejledere; henholdsvis tre fra KVUC og to fra NEXT. Interviewene foregik på uddannelsesstederne og varede cirka halvanden time. Temaer for interview var:

- Samarbejdet med AlkoTalk
- Udbytte af AlkoTalks undervisning/sparring
- Rekruttering af unge til rådgivningssamtaler
- Udbytte af AlkoTalks stand i kantinerne på uddannelsesstederne
- Erfaringer med unge, der har et problematisk alkoholforbrug
- Forslag til fremadrettede indsatser rettet mod målgruppen.

Interview med vejledere gav et vigtigt indblik i projektets afledte og uforudsete effekter, herunder samarbejdet med uddannelsesstederne. Derudover gav interviewene adgang til en lidt mere generel viden om de unge studerendes forhold til alkohol.

Fokusgruppinterview med unge

Der var oprindeligt planlagt en afsluttende workshop med unge i målgruppen, hvor formålet var at få de unges syn på projektet. På uddannelsesinstitutionerne forsøgte AlkoTalks rådgivere at rekruttere unge, hvor den digitale test viste, at de havde et stort alkoholforbrug. Det var ikke muligt at få rekrutteret unge til at deltage i en workshop.

Derfor blev der i stedet arrangeret et fokusgruppinterview med elever på NEXT. På selve interviewdagen rekrutterede AlkoTalks ene rådgiver elever til at deltage i fokusgruppinterviewet. Dette skete ved, at rådgiveren henvendte sig til tilfældige elever i kantinen på NEXT. De unge fik biograf-billetter for at deltage i fokusgruppen, hvilket formodentlig var deres primære motivation for at deltage.

På baggrund af denne rekrutteringsmetode havde VIVEs medarbejdere derfor ikke kendskab til de unge og deres viden om og erfaringer med alkohol, inden fokusgruppen blev afholdt. Desuden har de unge i fokusgruppen ikke været elever på NEXT i den periode, hvor AlkoTalk var tilstede i kantinen. De havde derfor intet forhåndskendskab til projektet og snakkede derfor mere generelt om unge og alkohol, og hvordan man kan hjælpe og eventuelt intervenere.

Der deltog otte elever i alt, fire piger og fire drenge i alderen 22-25 år. Eleverne kendte hinanden parvis og kom fra tre forskellige uddannelsesretninger på NEXT. Interviewet foregik i vejledernes område på NEXT i august 2017 og varede cirka en time.

Formålet med fokusgruppen var at få de unges syn på projektet. Eleverne blev bedt om at tage den digitale test forud for interviewet, dog var det ikke alle, der havde gjort dette. Nedenfor ses fokuspunkterne for interviewet:

- Hvordan opleves AlkoTalks test?
- Hvad er det positive/negative ved at drikke?
- Hvordan kan man hjælpe unge, der drikker for meget?
- Hvem har indflydelse på unges alkoholvaner og -forbrug?

Diskussionerne fra fokusgruppen bruges til at give unge en stemme i undersøgelsen. I kapitel 4 præsenteres små resumeer fra gruppens diskussioner i bokse med overskriften: *Hvad siger de unge selv?*

Det er VIVEs vurdering, at det er vigtigt med de unges perspektiv i et projekt, der handler om unge og alkohol. Det har ikke været muligt at lave interview med unge, der har været med i projektet, eller som opfylder målgruppedefinitionen. Derfor har vi valgt at inddrage de stemmer, som vi har kunnet få adgang til, velvidende at de har deres begrænsninger.

De unge i fokusgruppen anses ikke for at være repræsentative for den brede målgruppe af unge i alderen 16-25 år, og vi ved ikke, hvor repræsentative de unge i fokusgruppen er for elever på NEXT. Imidlertid var der god overensstemmelse mellem emnerne i fokusgruppediskussionen og de besvarelser på gruppearbejder fra elever på de øvrige uddannelsesinstitutioner i projektet, som VIVE har haft adgang til at gennemlæse, jf. afsnit 2.1.

Gruppeinterview med AlkoTalks rådgivere

VIVE gennemførte et afsluttende gruppeinterview med AlkoTalks to rådgivere i slutningen af maj 2017. Interviewet varede halvanden time. Temaerne for interviewet var:

- Projektets aktiviteter, forløb og udvikling, herunder
 - rådgivningssamtaler med de unge
 - samarbejde med uddannelsesinstitutioner
- Erfaringer fra projektet, særligt i forhold til
 - erfaringer med unge, der har et problematisk forbrug af alkohol
 - fremadrettede indsatser rettet mod målgruppen.

Interviewene med AlkoTalks to rådgivere har haft til formål at belyse deres vurderinger af projektets udvikling, herunder de erfaringer, som de oplever, at projektet har medført i forhold til målgruppen og med relevans for fremtidige interventioner. Interviewet har desuden sat fokus på mulige årsager og forklaringer på de få individuelle samtaleforløb, som er blevet gennemført.

Endvidere har der været en løbende dialog om projektet mellem AlkoTalks to rådgivere og VIVE. Fordelen ved denne kontinuerlige dialog undervejs i projektet er, at det har givet VIVE indsigt i projektets udvikling undervejs og ikke blot ved det formelle afsluttende interview.

Interview med AlkoTalks projektleder

Der er gennemført et interview med AlkoTalks projektleder efter projektets afslutning i august 2016. Interviewet varede 1 time og 15 minutter. Formålet med interviewet var at få projektlederens syn på:

- Projektets organisering, herunder projektlederskiftet
- Projektets forløb, udvikling og ændringer
- Projektets forskellige aktiviteter og erfaringer med disse
- Læring fra projektet og fremadrettede idéer.

2.4 Metodiske forbehold

Der er en række opmærksomhedspunkter knyttet til denne undersøgelse.

Først og fremmest er der tale om en relativt lille og beskrivende kvalitativ evaluering. Dette betyder, at VIVE ikke kan pege på egentlige resultater af projektets aktiviteter.

I det oprindelige undersøgelsesdesign var der fokus på at belyse, hvad projektets målgrupper fik ud af interventionen. Eftersom projektet *ikke* er lykkedes med at få fat i den primære målgruppe og hovedsageligt har henvendt sig til vejledere på uddannelsesinstitutionerne i forhold til projektets sekundære målgrupper, kan evalueringen ikke belyse resultater og virkninger for disse målgrupper.

Eftersom interventionen ikke er forløbet planmæssigt, har denne evaluering, i den udstrækning det har været muligt, også måttet ændre sig. Evalueringen fokuserer derfor i højere grad end oprindeligt planlagt på implementeringen af projektets aktiviteter. Der skal dog tages forbehold for, at dataindsamlingen ikke haft dette som hovedformål fra start.

I evalueringen får vi de unges perspektiv dels fra fokusgruppen med elever på NEXT og dels fra de små uformelle samtaler, der er gennemført med unge på Rungsted Gymnasium under VIVEs observation. I evalueringen har vi valgt at gøre brug af de "unge stemmer", som det har været muligt at få adgang til. Det ideelle havde været at interviewe unge, der havde været tættere på projektet eller på målgruppebeskrivelsen, men både projektet og evalueringen har været præget af at rekrutteringen af unge med et skadeligt alkoholforbrug har været svært.

Data fra den digitale test

AlkoTalk har med deres digitale test ønsket at indsamle viden om unge i målgruppen. VIVE har valgt ikke at anvende data fra testen i denne evaluering, da der er en række metodiske problemer ved at anvende dette testdata som en undersøgelse, der skal give viden om de unges alkoholforbrug og -vaner.

Testen har været tilgængelig på en hjemmeside fra november 2016 og er efterfølgende revideret. Spørgerammen er således ikke identisk for alle respondenter i datamaterialet. Desuden ligger testen på en åben hjemmeside, som er tilgængelig for alle, dvs. at personer, der ikke er inden for målgruppen i princippet også kan besvare testen. Ligeledes kan den samme person have besvaret testen flere gange.

For at kunne vurdere kvaliteten af en undersøgelse er det en forudsætning, at man kan beregne en meningsfuld svarprocent og lave en bortfaldsanalyse af repræsentativitet. VIVE ved ikke, hvem der har fået information om, at de kan tage testen, ligesom VIVE ikke ved, hvem fra denne gruppe der så har valgt/ikke valgt at udfylde testen. Når testen ikke er udsendt til en afgrænset målgruppe, betyder det derfor, at der ikke kan beregnes én svarprocent, og at man reelt set ikke ved, hvem målgruppen repræsenterer. Desuden kan man ikke antage, at dem, som har besvaret testen, er repræsentative for den brede målgruppe af unge i alderen 16-25 år.

3 Aktiviteter i AlkoTalk

I dette kapitel giver vi en detaljeret beskrivelse af aktiviteter, der indgår i VIVEs evaluering. Det er aktiviteter, der er gennemført eller forsøgt gennemført i projektperioden. Formålet med kapitlet er at belyse, hvordan AlkoTalk er blevet implementeret. Kapitlet er baseret på dokumentanalyse, VIVEs observation samt interview med vejledere, rådgivere og projektleder.

Som indledningsvist beskrevet i afsnit 1.1. skiftede projektet fokus ca. halvvejs, da projektgruppen erfarede, at de ikke kunne rekruttere unge og deres netværk til samtaleforløb. Derfor satsede projektet på en bredere vifte af aktiviteter med henblik på at opnå viden om målgruppen, bevidstgøre de unge om deres alkoholforbrug og rådgive fagprofessionelle på ungdomsuddannelser. I dette kapitel beskrives både de oprindelige aktiviteter og de aktiviteter, der kom til undervejs i projektperioden.

3.1 Rekrutteringsaktiviteter

Et af formålene med AlkoTalk-projektet var at afprøve, hvilke rekrutteringsmetoder, der kunne få fat i målgruppen af unge med et skadeligt forbrug af alkohol. Der er tre aktiviteter, der i evalueringen betragtes som rekrutteringsaktiviteter: Facebookside, flyer og stande i kantinerne.

Rekruttering via Facebook og flyer

I udviklingsfasen blev AlkoTalk bevidste om, at de gerne ville have en internetbaseret indgangsvej til projektet. Dette var især for at være på et medie, som de unge var velkendte med, men også for at øge tilgængeligheden til tilbuddet, således at den unge kunne kontakte dem, når det passede dem. Derfor blev der udviklet en Facebookside for projektet.

Projektgruppens erfaringer er dog, *at Facebooksiden ikke ramte de unge*. Nogle af de tilbagemeldinger, rådgiverne har fået omkring Facebooksiden fra de unge, var, at det skal være meget kort og præcist, hvad der står, og at de hellere vil have information pr. video. Endvidere var de unges råd til rådgiverne, *at de skulle henvende sig til youtube're, og nogle, som har en kendiseffekt*.

Der er udviklet en flyer til projektet, som har kunnet uddeles bredt for at skabe opmærksomhed om projektet. På den ene side af flyeren er AlkoTalks logo samt teksten "For nogle bliver **RUSEN** mere **ALVORLIG**". På den anden side er listet nogle mulige konsekvenser af at drikke for meget samt information om, hvordan man gratis og anonymt kan kontakte AlkoTalk. Endvidere er der henvisning til deres Facebookside og digitale test.



Flyeren er blevet omdelt rundt i Novavi, så hele organisationen har kunnet være med til at udbrede kendskabet til AlkoTalk. Desuden drog projektlederen fordel af sin dobbelte projektlederrolle, således at UngRevers også har gjort reklame for AlkoTalk på fx uddannelsessteder og konferencer, samt opfordret de unge, som de har været i kontakt med til at tage testen. Ulempen ved dette har været, at nogle af de uddannelsessteder, som allerede har haft besøg af UngRevers, har været mættede og takket nej til efterfølgende at få besøg af AlkoTalk.

Data, som denne evaluering har til rådighed, giver ikke mulighed for at vurdere, hvilken betydning Facebooksiden og flyeren har haft i forhold til at skabe kendskab til AlkoTalk og i forhold til at få unge til at tage den digitale test. Men som rekrutteringsaktiviteter i forhold til rådgivende samtaler har de ikke fungeret efter hensigten, idet der generelt kun er kommet meget få henvendelser i projektet og konkret kun én henvendelse gennem Facebooksiden.

Rekruttering via stande i kantinerne

Den største aktivitet i forhold til rekruttering har været tilstedeværelsen på skolerne, hvor rådgiverne på AlkoTalk har haft stande i kantinerne.

AlkoTalks stand var oprindeligt tænkt som en *indgang* til rekruttering af unge til individuelle rådgivningssamtaler. Rådgiverne påbegyndte arbejdet med stande på uddannelsesstederne NEXT og KVUC ved studiestart i august 2016. Frem til januar 2017 "optrådte" AlkoTalks to rådgivere én dag hver anden uge i hver af de to skolers kantiner. Tanken var, at de igennem kontinuitet ville dels skabe synlighed omkring projektet og overforbrug af alkohol som et problem. Dels at de herved kunne etablere en grad af relation til og tillid hos de unge, som kunne indgyde dem modet til at henvende sig med et eventuelt alkoholproblem.

Ud over standene reklamerede AlkoTalk også for projektet via plakater og skolernes informations-skærme og intranet.

Efter kun ganske få henvendelser med behov for individuel rådgivning i løbet af projektets første halvår måtte AlkoTalk konstatere, at standen heller ikke virkede efter hensigten i forhold til at rekruttere unge til rådgivende samtaler.

Fra januar 2017 og frem til projektets afslutning i juli 2017 reviderede og udvidede AlkoTalk derfor deres formål med standen. De udvidede deres målgruppe fra KVUC og NEXT til også at omfatte Rungsted Gymnasium, Lyngby Gymnasium og Campus Køge. På de tre sidstnævnte skoler har AlkoTalks stand dog kun "optrådt" én enkelt gang.

