

LUNDS UNIVERSITET

2006-05-18

Campus Helsingborg

SOL 065

Att så ett frö

Alkoholinformation till ungdomar
i Helsingborg

Skriven av:

Agneta Larsson

Liselotte Lindskog

Handledare:

Joakim Thelander

Abstract

Our essay is about alcohol information given to youths in Helsingborg. It is a research to find out how the message is communicated and how it is presented. The purpose of our study is to find out, why inform about alcohol and if it is taken in a preventive aim. To investigate whether there is any tailor-made information in the community for youths between 12-18 years old. We also want to know if the given information is destined for a special group/groups or is it for young people in general? Our intention is to find out the meaning of preventive information about alcohol and if it is possible to reach a change in attitudes and behaviour.

We use a qualitative method and have interviewed twelve persons with different occupations within medical service, local authorities, public and private schools and voluntary organizations.

Innehållsförteckning

ABSTRACT.....	1
FÖRORD.....	3
1. INLEDNING.....	4
1.1 KORT HISTORIK	4
1.2 PROBLEMFÖRMULERING.....	5
1.3 BEGREPP	6
1.4 SYFTE OCH FRÅGOR.....	6
1.5 METOD OCH URVAL	6
1.5.1 Metod.....	7
1.5.2 Urval och avgränsningar	8
1.5.3 Etik	10
1.5.4 Reliabilitet och validitet	10
1.6 FORTSATT FRAMSTÄLLNING	11
2. TIDIGARE FORSKNING	12
3. TEORIAVSNITT	15
3.1 KOMMUNIKATION	15
3.1.1 Kommunikationsmodellen	16
3.2 PEDAGOGIK	19
4 ANALYS AV INTERVJUERNA.....	21
4.1 VARFÖR INFORMERA?	21
4.2 VAD INFORMERAS OCH HUR GÖRS DET?	27
4.3 VEM VÄNDER DE SIG TILL?	32
4.4 MÅL/RESULTAT	35
5. AVSLUTANDE DISKUSSION.....	38
5.1 SAMMANFATTNING	38
5.2 SLUTDISKUSSION.....	40
KÄLLFÖRTECKNING	42

Förord

Vi vill tacka alla våra intervjupersoner för att ni har hjälpt oss med vårt arbete. Ni har visat stort tålamod när ni lydigt besvarat alla våra frågor. Vi vet att det ofta kan bli mycket på schemat och svårt att få tiden att räcka till, men ni har letat upp luckorna. Vi har känt oss väl mottagna ute på de arbetsplatser som har besökts och hoppas att vi har varit lika hjälpsamma mot er som varit på Campus. Stort tack till vår handledare Joakim, som bidragit med goda tips och idéer och tålmodigt lotsat oss genom metoder, strukturer och andra svårigheter.

Helsingborg 2006-05-18

Agneta Larsson och Liselotte Lindskog

1. Inledning

Anledningen till att vi valde just ämnet alkoholinformation till ungdomar, beror på att vi började intressera oss för kommunikationen och hur vi når varandra genom att samtala. Vi har båda två tonårsbarn och helt plötsligt ställer extra mycket krav på mig som vuxen hur jag för fram mina budskap och önskemål. Det vi menar med vår kommunikation uppfattas ofta av den unge på ett helt annat sätt än det tänkta. Att förmedla viktiga men ibland obekväma budskap som till exempel att inte dricka alkohol kan vara svårt för mig som förälder. Kamratgruppen som tonåringen tillbringar sin mesta tid i, är stark. Det är då skönt att veta att det finns ett nätverk i kommunen som ger samma budskap om alkoholen till den ibland experimenterande tonåringen.

1.1 Kort historik

Kartläggning och upplysningsverksamhet bedrivs utav statliga myndigheter, det är vi vana vid i dagens samhälle. Meeuwisse och Swärd (2004) belyser att på 1800-talet var samhällsstrukturen annorlunda. Det var först då som många sällskap och organisationer började uppmärksamma olika sociala problem i Sverige. Upplysning och uppfostran hjälpte till och gjorde att synen på dessa problem började förändras. En annan förändring var att tryck- och distributionstekniken förbättrades och man kunde på så sätt sprida sitt budskap till en större allmänhet. För att kunna nå de människor man ville påverka krävdes det enkla och tydliga budskap så att de kunde förstå och bli berörda av dessa (Meeuwisse & Swärd, 2004).

I Europa och då främst Tyskland grundades i mitten på 1800-talet organisatoriska enheter på statlig nivå för att sköta informations och relationsaktiviteter. Den offentliga informationsverksamheten i Sverige kan ses som ett resultat av olika samhällsreformer och utbyggnaden av den offentliga sektorn med början på 1950-talet och framåt. Syftet var att med hjälp av information sälja in de nya samhällsreformerna till medborgarna, upplysa om nya beslut och vilka rättigheter och skyldigheter som fanns (Larsson, 2001).

Enligt Larsson (2001) bidrog statliga utredningar till att det på 1970-talet blev en utveckling av serviceupplysningen. Det kom bland annat krav på att före beslut togs, skulle allmänheten informeras. Fram till 1990-talet inriktades informationsarbetet på att ge upplysning till brukarna, bland annat drev Socialdepartementet en kampanj i början av 1980-talet, en

kampanj mot alkohol, narkotika och tobak (ANT). I denna framställdes material som var direkt riktade till skolorna. Besparingskraven som sedan kommit har på vissa håll minskat kommunernas ambitioner på detta område (Larsson, 2001, Ohlsson & Swärd, 1994).

Thorsen och Andersson (2000) menar att traditionellt sett har upplysningsarbetet haft som mål att påverka alkohol- och narkotikaanvändningen genom att få till stånd en minskad efterfrågan. Den huvudsakliga innebörden har varit att främja återhållsamheten av alkohol och total avhållsamhet från narkotika. Bergmark (i Persson & Svensson, 2005), talar om skyldigheten att söka efter njutning som vi individer har i konsumtionssamhället. Ungdomarna betraktas av samhället som ännu inte informerade konsumenter. Det förebyggande arbetet blir här att genom konsumentupplysning göra de unga medvetna om riskerna med konsumtionen (Persson & Svensson, 2005).

1.2 Problemformulering

Alkohol är ett känsligt ämne där många har en åsikt om dess vara eller inte vara i samhället. Ofta handlar diskussionen om att hålla en lagom nivå i sin alkoholkonsumtion. Man pratar inte om att hålla en nolltolerans i samma utsträckning som med narkotikan. Alkohol är enligt Edwards (1996) en källa till både njutning och lidande, och de makthavare som inte beaktar detta faktum har svårt att få gehör från allmänheten. Bakom siffror i statistiken gömmer sig både ett stort lidande och väldiga kostnader. Historiskt sett har alkoholen spelat en central roll i det sociala samhällslivet. Vi kan se att alkoholen fortfarande har ett rituellt symboliskt värde. Dessa ritualer syftar ofta till att stärka kollektivet/gruppen och kan därför medföra att individens eget ansvarstagande sätts ur spel (Lalander & Johansson, 2002). I och med Sveriges inträde i EU (Europeiska Unionen) har alkoholfrågan flitigt debatterats. Det finns inte längre några större restriktioner på införsel av alkohol vilket ställer större krav på mig som individ att ta eget ansvar. Det är ett ansvar som vi även vill att ungdomarna ska ta på sig. Brittiska forskare menar enligt Ohlsson och Swärd (1994) att de vuxnas oro för de yngre har varit störst i perioder av kraftiga samhälleliga och kulturella förändringar, när det varit otydliga normer och det inte finns någon klar gemensam identitet.

Begreppet prevention står i ordböcker förklarad som, *komma före* eller *förhindra*. Det som är själva idén, menar Persson och Svensson (2005) är att man ska förebygga och på det sättet hindra problem från att uppstå. Vi funderar över vilken kommunikation samhället använder

för att medvetandegöra ungdomarna om alkoholens skadeverkningar och hur stor roll information spelar i alkoholpreventivt syfte? Vi vill ta reda på vad Helsingborgs kommun gör för att preventivt stödja just ungdomar 12-18 år i deras förhållande till alkohol. Vi har speciellt funderat över kommunikationen från vuxenhåll/myndigheter till ungdomar. Fungerar det att via informationen nå ut till ungdomar, hur reagerar man på budskapet och går det att kommunicera utan att det blir pekpinna och moralisk vägvisning? Statens Folkhälsoinstitut (2003:03) skriver i sin rapport att problemet är att informera så att det går att ta till sig budskapet. Kampanjer som syftar till att ändra folks attityder och vanor är oftast kortsiktiga. De vill uppnå näraliggande mål och har därför svårt att åstadkomma de långsiktiga mål som eftersträvas.

1.3 Begrepp

Följande begrepp bedömer vi som viktiga i vår undersökning; kommunikation, information, kunskap, pedagogik och retorik. Dessa begrepp kommer vi att definiera fortlöpande i vårt arbete.

1.4 Syfte och frågor

Varför informera om alkohol och görs det i preventivt syfte? Vad finns det för alkoholinformation speciellt anpassad till ungdomar 12-18 år i Helsingborg? Är informationen som ges generellt utformad, eller ligger fokus på någon speciell grupp?

- Vad finns det för alkoholinformation riktad till ungdomar i Helsingborgs kommun och hur ser informationen ut?
- Är alkoholinformation meningsfull som förebyggande arbete?
- Varför tycker samhället/vuxenvärlden det är viktigt att informera?
- Kan den information som ges ändra på attityder och beteenden?
- Finns det någon speciell ungdomsgrupp som anses vara viktig att nå?

1.5 Metod och urval

Då vår studie är en fallstudie är den induktiv och deskriptiv. Thurén (1996) skriver att vid induktion kan man komma fram till en mer eller mindre rimlighet, dock kan man inte uppnå

total säkerhet. Det är viktigt att poängtera att vi i vår undersökning inte har intervjuat mer än en bråkdel av de personer som informerar barn och ungdomar om alkohol i Helsingborg. Vi är medvetna om att vår studie inte utgör någon fullständig uppräkningsinformation som ges till ungdomar här i Helsingborg.

1.5.1 Metod

Vi har använt oss av kvalitativ metod, där vi till största delen använt oss av intervjuer, för att skaffa oss information och kunskap till vår undersökning. Det är en ostandardiserad fallstudie, eftersom vi har undersökt vilka insatser som görs utifrån kommunens sida för att informera om alkohol. Vi har genom följdfrågor även tagit reda på om det finns något samarbete och samlat grepp mellan olika professioner och organisationer.

Vi har använt oss av strukturerade och ostrukturerade frågor när vi intervjuat våra intervjupersoner. Grundfrågorna skickade vi några dagar innan till våra två första intervjupersoner för att få i gång deras tankearbete. Vi ville underlätta för oss samt vara flexibla, genom att kunna återkomma till våra intervjupersoner om det skulle dyka upp någon ny fråga, eller om det var något som behövde förtydligas. Detta samspel mellan praktiska och teoretiska frågor i en intervju och att kunna utveckla innebörden av en människas kunskaper och erfarenheter menar Kvale (2002) är en styrka hos den kvalitativa metoden. Detta når man genom en dialog. Man får kunskap om och förståelse för vad den intervjuade kanske väljer att prioritera. Vi mejlade endast frågorna i förväg till de två första intervjupersonerna för vi hoppades på att deras kunskap skulle ge någon form av snöbollseffekt till nya kontakter. Detta infriades inte, utan vi fick börja söka efter nya intervjupersoner helt på egen hand. Vi har redan från början valt att lägga tyngdpunkten på intervjupersoner från fältet, det vill säga de personer som inom sin profession eller organisation arbetar med att informera barn och ungdomar. Vår avsikt var att kunna intervju alla personligen för att kunna etablera en förtrolig kontakt, men på grund av tidsbrist hos tre av intervjupersonerna blev följden att dessa intervjuer fick göras via telefon.

