

NOTAT

Evaluering av RUStelefonen 08588

Christin Sture Knudsen

Karin Sasaoka

N O V A

*Norsk institutt for forskning
om oppvekst, velferd og aldring*

Norsk institutt for forskning om oppvekst, velferd og aldring (NOVA) ble opprettet i 1996 og er et statlig forvaltningsorgan med særskilte fullmakter. Instituttet er administrativt underlagt Kunnskapsdepartementet (KD).

Instituttet har som formål å drive forskning og utviklingsarbeid som kan bidra til økt kunnskap om sosiale forhold og endringsprosesser. Instituttet skal fokusere på problemstillinger om livsløp, levekår og livskvalitet, samt velferdssamfunnets tiltak og tjenester.

Instituttet har et særlig ansvar for å

- utføre forskning om sosiale problemer, offentlige tjenester og overføringsordninger
- ivareta og videreutvikle forskning om familie, barn og unge og deres oppvekstvilkår
- ivareta og videreutvikle forskning, forsøks- og utviklingsarbeid med særlig vekt på utsatte grupper og barnevernets temaer, målgrupper og organisering
- ivareta og videreutvikle gerontologisk forskning og forsøksvirksomhet, herunder også gerontologien som tverrfaglig vitenskap

Instituttet skal sammenholde innsikt fra ulike fagområder for å belyse problemene i et helhetlig og tverrfaglig perspektiv.

Henvendelser vedrørende publikasjoner kan rettes til:

Norsk institutt for forskning om oppvekst, velferd og aldring
Munthesgt. 29 · Postboks 3223 Elisenberg · 0208 Oslo
Telefon: 22 54 12 00
Telefaks: 22 54 12 01
Nettadresse: <http://www.nova.no>

Forord

RUStelefonen er en landsdekkende offentlig informasjons- og veiledningstjeneste om rusproblematikk. De tilbyr faktakunnskap om rusmidler og gir råd og veiledning i forhold til behandlingstilbud og hjelpetiltak. Telefonsjefen ble opprettet i 2002 og driftes av Sosial- og helsedirektoratet (Shdir) i samarbeid med Rusmiddeletaten i Oslo kommune.

På oppdrag fra Sosial- og helsedirektoratet har NOVA evaluert RUStelefonen. Vi vil benytte anledningen til å takke Shdir for tilgang til dokumenter om tjenesten. Prosjektleder, prosjektkoordinator og telefonveiledere i RUStelefonen har vist stor interesse for evalueringen og vi takker for godt samarbeid.

Ved NOVA har Elisabeth Backe-Hansen vært prosjektleder for evalueringen og Geir Moshuus har bistått som veileder, vi takker for deres bidrag.

Oslo, 1. juli 2006

Christin Sture Knudsen
Karin Sasaoka

Innhold:

Innledning	5
Tidligere evaluering av RUStelefonen	6
Telefonveiledernes arbeidsoppgaver	6
Budsjett	8
Metodiske kommentarer	9
RUStelefonen i telefontjenestelandskapet	10
RUStelefonen i det europeiske telefontjenestelandskapet	13
Kommentarer	14
RUStelefonens åpningstider	15
Kommentarer	16
Kommunikasjon med brukere	17
Innringere	17
Spirit-bladet	19
Nettsiden	20
Kommentarer	21
Markedsføring	23
Kommentarer	25
Kvalitetssikring og muligheter for faglig utvikling	27
Kvalitetssikring av informasjon	28
Faglig utvikling	28
Kommentarer	29
Lokalisering og organisering	30
Prosjektstruktur og styringslinjer	31
Kommentarer	32
Oppsummering av funn og anbefalinger	33
Lokalisering og organisering	33
Åpningstid og arbeidsoppgaver	34
Kvalitetssikring og faglig utvikling	35
Markedsføring	35
Kommunikasjon med brukere	35
Referanser	37
Kilder	37
Intervjuguide	39

Innledning

RUStelefonen er en landsdekkende informasjons- og hjelpetelefon om rusproblematikk. Den har vært i drift siden 6. desember 2002. Tjenesten ble startet opp som et 3-årig prosjekt av Sosial- og helsedirektoratet i samarbeid med Rusmiddeletaten i Oslo. Prosjektet var et av tiltakene i handlingsplanen for barn og unges psykiske helse for perioden 2003-2005.

RUStelefonen 08588 er åpen hver dag fra klokken 13:00 til 21:00. Det koster lokaltakst å ringe RUStelefonen fra fasttelefon, fra mobiltelefon varierer kostnadene avhengig av mobilabonnement. RUStelefonen har seks ansatte, fordelt på tre heltids- og tre deltidsstillinger, til sammen 4,5 årsverk. I tillegg er det fem faste ekstravikarer som benyttes ved behov. Totalt budsjett for 2005 var 4 millioner kroner. I 2005 hadde RUStelefonen 3861 anrop, 3268 besvarte anrop og 2569 gjennomførte samtaler¹.

Målsettingen med RUStelefonen er tredelt. RUStelefonen skal:

- gi fakta om rus og rusmidler
- ha oversikt over behandlingsapparatet i Norge
- gi råd og veiledning gjennom den profesjonelle samtalen

Målgruppene for telefontjenesten er:

- ungdom som er i en utprøvende fase i forhold til eksperimentering med rusmidler
- pårørende og andre som er bekymret i forhold til rusbruk
- profesjonelle

Oppdragsgiver for denne evalueringen er Sosial- og helsedirektoratet. I bestillingen fra direktoratet ble det bedt om en helhetlig vurdering av tjenesten i et kost/nytte perspektiv. Vi har valgt å gi et bredt innblikk i hvordan tjenesten fungerer per i dag og hvordan den har utviklet seg over tid. Evalueringen tar for seg tjenestens åpningstider, kommunikasjon med brukere, markedsføring, kvalitetssikring og muligheter for faglig utvikling, lokalisering og

¹ Anrop: alle anrop til 08588. Dette inkluderer henvendelser utenom åpningstid og de som legger på før en telefonveileder rekker å svare.

Besvarte anrop: Alle anrop hvor telefonrøret har blitt løftet av for å svare. Størst kategori her er innringere som legger på røret.

Samtale: alle anrop som fører til en samtale med en telefonveileder.

organisering. Etter hvert hovedtema vil vi komme med våre betraktninger og vurderinger knyttet til dette tema, under overskriften ”Kommentarer”. Til sist en oppsummering av funn og anbefalinger. Evalueringen er utført innenfor rammen av 3,5 månedsverk.

Tidligere evaluering av RUStelefonen

Det ble gjennomført en evaluering av RUStelefonen på oppdrag fra Sosial- og helsedirektoratet våren 2004 av en gruppe studenter ved Universitetet i Oslo. Den beskrev RUStelefonen ved bruk av statistikk, intervjuer med ansatte og de gjorde en vurdering av graden av måloppnåelse, tilfredshet blant brukerne og befolkningens kjennskap til tjenesten.

Telefonveilederne var stort sett fornøyd med at RUStelefonen organisatorisk er plassert under Rusmiddeletaten og i samme bygning som Uteseksjonen. Her kan de opprettholde faglig kontakt med andre kolleger. Det påpekes imidlertid at en mer formell ramme rundt kommunikasjonen kunne vært en fordel. Spørsmål lagt inn i MMI undersøkelsen viste at 59 prosent av befolkningen kjente til RUStelefonen. Måten spørsmålet var stilt på kan imidlertid ha gitt en for høy svarprosent her. Rapporten pekte på noen svakheter med den statistiske rapporteringen av innkomne samtaler. Den vektla betydningen av en bedre utviklet hjemmeside med et bredere tilbud av faktaopplysninger. De som ringte inn og samtidig benyttet hjemmesiden for faktaopplysninger var de som var minst fornøyd. Innringere som søkte faktainformasjon var noe mindre fornøyd enn de som søkte veiledning. De fikk ofte ikke den informasjon de søkte og ble i stedet henvist til andre instanser. Innringere som søkte veiledning var imidlertid godt fornøyd, og veilederne selv var godt fornøyd med det de kunne tilby. Studentene bak evalueringen kunne ikke finne andre telefontjenester hvis tilbud kunne sammenlignes med RUStelefonen. Evalueringen konkluderte med at RUStelefonen er et unikt tilbud med høy kvalitet, men innringerantallet er relativt lavt, med totalt 2036 innringere i 2004. Dette antallet var imidlertid en økning på 20 prosent fra året før. Studentene fant det vanskelig å vurdere om behovet for en slik telefontjeneste var dekket da behovet er vanskelig å vurdere/avdekke.

Telefonveiledernes arbeidsoppgaver

I de ansattes stillingsbeskrivelse fremgår det at samtlige er ansatt for å betjene telefonen som telefonveiledere. Ingen andre arbeidsoppgaver er nedfelt. Intervjuene bekrefter at samtlige ansatte ser betjeningen av telefonen som ”tjenestens ryggrad”. Ifølge prosjektleder har det

imidlertid blitt foretatt en gradvis utvidelse av de ansattes arbeidsoppgaver. Denne utviklingen startet for omlag to år siden. Det fremgår av intervjuene at mange av de ansatte er involvert i en rekke arbeidsoppgaver og prosjekter som kommer i tillegg til det å betjene telefonen. Dette inkluderer blant annet:

- deltakelse på fagseminarer, også ved å holde innlegg/foredrag
- promotering av tjenesten gjennom stand på seminarer/konferanser og ved ulike typer arrangementer hvor ungdom er til stede f eks musikkfestivaler
- planlegging/gjennomføring av egne markedsføringstiltak og promoteringsturer
- besvarelse av henvendelser gjennom ungdomsbladet Spirit
- forbedring og vedlikehold av statistikkdatabase
- arbeid knyttet til utviklingen av egen nettside
- arbeid knyttet til medlemskapet i FESAT (The European Foundation of Drug Helplines)
- veiledning til lærere i tilknytning til nettverktøyet "Unge og Rus"
- utarbeidelse av statistikk til "føre-var" prosjekter ved kompetansesentrene

Det er ikke åpenbart hva de to sistnevnte aktivitetene innebærer, vi vil derfor gå raskt gjennom dem her.

RUStelefonen har veiledet lærere i Re kommune i bruk av nettverktøyet "Unge og Rus". Dette nettverktøyet ligger ute på nettsiden forebygging.no og er et forebyggingsopplegg for ungdom i 8.klasse. Hovedmålet med programmet er 1) å utsette alkoholdebut og 2) redusere eksperimentering med alkohol. "Dette kan forhindre problemutvikling knyttet til rus og bidra til å hindre bruk av illegale rusmidler."² Målgruppen for prosjektet er både ungdom og foresatte. Telefonveiledere fra RUStelefonen har deltatt på lærer- og foreldremøter hvor de har hatt en funksjon som rådgivere. De setter seg på forhånd inn i nettverktøyet og bidrar med et opplegg for gjennomføring rettet mot lærerne. De ansatte i RUStelefonen som har deltatt på dette kan fortelle om positive tilbakemeldinger og nye invitasjoner. Da dette forebyggingsprogrammet skal lanseres i samtlige Osloskoler høsten 2006, er det et ønske fra telefonveiledere om å bli videre involvert i prosjektet.

RUStelefonen bidrar med statistikk til "Føre-var" prosjektene ved de ulike kompetansesentrene og i de største byene. "Føre-var" er en rapport hvor trender innen rusfeltet blir kartlagt på bakgrunn av en rekke ulike kilder. Hensikten er å være i forkant av

² <http://158.39.26.44/opencms.war/opencms/forebygging/nb/ungeogrus/larer/>

eventuelle nye rustrender, og kunne iverksette tiltak før trendene etableres i ungdomskulturen. RUStelefonens statistikk brukes for å understøtte annen informasjon, men kan og bli benyttet alene. Den direkte kontakten RUStelefonen har med rusbrukere gjør at de raskt kan fange opp nye rusmidler og endringer i forhold til bruk av rusmidler.

