



International Research Institute of Stavanger

www.iris.no

Sverre Nesvåg

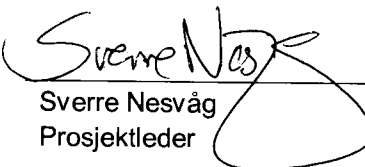
Ny Diil?

Re-evaluering av Rusfri Diil

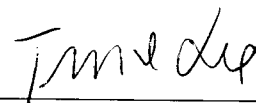
Rapport IRIS - 2007/132

Prosjektnummer: 720 2010
Prosjektets tittel: Utvikling av Diilen
Oppdragsgiver(e): Juvente
Forskningsprogram:
ISBN: 978-82-490-0541-3
Gradering: Åpen

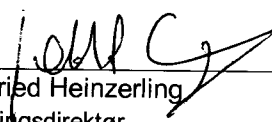
Stavanger 16.10.2007


Sverre Nesvåg
Prosjektleder

16/10-07
Sign.dato


Terje Lie
Kvalitetssikrer

16/10-07
Sign.dato


Gottfried Heinzerling
Avdelingsdirektør

16/10-07
Sign.dato

Forord

IRIS (International Research Institute of Stavanger) har på oppdrag fra Juvente gjennomført en oppfølgingsundersøkelse av det rusforebyggende tiltaket Rusfri Diil. Undersøkelsen bygger dels på en evaluering av Rusfri Diil som ble gjennomført i 2004, men har konsentrert seg om hvor mange av medlemmene i Rusfri Diil som fornyer avtalen om et års rusfrihet, og hva som kjennetegner de som fornye avtalen.

Det er resultatene fra denne oppfølgingsundersøkelsen som presenteres i denne rapporten.

Vi vil takke Juvente for et spennende oppdrag og for et godt samarbeid. Vi vil også takke de medlemmene av Rusfri Diil som tok seg tid til å svare på undersøkelsen og som dermed har bidratt til å utvikle Rusfri Diil til et enda bedre rusforebyggende tiltak.

Stavanger, 16. oktober 2007

Sverre Nesvåg, prosjektleder

Innhold

Sammendrag	4
1 INNLEDNING	5
2 METODE.....	7
3 RESULTATER.....	8
3.1 Andelen som fornyer avtalen	8
3.2 Diilernes bakgrunn	8
3.3 Forholdet til Rusfri Diil.....	12
3.4 Begrunnelser for å inngå og fornye avtalen	14
3.5 Fornyernes utbytte av diilen.....	16
4 DRØFTING OG KONKLUSJONER.....	17
4.1 Sammenligning av utvalgene i 2004 og 2007	17
4.2 Respondentenes forhold til Rusfri Diil.....	18
4.3 Forskjeller mellom førstegangs-diilerne og fornyerne.....	18
4.4 Konklusjon og anbefalinger	21
5 REFERANSER.....	22
VEDLEGG: SPØRRESKJEMA	22

Sammendrag

IRIS (International Research Institute of Stavanger) har på oppdrag fra Juvente, gjennomført en oppfølgingsundersøkelse av det rusforebyggende tiltaket Rusfri Diil. Undersøkelsen bygger dels på en evaluering av Rusfri Diil som ble gjennomført i 2004, men har konsentrert seg om hvor mange av medlemmene i Rusfri Diil som fornyer avtalen om et års rusfrihet, og hva som kjennetegner de som fornye avtalen.

Undersøkelsen ble gjennomført som en spørreskjemaundersøkelse formidlet gjennom en link på nettstedet diil.no. 350 medlemmer av Rusfri Diil svarte på undersøkelsen. Av disse var det 153 medlemmer, eller 45 prosent, som hadde fornyet avtalen en eller flere ganger.

Rusfri Diil har oppnådd sine målsettinger om at halvparten av de som blir medlemmer, skal fornye avtalen. Dette er en god indikasjon på at Rusfri Diil er et tiltak som bidrar til at ungdom utsetter sin debut for bruk av alkohol. Undersøkelsen viser at denne målsettingen oppnås blant ungdom som skiller seg relativt lite fra annen ungdom på variabler som livssyn, organisasjonstilknytninger og fritidsaktiviteter, og i forhold til rusmiddelvaner og holdninger i diilernes familie og vennenettverk.

Det synes som om det er Rusfri Diils egne virkemidler og opplevde fellesskap som i stor grad fører til at medlemmene fornyer avtalen. Undersøkelsen viser at i forhold til evalueringen i 2004, har Rusfri Diil lyktes med å skape et økt engasjement og en større opplevd tilknytning hos alle sine medlemmer, slik det ble anbefalt i 2004 evalueringen. Denne effekten synes imidlertid å være sterkest blant de som fornye avtalen og som dermed utsetter sin debut, sammenlignet med sine jevnaldrende.

Rusfri Diil har nå muligheten for å øke sine ambisjoner i forhold til hvor stor andel av medlemmene som fornyer avtalen om rusfrihet. Mer ambisiøse målsettinger kan nås om det skapes et enda større engasjement og en enda sterkere tilknytning til og mellom medlemmer. Det kan også være en ambisjon at flere av medlemmene skal fornye avtalen flere ganger og dermed ytterligere utsette sin debut. Da må nok imidlertid mange av komponentene differensieres i forhold til alder. Det er lite trolig at en 17 åring og en 13 åring vil la seg engasjere av den samme nettstedsutforming, den samme magasinprofil og de samme aktiviteter og produkter. En målsetting om mer aldersspesifikke komponenter vil imidlertid kreve langt flere ressurser å utvikle og drifte, enn det Rusfri Diil i dag rår over.

En alternativ utviklingsstrategi vil være å rette innsatsen mot å øke den første rekrutteringen til Rusfri Diil. Rusfri Diil framstår i dag som et kvalitetsmessig godt tiltak som evner å engasjere sine medlemmer. Da bør kanskje en enda breiere rekruttering inn i et godt tiltak være viktigere enn å ytterligere forbedre selve tiltaket. Med den kreativitet Rusfri Diil har vist i sitt utviklingsarbeid, vil dette kunne være en passende neste utfordring.

1 Innledning

Rusfri Diil er et rusforebyggende tiltak med hovedmålsetting å bidra til utsatt debut for bruk av rusmidler blant ungdom fra 13 til 18 år. Hovedstrategien er å bidra til en positiv forsterkning av de rusrestriktive holdninger og standpunkter og den rusfrie livsstil som preget de aller fleste 13-14 åringer i Norge. Denne målsettingen vil en oppnå ved å tilby ungdom en avtale om å ikke bruke noen form for rusmidler i ett år. Deretter tilbyr en de samme ungdommene å fornye avtalen for ett år om gangen.

Rusfri Diil et samarbeidstiltak mellom tre ruspolitiske ungdomsorganisasjoner: Juvente, MA-Ungdom og Blå Kors Ungdom. Fram til og med 2004 var prosjektet organisert med en egen stab under det som nå heter Actis, en paraplyorganisasjon for frivillige organisasjoner innen rusfeltet. Fra 1. januar 2005 overtok Juvente ansvar for ledelsen og driften av tiltaket.

Den første kontakten med målgruppen nås i stor grad gjennom en skoledagbok som deles ut gratis til 8.klassinger over hele landet. Den første skoledagboken fra Rusfri Diil ble delt ut i 1995 og den ble raskt en av de mest populære skoledagbøkene på markedet. I 2006 var den blitt den mest største av alle skoledagbøker med et opplagstall på 50.000.