Akilleshälen i denna metod ligger hos den som intervjuar och vilken begreppsvärld, flexibilitet och känslighet som finns hos denna person. Som Kvale (2002) påpekar ska det finnas en spänning mellan förkunskaper om och känslighet för ämnet och en förutsättningslöshet för att kunna få med så många dimensioner som möjligt i en intervju. Att som utfrågare

kunna ha en medveten naivitet kan också öppna upp för fler och intressanta svar. Vi har gjort 12 stycken olika intervjuer, bland dessa har vi båda varit med på 9 stycken. Tre av intervjuerna har gjorts via telefon, där endast en av oss har gjort intervjun. Vi har använt oss av diktafon vid intervjuerna. Dock bandades endast en av telefonintervjuerna medan de två andra telefonintervjuerna gjorde vi endast minnesanteckningar. Vid intervjutillfällena var det en av oss som höll i intervjun medan den andra var mer inriktad på att skriva stödord och notera vad som inte sägs samt hjälpa till med stödfrågor. Vid telefonintervjuerna har det oftast varit en tidspress, vilket har lett till att vi har minskat ner antalet frågor till intervjupersonerna.

1.5.2 Urval och avgränsningar

När vi hade valt vårt uppsatsämne och hade bestämt oss för att göra intervjuer, började vi att fundera på vilka vi skulle välja som intervjupersoner. Vem är nära ungdomar i åldern 12-18 år och har möjlighet att direkt eller indirekt nå dem med alkoholinformation? Vi ville båda ha ett bredare fält med intervjupersoner och inte bara ta från ett område eller en yrkeskår. Vi har inte haft något slumpmässigt urval utan själv valt ut fyra olika områden – kommunen, skolan, sjukvården och olika föreningar/organisationer.

Skolan är den arena där man når flest ungdomar, har möjlighet att informera och därför ville vi ha med människor som arbetar i skolans värld. Vår första tanke var att vända oss till rektorn på ett antal skolor. Men för att nå de som är mer konkret involverade, valde vi att försöka engagera de som är närmare ungdomarna, det vill säga lärarna. Vi hade en tanke att prata med en grundskollärare och en gymnasielärare. Problemet, var att påsklovet låg mitt i intervjuveckorna och ingen var intresserad av att bli intervjuad då. Dessutom gjorde lärarnas arbetspress under veckan före och efter lovet det svårt att motivera dem till ett möte med oss. Vi kontaktade sju lärare och fick till slut klartecken från en lärare på Hälsogymnasiet i Helsingborg. De andra sex lärarna vi var i kontakt med nämnde i telefon att de inte själva höll i någon information eller ANT- (Alkohol-Narkotika-Tobak) undervisning i sina klasser, utan engagerade för det mesta folk utanför skolan.

När det gäller sjukvården ansåg vi att skolsköterskorna, på grund – och gymnasieskolan är de som fångar upp och träffar de flesta ungdomar genom sina hälsoundersökningar/samtal. För att få en samlad bild på skolhälsovården ville vi även ta reda på vad skolöverläkaren hade för syn på alkoholinformationen.

Från kommunen intervjuade vi Helsingborgs drogsamordnare, men gjorde även en telefonintervju med Skolhälsovårdssamordnaren, som är kopplad till Bildningsnämnden. Kommunens drogsamordnare riktar sig inte direkt till ungdomarna med någon alkohol-information, utan ska mer vara en samlande kraft och aktiverare till de som har en närmre kontakt med barnen – föräldrar, lärare, behandlare med mera. Men personen ska även synas utåt och sätta i gång och ge reflektioner till allmänheten om ungdomar och alkohol. Vår tanke var att genom att intervjua henne skulle vi kanske få en samlad bild av vad det finns för förebyggande arbete i kommunen och hur man sedan kommunicerar ut det. Eftersom samordnaren och även tjänsten hon hade var tämligen nya, blev det emellertid inget av den snöbollseffekt vi hade hoppats på. När det gäller Blå Kamelen, som flyttat till samma lokaler som Ungdomsmottagningen här i Helsingborg, visste vi att de står för en hel del av alkohol-informationen som går ut till ungdomar över 13 år. De är engagerade av skolorna runt om i stan, men de är också inkopplade på information till barn och föräldrar som antingen själv söker hjälp hos dem eller blir hänvisade till dem. Därför var det viktigt för oss att kunna få möjlighet att intervjua en av behandlarna där.

I HD (Helsingborgs Dagblad) 2006.02.27 läste vi om en nystartad förening som heter Stay Sober. Det är några tjejer i 20-års åldern med anknytning till Ungdomens Nykterhetsförbund (UNF), som startat upp denna i Helsingborg. Eftersom de representerar de yngres skara, tyckte vi det skulle vara intressant att höra hur de ser på alkoholinformationen.

En av oss har genom skolans värld kommit i kontakt med en person från föreningen Lions. Föreningen Lions är en ideell sammanslutning som aktivt skall delta i samhällsnyttig verksamhet (www.lions.se). Han är själv lärare, men går varje år ut ideellt till årskurs 6 på några skolor i södra delarna av Helsingborg och informerar om droger. Vi ringde till föreningen Länkarna och fick kontakt med en person som brukar informera ungdomar om alkohol. Länkarna är en opolitisk, icke religiös ideell frivilligorganisation för personer som vill komma ifrån sitt missbruk (www.lankarna.nu). Vi kände att det kunde vara vettigt att ta med någon med personliga erfarenheter av ett alkoholproblem. Vägverket kom vi i kontakt med genom att de just nu är upphovsmakare till och genomför projektet Don't Drink and Drive (DDD) på olika gymnasieskolor i kommunen. Vi fick så småningom via telefon tag på personen som har ansvar för projektet och kunde intervjua henne.

1.5.3 Etik

Trost (1997) tar upp begreppet informerat samtycke, där han belyser självklarheten med att informera intervjupersonerna bland annat om vad själva intervjun skall handla om. Att höra om personen är villig att bli intervjuad och att de har möjlighet att avbryta intervjun när de vill. Han nämner också ämnet känsliga frågor och här känner vi att vi inte har haft frågor till våra informanter som varit personligt känsliga. Däremot har vi valt att låta våra informanter vara anonyma då vi inte tyckt att det varit relevant för uppsatsen att namnge någon av dessa personer. Vi har dock frågat två personer om vi får använda deras namn, eftersom de har övergripande professioner. Då det endast finns en person på varje yrkesområde gör detta att de blir direkt utpekade. Dessa två har samtyckt till vår förfrågan. Vi kan se att det finns en risk att detta kan påverka svaren vi fått från de här intervjupersonerna. De ska representera sin arbetsgivare och kan då få svårigheter att påpeka eventuella brister inom organisationen.

Enligt Repstad (1987) är det viktigt att nyckelpersonen som valts ut att intervjuas måste ses i den miljö de arbetar och vistas i. De representerar något, exempelvis kommunen. Det är viktigt att ha i åtanke att den intervjuade inte alltid kan uttrycka sin egen åsikt utan är representant för någon organisation eller annan verksamhet.

1.5.4 Reliabilitet och validitet

Reliabiliteten (tillförlitligheten) i vårt arbete är ganska låg då vår undersökning inte är standardiserad och strukturerad, utan påverkas av den kontext där den är genomförd (Thurén, 1996). Vi har valt våra intervjupersoner utifrån vår egen förförståelse och delvis genom vårt kontaktnät. Som vi nämnde tidigare, utgör den information vi har fått reda på och som ges till ungdomar endast en del av det totala utbudet. Detta ska ses i en kontext av att denna information är under ständig förändring, då det både ges information av mer långsiktig, integrerad karaktär, samtidigt som det görs en del kampanjer som har en mer begränsad omfattning och alltså mer kortsiktig karaktär. Men materialet som vår uppsats bygger på är inom ramen för det vi ämnade undersöka.

Vi anser dock att vår studie har högre validitet än reliabilitet, något som ofta är en fördel med kvalitativ metod. Vi har undersökt det vi ville undersöka, nämligen alkoholinformationen som ges till barn och ungdomar här i kommunen, samt vad den består av och hur detta förmedlas

till de berörda. Detta tycker vi att vi har fått svar på av våra intervjupersoner. Vi kan dock konstatera att vi inte har haft en tillräckligt inarbetad intervjuteknik för att kunna fånga upp intervjupersonernas svar på ett hundra procentigt sätt genom att kunna ställa bra och raka följdfrågor.

1.6 Fortsatt framställning

De kapitel som följer är kapitel 2 som handlar om tidigare forskning, där vi beskriver vad vi funnit som har anknytning till vår studie. I kapitel 3 tar vi upp två olika teoridelar. Dels kommunikation, men även pedagogik där man kan se dessa båda begrepp som samlingsnamn för de olika teorierna. Vår analys kommer i kapitel 4 där vi valt att dela in detta kapitel i fyra avsnitt; varför informera, vad informerar man och hur, till vem vänder man sig samt avslutningsvis mål och resultat. I sista kapitlet har vi vår slutdiskussion.

2. Tidigare forskning

Enligt Statens folkhälsoinstitut (www.fhi.se, 2006) statistik har alkoholkonsumtionen i Sverige ökat dramatiskt sedan mitten av 1990-talet. År 1996 beräknades den totala årliga konsumtionen till 8,4 liter ren (100 procent) alkohol per invånare 15 år och äldre. År 2005 hade nivån stigit till 10,3 liter. En ökad försäljning på Systembolaget är en väsentlig orsak till den ökande konsumtionen på senare år, men även restaurangförsäljningen och resandeförseln har ökat. Statistik över alkoholkonsumtion och resandeförsel finns vid Centrum för Socialvetenskaplig Alkohol- och Drogforskning (SoRAD). Bland elever i årskurs 9 har emellertid alkoholkonsumtionen minskat på senare år, enligt Statens folkhälsoinstitut, (www.fhi.se, 2006) men att det är stora skillnader beroende på årstid.

Det finns ett kunskapsproblem i svensk ungdomsforskning menar Ola Stafseng (1990). Detta gör att nya problem överrumplar oss. Vi börjar genast ropa på lag och ordning och planerar, utan att tänka efter, för snabba lösningar på problemet.

När ungdomars verklighet beskrivs i massmedierna och problem som till exempel alkohol och ungdomsfylleri identifieras, speglar det oftast inte ungdomars egentliga verklighet. Man vill i stället ha fram en ”politisk poäng” och tar då olika myndighetspersoner till hjälp för snabba åtgärder. Det blir moralisk panik och i stället för långsiktigt och målmedvetet arbete blir det snabba kraftåtgärder. Det viktiga blir här att visa att man gör något i stället för att kanske diskutera om åtgärderna har någon effekt (Ohlsson & Swärd, 1994).

Forskare menar att attityder förändras när människor får ny information och kunskap som då utövar ett tryck på en attitydförändring. En tanke som förenar forskare och yrkesutövare är att normalt kan bara attityder ändras om sändare, budskapet och mediet upplevs som trovärdigt och sakkunnigt. Våra värden ligger djupare än attityderna och bestämmer alltså dessa (Larsson, 2001)

Vi har funnit rätt mycket forskning inom vårt studieområde. Men det är samtidigt så att det mesta behandlar statistik och det läggs mer fokus kring vikten av alkohol information än vad som informeras och hur det sägs. I litteraturen har vi funnit böcker som beskriver kommunikation som teori och begrepp samt böcker som behandlar pedagogik. Vi

har även funnit böcker som beskriver ungdomsgrupper som både problem- och gruppdefinitioner. En hel del utredningsmaterial i form av statistik och rapporter finns när det gäller alkohol, bland annat har Centralförbundet för alkohol- och narkotikainformation (CAN) en hemsida (www.can.se) där de har samlat alla rapporter och utredningar från 1986 och framåt. De har även en omfattande undersökning om ungdomars alkohol- och narkotikavanor. Detta material är omfattande och har gjorts varje år sedan 1971.