Mange oppgaver som følger driften av RUStelefonen har gått fra å være eksternt plasserte oppgaver til å bli håndtert av RUStelefonen selv. Dette gjelder spesielt markedsføringen av tjenesten og utviklingen av nettsiden. Arbeidsoppgaver blir fordelt blant de ansatte etter forhold som lyst, kompetanse og turnus. Fra intervjuene kom det fram både positive og negative syn på utvidelsen av arbeidsoppgaver. De positive aspektene som ble vektlagt handlet blant annet om muligheten for å få utfordringer i løpet av arbeidsdagen, behovet for å gjøre annet enn kun å besvare telefonen, det var rimeligere å gjøre oppgavene selv og at en generell utvidelse av tjenestens virkeområde var positivt. Blant de som i mindre grad satte pris på utvidelsen av arbeidsoppgaver var argumentene knyttet til at utvidelsen av oppgaver framsto tilfeldige ved at de ofte var individuelt forankrede, at turnus satte begrensninger i forhold til mulighet for deltakelse på nye oppgaver og en uenighet knyttet til ulike forhold ved markedsføringsstrategien.

Budsjett

RUStelefonen finansieres av Sosial- og helsedirektoratet. Ved oppstart i 2002 var tjenestens budsjett på 1 500 000 kr med 900 000 kr ekstra til markedsføring. For 2003 var budsjettet 3 500 000 kr med en ekstrabevilgning på 300 000 kr til markedsføring. I 2004 var samlet budsjett 4 000 000 kr. Det ble ikke gjort noen ekstrabevilgning til markedsføring dette året.

Den største posten på RUStelefonens regnskap er lønn til ansatte. RUStelefonen har i tillegg til de tre heltids- og de tre deltidsansatte, ekstrahjelp/vikarer som stepper inn ved behov. Selv om markedsføringsstrategien til RUStelefonen har blitt lagt om (se senere i rapporten) utgjør fortsatt ulike utgifter knyttet til annonsering en annen stor post på regnskapet for 2005. Hvis vi summerer opp beløpene på postene særannonser, annonser i ulike media, informasjonsutgifter, brosjyre/informasjonsmateriell, utgifter til trykking og kopiering av annonse, reklame og informasjon, løper dette opp til 1 400 000 kr.

Metodiske kommentarer

Innenfor evalueringsstudier er det vanlig å skille mellom to typer evalueringer, dette ut fra hvilke metoder forskeren bruker: effektevaluering, også omtalt som målevaluering, og prosessevaluering. Selv om det kan være glidende overganger mellom disse to, argumenterer Kvitastein (2002) for å opprettholde skillet for å sikre at rekkevidden av konklusjoner står i forhold til det evalueringsarbeidet som faktisk er blitt gjennomført. I prosessevalueringer er man ”opptatt av de prosesser som karakteriserer selve gjennomføringen av et tiltak, uten nødvendigvis å gå inn på hele beslutningsprosessen og vurderingen av det endelige resultat” (Kjellberg og Reitan i Baklien 2004). Prosessevaluering spør mer om ”hvorfors ting blir som de blir”, intensjonen her er å vise underveisprosessene og å synliggjøre veiene fram til målene. Det overordnende spørsmålet kan derfor formuleres som følger: *Ser det ut som om vi er på rett vei?* (Kvitastein 2002:10). Baklien (2004) presiserer videre at fordi prosessen er selve utgangspunktet, tar problemstillingen gjerne utgangspunkt i at: noen vil noe (intensjon), derfor gjør de noe (aktivitet), og forhåpentligvis oppnår de noe (virkning). Evalueringen av RUStelefonen befinner seg innenfor en slik prosessevalueringstradisjon. Vi har imidlertid ikke fulgt tjenesten over ett lengre tidsrom. Derfor er det innhenting og fortolkning av data fra ett gitt tidspunkt for tjenesten som danner utgangspunktet for denne evalueringen.

Evalueringen er basert på en gjennomgang av årsrapporter og andre dokumenter knyttet til RUStelefonen. NOVA har fått tilgang til denne dokumentasjonen gjennom Sosial- og helsedirektoratet. Det er i tillegg blitt gjort en kartlegging av andre tilsvarende telefontjenester og nettsider. Statistikk fra RUStelefonens registreringsbase er gjennomgått. Vi har valgt å ta utgangspunkt i de nyeste registerdataene som innbefatter samtaler for perioden 01.01.06 til og med 19.05.06 og sammenlignet dem med tall fra samme periode i 2003, 2004 og 2005. Vi har deltatt på et stuntgruppemøte og et internmøte med RUStelefonens ansatte. Videre er evalueringen basert på intervjuer med samtlige heltids- og deltidsansatte i RUStelefonen. Dette inkluderer prosjektkoordinator for tjenesten. I tillegg har vi hatt en samtale med prosjektleder for tjenesten fra Rusmildeletaten. Intervjuene varte nærmere 2 timer og fant sted i RUStelefonens lokaler, to intervjuer ble gjennomført på NOVA. Intervjuene med ansatte ble gjennomført med båndopptaker og samtlige ble forsikret anonymitet. På bakgrunn av dette hensynet vil det ikke bli benyttet direkte sitat i denne evalueringen.

Denne evalueringen har ikke hentet inn data direkte fra brukerne av tjenesten. Informasjon vedrørende brukerne er hentet fra tjenestens egen statistikk. Vi vurderte det som etisk problematisk å etterspørre intervju med brukere som ringer inn for å få svar på et potensielt vanskelig tema for dem fra tjenesten. Videre anser vi, på bakgrunn av de erfaringer skissert i studentevalueringen, at utvalget som ble intervjuet var høyst tilfeldig og dermed ga begrenset utbytte. Tidsrammen for evalueringen satt dessuten klare begrensninger for gjennomføringen av en eventuelt mer omfattende brukerkartlegging.

RUStelefonen i telefontjenestelandskapet

Vi finner i dag en rekke ulike informasjons-, hjelpe- og krisetelefoner i det norske samfunn. Disse kan sees i lys av myndighetenes innsats på forebygging og som ledd i en folkeopplysning omkring utfordringer vi står overfor i samfunnet. De er publikumsrettede og har som mål å være et lavterskeltilbud; ett mellomledd mellom borger og det offentlige hjelpeapparatet. Det kan her nevnes telefoner som (opprettelsesår i parentes): Røyketelefonen (1996), Giftinformasjonstelefonen (data siden 1987), Dopingtelefonen (2003), Rustelefonen (2003) og Hjelpelinjen for spilleavhengige (2005). I tillegg finner vi mange frivillig driftede hjelpetelefoner tilknyttet ulike humanitære- eller interesseorganisasjoner.

Som navnene til de offentlige hjelpetelefonene listet opp over indikerer, varierer telefonenes aktualitet med målgruppene. F.eks vil Giftinformasjonstelefonen naturlig nok ha et større nedslagsfelt i befolkningen enn dopingtelefonen eller spilleavhengighetstelefonen. Førstnevnte problemfelt, forgiftning, når ut til den generelle befolkning gjennom at ”alle” kan oppleve å bli forgiftet. De to sistnevnte telefoner er mer knyttet opp mot grupper i samfunnet som opplever et spesielt problem knyttet til henholdsvis bruk av dopingpreparater og avhengighet til spill og gambling.

For at telefontjenestene oppleves som aktuelle for brukerne er tjenestene avhengig av å spille på en viss dualitet. Hvis vi ser telefontjenestene som en forlengelse av en ”folkeopplysningskampanje” myndighetene har regi over, er det mulig å se telefontjenestene som ”øyer av ekspertise” som vi borgere kan benytte oss av etter behov. Ekspertene i telefontjenestene kan svare oss på det vi lurer på eller trenger hjelp med. Det sentrale her er at brukerne oppfatter at telefontjenestene besitter en kunnskap og erfaring, som vi selv ikke nødvendigvis innehar. Derfor trenger vi dem for å få kunnskap og råd. På den annen side,

kunnskapen og erfaringen til tjenesten har liten verdi hvis den ikke oppleves som relevant av brukerne. Derfor er det behov for en dualitet. Telefontjenestene må nødvendigvis forme og videreutvikle sin kompetanse etter hva vi som brukere kommuniserer til dem at vi har behov for. I telefontjenestene foregår det derfor en konstant forhandling mellom ”eksperten” og ”brukeren” om gyldigheten ved kunnskapen, erfaringen og de råd som formidles.

Telefontjeneste	Røyketelefonen	Dopingtelefonen	Giftinformasjons-telefonen	Hjelpelinjen for spilleavhengige
Formål	Gi fakta og veiledning om tobakk, røykeslutt og helse. Tilbud om personlig oppfølging over tid.	Drive et aktivt informasjons,- undervisnings,- forsknings,- og utviklingsarbeid. Øke den generelle kunnskapen om dopingmisbruk.	Gi trygg og hensiktsmessig behandling av alle forgiftninger, redusere antall og alvorlighetsgrad av forgiftninger Øke kunnskap om forgiftninger.	Råd og veiledning om spilleavhengighet, behandling og selvhjelpsgrupper
Åpningstid	Hverdager 09-18	Man-ons 09-15	Døgnaåpen	Hver dag 09-21
Samtalekostnad	Gratis fra fasttelefon	Gratis fra fasttelefon	Ordinære tellerskritt	Gratis fra fasttelefon
Antall henvendelser	26 000 (2004)	Opplysninger ikke funnet	38 590 (2005)	2133 (2005)
Lokalisering	Avdeling tobakk i Shdir	Aker universitetssykehus HF, Hormonlaboratoriet	Giftinformasjonen er en avdeling i Shdir. Institusjonen leier lokaler på Ullevål sykehus	Sykehuset Innlandet HF Sanderud

Tabell 1. Oversikt over et utvalg offentlige telefontjenester

Det finnes både offentlige og private telefontjenester. Det kan sies å være to hovedskiller. For det første, de offentlige hjelpetelefonene har alle faktakunnskap som en av sine målsettinger. De er gjerne spesifikt rettet inn mot ett bestemt tema, i motsetning til de private som gjerne har et mer generelt utgangspunkt. Grovt sett kan man derfor si at de private skiller seg mer ut som tjenester som tilbyr innringere noen å snakke med, noen som har tid til å lytte og noen som bidrar med medmenneskelig veiledning. De offentlige telefontjenestene kan forstås som en forlengelse av det offentlige hjelpetilbudet. Fordi tjenestene er offentlige, ligger det en forventning om at tjenesten innehar kompetanse til å kunne besvare de henvendelser den mottar. Heri ligger det andre skillet; hos de offentlige telefontjenestene finner vi en profesjonell, i betydningen en fagperson på telefonens kjernefelt. Informasjon og de råd man mottar forventes derfor å være kvalitetssikret. For de ulike organisasjonsdrevne telefonene varierer det hvorvidt man snakker med en som har en relevant fagbakgrunn eller ikke, uten at

dette nødvendigvis forteller noe om kvaliteten på samtalen. RUStelefonen oppgir at noe av det viktigste under en henvendelse er å få i gang en dialog med innringer. Dette innebærer for dem bl a å være lydhør for eventuelle underliggende budskap innringer måtte ha, forsøke å identifisere de ressurser som ligger hos innringer selv og at telefonveileder ved hjelp av sin kunnskap og erfaring kan støtte opp rundt eller avdramatisere en eventuell uro pårørende måtte sitte med. Dette vitner om at telefontjenesten yter en innsats utover en ren fakta og informasjonstjeneste og at samspillet mellom kunnskapsgrunnlaget og en profesjonell holdning til det å veilede innringere er viktig. Videre ser vi i tabell 1. at de offentlige telefontjenestene fysisk er lokalisert i tilknytning til et fagmiljø.

