

En nasjonal nettportal om vold i nære relasjoner og voldtekt

Tre mulige konsepter

Geir Borgen (NKVTS), Lene Gulbrandsen (Bouvet)

Nasjonalt kunnskapssenter
om vold og traumatisk stress a/s

En nasjonal nettportal om vold i nære relasjoner og voldtekt

Tre mulige konsepter

Geir Borgen, (NKVTS)
Lene Gulbrandsen (Bouvet)

Oktober 2013

Nasjonalt kunnskapssenter om vold og traumatisk stress (NKVTS) er et selskap under Unirand AS som er heleid av Universitetet i Oslo. NKVTS består av tidligere Psykososialt senter for flyktninger, Kompetansesenter for voldsofferarbeid, Nasjonalt ressurscenter for seksuelt misbrukte barn og deler av Kontoret for katastrofepsykiatri.

Formålet med senteret er:

- Å utvikle, vedlikeholde og spre kompetanse og kunnskap som kan bidra til:
- Å redusere helsemessige og sosiale konsekvenser av vold og traumatisk stress
- Å forebygge vold og traumatisk stress

Senterets oppgaver er forskning, utviklingsarbeid, undervisning, formidling og veiledning. Bak opprettelsen av senteret står: Barne- og likestillingsdepartementet, Helse- og omsorgsdepartementet, Justis- og politidepartementet, Forsvarsdepartementet og Arbeids- og inkluderingsdepartementet.

Henvendelse vedrørende publikasjonen rettes til Nasjonal kunnskapssenter om vold og traumatisk stress. Kontaktinformasjon på www.nkvts.no

1	Innledning og bakgrunn	4
2	Sammendrag	5
3	Avgrensninger i forslaget og rapporten	5
3.1	Konseptuelle avgrensninger.....	6
3.2	Grafiske avgrensninger.....	6
3.3	Tekniske avgrensninger.....	6
3.4	Omfang og kostnad.....	6
4	Suksesskriterier	6
4.1	Bør eies av nasjonal aktør	7
4.2	Mål for tjenesten	7
4.2.1	Overordnede mål	8
4.3	Markedsstrategi.....	9
4.3.1	Jungeltelegrafen.....	10
4.3.2	Markedsføring – faginteressenter	10
4.3.3	Markedsføring – befolkningsrettet	11
4.3.4	Tampongesker – Det svenske politiet.....	11
4.3.5	Apotek	12
4.3.6	Virale kampanjer.....	12
4.3.7	Søkemotoroptimalisering (SEO)	12
4.4	Organisering	13
4.4.1	Sentral redaksjon	13
4.4.2	Distribuert redaksjon	13
4.4.3	Allmenning.....	13
5	Konseptet 114.no	14
5.1	Målgrupper.....	15
5.2	Funksjonalitet i konseptet.....	16
5.2.1	114.no, en "alarmtelefon" og en digital tjeneste.....	17
5.2.2	Ett søk, én side, én veileder.....	18
5.2.3	Tema og artikler	22
5.3	114.no innhold og søk.....	23
5.3.1	Innholdstyper	24
5.3.2	Eierskap og vedlikehold av innhold.....	24
5.3.3	Søk.....	26
6	Presentasjon av alternative konsepter og sammenligning av konseptene... 28	
6.1	Forslag 1: 114.no.....	28
6.2	Forslag 2: 114.no, nedskalert.....	30
6.3	Forslag 3: Pilotering og videreutvikling av dinegrenser.no	32
7	Tekniske betraktninger.....	33
7.1	Overordnede krav til løsning	34
7.2	Overtakelse av innhold i NKS tjeneste.....	34
7.3	Krav til publiseringsløsning for konseptet 114.no	34
8	Oppsummering og anbefaling	36
9	Vedlegg	36

1 Innledning og bakgrunn

Nasjonalt kunnskapssenter om vold og traumatisk stress (NKVTS) fikk gjennom regjeringens handlingsplan "Et liv uten vold; Handlingsplan mot vold i nære relasjoner 2014–2017" i oppdrag å utvikle en ny nettportal om vold i nære relasjoner og voldtekt for utsatte og hjelpeapparat.