Etter 2005 er det gjennomført en rekke utviklingstiltak i Rusfri Diil. Eksisterende komponenter som skoledagboken, Magazin Big Diil, Diil Påints, Rusfri Diil Produkter og nettstedet diil.no, er kvalitetsmessig forbedret. Det er særlig satset ressurser på å øke attraktiviteten og interaktiviteten til nettstedet, som et såkalt community-nettsted. I tillegg har en utviklet nye komponenter som Diil aktivitet og Diil Weekends (i regi av eierorganisasjonene), Diil SMS/MMS-tjenester og en fast radiospalte i programmet "Jång" på Kanal 24. Alle disse tiltakene har som målsetting å knytte diil-medlemmene tettere til et fellesskap av ungdom som har det felles at de har inngått en avtale om være rusfrie det neste året.

I 2004 gjennomførte IRIS (International Research Institute of Stavanger, den gang Rogalandsforskning) en evaluering av Rusfri Diil (Olsen & Befring 2005). Formålet var å evaluere i hvilken grad Rusfri Diil oppnådde sine målsettinger og bidra til et grunnlag for å utvikle Rusfri Diil som et effektivt forebyggingstiltak. Evalueringen konkluderer med at et inngått løfte om å være rusfri er et viktig virkemiddel for å heve debutalderen og redusere rusmiddelbruk. I rapporten gis det en rekke anbefalinger for hvordan Rusfri Diil kan utvikles for å utnytte denne effekten. For det første pekes det på utfordringen om å nå flere av de ungdommene som ikke har så klare rusrestriktive holdninger, vaner og nettverk som de fleste 13-14 åringer i Norge har. For det andre konkluderes det med at Rusfri Diil vil kunne styrke effekten av en avtale, om medlemmene styrkes i sine rusrestriktive holdninger og standpunkt og opplever en sterkere sosial tilknytning til fellesskap av ungdom med samme rusrestriktive livsstil. Utviklingen av eksisterende og nye komponenter i Rusfri Diil etter 2005 er særlig begrunnet ut fra denne siste målsettingen.

IRIS og Rusfri Diil har holdt kontakten etter evalueringen fra 2004 som ble publisert i 2005. I 2006 ble det planlagt en oppfølgingsundersøkelse som skulle ta tak i en mer spesifikk problemstilling; Hvor stor andel av medlemsmassen i Rusfri Diil er det som

har fornyet avtalen om rusfrihet for et nytt år, og hva er det som kjennetegner de medlemmene i Rusfri Diil som fornyer avtalen?

Annen forskning viser at alkoholdebut i stor grad er en sosial handling (Pedersen 1998) i den forstand at ungdom innen et vennefelleskap begynner å drikke noenlunde samtidig. Generelt må det antas at det å inngå en avtale om ett års rusfrihet vil være en større utfordring for en 15-åring enn for en 13-14 åring. Da er en nemlig kommet opp i en alder der flertallet av norske ungdommer har begynt å drikke alkohol (gjennomsnittlig debutalder i Norge er ca. 14,5 år). I den grad en er del av vennefelleskap der det ikke drikkes eller i et familiemiljø med rusrestriktive holdninger og vaner, kan utfordringen tenkes å være mindre, mens den kan tenkes å være større i miljø der andre venner drikker alkohol (eller bruker andre rusmidler) og der familiemiljøet er mer rusliberalt.

Målet for en oppfølgingsundersøkelse var å undersøke hva som kjennetegnet fornyerne av avtalen om rusfrihet i forhold til slike tema. Videre var formålet å kunne vurdere om de som fornyer avtalen skiller seg fra de som har inngått avtalen for første gang, og om deres forhold til og utbytte av Rusfri Diil kunne være forskjellig.

I forhold til Rusfri Diils målsettinger er fornyelse av avtalen en indikasjon på utsatt debut i forhold til jevnaldrende. Rusfri Diil har uttrykt en målsetting om at minst halvparten av medlemmene fornyer avtalen. Formålet med undersøkelsen var dermed både å evaluere denne målsettingen og kunne bidra ytterligere til utvikling av Rusfri Diil som et effektivt forebyggende tiltak.

2 Metode

2007-undersøkelsen ble ikke primært designet for å kunne fungere som en oppfølging av evalueringen fra 2004. Både formålet og måten undersøkelsen ble gjennomført på, var en annen. Undersøkelsen i 2004 hadde som formål å evaluere hvilke effekter Rusfri Diil har, målt mot tiltakets målsettinger. Formålet for undersøkelsen i 2007 var altså primært rettet mot spørsmålet om hvem som fornyer avtalen om å avstå fra bruk av rusmidler ett år til, og hvilke begrunnelser disse har for å fornye avtalen. I den videre framstillingen av resultater og vurderinger er det denne problemstillingen som vil få størst oppmerksomhet.

Også gjennomføringen av de to undersøkelsene var forskjellig. I 2004 ble spørreskjemaet sendt direkte til e-post-adressene til alle registrerte medlemmer en hadde adressene til. I 2007 ble skjemaet (se vedlegg) lagt ut som en lenke på Rusfri Diils nettsted, diil.no. Det betyr at medlemmer som ikke bruker nettstedet heller ikke ble informert om, og dermed heller ikke fikk anledning til å delta i undersøkelsen. I 2004-evalueringen var det 34 prosent av utvalget som svarte at de aldri brukte diil.no. Dersom dette er et uttrykk for hvor mange av medlemmene i Rusfri Diil som ikke bruker diil.no, betyr det at en tredjedel av medlemsmassen ikke fikk anledning til å bli med i 2007-undersøkelsen. Siden det nå er foretatt en opprydding i medlemslistene der eldre, passive medlemmer som ikke vurderes å være i Rusfri Diils målgruppe (passive også i forhold til diil.no) er tatt ut, mener vi at prosentandelen som ikke fikk anledning til å delta i 2007-undersøkelsen er klart lavere enn dette.

Det kan uansett være interessant å sammenligne svarene på like spørsmål i de to undersøkelsene. En slik sammenligning gir en mulighet for å vurdere representativiteten i 2007-undersøkelsen, og dermed gi grunnlag for å vurdere om svarene kan generaliseres til større deler av medlemsmassen i Rusfri Diil. I den grad vi finner at 2007-utvalget er sammenlignbart med utvalget fra 2004 på demografiske variabler og andre kjennetegn ved respondentene, vil vi også kunne foreta noen vurderinger av endringer som eventuelt har skjedd i forhold til spørsmål som ble stilt i evalueringen i 2004, selv om det her ikke er mulig å foreta tradisjonelle statistiske signifikanstester i forhold til forskjeller i svarfordeling mellom de to utvalgene.

I den videre framstillingen vil mulige sammenligninger med 2004-evalueringen bli presentert fortløpende i gjennomgangen av svarene fra 2007-undersøkelsen, der altså forskjellene mellom ”førstegangs-diilere” og ”fornyere” er det sentrale.

3 Resultater

3.1 Andelen som fornyer avtalen

Blant de 350 respondentene i 2007-undersøkelsen var det 153 respondenter, eller 45 prosent, som hadde fornyet avtalen om rusfrihet i et nytt år. Av disse var det 33 prosent av totalen som hadde fornyet avtalen en gang, 9 prosent to ganger og 3 prosent tre eller flere ganger. I den videre framstillingen sammenlignes de 153 som vi kaller "fornyere", med de 197 som vi kaller "førstegangs-diilere".