RUStelefonens kjernetema, rusmidler og rusbruk, utgjør en av de store utfordringer i vårt samfunn. Vi vet at rusmiddelbruk er en vesentlig årsak til fysisk og psykisk helseskade, og at det bidrar til en rekke negative sosiale konsekvenser. RUStelefonen skal være tjenesteytende i form av å tilby faktabasert kunnskap og veiledning til de som etterspør slik informasjon. Men RUStelefonen er ikke alene om å få henvendelser knyttet til rus. Under ser vi noen av de telefontjenester som mottar henvendelser om rus og som til dels har overlappende målgrupper med RUStelefonen.

Telefontjeneste	Mental Helse Hjelpetelefon	Røde Kors Hjelpetelefon	Kirkens SOS	Landsforbundet mot Stoffmisbruk
Målgruppe	Personer med personlige problemer/pårørende	Barn og unge	Mennesker i krise	Pårørende av rusbrukere
Åpningstid	Døgnåpen	Hverdager: 14- 20	Døgnåpen	Alle dager 09-23
Kostnad for samtalen	Ca. 6 kr for halvtime	Gratis fra fasttelefon	Ordinære tellerskritt	Ordinære tellerskritt
Telefonveileder	Opplærte	Frivillige opplærte	Frivillige opplærte	Frivillige opplærte, ofte pårørende
Antall rusrelaterte henvendelser	432 (2003)	2150 (2004)	Ukjent	2813 (2005)
Antall gjennomførte samtaler i året	42 585 (2005)	56 583 (2004)	164 000 (2004)	2813 (2005)

Tabell 2. Oversikt over et utvalg organisasjonstilknyttede telefontjenester

Det er ikke tenkt at de to tabellene skal tjene som sammenligningsgrunnlag overfor RUStelefonen og dets tilbud, men heller bidra til å kaste lys over det landskapet

RUStelefonen befinner seg i. Sammenligning vil være problematisk ut fra variable som ulike åpningstider, kostnader ved samtalen, ulike markedsføringsbudsjett, og muligheter for å markedsføre (frivillige organisasjoner benytter i stor grad sin organisasjonsstruktur i markedsføringsøyemed) og ulike måter å registrere samtaler på, for å nevne noen.

Det finnes kun en offentlig RUStelefon, men som vi ser av tabellen over, finner vi en rekke frivillige organisasjonsdrevne telefoner som mottar henvendelser om rus. Forskjellen mellom RUStelefonen og disse er at Rustelefonen er spisset inn på temaet rus og at telefonen betjenes av fagpersoner. Videre kan vi på bakgrunn av antall henvendelser om rus trekke den slutning at det er et reelt behov for tjenester som kan besvare spørsmål på rusfeltet.

RUStelefonen i det europeiske telefontjenestelandskapet

RUStelefonen ble høsten 2005 medlem av den europeiske paraplyorganisasjonen FESAT (The European Foundation of Drug Helplines) hvor 50 rustelefontjenester fra 23 land er samlet. RUStelefonens ansatte forteller at bakgrunnen for medlemsskapet blant annet var ønsket om en større faglig tilhørighet. Gjennom FESAT utveksler de ulike telefontjenestene erfaringer knyttet til nye rusmidler, trender innen rusfeltet, ruspolitikk, tiltak etc. Erfaringene rapporteres inn en gang i halvåret, foruten informasjon som blir distribuert gjennom nyhetsbrev fem ganger i året. Videre kan de ulike telefontjenestene få innspill fra hverandre omkring det å drifte en telefontjeneste. RUStelefonen har vist seg å være svært aktive i å formidle sine erfaringer til FESAT og har en rekke ganger vært omtalt i FESATs nyhetsbrev. RUStelefonen har også vært på et studiebesøk til en portugisisk telefontjeneste for å se og lære av hvordan de opererer. Bakgrunnen for at turen gikk til nettopp denne telefontjenesten var deres rapporterte høye innringertall.

Det hadde vært ønskelig å se hvordan den norske RUStelefonen ligger an blant de andre rustelefontjenestene i Europa i forhold til innringertall, men medlemsstatistikken som FESAT presenterer er problematisk å benytte til et slikt formål. Forhold som her spiller inn er ulik befolkningsstørrelse, åpningstid, samtalekostnad, antall telefontjenester i ett land og praksis når det kommer til hvordan man registrerer innringere. Målet med undersøkelsene til FESAT er derfor heller å kunne spore og identifisere nye rusmidler og rustrender blant FESAT medlemmene. RUStelefonen selvrapporterer imidlertid i sin årsrapport for 2005 at de befinner

seg i en kategori hvor daglige samtaler utgjør mellom 11-30 i antall, og at de dermed ligger i den kategorien hvor flertallet av de europeiske telefontjenestene befinner seg.

Kommentarer

Offentlige informasjons- og hjelpetelefoner har blitt en etablert praksis for å imøtekomme behov for kunnskap, råd og veiledning i befolkningen på ofte vanskelige helserelaterte og/eller sosiale utfordringer i samfunnet.

I gjennomgangen ser vi at det finnes kun en offentlig hjelpetelefon som dekker rusfeltet. Men RUStelefonen er ikke alene om å motta henvendelser på temaet rus. Vi finner organisasjonstilknyttede telefontjenester som kan vise til delvis overlappende målgrupper med RUStelefonen og som mottar rushenvendelser fra sine innringere. Det som skiller RUStelefonen fra disse telefonene er at RUStelefonen har et spisset fokus. Mens de andre telefonene vektlegger mer generelle og åpne problemfelt, har RUStelefonen utelukkende fokus på rusproblematikk. Det er derfor spisskompetansen en forventer å finne hos RUStelefonen som skiller denne telefonen ut i landskapet av telefontjenester. Videre vektlegger de andre hjelpetelefonene det å tilby innringer noen å snakke med, noen som lytter, trøster og gir råd – et medmenneske. Hos RUStelefonen kan vi si at det er en kombinasjon av faktabasert kunnskap og erfaring, og en profesjonell holdning til veiledning, som kjennetegner betjeningen av telefonhenvendelsene. Sist, spisskompetansen hos RUStelefonen forventes ut fra at de ansatte er profesjonelle fagfolk. Andre telefontjenester baserer seg i stor grad på frivillige organisasjonsmedlemmer. Ut i fra dette kan det trekkes den slutning at RUStelefonen ikke er alene om å få rusrelaterte henvendelser, men de er den eneste telefontjenesten som både har spesialisert seg på rusproblematikk og som tilbyr innringer en samtale med en fagperson.

Gjennom medlemskapet i FESAT ser vi at Norge ikke er alene om å tilby en tjeneste som RUStelefonen, men at det er en utbredt informasjonsstrategi også i andre europeiske land. Å tilegne seg kunnskap og erfaringer fra andre europeiske rustelefontjenester kan sees som nyttig for RUStelefonens egen drift.

RUStelefonsens åpningstider

I oppstartsfasen av Rustelefonen ble tjenestens tilgjengelighet vektlagt (Notat 04.11.2002 Shdir). Dette innebar at tjenesten skulle ha ett lett nummer å huske (08588), den skulle være rimelig å bruke og åpningstidene skulle være tilpasset brukergruppene. Forventningen var at pågangen ville være størst på ettermiddagen/kveld og i helger og ferier. Rustelefonens ansatte har vakter fra kl 10-21 mandag til og med fredag. Telefonen er betjent mellom kl 13-21. Lørdag og søndag sammenfaller vekten og betjeningen av telefonen fra kl 13-21. Åpningstidene har forblitt uendret siden Rustelefonens oppstart.

Fordelingen av samtaler over ukedagene har endret seg lite fra 2004 til 2006, utover noen flere samtaler på fredag. Andelen samtaler på lørdag og søndag har holdt seg stabilt på et lavt nivå med vel 8 % av ukens samtaler på lørdag og vel 6 % av ukens samtaler på søndag. Dette utgjør et svært lavt antall samtaler på disse dagene. Søndag ser ut til å være dagen med færrest samtaler, to samtaler i gjennomsnitt i 2004 og 2005, 3 i 2006. På lørdager ligger snittet på vel fire samtaler.

Når de ansatte ble intervjuet om åpningstiden i helgen ble det i ulik grad gitt uttrykk for frustrasjon. Helgevaktene ble beskrevet som tidvis demotiverende for arbeidet. Frustrasjonen var i første rekke knyttet til det lave innringertallet. De ansatte kom med følgende forslag til åpningstider i helgen:

- Åpent, men med kortere åpningstid (10-17)
- Åpent, men kun en på jobb og en på bakvakt
- Åpent, men lokalisert sammen med annen telefontjeneste f.eks. oppsøkende. Og da med kun en på vakt fra RUStelefonsen.
- Stengt (kun lørdag eller inkludert søndag)

Tiden mellom telefonhenvendelsene blir benyttet til forskjellige aktiviteter; fra arbeid knyttet til andre sider ved RUStelefonsen til faglig oppdatering. Fordi innringertallet er så lavt i helgene har det forekommet at to ansatte har delt helgen mellom seg, gjennom å ta hver sin dag. På bakgrunn av slik praksis har Rustelefonen bestemt at ansatte maks får innvilge seg to timers fri, gjennom at en av vaktene kan komme to timer senere eller gå to timer før når det er helg. Ikke alle ansatte finner denne ordningen positiv selv om de har inngått i en slik praksis selv. I teorien skal ingen ansatte sitte på en hel vakt alene, dette har likevel forekommet. Bakgrunnen for å være to på vakt forklares ut i fra behovet for å konsultere kollegaen

underveis i samtalen hvis momenter man selv er usikker på blir tatt opp i henvendelsen. Videre opplever de ansatte at samtaler ofte kan være vanskelige å håndtere. Behovet for å kunne debriefe med en kollega blir derfor vektlagt.

Når det gjelder ukedagene viser statistikken at samtalene kommer tettest i tiden fra start kl 13:00 til kl 15:00. Mellom 42 til 48 prosent av samtalene blir gjennomført i dette tidsrommet, noe færre i helgen, men flest på denne tiden også da. Legger vi til de samtalene som kommer frem til kl 17:00, så kommer 65 til 72 % av samtalene innen denne tiden. Stort sett avtar det med samtaler utover kvelden, selv om mandag og fredag har noen flere enn de andre dagene, på kvelden før stengetid.

Flere av de ansatte vektla at de ønsket en tidligere åpning av telefonen på hverdagene på bakgrunn av at størstedelen av samtalene kommer rett etter åpningstid. Statistikken viser at det er klart flest innringere tidlig på dagen. De ansattes egne forslag til endring av åpningstid i ukedagene inkluderer:

- Betjent telefon fra 10-21 med to skift
- Delte vakter, 11-15 og 19-21 med overlapp
- Åpen telefon fra formiddag, stengt mitt på dagen, for deretter åpent på kveldsskift

Kommentarer

I det foregående har vi gått igjennom datamateriale knyttet til RUStelefonsens åpningstider. På bakgrunn av statistikk på innringertall og de ansattes egne synspunkter mener vi at man med fordel kan vurdere å endre tjenestens åpningstider. Rustelefonsens tjeneste kan defineres som en informasjons- og hjelpetelefon. Den har ikke et apparat tilgjengelig for å kunne håndtere akutte kriser og utgjør derfor ingen krisetelefon. Vi anser det som sentralt at RUStelefonen har en god tilgjengelighet, men vi mener argumentet om tilgjengelighet er mer prekært stilt overfor en krisetelefon, enn for de innringere som henvender seg til Rustelefonen.

Sett på bakgrunn av innringertall og kostnadene knyttet til å ha to ansatte på vakt i helgene, mener vi det er grunn til å vurdere å stenge telefonen i helgene (både lørdag og søndag). Når det gjelder ukedagene mener vi det lave innringertallet etter kl 19:00 også bør veies opp mot kostnadene. På bakgrunn av at flertallet av henvendelsene skjer rett etter åpningstid, anser vi at det kan være et behov for å åpne telefonen tidligere i ukedagene.