Vi har valt i vår studie att begränsa oss till att ta reda på vad det finns för tidigare forskning i Sverige, för att vi kände att detta stämde bättre överens med vår utgångspunkt. Enligt Andersson (i Thorsen & Andersson, 2000) är det stor skillnad på olika länders sätt att uttrycka och utföra olika arbeten, inom till exempel alkoholområdet. Detta gör att det blir svårigheter att översätta andra länders undersökningar och rapporter samt vara insatt i det landets lagstiftning och deras allmänna förhållningssätt till det undersökta. Vi hade på grund av tidsbrist inte möjlighet att fördjupa oss i andra länders alkoholkultur och lagstiftning, varför vi valde att fokusera på alkoholinformation som ges i Sverige.

I Persson och Svenssons (2005) bok tar de bland annat upp hur information görs beträffande ANT- (alkohol-narkotika-tobak) undervisningen i skolan och de har även påpekat bristerna av att det inte utses någon speciellt ansvarig utöver själva rektorsansvaret. Genom att lagstiftning ex vis Skollagen SFS 1985:1100 och att olika handlingsplaner, målbeskrivningar samt kommuners och skolors policys mer är uttryck för att det skall bedrivas alkoholinformation än vad som skall göras och hur det skall göras. Det lämnar de personer som skall ge information stort handlingsutrymme men också en stor bit av osäkerhet om vad och hur de skall informera (Persson & Svensson, 2005).

I vår studie kände vi att vi ville ha en specificering av målgruppen men att det inte fanns någon uttalad grupp utöver vår egen indelning, barn och ungdomar 12 – 18 år. Lalander och Johansson (2002) beskriver denna period i livet som en period då man söker symboler för sin tillhörighet, att man dels tillhör en grupp, dels tar avstånd från en annan. Om då vuxenvärlden är det som uppfattas som något man skall ta avstånd ifrån kan droger bli ett medel att använda sig av för att markera sin egen grupptillhörighet.

Thorsen och Andersson (2000) tar upp olika former att informera samt att man kan vända sig till en annan grupp för att nå målgruppen det vill säga använda sig av en delgrupp, i vårt fall

föräldrarna för att nå ungdomarna. Partanen (i Thorsen & Andersson, 2000) ser inte det som effektivt att rikta förebyggande information och åtgärder mot ungdomarna utan Partanen hävdar att det är bättre att påverka de vuxnas alkoholvanor eftersom de utgör eftersträvnansvärda förebilder för ungdomarna.

Ungdomsforskningen är splittrad och befinner sig under utveckling. Den forskning som utövas idag har svårt att nå ut till de på fältet och kan inte omsättas i praktiskt arbete i någon större omfattning (Ohlsson & Swärd, 1994). Den danske pedagogen Mörch (i Ohlsson & Swärd, 1994) poängterar att ungdomsproblem är både ett samhällsfenomen, ett individuellt fenomen och samtidigt ett historiskt fenomen. De formas genom både barndom och politiska och ekonomiska sammanhang. Nya former av ungdomsproblem har skapats på grund av politiska förändringar och beslut men också genom förändringar av ungdomarnas villkor. Mörch (i Ohlsson & Swärd, 1994) har utarbetat en handlingsmodell för det praktiska arbetet där man på olika sätt kan koppla in insatser på ungdomsproblem. Denna modell bör innehålla en teori som handlar om utvecklingen hos de ungdomar som bli föremål för en insats. För det första måste man ha en probleminsikt, för det andra måste den innehålla en handlingsplan som har förmågan att analysera effekterna och resultaten.

Varför man väljer att fokusera på ungdomar skriver bland annat Thorsen och Andersson (2000) att det är i ungdomsåren som man vanligtvis blir erbjuden alkohol för första gången samt att det finns okunskap kring detta. De tar även upp oerfarenheten som en faktor samt att det är lättare att nå ungdomarna via skolans undervisning, där det kan ingå som en del av det strukturerade pedagogiska arbetet. Thorsen och Andersson (2000) skriver också om betydelsen att definiera målgruppen och att vända sig till ungdomar som helhet är en heterogen grupp vilket kan i anknytning till detta finnas skäl till att reflektera överkopplingen mellan målgrupp, budskap, uppmärksamhet och beteende.

3. Teoriavsnitt

Vi har valt att lägga fokus på teorier om kommunikation. Att genom dessa teoriers raster titta på begreppet kommunikation och försöka göra denna företeelse så begriplig som möjligt. Det kan också bli en hjälp till att förstå information som är kring alkohol. Processen för människors kontakt med varandra, det är helt enkelt det vi menar när vi pratar om kommunikation. Begreppet information kan i sin tur beskrivas som själva innehållet i kommunikationsprocessen. Det är bara en liten del av all kommunikation som går ut på att förmedla fakta utan det handlar i stället om att genom denna kontakt med andra, skapa vägledning hur vi ska handla och få ordning på vår bild av världen. Enligt Nilsson och Waldemarson (1994) är kommunikation också ett förlopp som sker i ett socialt system, där attityder och förväntningar som deltagarna fått från andra människor påverkar budskapen som sedan utväxlas. Det behöver i och för sig bara röra sig om en människa, när vi pratar om kommunikation, eftersom vi också ständigt för en inre dialog med oss själva. Vi bearbetar på det viset saker som har hänt och förbereder genom detta inre samtal framtiden (Nilsson & Waldemarson, 1994).

3.1 Kommunikation

Kommunikationsteorier och forskning kring dessa har bidragit till att skapa en förståelse för hur individen bearbetar och tolkar sin verklighet och kan även användas för att koppla samman många andra teorier inom socialt arbete. I Payne (2000) kan man läsa att all kommunikation omfattar ett sändande av budskap och en reaktion på dem. Information och reaktion på denna information utgör en stor del av den energi som bevarar jämvikten i olika system som till exempel familj eller grupp. Vi tar in informationen, tolkar och bedömer den inom oss som viktig eller mindre viktig i en så kallad informationsbearbetning. Detta leder till selektiv perception det vill säga, man inom sig skapar en bild av hur något är och denna bild formar hur vi upplever något. När vi sedan har utvärderat informationen vi fått ger vi en återkoppling till den som sändt informationen och ger då denna en vink om hur vi tolkat budskapet (Payne, 2000). Det finns en rad orsaker till varför vi som individer och grupper kommunicerar med varandra. Vi omformar våra tankar till handling och kan få ett samspel för att till exempel kunna skapa relationer. Det kan också tjäna som en överlevnadshandling för att få hjälp, som gruppsammanhållning eller för att utöva makt och övertala andra hur man ska uppfatta saker (Larsson, 2001).

Det finns olika hinder för kommunikationen och samspelet. Dessa hinder kan till exempel bli påtagliga när ett budskap ska kommuniceras till ungdomar. Det kan vara att informationen eller budskapet helt enkelt inte observeras, drunknar i störningar och brus eller är fel-adresserat. Ett annat hinder kanske är att mottagaren inte litar på sändaren, den sociala och kulturella referensen stämmer inte överens eller får budskapet i fel sammanhang (Larsson, 2001)

Man kan säga att all kommunikation äger rum i en fysisk, psykologisk, kulturell och social kontext. Det fysiska sammanhanget handlar om saker som plats och tid, det psykologiska om tankar, känslor och försvarsattityd. Det sociala sammanhanget handlar om identitet, relationer, roller och slutligen den kulturella kontexten handlar om gemensamma värderingar, språk och attityder. Enligt Nilsson och Waldemarson (1994) uppfattas sändare och mottagare alltför ofta som separata och isolerade personer, opåverkade av samhälle och kultur. I ett vardagligt och bekant sammanhang lägger vi inte märke till hur denna situation inverkar på kommunikationen och våra förklaringar av den. Men kontexten är avgörande för våra tolkningar av händelser och budskap. För att kunna reducera hinder i samspelet måste vi ta hänsyn till sammanhanget och kontexten som människor befinner sig i (Nilsson & Waldemarson, 1994).

De kulturer som deltagarna bär med sig in i skolan är en viktig kontext för ett menings-skapande. Mötet mellan personer med olika kulturella bakgrunder blir en interaktion där man har olika koder för kommunikation. Även när koderna är olika kan kommunikationen kännetecknas av ett samspel. En konflikt kan uppstå och föda nya tankar och idéer. Parterna är aktiva och besvärliga för varandra. Detta är också en form av kommunikation, som när man tar sig igenom spänningarna kan hitta nya kreativa lösningar på problemen (Fuglestad, 1999).

3.1.1 Kommunikationsmodellen

Dessa modeller fyller ungefär samma funktion som en teori, men är enklare och mindre generella. En typ som många människor använder sig av i vardagen är den så kallade hammarmodellen. Vi tror då att kommunikation är en fråga om att tala tillräckligt högt och upprepa ett budskap tillräckligt många gånger, som att slå i ett spik. Används ofta i samspel med våra närmsta när de inte förstår vad vi säger (Nilsson & Waldemarson, 1994).

Två huvudsakliga modellvägar har forskare enligt Larsson (2001) koncentrerat sina slutsatser till. Den ena är den traditionella vägen, inom strukturperspektivet. Här ser man kommunikationsprocessen som en envägskommunikation. Den utgår från en linjär modell och här sker alltså ett linjärt förlopp mellan en sändare och en mottagare. Man talar *till* en publik. Vi kan dra paralleller till den gamla och traditionella skolan där läraren för det mesta undervisade från katedern. Den andra rör sig inom interaktionsperspektivet och motsvarar då en tvåvägskommunikation. Här ses processen som en ömsesidig kontakt eller ett nätverk av kontakter och man talar här *med* en publik.

Under 1940-talet utformades en kommunikativ basmodell av Shannon & Weaver (i Larsson, 2001) och begrepp som sändare-meddelande-kanal-mottagare har blivit självklara i all teoribildning på detta område. Här finns redan från början med att man i teknisk bemärkelse måste inkludera bruseffekten. Med denna effekt menar man annat som kan störa kommunikationen. Brus är allt det som läggs till budskapet, men som inte hörde till sändarens budskap. Dessa störningar förvanskar ofta budskapet, men går att förminska genom kunskap om och träning i kommunikation. Man skiljer på fysiskt, semantiskt och psykologiskt brus. Fysiskt är till exempel knaster på ledningar eller oväsen på en gata. Det semantiska bruset är vaghet i ett budskap eller faktumet att vi inte talar samma språk. Psykologiskt brus är en följd av fördomar och ett psykologiskt försvar hos både sändare och mottagare (Nilsson & Waldemarson, 1994).

Modellvägen utgår från ett mer demokratiskt perspektiv. Den bygger på en interaktion och nätverksmodell som föreställer sig en mer horisontell och kvalitativ kontakt. Detta kännetecknar då dagens skola. Tanken här är att människan samverkar socialt för att kunna nå så djupt som möjligt i sin kontakt och ömsesidiga förståelse. I dessa interaktionsmodeller finns en grundtanke att kommunikation upprätthåller jämvikten i sociala system. Larsson (2001) påpekar att dessa tankar utgår kommunikationsforskare i Sverige från. De menar att man kan få en samverkansspiral, genom att svaga befolkningsgrupper ingår i nätverk där man inbördes börjar kommunicera. De kan då spiralmässigt öka sin identitetskänsla, gemenskap och kunskap och skapar då handlingsvilja och stärker sin situation (Larsson, 2001).