I handlingsplanens punkt 18, "Informasjon til utsatte for vold i nære relasjoner og hjelpeapparat" heter det:

Det skal legges til rette for at informasjon om rettigheter og hjelpetiltak kan formidles til voldsutsatte og hjelpeapparat på en god og tilpasset måte, herunder:

a) Det skal etableres en ny nettportal om vold i nære relasjoner og voldtekt for utsatte og hjelpeapparat. Hovedformålet er å gjøre eksisterende informasjon tilgjengelig for målgruppene. Informasjonen skal være tilgjengelig på flere språk. Nasjonalt kunnskapssenter om vold og traumatisk stress (NKVTS) får i oppdrag å utvikle nettportalen.

Ansvarlig: JD, AD, BLD, HOD Gjennomføring: 2014-2015

b) Behovet for en alarmtelefon for voldsutsatte skal vurderes i tilknytning til ny nettportal om vold i nære relasjoner og voldtekt. NKVTS får i oppdrag å gjennomføre en kartlegging av behovet for en alarmtelefon for utsatte for vold i nære relasjoner og voldtekt.

En lignende formulering finner man i Handlingsplan mot voldtekt 2012–2014, punkt 21. "Nasjonal nettportal om vold i nære relasjoner og voldtekt":

Det skal igangsettes et arbeid med en nasjonal nettportal om vold i nære relasjoner og voldtekt, jf. regjeringens handlingsplan mot vold i nære relasjoner 2012. Behovet for å etablere en ny nettportal skal vurderes opp mot eksisterende websider på feltet.

Som et første trinn i oppdraget ble NKVTS bedt om å komme med et forslag til tre ulike konsepter for en slik portal innen 15. oktober i år (jf møte med Justis- og beredskapsdepartementet 27. august og 11. september i år). I konseptene skulle man skissere utforming og dimensjonering av portalen, angi modeller for drift og komme med kostnadsoverslag. Forslagene skulle ta utgangspunkt i rapporten "En nasjonal nettportal om vold i nære relasjoner og voldtekt. En utredning av behovet." (Borgen, G., Gulbrandsen, L. 2012. Oslo: Nasjonalt kunnskapssenter om vold og traumatisk stress). I rapporten ble det konkludert med at både "innsamlet empiri og nettstedsanalyse viser at det er behov for et felles sted på nettet som gir kunnskap både om egen situasjon, om forskning og om viten på feltet og som viser brukerne vei til de ulike hjelpetiltakene." Det ble anbefalt at oppdragsgiver videre diskuterte to ulike konseptuelle løsninger for en portal:

- 1. Å lage en "veiviser" som tidligere beskrevet. Denne består mest av forhåndsdefinerte, sorterte søk som presenteres som innganger til "innhold". Det redaksjonelle produktet i en slik løsning er kvalitetssikring av lenker, og vedlikehold av disse. Vi foreslår også en chat knyttet til denne løsningen. En slik løsning kan være så "enkel" at den også kan distribueres som en app på mobil. og kan rettes både mot barn/unge og voksne.*
- 2. Å lage en komplett portal, med egenproduksjon av innhold i tillegg til lenker og*

veiviser til kunnskap og tiltak. Her kan man ha tematiske innganger, ekspertpaneler, og egne chatter og blogger. Det bør også vurderes å opprette et nytt "nødnummer" på linje med "alarmtelefonen for barn og unge". Portalen rettes mot voksne.

NKVTS etablerte i samråd med Bouvet en prosjektgruppe bestående av prosjektlederne Geir Borgen (NKVTS) og Lene Gulbrandsen (Bouvet) samt prosjektmedarbeiderne Ingunn Dahle, Maren Volsdal Skirbekk, Marianne Tuen Smedås, Goran Stene Solomonovic og Jon Hareide Aarbakke fra Bouvet.