Kommunikasjon med brukere

Vi har identifisert tre områder hvor RUStelefonen kommuniserer med sine målgrupper. Disse er henholdsvis: besvarelser over telefon, gjennom Spirit-bladet og nettsiden. En interaktiv nettside er pr dags dato ikke etablert, men vi har sett et utkast og fått forklart hvordan denne er tenkt å skulle fungere og vil på bakgrunn av det komme med noen generelle betraktninger. Anonymitet er et viktig aspekt ved kommunikasjonen med brukere. Alle innringer og henvendelser skjer anonymt, noe som kan være avgjørende for mange når de skal snakke med en offentlig person om rusproblemer eller mistanke om rusproblemer.

Innringer

Vi vil her presentere statistikk over henvendelser RUStelefonen mottar. RUStelefonen har en godt innarbeidet datafil hvor alle gjennomførte samtaler blir registrert. Samtalene blir registrert på dato og klokkeslett, om innringer er mann eller kvinne, alder på innringer og alder på rusbruker som ringer eller det ringes inn om. Innringer registreres innenfor kategorier som; 'Rusbruker', 'Pårørende', 'Venn', 'Profesjonell', 'Skoleelev/student' etc. Tema for samtale blir registrert som 1. tema, 2. tema osv hvis innringer tar opp flere temaer. Type rusmiddel det spørres om blir registrert. Telefonen er landsdekkende, så hjemstedsfylke til innringer blir registrert samt kilden for hvor innringer har blitt kjent med RUStelefonen. Vi vil her se på hva statistikken sier om utviklingen av innringerantall og ulike kjennetegn ved samtalene som har betydning for evalueringen.

Som nevnt innledningsvis hadde RUStelefonen i 2005 til sammen 2569 gjennomførte samtaler. Telefonen hadde registrert innkomne samtaler frem til 19. mai 2006 når vi fikk oversendt datafilen. Da det er viktig å få med utviklingen så langt mulig inn i 2006, valgte vi derfor å se på perioden 1. januar til og med 19. mai for årene 2003-2006. Våren 2003 var det totalt 807 innkomne samtaler, dette økte til 831 i 2004. Våren 2005 lå dette tallet på 844, dvs omtrent det samme som året før. Våren 2006 derimot viste et innringerantall på 1047, noe som utgjør en markant økning på 24 % fra 2005 til 2006.

Hvem ringer?

Våren 2006 var ca en av tre innringere en rusbruker (31 %). Våren 2005 utgjorde denne gruppen 27 % av innringerne. Ser vi på gruppen pårørende og venner, utgjorde denne gruppen 42 prosent i 2006, mens i 2005 utgjorde denne gruppen til sammen 45 prosent. Inndelingen av innringergruppene ble gjort noe annerledes i 2003 og deler av 2004, så vi begrenser

sammenligningen til de to siste årene. Andelen rusbrukere økte med fire prosentandeler, mens pårørende/vennegruppen holdt seg ganske stabil. Andre grupper av innringere som kan nevnes er Profesjonelle på rundt 10 prosent og Skoleelever/studenter på 11 prosent. Forøvrig er det registrert innringere som folk fra andre etater som Sosialarbeidere, Helsepersonell, Politi/tollvesen, media/presse osv. Videre er det interessant at rusbrukere er den gruppen som i størst grad oppgir at de har ringt RUStelefonen også ved en tidligere anledning. Dette kan bety at denne gruppen finner tjenesten nyttig.

Rusbrukerens alder

I 2006 var gjennomsnittsalderen på de rusbrukerne som det ble ringt om eller som ringte selv 29 år. Gjennomsnittsalderen i 2005 var 31 år.

Tema for samtalen og innringerkategori

Vi ser her på ulike innringerkategorier og hva de etterspør. Vi har valgt å se på det innringer først og fremst er interessert i. I tillegg kan innringer være interessert i andre spørsmål, som registreres som tema nr 2, 3 etc. For å forenkle presentasjonen, tar vi kun hensyn til tema nr 1 som innringer spør etter og tar utgangspunkt i at dette er det mest aktuelle temaet for innringer.

Ser vi på gruppen rusbrukere, ringer en av tre etter faktainformasjon. 22 prosent av dem ringer for å få en støtte-/veiledningssamtale, den profesjonelle samtale. Hvis vi legger sammen støtte-/veiledning og bekymring vedrørende rusbruk/tilstand, abstinens-problematikk og helseproblematikk ved rusbruk, utgjør denne gruppen også en av tre innringere. 14 prosent spør etter tiltak, mens 13 prosent har spørsmål i forhold til urinprøver. Pårørende er først og fremst ute etter støtte/veiledning (45 prosent), dernest er det faktainformasjon de søker og så informasjon om tiltak. Profesjonelle og andre innringere har først og fremst spørsmål om faktainformasjon, dernest søker de informasjon om rus- og hjelpetiltak.

Hvilke tema etter aldersgrupper.

Vi har delt innringere inn i aldersgrupper. Gruppene er 18 år og yngre, 19 -24 år, 25-29 år, 30 – 34 år, 35- 39 år, 40- 49 år, 50-59 og 60 år og over. I noen tilfeller oppgir ikke innringer alderen sin, og de er samlet i grupper som Ungdom (til og med 25 år), Voksen (over 25 år) og Ukjent. 18 år og yngre vil i første rekke etterspørre informasjon til et skoleprosjekt/-oppgave (41 prosent), dernest er det faktainformasjon som er det mest vanlige, men vel 15 prosent har

bekymringer vedrørende rusbruk/abstinens- og helseproblematikk og er ute etter en støtte-/veiledningssamtale.

Gruppen unge voksne fra 19 til 25 er de som i størst grad spør etter faktainformasjon om ett spesifikt rusmiddel/-bruk (36 %). I tillegg er en av fem ute etter informasjon om urinprøver og bekymring vedrørende rusbruk/tilstand. Blant unge voksne som er mellom 25 og 30 år er tematikken ganske jevnt fordelt mellom faktainformasjon, støtte-/veiledning og informasjon om rustiltak, ca en av fire søker hvert av disse temaene. Vel en av ti har spørsmål i forhold til urinprøver.

Behovet for støtte-/veiledningssamtaler øker med alderen og er størst blant voksne i alderen 35 år og oppover. Behovet for faktainformasjon reduseres noe med alder, særlig etter 35 år. Faktainformasjon om rustiltak ligger på rundt 15-20 prosent og spørsmål om urinprøver avtar med alderen til godt under en av ti.

Vi kan oppsummere de detaljerte tallpresentasjoner med at behovet for faktainformasjon er klart høyest blant de yngste og unge voksne, behovet for støtte-/veiledning øker med alderen, mens behovet for informasjon om rustiltak er ganske jevnt etter 19 år.

Spirit-bladet

Spirit er et gratismagasin for og av ungdom. Papirutgaven kommer ut 10 ganger i året, og distribueres til 450 videregående skoler og høyskoler over hele landet i tillegg til utvalgte butikker og møtesteder. Pr 2006 har Spirit, ifølge MMIs landsomfattende leserundersøkelse, 148.000 lesere. Telefonveilederne har siden 2004 besvart spørsmål om rus og rusmidler fra ungdom gjennom magasinet. Vi har gjennomgått de svar telefonveilederne har gitt ungdommene fra 28-09-2004 fram til 01-06-2006. De aller fleste henvendelsene gjelder faktainformasjon om ett eller flere rusmiddel og/eller virkningen. Et gjennomgående inntrykk er at telefonveilederne svarer profesjonelt. Spørsmål blir tatt seriøst og får et saklig faktaorientert svar. Spirit-redaksjonen kunne fortelle at pågangen fra ungdom som ønsker å stille spørsmål til RUStelefonen ikke var veldig høy, og at det av og til viste seg å være vanskelig å fylle siden med fem spørsmål. Likevel påpekte de at mange av leserne leser og diskuterer spørsmålssiden med hverandre. Spirit opplevde ofte å få henvendelser hvor ungdom ønsket å kommentere eller stille oppfølgingsspørsmål til de svar telefonveilederne hadde gitt. Men disse henvendelsene kommer ikke på trykk, med mindre de utgjør et direkte

spørsmål. Ungdom som sender inn spørsmål, gjør dette først og fremst ved bruk av sms, ikke e-post. Spirit-redaksjonen la vekt på at RUStelefonen kunne gi ”sikker” kunnskap og at dette var viktig for ungdommen.

Nettsiden

Gjør man et søk i norske databaser ved bruk av søkemotoren Google på teksten ”info om rus” får man bortimot 896 000 treff. Det finnes med andre ord mange muligheter for å lese seg opp på temaet rusmidler over internett. De ulike nettilbudene om rusinformasjon varierer i kvalitet og i hvilken grad de er interaktive. Vi kan sortere dem i to hovedkategorier:

informasjonsnettsider og spørsmål- og svartjenester. Vi vil her ta et raskt blick på nettsider som spesifikt er rettet mot ungdom og som har en kombinasjon av faktainformasjon og interaktive sider om rus og rusmidler. Eksempler her er sidene: ung.no, korspaahalsen.no, klara-klok.no og dopinfo.no. På disse sidene presenteres informasjonen om rusmidler på en oversiktlig måte og i ett lett tilgjengelig språk.

I tillegg til å tilby faktakunnskap opererer nettsidene med ulike former for interaktive tjenester. Det kan være gjennom spørsmål/svar tjenester hvor fagpersoner/voksne svarer på de unges henvendelser enten privat (gjennom en melding/e-post/sms) tilbake til ungdommen eller offentlig (chat/forum/kommentarer) ved at spørsmålet fra ungdommen og svaret fra den voksne legges ut på nettsiden. På den måten gjøres det tilgjengelig for alle som vil lese og selv ønsker å kommentere. Ung.no, klara-klok.no og korspaahalsen.no er eksempler på slike sider. Her kan ungdom skrive inn det de måtte lure på og i løpet av viss tid skal de kunne forvente et svar. På klara-klok kan ungdom ikke bare få svar på sitt spørsmål, men de kan også lese hva andre har spurt om tidligere og hvilke svar de har mottatt. Slik kan ungdom øke sin kunnskap om rusmidler, få innblikk i hva andre ungdom er opptatt av og motta tips og råd. Gjennomgående for disse tjenestene er at de er anonyme, besvares av fagpersonell og at de framstår som lavterskeltilbud. På klara-klok.no ligger det inne pr i dag 1226 spørsmål under rusmidler. Ifølge deres årsrapport for 2005 er ikke antall henvendelser om rusmidler høyt, (sammenlignet med de andre temaene: seksualitet, helseforhold og familie) men de registrerer at russidene får mange treff. Dette tolkes ut fra at flere av spørsmålene er såpass generelle at informasjonen kan benyttes av flere som lurere på liknende ting.

Siden 2004 har RUStelefonen planlagt lanseringen av en interaktiv nettside. Den er pr dags dato ikke ferdig, men forventes ferdigstilt i begynnelsen av juli 2006. Ifølge ansatte i

Rustelefonen er bakgrunnen for at det har tatt såpass lang tid å utarbeide nettsiden dårlig/manglende utført arbeid fra et innleid webselskap. RUStelefonen har selv overtatt ansvaret med å utvikle nettsiden. Gjennom statistikken ser vi at det store flertall av de som ringer inn til RUStelefonen oppgir at kilden de benyttet for å finne fram til RUStelefonen var internett. Dette er gjennomgående for de siste årene. Og vi ser at det gjelder samtlige aldersgrupper under 50 år. Ser vi på forskjeller mellom bruk av internett som kilde og telefonkatalogen (som er de to største kategoriene når det gjelder kilder) ser vi at spriket er størst i aldersgruppene under 30 år. Og fra de under 30 år vet vi at mange henvendelser dreier seg om faktakunnskap. På bakgrunn av dette kan det synes som at det er et stort potensiale for RUStelefonen å få kommunisert faktakunnskap med unge mennesker via internett.

Kommentarer

Statistikken fra vårhalvdelene i 2004, 2005 og 2006 viser en økning i antall gjennomførte samtaler. Og økningen i innringere gjelder spesielt for kategorien "rusbruker." Dette må sees som svært positivt for RUStelefonen.

