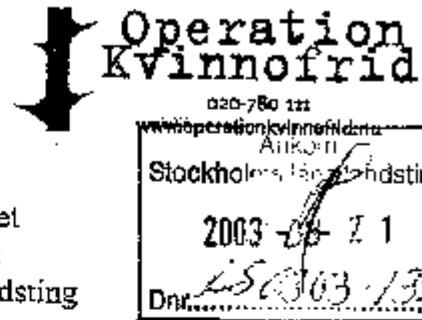




LANDSHÖVDINGEN
I STOCKHOLMS LÄN

3.3.2003 Dnr 3024-2001-09854 - 1380



Finanslandstingsrådet
Ingela Nylund Watz
Stockholms läns landsting

Ansökan om bidrag från styrgruppsmyndigheterna till Operation Kvinnofrids fjärde kampanj hösten 2003

Operation Kvinnofrid planerar en fjärde kampanj i november, vecka 46 och 47. Enligt beslut i styrgruppen den 25 mars 2002 (bifogas) ska kampanjens inriktning vara

- Att på lämpligt sätt återkoppla till innehållet i de tre tidigare kampanjerna
- Att fokusera på ungdomsgrupperna.

De tidigare budskapen på affischer och broschyrer har varit; mäns våld mot kvinnor är ett brott, för fram det i ljuset. Våld mot kvinnor är mäns ansvar. Kvinnofrid är också frid för barnen.

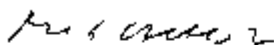
Den kommande kampanjen ska bestå av en affischkampanj för allmänheten samt lokala aktiviteter med stöd från Operation Kvinnofrid. Under år 2002 och 2003 har arbetsgruppen besökt 14 kommunfullmäktigeförsamlingar i länet för att berätta om Operation Kvinnofrid. Intresset är stort för att satsa på unga i detta sammanhang.

Verksamheterna före, under och efter kampanjen beräknas kosta cirka 4 miljoner kronor. I dagsläget har vi tillgångar på cirka 3 miljoner kronor, inklusive bidrag vi har fått till utvärdering och till informations- och utbildningsaktiviteter för ungdomar i högstadiet och gymnasier av Brottsofferfonden. De beräknade kostnaderna för årets verksamhet, inklusive kampanjveckorna innefattar;

- Ny kampanjbroschyr, ny broschyr till flickor och pojkar, utformning och tryck.
- Utformning, tryck av affischer att sätta upp på arbetsplatser m.m.
- Affischer på tunnelbana, bussar, pendeltåg – tryckkostnad samt kostnad för affischplats.
- Studiematerial, till exempel Jämställdhetsombudsmannens bok om könsmobbning, annan litteratur till skolor.
- Föreläsare/diskussionsledare i skolor.
- Aktiviteter i form av kommunal förankring, möten, metodseminarier fram till kampanjen.
- Pressbevakning, debattartiklar.
- Öppna möten/seminarier under kampanjveckorna.
- Faktasammanställningar av pressmaterial, redovisning, opinionsmätning av kampanjen.
- Utvärdering av hela Operation Kvinnofrids verksamhet sedan starten.

För att kunna genomföra den fjärde kampanjen på ett professionellt lyckat sätt och för att verkligen nå ut med budskapet, ber vi om ekonomiskt stöd till denna. Kommunerna förväntas avsätta en krona per invånare.

Med vänlig hälsning



Mats Hellström
landshövding, styrgruppens ordförande

Medlen sätts in på postgirokonto nr 95 41 27-7. Uppge kostnadsbärare 808603, Operation Kvinnofrid.

Kontaktperson på Länsstyrelsen: Gunnel Sjöstedt Karlsson, jämställdhetshandläggare

Länsstyrelsen, Jämställdhetsenheten, Box 22067, 104 22 Stockholm.

