

Sluttrapport – Operasjon Selvfølelse

2020/HE1-313625

«Operasjon Selvfølelse» er et 2-årig helseprosjekt i regi av ROS – Rådgivning om spiseforstyrrelser, støttet av Stiftelsen Dam. Gjennom prosjektet har vi utviklet og driftet vårt eget ungdomspanel som har fått de unges interesser på agendaen, og som har gitt oss en unik innsikt i hva som rører seg hos ungdom i dag.



Vi vil gjerne rette en stor takk til ungdommene som har deltatt i ungdomspanelet. Deres engasjement og kunnskap har vært av svært stor verdi for ROS. I tillegg vil vi takke Stiftelsen Dam for støtte til prosjektet.

Sammendrag

Da ROS er et lavterskeltilbud som har forebygging av spiseforstyrrelser som et av våre hovedmål, står kommunikasjon rettet mot barn og unge sentralt. Vi ønsket derfor å styrke kommunikasjon med og for ungdom mellom 13 og 18 år, gjennom opprettelse og drift av et eget ungdomspanel. Overordnet målsetting var å være en relevant aktør i dialog med ungdom. Vi ønsket å få bedre innsikt i hvilke temaer som var relevant for unge i dag, hvilke kanaler det var viktig å være til stede på og hvordan vi best kunne formidle vårt budskap. Samtidig ønsket vi å gi de unge en plattform hvor de selv kunne sette fokus på temaer de syntes var viktig.

I løpet av prosjektets første år jobbet vi med rekruttering og innsiktsarbeid. Sammen med ungdommene kom vi frem til hvem vi ønsket å påvirke, hvilke kanaler som skulle satses på og vi ble enig om en egen profil med logo, som skulle brukes i forbindelse med panelets arbeid. Det var viktig for oss at det var ungdommene selv som i hovedsak skulle foreslå aktiviteter og budskap, mens prosjektledelsen skulle sikre at kommunikasjon var i tråd med ROS sine mål og verdier. Gjennom prosjektperioden ble det utført en rekke aktiviteter som stands, prisutdeling, deltagelse i podcast, skriving av debattinnlegg, møter med politikere, produksjon av YouTube-serie med mer.

Til tross for at prosjektet fikk en tøff oppstart grunnet Covid 19-pandemien og restriksjoner knyttet til møter og annen aktivitet, er vi svært fornøyd med resultatene av prosjektet. Vi har fått en unik innsikt i ungdoms hverdag og har fått et bedre grunnlag for kommunikasjon med målgruppen. Vi ser

at vi i fra 2019 til 2021 har hatt en økning på 105 % i antall henvendelser fra barn og unge t.o.m. 18 år. Denne økningen kan i stor grad også knyttes til pandemien, men vi tror også at vi gjennom prosjektet har blitt mer synlig og mer relevant for de unge.

Samtidig har dette vært et prosjekt der brukermedvirkning har stått sentralt. Vi har blitt imponert over ungdommenes engasjement for psykisk helse, og deres ønske om å hjelpe andre.

Ungdomspanelet er nå blitt en viktig del av ROS, og vi ønsker å fortsette med dette arbeidet. I tillegg har fire av deltagerne blitt rekruttert inn i et nytt prosjekt støttet av stimuleringsmidler fra Dam, som handler om tilstedeværelse på TikTok. Her tar vi også med oss verdifull læring fra to års arbeid med ungdomspanelet.



Bakgrunn for prosjektet

Utallige rapporter forteller at det er utfordrende å være ung i dag og det vises stadig til vekst i psykiske plager blant unge. Når det snakkes om livskvalitet blant ungdom, er dette begrepet ofte knyttet tett opp til kropp og lav selvfølelse. For mange manifesterer den lave selvfølelsen seg i et «prosjekt» der man forsøker å fikse på utsiden, med håp om at dette skal bidra til at en får det bedre på innsiden. Endring av kropp blir et konkret middel for å nå målet om å føle seg god nok og for noen utvikler dette seg til en spiseforstyrrelse.

Våren 2019 gjennomførte ROS kampanjen "Si det til noen. Ta det #førstestegget", som en del av prosjektet #førstestegget, støttet av Dam (den gang Extrastiftelsen). I kampanjen oppfordret vi barn og unge til å si det til noen dersom de kjente at forholdet til kropp og mat var blitt vanskelig. Vi fikk god hjelp av ulike profilerte/kjente personer, blant annet Helsesista, som har en unik evne til å nå frem til de unge. Kvelden hun publiserte Snapstory fra ROS sitt hovedkontor i Bergen, fikk vi over 150 henvendelser på vår chat i åpningstiden kl 17-21. Dette er 130 flere henvendelser enn på en vanlig kveld. Totalt i kampanjeperioden hadde vi en økning i antall henvendelser på 179 % prosent. Erfaringen fra denne kampanjen viste at det var et stort behov for økt kunnskap om spiseproblematikk og ikke minst for vårt lavterskeltilbud.