I handlingsplan mot vold i nære relasjoner 2012 omtales målgruppene som myndigheter, organisasjoner, fagpersoner, voldsutsatte og andre privatpersoner og øvrige aktører som kommer i berøring med problemstillinger knyttet til vold i nære relasjoner og voldtekt. I foreliggende handlingsplan er dette forenklet til utsatte og hjelpeapparat. Basert på funnene i rapporten "En nasjonal nettportal om vold i nære relasjoner og voldtekt. En utredning av behovet." har vi i konseptutviklingen valgt å fokusere på en primær (utsatte, berørte og bekymrede), og en sekundær målgruppe (stakeholders, faginteressenter og voldsutøvere). Det endelige siktemålet ved en hver form for opplæring av og kompetansebygging rettet mot faginteressenter og hjelpeapparat, er at nettopp utsatte og berørte får hjelp. I kommunikasjon og språkbruk har vi i konsept 1 og 2 derfor valgt en tilnærming som først og fremst henvender seg til de primære målgruppene, se kapittel 5.

2 Sammendrag

I rapporten presenteres tre konsepter. Konsept 1, som vi har kalt 114.no, er det mest ambisiøse og ressurskrevende, men etter vår mening også det som vil gi størst uttelling med særlig fokus på den primære målgruppen. Konseptet innebærer både en digital tjeneste og en kontakttelefon. Konsept 2 er en nedskalering av konsept 1, mens konsept 3 tar utgangspunkt i Norske Kvinners Sanitetsforenings (NKS) forslag til nettportalen "Dine Grenser" om seksuelle overgrep. Konsept 3 innebærer en pilotering av dinegrenser.no ved at det tilføres ressurser utover det NKS er i stand til å bidra med.

Det er vesentlig at 114.no ikke er tenkt som en konkurrent til eksisterende portaler innenfor området, men som en veileder og som et supplement til eksisterende tilbud. 114.no skal fungere som et samlingspunkt for sektoren, der organisasjoner av ulik karakter sammen kan løfte synligheten av tilbudet som faktisk finnes, og gjennom tjenesten utvikle det videre.

3 Avgrensninger i forslaget og rapporten

Rapporten er en bestilling som plasserer seg et sted mellom en Konseptvalgsutredning (KVU) og et forprosjekt for å realisere en nettportal eller annen digital løsning. Det kan være et utfordrende format både å kommunisere og å lese.

Det er derfor nødvendig å være tydelig på hva rapporten ikke er konkret på, og hvilke avgrensninger som finnes mot et forprosjekt som skal realiseres.

3.1 Konseptuelle avgrensninger

Konseptene er forslag som må betraktes som "gjennomtenkte skisser", men som ikke er testet ut. Vanligvis ville man ha testet konseptene på målgruppene, ved hjelp av enkle prototyper og ved å lage Proof of Concepts (PoC) for å validere funksjonalitet og verdi av konseptet. Konsept 1, som er det vi anbefaler, antyder en retning vi mener det er viktig å gå mot og som er framtidsrettet. Konseptet ivaretar økende bruk av mobile plattformer og muligheter som ligger i posisjonstjenester og tilpassede tilbud til brukerne ut fra hvor de befinner seg.

3.2 Grafiske avgrensninger

Det grafiske uttrykket som presenteres nedenfor, er *ikke forslag* til grafisk design for 114.no, men vi benytter grafiske virkemidler for å forsterke kommunikasjonen i konseptet. Å bygge en ny merkevare krever at man utvikler et grafisk uttrykk som understreker og støtter opp under budskapet og kommuniserer i flere flater. Det grafiske designet må bygges sammen og parallelt med konseptet som skal realiseres.

3.3 Tekniske avgrensninger

Teknisk forslag er *ikke forslag* til endelig løsning for 114.no, men mer en veiledning for hvilke sider av publiseringsverktøy (CMS, Content management system) som må sees på før et endelig valg av CMS foretas. Vi anser det som nødvendig med et CMS som er moderne og gir mest mulig ønsket funksjonalitet samtidig som redaktørene har så frie tøyler at de kan gjøre sitt arbeid uten å måtte involvere utviklere.