Tel: 08-785 44 21. E-post: gunnel.sjostedt.karlsson@ab.lst.se

För mer information om Operation Kvinnofrid, se hemsidan, www.operationkvinnofrid.nu

Bilagor:

1. Operations Kvinnofrids beslut om den fjärde kampanjen 25 mars 2002
2. "Det värsta ären sitter på insidan", kampanjfolder och studiehäfte från år 1997
3. "Våld mot kvinnor är mäns ansvar", kampanjfolder och studiehäfte från år 1999
4. "Mäns våld mot kvinnor drabbar även barn", kampanjfolder och studiehäfte från år 2000.

Beslut

25 mars 2002

Operation Kvinnofrids styrgrupp

Operation Kvinnofrids fjärde kampanj

Operation Kvinnofrids styrgrupp har vid flera sammanträden dels värderat de tidigare kampanjerna, dels diskuterat och slutligen beslutat om en fjärde kampanj. Styrgruppen har också beslutat att genomföra ett arbete i länet för förankring, samverkan, utbildning och opinionsbildning i press och media inför den fjärde kampanjen. Detta arbete pågår parallellt med regeringsuppdraget Kvinnofrid. På de sidor som följer förslaget finns en utförligare beskrivning av Operation Kvinnofrids bakgrund och syfte, arbetet som pågår samt förslaget i sin helhet. Samtliga av nämnda utvärderingar, rapporter och annat material som anges har tidigare förmedlats till styrgruppens medlemmar vid möten och utskick.

Beslut

Styrgruppen har den 25 mars 2002 beslutat

att i huvudsak fastställa att den fjärde kampanjens inriktning ska vara

- Att på lämpligt sätt återkoppla till innehållet i de tre tidigare kampanjerna
- Att fokusera på ungdomsgrupperna

att kampanjen ska bestå av två parallella aktiviteter;

- En affischkampanj för allmänheten (förutsatt att inkomna medel tillåter detta)
- Ett engagerande av skolor för arrangemang av egna aktiviteter i samarbete med Operation Kvinnofrid

att genomföra den fjärde kampanjen under en tvåveckorsperiod i april, alternativt maj månad år 2003, bl.a. beroende på tillgång till annonsplatser i det allmänna kommunikationsnätet

att senare, då det är klart vilka medel Operation Kvinnofrid disponerar över, besluta om affischkampanjens omfattning och på vilket sätt affischer på offentliga reklamplatser skall användas och om annonsering bör ske.

att med godkännande notera genomförda och föreslagna åtgärder under rubriken "Förankringsarbete inför den fjärde kampanjen: kommuner, frivilligorganisationer / föreningsliv samt folkrörelser"

att godkänna förslaget till åtgärder under rubriken "Information och opinionsbildning"

Bakgrund

Initiativet till Operation Kvinnofrid i Stockholms län togs 1996 av landshövding Ulf Adelson, länspolismästare Gunno Gunnmo samt socialborgarråd Lena Nyberg. Därefter har tre utåtriktade kampanjer genomförts.

Första kampanjen år 1997: "Våld mot kvinnor är ett brott. För fram det i ljuset." De värsta ären sitter på insidan. (Broschyr)

Andra kampanjen år 1999: "Mäns våld mot kvinnor är ett brott. Bekämpa det!" Våld mot kvinnor är mäns ansvar. (Broschyr)

Tredje kampanjen år 2000: "Bekämpa mäns våld mot kvinnor. Kvinnofrid är också frid för barnen." Mäns våld mot kvinnor drabbar även barn. (Broschyr)

De utåtriktade kampanjerna har innehållit budskap riktade direkt till allmänheten via affischer på stortavlor, affischpelare, tunnelbanestationer, tunnelbanetåg, bussar, infartsskyltar etc.

Kampanjmaterial i form av affischer, informationsfoldrar och andra trycksaker har spridits till olika målgrupper i samband med varje kampanj, men efterfrågas även kontinuerligt mellan kampanjerna. Material har skickats ut till till bibliotek, skolor, mödravårds- och barnvårdscentraler, socialkontor, polisstationer, arbetsförmedlingskontor, försäkringskasskontor och andra offentliga inrättningar samt till Kriscentrum för kvinnor, Manscentrum, kvinnojouren, mansjourer etc.