Gjennom å knekke koden for å nå ut til ungdom, ville vi sørge for at flere fikk hjelp, tidligere.



ROS og ungdomspanelet i møte med stortingspolitiker Silje Hjemdal (Frp) og representanter fra Bergen bystyre.

Målsetting og målgruppe

Gjennom dette prosjektet ønsket ROS å styrke all kommunikasjon med og for ungdom mellom 13 og 18 år. Overordnet målsetting var å være en relevant aktør i dialog med ungdom. Vi ønsket å få bedre innsikt i hvilke temaer som var relevant for unge i dag, hvilke kanaler det var viktig å være til stede på og hvordan vi kan best kunne formidle vårt budskap. Samtidig ønsket vi å gi de unge en plattform hvor de selv kunne sette fokus på temaer de syntes var viktig. Gjennom Operasjon Selvfølelse ønsket vi også å synliggjøre og ufarliggjøre ROS som lavterskeltilbud.



Ungdomspanelet intervjuer Daniel, rådgiver hos ROS. I videointervjuet tok de blant annet opp spørsmål som: «Når kan man snakke med ROS?», Hva skjer i en samtale?», «Hvordan kan man unngå å sammenligne seg så mye med andre?»

Prosjektgjennomføring

Prosjektet ble ledet av Nina Hvidsten og Marte Vigeland fra ROS, som også sto for rekruttering og koordinering av ungdomspanelet.

I løpet av prosjektets første år jobbet vi med rekruttering og innsiktsarbeid. Sammen med ungdommene kom vi frem til hvem vi ønsket å påvirke, hvilke kanaler som skulle satses på og vi ble enig om en egen profil med logo, som skulle brukes i forbindelse med panelets arbeid. Det var viktig for oss at det var ungdommene selv som i hovedsak skulle foreslå aktiviteter og budskap, mens prosjektledelsen skulle sikre at kommunikasjon var i tråd med ROS sine mål og verdier.

I løpet av våren 2020 gjennomførte prosjektledelsen et kurs innen workshopfasilitering. Her lærte vi øvelser og teknikker for idéutvikling, noe som vi har hatt god nytte av i våre møter med ungdommene.

Det var svært viktig for oss at deltagerne fikk god kunnskap om spiseproblematikk og vi hadde derfor stort fokus på opplæring i starten. De fikk blant annet opplæring av:

- Rebekka Meland, rådgiver i ROS
- Kristin Børresen, foredragsholder i ROS
- Vilde Vollestad, psykolog og forfatter av «Hva er greia med meg, og deg og alle andre – en håndbok i psykisk helse»
- Marit Danielsen, psykolog med selvfølelse som spesialfelt

Av gjennomførte aktiviteter kan vi nevne:

- Utarbeidelse av egen logo
- Drift av egen Instagram-profil der vi har delt innhold som er relatert til selvfølelse
- Gjennomføring av prisutdelingen «Helt Ekte», der vi hedret rollemodeller som bidrar til at barn og unge føler seg bra.
- Skrivning av to debattinnlegg som begge kom på trykk i henholdsvis NRK Ytring og Aftenposten. Ett omhandlet voksne som snakker nedsettende om egen kropp, mens ett omhandlet veiing av barn i skolen.
- Design av eget bærenett med mottoet «Ikke bær på det alene» som er delt ut ved ulike anledninger.
- Deltagelse i pocasten «Uforstyrta» som setter fokus på kropp og selvfølelse
- Innspill til ROS sitt undervisningsopplegg for elever i ungdomsskolen
- Innspill til ROS sitt brosjyremateriell rettet mot ungdom
- Deltagelse på møter med stortingspolitikere
- Stand på videregående skole med over 100 deltagere
- Innspilling av YouTube-serie med 8 episoder som tar for seg temaer som er viktig for ungdom



Operasjon Selvfølelse arrangerte utdeling av prisen «Helt Ekte», høsten 2021. Prisen skulle gå til en rollemodell som fremmer viktigheten av god psykisk helse og som bidrar til at ungdom føler seg bra. Victor Sotberg stakk til slutt av med seieren.



Operasjon Selvfølelse v/Hermine og Magnus var gjester i en egen episode av podcasten «Uforstyrta», der selvfølelse var tema. Med seg hadde de psykolog Vilde Vollestad.