På årsbasis mottok RUStelefonen 3268 besvarte anrop, hvorav det ble gjennomført 2569 samtaler med en telefonveileder. Frafallet kan skyldes at røret blir lagt på av innringer, det tastes feil på telefonen eller man brytes av andre grunner slik som tomt kontantkort. Til tross for en total sett økning i antall besvarte anrop og gjennomførte samtaler kan det synes som at innringertallet er lavt. Det er imidlertid vår oppfatning at innringertallet vanskelig lar seg lese utelukkende ut fra et behovsperspektiv. Altså, at lavt innringertall bekrefter et begrenset behov for en slik tjeneste. For å trekke en slik konklusjon måtte nødvendigvis hele befolkningen vært informert om at telefonen eksisterte. Hvis vi ser på en av RUStelefonens målgrupper, ungdom i utprøvende fase, kan vi på basis av Ung i Norge undersøkelsen fra 2002 se at 41 % av ungdom i VK 2 oppgir at de har prøvd cannabis, mens 13 % oppgir at de har prøvd andre narkotiske stoffer. Det er imidlertid vanskelig på bakgrunn av slike tall å si noe om hvor mange av disse igjen som vil kjenne til telefonens eksistens eller oppleve et behov for å kontakte en tjeneste som RUStelefonen. RUStelefonen sitt tilbud vil vanskelig nå hvert ytterpunkt i denne gruppen: de som er etablerte rusbrukere og de som så vidt har begynt å eksperimentere. Førstnevnte gruppe kan tenkes å ikke ha behov for den type informasjon/råd /veiledning RUStelefonen kan gi på bakgrunn av at de allerede er kjent med de tilbud som eksisterer gjennom hjelpeapparatet. Den andre gruppen er kanskje ikke kommet dithen i sitt rusbruk at de opplever dette som et problem. Det er derfor viktig i denne

sammenheng å ha et realistisk bilde på målgruppens omfang. Samtidig viser tallene fra de andre hjelpetelefonene at mange ungdommer har spørsmål knyttet til rusmidler og rusbruk, slik at innringerpotensialet må kunne anses å være større enn hva RUStelefonen mottar av samtaler fra denne gruppen per i dag.

Pårørende har, med unntak av den inneværende vårsesongen, utgjort den største gruppen innringere. Selv om RUStelefonen har vært opptatt av å gjøre telefonen kjent hos ungdom, må det samtidig vektlegges at også pårørende er en del av RUStelefonens målgruppe og at pårørende i antall naturlig nok vil utgjøre en større proporsjon enn rusbrukere selv (en rusbruker har flere pårørende). Det er også sannsynlig at terskelen for å ta kontakt med en slik tjeneste er lavere for pårørende enn for rusbrukere.

Når det gjelder Spirit-samarbeidet kan det tyde på at RUStelefonen her kommer seg inn på en ungdomsarena og tilsynelatende blir en del av en diskusjon ungdom i mellom. Ikke bare når de ut til ungdom med sine kunnskaper om rusmidler, men de når i tillegg en stor andel ungdommer. Slik får de synliggjort sin tjeneste overfor en av målgruppene. Med tanke på tilbakemeldingene fra Spirit om ungdom som har lyst til å stille oppfølgingsspørsmål eller kommentere på svar som blir gitt fra RUStelefonen, kan det være hensiktsmessig å vurdere opprettelse av en sms-tjeneste i tilknytning til telefonen/nettsiden. Samarbeidet RUStelefonen har med Spirit kan synes som et vellykket og fordelaktig samarbeid for RUStelefonen.

Vi anser, i likhet med studentevalueringen av tjenesten (Evaluering av RUStelefonen 2004), at en interaktiv nettside er særdeles viktig for Rustelefonens videre arbeid. Vi har forstått det slik at RUStelefonens nye nettside skal ha en rekke linker til andre nettsider hvor informasjon om rus og rusmidler er tilgjengelig, og hvor RUStelefonen kan gå god for kvaliteten på informasjonen. Slike linker kan sees som viktige. Men gjennom de årene RUStelefonen har eksistert har de fått en rekke unike erfaringer og kunnskaper gjennom de samtaler de har utført. Derfor mener vi det ligger en stor kunnskapsressurs som med fordel kan utnyttes og gjøres tilgjengelig på nettsiden. Vi ser fra statistikken at de unge innringergruppene i størst grad etterspør faktainformasjon. For denne gruppen er derfor presentasjonen og innholdet rundt faktakunnskaper på RUStelefonen sine nettsider svært viktig. Det finnes mange nettsider ungdom benytter seg av når de ønsker å stille spørsmål eller få vite fakta om rus og rusmidler (ung.no, klara-klok.no, osv) Utfordringen til RUStelefonen er å gi sin nettside en utforming og et innhold som er særpreget for RUStelefonen og som ikke bare blir en av

mange lignende sider om rus. RUStelefonens begrunnelse for å linke leser videre er at det blir ansett som unødvendig å skrive ned all informasjonen en gang til, når den er gjort tilgjengelig på en god måte et annet sted. RUStelefonen ønsker heller å vektlegge at de skal forklare lesere hvorfor de henviser slik de gjør.

RUStelefonens målsettinger må også være gjeldende når kommunikasjonen foregår over internett. RUStelefonen skal egenhendig gi faktakunnskap, råd og veiledning. Dette kan og sees som viktig i et markedsføringsperspektiv. Hvis ungdom lærer at det ikke er på RUStelefonen sine nettsider de kan få tak i informasjon, men at de vil bli henvist til andres sider, vil de sannsynligvis droppe mellomledet og gå direkte på de sidene hvor de faktisk kan lese om rusmidler. Her gjelder det å holde på ungdommen og få de engasjert i RUStelefonens nettsider, fordi de der får den *kvalitetssikrede* informasjonen. Videre mener vi det ligger et stort potensial i RUStelefonens spesifikke erfaring og kunnskap gjennom telefonsamtalene. Denne kunnskapen kan med fordel gjøres tilgjengelig på RUStelefonens nettside.

Vi har her gjennomgått måter RUStelefonen kommuniserer med målgruppene sine på. Henholdsvis gjennom telefonsamtaler, via Spirit og gjennom nettsiden. Vi anser at tilgjengelighet ikke utelukkende kan omhandle tjenestens åpningstider, men og tilgjengelighet i forhold til å benytte ulike metoder for å oppnå kommunikasjon på. Ulike former for kommunikasjon med målgruppene anser vi for å være essensen i tjenesten og hvor RUStelefonen kan demonstrere sin tyngde innenfor rusfeltet. Fra de ansatte hører vi at telefonen er essensen i tjenesten og at andre regelmessige aktiviteter som innebærer dialog med målgrupper omtales mer som tilleggssytelser. Men kanskje kan det virke begrensende for arbeidet hvis fokus ligger på å få målgruppene til å benytte seg av telefonen heller enn å fokusere på å komme seg inn på fora som målgruppene selv benytter seg jevnlig av? Selv om tjenesten bærer navnet *RUStelefonen*, anser vi ulike medier hvor fokuset ligger på kommunikasjonen mer enn selve verktøyet som benyttes, som det sentrale.

Markedsføring

I 2003 og 2004 var det henholdsvis JBR-McCann og Dinamo som tok hånd om markedsføringen av RUStelefonen. I 2005 valgte imidlertid RUStelefonen å bevege seg bort fra å benytte eksterne reklamebyråer, til å satse mer på egen kompetanse og initiativ for å gjøre tjenesten så kjent som mulig. Simultant med dette skiftet har også fokuset for markedsføringen skiftet, fra markedsføring rettet mot det brede lag av befolkningen til en

markedsføring spisset mot målgruppene for RUStelefonen. Ifølge intervjuene var bakgrunnen for denne dreiningen kostnadene forbundet med ekstern markedsføring og den manglende uttelling markedsføringen gav med hensyn til antall henvendelser. Sett ut fra økningen i antall samtaler fra våren 2005 til 2006 kan det synes som om endringen i markedsføringsstrategi har gitt resultater. Antall samtaler økte med 24 prosent fra våren 2005 til våren 2006, og andelen rusbrukere som ringer inn er økende.

Men i likhet med studentevalueringen fra 2004 finner vi at det fortsatt er internett, telefonkatalogen og opplysningen som innringere oppgir som de viktigste kildene til informasjon om tjenesten. Særlig er internett i økende grad en viktig kilde. I 2004 var det 24 % som oppga internett som kilde, i 2005 var dette steget til 38 % og for i år er dette tallet 40 %. Telefonkatalogen har gradvis gått tilbake fra 19 % i 2005 til 15 % for i år. Mens opplysningen ble oppgitt som kilde av 8 % i 2005 mot 9 % i år. De andre kildekategoriene har stort sett holdt seg stabilt lave (kilder som avis, lege, kollega, skole, ungdomstiltak, sosialtjeneste) Men det er interessant at vi ser en økning i kategorien magasin/blad fra rundt 1 % i 2004- 2005 til 4 % i år. Økningen gjelder først og fremst for innringerkategorien rusbruker, dernest pårørende.

Etter å ha gått bort fra annonsering i riksdekkende aviser som VG og Dagbladet gjennom tidligere år, har RUStelefonen valgt å satse på annonser i publikasjoner rettet mot ungdom og unge voksne, bl a i Natt og Dag, Plan B, Spirit og ByLarm-programmet. Ikke utelukkende på bakgrunn av at disse i større grad har vært spisset mot målgruppen, men og fordi annonseringen i slike magasiner er langt billigere enn den i de større avisene. Videre betaler RUStelefonen for andre tjenester som søkeord tilknyttet nettsiden kvasir.no og gulesider.no. I RUStelefonens årsrapport for 2005 finner vi en liste over de arrangementer RUStelefonen har deltatt på. I tillegg til å svare på henvendelser fra media nevnes her: festivaler, seminarer og promoteringsbesøk. Førstnevnte med ungdom som målgruppe, dernest profesjonelle og sistnevnte som tredjeledds-markedsføring.

To av telefonveilederne har hovedansvaret for å lete frem faglige relevante seminarer. Forslag til aktuelle seminarer blir diskutert på fagmøtene for ansatte. Siden påmeldingsavgiften til seminarer er lavere hvis de som melder seg på stiller med stand, er det bl a ut fra et kostnadsperspektiv at RUStelefonen velger å gjøre dette. Ut fra intervjuene fortelles det om

flere positive aspekter ved å holde stand på seminarer; man får promotert tjenesten samtidig som man kan drive nettverksbygging og få faglig input.

Stand blir også benyttet på festivaler. Fra standen informeres det om RUStelefonen og det deles ut effekter som er utarbeidet i samarbeid med ungdom fra Future. Dette inkluderer kortholdere, klistremerker, slikkepinner, våtservietter etc. Alt med logo og telefonnummeret til RUStelefonen.

Promoteringsbesøk innebærer en kontakt med andre fagpersoner i ulike deler av landet. I RUStelefonens lokaler henger et kart over Norge hvor de ansatte har merket inn de steder de har besøkt. På den måten kan de ha en oversikt over hvor de har vært og informert om RUStelefonen og hvilke deler av landet som gjenstår. Gjennom å benytte seg av data fra statistikken kan de følge med på hvilke deler av landet de mottar få innringere fra og vurdere å rette et besøk dit i neste omgang. På slike besøk informeres det om RUStelefonen og det deles ut effekter for videredistribusjon til de ungdommer fagpersonene selv er i kontakt med, altså en form for tredjeleddsmarkedsføring. Eksempler på fagpersoner/instanser er bl a: helsestasjon for ungdom, kommunale ruskonsulenter, lærere og SLT-koordinatorer. I intervjuene fortelles det at RUStelefonen gjennom sine besøk, bidrar til å skape en arena hvor rustematikk blir satt på dagsorden i kommunene. Ofte opplever RUStelefonen at avtaler blir utvidet til å inkludere flere fagpersoner enn de som i utgangspunktet ble kontaktet. I slike fora bidrar RUStelefonen med sin kunnskap og deler sine erfaringer med møtedeltakerne.