Den offentliga debatten är synnerligen viktig då ett socialt budskap sprids. Ledamöter i arbetsgruppen och styrgruppen samt andra intressenter publicerade därför under de tidigare kampanjerna ett stort antal debattartiklar. I dessa presenterades Operation Kvinnofrids målsättning och praktiska arbete. Dessutom förekom många nyhetsartiklar, insändare och ledarkommentarer samt inslag i radio och TV. Både styrgrupp och arbetsgrupp kontaktades för och deltog till viss del i nyhetsinslag och direktsända debatter för att bemöta reaktionerna som blev.

Allmänheten har inbjudits till öppna möten under kampanjveckorna, en informationstelefon finns för förfrågningar och en hemsida har startats upp. Den senare är mycket välbesökt.

Det är inte möjligt att enbart genom social information och opinionsbildning åstadkomma några stora förändringar då det gäller grundläggande attityder, värderingar och åsikter. Därför kopplar Operation Kvinnofrid samman sina utåtriktade kampanjer med bland annat utbildningsinsatser inom berörda myndigheter. Socialarbetare och flera andra kommunala yrkesgrupper, poliser och sjukvårdspersonal måste hela tiden utveckla sina metoder och förbättra sin förmåga att hjälpa utsatta kvinnor och deras barn samt i större utsträckning försöka nå de män som utövar våld.

En samverkan förekommer med kvinno- och tjejjourer, brottsofferjourer samt organisationer som riktar sig till barn och män.

Syfte

Operation Kvinnofrids syfte är att minska mäns våld mot kvinnor genom att

- öka kunskap om mäns våld mot kvinnor och hur det drabbar kvinnor och barn,
- synliggöra hos allmänheten mäns våld mot kvinnor och ta ställning mot detta våld,
- uppmuntra till att ingripa där mäns våld mot kvinnor förekommer,
- påverka politiker, debattörer och massmedia att se mäns våld mot kvinnor som ett samhällsproblem.

Målet att få bort mäns våld mot kvinnor förutsätter insatser såsom

- förbättrad samverkan mellan myndigheter och mellan myndigheter och frivilligorganisationer
- utbildning och kompetensutveckling av strategiska yrkesgrupper så att de på bästa sätt kan bemöta och avlasta kvinnor som utsatts för våld samt hjälpa de barn som drabbas;
- opinionsbildning;
- aktiviteter bland skolelever och andra ungdomar;
- mobilisering av folkrörelser samt andra föreningar och organisationer som bedriver socialt arbete;
- väl genomtänkt lagstiftning;
- samordning och utvärdering av olika behandlingsmetoder för våldsutövande män där dessa förmås bryta sitt våldsamma och destruktiva beteende, för att sedan sprida goda erfarenheter till bl.a. kommuner.

För att lyckas måste ett stort antal aktörer inom både myndigheterna och de frivilliga organisationerna vara verksamma. Utåtriktade kampanjer löser inte, som ovan påpekas, sociala problem men medverkar till att 1) synliggöra, 2) väcka intresse, 3) öka beredskapen till konkreta insatser. När kampanjer kombineras med utbildning och information till olika målgrupper samt då polis- och åklagarmyndigheternas, socialtjänstens, sjukvårdens och kriminalvårdens arbete förbättras kan betydande positiva effekter uppnås.

Erfarenheter och utvärderingar

Erfarenheterna från Operation Kvinnofrids hittillsvarande kampanjer redovisas i flera utvärderingar och rapporter. Operation Kvinnofrids genomslag i pressen har redovisats för kampanjerna år 1999 och 2000. En utvärdering gjordes av Stina Jeffner, Sociologiska institutionen, Uppsala universitet, efter den första kampanjen 1997, och en C-uppsats belyste Operation Kvinnofrids samverkansarbete ur ett kommunikationsplaneringsperspektiv år 2000. Fler uppsatser och utvärderingar har gjorts av studenter vid olika högskolor, men dessa tas inte upp här.