Herefter blev det overordnede mål med standen omdefineret til 1) at opnå viden om målgruppen og 2) at bevidstgøre de unge om deres alkoholforbrug. AlkoTalk brugte i høj grad standen som afsæt for at få så mange unge som muligt til at tage den digitale test med forventningen om herigennem at få viden om deres forbrug og samtidig øge bevidstgørelsen om alkohol blandt de unge.

Standen beskrives yderligere i afsnit 3.4 i kraft af dens funktion som en interventionsaktivitet.

3.2 Individuelle rådgivende samtaler med unge

Den oprindelige plan for interventionen var, at alle unge, der henvendte sig til projektet, ville blive tilbudt op til tre *individuelle* samtaler. Samtalerne skulle være afklarende og rådgivende og tage udgangspunkt i det, som den unge selv omtalte som problematisk. For at være så tæt på de unges daglige liv som muligt kunne samtalerne foregå på uddannelsesstedet. Desuden var det muligt at udvide samtalerne med flere individuelle samtaler, familiesamtaler, gruppebaserede venne-/netværkssamtaler og endelig psykologisk/psykiatrisk udredning.

Det var således projektets intention, at de rådgivende samtaler både kunne være til de unge selv og til deres forældre, venner eller professionelle, der har kontakt til de unge i målgruppen.

Idéen med at inddrage den unges netværk udsprang af eksisterende viden om, at alkoholforbrug for de unge er et socialt fænomen, der er stærkt forankret i de unges sociale netværk (Fonden Lænkeambulatorierne, 2015; Davoren et al., 2016; Nielsen & Sørensen, 2011; Schiøth et al., 2016; Frederiksen et al., 2012),

Projektets oprindelige mål var at inkludere 80 unge i et samtaleforløb. I alt har projektet haft 17 henvendelser fra unge, mens kun 8 unge har taget imod tilbuddet om individuelle rådgivningssamtaler. De få unge, der er kommet til samtalerne, har været kendetegnet ved at have komplekse problemstillinger, der rækker ud over deres alkoholforbrug. AlkoTalks rådgivere har vurderet, at de fleste af disse unge har haft behov for mere omfattende behandling og har derfor henvist dem videre til enten psykiatrisk tilbud eller misbrugsbehandling, alt efter den konkrete problemstilling.

I projektperioden har AlkoTalk ikke modtaget nogen henvendelser fra forældre til unge med alkoholproblemer. De har modtaget en henvendelse fra unge, som ønskede at snakke om, hvordan den unge kunne hjælpe/håndtere venners alkoholforbrug.

Hovedparten af de unge har ikke henvendt sig til AlkoTalk på eget initiativ og efterspurgt individuelle samtaler. Derimod er samtalerne kommet i stand, ved at vejledere på uddannelsesstederne har henvendt sig til AlkoTalk på de unges vegne. Med andre ord har vejlederne foretaget en vurdering af, hvorvidt den pågældende elev faldt inden for målgruppen med behov for en rådgivningssamtale. Ifølge rådgiverne har vejlederne udvalgt de "tungeste" elever med sammensatte problemstillinger på tværs af det psykiatriske felt og med flere misbrugsproblematikker end alkohol. Rådgiverne understreger, at de otte unge, som har været i samtaleforløb i projektperioden, faldt uden for det, de

betragtede som målgruppen for projektet. Af nedenstående citat fremgår det, at rådgiverne betragtede "almindelige unge med et skadeligt forbrug af alkohol" som den primære målgruppe:

Fra starten havde vi tænkt, at samtalerne skulle målrette sig "almindelige" unge med et skadeligt forbrug af alkohol, men vi har fået unge, som har haft mange problemer. Det er dem, der har været tydelige for vejlederne, for det er vejledere, der har henvist dem. Det er ikke de unge selv, som har henvendt sig. (Rådgiver, AlkoTalk)

Vejlederne og rådgivernes forskellige vurderinger af, hvilke unge der har behov for en rådgivende samtale om alkohol er væsentlige. De illustrerer en helt central udfordring i AlkoTalks projekt, nemlig at afgrænse og identificere målgruppen. Når rekrutteringen sker igennem vejlederne, sker der samtidig en tidlig selektion af målgruppen. Vejlederne ser primært de elever, der har mere synlige problemer, såsom højt fravær og generelle trivselsproblemer. Hvorimod de "almindelige unge med et højt alkoholforbrug", som rådgiverne taler om, ikke nødvendigvis dukker op i studievejledningen. Derfor har det haft afgørende betydning for rekruttering til samtalerne, at den er foregået gennem vejlederne.

En anden væsentlig pointe er, at fraværet af selv-henvendere blandt de unge, understreger rådgivernes oplevelse af, at de unge ikke selv erkender eller oplever, at de har et problem med alkohol.

Rådgiverne oplever, at fraværet af kontinuitet i relationen til de unge har haft betydning for, at de unge ikke selv har henvendt sig til dem. De oplever, at de har været i dialog med de unge på uddannelserne, når de har været på besøg på skolerne, og at de har kunnet få mange til at tage testen. Men de unge har afvist invitationen om at snakke en-til-en med dem om deres alkoholvaner. Rådgiverne mener, at de unge siger nej til samtaler, fordi de føler sig fremmede i forhold til rådgiverne, men også fordi de unge oplever det som konfronterende og problematiserende at skulle snakke med dem om alkohol.

Vi ved, at det er så afgørende, at der er en relation i samtalen (...) Det betyder rigtig meget. Når vi står i kantinen og skal indfange dem, der er der ikke den relation. Den kommer først over tid. (Rådgiver, AlkoTalk)

Ved at stå på det samme uddannelsessted hver uge opnåede rådgiverne dog, at de blev et kendt ansigt på KVUC og NEXT, og at nogle unge tilbagevendende kom og snakkede med dem. Det var dog ikke unge, som rådgiverne vurderede var inden for målgruppen, ligesom det ikke medførte, at de unge ønskede yderligere hjælp/samtaler til dem selv eller venner.

Samlet set erfarer rådgiverne undervejs i projektperioden, at det var meget vanskeligt at rekruttere unge, deres venner eller familier til de individuelle samtaleforløb.

3.3 Samarbejde med uddannelsesinstitutioner

Det har fra start været planlagt, at projektet skulle gennemføres i samarbejde med og rent fysisk placeres på en række uddannelsesinstitutioner, og i udviklingsfasen blev der indgået samarbejde med KVUC og NEXT.

I udgangspunktet var samarbejdet primært centreret omkring standene i kantinerne. Men som projektet forløb og ændrede fokus, udviklede samarbejdet med uddannelsesinstitutionerne sig, ligesom AlkoTalk indgik samarbejde med flere uddannelsesinstitutioner (Lyngby, Rungsted, Køge). Rådgiverne indgik i et tættere samarbejde med vejlederne, om kompetenceudvikling, og rådgiverne var

ude i klasserne, hvor de lavede korte undervisningsforløb omkring alkoholforbrug og mulige konsekvenser. Nogle klasser gennemførte efterfølgende gruppearbejde med afsæt i dette, og en enkelt klasse lavede et forløb sammen med AlkoTalk i samfundsfag. Som det eneste sted blev der på Lyngby Gymnasium gennemført et forældrearrangement. Tabel 3.1 giver et overblik over samarbejdet med uddannelsesinstitutioner og de aktiviteter, der er gennemført.

Tabel 3.1 Samarbejde med uddannelsessteder

	Stand i kantinen	Kompetenceudvikling af vejledere	Klasseundervisning	Forældrearrangement
NEXT	1 dag om ugen i et halvt år	x	x	
KVUC	1 dag om ugen i et halvt år	x	x	
Rungsted Gymnasium	1 besøg	x	x	
Lyngby Gymnasium	1 besøg	x	Undervisningsforløb i samfundsfag	Et aftenarrangement for forældre og elever
Campus Køge	1 besøg		x	

I forhold til samarbejdet med uddannelsesinstitutionerne har det været af betydning, at NEXT ikke er så stor en skole som KVUC, der er fordelt på to matrikler. Derfor har det været nemmere for rådgiverne i AlkoTalk at komme med rundt i klasserne på NEXT. Endvidere har uddannelsesinstitutionernes eget fokus på problemstillingerne haft betydning, som fx Rungsted og Lyngby Gymnasium som aktuelt, mens projektet forløb, havde fokus på de unges alkoholforbrug som led i såkaldte dannelsesforløb. Generelt har projektgruppens erfaring været, at det tager tid at komme ind på uddannelsesinstitutionerne og få et samarbejde i gang, hvilket får en relativ stor betydning, når projektperioden er forholdsvis kort. Endvidere er opbakning til projektet fra både ledelse og vejledere af betydning.

I de følgende afsnit beskrives de forskellige aktiviteter, der er lavet i samarbejde med uddannelsesinstitutionerne.

3.4 Stande i kantiner på uddannelsesinstitutioner

Den følgende beskrivelse af AlkoTalks stand er baseret på VIVEs observation fra Rungsted Gymnasium. Observationen giver et lille indblik ind i standen i praksis, men udgør ikke et repræsentativt billede af interventionen i brug.

En time før spiseafkvarteret opstiller rådgiverne standen ved passagen til kantinen, hvor alle elever passerer forbi for at købe mad. Standen består af et bord med et lærred med en fortrykt poster med teksten "Det er SJOVT og PROBLEMFRI for langt de fleste unge at drikke ALKOHOL, men... For nogle bliver RUSEN mere ALVORLIG". På posteren er også angivet et stort og tydeligt link til hjemmesiden for AlkoTalks digitale test: www.alkotalk.dk og en reklame for AlkoTalk på Facebook.

En simpel sort-hvid poster på samme bord har teksten: "Kom og test dit alkoholforbrug og se, om du drikker mere end gennemsnittet". Foran posteren står to store transparente beholdere med henholdsvis store Toms Chokoladeskildpadder og pusterør til Alkometer testen.



Derudover ligger på bordet seks par promillebriller. Af udseende ligner de skibriller, men ved brug, ændrer de ens syn, så det svarer til en alkoholprocent på 0,5 promille. På gulvet foran standen opstilles i to forskellige retninger otte rød-hvide trafik-kegler, så de danner en lille forhindringsbane, som eleverne kan afprøve at gå imellem med promillebrillerne på. Formålet er at lade eleverne mærke på egen krop, hvordan deres orienteringssans og afstandsbedømmelse svækkes efter indtag af cirka to genstande.

Hvordan er standen i funktion?

Et par hundrede elever er til stede i kantinen, og VIVEs medarbejder skønner, at omkring 50 elever besøger standen i løbet af pausen. Interessen er stor og i et konstant flow summer eleverne omkring standen, og rådgiverne taler flittigt med små og større grupper af elever. Særligt efterspørgslen på alkometer testen er stor, og eftersom hver test tager tid, da de unge først skal spise en chokoladeskildpadde og derefter vente på alkometerets beregning, er det umuligt for rådgiverne at nå at tale med alle dem, der besøger standen.

Det ser ud til, at desto flere mennesker, der stimler sammen omkring standen, desto sværere er det for de øvrige elever at få øje på selve standen og se, hvad den handler om. Omvendt vækker det de forbigående nysgerrighed. Især tiltrækker sværmen af elever, der snubler rundt imellem trafikkeglerne og griner højlydt iklædt promillebriller endnu flere nysgerrige elever.

Det varierer, hvor længe eleverne opholder sig ved standen, men de fleste bliver der omkring fem minutter. Mange bliver for at prøve det hele.

Stemmingsbillede 1: Standen i funktion

Netop som klokken ringer til spisefrikvarter, kommer to piger forbi. Den ene siger: "Ej, må jeg se, hvor sejt, det vil jeg gerne prøve"... Hun tager promillebrillerne på og begynder at gå imellem keglerne. "Det er fucking svært!" udbryder hun. Veninden griner.

Det første, eleverne hæfter sig ved og synes er skægt, er disse kegler og dernæst promillebrillerne. Nogle piger afprøver det straks og har det højlydt sjovt imens. Det går op for dem, hvor markant anderledes og dårligere, de orienterer sig med promillebrillerne på, da de pludselig vælter ind i keglerne. Igen stiger stemningen til det endnu mere festlige.

Et par drenge får øje på alkometerpusterørene og kommenterer, at det ser sejt ud. De vil gerne prøve. Rådgiverne forklarer dem, at de skal spise en skildpadde for derefter at puste og se, hvad alkometeret viser. Den viser en promille på 0,4 og rådgiverne forklarer, at det næsten er grænsen for, hvornår man ikke længere må køre bil. Drengene bliver synligt overraskede.

Nu vælter det med interesserede drenge og piger. De fleste vil meget gerne prøve promillebriller, spise chokoladeskildpadder og puste i rør. Særligt chokoladeskildpadderne er populære. I de få minutter, det tager alkometeret at beregne promillen, griber vejlederne muligheden for at gøre de unge opmærksomme på den digitale test.

Hvilke unge tiltrækker standen?

Standen ser ud til at være et socialt trækplaster og stort set alle elever, der henvender sig, henvender sig i små eller større grupper på minimum to elever.

Det er svært at udtale sig generelt om, hvilken type elever standen tiltrækker, men VIVEs medarbejder får alligevel det indtryk, at det er nogle festglade unge, der interesserer sig for standen. Stemningen omkring standen bliver hurtigt festlig, og mange af eleverne fjoller med hinanden og synes tilsyneladende, at det er sejt at snuble rundt med promillebrillerne på. Der opstår næsten en lille fest midt i kantinen. Eleverne refererer desuden til fælles festoplevelser, imens de afprøver promillebrillerne.