Kommentarer

For at RUStelefonen skal kunne fungere som en nasjonal informasjonstjeneste overfor de som har spørsmål i forbindelse med rusbruk er det en forutsetning at tjenesten er kjent.

Markedsføring av tjenesten må derfor sees som sentralt.

RUStelefonen har satset på en mer målrettet markedsføring i form av at de i stedet for å gå bredt ut og markedsføre tjenesten overfor hele befolkningen, har søkt å markedsføre seg overfor målgruppene for tjenesten og i første rekke målgruppen ungdom. Dette har blitt gjort ved å annonsere for tjenesten i ungdomsrettede publikasjoner og promotert tjenesten med stand på arenaer som festivaler og fagseminarer. Videre har de dratt på besøk til fagfolk rundt omkring i landet og informert om tjenesten. Ut fra statistikken ser vi imidlertid at internett, telefonkatalogen og opplysningen fortsatt utgjør de klart viktigste kildene for innringere. Det

er derfor ikke mulig å slå fast på bakgrunn av statistikken at det er en tydelig sammenheng mellom spisset markedsføring og det økede innringertallet. Vi observerer heller at det er internettkilden som har økt og at kilder som kan tenkes å være knyttet til den spissede markedsføringen har holdt seg stabilt lave, bortsett fra kategorien magasin/blad som kan vise til en viss økning som kilde. Det er imidlertid viktig å påpeke at det er problematisk å se kilden som innringer oppgir, som en indikator på effektiv eller ineffektiv markedsføring. Man kan tenke seg at innringer har hørt om tjenesten gjennom venner/stand/annonse/hjelpeapparat, men likevel benytter seg av internett for å finne fram til tjenesten og oppgir internett som kilde ved forespørsel.

RUStelefonen betaler for å annonsere på gulesider.no. På søk etter "Rustelefonen" får vi imidlertid ikke treff. Heller ikke når vi kun søker på "rus". Vi finner til slutt at tjenesten står oppført som "Rusmiddeltelefonen" – dette er forvirrende og bør endres. Videre kan man få lagt inn tekst under navnet hvor man beskriver hva tjenesten tilbyr, dette anbefales. Sist, linken knyttet til RUStelefonen på gulesider.no, leder over til Rusmiddeletaten sine sider, ikke til RUStelefonen sin egen nettside.

Rustelefonen ble startet opp i 2002. Det tar tid å etablere seg som en tjeneste som befolkningen har kjennskap til. Selv om vi ser en økning i forhold til innringere er det likevel behov for å stille spørsmålstegn ved enkelte av elementene som inngår i den målrettede strategien. Vi anser at annonseringen i ungdomsrettede aviser og magasiner er målrettet og når ut til mange. Samtidig, denne annonseringen leder til få telefonhenvendelser sett ut fra statistikken. Men avisene/magasinene har mange lesere og dette kan sees som viktig. RUStelefonen når ut med sin kunnskap gjennom f.eks Spirit-spalten som blir lest og diskutert av mange unge. Det bør imidlertid påpekes at mange av magasinene/avisene kun utgis i Oslo eller er begrenset til de største byene. En satsing på ungdomsrettede magasiner/spalter som kan vise til høye lesertall og som dekker hele landet kan være hensiktsmessig å vurdere.

I forhold til stand på festivaler er vi noe skeptiske til utbyttet tjenesten får. Det kan argumenteres for at dette er ungdomsarenaer og således viktige steder for en synliggjøring av tjenesten. Samtidig kan man lure på hvor mottakelige unge mennesker på festivaler er for informasjon om en tjeneste som RUStelefonen og hvorvidt RUStelefonen evner å gjøre seg synlig i mengden av stands som holdes ved ulike festivaler.

Gjennom promoteringsbesøkene som er rettet mot fagfolk i distriktene og som selv er i direkte kontakt med utsatt ungdom, søker RUStelefonen å få til en tredjeleddsmarkedsføring av tjenesten. Dette kan sees som målrettet, både overfor andre profesjonelle og utsatt ungdom.

Når det gjelder stand på seminarer er vi noe forbeholdne. Her handler det i likhet med promoteringsbesøk, om en synliggjøring av tjenesten for fagfolk. Samtidig er seminarer i første rekke knyttet opp mot de innlegg og foredrag som blir holdt. Til en viss grad har også RUStelefonen deltatt med egne innlegg på seminarer. Vi anser imidlertid at RUStelefonen (med sin innringererfaring og data fra statistikkbasen) med fordel kunne valgt å fokusere mer på å knytte seg opp til det faglige innholdet heller enn vektleggingen av stand ved slike anledninger.

Siden de ansatte reiser ut og promoterer tjenesten selv, har den nye markedsføringsstrategien medført en økt bruk av ekstravikarer for å dekke inn fraværet i RUStelefonen. Kostnadene forbundet med bruk av ekstravikarer (både de økonomiske og personalmessige) bør derfor diskuteres i forhold til de elementene i markedsføringsstrategien som forutsetter reising/fravær.

Synliggjøring av tjenesten er sentral. For å gjøre tjenesten så kjent som mulig kan en kombinasjon av den spissede strategien gjennomgått over, og større kampanjer som når bredere ut, være en mer hensiktsmessig strategi. Jo mer intensiv og samtidig mer omfangsrik markedsføringen er, jo flere vil kjenne til og potensielt benytte tjenesten. Selv om RUStelefonen har gjennomført en mer målrettet markedsføring utgjør markedsføringspostene store summer i regnskapet. Det bør være i oppdragsgivers interesse å gjøre RUStelefonen sin tjeneste så kjent som mulig. Vi mener det derfor bør diskuteres hvorvidt den generelle merkevarebyggingen av tjenestens telefonnummer kan gjøres i tettere samarbeid med Shdir sin informasjonstjeneste.

Kvalitetssikring og muligheter for faglig utvikling

De fakta og råd, og den veiledning som gis av telefonveilederne kan ha stor innvirkning, både på situasjonen til innringer, og i tilfelle innringer er pårørende, på ungdommen det gjelder. Det er derfor viktig med en kvalitetssikring av tjenesten. Kvaliteten sikres i første omgang ved ansettelsen av egnede personer med relevant utdanning og erfaring. Samtlige av de ansatte har

en relevant fagbakgrunn for å jobbe i RUStelefonen: barnevernspedagoger med lang fartstid innenfor arbeid med ungdom og rus, erfaring fra arbeid med tyngre rusmisbrukere, sykepleier med erfaring fra nødhjelpsteam og akutt nødsentral og personer med lang erfaring fra Uteseksjonen og fagkunnskaper knyttet til biokjemi og nevrofysiologi.

De tre målsettingene for RUStelefonen krever at de ansatte har kompetanse på henholdsvis faktakunnskap om rus og dens skadevirkninger, behandlingstilbud og hjelpeapparatet forøvrig og sist, den profesjonelle samtalen. Rusfeltet er i stadig endring med ny kunnskap, nye rusmidler og nye behandlingstilbud – det må derfor sees som viktig at de ansatte er oppdatert på den utvikling som skjer innen feltet.

Kvalitetsikring av informasjon

Personalet i RUStelefonen er i en vedvarende læringsprosess når det gjelder faktainformasjon om rus, rusmidler og tiltak. De tilegner seg kunnskap gjennom et samarbeid med flere aktører; litteratur og dokumentasjon på området fås gjennom et samarbeid med Nasjonalt Folkehelseinstitutt og Divisjon for rettstoksikologi. Det refereres spesielt til publikasjonen ”Tegn og Symptomer” av Jørgen Mørland m.fl. RUStelefonen har fra 2004 benyttet seg av telefonkontakt med Divisjon for rettstoksikologi i forbindelse med enkeltspørsmål. I forhold til tiltak er en av de viktigste kildene nettsiden til Sirus, rustiltak.no som startet opp i 2003. Nettsiden får også tilbakemeldinger fra RUStelefonen om eventuelle mangler eller feil i registreringen av tiltakene. Selv om nettsiden rustiltak.no er sentral, påpekes det under intervjuene at nettsiden samtidig har sine begrensninger. Den er liten sett i forhold til den totale mengden tiltak som eksisterer, den er ikke alltid like oppdatert og mangfoldet av lokale frivillige tilbud er ikke inkludert. Ellers påpekes det i intervjuene at erfaringer fra besøk til andre profesjonelle rundt omkring i landet er en viktig kilde til informasjon om lokale tiltak.

Utover dette har telefonveilederne i stor grad et eget ansvar for å kvalitets sikre informasjonen de gir innringerne. Internett blir hyppig benyttet som kilde både underveis i telefonsamtalene og i tiden mellom henvendelsene for egenoppdatering. En annen viktig kilde er andre kolleger. De ansattes ulike fagbakgrunn gjør at de utfyller hverandre i kunnskaper og erfaring.

Faglig utvikling

I intervjuene kom det frem at det var ulike oppfatninger om mulighetene for faglig oppdatering og utvikling. Delvis kan dette knyttes til at det ikke er et tydelig skille mellom

markedsføring på den ene siden og kompetanseheving/faglig utvikling på den annen. Under gjennomgangen av markedsføringen tidligere, så vi at de ansatte deltar på rusrelaterte seminarer med stand. Ikke alle ansatte var like begeistret for å måtte promotere RUStelefonen på slike seminarer. På bakgrunn av interne uenigheter knyttet til seminar/stand koblingen, er det tatt en beslutning internt om at de ansatte får delta på ett relevant fagseminar/konferanse i året, uten en forpliktelse om å stå på stand. Ellers er deltakelse på seminarer med stand, frivillig så sant seminaret er faglig relevant og at det er tilgjengelig ressurser hos RUStelefonen til å delta (dekking av kostnader forbundet med seminaret og muligheten for ekstravakt for å kompensere for fraværet).

Det eksisterer formelle strukturer mellom Uteseksjonen og RUStelefonen gjennom et fast møte i Uteseksjonen hver tirsdag. Men på bakgrunn av forhold i Uteseksjonen har disse møtene ikke blitt gjennomført det siste året. Det kom frem under intervjuene at et slikt formalisert treffpunkt fortsatt er ønskelig blant de ansatte RUStelefonen. De ansatte vektla her muligheten for faglige diskusjoner samt å føle en tilhørighet til et større fagmiljø. Utover den formelle kontakten, kunne flere ansatte imidlertid fortelle om mer uformell kontakt med ansatte fra Uteseksjonen hvor det ble utvekslet erfaringer og kunnskap.

I stuntgruppene (se og s.28) sitter flere representanter fra andre telefontjenester samt representanter fra Sirus og Rettstoksikologisk institutt. Gjennom intervjuene kom det fram at disse møtene gir et faglig utbytte for de som deltar fra RUStelefonen. Det er først og fremst to representanter fra tjenesten som er tilstede på disse møtene. Det er et ønske både fra prosjektkoordinator og flere av de ansatte, at flere av telefonveilederne skal delta på møtene. Dette har imidlertid vist seg vanskelig å få til i praksis pga turnusordningen. Det er satt i gang en ordning hvor de som ønsker skal få delta på rundgang.

RUStelefonen får hver tredje uke besøk av en ekstern veileder. Samtlige ansatte deltar på disse møtene. Fokus her er både faglig ved at aktuelle tema fra innringersamtalene blir diskutert, samt at de har diskutert det interne arbeidsmiljøet. Kurs i samtaleteknikk ble gitt ved RUStelfonens oppstart, men er ikke gjennomført siden.

Kommentarer

Ansatte i RUStelefonen har med sin fagbakgrunn og erfaring en relevant kompetanse for å betjene telefonen. Og de benytter flere kilder til å tilegne seg oppdatert kunnskap om rusfeltet.