I 2004 ble det ikke spurt spesifikt om en hadde fornyet avtalen eller ikke. I stedet ble det spurt om hvor mange år en hadde vært medlem i Rusfri Diil. Den gang var det 51 prosent av respondentene som svarte at de hadde vært medlem i ett år eller mer. Det var da forholdmessig mange som hadde vært medlem i tre år eller mer (20 prosent av totalen). Flere av disse var nok "passive" medlemmer. Siden Rusfri Diil skal være en organisasjon for personer som aktivt inngår en avtale om rusfrihet i ett år (om gangen), er dette en gruppe medlemmer som nå er tatt ut av medlemslistene. I sammenligningene mellom 2004 og 2007-undersøkelsen må vi ta hensyn til den store andelen av eldre, trolig passive medlemmer i 2004.

3.2 Diilernes bakgrunn

3.2.1 Alder

Gjennomsnittsalderen for respondentene i 2004-undersøkelsen var 15,1 år, mens gjennomsnittet for respondentene i 2007-undersøkelsen var 14,4 år. Dette skyldes først og fremst at det i 2007 var det bare 6 prosent av respondentene som var 17 år og eldre, mens det tilsvarende tallet i 2004 var 23 prosent. Det var særlig en høyere andel respondenter i alderen 14 og 15 år i 2007. Sammen med justeringen for eldre, passive medlemmer i 2004, tyder dette på at det var en større andel aktive fornyere i 2007-undersøkelsen.

Fornyerne var naturlig nok gjennomgående eldre enn førstegangs-diilene. Gjennomsnittsalderen for fornyerne var 15,2 år mens gjennomsnittsalderen for førstegangs-diilene var 13,9 år.

3.2.2 Kjønn

Det er en stor overvekt av jenter i Rusfri Diil. I 2004 var fordelingen 77 prosent jenter og 23 prosent gutter. I 2007 var jenteandelen enda høyere; 80 prosent jenter. Overvekten av jenter var like stor i hele den største aldersgruppen fra 14 til 17 år, mens

den var noe mindre (ca 70 prosent) blant 13-åringene og de over 17. Alle de 12-åringene i utvalget var imidlertid jenter.

Det var samme kjønnsfordeling mellom førstegangs-diilerne og fornyerne, unntatt blant de 9 som hadde fornyet avtalen tre ganger eller flere. Blant disse var 8 jenter.

I forhold til et tiltak som Rusfri Diil er kjønnsdimensjonen viktig for evaluering av tiltaket. Med en så skjev kjønnsfordeling som vi finner her, vil dette være ekstra interessant med tanke på den videre utvikling av Rusfri Diil og tiltakets evne til å nå både jenter og gutter.

Svarene på de neste fem spørsmålene vil kunne gi et utfyllende bilde av hvem diilerne i utvalget fra 2007 er, i forhold til utvalget i 2004. Dette er også viktig informasjon i forhold til om fornyerne har en annen bakgrunn er førstegangs-diilerne.

3.2.3 Trosretning

I 2004 var det 61 prosent som svarte at de var kristne. I 2007 var det tilsvarende tallet 65 prosent. I 2004 var det 7 prosent som tilhørte en annen trosretning, mot 3 prosent i 2007. I 2004 var det 29 prosent som oppga "ingen trosretning" og 5 prosent som svarte "humanetisk". I 2007 var de tilsvarende tallene 23 prosent og 9 prosent.

Forskjellene er altså små, men med en tendens i mer "avklart" eller bevisst kristen eller humanetisk retning. Blant fornyerne var denne tendensen enda litt sterkere, med 67 prosent kristne og 10 prosent humanetikere. Men forskjellene er ikke statistisk signifikante.

3.2.4 Organisasjonstilknytninger

Både i 2004 og 2007 ble det spurt om hvor aktive respondentene var i ulike typer organisasjoner. I 2004 ble det ikke spurt spesifikt om deltakelse i ruspolitiske organisasjoner og det gjorde nok at langt flere svarte kategorien "andre" i 2004 enn i 2007 (37 mot 22 prosent).

I 2007 var det følgende andeler som svarte at de er aktive i ulike typer organisasjoner, ukentlig eller oftere: idrett 40 prosent, musikk 41 prosent, kristen organisasjon 11 prosent, humanistisk 1 prosent, politisk 2 prosent, 4H/UL/speider 11 prosent, miljø 2 prosent og kommunal fritidsklubb 11 prosent. Om vi sammenligner disse tallene med andre undersøkelser om ungdoms fritidsvaner og organisasjonstilknytninger (se for eksempel Strandbu & Øia 2007), synes diilerne har være nokså like aktive som norsk ungdom ellers i forhold til de fleste organisasjonstyper. Det er særlig i forhold til musikk at diilerne er mer aktive.

Det var små, ikke statistisk signifikante forskjeller mellom jentenes og guttenes organisasjonsaktivitet. En litt større andel av guttene var aktive innen kristne

organisasjoner, mens en litt større andel av jentene var aktive innen politiske organisasjoner og innen 4H/UL/speider.

I forhold til svarene i 2004 finner vi at respondentene i 2007 var noe mer aktive i musikkorganisasjoner og noe mindre aktive i idrettsorganisasjoner, men forskjellene er relativt små. Det var primært den høyere aktiviteten innen musikk og den mindre innen idrett blant fornyerne, som forklarer forskjellen mellom de to utvalgene. Om en hadde kunnet skille på samme måte i 2004, ville en trolig sett at forskjellene mellom de to utvalgene var enda mindre.

I 2007-undersøkelsen var ruspolitiske organisasjoner både tatt med som svaralternativ i listen av ulike type organisasjoner og som et eget spørsmål som skilte mellom fire ulike ruspolitiske ungdomsorganisasjoner. Ut fra begge spørsmålene finner vi at ca 20 prosent av utvalget var medlem av og aktive i ruspolitiske organisasjoner, de fleste i Juvente (12 prosent). Det var ingen forskjell mellom kjønnene.

Blant fornyerne var det 27 prosent som var medlem i slike organisasjoner, mot 15 prosent blant førstegangs-diilerne (statistisk signifikant forskjell). I en annen sammenheng ble det spurt om begrunnelser for å bli med i Rusfri Diil (kommer tilbake mer utførlig til dette). Her var det "kun" 5 prosent av førstegangs-diilerne og 7 prosent av fornyerne som oppga medlemskap i en ruspolitisk ungdomsorganisasjon som begrunnelse (ikke statistisk signifikant forskjell). Medlemskapet i slike organisasjoner synes altså å ha kommet etter at en ble med i Rusfri Diil.

3.2.5 Aktiviteter

Utenom aktivitet i formelle organisasjoner ble det også spurt om sosial aktivitet på andre arenaer. Her tar vi med hvor stor andel av respondentene som svarte at de ukentlig eller oftere var aktive sammen med en eller flere andre på de ulike arenaene.

Generelt var utvalget fra 2004 noe mer aktive på arenaer som hjemmefest, dans/disco/kafe, hjemmebesøk og kjøpesenter, enn utvalget fra 2007. Fornyerne er noe mindre aktive enn både førstegangs-diilerne (ikke statistisk signifikant) og 2004-utvalget på arenaer som hjemmefest og hjemmebesøk, mens førstegangs-diilerne er mer aktive enn fornyerne (statistisk signifikant forskjell) og 2004-utvalget på friluftarenaen.

I 2007-utvalget finner vi ingen forskjeller mellom jenter og gutter for noen av arenaene.

3.2.6 Foreldres drikking

Spørsmålet om foreldres/voksne omsorgspersoners drikkevaner (og det neste spørsmålet om hvilke regler diilerne har for egen drikking, hjemmefra) ble tatt med for å undersøke i hvilken grad diilerne synes å komme fra hjem der det ikke drikkes alkohol eller drikkes relativt mye alkohol og/eller med svært restriktive eller liberale holdninger til ungdoms drikking.