3.4 Omfang og kostnad

Det er mange valg som påvirker omfang og kostnad ved dette prosjektet. Både valg av teknologisk løsning, organisasjonsform og markedsføring kan skalere kostnadsbildet. Det er derfor ikke knyttet estimater til konseptvalgene, men vi har gjort en grov omfangsberegning og beskriver litt av det vi tror skal til for å oppnå suksess med de ulike konseptvalgene, noe som kan gi en indikator på kostnader.

4 Suksesskriterier

Å lansere en ny, nasjonal portal om temaet "Vold i nære relasjoner og voldtekt" er en øvelse som krever svært god planlegging, tydelige strategiske avklaringer, og i noen tilfeller – tøffe beslutninger. Det er en viktig at portaleier har myndighet til å ta en sentral posisjon, og setter av nok ressurser til å sørge for 1) faglig høy kvalitet, 2) nasjonal forankring, 3) et språk som treffer alle målgruppene, og 4) et velfungerende samarbeid mellom de ulike aktørene som føler eierskap til tjenesten og som inviteres til å bidra til denne.

Med andre ord – dette er en krevende øvelse. Og en viktig øvelse. Derfor er det viktig at det gjøres riktig.

Portalen skal håndtere et stort fagfelt med mange aktører som er mer eller mindre profesjonelle, mange idealister, sårbare utsatte og tunge forskningsinstitusjoner. For å få til dette er det viktig å ha en strategi, sette seg mål og være villig til å investere tid og ressurser.

Vi har derfor valgt å sikte høyt ved å foreslå krevende, men realistiske mål og skissere noen konsekvenser og løsninger til organisering, markedsføring og eierskap – alle sentrale suksesskriterier for å lykkes med en nasjonal portal.

4.1 Bør eies av nasjonal aktør

Vi vil argumentere for at en bred, befolkningsrettet, nasjonal portal bør eies av en eller flere offentlige, nasjonal(e) aktør(er). En forankring på nasjonalt nivå vil være nødvendig for å kunne samle feltet, holde et faglig forsvarlig nivå, og sørge for allokering av nødvendige ressurser over tid.

Et eierskap på dette nivået vil gjøre at tjenesten vil kunne få gjennomslagskraft og troverdighet. Det vil gi grunnlag for at den dermed kan bygge seg sterk og bli en sentral, anerkjent nasjonal funksjon over tid. En slik forankring vil også kunne bidra til å sikre stabilitet gjennom ulike regjeringsperioder.

Ung.no er et eksempel på en tjeneste som treffer målgruppene godt. Tjenesten har bygget troverdighet og posisjon i markedet over tid. Avsender, Barne- og familiedirektoratet (Bufdir), er tonet ned til fordel for kommunikasjonen med brukerne. Vi ser for oss at 114.no driftes av en eller flere virksomhet(er) med nasjonale oppgaver (direktorat, kunnskapssenter).

En tjeneste som skisseres her krever en nasjonal aktør med et stort kontaktnett, solid faglighet og stor tillit og troverdighet blant alle målgrupper. Skal man kunne ta en slik posisjon som det her kreves, mener vi det ikke er godt nok å sette dette tilbudet ut til en privat aktør. Dette fordi vi ikke kan risikere at tjenesten styres av en ledende aktør med 1) kommersielle interesser, 2) spesielt målgruppefokus, 3) større eierskap til en av problemstillingene, og/eller 4) kortsiktig investeringsvilje.

Når det er sagt, vil solide aktører, også private (NGO-er og andre) kunne tjene som støttespillere for den eller de som fungerer som "lokomotiv" for tjenesten, og vi mener at tett involvering av slike støttespillere vil være avgjørende for om satsingen lykkes.

4.2 Mål for tjenesten

For at tjenesten skal bli best mulig, må det defineres tidsbestemte og konkrete mål. I tillegg må målene beskrive ønsket resultat på en tydelig og enhetlig måte. Målene nedenfor har vært brukt som rettesnor for å utarbeide konseptet for

portalen, og må videreutvikles - avhengig av portaleiers ønsker, ambisjonsnivå og valg av konseptløsning.