Trots kunskaper som finns om de linjära modellernas inneboende svagheter och begränsningar används dessa fortfarande i stor utsträckning i dagens planerade kommunikation jämfört med den horisontella samverkansmodellen. Några av anledningarna

menar Larsson (2001) kan vara av praktisk, ekonomisk eller traditionell art. Dessutom är nätverksmodellerna dåligt utvecklade och få utvärderingar har gjorts. Några forskare, däribland Rakow (i Larsson, 2001) vill gå åt helt motsatt håll och diskuterar i stället behovet av en teori- och modellbildning där hela den kommunikativa makten läggs hos publiken - mottagarna. Att lägga om tänkandet och den praktiska verkligheten så att det är publiken själv som genom sitt dirigerande skaffar sig önskad information. Larsson (2001) nämner här den så kallade användningsmodellen som utgår ifrån att genom att aktivt välja och använda bestämda medier kan människan själv tillfredsställa sina informationsbehov. Användarens uppfattning om hur viktigt och användbart innehållet är har konsekvenser för användningens resultat och effekt. En annan forskningsinriktning som fokuserar på mottagaren är receptionsanalysen. Man studerar här vilken speciell innebörd det blir för en mottagare, beroende på i vilket socialt sammanhang denne befinner sig och hur man har byggt upp medieinnehållet. Här har man kunnat visa hur betydelsefull den sociala kontexten är och att olika grupper skiljer sig åt när det gäller kommunikation och att tolka en text eller ett TV-program (Larsson, 2001)

Det är i samspelet mellan en annan människa vi lär oss och får kunskap, åsikter och attityder. Detta samspel medför en anpassning när det gäller personerna som deltar. Vi pratar om att när vi uppfattar och förstår en annan människas avsikt och budskap, har kommunikationen fått effekt. Men har den andra och dess budskap inte påverkat oss och vi inte vill utföra uppmaningen, är effekten låg. Vi kan få tonåringarna att lyssna på vad vi har att säga, men de behöver sedan inte följa våra eventuella råd. Effektivitet, påpekar Nilsson och Waldemarson (1994) handlar om att påverka andra att göra det vi vill. Här har forskare kommit fram till att bästa effekt - effektivitet får man om ett budskap blir spridet av många olika sändare samtidigt och att dessa har hög tillförlitlighet. En viktig komponent är då också att sändare och mottagare liknar varandra. Förstår vi en annan människa och har en gemenskap i upplevelse och erfarenhet är drivkraften till att påverka stor (Nilsson & Waldemarson, 1994). Här kjan det uppstå problem när vuxna

Ewerett Rogers (i Larsson, 2001) spridningsteori, som ligger till grund för spridningsmodellen, försöker förklara hur man över tid, genom olika kanaler och bland folk i olika sociala grupper förmedlar nya idéer och budskap. Här betonas att *påverkan tar tid!* Rogers menar att vi människor influeras av vad andra gör och inte av vad de säger. Dricker vuxna trots alkoholinformation är det kanske svårt att motivera ungdomar till att låta bli. Falkheimer (2001) säger att denna modell har legat till grund för forskning om hur människor

tar emot och tillägnar sig information. Här finns bland annat Yale-skolan som menar att beteenden ändras som en följd av kunskapsinläring och attitydförändring. Senare har forskning kommit fram till att ny kunskap kanske kan skapa andra attityder men sällan önskat beteende (Falkheimer, 2001). Andra faktorer påpekar Larsson (2001) har visat sig ha en mer avgörande effekt på mottagarna av ett budskap, nämligen deras *motivation och vilken situation de befinner sig* i vid kommunikationstillfället. Detta sätt att resonera har lett fram till James Grunigs (i Larsson, 2001) situationsteori. Han menar här att människor över tid och i olika sammanhang, i stor grad agerar situationsanpassat. Man tänker och agerar inte alltid i linje med sina djupa värderingar, utan ändrar attityd och handlingssätt så att de passar en aktuell situation. Han nämner fyra olika beteenden – det problemlösande, ett där man hela tiden ser hinder, ett rutinbeteende och det fatalistiska beteendet (Larsson, 2001).

3.2 Pedagogik

Detta begrepp vill vi ta med i teorikapitlet som en länk till den praktiska delen när det gäller kommunikation och samspel mellan människor. När man hör ordet pedagogik tänker man kanske mest på undervisning och uppfostran, men det finns mycket som överensstämmer med kommunikationsteorierna. I boken *Motivation och motivationsarbete* förklarar bokens författare, Håkan Jenner (2004) att ”pedagogik handlar om hur människor blir delaktiga i sitt eget liv och i det omgivande livet”. Detta kan ske genom dialog och samspel med andra. Den viktigaste delen i pedagogiken består av just kommunikation. Hur pedagogen (som kan vara en behandlare, lärare, etc.) tolkar en annan människas beteende i deras möte har sedan betydelse för spelet mellan dem och motivationen hos den andra. Om man utgår ifrån detta syfte med pedagogiken, att göra individen delaktig och motiverad menar vi att det spelar stor roll i det interpersonella mötet, som till exempel när alkoholinformatören träffar tonåringen. De möts i en pedagogisk process som handlar om att överföra kunskap.

Fuglestad (1999) ställer sig frågan: Vad kunskap är och hur den skapas? Med kunskap menas inte bara mottagen information, utan även något som människan tillägnat sig – införlivat – förädlad, helt enkelt en bearbetad information. Men kunskap kan ha många former som till exempel en samhällslig anknytning. Här kan den utgöras av en människas förhållningssätt när det gäller det sociala och kulturella. Pedagogikprofessorn B. Bernstein (i Fuglestad, 1999) presenterar två kunskapsperspektiv. Den fragmentariska kunskapen som fås när så mycket fakta som möjligt vaskas fram till en passiv mottagare. Det blir kunskap med kortsiktigt

bytesvärde och glöms fort bort. Den andra är integrerad kunskap där mottagaren styr sitt lärande på ett aktivt vis och får kunskap via ett undersökande och experimentellt arbetssätt. Den får ett långsiktigare bruksvärde och blir meningsfull, användbar och funktionell (Fuglestad, 1999).

Denna syn på inläring kan jämföras med Rogers (i Andersson, 2001) pedagogiska filosofi. Han menar att genom att individen/eleven får ta egna initiativ, aktiveras då också ett personligt engagemang som i sin tur leder till ändrade attityder och beteenden. Den rena kunskapsöverföringen passade bättre för en tid som inte hade så snabba förändringar som dagens samhälle har (Andersson, 2000). Det finns liknande tankesätt, som har kommit efter Rogers när det gäller kunskap – lärande och som påverkar synen på vad pedagogik är. Det ena sättet har resultaten i fokus och är produktorienterat. Pedagogiken här är en fråga om teknik och metod – att förmedla kunskap. Elevens roll är ett (passivt) mottagande av kunskapen som lagras i det inre. Fokus när det gäller det andra sättet ligger på processen som sker inte bara individuellt utan även genom gemensam insats. Individen tar större ansvar för egna lärandet. Elevens tidigare kunskap och erfarenheter blir en del av processen/undervisningen. Lärandet blir att konstruera kunskap i dialog med andra. I olika skolprojekt och efter utvärdering verkar det som att den produktorienterade pedagogiken stämmer bäst med de traditionella värderingarna om lydiga elever och bra betyg. Den pedagogiska förlopp som stämmer in på tanken med att ha ett eget ansvar för sitt lärande, nämligen den processorienterade, upplevs som mest krävande av lärarna och elevernas prestationer här är inte lika lyckade (Fuglestad, 1999).

4 Analys av intervjuerna

Vi har valt att dela upp vår analys i fyra avsnitt; varför informera, vad och hur informeras, vem blir informerad och slutligen vad har uppnåtts med att informera. Detta för att göra analysen mer hanterbar och att det förhoppningsvis gör det enklare att följa med i vårt syfte och våra frågeställningar.

4.1 Varför informera?

Vi har ställt oss frågan tidigare om Helsingborgs kommun har någon alkoholinformation riktad till ungdomar och vad avsikterna då är med denna? Finns det någon samstämmig idé och anledning till varför man vill prata med ungdomar om alkohol? I Helsingborgs kommun finns ett ”Alkohol och drogpolitiskt program” som gäller för 2006 – 2015 och som ligger till grund för kommunens grundsyn och arbetssätt. Detta program styr den lokala handlingsplanen och det förebyggande arbetet inom kommunen. Där står att de kommunala verksamheterna är skyldiga att ta ett aktivt ansvar och vara delaktiga i arbetet för att kommunens mål skall uppnås. Staden har bland annat som ett mål att Helsingborg skall vara drogfritt och att ungdomar under 18 år inte skall använda alkohol. Här pekas också på sambandet mellan alkohol och narkotika. En försenad alkoholdebut och en minskad alkoholkonsumtion kommer indirekt, skriver man, att beröra även narkotikamissbruket. Man fokuserar i handlingsplanen i synnerhet på de förvaltningar som i sin verksamhet möter barn och unga. De ska genom samverkan, tålmod och långsiktighet ha ansvar för det alkohol- och drogförebyggande - samt det hälsofrämjande arbetet. Strategierna för stadens förebyggande arbete under 2006 är bland annat att samordna det arbetet som är riktat mot alkohol och att det skall göras undersökningar om hur helsingborgarnas attityder är till alkohol (Alkohol och drogpolitiskt program, 2006-2015).

När man genomför en kommunikativ aktivitet måste man ha ett mål, annars faller aktiviteten lätt till marken. Man får då svårt att utforma en effektiv strategi, att kunna ringa in målgruppen man vill nå och att formulera rätt budskap. Även om målet finns kan det ligga på fel nivå och bli för allmänna, ha fina och vida formuleringar eller vara för omfattande. Informationen kan då visa sig bli abstrakt, otydlig och för ansenlig (Larsson, 2001). Nilsson och Waldemarsson (1994) tar i sin bok dels upp det mentala filter vi har som ger mening till

vår värld och samhörighet med andra som har samma filter. De skriver också om att situation och sammanhang, det vill säga kontexten är avgörande när det gäller hur vi tolkar saker.

Vi ställde frågan till samtliga av våra intervjupersoner, varför de pratar med ungdomar om alkohol och får här varierande svar. De båda skolsköterskorna på grund- och gymnasieskolorna berättar att det i stor utsträckning beror på den allmänna och frivilliga hälsoundersökningen som görs i 8:an och i 2:an på gymnasiet och alltså berör vår undersökningsgrupp, 12-18 år. Det hör till skolsköterskornas arbetsuppgifter att i samtal ta upp om droger när det finns anledning till oro för eleven. Dessutom ligger uppgifterna som kommer fram till grund för statistik som görs av skolhälsovården. Grundskolesköterskan anser att varför hon informerar beror på den medicinska sjukdomsbilden och att betona för ungdomarna att det går väldigt fort att bli alkoholist när man är ung. Hon tänker efter lite och säger sedan:

Vi har ju en drogpolicyplan i Helsingborgs kommun den skrevs ju om så sent som i höstas, så den måste vi ju följa.

Här syftar sköterskan på den drogpolicyfolder som Bildningsnämnden i Helsingborg har gett ut en i samarbete med bland annat rektorer och skolsköterskor från de olika skolorna samt socialförvaltningen, Blå Kamelen och Skolhälsovårdsenheten. I foldern som rör grundskolan står att all personal där skall arbeta aktivt för en drogfri skola och arbeta med förebyggande åtgärder (Drogpolicy - grundskola, 04/05). I gymnasieskolans folder står under rubriken förebyggande att all personal och alla elever skall vara uppdaterade och insatta i beroendefrågor (Drogpolicy - gymnasieskolan, 04/05).

Gymnasiesköterskan betonar att hälsosamtalet som erbjuds under andra året på gymnasiet är frivilligt och att det är ett erbjudande till eleven.

Dricker man varje vecka så tar man naturligtvis upp den här diskussionen ibland. Man diskuterar givetvis det här, det gör man absolut.

Hon har ett nära samarbete med övrig elevvårdspersonal på skolan och hon känner att hon har ett bra samarbete med lärarna ”... har de en klass där det är problematiskt så brukar de alltid

kalla på oss". Samtal sker antingen individuellt eller med elevvårdspersonal i klassen beroende på karaktären på problemet. Vidare säger hon:

..., så att säga att när man som klassföreståndare eller mentor, det här vill jag inte riktigt rota i eller det här är en sak som kanske har viss sekretess, så det skall inte jag lägga mig i.