I intervjuene fremkommer det også at de ansatte selv opplever seg som profesjonelle og kompetente til å utføre arbeidet. Men det kan synes som om det utover dette er få formelle strukturer tilstede for å kvalitetsikre informasjonen veilederne gir innringerne.

Når det gjelder muligheter for faglig utvikling blir særlig to problemstillinger vektlagt av flere ansatte. Først anses seminarer/konferanser for å være den sentrale arena for faglig kompetanseheving. Dette innebærer at flere ansatte ønsker å delta på seminarer/konferanser primært for å tilegne seg kunnskap, og i mindre grad for å promotere tjenesten. Andre problemstilling er knyttet til de deltidsansatte og deres turnus. Fordi denne gruppen sjeldent har dagvakter er det turnusbestemt hvorvidt de har mulighet til å delta på fastsatte møter og andre aktiviteter som foregår på dagtid. På den måten opplever flere at de ikke har de samme muligheter for å holde seg faglig oppdatert.

Faglige møter med andre instanser (som Uteseksjonen) må nødvendigvis veies opp mot hvorvidt ansatte i begge enheter opplever slike møter som relevante og at man har tid tilgjengelig for å delta. Fra RUStelefonen uttrykkes et slikt behov.

Som nevnt innledningsvis er det den faglige spisskompetansen som skiller RUStelefonen fra andre lignende tjenester. Og RUStelefonen har opplevd en økning i antall henvendelser. På bakgrunn av dette finner vi det noe overraskende at RUStelefonen ikke i større grad prioriterer kompetanseheving for sine telefonveiledere. At samtlige ansatte i tilstrekkelig grad får muligheten til å holde seg faglig oppdatert i forhold til behovet, bør anses som en viktig prioritet for RUStelefonen. Faglig oppdatering og utvikling må nødvendigvis sees i sammenheng med behovet, både hos den ansatte, men og i forhold til de henvendelsene man får og tjenestens overordnede målsettinger. RUStelefonen er en kompetansetjeneste. De bør være ledende når det kommer til rusproblematikk. At telefonveilederne er oppdatert på utviklingen innen rusfeltet må derfor ansees som en viktig prioritering.

Lokalisering og organisering

Selv om RUStelefonen ikke lenger er organisert sammen med Uteseksjonen er de fortsatt lokalisert i samme bygning. RUStelefonen er per i dag definert som et prosjekt under Seksjon oppsøkende. Seksjon oppsøkende består videre av følgende enheter: uteseksjonen, oppsøkende tjeneste, ideverkstedet og ressurscenteret.

Tanken bak denne lokaliseringen har vært at de ulike enhetene under Seksjon oppsøkende skal kunne utveksle erfaringer og dra faglig nytte av hverandre. Som vi har vært inne på tidligere har det også tidvis eksistert et treffpunkt mellom Uteseksjonen og RUStelefonen. Samtlige ansatte er fornøyd med lokaliseringen og ser det positive ved å være tilknyttet et fagmiljø som det man finner i Uteseksjonen. Flere påpeker imidlertid at det er ulogisk at en nasjonal tjeneste er plassert under den kommunale Rusmidleletaten i Oslo da dette kan føre til at RUStelefonen blir oppfattet som en lokaltjeneste for Oslo kommune.

Prosjektstruktur og styringslinjer

RUStelefonen er definert som et prosjekt og Sosial- og helsedirektoratet står som prosjekteier. Nivåene i prosjektet er: de ansatte (telefonveilederne), prosjektkoordinator, prosjektleder (fra Rusmidleletaten), styringsgruppe og oppdragsgiver. Prosjektkoordinator rapporterer til prosjektleder som igjen rapporterer til sin linjeleder. I styringsgruppen sitter leder for Rusmidleletaten og leder av Uteseksjonen, gruppen ledes av Shdir. Prosjektleder har møterett i styringsgruppa. Styringsgruppens oppgave er å sikre at oppdraget driftes i tråd med oppdragsbrevet og budsjett godkjent av Shdir. Avvik og endringer i virksomheten skal drøftes i styringsgruppen som har ansvar for strategiutviklingen. Ordinært skal styringsgruppen møtes tre ganger i året. Dette har blitt endret til to ganger i året. Prosjektleder informerte om at det i fjor kun ble gjennomført ett møte. Det har ikke vært noen møter i inneværende år.

Ved RUStelefonens oppstart ble det dannet en stuntgruppe (som tidligere besto av forskjellige undergrupper, men som i dag er slått sammen til en gruppe). Ifølge 2005 årsmeldingen fra RUStelefonen består stuntgruppen av følgende representanter, i tillegg til prosjektleder, prosjektkoordinator og telefonveiledere:

- Web-redaktør og journalist i Rusmidleletaten (RME)
- Ressursperson i prosjektarbeid fra RME
- Ansvarlig for prosjektet fra Sosial- og helsedirektoratet
- Psykolog fra behandlingsinstitusjon
- Representant fra Folkehelseinstituttet, avd. retts toksikologi
- Representant fra Giftinformasjonen
- Representant fra Sirus (Statens institutt for Rusmiddelforskning)
- Representant for Røyketelefonen
- Representant for Dopingtelefonen
- Representant for Hjelpelinjen for personer med spilleavhengighet

Stuntgruppene møtes ca hver 6 uke, men og etter behov. På møtene blir i første rekke saker som angår RUStelefonen diskutert, men møtedeltakerne tar og en runde hvor tema andre deltakere bringer opp, får innspill. Møtet er uformelt og fokus ligger på å dele erfaringer og komme med innspill til hverandres arbeid. Det blir gjort referater av møtene som sendes ut på epost til oppførte deltakerne, og kopi settes i en perm slik at den er tilgjengelig for ansatte i RUStelefonen som ikke deltar på møtet. Gjennom intervjuene fremkommer det at ikke alle som sitter i stuntgruppen deltar. Særlig etterlyser RUStelefonen representanten fra direktoratet og representanter fra Rusmiddeletaten. I intervjuene vektlegges det at hvis direktoratet hadde vært tilstede på stuntmøtene ville direktoratet hatt en løpende oversikt over hvordan RUStelefonen arbeider og hvilke beslutninger som tas internt.

Prosjektkoordinator i RUStelefonen har gradvis tatt over en rekke av arbeidsoppgavene som tidligere lå hos prosjektleder. Dette inkluderer forhold som budsjett, ekspedisjon av timelister, personalansvar, faglig innhold og annen oppfølging i forhold til vanlig drift. Bakgrunnen er en enighet mellom disse knyttet til at nærmeste leder har ansvaret for den daglige driften. Utover dette følges de ordinære linjeledelse-strukturene.

Kommentarer

Lokaliseringen av RUStelefonen under Seksjon oppsøkende i Rusmiddeletaten virker fornuftig med tanke på behovet for en faglig forankring. Men faglig forankring skjer ikke utelukkende på bakgrunn av geografi. Det har eksistert en formell ramme rundt kommunikasjonen mellom Uteseksjonen og RUStelefonen. Det bør diskuteres om ikke denne kommunikasjonen igjen kan bli et fast element mellom de to parter, så sant det ikke går på bekostning av partenes daglige drift.

RUStelefonen ønsker en sterkere tilstedeværelse fra oppdragsgiver. Dette nedfelles i ønsket om at Shdir jevnlig deltar på stuntgruppemøtene. Med blikk på organisasjonskartet er det imidlertid behov for å spørre hvorvidt oppdragsgiver egentlig bør sitte i en slik stuntgruppe. Stuntgruppen fungerer ikke lenger ut fra formålet om å stable RUStelefonen på beina, men har utviklet seg til å bli en ressursgruppe og diskusjonspartner for RUStelefonen (og de andre medlemmene). Vi anser at kommunikasjonen mellom RUStelefonen og oppdragsgiver bør følge ordinære linjer på ledelsesnivå.

Det er så vidt vi kan se lite kontakt mellom de ulike beslutningsnivåene når det gjelder prosjektet RUStelefonen. Det må sees som viktig at styringsgruppen jevnlig har møter hvor informasjon knyttet til driften av RUStelefonen blir diskutert i samråd med oppdragsgiver og hvor oppdragsgiver har mulighet til å gi tilbakemeldinger på tjenesten. Den begrensede kontakten mellom de ulike styringsnivåene har resultert i at RUStelefonen i stor grad har fått operere fritt etter egne beslutninger. "Uavhengigheten" tjenesten har opplevd kan og tilskrives tjenestens status som et "prosjekt". Under en slik betegnelse har RUStelefonen hatt rom til å prøve seg frem og lære underveis. Selv om dette har vært positivt for tjenesten anser vi et tydeligere rammeverk som nødvendig, og også som ønskelig fra de ansattes side. Et rammeverk som definerer hva tjenesten skal være, og hvilken vei det er ønskelig at tjenesten skal gå.

Oppsummering av funn og anbefalinger

Telefontjenester har blitt en etablert forlengelse av det offentlige informasjons- og hjelpetilbudet rettet mot publikum både i Norge, og i europeisk sammenheng. Rusmidler og rusbruk er en av de større utfordringer vi står overfor i samfunnet. Innenfor slike rammer anser vi at RUStelefonen har en naturlig plass, på linje med tjenester som Giftinformasjonstelefonen, Røyketelefonen, Dopingtelefonen og Hjelpelinjen for spilleavhengige. RUStelefonen er den eneste offentlige informasjons- og hjelpetelefonen som dekker rusproblematikk, og i forhold til de frivillige tjenestene skiller telefonen seg ut ved å være betjent av profesjonelle fagfolk med kunnskap og erfaringer knyttet til rusfeltet. Vi anser RUStelefonen som en viktig tjeneste.

Målet for denne evalueringen har vært å gi et helhetlig bilde av hvordan tjenesten fungerer, peke på mulige utfordringer og komme med anbefalinger på områder hvor det finnes potensiale for forbedring.

Lokalisering og organisering

Vi anser RUStelefonens lokalisering som hensiktsmessig, men at nærheten til det omkringliggende fagmiljøet med fordel kunne vært utnyttet bedre. Det er nærliggende å tenke at de ulike enhetene under Rusmiddeletaten har mye å hente hos hverandre når det kommer til faglige diskusjoner, erfaringsutveksling med tanke på målgrupper og tiltak og seminarvirksomhet i tilknytning til faglig oppdatering.

Når det gjelder organiseringen og styringen av RUStelefonen mener vi å se et behov for tydeligere rammer rundt virksomheten. Dette inkluderer en definering og eventuell avgrensing av RUStelefonens virkefelt, som bør reflekteres i de ansattes stillingsbeskrivelser.

RUStelefonen har eksistert under betegnelsen ”prosjekt”. Dette har ledet til at beslutninger er tatt på et forholdsvis lavt nivå og at tjenesten i stor grad har kunnet utvikle seg etter ansattes egne initiativ. Innenfor definerte rammer virker det hensiktsmessig at beslutningsmyndighet fortsatt ligger nær den daglige driften. Vi ser det imidlertid som sentralt at oppdragsgiver holdes jevnlig orientert om driften gjennom de styringslinjer som er nedfelt.

Åpningstid og arbeidsoppgaver

Når det gjelder RUStelefonens åpningstider mener vi at man med fordel kan gå inn for å endre disse. Vi har tatt utgangspunkt i statistikk over innringere og tidspunkt for samtalene over tid og de ansattes egne betraktninger gjennom intervjuene. Vi har ikke hatt tilgang til materiale knyttet til anrop før åpningstid. Siden oppstart har RUStelefonen mottatt flest henvendelser de første timene etter åpningstid. Vi mener at det er grunn til å vurdere en tidligere åpningstid av tjenesten av hensyn til dette.

Antall henvendelser i helgen (lørdag og søndag) har ligget på et lavt nivå siden tjenestens oppstart. Sett i forhold til dette, de ansattes egne betraktninger og kostnadene forbundet med å ha to ansatte til å betjene telefonlinjene, mener vi det er grunnlag for å vurdere å stenge tjenesten i helgen. Det kan i tillegg diskuteres på bakgrunn av statistikken om ikke telefonen skal stenge tidligere også i ukedagene. Sett ut fra statistikken over tid ser vi at antall henvendelser er lav etter kl. 1800.

