

Uppmärksamhetsvecka om alkoholen

Manual för metoder och arbetssätt



Nationell uppmärksamhetsvecka om alkohol

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

INLEDNING	5
BAKGRUND	5
Projektet "Uppmärksamhetsvecka om alkoholen"	6
Vad görs i alkoholfrågan i andra länder?	6
Alcohol awareness weeks and months	6
WHO World Health Organization	7
EU:s alkoholpolicy och drogpolicy	8
SAMVERKAN KRING VECKA 45. VILKA KAN OCH BÖR INVOLVERAS?	10
SÅ ARBETADE VI UNDER ÅR 2022	10
Projektarbetsgrupp	10
Webbsida – vecka 45	11
Produktion av filmer för vecka 45	11
Pressmeddelande	12
Inlägg i sociala medier	12
Exempel på kommunikationsinsatser för vecka 45 2022	13
SÅ NÅR VI UT I MEDIERNA	15
AKTIVITETSMATERIAL FÖR VECKA 45	15
METODER OCH ARBETSSÄTT – EN MODELL FÖR FORTSATT ARBETE	16
En samarbetsmodell kring Vecka 45	16
Vecka 45 under hela året	17
UTVÄRDERING	19
Vad ska utvärderingen ge svar på?	19
Underlag för utvärderingen	19

MHF – Motorförarnas Helykterhetsförbund

Byängsgränd 8, 120 40 Årsta

e-post: info@mhf.se telefon: 08-555 765 55 (växel) webbplats: www.mhf.se

Inledning

Under åren 2004-2010 bedrev dåvarande Folkhälsoinstitutet ett projekt, "Riskbruksprojektet", med syftet att belysa alkoholfrågan ur samhällsperspektiv och skapa en aktörssamverkan på området. Som ett delprojekt av detta projekt genomfördes under åren 2008-2010 den nationella uppmärksamhetsveckan om riskbruk (vecka 45). Den var då främst riktad mot personal och patienter inom hälso- och sjukvården. Sedan 2011 har frivilligorganisationer fört denna uppmärksamhetsvecka vidare.

Den här manualen har utarbetats som en vägledning för ett kontinuerligt förebyggande arbete på alkoholområdet där en uppmärksamhetsvecka om alkoholen fungerar som inspiration till en bred samverkan mellan organisationer inom nykterhetsrörelsen och andra aktörer, t.ex. kommuner, myndigheter och företag. Manualen har möjliggjorts av bidrag från Stiftelsen Ansvar för framtiden.

Från MHF vill vi tacka alla som har medverkat i arbetet för vecka 45 2022 och samarbetat med oss i projektet.

Bakgrund

Nationella uppmärksamhetsveckan för riskbruk av alkohol har genomförts i över mer än 15 år under vecka 45. Under åren 2008 - 2010 genomfördes uppmärksamhetsveckan av FHI/Riskbruksprojektet och var då riktad mot personal och patienter inom hälso- och sjukvården.

Sedan 2011 är detta en satsning där många är delaktiga, som organisationer, företag, kommuner, landsting, länsstyrelser, andra myndigheter samt sjukvården. Socialstyrelsen presenterade i november 2011 nationella riktlinjer för sjukdomsförebyggande metoder, där man ger rekommendationer om hur man i hälso- och sjukvård kan förebygga sjukdomar genom att stödja patienter till hälsosamma levnadsvanor. Riskbruk av alkohol är en av levnadsvanorna man vill påverka.

Ungefär en miljon människor i Sverige har alkoholvanor som medför en ökad risk för ett stort antal hälsoproblem och skador, inklusive alkoholberoende. Alkoholen orsakar betydande samhällskostnader varje år. I en färsk undersökning beräknades alkoholens samhällsekonomiska konsekvenser till ca 103 miljarder kronor för 2017.

Alkoholpåverkade förare är fortfarande ett av de största trafiksäkerhetsproblemen.

- Cirka en av fyrahundra bilresor sker med onykter förare. Det handlar om mellan 12000 och 12500 rattfyllerikörningar per dygn.
- Cirka 50-80 personer omkommer varje år i trafiken på grund av alkohol- och/eller drogpåverkade förare. Det motsvarar 25-30 procent av samtliga omkomna i trafikolyckor.
- Mer än 1000 personer skadas svårt varje år på grund av rattfylleri.
- Många rattfyllerister är personer med alkoholproblematik, d.v.s. riskabla alkoholvanor eller alkoholberoende.

Det finns anledning att öka medvetenheten och att arbeta förebyggande: hos kommuner och myndigheter, inom hälso- och sjukvården, på skolor och universitet, i arbetslivet, i trafiken och inom ideell sektor m.fl. Motorförarnas Helykterhetsförbund, MHF, är en trafiksäkerhetsorganisation med särskild inriktning på trafiknykterhet. Förbundets övergripande vision "Ingen ska dö av rattfylleri" bidrar till att Nollvisionen i trafiken kan förverkligas. Förbundet vill påverka samhälle och individer för att uppnå en sund livsmiljö fri från alkohol och andra droger. Härigenom uppnås ökad folknykterhet och förbundet ges även härigenom möjlighet att vinna flera medlemmar. MHF har ansökt och beviljats projektmedel från SAFF Stiftelsen Ansvar För Framtiden för projektet Uppmärksamhetsvecka om alkoholen 2022.