VIVEs medarbejder opsøger nogle af de elever, der har brugt standen og spørger lidt ind til, hvad de har fået ud af AlkoTalks besøg. Nogle oplever, at besøget har været en påmindelse om, at de har et højt alkoholforbrug, mens andre beskriver besøget som sjovt og tankevækkende. Nogle få fortæller, at besøget har fået dem til at drikke mindre i weekender umiddelbart efter AlkoTalks besøg.

VIVEs medarbejder opsøger nogle af de elever, der sidder lige i nærheden af standen og spiser, men som ikke opsøger standen. Adspurgt om, hvorfor de ikke er henne ved standen griner de lidt genert og siger, at de ikke helt ved, om det vedkommer dem. De fortæller, at de ikke drikker ret meget. Alligevel bliver de nysgerrige og tager testen, da VIVEs medarbejder nævner den. Testen bekræfter disse elever i, at de ikke drikker ret meget.

VIVEs medarbejder henvender sig til en anden gruppe elever, der ikke har besøgt standen og taler med dem, imens de står i kø til kantinen. En gruppe piger fortæller, at de synes standen er et rigtig godt initiativ og erkender, at de oplever, at de selv og deres venner har et begyndende problem med alkoholforbrug. De er 2g'ere. De understreger, at det er vigtigt at oplyse elever om risici, og de efterspørger, at der bliver endnu mere fokus på det i gymnasiet. De foreslår, at AlkoTalks stand skal være endnu mere synlig – have større posters og placeres højt oppe – så de er langt mere synlige. De efterlyser også, at standen har fokus på "det farlige", fx at den burde angive med procenter, hvor mange der ryger og drikker og fortælle, hvorfor det er farligt.

Adspurgt, om de kender nogen, der drikker mere end 30 genstande om ugen, bekræfter begge de to grupper af elever, der ikke bruger standen, at det er tilfældet. Men de synes, det er svært at snakke med vennerne om problemet, og de synes heller ikke, at det hjælper, hvis man drister sig til at tale med folk om det. "Der skal en kulturforandring til", siger den ene, "Man skal tage fat i begyndelsen af 1.g og ændre på rammerne for fester, introskovtur, rusture osv."

Nogle af de unge fortæller desuden, at de selv har oplevet at ændre personlighed, når de drikker, og at de derfor har prøvet i højere grad at kontrollere deres alkoholforbrug. På samme måde har flere af dem oplevet at se deres venner ændre personlighed, når de drikker, og de fortæller, hvordan de har forsøgt at hjælpe vennerne, når de har været i byen sammen. "Ikke så meget ved at få dem til at drikke mindre, men mere med at sikre, at de kommer godt hjem, uden at gøre noget alt for dumt, når de ikke kan gå, stå, eller huske, hvor de er", som en 2.g-pige forklarer.

3.5 Rådgivning af vejledere på uddannelsesinstitutioner

AlkoTalk har fra starten arbejdet sammen med vejlederne på KVUC og NEXT, og det er vejlederne, som har været rådgivernes indgang på de to uddannelsesinstitutioner. Som projektet har udviklet sig, er samarbejdet med vejlederne blevet tættere og er endt med, at rådgiverne har gennemført mindre undervisningsforløb af vejlederne. Efterfølgende har AlkoTalk også lavet kortere undervisningsforløb for vejledere på Lyngby og Rungsted Gymnasium. Undervisningen har haft til formål at klæde vejlederne på i forhold til dels at kunne spotte unge med et skadeligt alkoholforbrug og dels give vejlederne kompetencer til at snakke med de unge om alkoholforbruget.

Det følgende afsnit er baseret på gruppeinterview med vejlederne på hhv. KVUC og NEXT og suppleret med gruppeinterviewet med AlkoTalks to rådgivere.

Vejledernes oplevelse af AlkoTalk

Vejledernes daglige arbejde handler primært om fastholdelse af elever i løbet af skoleåret. Vejlederne fortæller, at alkohol og alkoholmisbrug ikke er noget, de tidligere har haft fokus på i deres arbejde, men at der jævnligt er unge med mere generelle misbrugsproblematikker. Nogle vejledere har dog tænkt, at der manglede fokus på unge med misbrugsproblemer generelt og ikke kun i forhold til alkohol.

Vejlederne fortæller, at mange af de unge mennesker på deres uddannelser kæmper med en række problemer. Generelt oplever vejlederne, at det er lettere for de unge at komme til vejledningen og fortælle om problematikker med angst og depression og i nogle tilfælde også misbrugsproblemer med stoffer. Men vejlederne oplever ikke, at de unge mennesker kommer og fortæller, at de har et alkoholproblem.

Vi har mange gange snakket om, at hvis man har sociale og private problemer, så kan det være, at de dulmer dem med alkohol og stoffer. Der er ikke nødvendigvis et isoleret alkoholforbrug, men noget andet, som vi også skal være opmærksomme på. (Vejleder, KVUC)

Vejlederne fortæller, at flere af de unge har en mentor eller en sagsbehandler, og derfor bliver vejlederne bare endnu en person i rækken, som den unge skal tale med om sine problemer. Her føler vejlederne selv, at de mangler en tættere og/eller anden relation til de unge, ligesom de oplever, at det kan virke snagende at spørge til misbrugsproblematikker. Dette skyldes ikke mindst at vejlederne har en dobbeltrolle. En vejleder beskriver dobbeltrollen således:

... der sidder vi **ikke** kun og vejleder i traditionel forstand og har samtaler. Vi sidder faktisk med en frygtelig masse magt, for det er os, der styrer, hvorvidt de kan fortsætte på holdet, hvis de har for meget fravær. Så der er en særlig rolle, når vi snakker om fastholdelse, så er det ikke bare ren coaching. Vi har også en autoritet, som gør, at vi har et lidt mærkeligt forhold. Magtrelationen gør det svært kun at vejlede i forhold til kursistens problemer, for vi skal også lave faste aftaler med dem, som vi skal sørge for, at de overholder, for ikke at blive smidt ud. Hvis ikke de overholder aftalerne, så er man nødt til at melde dem ud på et tidspunkt, og så skal man slippe dem. Det er der noget etisk forkert i. (Vejleder, KVUC)

På baggrund af denne dobbeltrolle, har vejlederne oplevet det som positivt at have nogle som AlkoTalk at kunne sparre med og henvise videre til.

Min vejlederkollega og jeg sidder hele tiden og diskuterer – hvilken type behandling/hjælp skal den unge have? Jeg har 3-5 gange ringet og sparret med dem (red: AlkoTalk) og hørt dem ad om, hvor jeg kan henvise de unge til. Jeg har brugt dem som sparringspartnere, og de står altid til rådighed. (NEXT)

For vejlederne har det været en fordel, at AlkoTalk har været lettilgængelige både i forhold til deres tilstedeværelse på skolerne, men også telefonisk. Vejlederne oplever, at det godt kan være en barriere, når de skal viderehenvise unge med problemer, hvis der enten bureaukratisk, fysisk eller tidsmæssigt er langt. Det, at de her har kunnet ringe direkte til AlkoTalk, eller vidst, at de var til stede på skolen en gang om ugen, har været positivt. De oplever nemlig, at de unge falder fra, når de bliver henvist til nye personer og/eller nye institutioner.

Den generelle oplevelse blandt vejlederne er, at de har været glade for samarbejdet med AlkoTalk og glade for AlkoTalks undervisning, som har givet dem endnu en facet at tage i betragtning i deres vejledning:

De har også lært os, hvilke signaler vi skal kigge efter, når vi snakker med de unge. De har lært os at stille nogle gode spørgsmål. Spørgeteknikker (...) Men de har givet os nogle spørgsmål, som er nemme at gå til. De har givet os en god indsigt og viden om, at det er meget værre, end vi gik rundt og troede. De unge er gode til at skjule noget! Der har vi fået mere selvtillid til at spørge direkte ind til dem – hvordan man spørger dem. Det har faktisk virket i situationerne. (Vejleder, Next)

Som ovenstående citat illustrerer, har AlkoTalk også fået vejlederne til "at se problemet". Dette udtrykkes også i dette citat fra en vejleder:

Jeg synes, det har været rigtig givtigt for os, som fagpersoner, at tale med de to rådgivere fra AlkoTalk (red). Jeg har lært rigtig meget af det, for alkoholproblemet handler ikke kun om at være fordrukken og sidde nede på bænken og drikke. Det kan sagtens være nogle, som bare mister kontrollen og drikker for meget i weekenderne. De har en rigtig stor forståelse, som vi har fået meget ud af. De har været rigtig gode til at tale med de unge mennesker, omkring det her. Problematikken er så kompleks, så det er svært. (Vejleder, KVUC)

Denne oplevelse underbygges af rådgiverne fra AlkoTalk:

De unge, som vi møder derude, for der er nogle, der virkelig drikker mange genstande om ugen, men de (red: vejlederne) har ikke set det som et problem. (Rådgiver, AlkoTalk)

Vejlederne understreger også, at det handler rigtig meget om relationen, hvis man skal få de unge til at åbne op.

Når de to rådgivere fra AlkoTalk (red) kommer ind i kantinen, så er de en form for gæster – de er på elevernes territorium. Det tager tid, før eleverne vænner sig til, at de er der. (Vejleder, NEXT)

Netop på grund af det relationelle peger vejlederne på lærerne som en vigtig samarbejdspartner, også fremadrettet. Det vil være godt at klæde lærerne bedre på, fordi de er tættere på elevernes hverdag og bedre kan spotte mistrivsel, og de har som udgangspunkt en tættere relation til eleverne:

Vi har været glad for undervisningen. Det er godt, at vejlederne er blevet klædt på til det, og det burde lærerne også blive. Det er godt med noget happening, for at skabe noget opmærksomhed. Men hvis man virkelig skal skabe dialog med dem (red: de unge), så skal man ind på holdene! Skabe en relation til dem der. (Vejleder, KVUC)

Det er meget i samarbejde med lærerne, for de er meget sammen med eleverne. Derfor er det rigtig ærgerligt, at projektet slutter, for mange af lærerne begynder at kende AlkoTalks rådgivere. Det havde været rigtig godt, hvis lærerne også havde fået et oplæg (red: Undervisning). Vi ville rigtig gerne have haft dem med fast, bare hver 14. dag. (Vejledere, NEXT)

Dette synspunkt bakkes også op af rådgiverne selv:

Men jeg tænker også, at vi skulle have været mere i kontakt med lærerne. Være alene med lærerne separat. (...) Jeg tror, vi havde kunne få viden den vej, fordi eleverne tit går til lærerne, når der er et problem. Hvis du lugter af øl tre dage i træk, så er det også læreren, som er opmærksom på det. Lærerne hører elevernes snak om alkohol, når de forbereder fester i weekenden. (Rådgiver, AlkoTalk)

AlkoTalks rådgivere synes ligesom vejlederne, at samarbejdet har været godt. Ligesom AlkoTalk også oplever, at der har været et behov for at give vejlederne viden og forståelse for, at der er unge, der har problemer med alkoholforbrug.

3.6 Klasseundervisning og gruppearbejde

Klasseundervisning

Som led i projektets omlagte strategi har rådgiverne fra AlkoTalk gennemført undervisningssessioner af ca. 15 minutters varighed ude i klasserne. På Next har AlkoTalk været i næsten alle klasser, hvilket har været muligt, da NEXT ikke er så stor en skole. Derudover har AlkoTalk lavet et mindre antal klasseundervisninger på KVUC, Campus Køge og Rungsted Gymnasium.

På VIVEs observation på Rungsted Gymnasium går VIVEs medarbejder rundt og taler med eleverne om deres oplevelse af testen og spørger også, om de har modtaget klasseundervisning ved AlkoTalk, og det viser sig, at undervisningen i klasserne har været 15-minutters-seancer, hvor formålet især har været at få de unge til at tage testen og derefter at få en dialog med klassen om deres forbrug af alkohol. Eleverne husker tydeligt, hvordan testen var med til at synliggøre, at deres klasse drak alt for meget og blev afsæt for en livlig diskussion.

En gruppe drenge fortæller, at de blev overraskede over, hvor stort et forbrug de havde. Andre drenge, der sidder lige i nærheden hæver stemmen og siger, at det på ingen måde kom bag på dem. En fortæller, at hans oplevelse af AlkoTalks besøg i klassen mest havde karakter af, at underviserne skulle kunne dokumentere, at de nu havde oplyst de unge om alkohol og så skulle videre. Andre fortalte, at det både var sjovt og tankevækkende at have besøg af rådgiverne.

Adspurgt om undervisningen har gjort en forskel for dem og deres alkoholforbrug, siger to af drengene i gruppen, at de fx besluttede ikke at drikke i weekenden efter besøget. En anden fortæller, at han heller ikke har planer om at drikke i den kommende weekend. Den dreng, der før sagde, at han ikke var overrasket over sit høje alkoholforbrug, siger nu, at det ikke har ændret noget for ham.

Gruppearbejde

På Lyngby gymnasium har AlkoTalk desuden i samarbejde med en lærer faciliteret et undervisningsforløb, hvor elever fra en 1.g-klasse har arbejdet med AlkoTalks problemstillinger i samfundsfag i seks uger.

Rådgiverne fortæller, at eleverne i Lyngby har givet udtryk for, at de havde tænkt over deres alkoholforbrug og drukket mindre i den periode, hvor de havde forløbet om alkohol. Rådgiverne selv synes, at der er potentiale i at arbejde videre med undervisningsforløb:

På Lyngby opstillede vi en problemformulering ude i klassen, og det synes jeg, vi skal have mere af. Det vil give de unge meget, og måske det allerede skal foregå i folkeskolen. Der var en gruppe, som foreslog det her med, at ligesom der er en uge, der hedder uge sex, så skal man have en uge, der hedder uge alkohol. Vi oplever nemlig, at de unge ikke har særlig meget viden om alkohol og hvor farligt et stof, det er. De begynder allerede omkring konfirmationsalderen, så de skal have viden om det allerede i folkeskolen. (Rådgiver, AlkoTalk)

På KVUC og Køge har lærerne ligeledes lavet enkelte gruppearbejder på baggrund af de undervisningssessioner, AlkoTalk har tilbudt.