På basis av både erfarenheter och utvärderingar har Kjell E Johanson författat skriften *Operation Kvinnofrid: information och opinionsbildning, förebyggande arbete och stöd till vålds-*

offer som utgivits av Enheten för drog- och brottsprevention vid Socialtjänstförvaltningen i Stockholm. I uppsatsen diskuteras Operation Kvinnofrids hittillsvarande och fortsatta arbete.

Hela Operation Kvinnofrid har utvärderats och kritiskt granskats i *Operation Kvinnofrid i Stockholms län*, Merike Lidholm, 2001. Den senaste affischkampanjen beskrivs i *Mäns våld mot kvinnor drabbar även barn. Redovisning av Operation Kvinnofrids affischkampanj 6-19 november 2000 i Stockholms län*, av Operation Kvinnofrids arbetsgrupp. Dessutom genomfördes en opinionsundersökning efter den tredje kampanjen (IFS AB).

Från den kritiska granskningen av den tredje affischkampanjen kan Operation Kvinnofrid lära sig;

- Att klargöra, för sig och för omvärlden, om balansen mellan det kortsiktiga (kampanjer och punktinsatser inom myndigheterna) och det långsiktiga (att satsningar permanentas).
- Att främja framtagandet av handlingsprogram hos myndigheterna.
- Att förstärka vissa formaliteter som till exempel dokumentationen av möten.
- Att klargöra styrgruppens funktion, var diskussionerna om strategier hör hemma samt om arbetsfördelning mellan arbets- och styrgrupp.
- Att göra avvägningar och dokumentationer angående Operation Kvinnofrids ursprungliga målsättningar och ändringar av dessa i efterhand.
- Att använda lekmannareferensgrupp, utöver referensgrupp med experter, inför framtida kampanjer.
- Att ge tydliga uppdrag från början inför framtida utvärderingar och granskningar.

Nationell konferens

Operation Kvinnofrid genomförde i mars år 2000 en rikskonferens. Till denna inbjöds politiska beslutsfattare, forskare, strategiska yrkesgrupper och andra intresserade som i sin verksamhet arbetar för att minska mäns våld mot kvinnor. Forskningsresultat och erfarenheter redovisades. Metodutvecklingen ägnades stor uppmärksamhet och många goda förslag framfördes. Konferensen sammanfattade bakgrunden, det aktuella läget och vad som bör göras. Den redovisas i skriften *Våld mot kvinnor är mäns ansvar Fakta, synpunkter och motkrafter*.

Den fjärde kampanjens innehåll och utformning

I både arbetsgruppen och styrgruppen har diskussioner förts om den fjärde kampanjens form och innehåll. Denna fråga blir föremål för ytterligare överväganden men följande huvudlinje har kunnat fastställas.

- Att på lämpligt sätt återkoppla till innehållet i de tre tidigare kampanjerna.
- Att fokusera på ungdomsgrupperna.

Även den fjärde kampanjen bör innehålla aktiviteter som uppmärksammas av allmänheten. Därför har föreslagits en affischkampanj. Självfallet måste texterna i affischer och andra budskap som riktar sig direkt till allmänheten på ett slagkraftigt sätt komprimeras. Det innebär bl.a. att en viss koncentration till några få punkter måste ske. Det är däremot möjligt att i skrifter och debattartiklar samt på seminarier, kurser och konferenser förutom frågorna om våld i nära relationer ta upp exempelvis det sexuella våldet, sexuella trakasserier, könshandeln, skyddet för flickor som utsätts för våld inom familjen, flickor som lever i familjer med annat etniskt ursprung och särskilt patriarkala miljöer, samt jämställdhetens betydelse för ett samhälle fritt från våld och hot om våld.

De tidigare tre kampanjerna genomfördes under en begränsad period om ett par veckor vardera och denna tidsperiod anses lämplig även denna gång.

Parallellt med affischkampanj föreslås att skolor engageras för att arrangera egna aktiviteter med stöd av Operation Kvinnofrid.