Projektet "Uppmärksamhetsvecka om alkoholen"

Projektet "Uppmärksamhetsvecka om alkoholen" belyser alkoholfrågan ur samhällsperspektiv och bygger på vecka 45 som Folkhälsoinstitutet startade 2004 och som upphörde när Riskbruksprojektet upphörde. Sedan 2011 har frivilligorganisationer fört veckan vidare. MHF har deltagit i vissa aktiviteter i vecka 45 under tidigare år (t.ex. medverkan i intervjuer och framtagning av fakta om alkohol, droger och trafik) men har inte varit projektägare eller bedrivit del som ordinarie verksamhet. Projektet möjliggör en övergång till ordinarie verksamhet.

Projektet mål är att uppmärksamma alkoholproblematiken i samhället ur olika aspekter och att inspirera till hållbara förebyggande insatser från myndigheter, kommuner och lokala aktörer genom att visa på goda exempel från olika delar av landet. Viktiga målgrupper är primärvård, kommuner, arbetsliv och media. Projektet kulminerar medialt under v.45 2022 genom dagliga utspel i både traditionella medier och sociala medier.

Projektet vill vidareutveckla v 45 - konceptet att gälla alla årets dagar att omfatta alla åldrar och hela livscykeln med hänsyn till barn och unga och deras rätt till nykter och drogfri uppväxt. Spridning av information, forskningsresultat, framtagande av attitydförändrande material, påverka myndigheter och beslutsfattare. Projektet dokumenterar arbetssätt och metod i en manual som kan användas efter projektperioden.

Vad görs i alkoholfrågan i andra länder?

Under inledningen av projektarbetet har vi undersökt vad som görs i omvärlden för att uppmärksamma alkoholen genom att ta del av övergripande policy och uppmärksamhetsveckor i världen.

Alcohol awareness weeks and months

Alcohol Awareness Week är en chans att få människor att reflektera över sina alkoholvanor. Veckan syftar till att öka medvetandet om riskerna kring alkoholen och är en kampanj för förändring. Satsningen drivs och hanteras av Alcohol Change i Storbritannien. Varje år bestämmer Alcohol Change UK datum och tema för den kommande kampanjen och sprider gratis digitala resurser så att människor kan delta.

WHO World Health Organization

Världshälsoorganisationen (WHO), i samarbete med internationella partners, lanserade SAFER-initiativet 2018 tillsammans med FN:s tredje högnivåmöte om förebyggande och kontroll av icke-smittsamma sjukdomar (NCD). SAFER har utvecklats för att leverera hälso- och utvecklingsvinster för att uppfylla globala, regionala och nationella hälso- och utvecklingsmål och för att minska mänskligt lidande och smärta som orsakas av skadlig användning av alkohol.

Syftet med initiativet är att ge stöd till medlemsstaterna för att minska den skadliga användningen av alkohol genom att stärka det pågående genomförandet av den globala strategin för att minska den skadliga användningen av alkohol¹ och andra WHO- och FN-instrument – inklusive WHO:s globala handlingsplan för förebyggande och kontroll av NCDs² och FN:s mål för hållbar utveckling (SDG) mål 3.5 (dvs. stärka förebyggandet och behandlingen av missbruk, inklusive narkotikamissbruk och skadlig användning av alkohol).

Det finns en betydande kunskap tillgänglig om omfattningen av alkoholrelaterade skador och effektiva åtgärder för att minska denna skada. Viktiga beslut har fattats i WHO och i FN för att ge alkohol hög prioritet globalt och för att implementera effektiva lösningar; det är dags att leverera. Därför kommer SAFER att fokusera på de mest kostnadseffektiva prioriterade interventionerna ("bästa köpen") med hjälp av en uppsättning WHO-verktyg och resurser för att förebygga och minska alkoholrelaterade skador.

SAFER består av tre komponenter som arbetar tillsammans för att stödja leveransen av WHO:s "bästa köp" och WHO:s globala alkoholstrategi:

- A. Ett WHO-lett paket med teknisk vägledning om effektiva policy- och programinsatser.
- B. Ett operativt program som leds av WHO/FN med fokus på länders åtgärder.
- C. En kommunikations- och opinionskampanj med flera intressenter

Genomförandet av SAFER-initiativet kommer att ledas och hanteras av WHO:s huvudkontor och dess regionala kontor i samarbete med UNDP och FN:s interagency Task Force för förebyggande och kontroll av NCDs med starkt engagemang från medlemsstaterna och civilsamhällets organisationer.

Department of Mental Health and Substance Use, med stöd från FN:s interagency Task Force on NCDs, kommer att fungera som sekretariat för SAFER-initiativet. Alla aktiviteter under SAFER kommer att kräva godkännande av WHO i enlighet med WHO:s ramverk för engagemang med icke-statliga aktörer. Global Alcohol Policy Alliance, Movendi International, NCD Alliance och Vital Strategies är redan engagerade i att samordna det civila samhällets engagemang för att främja och implementera SAFER.

Alla partners i SAFER-initiativet kommer att vara ambassadörer för programmet och kommer att ha ett ansvar att förespråka och främja initiativet både kollektivt och individuellt.

I SAFER initiativet ges även riktlinjer till hur det ska tillhandahållas och genomdriva åtgärder mot rattfylleri:

Trafikanter som är påverkade av alkohol har betydligt högre risk att bli inblandade i en krock. Att anta och upprätthålla starka lagar om rattfylleri och låga gränser för alkoholkoncentrationer i blodet via nykterhetskontrollpunkter och slumpmässiga utandningsprov kommer att hjälpa till att vända utvecklingen.