3.7 Forældrearrangement

I den oprindelige projektplan var forældre til unge med et skadeligt alkoholforbrug blandt den sekundære målgruppe. Eftersom der ingen kontakt var med forældre via de øvrige aktiviteter, planlagde AlkoTalk i samarbejde med Lyngby Gymnasium en dialogaften med forældre til elever på Lyngby Gymnasium.

Der blev sendt mere end 1000 invitationer ud, men kun omkring 55 forældre og 10 unge deltog i arrangementet. Projektlederens oplevelse var, at *"det var de engagerede forældre, der kom"*.

Arrangementet foregik i april 2017, og der var oplæg fra Henrik Rindom om unges alkoholkultur, oplæg om forældreundersøgelsen i projektet "Fuld af Liv" fra Kræftens Bekæmpelse og et oplæg fra Magnusfonden omkring at miste et barn pga. alkohol. Endvidere startede og sluttede AlkoTalk arrangementet med en Kahoot-måling af forældrenes holdning til og regler for alkohol.

AlkoTalk ville gerne have holdt flere forældrearrangementer, men grundet den lave deltagelse i arrangementet og projektets begrænsede tidsramme blev dette fravalgt. Forældrearrangementet førte ikke forældrehenvendelser med sig, hvilket ellers var et delmål med arrangementet.

3.8 Digital test om alkoholforbrug

AlkoTalks digitale test består af en række spørgsmål omkring den unges alkoholforbrug, drikkemønstre og eventuelle konsekvenser af alkoholindtag⁴. Der beregnes en score for den unges alkoholforbrug, når den unge har besvaret alle spørgsmål, og scoren placerer den unges alkoholforbrug i en af tre kategorier 1) lavrisikoforbrug, 2) moderat risikoforbrug og 3) højrisikoforbrug. Derudover kan den unge sammenligne sit gennemsnitlige ugentlige forbrug med andre jævnaldrende af samme køn, ligesom der bliver lavet udregninger på, hvor mange penge den unge bruger på alkohol, samt kalorieindtag og forbrænding af alkohol. Desuden giver testen information om, hvor meget en genstand er, gode råd omkring alkoholindtag samt informationer om, hvor og hvordan man kan tage kontakt til eller blive kontaktet af rådgiverne på AlkoTalk.

Hjemmesiden har været åben siden november 2016. Testen har gennemgået en revision, hvor der blandt andet er tilføjet spørgsmålet, "Hvad er de vigtigste grunde til, at du drikker alkohol". Endvidere er der tilføjet ekstra spørgsmål for de respondenter, som scorer "højrisikoforbrug". Disse spørgsmål handler om, hvorvidt den unge selv oplever sit alkoholforbrug som et problem, om de gerne vil have hjælp, og hvordan de gerne vil modtage hjælp (se bilag 1 for indhold af testens spørgsmål). Den reviderede udgave af testen har været tilgængelig siden slut februar 2017.

Der er 359 besvarelser på testen i perioden fra november til og med februar. Efter den reviderede udgave af testen er der 637 besvarelser af testen i perioden fra marts til og med juni. Testen er fortsat åben efter projektets officielle afslutning i juli 2017. Kendskabet til testen er blevet udbredt på de uddannelsesinstitutioner, hvor AlkoTalk har været tilstede, og via omdeling af projektets flyer.

Testen har haft flere formål i projektet. Det primære formål har været at bevidstgøre de unge omkring deres alkoholforbrug samt at få dem til reflektere over eget alkoholforbrug. Sekundært har testen været en måde at rekruttere unge på. Dels ved at rådgiverne har brugt testen og testresultaterne til at komme i snak med de unge om deres alkoholforbrug, dels ved at de unge, når de tog testen, fik kontaktoplysninger til AlkoTalk, ligesom de kunne give egne kontaktoplysninger til AlkoTalk. Endelig har projektgruppen bag AlkoTalk ønsket at indhente data og viden om de unge i målgruppen via testen.

Testen er udviklet undervejs i projektperioden, først med henblik på at fungere som et rekrutteringsværktøj, men efter projektets fokusskifte blev testen en af AlkoTalks hovedaktiviteter. Derfor har VIVEs oprindelige undersøgelsesdesign ikke været målrettet til at belyse, hvordan testen fungerer i forhold til ovenstående forhold. I de følgende to afsnit benyttes undersøgelsens data til at beskrive testen i forhold til de to første formål. Det er beskrevet, hvorfor VIVEs undersøgelse ikke benytter sig af testdata i afsnit 2.5 om metodiske forbehold.

3.8.1 Testen som et virkemiddel til refleksion over alkoholforbrug

VIVE bad den gruppe unge, der deltog i fokusgruppe, om at prøve testen inden interviewet. Ikke alle havde gjort dette. Endvidere havde observationen på Rungsted Gymnasium fokus på de unges oplevelser af testen.

De unge i fokusgruppen beskriver testen som overraskende kort, hurtig og nem. De gav udtryk for at det var positivt, at den ikke var tidskrævende, og nogle gav udtryk for, at testen omvendt godt måtte have været bare lidt længere, så den kunne have været mere specifik på nogle spørgsmål.

⁴ Testen er udviklet af Novavi i forbindelse med pilotprojektet AlkoTalk. Lægemiddelvirksomheden Actavis A/S har sponsoreret en del af webtesten, og Novavi har finansieret det resterende beløb.

De unge i fokusgruppen sagde, at det var vigtigt, at resultatet virkede troværdigt. Nogle oplevede, at testen spurgte til deres typiske forbrug i stedet for et gennemsnit, hvorpå den selv regnede et gennemsnit ud. De manglede nogle kategorier med mindre spænd. Eksempelvis var der en, der gav udtryk for ikke at føle, at hun faldt i nogle af kategorierne, og at testen derfor ikke blev retningsgivende for hendes reelle forbrug.

Generelt udtrykte de unge, som VIVEs medarbejder talte med på Rungsted Gymnasium, at det var sjovt at tage testen, men nogle havde svært ved at tage testens resultater alvorligt. De oplevede resultaterne som en overdrivelse og satte på forskellige måder spørgsmålstejn ved testens udregningsmetoder og spørgeteknik. Fx oplevede nogle, at resultatet blev langt højere end deres reelle forbrug. De oplever, at det er problematisk, at testen foretager sin beregning på baggrund af det *højeste* antal genstande, når man er "tvunget" til at angive sit forbrug i "spænd", hvorpå de oplever, at testen tager afsæt i det højeste forbrug.

I fokusgruppen beskrev nogle, at de ikke synes, at spørgsmålene afspejler de unges drikkemønster, eksempelvis at testen ikke tager højde for, at der reelt er tale om to forskellige typer af alkoholindtag "hverdagsdruk og festdruk". Det drikkemønster oplevede nogle ikke blev afspejlet i testen. Nogle nævnte, at de selv drikker en til to gange om måneden, hvor de så virkelig drikker igennem, andre kunne godt tage en øl til maden i hverdagen, mødes med venner over en øl på cafe i hverdagene og så drikke markant mere til fest.

I fokusgruppen gav de udtryk for, at rådene i testen var gode og sjove at læse. Desuden synes de, at det var en god måde at sætte alkoholforbrug i kontekst, det med at man kunne se, hvor meget man skulle løbe for at forbrænde sit kalorieindtag fra alkohol.

På Rungsted Gymnasium syntes de ekstreme angivelser af, hvor meget man kan undgå at tage på, hvis man drikker mindre at prelle af på nogle af de unge. Fx fik en ung slank fyr at vide, hvor mange kilo han kunne undgå at tage på ved at lade være med at drikke så meget som på nuværende tidspunkt. Resultatet fik ham og hans venner til at grine. En pige illustrerede det, hun anså som problematisk ved testens udregningsmetoder med et eksempel. Hendes test viste, at hun drak 19 genstande om ugen, selvom hun havde regnet ud, at det nærmere var 14 genstande. På samme måde beregnede testen, at hun brugte 2000 kr. om måneden på alkohol, hvilket hun oplevede som en vild overdrivelse. Testen viste desuden, at hun skulle løbe 200 km om måneden for at forbrænde al denne alkohol, og den konstatering, "*købte hun heller ikke*", som hun sagde

Stemmingsbillede 2: Den digitale test i funktion

Imens eleverne venter på at komme til at spise de populære chokoladeskildpadder og få lov til at puste i Alkometeret, lykkes det rådgiverne at få eleverne til at tage den digitale test. Man kan se, at, når de står i små grupper og tager testen, er der et lille element af, at de er inde over hinandens svar, men ikke ret meget. De fleste ser egentlig ud til at svare selv, imens de andre laver noget andet. VIVEs medarbejder ser nogle ret overraskede ansigtsudtryk, når de får resultatet.

Et par drenge får tårnhøje forbrug – en på 83 genstande om ugen. En anden lander på 33. VIVEs medarbejder spørger, om de overraskede. Det er de ikke, men de ser sådan ud. VIVEs medarbejder spørger den ene, om han tænker, at det er noget, han vil gøre noget ved/lave om på? "*Næ. Det er jo gymnasiet – sådan er det bare – i nogle år endnu!*"

3.8.2 Testen som en måde at komme i kontakt med de unge

Rådgiverne har brugt testen som en indgang til at snakke med de unge på uddannelsesinstitutionerne. Når de stod på standene eller var i klasserne, har rådgiverne bedt de unge tage testen på deres telefon. De har så efterfølgende spurgt, om de unge ville dele resultatet med dem og har således kunnet indlede en snak med de unge om alkohol. Langt de fleste har ikke haft noget imod at dele deres resultat med AlkoTalk rådgiverne og de andre unge omkring dem.

Rådgiverne har både oplevet, at nogle unge blev overraskede over, hvor meget de drak sammenlignet med jævnaldrende. De har også oplevet unge, som ikke synes testen virker – hvor de ikke tror på resultatet. Rådgiverne oplever at både beregning af økonomi og kalorieforbrug er lige interessant for de unge og både for drenge og piger. Modsat de andre aktiviteter på standen fortæller rådgiverne, at de ikke har behandlet testen som et humoristisk indslag.

Som tidligere beskrevet er det ikke lykkedes rådgiverne at komme videre med nogle unge ad denne vej. Imidlertid har rådgiverne via snakke med de unge om deres testresultat kunnet spotte, hvis der var nogle, som angav de drak meget. I disse tilfælde har rådgiverne kunne bede vejlederne om at have ekstra opmærksomhed på disse unge.

Hvad taler rådgiverne om, når de taler med de unge om testen?

Observationen på Rungsted Gymnasium så også på, hvordan rådgiverne brugte testen til at komme i snak med de unge.

En hel del falder i snak med rådgiverne, fordi de på en eller anden måde skal have hjælp til alkotesten, eller fordi de har spørgsmål til promillebrillerne – hvor mange genstande svarer det til osv.? Rådgiverne forklarer dem, hvordan deres reaktionsevne langsomt svækkes, uden de selv opdager det, fordi svækkelsen sker gradvist imens man drikker. Derfor har vi alle en tendens til at tro, at vores koordinationssans er meget bedre end den egentlig er.

I få tilfælde når rådgiverne også at tale lidt med eleverne om resultatet af den digitale test. De spørger: *"Hvad tænker du om det?"* Det er meget korte samtaler, der udspiller sig, og VIVEs medarbejder kan ikke nå at høre, hvad der bliver sagt. Efter observationerne er afsluttet, fortæller rådgiverne VIVEs medarbejder, at det generelt er svært at få de unge til at snakke med dem om deres alkoholforbrug, hvis testen viser, at de har et højt forbrug. Rådgiverne oplever både på Rungsted Gymnasium, men også på de andre uddannelsessteder, hvor de har optrådt med standen, at de unge slår deres høje forbrug hen som noget normalt for gymnasietiden/uddannelsesstiden. Rådgiverne oplever, at de unge ikke selv virker bekymrede, og det tolker de som tegn på manglende selverkendelse.

3.9 Opsummering

Kapitlet har beskrevet de aktiviteter og indsatser, der er afprøvet og/eller gennemført i projektet. Til at skabe opmærksomhed om projektet og med henblik på at rekruttere unge har projektet haft en Facebookside, og der er uddelt en flyer om projektet. Hovedaktiviteten i forhold til rekruttering har dog været AlkoTalks stande i kantinerne på uddannelsesinstitutionerne. Standen har, som projektet udviklede sig, også fungeret som en egentlig interventionsaktivitet og været en måde, hvorpå rådgiverne har kunnet få de unge til at tage den digitale test og snakke med dem om deres alkoholforbrug.

Samarbejdet med uddannelsesinstitutionerne er blevet udvidet undervejs i projektet til også at omfatte kompetenceudvikling af vejlederne og klasseundervisning. Både vejledere og rådgivere udtrykker tilfredshed med kompetenceudviklingen og samarbejdet.

Den oprindelige primære interventionsaktivitet var tilbuddet om samtaleforløb til unge og evt. deres familie og venner, men hovederfaringen fra projektet er, at det var meget vanskeligt at rekruttere både de unge samt deres familie og venner til samtaleforløb.

4 Erfaringer i forhold til målgrupper, rekruttering og intervention

I dette kapitel samles der op på de erfaringer, der er gjort i projektperioden i forhold til de tre fokusområder; målgrupper, rekruttering og intervention. Formålet med kapitlet er at belyse, hvilke erfaringer kan udledes af AlkoTalk i forhold til at matche målgruppen med rekrutteringsstrategier og interventionsmetoder.