En eventuell innskrenking av åpningstider, bør imidlertid sees i sammenheng med at de ansatte utfører en rekke arbeidsoppgaver utover det å betjene telefonen. Hvorvidt noe av arbeidstiden derfor skal omdisponeres til nye oppgaver bør diskuteres og avklares. Utvidelsen av arbeidsoppgaver har skjedd på bakgrunn av at antall henvendelser i løpet av en arbeidsdag har vært lav samtidig som det har vært et ønske internt om å utvide tjenestens virkefelt. Det kan synes som om det er behov for å avklare hva som skal være tjenestens fremtidige virkefelt og hvilke arbeidsoppgaver de ansatte skal utføre. En del sentrale oppgaver er i dag konsentrert på få ansatte. Dette kan gjøre arbeidet sårbart ved sykdom, ferie etc. Det bør diskuteres hvorvidt det er ønskelig å bygge opp kompetanse hos enkelte eller samtlige av de ansatte. Er det et mål at alle får den nødvendige kompetansehevingen til å kunne utføre samtlige

arbeidsoppgaver knyttet til tjenesten? Eller ønsker tjenesten at ansatte utfører ulike oppgaver og derfor har ulik kompetanse?

Kvalitetsikring og faglig utvikling

RUStelefonens ansatte er profesjonelle og har relevante fagbakgrunner innen rusfeltet. En tydeligere struktur rundt hvordan RUStelefonen kvalitetssikrer informasjonen de gir ut, etterlyses imidlertid. Når det gjelder faglig utvikling anser vi dette som viktig med hensyn til tjenestens kredibilitet overfor brukerne. RUStelefonen bør inneha en spisskompetanse på rusfeltet og på bakgrunn av dette etterstrebe at de ansattes behov for faglig kompetanseheving blir dekket.

Markedsføring

RUStelefonen har endret markedsføringsstrategi ettersom de opplevde liten uttelling, i forhold til antall innringere, ved bruk av eksterne reklamebyråer. RUStelefonen kan, etter å ha vektlagt å promotere tjenesten selv, vise til en økning i antall innringere og dette må sees som positivt for RUStelefonen. Vi mener at de ansatte har vært innovative og aktive i sin vektlegging av å rette markedsføringen mer mot målgruppene. Vi observerer imidlertid at dette har medført belastninger på personalgruppen. Det kan være hensiktsmessig å vurdere de ulike elementene innen den spissede markedsføringen opp mot forhold som kostnader forbundet med bruk av ekstravakter for å dekke inn fravær og prioriteringer knyttet til seminar/stand koblingen. Vi anser det som sentralt at ikke markedsføringen går på bekostning av de ansattes muligheter for faglig oppdatering og utvikling. Et tydeligere skille mellom markedsføring og faglig utvikling sees derfor som hensiktsmessig. Det kan tenkes at en tettere samkjøring av den generelle markedsføringen med Sosial- og helsedirektoratet ville vært hensiktsmessig.

Kommunikasjon med brukere

Fokuset i RUStelefonen er primært rettet mot telefonhenvendelsene. Vi mener det overordnede fokuset med fordel kan utvides til å omhandle ”kommunikasjon med brukere”. Dette innebærer en vektlegging av det kommunikative, gjennom telefonen, spalter i blader/aviser, interaktivt gjennom nettsiden og gjennom foredrag. På de årene som er gått siden oppstart har RUStelefonen tilegnet seg en unik kompetanse på rusfeltet, både gjennom

faktakunnskap og gjennom erfaring med å kommunisere med brukere. Denne kompetansen kan sees som RUStelefonens ressurs og bør aktivt benyttes.

Utviklingen av en interaktiv nettside er et viktig satsingsområde for RUStelefonen. På bakgrunn av statistikken aner vi et stort potensiale for en slik nettside, både sett i forhold til at mange av innringerne bruker internett som verktøy for å lete fram RUStelefonen og at faktainformasjon etterspørres i stor grad av samtlige innringerkategorier, men særlig i de yngste aldersgruppene og blant unge voksne.

RUStelefonen har etablert seg som en velfungerende tjeneste mye takket være initiativrike og engasjerte medarbeidere. For at tjenesten skal kunne øke sin relevans har denne evalueringen pekt på at det kan være hensiktsmessig å gjennomgå hvordan tjenesten blir markedsført, organisert og hvordan den kommuniserer med sine brukere.

Referanser

Baklien, B. (2004): "Følgeforskning". *Sosiologi i dag*. Årgang 34, nr.4.

Fjogstad, O.M, m.fl. (2004): "*RUStelefonen 08588*". *Evalueringsrapport*. Kopiert hos Sosial- og helsedirektoratet. Oslo.

Kvitastein, O. A (2002): "*Offentlige evalueringer som styringsdokumenter: Kravspesifikasjoner og kontrollproblemer*". SNF-rapport nr 30/2002. Bergen: Samfunns- og næringsforskning

Regjeringens strategiplan for barn og unges psykiske helse (2003).

http://odin.dep.no/hod/norsk/dok/andre_dok/handlingsplaner/042061-120002/dok-bn.html

Kilder

Oppstartsrapport for RUStelefonen 08588. Prosjektets organisering: Konkrete resultater
06.12.02-31.12.2002

Tertialrapporter for RUStelefonen 08588. 2003.

Årsmeldinger for RUStelefonen 08588: 2003, 2004, 2005. Oslo kommune, Rusmiddeletaten.

Kirkens SOS: Årsmelding 2004, Kirkens SOS i Norge.
<http://www.kirkens-sos.no>

Røde Kors telefonen: Årsrapport 2004
<http://www.redcross.no>

Hjelpetelefonen Mental Helse: Årsrapport 2005
<http://www.mentalhelse.no>

Landsforbundet Mot Stoffmisbruk: Prosjektrapport 2005
<http://www.motstoff.no>

Røyketelefonen: Jubileumsskriv: Røyketelefonen 10 år. 2005
[http://www.Shdir.no/vp/multimedia/archive/00009/Jubileumsskriv - R_yk_9926a.pdf](http://www.Shdir.no/vp/multimedia/archive/00009/Jubileumsskriv_-_R_yk_9926a.pdf)

Dopingtelefonen
<http://dopingtelefonen.no>

Giftinformasjonstelefonen: Årsberetning for Giftinformasjonen
[http://www.Shdir.no/vp/multimedia/archive/00009/rsberetning for Gift_9893a.doc](http://www.Shdir.no/vp/multimedia/archive/00009/rsberetning_for_Gift_9893a.doc)

Hjelpelinjen for spilleavhengige: Statistikk for 2005
<http://www.hjelpelinjen.no>

<http://www.unginfo.no>

<http://www.klara-klok.no>

<http://www.fesat.org>

<http://www.rustiltak.no>

<http://www.sirus.no>

<http://www.spirit.no>

<http://www.ung.no>

<http://www.korspaahalsen.no>

<http://www.dopinfo.no>

<http://www.forebygging.no>

Intervjuguide

Introduksjon/motivasjon

- Halv/hel stilling? Har du annet arbeid ved siden av?
- Hva er din faglige bakgrunn?
- Hvor lenge har du vært ansatt hos RUSTlf.?
- Kan du si noe kort om hvorfor du ønsket å arbeide i RUSTlf?
- Hvilke arbeidsoppgaver har du i RUSTlf?

Organisering

- Hvordan fordeles arbeidsoppgavene?
- Gjør du deg noen tanker om denne arbeidsfordelingen?
- Deltar du på stuntgruppe møtene? Hvilke erfaringer har du med samarbeidet innad i stuntgruppa? Hvordan bruker dere stuntgruppa? Kunne denne gruppa bestått av andre personer? Hvilket mandat har denne gruppa? Hvordan forholder dere dere til de kommentarer/innspill denne gruppa kommer med?
- Ser du andre løsninger på organiseringen av RUSTlf som kunne vært mer hensiktsmessig enn den organiseringen dere har i dag?
- Hvilke erfaringer har du med telefonens åpningstider?
- Hvilke tanker gjør du deg om lokaliseringen av Rustlf i Rusmiddeletaten?
- Hvordan vil du beskrive forholdet mellom dere,uteseksjonen/rusmiddeletaten og Shdir?

Innringere/henvendelser

- Hvilke tanker gjør du deg om det å prate med unge vs voksne?
- Hvilke fordeler synes du det er å svare på henvendelser over telefon? Ser du noen negative sider ved å svare på henvendelser over telefon?
- Hvilke fordeler ser du for deg at en interaktiv side kan bringe? Ser du noen negative sider ved det å starte opp en interaktiv tjeneste?
- Hvilke tanker gjør du deg om å dele tiden mellom å svare på telefonhenvendelser og svare over nettet?
- Hvis noen av de ansatte foretrekker å svare over telefon i stedet for å svare skriftlig, synes du det er hensiktsmessig å dele opp jobbene?
- Hvis du ikke vet "faktasvaret" eller er usikker på hvordan du skal veilede en innringer, hva gjør du da? Hvordan avsluttes samtalen?

Kompetanse

- Har du deltatt på kurs/konferanser o.l med det som formål å øke egen kompetanse?
- Hvilken erfaring har du med de kurs/konferanser du har deltatt på? Kan du nevne noen konkrete eksempler på hvordan du mener å ha fått hevet din kompetanse?
- Hvordan holder du deg oppdatert på faktakunnskaper om rus?
- Hva innebærer den "profesjonelle samtalen" for deg?
- Har du fått kursing i samtaleteknikk?
- Finnes det andre måter å øke ens fakta/veiledende kompetanse på?
- Hvordan kommer dere fram til hvilke kurs/konferanser dere skal delta på?
- Hvilke sider ved dine arbeidsoppgaver finner du er mest krevende?
- Hva synes du fungerer godt/tilfredstillende i arbeidet ditt?
- Hva synes du kunne vært forbedret i arbeidet ditt?

- Føler du at du har tilstrekkelig kjennskap til hjelpeapparatet? Hva gjør du for å ha best mulig oversikt?
- Hvordan fungerer viderehenvisningen til hjelpeapparatet? Opplever du forskjeller i å viderehenvise på lokalt/regionalt/nasjonalt nivå?
- De tre målsettingene: fakta, veiledning og oversikt over hjelpeapparatet: Er det noen av disse tre temaene du føler at du håndterer bedre/ er mer tilpass med? Hvilken synes du byr på mest utfordringer? hvorfor?

Markedsføring

- Hvilke tanker gjør du deg om de markedsføringstiltakene dere har benyttet det siste året?
- Hvilke erfaringer har du ved å delta på stand ved festivaler?
- Hvordan kommer dere fram til hvilke typer markedsføringstiltak som velges?
- Har dere fått innspill/kommentarer fra stuntgruppa/uteseksjonen/Shdir evt andre på hva som kan gjøres for å forbedre innringerantallet?
- Har du noen tanker om hvordan dere i større grad kan nå ut til målgruppene? Ser du noen spesielle utfordringer knyttet til dette?
- Dere har brukt mye tid på å finne måter for å nå ungdommer bedre, hvordan sikrer dere at også pårørende som målgruppe blir ivaretatt gjennom markedsføringen?

Informasjonslandskapet

- Hvilke tanker gjør du deg om de andre informasjonstelefonene og/eller nettsjenestene som og svarer på rus spørsmål?
- Hvilken betydning har medlemskapet i FESAT?
- Har dere vurdert å knytte deres internettside til andre eksisterende sider? Ung.no f.eks? Hvorfor/hvorfor er ikke dette aktuelt?
- Hvordan har oppslutningen internt vært knyttet til opprettelsen av en nettside?

Sist: Gjør du deg noen tanker om hvordan eventuelt denne tjenesten kan endres/forvedres?