I 2004 fant en at 19 prosent av respondentene svarte at de hadde foreldre som aldri drakk alkohol. I 2007 var den tilsvarende andelen for hele utvalget 14 prosent. Andelen var den samme for jenter og gutter. Dette er ikke mye annerledes enn det vi vet om hvor stor andel av den voksne befolkningen i Norge som ikke drikker alkohol.

Her var det imidlertid en relativt klar, statistisk signifikant forskjell mellom førstegangs-diilerne og fornyerne. Mens 11 prosent av førstegangs-diilerne har foreldre som aldri drikker, var andelen 18 prosent for fornyerne. På den annen side var det like store andeler i både 2004 og 2007-utvalget og blant førstegangs-diilerne og fornyerne som har foreldre som drikker hver uke (16-17 prosent).

3.2.7 Regler hjemme

Hvilke regler respondentene svarer at de har hjemme om deres egen bruk av alkohol, er også et uttrykk for hvor alkoholrestriktive eller -liberale hjemmeforhold diilerne lever innenfor. Her ble det gitt ganske mange svaralternativ der noen relativt like alternativ ga få svar hver. Vi har derfor slått sammen noen av kategoriene.

I 2007 var det 75 prosent som svarte at de ikke fikk drikke alkohol (14 prosent som overhodet ikke fikk drikke alkohol og 61 prosent som ikke fikk drikke før de ble 18 år). Blant førstegangs-diilerne var denne andelen større enn blant fornyerne – 83 mot 63 prosent (statistisk signifikant forskjell). Det ingen statistisk signifikante forskjeller mellom kjønnene. I 2004 var det færre som hadde regler hjemme om ikke å drikke. Da var det 69 prosent som hadde slike restriktive regler.

På den ikke-restriktive enden av skalaen ble det gitt ulike svar-alternativ: ”lov under bestemte betingelser”, ”ingen regler”, og ”vet ikke om det er noen regler”. Det var noen flere gutter enn jenter som er gitt lov å drikke på bestemte betingelser – 10 mot 7 prosent. Ellers er bildet naturlig nok speilvendt av fordelingene på den restriktive enden av skalaen. Blant fornyerne var det hele 37 prosent som har ganske liberale regler eller ingen regler hjemmefra om egen drikking, mot 17 prosent blant førstegangs-diilerne (statistisk signifikant forskjell).

3.2.8 Rusbruk i nettverket

I begge undersøkelsene ble det spurt relativt detaljert om rusmiddelbruk i diilernes nettverk. Det ble skilt mellom en rekke typer rusmidler og ulike typer alkoholdige drikker. En spurte også om en kjente til bruk av de ulike rusmidlene blant egne venner eller blant personer en kjente utenom egen vennekrets. Siden bildet er ganske entydig i forholdet mellom ulike rusmidler og mellom venner og andre kjente, presenterer vi her resultatene mer samlet og bare for rusbruk blant egne venner.

Gjennomgående var det flere som svarte at de kjente til bruk av ulike typer rusmidler blant egne venner i 2004-undersøkelsen enn i 2007-undersøkelsen. For øl og rusbrus var andelen noe over 60 prosent i 2004 og noe over 40 prosent i 2007. For vin, brennevin og hjemmebrent var andelen mellom 27 og 38 prosent i 2004 og mellom 15 og 21 prosent i

2007. For de øvrige rusmidlene var forskjellene enda større. For eksempel var andelen for cannabis 12 prosent i 2004 og 4 prosent i 2007. Sammenholdt med tallene for fornyere, se nedenfor, mener vi forskjellene i stor grad kan forklares med den langt større andelen respondenter 17 år og eldre i 2004-undersøkelsen.

3.3 Forholdet til Rusfri Diil

3.3.1 Hvordan diilerne først fikk vite om Rusfri Diil

I 2007 var det 64 prosent som fikk vite om Rusfri Diil gjennom skoledagboken (og eventuelt lærerens annonsering av denne). Det var den samme andelen som i 2004. Blant førstegangs-diilerne var skoledagboken en noe mindre betydningsfull kilde til først informasjon, selv om også 60 prosent av disse svarte at de fikk vite om Rusfri Diil på denne måten.

”Via internet” har økt noe i betydning som kilde til informasjon, sammenlignet med 2004, mens ”via venner” har fått en klart lavere betydning. Blant førstegangs-diilerne var det 21 prosent som fikk vite om Rusfri Diil gjennom venner (den samme andelen som for hele utvalget i 2004) og fem prosent via Internet. Blant fornyerne var andelen den samme for Internet men klart lavere for venner (9 prosent).

Det er små forskjeller mellom kjønnene på dette spørsmålet. Det er en større andel blant jentene som har fått informasjonen via venner (17 mot 10 prosent), men ellers er forskjellene ikke statistisk signifikante.

De to mest omfattende kanalene for kontakt mellom Rusfri Diil og medlemmene er Magazin Big Diil og nettstedet diil.no. Det er interessant å se hvilke forhold medlemmene har til disse informasjonskanalene, ikke minst siden magasinet naturlig nok er mest preget av enveis kommunikasjon mot medlemmene, mens nettstedet er lagt opp som et interaktivt community-nettsted.

3.3.2 Magazin Big Diil

I 2004 var det 52 prosent som leste hver utgave av magasinet, 24 prosent som leste noen av utgavene og 24 prosent som ikke leste magasinet i det hele tatt. For utvalget i 2007 var bildet en helt annet. Det var kun 5 prosent som ikke leste magasinet. 11 prosent leste noen av utgavene mens hele 84 prosent leste alle utgavene.

Det var relativt små, ikke statistisk signifikante forskjeller mellom førstegangs-diilerne og fornyerne. Det er faktisk førstegangs-diilerne som er de mest aktive; 5 prosentpoeng flere enn blant fornyerne leste hver utgave og 2 prosentpoeng flere leste noen av utgavene.

Det var også svært små forskjeller mellom kjønnene. Noen flere av guttene enn av jentene (7 prosent mot 4 prosent) leste aldri Magazin Big Diil.

3.3.3 Nettsiden diil.no

Enda større forskjeller mellom 2004 og 2007 undersøkelsene finner vi når det gjelder bruk av nettsiden diil.no. I 2004 var det 34 prosent som aldri brukte nettsiden mens det altså i 2007 kun var mulig å delta for de som var inne på nettsiden. Men også om vi tar ut de 34 prosent som aldri brukte diil.no i 2004, og så sammenligner de to utvalgene, ser vi at bildet har forandret seg mye fram mot 2007.

I 2004 var det kun en prosent som brukte diil.no hver dag mot 15 prosent i 2007. For ukentlige brukere har andelen økt fra 6 til 36 prosent og blant månedlige brukere fra 14 til 36 prosent. Forklaringen her kan selvsagt være at det er de meste aktive nettbrukerne som også har høyest tilbøyelighet til å svare på nettbasert spørreskjemaundersøkelser, men forskjellene i bruken av diil.no fra 2004 til 2007-utvalget er uansett betydelig.

Det var små forskjeller i bruken av diil.no mellom guttene og jentene i 2007-undersøkelsen. Heller ikke mellom førstegangs-diilerne og fornyerne var forskjellene store (og ikke statistisk signifikante). Tendensen var at førstegangs-diilerne var noe mer aktive enn fornyerne (daglig bruk henholdsvis 17 og 12 prosent og likt for ukentlig bruk).