Vad ska man göra?

Flera åtgärder finns tillgängliga för regeringar som vill vidta konkreta åtgärder för att motverka rattfylleri. Till exempel:

- Gränser för blodalkoholkoncentration (BAC) kan fastställas och begränsas (med lägre gränser för nybörjare och yrkesförare);
- Nykterhetskontroller, slumpmässiga utandningsprov, administrativt upphävande av körkort, graderade körkort för nybörjare och tändningslås är effektiva för att minska alkoholpåverkad körning; och
- Andra kompletterande åtgärder inkluderar obligatorisk förarutbildning, tillhandahållande av alternativa transporter, rådgivning och, vid behov, behandlingsprogram för återfallsförbrytare och noggrant planerade, högintensiva och väl genomförda massmediekampanjer.

Samma initiativ innehåller även motiveringar till **varför** detta arbete ska göras, **hur** och **med vilka samarbetsparter**.

Massmediakampanjer och poliskontroller bör inte begränsas till specifika helgdagar eftersom rattfylleri förekommer under hela året. Under semesterperioder kan dock verkställighetsfrekvensen och mediekampanjernas synlighet ökas. (Källa: WHO)

[EU:s alkoholpolicy och drogpolicy](#)

[European framework for action on Alcohol 2022-2025](#)

[European Drug policy 2022-2025](#)

Europeisk ram för antagandet för alkoholåtgärder för 2022–2025

Strategisk vision: Säkrare och en europeisk region som är fri av alkoholskador

Uppmaning till handling: Ett tiotal exempel om uppmärksamhetsveckor/månader, "Alcohol Awareness weeks and months"

- Dry January, UK

<https://www.pinterest.se/csmallzzz/alcohol-awareness-week/>

- [Your community handbook for Alcohol Awareness Week and Dry January \(pdf\)](#)
- [A slide deck on the benefits of running an alcohol public health campaign in your community \(pdf\)](#)

<https://s3.eu-west-2.amazonaws.com/files.alcoholchange.org.uk/images/AC-Lauch-report-online.pdf>

- National Drug and Alcohol facts week Mars 21 -27, 2022 South Dakota, US
- National Alcohol Awareness month -April 2022, Marty Mann, US
- National Alcohol screening day April 7
- National Alcohol and other Drug related Birth Defects Awareness Week in May
- June 15, <https://teens.drugabuse.gov/national-drug-alcohol-facts-week>
- Aug 31 International Drug overdose Awareness Day
- College students Oct <https://www.niaaa.nih.gov/publications/brochures-and-fact-sheets/college-drinking>,
- UK 15-21 November Campaigning for change – a safer Europe
- Canada National Addictions Awareness Week (NAAW) is from November 22 to 28. Change Begins with Me is the theme for this year's National Addictions Awareness Week (NAAW).
- December A National Impaired Driving Prevention month, US.

December månad har varit känd som National Impaired Driving Prevention Month sedan 1981. Enligt American Public Health Association anses tidsperioden mellan Tacksägelsedagen och nyårsdagen vara den farligaste tiden på amerikanska vägar på grund av nedsatt körning.

- European Awareness Week on Alcohol Related Harm, sedan 2017 i November.
- I Need You To Say No Campaign | Alcohol. Think Again (alcoholthinkagain.com.au) Australien
- Exempel på material [Alcohol Awareness Month 2021 Toolkit - Partners In Prevention \(pipnj.org\)](http://Alcohol Awareness Month 2021 Toolkit - Partners In Prevention (pipnj.org))
- [alcohol awareness month 2022 printable resources - Sök \(bing.com\)](#)

För det fortsatta arbetet med "Uppmärksamhetsvecka om alkohol" finns möjlighet att hämta inspiration från och att ta lärdom av de olika veckorna och månaderna enligt ovanstående för att om möjligt schemalägga uppmärksamhetsaktiviteterna över hela året.

Samverkan kring vecka 45. Vilka kan och bör involveras?

Syftet med vecka 45 är att, i bred samverkan med många aktörer, uppmärksamma alkoholproblematiken i samhället och inspirera till verkningsfulla åtgärder. Det är därför viktigt att involvera många delar av samhället: ideella organisationer och trossamfund, studieförbund, länsstyrelser och regioner, regionala och kommunala alkohol- och drogsamordnare, primärvård, Mödravårds- och Barnavårdscentraler och Familjecentraler, Polisen och andra myndigheter, kommuner, forskare, politiker på central, regional och lokal nivå m.fl. När det gäller kommunerna kan kontakter tas med nämnder och förvaltningar – politiker, tjänstemän och kommunägda företag. Trafikskolor och bilprovningföretagen kan involveras när det gäller arbetet för trafiknykterhet. Systembolagets butiker samt IQ kan också vara bra samverkanspartners för vecka 45.

Som ett exempel kan nämnas de samverkansaktörer som förutom MHF involverades lokalt i Stockholms län under 2022:

- Akademiskt Primärvårdscentrum, Stockholms län, som har kontakt med primärvården. Det finns 240 vårdcentraler i Stockholms län.
- Länsstyrelsen som har kontakt med kommunerna i Stockholms län när det gäller ANDTS. Finns 25 kranskommuner och 13 stadsdelsområden.
- Region Stockholm, "Enheten för hälsofrämjande levnadsvanor"
- Ulric Hermansson, forskare vid Karolinska institutet
- Svensk trafikmedicinsk förening
- Stockholms Stift med över 50 församlingar i Stockholms län
- Systembolaget som skickat info till sina samtliga systembutiker i Sverige i anslutning till Vecka 45
- Cancerfonden

Inför kommande år finns även önskemål om att också kunna samverka med Eva-mottagningen, Beroendemottagningen Region Stockholm, Sahlgrenska Universitetssjukhuset, CAN, studieförbunden m.fl.