Förankringsarbete inför den fjärde kampanjen: kommuner, frivilligorganisationer/föreningsliv samt folkrörelser

Att bekämpa mäns våld mot kvinnor och därmed öka kvinnors trygghet förutsätter ett långsiktigt arbete. Formerna kan naturligtvis variera men det är viktigt att inriktningen finns kvar. Ett lokalt informations- och förankringsarbete inför den fjärde kampanjen har påbörjats, vilket ingår i den verksamhetsplan som har lagts fast för Operation Kvinnofrids verksamhet för åren 2001 – 2002. Aktiviteterna syftar till att förankra Operation Kvinnofrids arbete bland kommuner, landsting och myndigheter, samverkansgrupper, frivilliga organisationer och föreningsliv samt studieförbund och ungdomsorganisationer. Styrgruppen fattade positivt beslut om detta arbete vid möte den 20 november år 2001.

En viktig uppgift för det långsiktigt hållbara arbetet för att minska mäns våld mot kvinnor är att se till att det finns fungerande samverkansgrupper – samverkan mellan myndigheter/frivilligorganisationer – i varje kommun. Parter i samverkansgrupp kan vara socialtjänst, polis, hälso- och sjukvård, brottsofferjour, kvinnojour, åklagarmyndighet och ibland Frivården och Svenska kyrkan. Arbetsgruppen fortsätter med nätverksträffar med nuvarande samverkansgrupper i länets kommuner och stödjer bildande av nya grupper.

Det som fortsättningsvis förs fram baseras på bland annat på erfarenheter från de tre första kampanjerna. Omfattning och innehåll i aktiviteterna kommer att utvecklas efter de behov de respektive målgrupperna har.

Onsdagen den 24 oktober 2001 genomfördes en länsövergripande chefskonferens för kvinnofrid inom ramen för regeringsuppdraget "Myndighetsgemensamma uppdrag om våld mot kvinnor". Till denna inbjöds bland annat politiska beslutsfattare och chefer från landstinget, kommunerna och statliga myndigheter. Chefskonferensen var att betrakta som ett avstamp för den fjärde kampanjen. En fortsatt utbildningssatsning genomförs i steg II för myndighetsanställda personalgrupper i april månad år 2002. Innehållet fokuseras kring grundläggande kunskaper, psykologiska processer, kunskap om specifika yrkesgruppers

ansvar och samverkan. I steg III finns möjlighet till specialsatsningar på utbildning för målgrupperna inom området.

Teater "Den gråtande mannen" 21 februari

Operation Kvinnofrid vill i samarbete med det s.k. regeringsuppdraget, med teatern som redskap, synliggöra mäns våld mot kvinnor, samt engagera, förklara, informera och diskutera frågan. I samarbete med Riksteatern inbjöds samverkanspartners i kvinnojourer, brottsofferjourer, samverkansgrupper, mansorganisationer och övriga frivilliga organisationer samt chefer och beslutsfattare inom kommuner och myndigheter i Stockholms län, vid två tillfällen, till pjäsen "Den gråtande mannen". I anslutning till pjäsen anordnades debatt. Båda kvällarna var fullbokade.

Frivilligorganisationer

Kvinnojouren, inklusive tjejjourerna, intar en allt viktigare roll. Många utsatta kvinnor vänder sig till dessa för att söka råd och hjälp samt vid behov en fristad. Dessa jourer lyckas också engagera åtskilliga frivilliga medarbetare.

Många andra frivilligorganisationer arbetar mot målet att minska och förebygga mäns våld mot kvinnor, till exempel manscentra, mansjourer och andra föreningar, brottsofferjourer, kvinnors invandrarföreningar med flera.

Aktivitet:

- ett seminarium för kvinnojouren.
- ett seminarium för mansorganisationerna. Behovet av utbildning/diskussion hos de övriga organisationerna undersöks.

Politiska beslutsfattare

De politiska beslutsfattarnas aktiva stöd är absolut nödvändigt för det fortsatta arbetet. Dels därför att de kan ställa ekonomiska medel till Operation Kvinnofrids förfogande. Dels därför att de genom sina beslut och prioriteringar har möjligheter att medverka till att förbättra och effektivisera rättsväsendets, sjukvårdens, socialtjänstens och kriminalvårdens insatser.