3.3.4 Snakker om Rusfri Diil til andre?

I hvilken grad en snakker om Rusfri Diil til andre, er en god indikasjon på hvor engasjert en er i forhold til organisasjonen og det den står for. I 2004 nøyde en seg med å spørre om en hadde vervet andre medlemmer til Rusfri Diil. 21 prosent svarte at det hadde de gjort. I 2007 ble dette temaet delt i to. Først spurte vi om en vervet venner til Rusfri Diil, dessverre uten spesifikt å spørre om en faktisk hadde vervet noen. Dermed er ikke dette helt sammenlignbart med 2004 undersøkelsen. Derneft spurte vi om en forteller andre at en er med i Rusfri Diil, uten å prøve å verve noen.

Svært mange var aktive på dette området. I hele utvalget i 2007 var det 43 prosent som svarte at de verver venner og 47 prosent som svarte at de forteller andre at de er med i Rusfri Diil. Jentene var noe mer aktive enn guttene (ikke statistisk signifikant forskjeller). 44 prosent av jentene vervet venner, mot 39 prosent av guttene, og 49 prosent av jentene fortalte andre at de er med i Rusfri Diil, mot 37 prosent av guttene.

Det var små, ikke signifikante forskjeller mellom førstegangs-diilerne og fornyerne. 45 prosent av førstegangs-diilerne vervet venner, mot 41 prosent av fornyerne, og 48 prosent av førstegangs-diilerne fortalte andre at de er med i Rusfri Diil, mot 46 prosent av fornyerne.

3.4 Begrunnelser for å inngå og fornye avtalen

Gjennom nettstedet diil.no gis medlemmene fortløpende anledning til å skrive sine begrunnelser for hvorfor de ønsker å inngå avtalen om rusfrihet og dermed bli medlem av Rusfri Diil. På bakgrunn av alle de over tusen meldingene som er lagt inn, valgte vi å lage en annen svarkategorisering på dette spørsmålet enn det en hadde hatt i 2004-undersøkelsen. Sammenligning med 2004 er dermed ikke mulig, og vi fokuserer derfor på forskjellene mellom førstegangs-diilerne og fornyerne i forhold til dette spørsmålet.

Hovedformålet med undersøkelsen i 2007 var nettopp å finne ut hvor mange som fornyer avtalen om rusfrihet for et nytt år, og hva som kjennetegnet disse, deres begrunnelse for å fornye og deres aktivitet og erfaringer med Rusfri Diil. I gjennomgangen så langt har vi alt sett på flere forskjeller mellom førstegangs-diilerne og fornyerne. Vi skal nå se spesielt på begrunnelsene som fornyerne har oppgitt for å fornye (eget spørsmål), holdt opp mot hvilke begrunnelser førstegangs-diilerne oppgir for å inngå sin første avtale.

Tabell 1. **Begrunnelser for å inngå første diil (førstegangs-diilerne) og for å fornye diilen (fornyerne). Prosent andel som oppgir grunnen.**

	Ved førstegangs-diilen (n=197) prosent	Ved fornyelse av diilen (n=153) prosent	Prosent-poeng forskjeller
Vet ikke	4	7	+3
Kult	59	46	-13
Fikk skoledagbok	40	8	-32
Oppfordring fra lærer/skolen	14	3	-11
Er imot alkohol	77	65	-12
Er imot rus	78	68	-10
Vil være rusfri	91	84	-7
Var allerede med i Juvente	4	7	+3
Var allerede med i en annen ruspol. org.	1	0	-1
Jeg ble vervet	21	-	-
Synes nettsidene så spennende ut	20	34	+14
For å samle Diil-Påints	41	53	+12

Vi ser at de største forskjellene mellom den første diilen og fornyelse av diilen, gjelder to typer begrunnelser. Begrunnelser knyttet til eget standpunkt i forhold til bruk av rusmidler får noe mindre betydning mens begrunnelser knyttet til Rusfri Diil sine virkemidler (her: nettstedet diil.no og mulighetene for å samle Diil-Påints), får en relativt større betydning. Nå er det riktignok slik at alle respondentene har oppgitt minst en av de rusrelaterte begrunnelsene, men det er allikevel forskjellene mellom de to gruppene som her er mest interessant.

Dette kan tyde på at Rusfri Diil sine virkemidler får medlemmene til å fornye diilen selv blant de som har en svakere egen begrunnelse om rusfrihet. Vi vet selvsagt ikke hvor mange som eventuelt fornyer diilen for å ha fortsatt tilgang til disse virkemidlene selv om en ikke overholder avtalen om rusfrihet. Uansett vil en kunne tenke seg at det å inngå en slik avtale har en innvirkning på de valgene en gjør.

I forhold til spørsmålet om begrunnelser for å fornye diilen, ser vi imidlertid noen viktige forskjeller mellom kjønnene.

Tabell 2. Begrunnelser for å fornye diilen (fornyerne). Jenter og gutter.

	Jenter (n=124) prosent	Gutter (n=29) prosent	Jenter forskjell fra 1.gangs jenter	Gutter forskjell fra 1.gangs gutter
Vet ikke	7	3	+2	+3
Kult	51	28	-5	-43
Fikk skoledagbok	9	0	-31	-38
Oppfordring fra lærer/skolen	3	0	-11	-17
Er imot alkohol	68	52	-9	-24
Er imot rus	74	41	-5	-35
Vil være rusfri	86	72	-6	-19
Var allerede med i Juvente	8	3	+5	-4
Var allerede med i en annen ruspol. org.	0	0	-1	0
Synes nettsidene så spennende ut	37	21	+15	+7
For å samle Diil-Påints	55	45	+14	+3

Vi ser at endring i retning av mindre vekt på egne rusvaner som begrunnelse er størst blant guttene, mens endring i retning av økt vekt på Dufri Diil sine virkemidler er størst blant jentene.

3.5 Fornyernes utbytte av diilen

Fornyerne ble også spurt om hvilke utbytte de har hatt av å være med i Rusfri Diil. Dette vil kunne fylle ut bildet av hva som er viktig for at medlemmer skal fornye avtalen og sitt medlemskap. Dette spørsmålet kunne også vært stilt til førstegangsdiilerne, for dermed å kunne sammenligne de to gruppene. Men det ble det dessverre ikke gjort.

Også her er det klare forskjeller mellom kjønnene og vi velger derfor å presentere svarandelene splittet på jenter og gutter.

Tabell 3. Utbytte av diilen. Fornyerne - jenter og gutter.

	Jenter (n=124) prosent	Gutter (n=29) prosent	Prosent- poeng større andel jenter
Lettere for meg å være rusfri	40	34	14
Unngå gruppepress	25	21	4
Lettere å si nei	37	21	16
Spennende å være en del av et bra opplegg	68	45	23
Funnet et rusfritt sted for ungdom	63	38	25
Møter hyggelige folk og fått nye venner	55	45	10
Er ikke alene når en er diiler	56	52	4
Spart mange Diil Påints	73	62	9
Ikke noe spesielt utbytte	15	31	-16

Generelt ser vi at mindre andeler av guttene enn av jentene opplever alle typer utbytte av å være med i Rusfri Diil. Vi ser også at det er større andeler av både gutter og jenter som opplever det å være med i et spennende opplegg og et godt fellesskap som viktig utbytte av å være med i Rusfri Diil, enn den støtte det gir i forhold til egne rusvaner. Forskjellen mellom de to typene av utbytte er klart større for jentene enn for guttene.