Anledningen till att Helsingborgs drogsamordnare vill informera stadens unga är att det inom kommunen görs generellt förebyggande åtgärder och att länsstyrelsen dessutom har skjutit till pengar så att man kan starta upp ett kunskapsbaserat och förebyggande arbete. Det gäller att förskjuta alkoholdebuten rejält menar samordnaren, det är därför man ska informera och kommunicera med ungdomarna om alkohol. Alla både ungdomarna och föräldrarna ska få veta att det är nolltolerans och att det är en skyddsfråga. *"Våra barn skall inte få alkohol eller bjudas på alkohol innan de är fyllda 18."* Dessutom lönar sig förebyggande arbete enligt drogsamordnaren, men menar även att detta måste kunna visas i siffror.

Samma linje om avsikten med att informera är både behandlaren från Blå Kamelen och Lions informatör inne på. Personen på Blå Kamelen säger,

...att man skall skjuta upp och det är väl egentligen nolltolerans, är det inte det? De här alkoholförgifningar som vi gör uppföljning på så medelåldern är väl... medelåldern brukar ligga på 14½...15 kanske, 14½ tror jag. Det är rätt ungt. Vi har en lag på att man skall vara 18 år.

Nolltoleransen som behandlaren pratar om ligger i Helsingborgs handlingsplan bara på narkotikan, men att man ska arbeta i kommunen för att skjuta upp alkoholdebuten.

Informatören från Lions som pratar ute med sexorna på en del skolor, säger att han försöker få ungdomarna att förstå att det är viktigt att vänta med alkohol.

När man är ung vänjer sig cellerna mycket fortare. Jag brukar också ta upp det här att kan man vänta tills man blir 18 med sin alkoholdebut så har man gett sin kropp en stor tjänst eller kan man vänta tills man är 21 så är det ännu bättre. De är ju så att tillvänjningen går ju snabbare i dom yngre åren.

Kunskapen om de medicinska synpunkterna på att vänta med alkoholen verkar de flesta som vi har pratat med att trycka på. Skolöverläkaren tar också upp åldern på frågan, varför det är viktigt att prata med ungdomarna om alkohol.” *Målet är väl att ha om vi då följer de nationella riktlinjerna och reglerna så är det nolltolerans till 18-års ålder”.*

Här kan man se lagstiftningen som en vägledare i kommunikationen för de som skall informera. De har något att förhålla sig till, vilket kan ge en minskad osäkerhet. För att informera ungdomarna krävs det att ens egen erfarenhet och reflektion stämmer överens med det man skall informera om. En av skolsköterskorna säger:

Nolltolerans tycker jag är svårt, alltså. Nolltolerans kanske inte egentligen är min egen... den kan jag inte riktigt stå för själv, det kan jag inte göra, va.

Det kan vara en svårighet att vara motiverad för den som har informationen som sin profession. Att kunna sära på privata värderingar och vad arbetet kräver av en.

Gymnasieläraren på den hälsoinriktade skolan, har funderingar med att vara en förebild och att kunna ge eleverna andra värderingar genom att eleverna får reflektera kontinuerligt. Hon uttrycker detta så här:

Så kan man ju hoppas att under den här gymnasietiden att man kan ge de värderingar och attityder kring så att de sedan kan ge sina barn ett annat förhållningssätt kring alkohol. Men det sitter ju jättehårt fast.

Läraren är den enda av våra informanter som tänker vidare till nästa generation och ser attityder och värderingar i ett vidare perspektiv. Persson och Svensson (2005) skriver att det är av stor vikt att man som vuxen har liknande värdegrund när man kommunicerar med ungdomarna hur man skall förhålla sig till alkohol. Det har framkommit i enkätfrågor de haft på skolor om ungdomarnas syn på hur vuxna handskas med alkoholen, att lärare och annan personal beskrivs vara som folk är mest. Beroende på om man har en positiv eller negativ inställning till alkohol påverkar det ens förhållande till hur man sedan informerar. Boken tar också upp att förmedlarens trovärdighet är kopplad till dennes beteende. Detta är en viktig komponent för eleverna (Persson & Svensson, 2005). Detta uttryckte också drogsamordnaren:

Sen handlar det om att vara strategisk och ta till sig rätt människor. Det är oerhört avgörande att det är en person som är trovärdig, vad ska vi säga, en person med gott namn. Man kan ju liksom knyta till sig felaktiga resurser och förlora det här tillitskapitalet. Vilket man är beroende av och att få fäste med det.

Här kan vi göra en återkoppling till teoridelen. Om man vill se en effektivitet, det vill säga att budskapet har påverkat attityder och även ett beteende, beror bland annat på om sändaren har hög tillförlitlighet och om denna upplevs som trovärdig. En viktig ingrediens för att kunna påverka andra med sitt budskap är att ha samma förståelseram. Om jag liknar eller vill likna en annan människa och har ungefär samma erfarenheter kan jag låta mig inspireras av den andra och bli påverkad. (Nilsson och Waldemarson, 1994)

I gruppen, yngre missbrukare med tidig debut när det gäller alkohol/droger hittar man de som är i yngre tonåren skriver Rita Christensen (1997). Deras första fylla för det mesta på folköl, upplevs oftast positivt och de har som regel också många andra problem utöver alkoholen att brottas med. För dem blir ruset ett sätt att komma undan vardagen. Vi drar paralleller till den selektiva perception vi människor enligt forskare gör inom oss och hur vi väljer att tolka ett budskap. Vissa saker är viktiga, medan andra inte ter sig fullt så viktiga beroende på den situation man befinner sig i. Det viktiga för ungdomarna som Christensen här tar upp, verkar vara att ha kul med gruppen och de är kanske då inte så motiverade att lyssna på droginformation.

Vår informatör från Länkarna har en personligt färgad anledning till varför han vill informera och ge ungdomarna kunskap om alkoholen. *”Jag vill uppnå att dom inte hamnar i det läge som jag gått igenom.”* Han berättar vidare om hur alkoholen kom in tidigt i hans liv och att ingen informerade riktigt om riskerna.

... men jag fick vara med tidigt. Jag tålde rätt mycket så det märktes inte. Men jag drack hemma, alldeles för mycket. Nästan alltid när de hade fest så var jag med.

Här har vår intervjupersons kontext spelat en stor roll för hans socialisering in i missbruket.

Stay Sober som har etablerat sig i Helsingborg tycker att det viktigaste kanske inte är just informationen. Utan anledningen för dem är mer att vara en motgrupp och ge alternativ till att ha roligt utan att dricka. Det behövs, säger en av dem, ”*särskilt i Helsingborg med tanke på konsumtionen*”. James Carey (i Larsson, 2001) menar att i praktiken, handlar mycket om övertalning och attitydbildning. Han nämner den rituella kommunikationen, som står för kontakten människor emellan och är ett sätt att skapa sammanhållning och gemensam kultur. Denna kommunikationsform kan knyta an till Stay Sober. I deras fall handlar det om att vara en motgrupp och att ha som syfte att stärka varandra i en gemensam identitet, där alkoholdrickandet inte behövs.

Skolverket (1999) konstaterar i en utvärdering, att när man förnyar läroplanerna och ANT (Alkohol-Narkotika-Tobak)-undervisningen diskuteras på skolorna, blir utrymmet för detta ämne allt mindre. Skolan nämner bara undervisning på ett övergripande sätt och för tillfället ligger det inom rektorns ansvarsområde att det ska bli av (Persson & Svensson, 2005).

I en enkätundersökning i skolan tyckte hälften av dem som svarade att alkoholinformation skulle fokusera på skadeverkningarna, men majoriteten menade också att man måste fokusera på ungdomarnas förmåga att stå emot ett grupstryck (Persson & Svensson, 2005)

Ett projekt som startades i USA i årskurs 7, 8 och 9 fokuserade bland annat på elevernas förmåga att motstå grupstryck, praktiska metoder för att säga nej och att ge ungdomarna kommunikationsstrategier. Det visade sig att skolbaserade insatser som genomfördes av lärare kunde föra med sig ett minskat bruk av alkohol och droger (www.can.se). En av informatörerna från Stay Sober belyser också grupstrycket och nämner att de försöker stärka yngre som inte vill dricka och att också våga säga det. Informatören menar att det inte är ett fritt val om man inte vill dricka, utan man måste då motivera för folk varför man inte dricker.

Under intervjun med den informationsansvariga på Vägverket berättar denna att syftet med deras alkoholinformation är att stoppa farligt och respektlöst beteende och förhindra att människor blir skadade och dödade i trafiken. Att få ungdomarna att lyssna och med detta nå en effekt som stoppar det ökande rattfylleriet och gör att antalet olyckor går ner. Det är ett stort grupstryck i dessa åldrar tillägger vår informatör och det gäller att kunna reflektera själv.

Vi ser här att Vägverket vänder sig till ungdomar som kanske snart är i begrepp att ta körkort. Eftersom ämnet är aktuellt har man en större möjlighet att nå ut och motivera innan det

kanske händer något. Persson och Svensson (2005) skriver att förebyggande arbete handlar om att förhindra ett oönskat tillstånd att uppstå. Prevention sker som en insats från olika organisationer, mot grupper och för samhällets bästa. Åtgärden ligger alltså på grupp och samhällsnivå men kan ha effekter som avspeglar sig på individnivå (Persson & Svensson, 2005). I boken *Kommunikation är mer än ord*, tar författarna upp att kommunikationen inte behöver ändra en människas beteende omedelbart utan påverkan övertygelse och attityder kan ske under en längre tid (Dimbleby & Burton, 1999). Här finns samma tankegång som Rogers förde fram i sin spridningsteori. Det tar tid att förmedla nya idéer och budskap och se hur det kan påverka individen.

4.2 Vad informeras och hur görs det?

Retorik utgår från den klassiska talekonsten med rötter i antiken. Det är konsten att övertyga med syftet att åstadkomma något. Detta har länge varit identiskt med övertalning, där den som talar ska få över andra på sin sida. Moderna forskare menar att man måste skilja på att övertala och att övertyga någon annan. Kommunikationen här ska bygga på att mer än en part på ett sannfärdigt sätt får argumentera och där bästa argumenten vinner förtroende. (Larsson, 2001)

Vi har funderat på hur de som kommunicerar med ungdomar lägger upp sin information. Vad har de för strategier för att nå denna grupp med sitt budskap? De kanske är bra på retorik och att argumentera för sina synpunkter, men även att kunna möta ungdomarnas argument. Men vi har också funderingar på vad informationen består av, vad de olika informanterna tycker är viktig kunskap och vad ungdomar bör veta om alkohol. Ett budskap har alltså två nivåer, vad som sägs och hur det sägs (Larsson, 2001).

Skolsköterskan i grundskolan har två olika hälsoblanketter som eleverna själv fyller i innan samtalet, en för killar och en för tjejer. Fråga tio rör om man röker, snusar eller dricker alkohol. Här kan eleven kryssa för, aldrig - har provat – ibland – varje dag. Hon anpassar sedan samtalet och informationen efter vad eleven sedan har svarat och hon menar att hon försöker att känna in hur hon ska prata med barnen om alkohol. Har någon kryssat för att de provat alkohol ”... då går jag in och informerar och talar om att det går väldigt fort att bli alkoholist när man är ungdom”. Sköterskan pratar, precis som drogsamordnaren, om att föräldrarnas attityd till alkohol och vilka regler man har hemma för den unges drickande,

inverkar på hur man som ung förhåller sig till drycker. Denna återkoppling till förälderns ansvar att inte köpa ut till ungdomar används av flera av våra intervjupersoner.

Jag vill ge eleverna kunskap så att de vet vad valen de gör kan leda till den dag de kanske blir bjudna på alkohol säger vår alkoholinformatör från Lions.