Så arbetade vi under år 2022

Verksamheten kring Vecka 45 har haft olika utformning under olika år, bland annat beroende av vilka som medverkat aktivt i uppmärksamhetsveckan. 2022 års arbete har framförallt haft en medial inriktning med fokus på såväl traditionella som sociala medier. Projektets mål har varit att uppmärksamma alkoholproblematiken i samhället ur olika aspekter och att inspirera till hållbara förebyggande insatser från myndigheter, kommuner och lokala aktörer. Det har gjorts genom att visa på goda exempel från olika delar av landet genom kortfilmer och dokumentationer. Viktiga målgrupper har varit primärvård, kommuner, arbetsliv och media.

Projektarbetsgrupp

En projektarbetsgrupp bildades, bestående av Lars Olov Sjöström (trafiksäkerhetschef och ANDT-ansvarig hos MHF), Gun-Lis Roos (aktiv lokal funktionär inom MHF och socialpolitiskt inriktad kommunpolitiker med lång erfarenhet från Stockholms läns nykterhetsförbund m.m.), Micke Valier (kommunikationsansvarig hos MHF) och Leena Haraké (erfaren projektledare och debattör med stor kunskap inom alkoholområdet). Från och med augusti har Mari Haglund övertagit Micke Valiers uppgifter. Projektarbetsgruppen har mötts regelbundet och arbetat tillsammans under hela projektperioden. Tidigt togs kontakt med

ett antal sakkunniga samt erfarna och aktiva praktiker inom alkoholområdet. De har på olika sätt bidragit till projektet med sin sakkunskap. Flera av dem har också medverkat i de filmer som vi har producerat.

Webbsida – vecka 45

I anslutning till projektet utarbetades en särskild webbsida, www.mhf.se/vecka45, som lanserades i november. Webbsidan finns kvar också efter vecka 45, åtminstone fram till nästa års uppmärksamhetsvecka. På webbsidan finns en övergripande presentation av vecka 45 och dess syfte. Där finns också en rad olika webbtexter med fakta och information om olika aspekter på alkohol i samhället och hur det förebyggande arbetet är uppbyggt idag. Där finns en kortfattad beskrivning av hur olika aktörer arbetar och med vilka metoder detta arbete sker. Det handlar bland annat om kommunerna, länssamordnarna, Folkhälsomyndigheten, Polisen, Trafikverket, Transportstyrelsen, hälso- och sjukvården, arbetslivet, studenthälsan, företagshälsovården, CAN, ALNA, IQ, SANDT-podden m.fl. På sidan finns också webblänkar till myndigheter, forskare och ideella organisationer.

Produktion av filmer för vecka 45

Vi producerade också ett antal korta filmer för digital spridning i form av intervjuer och reportage, en för varje vardag under vecka 45, som visar på alkoholproblematik ur olika perspektiv och lyfter fram inspirerande exempel, på hur förebyggande insatser kan planeras och genomföras året runt. För filmproduktionen engagerades, utöver projektarbetsgruppen, även Tomas Jonsson hos MHF och filmaren Tommy Abrahamsson. Tomas Jonsson har tidigare bl.a. arbetat med lokal-TV och leder ett arbete med produktion av rörlig media i en nybyggd studio i Tibro. Tommy Abrahamsson är filmproducent på Abrahamsson Film.

Följande filmer producerades genom projektet:

- En kort teaserfilm med fokus på de alkoholrelaterade problem i samhället som tas upp i anslutning till vecka 45. Filmen lades ut på sociala medier inför vecka 45.
- En film om alkohol och trafik. I filmen medverkar Lars Englund, som med sin stora erfarenhet efter 30 år som chefsläkare vid Vägverket och Transportstyrelsen, är den läkare i Sverige som har störst erfarenhet av vad som krävs av den som åkt fast för rattfylleri för att få tillbaka sitt körkort. Möjligheten att delta i verksamheten med körkort med villkor om alkohol tas upp.
- En film om alkohol och arbetsliv. I filmen medverkar Ulric Hermansson, som är en av dem mest meriterade i Sverige när det gäller frågor som berör alkohol och narkotika i arbetslivet.
- En film om alkohol och brottsförebyggande arbete. Mats Burman, med lång erfarenhet som samordnare hos Länsstyrelsen Norrbotten, förklarar hur ett långsiktigt och brottsförebyggande arbete kräver en väl fungerande samverkan såväl nationellt, regionalt och på lokal nivå. Många av de brott som sker i samhället är konsekvenserna av ett riskbruk kopplat till alkohol. I filmen ges en inblick i Länsstyrelsens viktiga arbete med att stödja utvecklingen av kunskap och problembaserat brottsförebyggande arbete.
- En film om alkohol och hälsa. I filmen intervjuas Thomas Andersson, som jobbar förebyggande mot alkohol och droger kopplat till psykisk hälsa på Region Jämtland Härjedalen. Han berättar om regionens samarbete med kommunerna och

föreningarna i projektet "Mobilisering mot droger". Äldre och alkohol, ungdomar samt ren träning är några fokusområden i projektet. I Region Jämtland Härjedalen har en digital rutin införts för att underlätta arbetet med SMADIT (Samverkan mot alkohol i droger i trafiken). SMADIT handlar om att när polisen stoppar en förare misstänkt för rattfylleri eller drograttfylleri, ska föraren erbjudas en snabbkontakt till vården.