Kapitlet er baseret på det samlede datamateriale; dokumentanalyse, observation, interview med vejledere, rådgivere og projektleder samt fokusgruppe med elever på NEXT. Eksisterende litteratur og forskning på området er inddraget til at understøtte pointer fra evalueringens begrænsede empiri og til at give andre perspektiver på nogle af projektets erfaringer.

4.1 Målgrupper

Der var flere målgrupper i projektet. Den primære målgruppe var unge med et skadeligt forbrug af alkohol. Den sekundære målgruppe var den unges netværk, herunder venner, familie og professionelle omkring den unge.

4.1.1 Unge med et skadeligt alkoholforbrug

Projektets primære målgruppe definerede rådgiverne som unge mellem 16-25 år med et skadeligt forbrug af alkohol, dvs. med et ugentligt alkoholindtag på mere end 30 genstande. I den oprindelige projektbeskrivelse havde AlkoTalk grupperet de unge i forhold til type og omfang af problemer, som den unge kunne have udover/eller i relation til deres alkoholforbrug. På dette tidspunkt havde AlkoTalk dog ikke afgrænset målgruppen yderligere i forhold til de unges problemer.

Flere af de få unge, som AlkoTalk i projektperioden fik ind til individuelle samtaler, havde, ud over et skadeligt forbrug af alkohol, behandlingskrævende psykiatriske problemstillinger. På baggrund af disse foreløbige erfaringer besluttede rådgiverne at afgrænse målgruppen eksplicit i forhold til de meget "tunge" cases.

Fra starten af har vi tænkt, at det var almindelige unge, men vi har fået unge, som har haft mange problemer. (Rådgiver AlkoTalk)

Af interview med projektlederen og rådgiverne fremgår det, at de undervejs har haft mange refleksioner over, hvordan man bedst muligt afgrænser en målgruppe, når det drejer sig om alkoholinterventioner målrettet unge, der endnu ikke har et synligt eller erkendt alkoholproblem. De understreger, at de er overbeviste om, at den definerede målgruppe af almindelige unge, som drikker over 30 genstande om ugen, og som ikke har andre massive problemer, findes "derude" blandt danske unge. Men i lyset af projektets erfaringer har de også måttet erkende, at disse unge er særdeles svære at fange, netop fordi de ikke selv mener, at de har et problem. Projektets erfaringer viser også, at netværket omkring de unge ofte heller ikke synes, at de unge har et problem. Dette vender vi tilbage til i det næste afsnit (afsnit 4.2).

Ved projektets afslutning, indkredser rådgiverne målgruppen således:

De "almindelige" unge, som drikker på en måde, hvor det begynder at have betydning for deres skolegang, har ikke erkendelsen af, at de har et overforbrug. De mener ikke selv, de har et problem. Socialt liv er jo forbundet med alkohol. (Rådgiver, AlkoTalk)

I ovenstående citat kommer rådgiverne også ind på det sociale aspekt, der er i de unges alkoholforbrug, dette understøttes af forskningen på området (Davoren et al., 2016; Nielsen & Sørensen, 2011; Schiøth et al., 2016; Frederiksen et al., 2012), ligesom de unge selv er meget bevidste om det – dette kommer vi mere ind på igen senere i afsnittet.

Rådgiverne har ikke kunnet rekruttere den primære målgruppe i projektperioden. I det følgende ser vi nærmere på, hvordan projektet er lykkedes med at adressere den sekundære målgruppe, nemlig det sociale netværk omkring de unge.

4.1.2 Den unges netværk

Evalueringen har ikke data, der direkte kan belyse, i hvor høj grad projektet er lykkedes med at henvende sig til netværket. Af interview med rådgivere og fra fokusgruppen med unge fremgår det, at projektet *måske* har haft lidt nemmere ved at få kontakt til "nogen, der kender nogen", der drikker for meget. Rådgiverne oplever selv, at de har haft succes med at tale med de unge om bekymringer på vegne af deres venner:

Da vi var ude på Next i hver uge, havde vi "stamkunder", som kom hver tirsdag og sagde hej og lige skulle puste i alkometeret. De begyndte efterhånden at spørge mere og mere, fordi vi var genkendelige. Vi var ikke bekymrede for dem, der kom og spurgte meget. De var ikke inden for målgruppen. Men de begyndte at blive mere nysgerrige, fordi de fx havde en ven, der var begyndt at ryge meget hash, og de kunne se, at vi kunne give dem nogle råd. (Rådgiver AlkoTalk)

I tråd hermed oplever rådgiverne, at det har været nemmere at tage mere generelle snakke om alkohol og konsekvenser af alkoholforbrug med de unge end at tale med den enkelte unge om hans eller hendes eventuelle eget overforbrug. I fokusgruppen med unge fra NEXT blev råd og vejledning fra professionelle om, hvordan man taler med sine venner om alkoholrelaterede bekymringer, også efterspurgt. Dette illustreres i nedenstående resume fra fokusgruppen.

Hvad siger de unge selv? Hjælp til at hjælpe venner, der drikker for meget

Én i gruppen foreslår, at man hellere skal nå de uge i grupper, frem for individuelt. At det er vennegrupper, man skal henvende sig til og målrette samtaler mod. Flere følger dette forslag op med at fortælle, at de oplever, at der i deres vennegrupper er nogen, de er bekymrede for, fordi de drikker for meget og opfører sig åndssvagt, når de drikker. De giver udtryk for, at det er de samme, som altid drikker for meget. De synes, at det er svært at tale med vennerne om det, og efterlyser værktøjer til at snakke med deres venner, når de er bekymrede.

Et af formålene med projektet var at få mere viden om de unges drikkemønstre. I fokusgruppen med de unge blev dette emne adresseret. For de unge i fokusgruppen hang alkohol meget nært sammen med deres sociale liv – som tidligere nævnt, understøttes dette i høj grad af eksisterende forskning på området (Davoren et al., 2016; Nielsen & Sørensen, 2011; Schiøth et al., 2016; Frederiksen et al., 2012). Nedenfor gives et kort resume af de unges diskussion af dette:

Hvad siger de unge selv? *Det sociale i at drikke alkohol*

For de unge i fokusgruppen er det meget socialt betinget at drikke alkohol. De skelner mellem hyggedruk og festdruk. Hyggedruk er fx, når man mødes med en ven på en café og drikker en øl. Dette sidestilles med at drikke en kop kaffe. Festdruk er omvendt, når formålet med at drikke er at blive fuld. De unge giver udtryk for, at det at drikke handler om fællesskab, og at de oplever, at de går glip af noget, hvis de ikke drikker. De sammenligner det med rygning. Og at alkohol og/eller rygning giver "noget", man mødes om.

Det handler også om de rammer, der bliver stillet op, og her giver de et eksempel på, hvordan fraværet af fredagsbar på NEXT har gjort stor forskel (*Red: på NEXT må der ikke drikkes alkohol*). Flere af de unge har oplevet det som en stor kontrast til gymnasiet, hvor de har det, de unge kalder "en udpræget drukkultur".

De unge i fokusgruppen kommer ind på den store forskel, der er i alkoholkulturen på henholdsvis erhvervsskoler og gymnasier. Denne forskel adresseres også i interviewene med vejlederne på KVUC og NEXT. En vejleder på KVUC siger: *"Det her er en skole, hvor der ikke foregår fester, det foregår uden for skolen. Der er slet ikke den samme kultur, som der er på gymnasierne."* (Vejleder, KVUC).

Vejlederne fra NEXT beskriver, hvordan man har af-alkoholiseret hele håndværkerfaget, både på byggepladser og uddannelsen.

Men det er interessant, at nu er det gymnasierne og EUX, der drikker. Men det er stadig erhvervsuddannelserne, hvor forældrene har mange fordomme om, at der drikkes meget. (Vejleder, NEXT)

Sagen er, at ude på byggepladserne drikker man ikke længere. Der drikkes heller ikke sprut til festlige sammenhænge her. Men man har lukket op for fredagsfester for at tiltrække EUX elever. De drikker automatisk alkohol... (..) For at få folk til at tage en EUX, så skal det gøres attraktivt, og så skal man lave et tilsvarende studiemiljø som det, der er på gymnasierne. (Vejleder, NEXT)

I de to citater peger vejlederne på, at der er ændret en hel drikkekultur i faget, som man også ser afspejlet på uddannelserne, hvorimod gymnasierne fortsat har en stærk fest- og drukkultur, der nu får en betydning for festmiljøet på den nye EUX, som kombinerer en erhvervsuddannelse med en gymnasial eksamen.

Forældre

Projektet har også haft svært ved at nå forældremålgruppen – både i forhold til rekrutteringsaktiviteter og interventionsaktiviteter. Ingen forældre har henvendt sig på eget initiativ. Derimod har projektet forsøgt at nå ud til forældrene gennem et enkelt forældrearrangement afholdt på Lyngby Gymnasium. Rådgiverne peger på manglen på tid som den primære årsag til, at de ikke har været mere opsøgende for at nå ud til forældrene, og at de i første omgang har prioriteret de unge. *"Selvom forældrene også var en del af målgruppen, så var vi nødt til at gøre noget andet, når nu vi ikke fik henvendelser. Vi har ikke holdt et forældrearrangement på KVUC. Hvis vi havde mere tid, skulle vi have gjort mere af det."* (Rådgiver, AlkoTalk).

Rådgiverne har en klar holdning til, at forældre er en overset og væsentlig målgruppe, når man skal arbejde med alkoholinterventioner rettet mod unge. Men de har i projektperioden og i samarbejdet med ungdomsuddannelserne erfaret, at forældrene generelt er fraværende i dette regi.

Ledelserne på uddannelsesstederne understreger også, at forældrene ikke oplagt er involveret i de unges liv længere, for langt de flestes vedkommende. Skolerne er tøvende i forhold til at involvere forældrene mere aktivt. Omvendt møder rådgiverne unge på forældrearrangementet på Lyngby Gymnasium, der selv nævner forældrenes grænsesætning for børns alkoholindtag som afgørende i det forebyggende arbejde med unge og alkohol.

Nedenfor er et kort resume af de unge i fokusgruppens snak om forældrenes rolle.

Hvad siger de unge selv? *Forældrenes rolle i forhold til unges alkoholforbrug*

Der var bred enighed om, at forældrene har en stor betydning for de unges alkoholvaner, men kun indtil en vis alder. De interviewede mente selv, at de aldersmæssigt var vokset fra deres forældres indflydelse, men at deres forældre igennem deres opvækst havde sat deres præg på de unges drikkemønstre. Endvidere var der enighed om, at forbudsvejen og strenge regler ikke virker – flere fortalte selv om, hvordan de ikke havde overholdt de regler, forældrene havde stillet op i forhold til alkohol. De unge udtrykte, at det var vigtigt med dialog med forældrene, men mere konkrete om forældrenes ageren blev de unge ikke. (Fokusgruppe elever, NEXT).

De unge i fokusgruppen udtrykker, at de ikke tror, at strenge regler fra forældre hjælper noget – tværtimod. Litteraturen på området viser, at forældre spiller en central rolle i forhold til unges alkoholforbrug og alkoholadfærd. Unge, hvis forældre har taget aktivt stilling til deres børns alkoholforbrug via klare regler, normer og rammer, drikker mindre (Frederiksen et al., 2012; Demant & Ravn 2012).

4.2 Rekruttering og intervention

Projektet har vist, hvor store udfordringer der er med at opspore og rekruttere unge til individuelle samtaler om deres alkoholforbrug. I dette afsnit gives nogle mulige forklaringer på disse udfordringer. I afsnittet er der ikke sondret mellem rekrutterings- og interventionsaktiviteter, da grænsen mellem disse, som også tidligere beskrevet, ikke er entydig.

En problembaseret tilgang: For hvem er alkohol et problem?

AlkoTalks projektleder konkluderede efter projektets afslutning, at de "har lært, at det er mega svært at arbejde problemorienteret om noget, de unge ikke opfatter som et problem". Endvidere reflekterer projektlederen over, at projektets egen positive tilgang til alkohol fx i arbejdet med standen, hvor de har benyttet sig af metoder som humor og nudging måske står i kontrast til rådgivningssamtalernes mere problemorienterede fokus.

VIVEs evaluering understøtter projektlederens betragtning. Fx har AlkoTalks stand på skolernes kantiner i kraft af alkometeret, promillebrillerne og chokoladeskildpadder været et effektivt blikfang, som har kunnet fange eleverne ind ved hjælp af underholdningsværdien. Standen har gjort dem nysgerrige, og de unge har været meget imødekommende. Observationerne fra Rungsted har vist, hvordan der næsten opstod en feststemning omkring standen, som på mange måder synes at tale ind i de unges "festkultur". De individuelle samtaler har netop haft til formål at problematisere den samme festkultur, hvilket har været svært at få de unge til at se formålet med eller behovet for.

Generelt peger projektets erfaringer på, at langt de fleste unge, som rådgiverne har talt med, ikke selv opfatter, at de har et problem med alkohol. De forbinder problemer med alkohol og alkoholmisbrug med noget helt andet end den festglade unge, der drikker i sine venners selskab. De opfatter den midaldrende mand på bænken, der drikker hver dag og tidligt på dagen, som en, der har et problematisk og interventionskrævende alkoholforbrug.