... min information går ju ut på att man egentligen bestämmer själv, men att man måste veta vad man tackar ja till och vad man tackar nej till. Inte bara ha någon allmän tur här i livet.

Vi utgår här från att vår intervjuperson försöker ge ungdomarna ett redskap som de sedan själv ska använda på vad de tycker bästa sätt.

Med en informativ kommunikation kan man just visa vilka handlingsalternativ som finns och motivera, utifrån dessa, personen att fatta egna beslut. Man gör också den andra medveten om sin egen roll och att vad som händer är beroende av personens beslut (Bergmark, 1998). Att ge upplysning och kunskap om ett problem och vilja ha en förändring i attityd och beteende menar Grant (i Thorsen & Andersson, 2000) måste följas av konkreta råd eller tekniker hur en person ska kunna förändra dessa. Skolöverläkaren i Helsingborg har en liknande uppfattning och säger att det inte går att bara säga att något är farligt, utan man måste få in ett hälsotänk. Han är med i ett projekt som efter hand har blivit livskunskapsinriktat och vänder sig till lärarna i Nordvästra Skåne. Här vill man ge pedagogerna redskap och kunskap så att de sedan kan ha attityd och värderingsövningar med eleverna.

För mycket är ju att lärarna, i alla fall när det gäller droger, så är man dåligt påläst. Alla hänger inte med i det allra senaste. Och om man då skall ha en diskussion med ungdomar då är det jätte viktigt att vara påläst. De känner på en gång när man är ute på hal is.

Skolöverläkaren menar att man skall lyfta upp problemet och att det är rektorns ansvar att kunskapen om alkohol och att ANT (Alkohol-Narkotika-Tobak) -undervisningen implementeras i de olika ämnena. Mycket händer i maj och när läraren kommer på att det inte har varit någon alkoholinformation försöker man få tag i någon utifrån. Vår intervjuperson tror att eftersom alkoholinformationen inte går som en röd tråd i det pedagogiska arbetet kan det leda till en stressituation för läraren innan sommarlovet. Skolöverläkaren poängterar att

skolorna med en dåligt skött alkoholinformation inte kan slå sig till ro och säga att det är elevernas eget ansvar om de dricker och det går galet. Persson och Svensson (2005) tar upp att enligt skollagen (SFS 1985:1100) är det rektorns ansvar att strukturera så att det kan bli ett framgångsrikt preventivt arbete ute på skolan. Rektorn skall också motivera och skapa förutsättning för att lärare och elevvårdspersonal kan utföra detta arbete. Enligt skolverket är det väldigt otydligt formulerat i skolplanen hur detta ansvar skall genomföras. Detta blir i stället lärarnas uppgift att omsätta i handling och de känner att de har bristande kunskaper att hantera drogproblem. Detta gör att de hänvisar eleverna till elevvårdspersonal även om det är lärarna som har den pedagogiska kompetensen jämfört med elevvårdspersonalen (Persson & Svensson, 2005).

Gymnasieläraren (hälsoprofil) berättar att alkoholinformation har de på skolan automatiskt med som ett kursmål och därför tar de upp detta ämne på olika sätt under terminerna. Läraren säger också att på skolan finns det en stor kurs om folkhälsa som heter Friskvårdsmetodik. och att det här handlar om att eleverna ska kunna samtala med personer som vill göra en livsstilsförändring. Läraren säger:

Då måste man ju ha grundlagt med kunskap kring det här med vad livsstilar är och vad konsekvenserna blir när man väljer att ha alkohol som en livsstil.

På grund av att skolan har en speciell inriktning, menar vi, gör det förmodligen att många av eleverna redan när de söker dit är motiverade till dessa ämnen och detta kanske också gäller för lärarna. Däremot måste samma saker gälla på alla skolor, nämligen att genom pedagogiken kunna motivera till ett lärande. Vad som är grundläggande för en effektiv inläring är att motivation är viktig och detta stärks om man får känna delaktighet och ansvar för sin egen inläring (Maltén, 1997). Här kan vi se kopplingen till skolöverläkarens syftning med en röd tråd i läroplanen och att kunskapen om alkohol naturligt kommer in i de olika ämnena och glöms inte bort.

På Blå Kamelen arbetar man mycket med värderingsövningar, men att det är som ett förslag till den som ringer upp och bokar in dem på alkoholinformation.

...att man ringer och frågar om vi kan komma ut och hålla en information. Och då frågar vi vad deras tanke med information är. Och så pratar vi högt om vad de har tänkt sig och sen kanske vi kan komma med tips och idéer och så vidare.

I detta fall är det läraren som bli den första mottagaren av informationen, men också den som är beställaren och ska ha önskemål på vidare kommunikation. Både läraren och Blå Kamelen måste här samverka för att hitta en form för informationen som kan motivera ungdomarna till att engagera sig. Här pekar Larsson (2001) på, att det självklart är ytterst viktigt att det finns behov och motivation hos människor för att kunna nå dem i en kommunikativ process. Finns behov och intresse av information i ett ämne når man också fram lättare till mottagaren. För att kunna skapa en förändring måste man noga anpassa ett budskap till mottagarens subjektiva behov, i stället för att stirra för mycket på sändarens önskningar. Detta subjektiva behov beror mycket på hur en individ ser på sin befintliga situation och vilka hinder eller möjligheter som uppenbarar sig (Larsson, 2001)

Ute i klasserna tar Blå Kamelen upp vad som händer om man varit berusad (alkoholförgiftad), blivit omhändertagen av polis och kanske hamnat på akuten. Informationsstunden och vilka frågor som kommer upp är i mycket avhängig av eleverna själva, eftersom informanterna tar avstamp från ungdomarnas egna erfarenheter och kunskaper. De pratar också om vad som händer när man är påverkad och vad som då sker med kroppen.

... och sen går det ut i blodet, vad händer då? Att det går att mäta i promille och då... jaha, vad är promille? Och då beskriver jag promille och ritar promilletecknet, och vad betyder det och då skriver jag 1 och 2 och 3 och 4 eller jag frågar dem, om man kan dö av förgiftning och hur många promille tror ni man behöver då? Och då får jag från noll till hundra och så kanske det är någon som vet att det är runt fyra och så skriver jag det.

Man kan diskutera om ett budskap ska innehålla skrämselsekvenser, men det viktiga är att det väcker ett intresse hos mottagarna och att de kan känna att det rör dem. Vissa forskare menar här att det är en balansgång. För mycket skräck kan i sin tur innebära att man förnekar budskapet. Detta kan ske då information som ges saknar anvisning hur man ska agera och därmed kunna undvika problemet (Larsson & Rosengren, 1995).

I telefonkontakt med samordnaren från Vägverket berättar denna om projektet Don't Drink and Drive (DDD), som verket har gått ut med för att stoppa det ökande rattfylleriet bland yngre människor. Filmen de gjorde, *Länge leve livet*, visar verkliga händelser och starka scener. Informationen bygger enligt samordnaren på ett känsloladdat budskap. En kille kör bil efter att ha druckit alkohol, mister herraväldet över fordonet och kompisen avlider. Vägverkets samordnare säger.

Det är svårt att kommunicera i dagens läge med mycket mediabrus, men vi gick ut till ungdomar och ställde frågor om vilken information de trodde skulle ha effekt och ge någon reaktion. De svarade att det inte skulle vara fejk utan visa verkligheten, för den går inte att ifrågasätta.

Här kan man se strategin som används för att nå ut med ett budskap. Verket har här tagit kontakt och diskuterat med målgruppen, det vill säga ungdomarna själv, vad de behöver för information. I dag diskuterar forskare om man ska ge mottagarna större möjligheter att själva ta initiativ till kommunikation. Vi är också på väg mot mer relationsaktiviteter än direkta påverkansaktiviteter. Smala differentierade budskap i stället för breddspektrumbudskap och fler individuella o gruppriktade metoder (Persson och Svensson, 2005). Om vi återgår till Vägverkets projekt, är budskapet lagt så att ungdomar ska känna igen situationer, börja diskutera om attityder och värderingar och reflektera över vilka risker som finns med alkohol och bilkörning. Det är information med emotionella inslag. I boken *Ungdom som samhällsproblem* tar Ohlsson och Swärd (1994) upp att film, video och TV är exempel på medier som väddar till våra känslor och retar sinnesintrycken. De framställer ofta problemen på ett dramatiskt sätt och får individen att skämmas eller att bli upprörd. På detta sätt medvetandegör man gränser och moralkodex, som därför får stor betydelse när problemen diskuteras (Ohlsson & Swärd, 1994).

På skolan med hälsoprofil har de en årlig ANT (Alkohol-Narkotika-Tobak) dag, då man bland annat får hjälp av personer utifrån.

Och förra året som vi... hade en sån här ANT dag då så mynnade det ut i en utställning. Då fick de ju möjlighet att diskutera. De fick ju först information utifrån olika organisationer som jobbar kring det här med alkohol, sen fick de

*själv sammanställa detta, då. Och fundera vad blev sagt och vad blev gjort.
Sedan mynnade det ut i en utställning som vi hade på skolan.*

Här är eleverna med från början i processen och har möjlighet att reflektera.

Det är både lättare att sända och ta emot ett budskap om målgruppen är förberedda på informationen. För att förbereda och underlätta kommunikationen får man helt enkelt sätta in extra resurser för att öka kunskapen och nyfikenheten innan en åtgärd sätts i verket (Larsson, 2001). I Grunigs situationsteori (i Larsson, 2001) nämns just att bedöma mottagarna efter beredskapen. Om målgruppen erkänner ett sakförhållande ökar chansen att de tar till sig informationen, men om de däremot påtvingas den blir effekten motsatt.

4.3 Vem vänder de sig till?

De som är nummer ett och ska prioriteras är barn och ungdomar upp till 18-19 år säger Drogsmordnaren i kommunen. Hon menar att det är effektivt att vända sig till både ungdomarna och deras föräldrar med information. Just för att de skall få veta att det är nolltolerans och att kunna samarbeta för att skjuta upp ungdomarnas alkoholdebut. Hon säger att ungdomarna kanske inte alltid är en motiverad målgrupp eller så mottagliga för information, men det är deras föräldrar.

... det som är extremt effektivt är att vända sig till deras föräldrar. Och även om det finns föräldrar som inte kommer så får man en klass föräldrar generellt att ... att ställa sig bakom att våra barn skall inte få alkohol.

Hon nämner här att föräldrar har en stor påverkan på sina ungdomar. Vad de tillåter respektive inte tillåter har en stark styrning på hur ungdomarna sedan handskas med sin vardag.

Enligt Alkoholkommitténs hemsida, (www.alkoholkommitten.se), visar forskning att ungdomar som blir bjudna på dricka hemma, inte lär sig hur man dricker utan bara att man gör det. I Thorsen och Anderssons rapport (2000), på uppdrag av CAN (Centralförbundet för alkohol och narkotikaupplysning), kan man läsa att i vissa alkoholpreventiva program har man valt att vända sig till föräldrarna som mellanled för att nå den egentliga målgruppen det

vill säga ungdomarna. Om man kan förmedla relevant kunskap och negativa attityder om alkohol till föräldrar, har dessa en större förutsättning och intresse att engagera sig i hur barnen umgås med alkohol. Ofta har föräldrarna svårt att se att deras barn kan få problem med alkohol. Detta tas också upp i regeringens Proposition 2005/06:30 där det bland annat står att det vore önskvärt att kommunerna och skolorna fick kunskap om de metoder för föräldrabete som visat sig effektiva enligt både svensk och internationell forskning. I propositionen belyser de vikten av att föräldrar har tydliga regler kring alkohol och att man är tydlig när det gäller 18-årsgränsen samt att de samverkar med andra föräldrar genom att träffa gemensamma överenskommelser.

Blå Kamelen informerar om att det är olagligt för föräldrar och andra att köpa ut till minderåriga. Vår informatör hänvisar till en föreläsning som CAN (Centralförbundet för alkohol och narkotikaupplysning) höll i Stockholm och där man tar upp forskningsresultat om prevention –alkohol och föräldrars påverkan på sina ungdomar.