4 Drøfting og konklusjoner

4.1 Sammenligning av utvalgene i 2004 og 2007

Både i 2004 og 2007 ble det stilt en rekke spørsmål knyttet til demografi og livssituasjon som gir grunnlag for å sammenligne de to utvalgene. Den mest markerte forskjellen mellom de to utvalgene er den relativt store andelen av det vi har vurdert som eldre passive medlemmer i 2004. Dette var personer som hadde blitt stående som medlemmer uten at de var målgruppen for Rusfri Diil. Deres medlemskap kan mer vurderes som en type passivt støtte-medlemskap. I 2007 er det ikke lenger medlemmer i denne kategorien. Når vi skal sammenligne utvalgene fra 2004 og 2007 vil det derfor være mest rett å justere resultatene ved ikke å regne inn denne gruppen. På dette grunnlaget kan vi oppsummere sammenligningen på følgende måte:

- Aldersgruppedelingen var noenlunde lik i 2004 og 2007.
- Justert for den lavere jenteandelen i den passiv eldre delen av utvalget i 2004 var også kjønnsfordelingen den samme i de to utvalgene. Fordelingen var i forholdet 1:4 mellom gutter og jenter. Med en så skjev fordeling, er dette en viktig dimensjon å ta med seg i den videre analysen.
- Det var noen flere i 2007 som regnet seg som kristne eller humanetikere og noen færre som oppga ingen livssyn.
- Det var bare små forskjeller i hvilke organisasjoner respondentene var tilknyttet i 2004 og 2007, mens utvalget i 2004 var noe mer aktive på uformelle arenaer som hjemmebesøk/fest, dans/disco/kafe og kjøpesenter.
- Det var noe større andel med foreldre som ikke drikker i 2004. Dersom vi antar at en større andel av de eldre, passive medlemmene i 2004 var fra tradisjonell avholdskultur, og justerer for dette, var forskjellene mellom de to utvalgene små.
- Det var små forskjeller mellom de to utvalgene i forhold til hvilke regler respondentene har hjemme om egen alkoholbruk.
- Igjen hvis vi justerer for de eldre, passive medlemmene i 2004, er det heller ingen betydningsfulle forskjeller mellom de to utvalgene i forhold til spørsmålet om rusmiddelbruk blant respondentenes venner.

På dette grunnlag mener vi å kunne trekke en helt klar konklusjon: Justert for den store andelen eldre passive medlemmer i 2004, er de to utvalgene svært like på alle de bakgrunnsvariabler vi her har sett på. Forskjeller i svar på de øvrige sammenlignbare spørsmålene vi har stilt i de to undersøkelsene, vil derfor kunne tolkes som faktiske endringer i respondentenes holdninger og atferd fra 2004 til 2007. Rusfri Diil har gjennomgått betydelige endringer i denne perioden, slik vi beskrev det i innledningskapittelet, og endringene fra 2004 til 2007 vil dermed kunne vurderes som en evaluering av dette utviklingsarbeidet. Reservasjonen må selvsagt være at det også

kan være en rekke forhold utenom Rusfri Diil som kan ha bidratt til disse endringene. Dette er selvsagt en reservasjon vi må ha med oss i alle vurderinger av de øvrige resultatene i undersøkelsen.

4.2 Respondentenes forhold til Rusfri Diil

Det er flere forskjeller i respondentenes forhold til Rusfri Diil i 2007 i forhold til 2004, som vi tolker som reelle endringer i dette forholdet.

I forhold til i 2004 var det i 2007 noen flere som ble kjent med Rusfri Diil via internet, mens det var klart færre som fikk informasjon via venner. Skoledagboken synes imidlertid å være en like viktig første informasjonskanal. Nær 2/3 av respondentene både i 2004 og 2007 ble kjent med Rusfri Diil første gang gjennom skoledagboken, og eventuelt lærerens annonsering av denne.

De to viktigste informasjonskanalene og tilknytningspunktene mellom Rusfri Diil og medlemmene, er Magasin Big Diil og nettstedet diil.no. Her kan det synes som om det har skjedd viktige endringer fra 2004 til 2007: Langt flere leser Magasin Big Diil og enda flere er aktive brukere av diil.no. På grunn av rekrutteringsmåten til undersøkelsen i 2007, via nettstedet, må vi være noe forsiktige med denne konklusjonen. Det kan være at rekrutteringsmåten har ført til at det var de mest aktive som svarte på undersøkelsen. Men svarene kan også være et reelt uttrykk for en høyere medlemsaktivitet. I så fall har Rusfri Diil lyktes med å skape en sterkere kontakt til og mellom sine medlemmer. Økningen i bruk av diil.no vil da kunne skyldes den kraftige oppgraderingen av nettstedet som et attraktivt og interaktivt nettsted. Dette igjen kan ha skapt en økte interesse for Rusfri Diil som også vises gjennom den klart økte interessen for Magasin Big Diil.

Sammenlignet med 2004 er engasjementet også klart større i 2007 i forhold spørsmålet om de snakker om at de er medlemmer av Rusfri Diil til andre og i å verve andre som medlemmer. Med den samme reservasjon om at rekrutteringsmåten til undersøkelsen i 2007 kan ha gitt en skjevhet mot et mer aktivt utvalg, er konklusjonen på denne delen av undersøkelsen at respondentene i 2007 er klart mer aktive medlemmer i Rusfri Diil, enn utvalget i 2004. Det synes altså som om Rusfri Diil har lyktes med å skape et større engasjement og en tettere og mer engasjert og forpliktende relasjon til sine medlemmer. Dette ble i 2004- evalueringen vurdert som den viktigste faktoren for at Rusfri Diil skulle lykkes bedre med sine målsettinger.

4.3 Forskjeller mellom førstegangs-diilerne og fornyerne

Det primære målet for undersøkelsen i 2007 har vært å se på hva som skiller de som har fornyet avtalen om rusfrihet det neste året fra de som er førstegangs-diilere. Nesten halvparten av de spurte i 2007 hadde fornyet diilen minst en gang og en av ti hadde fornyet minst to ganger. Dette er et høyt tall på bakgrunn av at fornyerne er i en aldersgruppe der over halvparten av unge i Norge er blitt brukere av alkohol. På mange

måter kan vi si at den første diilen inngås i en situasjon der det ikke er avvikende (i forhold til et flertall av jevnaldrende) å avstå fra bruk av alkohol eller andre rusmidler, mens det å fornye diilen markerer et mer selvstendig standpunkt i forhold til hva de fleste gjør. Det er derfor det er spesielt interessant å se på hva som kjennetegner de som fornyer avtalen og hvilket forhold disse har til Rusfri Diil.

4.3.1 Demografiske kjennetegn og kjennetegn ved livssituasjonen

Dersom vi finner at de som fornyer avtalen skiller seg ut i forhold til demografiske kjennetegn og i forhold til kjennetegn ved deres livssituasjon, må vi konkludere med at fornyerne alt før kontakten med Rusfri Diil, er en annen gruppe enn de som inngår avtalen for første gang. Dersom de ikke skiller seg ut, blir det mer interessant å vurdere om det kan være noe ved kontakten med Rusfri Diil som skiller dem. I tilfelle vil vi kunne anta at Rusfri Diil og dets virkemidler kan være medvirkende til at medlemmer fornyer avtalen, og dermed begynner å skille seg ut fra flertallet av norsk ungdom i forhold til holdninger til og bruk av alkohol og andre rusmidler.