Aktivitet:

- Operation Kvinnofrid presenteras inför de fullmäktigeförsamlingar i länet där så är möjligt.

Till kommunfullmäktigeledamöterna överlämnas ett material som innehåller 1) viktiga basfakta, 2) presentation av Operation Kvinnofrid, 3) förslag till lämpliga åtgärder.

Kommunal förankring

Tidigare har kritik förekommit mot att Operation Kvinnofrids kurser, seminarier och konferenser genomförts centralt i Stockholm. Inför den fjärde kampanjen är det nödvändigt att förlägga aktiviteter ute i olika delar av länet.

Följande åtgärder är aktuella:

- Heldagskonferenser i Norrtälje, Södertälje och Nynäshamn för kommundirektörer, kommunpolitiker, särskilt socialnämndernas ordförande samt strategiska yrkesgrupper och andra nyckelpersoner.
- Kvällskonferenser i Norrtälje, Södertälje och Nynäshamn för studie- och föreningsledare samt andra folkrörelseaktiva.

Heldags- och kvällskonferenserna genomförs samma dag på respektive plats. Detta ökar lokaltidningarnas intresse. Vidare kan samma resurspersoner medverka.

Det bör observeras att ovanstående åtgärder åtminstone delvis sammanfaller med det s.k. regeringsuppdraget varför samordning sker.

Strategiska yrkesgrupper

Med strategiska yrkesgrupper avses i detta förslag anställda inom rättsväsendet, socialarbetare, förskole- och skolpersonal, anställda inom kriminalvården samt hälso- och sjukvårdspersonal. De som är verksamma inom dessa områden möter ofta misshandlade, våldtagna och kränkta kvinnor. Andra strategiskt viktiga grupper är yrkesverksamma fritidsledare och ungdomsledare.

Lämpliga aktiviteter kan vara länsövergripande informationskonferens för strategiska yrkesgrupper (genomförs i Stockholm), gemensamma fakta- och metod dagar för lärare och fritidsledare (genomförs i Norrtälje och Södertälje) samt gemensamma fakta- och metod dagar för poliser, socialarbetare och sjukvårdspersonal (genomförs i Södertälje och Upplands Väsby).

Operation Kvinnofrid kan dessutom på olika sätt medverka till att mäns våld mot kvinnor och nödvändigheten av att mobilisera motkrafter tas upp vid olika kurser och konferenser som arrangeras av landstinget och kommunerna.

Det bör observeras att ovanstående åtgärder åtminstone delvis sammanfaller med det s.k. regeringsuppdraget varför samordning sker.

Folkrörelsernas medverkan

En betydande del av dagen opinionsbildare är aktiva inom fackföreningar och andra intresseorganisationer, kyrkor och samfund, ideella folkrörelser och sociala nätverk. De har stora möjligheter att påverka sin omgivning. I den mån Operation Kvinnofrid lyckas mobilisera informella och formella opinionsbildare inom frivilligsektorn uppnås en betydande styrka. Personlig påverkan har en avgörande betydelse i all opinionsbildning. Förekommer dessutom budskapet massmedialt förstärks effekterna ytterligare.

Studieförbunden informerar och påverkar genom sitt breda kontaktnät dels via medlemsorganisationerna, dels direkt till allmänheten. De kan säkert intresseras för att genom studiecirklar, föreläsningar och seminarier ta upp mäns våld mot kvinnor och vad som behöver göras för att öka kvinnofriden.

Följande åtgärd har genomförts:

- ✓ Tre (3) planeringsmöten: FOSAM (studieförbunden i Stockholm), länsbildningsförbundet (studieförbunden i Stockholms län fransett Stockholms stad), Hela Människan (socialt arbete på kristen grund).