... man ville ändra föräldrarnas förväntningar på... man gick in på eller man gick in för att förändra föräldrarnas förväntningar på vanligt tonårsbeteende. Få föräldrarna att inse de inte spelat ut sin roll utan de kan fortfarande påverka. Att ha tydliga regler och normer och att föräldrars attityder till alkoholdrickande alltså påverkar.

De flesta av våra intervjupersoner och även andra vi har pratat med poängterar att det är viktigt att få med föräldrarna och att de får kunskap om alkohol. Men det är ingen av de skolor som berörs direkt eller indirekt av vår undersökning som har riktad alkoholinformation till föräldrarna. Den enda som träffar föräldrar och kan prata med dem om ämnet är behandlaren från Blå Kamelen. Kontakten blir antingen när föräldern söker stöd och samtal där eller så blir det när ungdomen har tagits in på sjukhus med alkoholförgiftning:

Alltså nu är det väldigt hårt tryck med samtal och så och ringer man då från någonstans och vill ha information då blir det besvärligt för oss. Då vill vi hellre inrikta oss på föräldramöten... ja på årskurs 6 och 7 och så knyta an till ett föräldramöte... Vi vill gärna träffa föräldrar men gärna efter det att vi träffat ungdomarna och vi gör värderingsövningar...så här tycker era ungdomar.

Intervjupersonen hänvisar till en preventivforskare som startat ett projekt som vänder sig till föräldrarna i stället för ungdomarna. Där tas, på vanligt föräldramöte, tid till information om alkohol och gränssättning. I en rapport från CAN (2000) tar man upp en mer integrerad syn på alkoholpreventionen. Man påpekar här att undervisningsprogram (typ ANT) som är skolbaserade inte har någon större preventionskraft om man endast utgår från detta. Det måste till flera olika preventionsstrategier som till exempel socialkurativa insatser och insatser riktade till föräldrarna (Thorsen & Andersson, 2000). Repstad (1998) skriver att många sociologer menar att även en socialisering kan ske i vuxen ålder och har då stort inflytande på sättet att vara och handla. Föräldrarna kan påverkas och de kan i sin tur ha påverkan på ungdomarna. Socialisationsforskare S Köppe (i Ohlsson & Swärd, 1994) menar att genom att skapa gynnsamma förhållanden för föräldrarna, så att de har ork tid och kraft att utföra sitt föräldransvar kan man undvika framtida problem och konflikter. Genom att även skapa gynnsamma förhållanden som främjar den pedagogiska utvecklingen på daghem och i skolor kan man få en bra fungerande socialisationsprocess.

Skolöverläkaren, ungdomarna i Stay Sober och i viss mån Länkarnas informatör är de enda som nämner en speciell målgrupp för informationen. Det är framförallt barn till missbrukande föräldrar och här handlar det om vikten av att identifiera och nå ut till barnen som befinner sig i riskzonen. Vi upplever inte detta som att det redan finns information riktad till dessa grupper utan som ett önsketänkande. Ungdomarna i Stay Sober tycker att nå och kommunicera med alla är viktigt. Man vill satsa mer på att nå barn till missbrukande föräldrar, men även försöka nå föräldrar med utbildning.

De personer från Lions och Länkarna, som går ut på skolor och informerar gör det från sjätte klass och uppåt. Det är skolorna själv som tar kontakt med Länkarna och de berättar då vilken sorts information de vill ha och vem som ska ha den. Det kan vara klasser från 6-9 årskurs. Lions informatör tar alltid själv kontakt med "sina" skolor och det är vart år, när det finns en ny sjätteklass som inte har fått någon information.

Blå Kamelen lägger också informationen från årskurs 6. Ingen av informanterna vänder sig till någon särskilt grupp utan samtalar generellt om alkoholen. För Blå Kamelen kan det dock hända att de blir uppringda för att hålla i informationen på till exempel en tjejkväll. Läraren på Hälsogymnasiet har kontinuerlig alkoholinformation och tematiserad undervisning i detta ämne i alla tre årskurserna och då med elever från 16-19 år.

4.4 Mål/Resultat

Vad finns det för mål bland informatörerna och är målen man eftersträvar kortsiktiga eller långsiktiga? Har man någon tanke med att uppnå ett resultat och hur vill man gå vidare. Det är några av de frågor vi ville ha svar på. Den alkoholpolitiska handlingsplanen (2006 – 2015) och målen man har för den preventiva informationsverksamheten inom kommunen ligger till grund för de kommunanställda. I den beskrivs vad som skall göras för ungdomars bästa, genom att förebygga och att minska alkoholkonsumtionen i denna grupp. Att det skall finnas en samordning mellan de olika instanserna samt långsiktighet i arbetet. Drogssamordnaren tar i vår intervju upp ett uttalat mål i handlingsplanen och det är lönsamhetsfaktorn.

Det är ju viktigt, det är vår vision för avdelning förebyggande arbete lönar sig, det måste vi kunna visa upp. Att hitta en ekonomisk mätfaktor i detta är en utmaning. Jag är en bara en vanlig socionom det kan inte jag reda ut. Det finns intressanta ekonomiska perspektiv på detta om att hur mäter man kostnaden på en individ...

Precis som samordnaren gör tar Falkheimer (2001) i sin bok upp att få någon mätfaktor, men då sett ur mottagarens synvinkel, om man nått uppsatta mål. Han tar upp som en av riktlinjerna för en bra kommunikationsplanering att budskapet har direkta positiva effekter för individen Information som generella problem eller om kollektiv nytta bör undvikas

Larsson (2001), forskare i kommunikationsvetenskap är inne på samma linje. Han säger att i en utvärdering ska man ställa kritiska frågor om vem som tjänar på aktiviteten/informationen och vad de tjänar på den. Det ska också klargöras vad det är mottagarna egentligen tjänar på aktiviteten. Både skolhälsovårdens samordnare och intervjupersonen från Lions tar upp svårigheten med att mäta nyttan med alkoholinformationen. De tycker att det är svårt att utvärdera om och i så fall vilken effekt det kan bli och att det finns många faktorer som kan spela in.

Hälsogymnasiets lärare har en framtida tanke om att man tidigt och kontinuerligt går in med alkoholinformation till föräldrar och att de får komma på olika träffar där de deltar aktivt.

Läraren menar att det också är bättre med något som kommer kontinuerligt än det som är av kampanj-typ.

Kommunikation mellan människor är alltid svårt och med attityd- och beteendeförändringar är det svårt att mäta och veta vilket som beror på vad om folk ändrar sig. Jag känner lite att vi jobbar i motvind. Kan vi stå på noll i attityd - beteende vad gäller rattfylleri kan det vara lyckat för oss. Alltså att det inte har blivit sämre.

I Olsson och Swärd (1994) tas det också upp svårigheten med att veta vad en åtgärd genererar eftersom man aldrig vet hur det hade blivit om man inte hade gjort något.

Samordnaren på skolhälsovården har i många år tagit emot skolsköterskornas enkäter med svar från ungdomarna.

Vi för statistik över allt vad barnen svarar i hälsoundersökningarna och detta är då för senare insatser. Vid vissa möte med alla sköterskor tas siffrorna upp och revideras en gång om året. Det är svårt att veta om det gör någon nytta när vi informerar om alkohol. Det dricks oerhört mycket, speciellt bland vissa grupper av elever. Det är också väldigt olika på skolorna vad som görs när det gäller alkoholinformation.

Det är svårt att tänka sig att den förda statistiken och den gemensamma revideringen av elevenkäterna ska kunna ge skolhälsovården en vägledning om nyttan med alkoholinformationen. Det som i så fall saknas här är kanske en feedback från eleverna själva, att man går ut och tar reda på vad eleverna tycker. Enligt Nowak och Wärneryd (1969) ska det man vill uppnå med sin kommunikation ha ett tydligt syfte och mål och att en utvärdering görs om detta har uppnåtts. Helst skall det vara mätbara siffror på hur budskapet mottas och hur många som påverkas. Detta poängterar också Palm (1994) när han säger, att utvärdering görs är av stor vikt för att kunna lära sig något för framtiden. Både drog - och skolhälsosamordnaren och informatören från Lions tar upp dilemmat med att veta vad som når ut i en information och vad det då leder till i exempelvis ändrade attityder. Hur utvärderar man vad som rör sig i en människas huvud i en kommunikationsprocess och om det ger önskad verkan? Informatören från Lions säger att:

Någon fastnar för detta jag säger eller att han var en trevlig man. Så är ju kommunikationen mellan folk, en fastnar och en annan tycker det var väl ingenting. Egentligen räcker det ju att en enda har valt att inte använda droger efter min information. Sätter man det så är det alltid lönt.

Det finns ett behov hos informatören att känna värdet av kommunikationen, att ens arbete kan påverka. Ska man utvärdera efter pedagogiska termer verkar den fragmentariska faktakunskapen, som också benämns den produktiva, vara lättare att mäta effekten av. Detta att mäta faktakunskap, bygger fortfarande vårt betygssystem på. Medan den integrerade och progressiva kunskapen där ungdomarna själv är aktiva också är svårare att utvärdera (Fuglestad, 1999). Ohlsson och Swärd (1994) pekar i boken *Ungdomar som samhällsproblem* på trycket av att så snabbt som möjligt kunna mäta följderna av en påverkan. Det är svårt att få bidrag till långsiktigt ungdomsarbete där man inte omedelbart ser någon effekt. Kortsiktiga lösningar verkar föredras. Utan någon speciell analys på resultatet av dessa åtgärder ordinerar ofta större föräldraansvar, fler poliser och längre straff (Ohlsson och Swärd, 1994). Återigen kan man hänvisa till vad Ewerett Rogers tar upp (i Larsson, 2001) i sin spridningsteori, nämligen att påverkan tar tid.

Samtidigt som dessa intervjupersoner pratar om svårigheten med att utvärdera och att siffermässigt kunna mäta om ett mål har uppnåtts, har Länkarnas informatör ett annat perspektiv.

Jag kan ju tycka att de lägger för mycket energi på att hålla koll på hur många som får det eller det, alltså, de dör av skrumplever och så och så många dör. Det är mycket bättre att de lagt de pengarna på vägen dit så hade man kanske kunnat rädda någon så dom inte hamnat i statistiken.

Det som vår informatör pratar om och som han ser som ett byråkratiskt problem, kan i grunden vara svårigheter med att utvärdera. Ingrid Sahlin (i Ohlsson och Swärd, 1994) hävdar att ungdomsarbete och projektverksamhet genomsyras av traditioner, rutiner och en omfattande byråkrati. Man håller ofta fast vid en dålig metod. Mycket beror på att man inte är noga i sin utvärdering och bland annat glömmer att notera misstagen. Samma åtgärder kommer tillbaka år ut och år in, även om det egentligen skulle krävas nya tankar och lösningar på dagens problem (Ohlsson och Swärd, 1994)

5. Avslutande diskussion

Vi har valt att dela upp vår avslutning i två delar, dels en sammanfattning, del en slutdiskussion.

5.1 Sammanfattning

I vår studie har vi bland annat tittat på vad kommunikationen har för inverkan på människors samvaro, attityder och motivation att lära sig saker. När man pratar om ett förebyggande arbete blir det ofta obestämt och svårtolkat och det har riktats kritik mot att det är för generellt och kan innefatta alla former av insatser. Vi har i vårt arbete valt att fokusera på vilken möjlighet det finns för ungdomar 12-18 år att få information i Helsingborg. Det har varit intressant att ta reda på hur preventionstanken ser ut i kommunen och vilket syftet är med den upplysande verksamheten. Är det av omsorg för individen eller är anledningen att alkoholrelaterade ungdomsproblem drar med sig kostnader. Vi har också undrat över var de olika personer knutna till det förebyggande arbetet har lagt ribban när det gäller att informera?