Bildet i forhold til demografi og livssituasjon er noe broket. Fornyerne kan beskrives på følgende måte:

- Det var ingen kjønnsforskjeller mellom de to gruppene; samme skjeve fordelingen med 80 prosent jenter og 20 prosent gutter.
- En noe større andel av fornyerne hadde et uttalt kristent eller humanetisk livssyn, men forskjellene var ikke statistisk signifikante.
- Fornyerne var statistisk signifikant mer aktive i ruspolitiske organisasjoner, med en forskjell på 12 prosentpoeng (27 mot 15 prosent). Mye tyder imidlertid på at medlemskap i ruspolitiske organisasjoner mer er enn følge av medlemskapet i Rusfri Diil enn en bakgrunnsfaktor for medlemskap.
- I forhold til tilknytning til andre organisasjoner fant vi ingen signifikante forskjeller mellom de to gruppene. Diilerne synes generelt å skille seg lite fra norsk ungdom ellers i forhold til organisasjonsaktivitet.
- Fornyerne var noe mindre aktive i forhold til slike uformelle aktivitetsarenaer som private hjem (besøk og fest) og på friluftsaenaen.
- En statistisk signifikant høyere andel av fornyerne har foreldre som ikke drikker alkohol (18 mot 11 prosent). I den voksne totalbefolkningen er det 13 prosent som ikke drikker (ikke drukket alkohol siste år, Horverak & Bye 2007). Så andelen kan egentlig ikke sies å være svært høy når fire av fem av de som inngår enn avtale i strid med ungdomsflertallets handlingsvalg, har foreldre som drikker alkohol.
- Det var en noe mindre andel av fornyerne som hadde klart restriktive regler og en statistisk signifikant større andel som hadde klart liberale regler hjemme.
- Det var også statistisk signifikant flere fornyere som hadde venner som bruker ulike typer rusmidler (klart mest alkohol).

Både dette siste punktet og flere av de andre kjennetegnene ved fornyerne kan forklares med at de er eldre enn førstegangs-diilerne. Når ungdom blir eldre vil både aktivitetsmønster, regler hjemme og kjennetegnene ved vennegjengen bli annerledes. Det siste punktet er imidlertid spesielt interessant. En hypotese en kunne ha om de som fornyer, kunne være at dette er ungdom som er del av vennegjenger der det ikke brukes alkohol. Det ville passet med kunnskapen om at det som oftest er hele vennegjenger som debuterer med bruk av alkohol samtidig. Resultatene her viser at de som fornyer avtalene om rusfrihet, i stor grad har venner som begynner å bruke rusmidler. Fornyerne tar altså ikke bare andre valg enn sine jevnaldrende, men også i stor grad andre valg enn sine venner. Det ville kunne tenkes å ha betydning også for de vennegjengene som fornyerne er en del av, ved at de står fram som klare alternativ til hva de fleste gjør.

4.3.2 Fornyernes forhold til Rusfri Diil

Det er små forskjeller i hvordan fornyerne og førstegangs-diilerne fikk den første informasjonen om Rusfri Diil. For fornyerne synes venner å ha vært mindre viktig og skoledagboken noe mer viktig. Eller for å si det motsatt; For flere av de nye medlemmene i Rusfri Diil synes venner og internett å ha fått større betydning som første informasjonskanal og skoledagboken noe mindre betydning (selv om skoledagboken fremdeles er den klart dominerende kanalen).

Det er ingen store og statistisk signifikante forskjeller mellom fornyerne og førstegangs-diilerne i forhold til hvor aktive medlemmer de er. Det er hele medlemsmassen i Rusfri Diil som er blitt langt mer aktive i lesing av Magasin Big Diil, i bruk av nettstedet diil.no, i å snakke med andre om at de er medlemmer i Rusfri Diil, og i å verve andre til medlemskap. I tabell 1 så vi også at hele 21 prosent av førstegangsdiilerne oppga at de ble vervet til medlemskap. Det kan også være med å forklare hvorfor venner er blitt en viktig første informasjonskanal for nye medlemmer i Rusfri Diil.

4.3.3 Begrunnelser for å fornye diilen

I tabell 1 og 2 så vi hvilke begrunnelser fornyerne oppga for at de fornyet diilen, sammenlignet med førstegangs-diilernes begrunnelser for å inngå sin første avtale.

Resultatene tyder på at etter hvert som en er medlem, knyttes en sterkere til Rusfri Diils virkemidler og disse får større relativ betydning for at en fornyer. Dette gjelder i størst grad guttene selv om jentene er de mest aktive (i begge gruppene). Men alle har fortsatt begrunnelser knyttet til egne rusvaner slik at summen av disse to forholdene gir den samlede begrunnelsen for fornyelse.

4.3.4 Fornyernes utbytte av Rusfri Diil

I tabell 3 så vi hvilke utbytte fornyerne, fordelt på jenter og gutter, mente de hadde hatt av å være med i Rusfri Diil. Kategoriseringen var foretatt på bakgrunn av de mange synspunkter på utbytte som medlemmer har formidlet gjennom diil.no. Jevnt over så vi at en større andel av jentene oppga de fleste av svaralternativene som aktuelle typer utbytte. Men igjen så vi også hvordan tilknytningen til Rusfri Diils virkemidler og fellesskap er den mest markerte formen for utbytte for de som fornyer.

4.4 Konklusjon og anbefalinger

Rusfri Diil har oppnådd sine målsettinger om at halvparten av de som blir medlemmer, skal fornye avtalen. Dette er en god indikasjon på at Rusfri Diil er et tiltak som bidrar til at ungdom utsetter sin debut for bruk av alkohol. Undersøkelsen viser at denne målsettingen oppnås blant ungdom som skiller seg relativt lite fra annen ungdom på variabler som livssyn, organisasjonstilknytninger og fritidsaktiviteter, og i forhold til rusmiddelvaner og holdninger i diilernes familie og vennenettverk.

Det synes som om det er Rusfri Diils egne virkemidler og opplevde fellesskap som i stor grad fører til at medlemmene fornyer avtalen. Undersøkelsen viser at i forhold til evalueringen i 2004, har Rusfri Diil lyktes med å skape et økt engasjement og en større opplevd tilknytning hos alle sine medlemmer, slik det ble anbefalt i 2004 evalueringen. Denne effekten synes imidlertid å være sterkest blant de som fornye avtalen og som dermed utsetter sin debut, sammenlignet med sine jevnaldrende.

Rusfri Diil har nå muligheten for å øke sine ambisjoner i forhold til hvor stor andel av medlemmene som fornyer avtalen om rusfrihet. Mer ambisiøse målsettinger kan nås om det skapes et enda større engasjement og en enda sterkere tilknytning til og mellom medlemmer. Det kan også være en ambisjon at flere av medlemmene skal fornye avtalen flere ganger og dermed ytterligere utsette sin debut. Da må nok imidlertid mange av komponentene differensieres i forhold til alder. Det er lite trolig at en 17 åring og en 13 åring vil la seg engasjere av den samme nettstedsutforming, den samme magasinprofil og de samme aktiviteter og produkter. En målsetting om mer aldersspesifikke komponenter vil imidlertid kreve langt flere ressurser å utvikle og drifte, enn det Rusfri Diil i dag rår over.

En alternativ utviklingsstrategi vil være å rette innsatsen mot å øke den første rekrutteringen. Rusfri Diil framstår i dag som et kvalitetsmessig godt tiltak som evner å engasjere sine medlemmer. Da bør kanskje en enda breiere rekruttering inn i et godt tiltak være viktigere enn å ytterligere forbedre selve tiltaket. Med den kreativitet Rusfri Diil har vist i sitt utviklingsarbeid, vil dette kunne være en passende neste utfordring.

5 Referanser

Olsen, E. & Befring, O. (2005): Kors på halsen og ti kniver i hjertet – en evaluering av det rusforebyggende tiltaket ”Rusfri Diil”. RF rapport 2005/129

Pedersen, W. (1998): Bittersøtt – ungdom, sosialisering og rusmidler. Universitetsforlaget

Strandbu, Å & Øia, T. red. (2007): Ung i Norge – skole, fritid og ungdomskultur. Cappelen Akademiske forlag.