4.2.1 Overordnede mål

Målformulering for prosjektet har vært:

Formålet med portalen skal være å gjøre det lettere for brukerne å finne fram i hjelpeapparatet samt å finne informasjon og fagstoff

Vi har omdefinert dette til følgende resultatmål:

Lansere en digital tjeneste, tilgjengelig via desktop og mobile plattformer, som bidrar til at målgruppene finner fram i hjelpeapparatet og finner informasjon og fagstoff.

Forslag til suksesskriterier:

Alle mål som beskrives er kvalitative og/eller kvanitative.

Økonomiske mål:

Langsiktige mål

- Kontinuerlig øke bevisstheten og kompetansen hos organisasjoner, myndigheter og fagpersoner med X % hvert år
- Bidra til at fagfolk og andre som arbeider med temaene vold i nære relasjoner og voldtekteffektivt utnytter hverandres kompetanse og produksjon gjennom søk på tilsvarende emne i portalen før man igangsetter arbeidet med nye tilbud, tiltak, prosjekter, artikler etc. Slik vil man i større utstrekning enn til nå kunne bygge på andres arbeid og erfaringer, og eventuelt videreutvikle det, samt redusere dobbeltarbeid.
- Oversikten som portalen gir, skal bidra til å sette oppdragsgivere, finansieringskilder og i stand til å identifisere "hull" i kunnskaper og i "systemet" slik at oppdrag og pengestrøm styres rasjonelt og til beste for helheten.
- Innholdets mangler og forbedringspotensiale skal kontinuerlig identifiseres. Manglende treff og/eller manglende informasjon om temaet i søket skal reduseres til X % innen år XXXX.

Kortsiktige mål:

- Øke antall henvendelser til hjelpeapparatet med X % hvert år
- Databasen med oversikt over tilbud skal dekke/inkludere 100% av offentlige tilbud og 85% av seriøse andre aktører (NGO) innen X år.

Relasjonsmål:

Portalen skal være nasjonal, nøytral og ha høy troverdighet med utgangspunkt i faglig ekspertise og profesjonell hjelp

Effektmål:

Riktig hjelp, til riktig tid til riktig person, dvs:

- Økt trafikk til portalen med X % hvert år
- Riktige treff i portalen
- Rask hjelp, dvs X % skal få hjelp innen X antall timer

Kjennskapsmål:

Nasjonalt mål: X % av Norges befolkning skal ha kjennskap til at portalen finnes innen år XXXX

Kunnskapsmål:

Nasjonalt mål: X % av Norges befolkning skal ha kunnskap om at portalen gjør det lett å finne fram i hjelpeapparatet samt å finne informasjon og fagstoff i portalen innen år XXXX.

4.3 Markedsstrategi

Det kan være mange grunner til at en tjeneste blir godt besøkt, mens andre tjenester blir stående i skyggen. Vi skal her gå inn på noen av disse årsakene, og skissere hvordan 114.no kan legge til rette for å bli en nasjonal tjeneste som aktivt benyttes av målgruppene vi har beskrevet:

- 1) utsatte, 2) bekymrede og berørte, 3) stakeholders/faginteressenter og 4) voldsutøvere.

Målene som er definert for portalen, er ambisiøse, og vil kreve særegne tiltak rettet mot hver av de ulike målgruppene. For å sikre en god implementering av portalen og at målsettingene oppnås, bør ulike virkemidler og kanaler kombineres.