Heller ikke netværket omkring de unge synes nødvendigvis at opfatte de unges alkoholforbrug som et problem. Eksempelvis erkender vejlederne på ungdomsuddannelserne, at det tog dem lidt tid og lidt undervisning fra AlkoTalk, før de selv begyndte at problematisere de unges alkoholforbrug:

Vi er i starten af 50'erne, så vi er vokset op med en alkoholkultur, hvor det er helt i orden at drikke en masse. Det har gjort, synes jeg selv, at jeg ikke vurderer de unges alkoholforbrug til at være så galt, som det egentlig er. (Vejleder, NEXT)

AlkoTalk-rådgiverne har oplevet, at vejlederne ikke har problemer med at spørge ind til de unges stofmisbrug, imens det er mere tabuiseret at spørge til alkohol:

De har meget fokus på dem, der ryger for meget hash, tager amfetamin eller kokain. Det er lettere at spørge ind til et stofmisbrug. Men vi synes, det er underligt, at det er sværere at spørge ind til alkoholmisbrug. (Rådgiver AlkoTalk)

Problematikken med, at den unges netværk heller ikke synes, at alkoholforbrug er et problem eller noget, de vil blande sig i, er illustreret i en sammenlignende undersøgelse af de sociale konsekvenser af henholdsvis hash- og alkoholmisbrug. En markant forskel i konsekvenserne af henholdsvis skadeligt forbrug af alkohol og hash er, at forbrugere af hash udsættes for et betydeligt større socialt pres fra venner og familie for at nedsætte deres forbrug end forbrugere af alkohol. Forfatteren angiver denne forskel som en mulig forklaring på, at unge med skadeligt forbrug af alkohol i langt mindre grad end unge med et skadeligt forbrug af hash har en hjælpsøgende adfærd (Pedersen, 2013).

Antagelsen om, at de unge i målgruppen for projektet, ikke har set tilbuddet om problemorienteret rådgivning og samtale som et vedkommende tilbud, bestyrkes i diskussionen i fokusgruppen med unge fra NEXT. Nedenfor er et kort resume fra snakken i fokusgruppen om AlkoTalks intervention, og hvordan de unge synes, man kan skabe ændringer i de unges alkoholforbrug.

Hvad siger de unge selv? *Moraliseren, forbud og tilgængelighed*

VIVEs medarbejdere præsenterer de unge i fokusgruppen for AlkoTalks oprindelige tilbud om *individuelle rådgivende samtale om den unges alkoholforbrug*.

Der er bred enighed om, at idéen om individuelle samtaler om alkohol *ikke virker tiltrækkende på unge*. De unge forklarer, at det indebærer, at man skal erkende, at man har et problem, og de mener, at langt de fleste unge ikke vil mene, at de har et alkoholproblem. Flere peger på, at alene ordet "samtale" klinger meget alvorligt – og det, mener de, vil skræmme de unge væk.

De unge i gruppen taler om, "at det er en tabt kamp", at voksne kommer udefra/ovenfra og blander sig i de unges alkoholforbrug. Bevægelsen og initiativet til at ændre noget ved de unges alkoholforbrug skal komme fra de unge selv og løses blandt de unge selv. Men de unge har brug for værktøjer til at kunne snakke med hinanden om det.

Selvom de udtrykker modstand mod forbudsmentalitet og moraliseren, mener flere i fokusgruppen dog, at den lette tilgængelighed i Danmark også har en væsentlig betydning. Som en udtrykker det, "der er aldrig længere end 50 meter til den nærmeste øl", og "7-11 har altid åbent, døgnet rundt". Selvom det også er et synspunkt i gruppen, at, hvis de unge vil drikke, så gør de det, uanset regler og tilgængelighed, så mener flertallet, at det vil have en betydning for den bredere gruppe af unge, hvis man har en strammere regulering af området i forhold til alder og tilgængelighed.

I fokusgruppediskussionen understreger de unge, at interventioner, der er præget af en løftet pegefing, forbud og moraliseren på ingen måde er vejen frem, hvis man vil nå de unge. Omvendt peger de unge på, at forhold som fx tilgængelighed gør en forskel.

Bevidstgørelse og refleksion over alkoholforbrug

Allerede under den indledende workshop blev problematikken rejst om, hvorvidt det kun var et succeskriterie for projektet, at de unge kom til AlkoTalks samtaleforløb – eller om det også var en succes, hvis de unge fik hjælp af anden vej, eller hvis projektet var med til at skabe bevidsthed og fik unge til at reflektere over eget alkoholforbrug.

Som tidligere beskrevet skiftede målsætningen om at skabe bevidsthed og øget viden blandt de unge om alkohol status fra at være en sekundær målsætning i projektet til at være den primære. Dette skifte skete cirka halvvejs inde i projektperioden ud fra erkendelsen af, at projektet ikke lykkedes at rekruttere deltagere til rådgivningssamtaler. Som også tidligere beskrevet har VIVEs undersøgelse ikke data til at belyse, hvorvidt dette er lykkedes.

Der er dog forskellige indikationer i vores datamateriale af, at projektet har skabt en vis grad af bevidsthed om alkoholforbrug blandt unge. Observationerne fra Rungsted Gymnasium er blot ét eksempel på, hvordan AlkoTalks tilstedeværelse i hvert fald i øjeblikket skabte en øget bevidsthed blandt nogle af de unge, som VIVEs medarbejder talte med. Det er ligeledes vejledernes oplevelse, at AlkoTalks tilstedeværelse på uddannelserne har sat refleksioner i gang hos såvel elever, lærere som vejledere: "*Projektet har sat en masse i omløb her. Jeg tror slet ikke, at de er klar over, hvor meget de har formået at sætte i gang*" (Vejleder NEXT). Endvidere har tilbagemeldingen fra den gymnasieklasse, der arbejder med alkohol i undervisningen været, at de tænkte mere over deres alkoholforbrug i denne periode, og for nogle, at de rent faktisk drak mindre. På samme måde fortæller et par af de adspurgte elever på Rungsted Gymnasium, at de efter AlkoTalks undervisning i

klassen besluttede sig for at lade være med at drikke i den efterfølgende weekend. Det er dog forventeligt, at disse mulige virkninger ophører med projektets afslutning.

AlkoTalks digitale test og social pejling

AlkoTalks digitale test om alkoholforbrug benytter sig af social pejling, idet den sammenligner den unges typiske alkoholforbrug med gennemsnittet for piger/drenge på samme alder.

Social pejling er ifølge SSP, at unge i deres sociale adfærd kigger på andre unge omkring sig og bruger hinanden som pejlemærker. Flertals-pejling, de ønsker at gøre som flertallet (SSP København 2016). Forestillinger om, hvad andre unge gør, er ofte overdrevne og skaber det, Flemming Balvig et al. (2005) kalder flertalsmisforståelser, dvs. at de unge tror, at flertallet af deres jævnaldrende er vildere, end de reelt er. Når de unge tror, at de følger flertallets normer og adfærd, men i virkeligheden efterligner en overdreven adfærd, så er de selv med til at skabe nye normer (Balvig et al., 2005).

Testen har altså både til formål at dokumentere reel adfærd og at aflive myter om overdreven alkoholindtag hos andre unge, dvs. flertalsmisforståelser. På den ene side kan testen potentielt medvirke til at synliggøre de unges reelle alkoholforbrug ved at tvinge de unge til at tælle genstande osv. På den anden side kan det være, at testen uintenderet virker lige modsat og kommer til at skabe yderligere flertalsmisforståelser. Nogle af de unge, VIVE har talt med, oplever netop, at testen angiver urealistisk høje tal, og derfor mister den troværdigheden. Endvidere viste observationerne på Rungsted Gymnasium også, at der opstod noget socialt omkring at tage testen og det "sjove" ved at skruer højt op for antallet af ugentlige genstand, når man står sammen med andre, indebærer potentielt den risiko, at de unge igen får en overdreven forestilling om, hvor meget, deres jævnaldrende drikker.

Unge, alkohol og trivsel

En læring ved projektet har været, at tilgangen til de unges problemer har været for snæver ved kun at have fokus på alkohol. En af AlkoTalks rådgivere reflekterte således:

Noget, man kunne prøve af, var at kigge på de symptomer, som de unge, der drikker for meget, har. For vi får ikke henvendelser, hvis vi skriver: Kom, hvis du har et alkoholproblem. De er ofte ensomme eller har angst, og så skulle man lave et opslag, hvor vi gerne vil lave en gruppe for de unge, som føler sig ensomme på den her uddannelse. Så får vi dem ind og kan snakke om det, og så kan vi også komme ind alkohol. (Rådgiver, AlkoTalk)

Det er også sådan, vejlederne ser på det, at alkohol både kan være et symptom og en årsag og en del af et større problemsæt:

Det er vigtigt at fokusere på, at alkohol er et symbol på det samme, som når det drejer sig om depression eller misbrug. Alkohol kan være en medfølgende faktor eller være årsagen til, at de unge ikke kan komme ud af sengen dagen efter. (Vejleder, KVUC)

En interessant pointe ved dette er dog, at det stadig fastholder det problemorienterede fokus.

En større dansk rapport om unge og alkohol sammenfatter på baggrund af en række danske undersøgelser, at alkoholforbrug blandt unge er forbundet med risikofyldte og negative oplevelser, men at alkoholforbrug ikke er forbundet med decideret mistrivsel (Frederiksen et al., 2012).

Undersøgelserne viser overordnet, at alkoholforbrug blandt unge er forbundet med en række risikofyldte og negative oplevelser, som fx ulykker, nedsat præstation i skolen og større risiko for voldsudsættelse. Modsat viser undersøgelser, at det er de unge, som drikker mest, der føler, at de har færrest problemer i hverdagen, har højest selvtillid og sjældent føler sig isolerede, udenfor eller savner venner. Omvendt er det er de unge, som ikke drikker alkohol, der oftest føler de har problemer, har lav selvtillid og føler sig isolerede og savner nogen at være sammen med (Frederiksen et al., 2012). Undersøgelserne understøtter således billedet af, at unge, der drikker alkohol ofte er godt integreret i sociale fællesskaber. Her er det, fordi alkohol spiller en betydelig rolle i de sociale fællesskaber blandt unge, og ikke fordi alkoholen i sig selv øger trivlsen (Nielsen & Sørensen, 2011).

4.3 Opsummering

Projektet er ikke lykkedes med at rekruttere den primære målgruppe, unge med et skadeligt forbrug af alkohol. De få unge, som kom til samtaler, viste sig at have så komplekse og omfattende problemer, at rådgiverne erfarede, at målgruppen skal afgrænses fra disse "tunge cases".

AlkoTalk har heller ikke rekrutteret unge via deres venne-netværk. Dog har AlkoTalk har haft gode erfaringer med at henvende sig mere generelt til de unge på ungdomsuddannelserne og tage mere overordnede snakke med de unge om alkohol. Der har været afholdt et enkelt forældrearrangement i projektet, men ellers har AlkoTalk ikke været i kontakt med forældremålgruppen. I forhold til projektets sekundære målgruppe er det hovedsageligt vejledere på uddannelsesinstitutionerne, projektet har lykkedes med at henvende sig til.

De unge i fokusgruppen giver udtryk for, at både venner og forældre er vigtige i forhold til at adressere unges alkoholforbrug.

En af projektets store udfordringer har været at arbejde med en problembaseret tilgang til alkohol. Langt de fleste unge, som rådgiverne har talt med, oplever ikke, at de eller deres venner har et skadeligt alkoholforbrug. På samme måde har vejlederne fortalt, at de heller ikke nødvendigvis så de unges alkoholforbrug som problematisk før deres samarbejde med AlkoTalk.

5 Diskussion af erfaringer til fremadrettet brug

I dette kapitel diskuterer vi AlkoTalks erfaringer ud fra dele af den omfattende eksisterende litteratur og forskning på området. Formålet med kapitlet er at belyse, hvordan erfaringerne fra AlkoTalk kan bruges fremadrettet. Vi vil beskæftige os med spørgsmålet om, hvad man i alkoholforebyggelsesarbejdet målrettet unge kan lære af, og hvilke opmærksomhedspunkter der er fra AlkoTalks erfaringer i forhold til valg af målgruppe, rekruttering og intervention.

Om at tilpasse målgruppe, rekrutteringsstrategi og intervention indbyrdes

Uagtet, at AlkoTalk hele tiden har haft en på forhånd defineret målgruppe; unge mellem 16-25 år, som drikker mere end 30 genstande om ugen, har en central udfordring for projektet været at indkredse målgruppen og at få identificeret en målgruppe, der også lod sig rekruttere. På den ene side, har projektets udfordring været, at den målgruppe, de er lykkedes med at rekruttere til deres primære intervention – de individuelle rådgivende samtaler – ikke var deres ønskede målgruppe. På den anden side kan man vende problemstillingen om og konkludere, at den intervention, projektet designede, ikke appellerede til deres ønskede målgruppe.

Til inspiration for fremtidige forebyggelsesindsatser i tråd med AlkoTalks projekt, tilbyder forskningslitteraturen typologiseringer af undergrupper inden for den brede målgruppe af unge. Formålet med at identificere sådanne undergrupper er netop at kunne målrette og differentiere forebyggelsesindsatser mere præcist. I et studie fra 2015 identificerer forskere seks forskellige typer af drikkemønstre blandt unge i alderen 12-24 år på baggrund af en litteratursyntese (Davoren et al., 2016). Det drejer sig om følgende typer af drikkemønstre: 1) "afholdenhed", 2) "dem, der drikker lidt", 3) "socialt drikkemønster", 4) "hedonistisk drikkemønster", 5) "tung druk" og 6) "problematisk druk" (Ibid.).

Et socialt drikkemønster er motiveret, som ordet siger, af en fællesskabsfølelse og oplevelse af inklusion i en gruppe af jævnaldrende. Hvorimod hedonistisk drikkemønster er kendetegnet ved at alkohol bruges stemnings- og adfærdsregulerende. Motivationen for at drikke er personlig, frem for social. Tungt drikkeri er forbundet med weekend-, risiko- og vanedruk. Det er individer der jævnligt indtager skadelige mængder af alkohol og oplever at miste kontrollen, have blackouts, og føle sig deprimerede og få vredesudbrud. Problemdruk er kendetegnet ved, at individer drikker alene, drikker fra morgenen og drikker hver dag, og oplever både negative følelser og negative hændelser knyttet til det at drikke.