Ungdomspanelet har gjennom prosjektperioden variert i størrelse, da noen har måttet trekke seg grunnet mangel på tid, mens flere har kommet til. Fra en start med seks deltakere, hadde vi ved prosjektslutt tolv deltagere. I fortsettelsen ser det ut til at vi vil sitte igjen med åtte, noe som vi anser som ideelt.

Bakgrunnen til deltagerne har vært svært variert, hvor noen har hatt egenerfaring med spiseforstyrrelser eller relatert problematikk, noen har hatt nære venner som har vært syke, mens andre har vært med på bakgrunn av sitt engasjement for psykisk helse. I produsert innhold har vi hatt fokus på generell problematikk knyttet til mat, kropp og selvfølelse og vi har i svært liten grad brukt ungdommenes egenerfaring direkte. Det har vært viktig for oss å skåne dem for eventuelle negative tilbakemeldinger og vi har gjennom hele prosjektet hatt med oss faglig ansvarlig i ROS som støtte.

De største utfordringene vi har møtt på har vært knyttet til å samle deltagerne. Det har vist seg at ungdom som er engasjert i vårt felt, også er engasjert på mange andre felt.

Resultater, vurdering av effektmål og resultatvurdering

Målet med prosjektet har vært bedre kommunikasjon med barn og unge som målgruppe, og vi tror innsikten vi har oppnådd gjennom dette prosjektet bidrar til dette. Gjennom arbeidet med ungdommene har vi blant annet sett at det er noen temaer som de var spesielt opptatt av:

- Venner og familiemedlemmer som snakker negativt om kropp og hvordan dette påvirker dem
- Hvordan veiing og fokus på kalorier i skolen kan påvirke negativt
- Hvordan man kan hjelpe venner som har det vanskelig
- Sammenligning og påvirkning fra sosiale medier

I tillegg uttrykte de blant annet et stort behov for at ROS var mer til stede i skolen, både for elever og voksne.

Vi ser at vi i fra 2019 til 2021 har hatt en økning på 105 % i antall henvendelser fra barn og unge t.o.m. 18 år. Denne økningen kan i stor grad knyttes til pandemien, men vi tror også at vi gjennom prosjektet har blitt mer synlig og mer relevant for de unge. På ungdomspanelet's Instagram-profil har vi ca 1000 følgere. Ungdomspanelet sto også bak ROS sin mest populære Instagram-post noensinne, med video som adresserte voksne som snakker nedsettende om egen kropp. Denne fikk over 100 000 visninger. Vi er også svært fornøyd med responsen på prisutdelingen «Helt Ekte», der ungdommene selv nominerte Martine Halvorsen, Camilla Lorentzen og Victor Sotberg, før vi åpnet

opp for stemmegiving. De nominerte fikk til sammen over 3000 stemmer og vi fikk god synlighet via disse tre rollemodellene.

Til tross for at prosjektet fikk en tøff oppstart grunnet Covid 19-pandemien, er vi svært fornøyd med resultatene av prosjektet. Vi har fått en unik innsikt i ungdoms hverdag og har fått et bedre grunnlag for kommunikasjon med målgruppen. Vi sitter også igjen med innhold som kan brukes i ROS sitt videre arbeid, blant annet YouTube-serien: <https://www.youtube.com/operasjon-selvfoelse>

Samtidig har dette vært et prosjekt der brukermedvirkning har stått sentralt, da det har vært ungdommene selv som har tatt initiativ til tema og aktiviteter de selv syntes har vært viktige og nyttige. Vi har blitt imponert over ungdommenes engasjement for psykisk helse, og deres ønske om å hjelpe andre.



Over 100 elever besøket Operasjon Selvfølelse sin stand på Amalie Skram vgs. i Bergen. Her delte vi ut brosjyrer og hadde myte-quiz om spiseforstyrrelser.

Oppsummering og videre planer

Ungdomspanelet er nå blitt en del av ROS, og vi ønsker å fortsette med dette arbeidet. Vi vurderer om modellen skal endres noe, blant annet om det er hensiktsmessig at en av ungdommene får en lederrolle (med støtte av prosjektledelsen) og om møtevirksomhet bør være honorert. Dette vil vi diskutere sammen med ungdommene i løpet av høsten 2022.

Vi tar også med oss fire av deltagerne inn i et nytt prosjekt støttet av stimuleringsmidler fra Dam, som handler om tilstedeværelse og målrettet kommunikasjon via TikTok. Her tar vi også med oss verdifull læring fra to års arbeid med ungdomspanelet.