Dette krever en investering i kommunikasjon, dvs *hva* som skal kommuniseres til *hvem* i *hvilke* kanaler. Overordnet kan markedsføringen foregå i tre ulike mediekategorier:

- Owned media/eide medier (eksempler: hjemmesider, magasiner, arrangementer/event, nyhetsbrev, DM, app, mobiletjenester/ SMS etc). Fordelen med eide medier er at man har høy grad av kontroll over innhold og presentasjon i tillegg til at man har ubegrenset med plass til å presentere det man ønsker å eksponere. Dette er en kostnadseffektiv måte å kommunisere på, men det vil kreve ressurser til utarbeidelse av redaksjonelt stoff.
- Bought media/kjøpte medier. Fordelen med kjøpte medier er høy grad av kontroll over innhold og presentasjon. Ulempene er at det er begrensninger i plass til å presentere det man ønsker å eksponere, og at det er mer kostnadskrevenende.
- Earned media/fortjente medier (eksempler: sosiale medier – Facebook, Twitter, Blogger, PR). Fordelen er at man kan oppnå positive markedsføringseffekter uten store kostnader. Ulempen er at man har mindre eller ingen kontroll over innhold og presentasjon.

Hvilke mediekategorier man skal benytte er avhengig av hva målsettingene er. Ofte er en kombinasjon av flere mediekategorier og kanaler det mest effektive for å nå ulike målgrupper. Vi har valgt å ikke utarbeide en konkret plan for hvordan markedsstrategien skal operasjonaliseres, da dette må ses i sammenheng med portaleiers investeringsvillighet og ambisjoner. En konkret plan bør inneholde en beskrivelse av hva aktiviteten skal være og hvorfor vi skal gjennomføre aktiviteten, mål for aktiviteten, målgrupper, innhold i aktiviteten og konsept, tidspunkt for gjennomføring, måling og evaluering

4.3.1 Jungeltelegraf

Mange konsentrerer seg om å lage en velfungerende nettside, og tenker at jobben er gjort når siden er oppe og står, og har klart puslespillet å svare på alle behovene til brukere og eiere av nettsiden. Resten vil jungeltelegraf ta seg av. Etter noen tid ser man at brukertallene er langt fra hva man håpet på. Hvorfor? Fordi jungeltelegraf bare er et nyttig redskap så lenge noen kjenner til tjenesten. Det blir som å bruke hundretusenvis av kroner på en utendørsreklame langs en vei som nesten ikke har trafikk. Fordi vi bruker tjenester som blir anbefalt av folk vi stoler på, er jungeltelegraf – eller word of mouth (Wom) en svært effektiv måte å gjøre tjenesten kjent på når den har fått en viss posisjon blant målgruppene vi ønsker å nå. Men først må den få en plass i hodene på ambassadørene i våre primærmålgrupper. Vi må nå de som leder an. Så kan resten følge etter.

4.3.2 Markedsføring – faginteressenter

Tjenesten 114.no henvender seg til alle målgruppene ved at siden raskt former seg etter søket brukeren gjør. Om en utsatt søker på 114.no, vil hjelpetilbud og informasjon være relevant for og tilpasset utsatte. Er søkeren en fagperson, som en fastlege, vil han eller hun finne nyttig informasjon knyttet til sitt behov. Søket vil med andre ord bestemme hvordan siden oppfører seg. Vi har likevel valgt å la førstesiden ha et visuelt preg og en tilnærming som snakker mest til de første to målgruppene; 1) utsatte og 2) bekymrede og berørte. Dette er et bevisst valg fordi vi oppfatter disse gruppene som primære målgrupper. Skal man nå disse, må man vekke tillit og legge lista ned – det skal være lav terskel for å gå inn på siden og søke.

Faginteressenter må derfor bli kjent med siden gjennom andre kanaler enn nettsiden alene, og informasjonen bør komme fra folk som faginteressenter stoler på. Mot denne målgruppen vil det være klokt å rette en mellomting mellom Jungeltelegraf, PR og markedsføring.