Följande åtgärder är aktuella:

- Tre (3) informationskonferenser för i ovanstående punkt nämnda organisationer.
- Kontaktkonferens med representanter för fackliga organisationer (plus företag och företagshälsovård).
- Materialpaket lämpade för användning på föreningsmöten, församlingsaftnar och liknande sammankomster.

Vid överläggningarna överlämnas till deltagarna ett material som innehåller 1) viktiga basfakta, 2) presentation av Operation Kvinnofrid, 3) förslag till lämpliga åtgärder.

Samarbete med och information till ungdomar

Inför den fjärde kampanjen med fokus på ungdomar i samhället, kommer en lekmanarkonferensgrupp att bildas med representanter från olika organisationer och föreningar, inklusive invandrarföreningar. Tänkbara partners är föreningen Revolt, tjejjourerna, RFSU, JämO, Terrafems ungdomsgrupper, Lugna gatan, Fryshuset, franska nätverket, kvinnojourer/-centrum, mansjourer/-centrum, Manliga Nätverket, BRIS Stockholm, BUP/PBU, Barnombudsmannen. Fler kommer förmodligen att inbjudas initialt.

Viktiga aktörer för att tillsammans med andra aktörer påverka ungdomars kunskaper, attityder och beteende är 1) lärare, 2) ungdomsrådgivare, 3) fritidsledare, 4) idrotts- och ungdomsledare. De tre förstnämnda är yrkesverksamma men den fjärde gruppen, idrotts- och ungdomsledare, arbetar som regel ideellt.

Följande åtgärd har genomförts:

- ✓ Ett planeringsmöte med SUS (samarbetsorgan för ungdomsorganisationerna i Stockholms län).

Följande åtgärder är aktuella:

- Metodkonferens för de som yrkesmässigt eller ideellt arbetar bland tonåringar (genomförs i Stockholm)

Studiematerial för ungdomsgrupper och elever delas ut på skolor, fritidsgårdar och föreningar, ett exempel kan vara Jämställdhetsombudsmannens bok om könsmobbning i skolan.

Information och opinionsbildning

I den mån Operation Kvinnofrids aktiviteter får allmänt intresse kan man med stor sannolikhet räkna med uppmärksamhet i tidningar, radio och tv. Respektive redaktionsledning bestämmer i vilken utsträckning publicering skall ske.

Operation Kvinnofrid kan nå ut med budskapet genom annonser och debattartiklar i tidningar och tidskrifter. Pressmeddelanden och specialmaterial bidrar till att sprida kännedom om Operation Kvinnofrid bland journalisterna.

Tack vare att landstinget, kommunerna och statliga myndigheter står bakom Operation Kvinnofrid bör det vara möjligt att genom deras information till allmänheten, personaltidningar, informationsblad och hemsidor nå ett flertal målgrupper. Genom löpande kontakter till exempel i samband med Operation Kvinnofrids aktiviteter kommer det att finnas underlag till artiklar inom området under en längre tid, vilket förhoppningsvis underlättar pressbevakningen i samband med den fjärde kampanjen.

Genom pressbevakning kan faktasammanställningar göras. Både arbetsgrupps- och styrgruppsdeltagare bör vara aktiva genom att publicera artiklar och delta i samhällsdebatten på olika sätt.

Följande åtgärder är aktuella:

- Möte med landstingets och kommunernas informations- och pressansvariga
- Möte med centrala myndigheters informations- och pressansvariga

Ekonomi

Aktuellt saldo att disponera för Operation Kvinnofrid vid utgången av år 2001 var 2,4 miljoner kronor.

Beräknade utgifter år 2002 för löpande administration, konsultarvoden, tryckningstjänster, informationstelefonen, landstingets utbildningskostnader samt utåtriktade aktiviteter, beräknas bli cirka 1,5 miljoner kronor.

Beräknade utgifter för år 2003 beror på vilken utformning som väljs för kampanjen. Om det blir ett beslut om affischkampanj, beräknas utgifterna bli 3,1 miljoner kronor. Det innebär att Operation Kvinnofrid behöver få in ytterligare 2,2 miljoner i sponsormedel.