- En film om alkolås och alkoholmätare som verktyg för nykter trafik. Tomas Jonsson, projektledare och VD för MHF Testlab ger i filmen en inblick i hur en alkomätare fungerar och vad man ska tänka på vid ett eventuellt köp.
- En film om nyktert studentfirande. Gun-Lis Roos från MHF Sollentuna berättar i filmen om MHF:s samarbete med Sollentuna kommun kring att arrangera olika aktiviteter kopplade till nykterhet och trafiksäkerhet. Ett alkoholfritt studentfirande är ett exempel på en aktivitet som MHF Sollentuna genomfört tillsammans med Sollentuna kommun under många år med gott resultat.

Alla filmerna lades ut på webbplatsen för vecka 45 samt i MHF:s Youtubekanal, till vilken vi kunde länka i pressmeddelande och inlägg på sociala medier. Varje dag under vecka 45 presenterades en film via Facebook.

Pressmeddelande

Inför vecka 45 skickades ett pressmeddelande ut till ett stort antal svenska medier. Där beskrevs kortfattat några av de alkoholrelaterade samhällsproblem som vi ser idag samt syftet med uppmärksamhetsveckan Vecka 45. Ett antal tidningar och ett par radiokanaler skrev notiser och artiklar samt gjorde inslag och intervjuer om vårt projekt. Vi spred också pressmeddelandet på sociala medier. Pressmeddelandet översattes till engelska av organisationen NordAn (Nordic Alcohol and Drug Policy Network) och spreds av dem på Facebook till hela deras nätverk i de nordiska och baltiska länderna.

Inlägg i sociala medier

Inför och under vecka 45 gjordes ett stort antal inlägg i sociala medier, främst via Facebook och Twitter. MHF förfogar bland annat över Facebookgrupperna "Jag vill inte förlora vänner och familj – kör inte full" med 205 000 gillare, "MHF – ingen ska dö av rattfylleri" samt en rad lokala MHF-profilerade Facebookgrupper. Inför veckan spreds teaserfilmen om vecka 45 samt det utsända pressmeddelandet. Varje dag gjordes sedan inlägg med information om och direktlänk till dagens film samt om annat gällande vecka 45. Våra inlägg spreds i sin tur viralt till andra via medlemmar och organisationer inom nykterhetsrörelsen och andra intresserade. Därigenom fick veckan ett mycket gott genomslag i sociala medier. De experter som medverkat i filmerna var också mycket aktiva med att sprida filmerna och informationen om vecka 45.

Exempel på kommunikationsinsatser för vecka 45 2022

Projektarbetsgruppen gjorde särskilda insatser för att sprida information om vecka 45 genom olika kanaler. Några exempel:

Leena Haraké:

- Spridning av information om goda exempel från landet via twitter dagligen direkt till 1345 följare och deras nätverk under v. 45.
- 22-11-12 Svar från Kanada, Alcohol Awareness, tack för informationen om riskerna med alkohol i trafiken, Fred Scarfe, till 10 601 följare, och traumaterapeut Svava Brooks från USA med 3813 följare.
- 22-11-11: Tweet Om filmen med Gun-Lis Roos om Sollentuna s arbete kring Alkoholfri studentfirande och studentflak, 116 visningar, Retweet 39 visningar.
- 22-11-10 Tweet om länken till Helsingborgs Verktyglåda inkl SANDT-podd, som kan laddas ner från App store, Stefan Åberg, 130 visningar och vidarebefordrat till följare av SANDT-poddens 10 000 följare, 38 retweet.

Visningar

- 22-11-10 Tweet om filmen Alkohol och Arbetslivet med Ulric Hermansson, 60 visningar.
- 22-11-10 Tweet om filmen SMADIT med Thomas Andersson, Jämtland/Härjedalen, 60 visningar, retweet 41 visningar.
- 22-11-09 Tweet om filmen brottsförebyggande arbete med Mats Burman i Ist Norrbotten, 52 visningar.
- 22-11-09 Tweet om filmen om Trafikmedicin med distriktsläkare Lars Englund, 46 visningar.
- 22-11-08 tweet om MHF och v. 45, 130 visningar.
- 22-11-07 retweet och översättning av v. 45 av S G NordAN , visning i 6 länder i Norden och Baltikum.
- 22-11-07 Tweet om v.45 och teaserfilm, 99 visningar, 14 vfb
- 22-11-04 Tweet om v.45 och hänvisning till filmerna, 170 visningar

Gun-Lis Roos: Spridning av information och underlag av goda exempel skedde veckorna före vecka 45 och under vecka 45. Gun-Lis ringer alltid först och skickar sedan mail med bilagor med information och uppmanar att sprida informationen vidare:

- Spridning via mail och Facebooks sidorna "Uppmärksamhetsveckan om alkohol - Vecka 45" och "Barn ska inte drabbas av vuxnas alkoholmissbruk" och "Min egen Facebooks sida". Inlägg på Facebooks sidorna varje dag under vecka 45, bl.a. med länkar till de inspelade filmerna.
- Sollentuna kommun spred information och affischer har skickats till vårdcentraler samt till bibliotek och väntrum m.fl. Det har även annonserats på kommunens Facebook sida och Instagram. Sollentuna kommun gör denna satsning varje år. Lokala MHF har ett bra samarbete med Förebyggande enheten, Beroendemottagningen, Kommunikationsavdelningen och politiker. De är viktiga samarbetspartner när det gäller det förebyggande arbetet om alkohol och andra droger.