Vedlegg: Spørreskjema

Rusfri Diil

Diil-undersøkelse 2007

Vi i Rusfri Diil ønsker å finne ut hvordan vi på best mulig måte kan gjøre sånn at dere dilere vil fortsette å være nettopp det. Derfor har vi laget en spørreundersøkelse sammen med våre favorittforskere på IRIS, der vi spør litt om hvorfor dere er dilere. Fint at du tar deg tid til å svare på spørreskjemaet! Alle som jobber seg gjennom hele undersøkelsen er med i trekningen om kult Rusfri Diil-stæsj! (Og det tar ikke mer enn ca. 5 minutter, heller...). På forhånd tusen millioner takki! Hilsen Kjetil Vesterås Prosjektleder, Rusfri Diil og Amund Junge Forsker, IRIS

PAGE1

SP1

Hvor gammel er du?

- 1 12
2 13
3 14
4 15
5 16
 17
 18 eller over

SP2

Er du jente eller gutt

- Jente
- Gutt

Sp3

Hvilken kommune bor du i?

Sp4

Hvilken trosretning følger du deg mest hjemme i?

- Kristendom
- Islam
- Buddhisme
- Hinduisme
- Annen trosretning
- Ingen trosretning
- Humanetisk

PAGE2#1

Sp73

Hvilke organiserte fritidsaktiviteter er du med i?

- Idrettslag
- Sjelden eller aldri
- 1-3 ganger i måneden
- Ukentlig eller oftere

- Musikk
- Kristen forening
- Humanitær forening (Røde kors el)
- Ruspolitiske organisasjoner
- Kommunal fritidsklubb
- Politisk organisasjon
- 4H/ungdomslag/speider
- Miljø/naturvernorganisasjon
- Eventuelt andre

SP8

Du svarte Eventuelt andre, hvilke andre fritidsaktiviteter er det du deltar i?

PAGE3

SP9

Hvilke av disse organisasjonene er du medlem i?

- MA-Ungdom
- Blå Kors Ungdom
- Juvente
- UMN

- Andre
 Ingen

SP10

Du valgte Andre, hvilken organisasjon(er) er du med i?

PAGE6

Litt om din omgangskrets sine alkoholvaner.

SP101

Hvilke regler har dere hjemme om ditt alkoholforbruk

- At jeg overhodet ikke får drikke alkohol
 At jeg ikke får lov til å drikke alkohol før jeg er 18 år
 At jeg får lov til å drikke sammen med de voksne jeg bor sammen med
 At jeg får lov til å drikke bare jeg kommer hjem innen et bestemt tidspunkt
 At det kommer an på hvordan jeg oppfører meg når jeg drikker
 At jeg kan gjøre som jeg vil
 Har ingen regler
 Vet ikke

SP104

Hvor ofte drikker foreldrene dine eller de voksne du bor sammen med alkohol?

- Aldri
 Av og til, men ikke hver måned
 1-3 ganger i måneden
 Hver uke
 Flere ganger i uken
 Vet ikke

SP103

Hvor ofte er du sammen med en eller flere i følgende situasjoner?

- | | Sjelden eller aldri | 1-3 ganger i måneden | Ukentlig eller oftere |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Fest hjemme hos venner/bekjente | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Dans/Diskotek/kafè | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Besøk hjemme hos hverandre | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Møtesteder ute i friluft | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Spillehall/biljard/bowling/datakafè el. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Bydelsbus/forsamlingshus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kjøpesenter | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

SP102

Kjennér du noen som bruker følgende rusmiddel?

- | | Nei | Ja, blant mine venner | Ja, men ikke blant mine venner |
|------------------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------------------|
| Øl | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Vin | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Brennevin (ikke hjemmebrent) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

- Rusbrus
- Hjemmebrent
- Sniffestoffer (lim, bensin eller andre løsemidler)
- Cannabis (Hasi eller marijuana)
- Amfetamin
- Tabletter (brukt for å bli ruset)
- Andre rusmidler

PAGE2#2

Her vil vi vite litt mer om hva du mener om Rusfri Diil.

Sp11

Hvorfor valgte du å bli diiler (her kan du velge flere grunner)?

- Vet ikke
- Kult
- Fikk skoledagbok
- Er imot alkohol
- Var allerede med i Blå Kors Ungdom/MA-Ungdom
- Var allerede med i Juvente
- Jeg ble vervet
- Er imot rus
- Snes nettsidene så spennende ut
- For å samle Diil-påints
- Oppfordring fra Lærer/skolen

Vil være rusfri

PAGES

SP12

Hvordan fikk du vite om diil?

- Skoledagbok
- Web (f.eks. diil.no, popit.no, juvente.no, bku.no eller hjemmesiden til en du kjenner)
- Plakater eller annet infomateriell
- Fra venner
- Badet Magazin Big Diil
- Foreldre
- Annet

SP13

Du valgte Annet, hvor var det du fikk vite om Diil?

SP131

Hvor ofte bruker du nettsiden www.diil.no?

- Hver dag
- Flere ganger i uken
- Flere ganger hver måned
- Av og til, men ikke hver måned

- Aldri

SP132

Leser du Magazin Big Diil?

- Ja, hver utgave
- Ja, men ikke hver utgave
- Nei

SP14

Har du gjort en diil for første gang, eller har du fornyet avtalen etter ett eller flere år?

- Har inngått en diil for første gang
- Har fornyet en gang
- Har fornyet to ganger
- Har fornyet tre ganger
- Har fornyet fire eller flere ganger

PAGE#1

QUEST29

Jeg fornyet avtalen på grunn av (Her kan du velge flere grunner):

- Vet ikke
- Kult
- Fikk skoledagbok
- Er imot alkohol
- Var allerede med i Blå Kors Ungdom/ MA-Ungdom
- Var allerede med i Juvente
- Er imot rus
- Synes det var stilige nettsider og kult Community
- For å samle Diil-Påints

- Oppfordring fra Lærer/skolen
- Vil være rusfri
- Annet

Sp16

Du valgte Annet, hvilke andre ting fikk deg til å fornye avtalen?

Quest303

Hvilket utbytte har du hatt av å være en diller (her kan du velge flere svaralternativer)?

- Lettere for meg å være rusfri
- Ikke noe spesielt utbytte
- Spennende å være en del av et bra opplegg
- Funnnet et rusfritt sted for ungdom
- Unggår gruppepress
- Møter hyggelige folk og fått nye venner
- Lettere å si nei
- Spart mange Dill påints
- En er ikke alene når en er diller

Sp19

Hvilke konsekvenser får det oftest for deg om du bryter en avtale?

- Det er et personlig nederlag
- Det gjør ikke så mye

- Jeg mister goder
- Vet ikke om det får noen konsekvens

SP21

Snakker du om Rusfri Diil til andre?

- Ja, og jeg verver venner
- Ja, og jeg forteller at jeg er med
- Nei
- Vet ikke

SP20

Hva vil du si er det viktigste med Rusfri Diil for deg?

SP212

Hva synes du Rusfri Diil burde hatt som tilbud til deg som diiler? Noen eksempel på hva vi mener er: ulike type aktiviteter, funksjoner på nettsidene eller noe helt annet.

**Takk for at du tok deg tid til å svare på spørreskjemaet. Om du ønsker å delta i trekningen av premier fra Rusfri Diil, kan du klikke på lenken her: <http://www.diil.no/iris/cgi-bin/register.pl>
Husk å klikk på NESTE knappen under for å avslutte spørreskjemaet :-) Vennlig hilsen IRIS**