Hvis vi anvender denne gruppering af drikkemønstre, ser det ud til, at de få unge, AlkoTalks projekt primært har rekrutteret, er dem, der falder i kategorien "problematisk druk", dvs. de unge, der både har store alkoholproblemer og psykologiske og adfærdsmæssige problemer. Ifølge Davoren et al. (2016) er det *netop* disse unge, i kategorien problematisk druk, der har brug for en intervention målrettet specifikt til dem. I den forstand kan man argumentere for, at AlkoTalks intervention måske har ramt mere rigtigt, end projektet selv har oplevet – i hvert fald i forhold til denne specifikke målgruppe. Omvendt har projektet ikke været gearret til at arbejde individuelt med denne undergruppe, da gruppen, som tidligere beskrevet, viste sig at have behov for mere omfattende hjælp fra helt andre faggrupper og behandlingsindsatser. Det skal dog bemærkes, at det stadig er ganske få unge, AlkoTalk har lykkedes med at rekruttere fra denne målgruppe.

Omvendt ser det ud til, som beskrevet i kapitel 4, at AlkoTalks egen definition på deres målgruppe i særdeleshed minder om de unge i undergruppen "tung druk". Denne typologi understøtter dermed AlkoTalks betragtning om, at der er en målgruppe af "almindelige" unge, som drikker over 30 genstande om ugen, hvorimod det fra de øvrige erfaringer i projektet ikke har været muligt at udpege denne målgruppe.

Hvis vi kigger på, hvad det er for unge, AlkoTalk-standen har *tiltrukket*, peger denne evaluering på, at det primært er de unge i grupperne social druk og hedonistisk druk. Det er mere uklart, i hvilken grad AlkoTalk-standen har tiltrukket unge i kategorien "tung druk". Samtidig har projektet vist, at disse tre undergrupper *ikke* har været mulige at *rekruttere* til individuelle rådgivningssamtaler. Forskningen bekræfter, at unge, der falder inden for disse grupper, i langt højere grad har fokus på gevinsterne forbundet med at drikke; de er motiverede af det sociale fællesskab, nydelsen, spændingen ved risikobetonet adfærd og øget selvtillid (Davoren et al., 2016).

Såvel erfaringerne fra AlkoTalks projekt som eksisterende forskning på området peger på, at forebyggelsesindsatser skal ramme unge-grupper af social druk og hedonistisk druk gennem generelle, universelle tiltag, fx ved at skrue på tilgængelighed, pris, fysisk placering af alkoholudsalg (Davoren et al., 2016). Imens unge med problematisk druk snarere har brug for interventioner centreret omkring "coping", dvs. de mere psykologiske mekanismer og adfærd" (ibid.). I artiklen af Davoren et al., (2016) kommer der ikke bud på, hvilken type af indsats der er bedst egnet til gruppen "tung druk", som netop var AlkoTalks kerne-målgruppe. På baggrund af det "normaliserede" og generelt høje alkoholindtag blandt danske unge kan man argumentere for, at gruppen af tung druk i en dansk kontekst måske i nogen grad overlapper og ikke er distinkt fra grupperne social og hedonistisk druk.

I AlkoTalks projekt ser det ud til, at deres interventionsaktivitet til de unge har været individuelt målrettet, imens de målgrupper, AlkoTalk har tiltrukket, overvejende har været kategorierne social, hedonistisk og måske i nogen grad tung druk. Deres stande har talt ind i en ungdoms- og festkultur med det håb, at nå målgruppen af denne vej. Men tilbuddet om en individuel indsats ser ikke ud til at være den rette intervention til disse subgrupper. I kontrast hertil har deres tilbud om rådgivende samtaler talt ind i en problemtilgang, som ser ud til ramme skævt på den ønskede målgruppe, som ikke lader til at opfatte deres drikkemønstre som problematiske.

Venner og netværk

Ifølge typologisering af unges drikkemønstre i Davoren et al. ligger der et vigtigt forebyggelsespotentiale i at mobilisere subgrupperne "de afholdne" og dem, der kun drikker let (Davoren et al., 2016). De kan virke modererende i en gruppe, når de socialiserer med deres jævnaldrende. Samtidig er disse subgrupper kendt for at hjælpe deres venner, når de har drukket for meget.

I AlkoTalks intervention var en af målgrupperne de unges venne-netværk. Det er desværre ikke lykkedes at rekruttere venner, men under både fokusgruppen på NEXT og observationerne på Rungsted Gymnasium understregede de unge, VIVE talte med, dette potentiale. Flere unge fortalte om venner, der drak for meget, og som de både hjalp hjem og var bekymrede for, og de ønskede at kunne tale med om deres alkoholorbrug.

Med andre ord er der indikationer fra evalueringens empiri, der understøtter idéen om, at unge i subgrupperne "de afholdne" og "dem, der drikker let" er vigtige aktører i fremtidige forebyggelsesindsatser målrettet unge og alkohol. I fokusgruppen bliver perspektivet med, at det skal komme fra de unge selv også fremført. Drikkemønstret hos "dem, der drikker lidt" er karakteriseret ved, at de unge er bevidste og har kontrol over deres krop, mens de eksperimenterer med alkohol. Hvordan man fremmer den type af drikkemønstre samt afholdenhed, er dog et stort spørgsmål, som denne evaluering ikke har mulighed for at svare på.

Forældre

AlkoTalk havde som mål at nå forældrene til de unge, der drikker. Det har været vanskeligt for AlkoTalk at rekruttere forældre ind i projektet. VIVE vurderer, at valget af målgruppe: unge på ungdomsuddannelser (16-25 år) har været en barriere, idet forældre ikke spiller en særlig aktiv rolle på gymnasier og på erhvervsuddannelser. Desuden har majoriteten af unge, når de 16 år og ældre,

allerede haft deres alkoholdebut, ligesom alkohol er en integreret del af deres sociale liv. De unge er så at sige blevet "for gamle." Hvis man vil have fat i forældre til unge, der drikker, peger undersøgelsen og litteraturen på, at dialogen med forældrene skal indledes langt tidligere, fx udskolingen i folkeskolen.

Man kunne overveje, om man fremadrettet kan udvikle metoder til at *fortsætte* den dialog, som kommunernes SSP allerede indleder med forældre i folkeskolen, længere ind i ungdomsuddannelsesperioden. I kommunalt regi har man ti års erfaringer med SSP-forebyggelse, hvor man faciliterer dialog med forældre, elever og lærere i 7. klasse. Formålet er blandt andet at aktivere og punktere de myter og forestillinger, elever og forældre måtte have om, hvor meget de andre drikker/har prøvet. Derudover er formålet, at dialogen munder ud i en forældre-kontrakt.

Ideen om, at det virker forebyggende at involvere forældre, bygger på forskning, der dokumenterer, at forældreregler og forældreinvolvering har indflydelse på unges alkoholforbrug (Frederiksen et al., 2012; Demant & Ravn 2012).

Hvilke indsatser skal der så til?

Sundhedsstyrelsen har ifølge en rapport om forebyggelsespraksis og interventioner for alkoholforbrug blandt unge (Demant & Ravn, 2012) udtrykt, at de ikke ser det store alkoholforbrug som en indikator på "problemer i ungdommen", men som et resultat af den generelle liberale danske alkoholkultur. Derfor er SST's overordnede mål for forebyggelsesindsatser for unge og alkohol at ændre den danske alkoholkultur (ibid.).

For AlkoTalks projektleder og rådgivere, for vejlederne og de skoleledere, VIVE har talt med, var konklusionen på baggrund af erfaringerne med AlkoTalks intervention, at vejen fremad snarere er en kulturændring eller indsatser på generelt niveau, frem for individuelt målrettede tiltag.

Demant & Schierff (2016) finder dog, på baggrund af en litteratursyntese af international litteratur, at der er en overvægt af universelle interventioner, dvs. generel forebyggelse og massestrategi, med alle unge som målgruppe, uanset deres alkoholforbrug eller risikoadfærd. Forfatterne argumenterer her for, at det er problematisk med generelle interventioner pga. de heterogene motivations- og drikkemønstre på tværs af unge. Demant & Schierff advokerer derfor for interventioner, der er målrettet subgrupper, hvor særlige drikkemønstre og kendetegn er identificeret på forhånd. De argumenterer for indsatser, hvor man giver de unge færdigheder til at håndtere alkoholdrikkeri og problemstillinger i denne sammenhæng frem for indsatser, der blot retter sig mod symptomer og giver information om alkohol og konsekvenser af alkoholforbrug, men ikke adresserer den underliggende adfærd, der ligger til grund for drikkemønsteret (Demant & Schierff, 2016).

Ifølge Demant & Ravn (2012) mangler der indsatser på individniveau i den danske forebyggelsesindsats. Som forklaringer på dette kan være, at man vurderer, at det ikke er effektivt at sætte ind over for individer. Eller det kan skyldes, at indsatser målrettet individer ofte sker, efter den unge er kommet i problemer, dvs. at indsatsen ikke længere kan kategoriseres som forebyggende, men som "problemløsende" (2012:8).

Ovenstående synspunkter peger på, at der er brug for forskellige indsatser på forskellige niveauer. Mens grupper med problematisk druk har brug for individuelt tilrettelagte strategier, reduceres forbruget blandt gruppen af hedonistiske drikkere fx ved øgede priser og reduceret tilgængelighed. Desuden har grupperne af afholdende og dem, der drikker let, potentiale til at være positive forbilleder i forebyggelsesøjemed, men også disse grupper har brug for, at der er nationale strategier for fx tilgængelighed, for at de overgår de tungere typer af drikkemønstre.

International forskning har vist, at juridisk regulering af unges adgang til køb af alkohol er en effektiv metode til at nedsætte de unges alkoholforbrug (Jørgensen et al. 2006). I 2004 ændrede man i Danmark den lovmæssige aldersgrænse for køb af alkohol i dagligvarebutikker fra 15 til 16 år. (*Lov om forbud mod salg af tobak og alkohol til personer under 16 år*; Lov nr. 213 af 31/03/2004). En evaluering af lovens effekt fra 2004 til 2005 udført af SIF (Jørgensen et al. 2006) viste, at lovændringen medførte et fald i køb af alkohol blandt unge under 16 år, men et uændret alkoholforbrug. Evalueringen pegede blandt andet på, at lidt flere forældre i 2005 købte alkohol til deres børn under 16 år, end før loven trådte i kraft i 2004 (ibid.)

I fokusgruppen peger de unge selv på, at strukturelle tiltag, herunder strammere regulering af tilgængelighed og aldersgrænser kan være effektive forebyggelsesstrategier, hvis man vil ændre de unges alkoholvaner. Ligesom nationale og lokale forebyggelseseksperter påpeger manglen på politiske initiativer til at foretage juridiske stramninger såsom at hæve aldersgrænsen for at købe alkohol i butikkerne, hæve alkoholskatter eller at gøre forebyggelsesindsatsen på skoler obligatorisk frem for valgfri (Demant & Ravn 2012:9).

5.1 Opsummering

Når erfaringerne fra AlkoTalk ses i forhold til eksisterende forskning på området fremkommer en vigtig læring om, at målgruppen skal defineres tydeligt, så rekruttering og intervention kan tilpasses målgruppens behov. Selvom projektet fra start af havde en tydeligt defineret målgruppe, er der undervejs opstået tvivl om, hvorvidt den udvalgte målgruppe og den udvalgte intervention var et godt match, da projektet ikke havde succes med at rekruttere nogle unge. Projektet er, via deres stande, som taler ind i en ungdoms-og festkultur, endt med at tiltrække grupper af unge med nogle typer af drikkemotiver og -mønstre, mens de har tilbudt en individuelt og problemorienteret tilgang, som passer til en anden gruppe af unge med en anden type drikkemønster.

6 Konklusion

I det følgende sammenfattes de væsentligste pointer og opmærksomhedspunkter fra evalueringen.

Evalueringens sammenfatning skal ses i lyset af de metodiske forbehold for undersøgelsen. For det første, at der er tale om en lille og beskrivende kvalitativ undersøgelse. For det andet, at det ikke har været muligt at tilpasse dataindsamlingen fuldt ud til de mange ændringer, der er sket i projektet undervejs. For det tredje, at evalueringen, ligesom projektet selv, har været begrænset af, at det har været svært at få adgang til målgruppen.

I det følgende er et sammendrag af evalueringens fund i forhold til de tre overordnede undersøgelsesopgaver.

Hvilke aktiviteter er blevet afprøvet og implementeret i AlkoTalk?

AlkoTalk har forsøgt at rekruttere unge til individuelle samtaler via deres Facebookside, en flyer om projektet, der er uddelt bredt, og via stande i kantiner på uddannelsesinstitutionerne. På standene har de unge kunnet prøve promillebriller, spise en chokoladeskildpadde og efterfølgende tage en alkometertest, samt prøve AlkoTalks digitale test.

Der har kun været 8 unge, der har taget imod tilbuddet om individuelle rådgivende samtaler hos AlkoTalk. Hovedparten af de unge blev henvist fra vejlederne på KVUC og NEXT og henvendte sig ikke på eget initiativ. Endvidere erfarer AlkoTalk, at de fleste af disse unge havde brug for mere omfattende hjælp, end de kunne tilbyde i projektet.

Samarbejdet med uddannelsesinstitutionerne blev derfor forstærket, efter at projekt-teamet måtte erkende, at de ikke kunne rekruttere unge eller deres netværk til samtaleforløb. Rådgiverne lavede kompetenceudvikling af vejlederne på KVUC og NEXT, de kom med ud i klasserne og gav en kort undervisning om alkohol, informerede om projektet samt den digitale test, og endelig afholdte de et enkelt forældrearrangement i samarbejde med Lyngby Gymnasium.