Övriga samarbetspartner under vecka 45 2022:

- Akademiskt Primärvårdscentrum, Stockholms län, som har kontakt med primärvården. Det finns 240 vårdcentraler i Stockholms län.
- Länsstyrelsen som har kontakt med kommunerna i Stockholms län när det gäller ANDTS. Finns 25 kranskommuner och 13 stadsdelsområden.
- Region Stockholm och dess satsning "Hälsofrämjande levnadsvanor"
- Stockholms Stift med över 50 församlingar i Stockholms län
- Systembolaget som skickat info till sina samtliga systembutiker i Sverige
- Cancerfonden

Gun-Lis Roos har genom arbetet med vecka 45 även haft kontakt med många fler, bl.a. Eva-mottagningen, Beroendemottagningen Region Stockholm, Sahlgrenska Universitetssjukhuset, Studieförbunden m.fl. men lyckades inte här få tag på de ansvariga personerna. Dessa aktörer är det viktigt att få till ett samarbete med framöver. Sahlgrenska Universitetssjukhuset har jobbat med vecka 45, och MHF har kunnat använda deras material/satsningar under flera år.

I Sollentuna finns en Socialpolitisk arbetsgrupp, Liberalerna, som består av politiker från olika nämnder och med lång erfarenhet från arbetslivet. Gruppen startade första gången 2003 och var verksam under ett antal valperioder. I februari 2020 startade gruppen på nytt och arbetet berör alla områden och alla åldersgrupper när det gäller de socialpolitiska frågorna. En viktig del av arbetet är att bl.a. arbeta förebyggande och med tidiga insatser när det gäller alkohol, narkotika och beroendeframkallande substanser, som är orsak till många av de problem som förekommer i trafiken och i samhället. Det blir fler och fler alkohol- och narkotikapåverkade bilförare, så där behövs det krafttag från politiker och beslutsfattare. En viktig målgruppen för ANT utbildning är bl.a. gymnasie- och högstadieelever. Det är ungdomar som kommer att ta körkort.

Initiativtagare till den socialpolitiska arbetsgruppen i Sollentuna är Gun-Lis Roos, MHF, Sollentuna. Det finns ett bra samarbete med samtliga partier och tjänstemän i kommunen. Det blir kraftfullt att jobba tvärpolitiskt för det ger resultat.

Lars Olov Sjöström har med stöd från MHF:s informatörer kommunicerat vecka 45 på olika sätt, t.ex.

- Spridning av information om webbplatsen för vecka 45 och de producerade filmerna via pressmeddelande och sociala medier, bl.a. den stora Facebookgruppen "Jag vill inte förlora vänner och familj – kör inte full" med över 200 000 följare.
- Medverkan som föreläsare på Folkhälsomyndighetens nationella dialogmöte den 8-9 december. Samtliga deltagare fick via Folkhälsomyndigheten information om och länkar till webbplatsen vecka 45 och de producerade filmerna.
- MHF har lyft in insatserna med vecka 45 i den nationella aktionsplanen för säker vägtrafik där det bland annat sägs: "MHF verkar för att trafiknykterhet får en ökad prioritet inom folkhälsoarbetet."

Så når vi ut i medierna

Dagens medielandskap har förändrats jämfört med tidigare. Traditionella medier, d.v.s. press, radio och TV har fortfarande en ganska stor betydelse, men dess roll har förändrats radikalt. De sociala medierna med alla dess kanaler har ökat oerhört i betydelse genom en explosionsartad ökad användning hos allmänheten. Nu kan många fler bli avsändare av budskap och information vilket leder till ett ökat informationsflöde och en konkurrensutsättning för all information. De traditionella medierna har anpassat sin verksamhet till detta faktum och anställt redaktörer för webb och sociala medier och kommunicerar sitt redaktionella material *både* via traditionella kanaler *och* de nya digitala kanalerna.

Samtidigt överflödas samhället av mängder av nya aktörer som med enkla och billiga medel kan nå ut med sitt budskap, oavsett om det är politiskt, ideellt, kommersiellt eller rent privat. I detta informationsflöde är inte faktagranskning och saklighet någon självklarhet, vilket lett till att mycket desinformation förekommer. Vi ser också att politiker och beslutsfattare skapar egna kommunikationsplattformar och bygger upp ett varumärke kring sin person. Där kan de ifrågasätta och gå i polemik med kritik mot deras politiska gärning som förekommer i traditionella medier. Ett extremexempel på detta är Donald Trump i USA.

För ideella organisationer som MHF och andra inom nykterhetsrörelsen blir det därför viktigt att se över kommunikationsstrategierna för att kunna förbli relevanta folkbildare och opinionsbildare. Vi behöver lära oss att använda de nya kommunikationskanalerna på ett effektivt sätt. Detta utan att göra avkall på att det som vi går ut med ska vara faktabaserat och granskat innan publicering. Ovanstående redogörelse för aktiviteterna under vecka 45 2022 visar på några av de möjligheter som står till buds.