Vi delade in vår analys i fyra delar; Varför informera, vad informeras om och hur är formen för detta, till vem riktar man sin information och som sista del tittade vi på effekt, resultat samt framtida mål sett ur intervjupersonernas synvinkel. Två av frågeställningarna, vem informatören vänder sig till och varför denne informerar kände vi blev besvarade på ett annat sätt än vi kanske hade förväntat oss. På dessa två frågor fick vi oftast inte något direkt svar och det gled ibland över till att bli mer av en ansvarsfråga om vem som har ansvaret för att ungdomar inte börjar dricka.

När vi frågade våra intervjupersoner varför de pratar med ungdomar om alkohol upplevde vi att det var en fråga som de flesta inte väntade sig eller hade reflekterat över. Vi fick många gånger formulera om frågan för att de skulle få tid och kunna tänka över motivet. Vi fick intrycket av att våra intervjupersoner har så olika bilder av varför de pratar om alkohol och även hur de privat ser på alkoholfrågan. Utgångspunkten för en del är lagen och de pekar på att det beror på drogpolicyn i Helsingborg och att det är deras arbetsuppgifter att följa kommunens handlingsplan. Andra poängterar att det är viktigt att senarelägga ungdomars drickande till i alla fall 18 års ålder. En har mer personliga aspekter på vad som styr och är motiv för att prata med ungdomar. Vi kunde här inte se någon gemensam länk för vem som

tycker vad, utan tror i stället att det beror på hur personerna själv har tänkt igenom var man står i frågan ungdomar och alkohol, ja egentligen i hela ”alkoholkulturfrågan”. De intervjupersoner som vi upplevde var mest medvetna om varför de pratar med ungdomar om detta ämne, var intervjupersonen från Länkarna och de två intervjupersonerna från Stay Sober. Dessa personer har sedan tidigare aktivt tagit avstånd från alkoholen och verkar därför också medvetna om sina motiv.

Det ser ut att vara en osynlig gräns för när man börjar informera ungdomar om alkohol och denna går vid sjätte klass. Det är ingen av dem vi pratade med som träffar och pratar med ungdomar som är yngre än detta. Några av informatörerna nämnde att de yngre ibland ute på skolorna kan få en lektion om tobak och snus. Det verkade finnas en ambivalens bland våra intervjupersoner att alkoholinformera i yngre åldrar, dels på grund av att de upplevs för små för budskapet och har svårt att ta till sig det. Men också en rädsla hos de vuxna att göra reklam för alkohol och att ungdomars intresse i stället väcks.

En del av våra intervjupersoner använder värderingsövningar när de pratade om alkohol. Blå Kamelen till exempel, som utgår från ungdomarnas egen kunskap om alkohol och bygger vidare på detta under sina informationsträffar. Ungdomarna får en möjlighet att tillsammans med informatörerna diskutera sig fram till olika synsätt. Victum Hälsogymnasium har också denna värderings – och attitydövningarna och använder även andra möjligheter för eleverna att kunna reflektera, som rollspel och temadagar. Skolhälsovården verkar gå ut med en mer faktainriktad och upplysande information till eleverna som ingår i ett allmänt hälsosamtal. Dessutom har de vid behov enskilda samtal med eleven eller ute i klasser. Både intervjupersonen från Länkarna och från Lions använder sig av berättelser från det verkliga livet när de kommunicerar ute på skolorna. De tar avstamp i sin berättelse med att skildra ungdomar i samma ålder som eleverna och som väljer alkoholen.

När det gäller utvärderingsbiten att ta reda på hur kommunikationen har nått fram och hur den tas emot av ungdomarna går de flesta av våra intervjupersoner på den egna känslan.

5.2 Slutdiskussion

Genom att det finns en alkohol- och drogpolitisk handlingsplan, som är knuten till den nationella planen, finns det ett dokument som uttalar vilka mål kommunen har. Helsingborgs kommun har valt att begränsa till ett antal delmål för att på så sätt kunna få önskat resultat, det vill säga en minskning av alkoholkonsumtionen bland ungdomar. De kommunala verksamheterna har enligt handlingsplanen en skyldighet att ta aktivt ansvar för att den följs. Denna föreskrift är skriven i generella ordalag, men innebär för var och en som till exempel arbetar kommunalt att verka preventivt för att öka kunskapen om alkohol och att genom det indirekt göra något åt ungdomarnas alkoholkonsumtion. Det är positivt tycker vi att kommunen har ett uttalat syfte och mål med alkoholpreventionen, men vi kan se problemet med att det uppifrån utgår ett ”påbud”.

Vi känner att det ges stort tolkningsutrymme åt alla parter som skall arbeta med detta. Som vi har uppfattat situationen, så finns det inte något samlat grepp i kommunen på hur man kan arbeta preventivt med alkoholen, utan bara att man skall göra något åt detta. De delar vi har tittat på av det preventiva informationssystemet bygger på att någon ifrån vuxenvärlden är kreativ och antingen själv sköta informationen eller också tar kontakt med någon annan som kan utföra det. Vi tycker att detta avspeglade sig i hur man ser på ansvarsbiten och vem som ska ge ungdomarna en medvetenhet om alkohol. Här känner vi att det lätt hamnar mellan två stolar och att någon annan part får ta ansvar för att något händer. Ansvar för att exempelvis ANT-undervisningen fungerar, vilar på rektorn på respektive skola. Gränserna mellan skolan, hemmet och samhället har suddats ut och problemet är att både familjerna med eleven, respektive skolan förutsätter att den andra parten är välfungerande. Vi förstod efter hand som vi intervjuade, att det var en allmän uppfattning bland våra intervjupersoner att de tycker att det är föräldrarnas ansvar att uppmärksamma barnen och ge dem kunskap om alkohol, men ingen vänder sig direkt till dessa och visar på att de tycker ämnet är viktigt. Det är en åsikt som är underförstådd.

Ansvar för att lyfta fram alkoholfrågan anser vi vilar på hela vuxenvärlden. Alla vuxna som har kapaciteten och från olika områden bör engagera sig. Vi tycker också att samarbetet och dialogen mellan skola och föräldrar behöver förstärkas. Det är speciellt viktigt i tonåren, den period i livet som är en av de mer omvälvande perioderna i ens liv. För oss låter det logiskt

med den forskning som menar att bäst resultat får man om ett budskap kommer från olika håll samtidigt och under en längre tid. Det handlar om att göra problem synliga, kunna motivera och ge ungdomarna den kunskap som kanske gör att de har redskap och då också en möjlighet att ta ställning. Vi anser, för att nå ut med alkoholbudskapet är det en nödvändighet att ungdomarna själva får vara med och utforma sina informationskanaler. På ett enkelt och effektivt sätt kan det bli en kommunikation som tydliggör för andra ungdomar vilka myter och attityder som finns runt alkoholen och följderna av att dricka. Vi anser det viktigt att göra en utvärdering när man prova andra former av informationskanaler. Detta för att ta tillvara det positiva och utveckla arbetet.

Källförteckning

Andersson, Curt (2000) *Kunskapssyn och lärande - i samhälle och arbetsliv*, Lund: Studentlitteratur

Bergmark, Åke (1998) *Nyckelbegrepp i socialt arbete*, Lund: Studentlitteratur

Christensen, Rita (1997) *Grupper som berörs av missbruk*, kapitel i *Alkohol Ett psykosocialt, beteende- och samhällsvetenskapligt perspektiv*, Lund: Studentlitteratur

Dimbleby, Richard och Burton, Graeme (1999) *Kommunikation är mer än ord*, Lund: Studentlitteratur

Edwards, Griffith, red (1996) *Alkoholpolitik för bättre folkhälsa*, Stockholm: Natur och Kultur

Falkheimer, Jesper (2001) *Medier och kommunikation – en introduktion*, Lund: Studentlitteratur

Fuglestad, Otto, L (1999) *Pedagogiska processer*, Lund: Studentlitteratur

Jenner, Håkan (2004) *Motivation och motivationsarbete, i skola och behandling*, Stockholm: Liber

Kvale, Steinar (1997) *Den kvalitativa forskningsintervjun*, Lund: Studentlitteratur

Lalander, Philip och Johansson, Thomas (2002), *Ungdomsgrupper i teori och praktik*, Lund: Studentlitteratur

Larsson, Inger och Rosengren, Karl Erik, red (1995) *Kommunikationens villkor*, Lund: Studentlitteratur

Larsson, Lars Åke (2001) *Tillämpad kommunikationsvetenskap*, Lund: Studentlitteratur

Leissner, Tom, red (1997) *Alkohol Ett psykosocialt, beteende- och samhällsvetenskapligt perspektiv*, Lund: Studentlitteratur

Maltén, Arne (1997) *Pedagogiska frågeställningar*. Lund: Studentlitteratur

Nilsson, Björn och Waldemarson, Anna-Karin (1994) *Kommunikation: samspel mellan människor*, Lund: Studentlitteratur

Nowak, Kjell och Wärneryd, Kjell (1976), *Kommunikation och påverkan en bok om målinriktad masskommunikation*, i *Medier och kommunikation – en introduktion*, Lund; Studentlitteratur

Ohlsson, Lars B och Swärd, Hans (1994) *Ungdom som samhällsproblem*. Lund: Studentlitteratur

Palm, Lars (1994) *Övertalningsstrategier: att välja budskap efter utgångsläge*, Lund: Studentlitteratur

Payne, Malcolm (2002) *Modern teoribildning i socialt arbete*, Stockholm: Natur och Kultur

Persson, Anders och Svensson, Kerstin. (2005). *Drogförebyggande arbete i skolan*. Lund: Studentlitteratur

Prop. 2005/06:30, (2005-11-10) *Nationella alkohol- och narkotikahandlingsplaner*

Repstad, Pål (1987). *Närhet och distans. Kvalitativa metoder i samhällsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur

Repstad, Pål (1998). *Sociologiskt perspektiv i vård, omsorg och socialt arbete*, Lund: Studentlitteratur

Thurén, Torsten (1996) *Vetenskapsteori för nybörjare*, Stockholm: Liber

Trost, Jan (1997) *Kvalitativa intervjuer*, Lund: Studentlitteratur

Rapporter

Andersson, Bengt (2004), *Kartläggning av akademiska yrkesutbildningars och enskild kursens utbud när det gäller utbildning i alkohol- och narkotikaförebyggande arbete*, www.fhi.se : Stockholm

Hvidtfeldt, Thomas och Rask, Linnea. (2005) *Skolelever drogvanor 2005* (rapport nr. 90, www.can.se) Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning: Stockholm

Thorsen, Thorkil & Andersson, Tommy (2000) *Upplysning och undervisning – begränsar det alkohol – och narkotikaproblemen?* (Rapport nr 60 www.can.se) Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning: Stockholm

Tidskrifter och broschyrer

Alkohol- och drogpolitiska program 2006 – 2015, Helsingborgs kommun, Bildningsnämnden

Drogpolicy – grundskolan 2004/05, Bildningsnämnden, Helsingborg

Drogpolicy – gymnasieskolan 2004/05, Bildningsnämnden, Helsingborg

Helsingborgs Dagblad (HD), art om Stay Sober, 2006-02-27

Meeuwisse, Anna och Swärd, Hans (2004), *Flaskan och drinkarens barn – ett exempel från den tidiga sociala upplysningen*, i *Socialvetenskaplig tidskrift* År 11 Nr 2, Lund: Socialhögskolan

Internet

www.can.se, Centralförbundet för alkohol- och narkotikainformation

www.fhi.se, Statens folkhälsoinstitut (2006-05-05)

www.fhi.se, Statens folkhälsoinstitut (2003:30)

www.helsingborg.se, Helsingborgs meny: Socialtjänst – Förebyggande arbete

www.lankarna.nu, Länkarnas hemsida

www.lions.se, Lions hemsida (öppningssidan)