Vejlederne på KVUC og NEXT har været glade for samarbejdet med AlkoTalk. De oplever, at AlkoTalk har været med til at få deres øjne op for problemet med unge, der drikker for meget, og at AlkoTalks undervisning har givet dem endnu en facet at tage i betragtning i deres vejledning af unge.

AlkoTalk har udviklet en digital test, der måler på de unges alkoholforbrug. Testen består af en række spørgsmål, der udfyldes på en åben hjemmeside. Der beregnes en score for den unges alkoholforbrug, som placerer den unges alkoholforbrug i en af kategorierne lavrisikoforbrug, moderat risikoforbrug eller højriskoforbrug. Endvidere anvender testen social pejling, idet den sammenligner den unges gennemsnitlige ugentlige forbrug med andre jævnaldrende af samme køn.

Hvilke erfaringer kan udledes af AlkoTalk i forhold til at matche målgruppen med rekrutteringsstrategier og interventionsmetoder?

AlkoTalk er ikke lykkedes med at rekruttere den primære målgruppe til projektet. Flere af de få unge, som kom til individuelle samtaler i projektperioden viste sig at have behandlingskrævende psykiatiske problemer, som projektet ikke kunne tage hånd om. På baggrund af disse erfaringer afgrænsede AlkoTalk målgruppen i forhold til de meget tunge cases.

I forhold til projektets sekundære målgruppe er det primært vejlederne på ungdomsuddannelser, projektet har haft succes med at inddrage i projektet. Projektet har ikke haft samtaler med forældre til unge, og kun en enkelt ven har henvendt sig med henblik på samtale. Det har været en barriere

for forældrerekruttering, at målgruppen er unge på ungdomsuddannelser, idet forældre ikke spiller en særlig aktiv rolle her modsat i fx folkeskolen.

En af projektets helt store udfordringer har været, at de individuelle samtaler udtrykker en problem-baseret tilgang til de unges alkoholforbrug, mens langt de fleste unge ikke selv oplever, at de har et problem med alkohol. De forbinder et skadeligt alkoholforbrug med noget helt andet end den fest-glade unge, der drikker sammen med sine venner. Heller ikke netværket omkring de unge opfatter nødvendigvis de unges alkoholforbrug som et problem.

Generelt har rådgiverne i AlkoTalk oplevet en høj grad af åbenhed og villighed blandt de unge til at tale om alkohol. De unge har taget godt imod AlkoTalks stande i kantinerne, klasseundervisningen samt den digitale test. Alt sammen noget, der – i hvert fald i en begrænset periode – har haft deres interesse. Omvendt er erfaringerne fra rådgivere og vejledere, at der er et stort spring mellem at ville snakke om alkohol til at erkende, at man selv kan have et reelt problem og endnu længere derfra til at bede om hjælp.

En læring ved projektet har været, at tilgangen med kun at se på de unges problemer med "alkohol-brillerne" på har været for snæver – i hvert fald hvis man ønsker at tilbyde individuelle rådgivnings-forløb. Forskning på området viser, at alkoholforbrug ikke nødvendigvis er forbundet med trivsels-problemer, men at unge, som drikker alkohol ofte er godt integreret i sociale sammenhænge.

Projektet skiftede målsætning undervejs til at ville skabe bevidsthed og øget viden om alkohol blandt de unge, blandt andet via den digitale test. VIVEs undersøgelse har ikke data til at belyse, hvorvidt dette er lykkedes.

Hvordan kan erfaringerne fra AlkoTalk bruges i forhold til en fremadrettet indsats i forhold til unge og alkohol?

Først og fremmest er en helt central læring fra AlkoTalk, at interventioner rettet mod unges alkoholforbrug bør målrettes forskellige grupperinger af drikkemønstre og drikkekulturer blandt de unge. Nogle grupper af unger har brug for individuelle indsatser, der giver dem færdigheder til at kunne afstå fra at drikke eller nedsætte deres alkoholforbrug, mens andre grupper af unge vil have mest udbytte af generelle forebyggelsesstrategier, der rammer på gruppeniveau, som fx lovgivning.

Ligeledes er forældrene en vigtig aktør, der allerede inddrages aktivt i folkeskoletiden. Men der er behov for, at de også kan være en aktiv medspiller i forhold til, når de unge begynder på ungdomsuddannelser. Eftersom de unges alkoholforbrug er en integreret del af deres sociale liv – er det vigtigt at udvikle indsatser, der tager højde for dette, blandt andet ved at arbejde med kulturen og de sociale processer på gruppeniveau og i vennegrupper. Projekt AlkoTalk har ligeledes gennem deres projekt fået bekræftet, at alkohol og uddannelse synes at følges tæt ad, hvorfor ungdomsuddannelserne fortsat synes at være en helt central og relevant målgruppe for alkoholforebyggende interventioner.

Spørgsmålet om, hvilke interventioner, der er virkningsfulde over for de unge, står dog fortsat ubesvaret. Projektet har gjort en række værdifulde erfaringer, men har været stærkt udfordret af, at de undervejs har måtte justere deres interventionsaktiviteter.

Konklusion

Evalueringsens overordnede konklusion er, at den oprindelige projektidé strandede ved, at målgruppen, unge med et skadeligt forbrug af alkohol, ikke lod sig rekruttere til den oprindelige intervention med individuelle rådgivende samtaler. Målet med at tilbyde unge med et højt/skadeligt alkoholforbrug en individ- og problemorienteret indsat, i form af de individuelle samtaler, er ikke lykkedes. I

tråd med forskning på området peger evalueringen på, at en af hovedårsagerne til, at dette har været vanskeligt, er, at de unge ikke opfatter deres alkoholforbrug som noget, der er problematisk eller skadeligt. Endvidere har den oprindelige interventionsform ikke i tilstrækkelig grad taget højde for "normaliteten" i unges (store) alkoholforbrug samt det sociale aspekt i, hvorfor og hvordan unge bruger alkohol.

Litteratur

Balvig F., Holmberg L. & AS. Sørensen (2005). Ringstedforsøget. Livsstil og forebyggelse i lokalsamfundet. København. Juirst- og Økonomforbundets Forlag.

Bendtsen, P., Mikkelsen SS., & JS. Tolstrup (2015). Ungdomsprofilen 2014. Sundhedsadfærd, helbred og trivsel blandt elever på ungdomsuddannelser. Statens Institut for Folkesundhed. Syddansk Universitet.

Davoren, M.P., Cronin, M., Perry, I.J., Demant, J., Shiely, F. and O'Conner, K. (2016). "A typology of alcohol consumption among young people – A narrative synthesis", *Addiction Research & Theory*, 24 (4), pp. 261-273.

Demant, J. & S. Ravn (2012). Good practices and interventions for the prevention of alcohol use among Danish juveniles: Country report for AAA-prevent, WP7 2012. Aarhus: Centre for Alcohol and Drug Research, Aarhus University.

Demant, J. & LM. Schierff (2016). What did they do? A qualitative review of the content of alcohol and drug prevention programmes targeting adolescents (pp 1-19). København. Rockwoolfondens Study Papers No. 115.

Fonden Lænke-ambulatorierne 2015. Pilotprojekt – Et udviklingsprojekt der skal tilvejebringe viden om unge, der har et skadeligt forbrug af alkohol med henblik på efterfølgende at etablere og evaluere et nationalt interventions- og forskningsprojekt – Alkoholrådgivning til unge. (Ansøgning til TrygFonden). Frederiksberg.

Frederiksen, NJS., Bakke SL., Jürgensen CW., Nielsen A., Rasmussen DJ., Dalum P. & PK. Nielsen (2012). Unge og alkohol. En baggrundsrapport. København: Kræftens Bekæmpelse.

Halkier, B. (2010). "Fokusgrupper" (pp 121-136). I *Kvalitative metoder. En grundbog*. Brinkmann, S. & L. Tanggaard. København: Hans Reitzels Forlag.

Hastrup K. (2010). "Feltarbejde" (pp 55-80). I *Kvalitative metoder. En grundbog*. Brinkmann S, & Tanggaard L. København: Hans Reitzels Forlag.

Jørgensen, MH., Riegels M., Hesse U. & M. Grønbæk (2006). Evaluering af forbuddet mod salg af alkohol til personer under 16 år. København: Statens Institut for Folkesundhed.

Kvale, S. (1997). Interview. En introduktion til det kvalitative forskningsinterview. København: Hans Reitzels Forlag.

Nielsen, JC. & NU. Sørensen (2011). Brug af rusmidler (kapitel 7. pp. 28-31) i: Når det er svært at være ung i Danmark. Viden og råd om unges trivsel og mistrivsel. Aarhus Universitet. Center for Ungdomsforskning.

Pedersen, MU. (2013). Konsekvenser i et socialt perspektiv ved brug af hash og alkohol. *Stof 21* (pp. 10-15). www.stofbladet.dk.

Schiøth, C., Behrens CL., & L. Hansen (2016). Unges alkoholvaner i Danmark 2015. En kortlægning. Kræftens Bekæmpelse og TrygFonden smba (TryghedsGruppen smba).

SSP København (2016). *Metoder & Temaer 2016 2017*. København: SSP sekretariatet (www.kk.dk/ssp).

Sundhedsstyrelsen (2014) Danskernes sundhed. Den Nationale Sundhedsprofil 2013. København, Sundhedsstyrelsen.

The ESPAD Group. (2015). ESPAD Report 2015. Results from the European School Survey Project on Alcohol and Other Drug.

Bilag 1 AlkoTalks digitale test om alkoholforbrug

Spørgerammen i AlkoTalks digitale test om alkoholforbrug

1. Hvor tit drikker du noget, der indeholder alkohol?
 - Aldrig
 - Højest en gang om måneden
 - 2-4 gange om måneden
 - 2-3 gange om ugen
 - 4 gange om ugen eller oftere

2. Hvor mange genstande drikker du typisk, når du drikker noget?
 - 1-2 genstande
 - 3-4 genstande
 - 5-6 genstande
 - 7-9 genstande
 - 10-15 genstande
 - 16-20 genstande
 - 21-25 genstande
 - 26 eller flere genstande
 - Jeg drikker aldrig

3. Hvor tit drikker du seks genstande eller flere ved samme lejlighed?
 - Aldrig
 - Sjældent
 - Månedligt
 - Ugentligt
 - Dagligt eller næsten dagligt

4. Har nogen i familien, en ven, en sundhedsfaglig person, lærer eller andre været alvorligt bekymret over dine alkoholvaner eller foreslået dig at sætte forbruget ned?
 - Nej
 - Ja, men ikke inden for det seneste år
 - Ja, inden for det seneste år

5. Hvor ofte er det inden for det sidste år ikke lykkedes dig at gøre det, der forventes af dig (fx i skole, på arbejde, i familien, med vennerne), fordi du har drukket?
 - Aldrig

- Mindre end månedligt
 - Månedligt
 - Ugentligt
 - Dagligt eller næsten dagligt
6. Hvor ofte har du oplevet, at du har drukket dig så fuld, at din aften ikke blev som du havde forestillet dig?
- Aldrig
 - Mindre end månedligt
 - Månedligt
 - Ugentligt
 - Dagligt eller næsten dagligt
7. Har du inden for den sidste måned oplevet følgende i forbindelse med, at der er blevet drukket alkohol? (Sæt gerne flere kryds)
- At miste ejendele
 - Black out eller ikke at kunne huske, hvad der er sket
 - Involvering i slagsmål eller voldsomme skænderier
 - Følt skyld eller været skuffet over sig selv
 - Har ikke oplevet noget af dette
8. Hvor mange penge bruger du typisk på alkohol på en aften?
- 0 – 100 kr.
 - 101 – 250 kr.
 - 251 – 500 kr.
 - 501 – 1000 kr.
 - 1001 eller derover
9. Hvad er de vigtigste grunde til, at du drikker alkohol? (Sæt gerne flere kryds)
- For at komme i stemning/godt humør
 - For at blive beruset
 - For hyggens skyld
 - Fordi det smager godt
 - Det virker afslappende
 - Det er en kultur
 - Fordi jeg keder mig
 - Mine venner gør det/fordi andre gør det

- Jeg føler mig presset til det af andre
- For ikke at føle mig uden for

10. Er du enig i, at du har et højrisikoforbrug?

- Ja
- Nej

11. Hvad ser du som problemet ved dit alkoholforbrug? (Sæt gerne flere kryds).

- Jeg indtager for mange kalorier
- Jeg bruger for mange penge
- Jeg kan ikke passe arbejde
- Jeg kan ikke passe en uddannelse
- Jeg mister mine ejendele
- Jeg oplever blackout eller kan ikke huske hvad der er sket
- Jeg bliver involveret i slagsmål eller voldsomme skænderier
- Jeg føler skyld eller være skuffet over mig selv
- Andet

12. Har du lyst til at ændre dit alkoholforbrug?

- Ja
- Nej

13. Hvordan vil du modtage råd og vejledning? (Sæt gerne flere kryds)

- Personlig samtale
- Samtale via skype
- Via mail
- Telefonisk kontakt
- Via sms
- Chat via Facebook

14. Vi ved, at der kan være mange forskellige ting, der kan hjælpe folk med at ændre alkoholvaner. Hvad tror du kunne hjælpe dig, hvis du har, eller får, behov for at ændre dine vaner? (Sæt gerne flere kryds)

- Indblanding fra familie eller venner
- At få en ny fritidsinteresse

- At der er en striks alkoholpolitik der hvor du befinder dig til hverdag (på arbejde eller i skolen)
- At ændre i relationerne
- At få rådgivning fra professionelle
- At det bliver mere normalt ikke at drikke alkohol
- Mere viden om virkningen af alkohol
- En plan for, hvordan du skærer ned på forbruget men stadig godt kan drikke og feste
- Andet:

**VIDEN I
VELFÆRD**

DET NATIONALE FORSKNINGS-
OG ANALYSECENTER FOR VELFÆRD