Aktivitetsmaterial för vecka 45

De material som används för vecka 45 måste vara fakтамässigt säkerställda och bygga på vetenskapligt underbyggda fakta och analyser. Några viktiga faktakällor gällande alkohol, hälsa och samhälle är hemsidorna hos Socialstyrelsen, Folkhälsomyndigheten, CAN och IQ. Flera av nykterhetsorganisationerna har också bra fakta-material på sina webbsidor. När det gäller området alkohol och trafik har både Trafikverket och MHF bra och faktabaserad information på respektive webbplats.

Det bedrivs en hel del forskning vid de svenska universiteten och universitetssjukhusen. Varje år publiceras där aktuell forskning som kan lyftas fram under vecka 45. Via universitetens webbplatser finns möjlighet att söka efter publikationer på alkoholområdet.

Det material som används för vecka 45 riktat till olika målgrupper måste utformas på ett lättillgängligt sätt för respektive målgrupp. Både tal och skriven text bör undvika svåra ord och krånglig text. Det som produceras i textformat bör kunna spridas digitalt, även om en upplaga tas fram i tryckt form. En lättläst broschyr som sammanfattar den viktigaste aktuella informationen om alkoholen i samhället och om vecka 45 kan tas fram, både i tryckt och digital form. För filmer och ljudupptagningar som produceras gäller, att de måste redigeras till ett format som lämpar sig för digital spridning via webb och sociala medier. Här finns utrymme för både mycket korta och något längre filmer och ljud/radioinslag.

Inför vecka 45 bör en eller ett par debattartiklar skrivas med målet att de publiceras i någon av de större medierna. En debattartikel i aktuella alkoholfrågor behöver förberedas grundligt. Artikeln måste vara faktabaserad, välformulerad och anpassad till det format gällande antalet tecken som gäller för den tidning där man vill få de publicerad. Det är viktigt att ta kontakt med tidningen i god tid. Om en tidning inte vill ta in debattartikeln kan den sändas in till en annan tidning.

En särskild webbplats för vecka 45 är nödvändig som en bas och ett "nav" för information och kommunikation. Där kan projektansvariga lägga upp ett antal webbartiklar, filmer, länkar och informationsmaterial som är relevanta för veckan. Hänvisningar och länk till webbsidan kan göras i e-postmeddelanden, pressmeddelanden och inlägg på sociala medier.

Metoder och arbetssätt – en modell för fortsatt arbete

Arbetet med vecka 45 kan naturligtvis vidareutvecklas på olika sätt. Vi tror dock på den grundläggande idén att det fungera som en uppmärksamhetsvecka för alkoholen och som en modell för en bred samverkan på samhällsnivå för att förebygga alkoholens skadeverkningar i samhället.

En samarbetsmodell kring Vecka 45

Vecka 45 som verksamhet har möjlighet att också i fortsättningen ha betydelse i samhället när det gäller alkoholfrågorna. Det förutsätter dock att det sker i en form där många aktörer kan bidra och samarbeta. Se ovanstående beskrivning under rubriken "Samverkan kring vecka 45". Med tanke på att vecka 45 ligger under november månad är det viktigt att planeringen startar senast vid årets början. Om särskild finansiering ska sökas bör det göras ännu tidigare.

Planeringen kan inledas genom en ett förberedande möte till vilket olika aktörer inbjuds. Vid det mötet kan den övergripande inriktningen diskuteras och en projektarbetsgrupp utses. Den utsedda arbetsgruppen påbörjar därefter sitt arbete genom att göra en verksamhetsplan och en utvärderingsplan för vecka 45 och att engagera de personer som man önskar få med i arbetet. De får sedan upprätthålla kontakter med alla aktörer som kan involveras i samarbetet.

De som deltar i det förberedande mötet kan under hela projekttiden få regelbunden information per mail från projektarbetsgruppen och ges möjlighet till att lämna konkreta förslag och idéer för vecka 45. Självfallet kan de också engageras för olika uppgifter i projektet och medverka i utvärderingsprocessen.

Vecka 45 under hela året

Det finns naturligtvis en poäng med en uppmärksamhetsvecka om alkoholen där frågorna om alkohol och samhälle kommuniceras starkt under ett antal dagar. Denna kommunikationssatsning behöver dock konkretiseras i samhället i form av konkreta förbyggande insatser året om via olika aktörer och samverkansorgan. Ett sådant "årshjul" skulle t.ex. kunna byggas enligt följande.

Januari

Tema: Helynkterhet: Forskning, global alkoholkonvention, hälsovinster, policyfrågor

Aktiviteter: Utbildning på skolor om alkohol och narkotika. Även för föräldrar, politiker m.fl.

Februari

Tema: Hur vuxnas alkoholkonsumtion påverkar barnen

Aktiviteter: Utbildning på förskolor och skolor om alkohol och narkotika. Målgrupper personal och föräldrar.

Mars

Tema: Kvinnor och alkohol – från vaggan till graven

Aktiviteter: Information till blivande och nyblivna mödrar via mödravårdscentraler, barnavårdscentraler och familjecentraler. Fokus på alkohol kopplat till graviditet och föräldraskap.

April

Tema: Alkohol som utvecklingshinder – folkhälsa och fattigdomsbekämpning

Aktiviteter: Uppmärksamma hur alkoholpreventiva insatser är en nyckel för framgångsrikt bistånd och utveckling i fattiga länder. Presentation av hur Svenska FN-förbundet beslutat att ta in alkoholen i sin utvecklingsagenda, och hur paraplyorganisationerna ForumCiv och Svenska missionsrådet har tagit in alkoholfrågan i sina omvärlds- och projektanalyser. Produktion och spridning av kortfilmer som exempelvis "Så är alkohol ett hinder för utveckling" (IOGT-NTO)

Maj

Tema: Folknykterhet, trafiknykterhet och utbildning

Aktiviteter: Utbildning/temadagar på skolor om alkohol och narkotika. Även för föräldrar, politiker m.fl. Flera nykterhetsorganisationer har tagit fram pedagogiskt material för grundskola och gymnasium. I skolan kan också delar av Trafikverkets material *Gratis i skolan* användas, t.ex. "Skapa en kampanj mot alkohol och narkotika i trafiken" (åk. 7-9) och "Hur påverkar alkohol och narkotika oss i trafiken?" (gymnasiet)

Juni

Teman: Nykterhet vid studentfirande och skolavslutning, Tryggt sommarlov: Tänk på barnen - förebygg missbruk av alkohol och andra droger under semestern, Nykter och drogfri sommartrafik på vägar och på sjön.

Aktiviteter: Nyktert studentfirande i samarbete mellan kommuner och ideella föreningar. Trafiknykterhetsinformation på rastplatser och mackar. Aktiviteter för fritidsbåtagare med familjer i gästhamnar.

Juli-augusti

Teman: Tryggt sommarlov: Tänk på barnen - förebygg missbruk av alkohol och andra droger under semestern, Nykter och drogfri sommartrafik på vägar och på sjön.

Aktiviteter: Produktion och digital spridning av kortfilmer om risker med ökad alkoholkonsumtion på semestern och hur barn upplever vuxnas drickande.

Trafiknykterhetsinformation på rastplatser och mackar. Aktiviteter för fritidsbåtagare med familjer i gästhamnar.

September

Teman: Alkohol och fosterskador, unga och alkohol

Aktiviteter: Internationella FAS-dagen den 9 september. Utbildning på skolor om alkohol och narkotika. Även för föräldrar, politiker m.fl.

Oktober

Tema: Studentliv och alkohol

Aktiviteter: Utbildning på gymnasier och universitet om alkohol och narkotika. Även för föräldrar, studentkårer, politiker m.fl.

November

Tema: Uppmärksamhetsvecka om alkoholen – Vecka 45. Särskilt fokus på alkohol och våld

Aktiviteter: Aktiviteter inför och under vecka 45 enligt särskild plan

December

Teman: Nykter trafik, nyktra föräldrar och vuxna på jullovet

Aktiviteter: Påverkansaktiviteter gällande trafiknykterhet till och från julfirande och under helgerna. Spridning av Vit jul-kampanjen med syfte att få fler vuxna att avstå alkohol under julen – för sin egen och för barnens skull.

Utvärdering

Vecka 45-aktiviteterna kan utformas med lite variation mellan åren, men naturligtvis bör verksamheterna utvärderas. En utvärderingsplan kan lämpligen upprättas tidigt i planeringen så att såväl varje del av satsningen som helheten kan utvärderas på lämpligt sätt. Utvärderingsplanen får då en naturlig koppling till den aktivitetsplan som också behöver tas fram tidigt i processen.

Vad ska utvärderingen ge svar på?

Oftast vill den som planerar och genomför ett projekt ha svar på några övergripande frågor:

1. Uppnåddes målen med projektet?

För att se om projektets mål har uppnåtts är det lämpligt att dela upp målen i *aktivitetsmål*, d.v.s. mål för vad som ska göras och *effektmål*, som beskriver vad som man vill ska uppnås.

2. Hölls tidsplanen?

Det är viktigt att utvärdera hur tidsplanen har följts. Ofta underskattas tidsåtgången för de förberedande insatserna och då kan det lätt uppstå tidsnöd. Genom utvärderingen läggs en grund för en bättre tidsplan för nästa projekt.

3. Följde projektet budget?

Vilka kostnader blev lägre eller högre än budgeterat? Hade något kunna genomföras till lägre kostnad.

4. Vad har vi lärt oss med projektet har pågått?

Att arbeta med projekt som vecka 45 är en lärande process som kan ge ny kunskap. Det förutsätter att de inblandade har en vilja att uppnå ständiga förbättringar. Då kan det vara en hjälp att ställa sig frågor som "Vad gick bra?", "Vad gick mindre bra?", "Vad kan göras annorlunda?", "Hände något oväntat?" o.s.v. Det är viktigt att alla inblandade får vara med i diskussionen, lämpligen vid ett utvärderingsmöte enligt nedanstående.

Underlag för utvärderingen

Det finns en mängd utvärderingsmetoder som används i olika sammanhang. Oavsett metodval behövs insamling av data från den genomförda verksamheten. Det kan vara intervjuer eller enkäter med personer från den eller de målgrupper som man riktat sig till. De bör då göras i nära anslutning till de aktiviteter som genomförts. Projektledare och funktionärer kan också besvara en enkät om hur de har upplevt verksamheten.

Statistik kan föras över hur många som nåtts direkt av aktiviteterna och hur stort det mediala genomslaget har varit. Det finns ett flertal mediabevakningstjänster att tillgå. MHF använder kontinuerligt Retriever och kan därigenom få underlag om t.ex. tidningsartiklar och inslag i radio eller TV. Det finns också verktyg för att mäta aktiviteter på sociala medier.

Ett särskilt utvärderingsmöte kan rekommenderas som ett sätt att följa upp hur ett projekt har gått. Samla projektledning och funktionärer till samtal och dokumentera det som kommer fram vid mötet!