Vi anbefaler å vurdere et *delt eierskap med Helse- og Omsorgsdepartementet (HOD)* som vil kunne delegere oppgaven å gjøre 114.no kjent til Helsedirektoratet. Dermed vil 114.no kunne få en PR-strategi og bli tatt med i foredrag på nasjonale og regionale folkehelsesamlinger som gjøres jevnlig. Vi ser for oss at leger, helsesøstre og annet helsepersonell vil kunne lese om 114.no bl a i Tidsskriftet for Den norske legeförening, på nettsidene til Helsedirektoratet og i rundskriv til kommunene. På lignende måte kan man tenke seg at informasjon om 114.no spres til og blant andre grupper av fagfolk. Når spredningen og oppmerksomheten rundt 114.no kommer fra fagfolk, er sjansen stor for at andre

fagfolk 1) får tillit til tjenesten, 2) tar den i bruk, og 3) anbefaler den til kollegaer og pasienter. Sosial markedsføring kan være betalt kommunikasjon i de flater som er relevant for målgruppen, som annonsering på nettsider, i Tidsskriftet, minnepinner med foredrag, klistremerker med 114.no, foldere, plakater, osv. Andre faginteressenter utover helsepersonell vil også kunne nås gjennom Helsedirektoratets kanaler, da direktoratet har lang erfaring med dette.

Om man ikke velger et delt eierskap med HOD, vil man likevel kunne be HODs Folkehelsedivisjon vurdere et samarbeid hvor Justisdepartementet betaler, og Helsedirektoratet bistår med nettverk, kontakter og noe praktisk bistand til en PR-plan (i samarbeid med Justisdepartementets kommunikasjonsavdeling).

4.3.3 Markedsføring – befolkningsrettet

Det er viktig å få gode fagfolk som kan "faget" kommunikasjon (kampanjer) på banen så snart nettsiden begynner å ta form.

En god strategisk plan for hvordan siden skal gjøres kjent, blir et avgjørende verktøy når man skal opprette en ny nasjonal informasjons- og bekymringstjeneste, slik det her er snakk om.

4.3.4 Tampongesker – Det svenske politiet

Det svenske politiet har hatt en kampanje rettet mot kvinner som er utsatt for vold i hjemmet på tampongpakker - det vil si - utsiden er som enhver annen tampongeske, mens det på innsiden står en beskjed, rettet mot kvinner.

Kampanjen retter seg både mot dem som er utsatt og mot dem som mistenker at en venninne er utsatt. Tamponger er noe kvinner låner av hverandre - og det vekker ikke mistenksomhet om en kvinne gir en pakke til en annen.



<http://www.reddville.se/Nyheter/April-2013/Polisen-talar-till-kvinnor-%E2%80%93-genom-tampongboxar.aspx>

Kampanjen benytter en flate som er godt distribuert, lite synlig for antatt overgriper. Den gir rom for samspill i flere kanaler, tilpasser budskap til kanal og er et eksempel på svært god bruk av kanal og budskap.

En svakhet er at kampanjen kun er rettet mot kvinner i menstruerende alder – den utelukker dermed menn og kvinner som enten er over menstruerende alder eller som er for unge (samt de som ikke bruker tampong). Vi mener dette kan være en interessant tilleggs kanal for å nå ut til berørte, men kjenner ikke til om kampanjen ble evaluert.

4.3.5 Apotek

For å nå den utsatte og dennes pårørende, kan apotek være en effektiv kanal å kommunisere gjennom. Man kunne f eks vurdere å kommunisere på produkter som dekker over blåmerker og sårskader - plastre og dekkrem. Apotekansatte er også en målgruppe som det kan lages egne kommunikasjonstiltak mot. Apotekansatte kan legge ved en folder i posen, si tre ord over skranken, gi tips om et telefonnummer å ringe. Mange kan ha lettere for å snakke med en apotekansatt enn med en lege, og apotekansatte er trolig sjeldnere målgruppe for kommunikasjonstiltak enn leger og dermed sannsynligvis lettere å mobilisere.

4.3.6 Virale kampanjer

For å skape oppmerksomhet om vare eller tjeneste kan det være effektivt å spre budskapet i sosiale medier. Dersom brukere av sosiale medier synes budskapet er godt, interessant eller morsomt vil de ofte dele dette videre med sine venner på eget initiativ. Dette kalles viral markedsføring. Viral markedsføring kan være kampanjer i form av bilder, spill, videoklipp etc.

Hvis man har lite midler og kan tåle å være svært synlig på uortodokse måter, kan viral markedsføring være et godt alternativ.-Ofte er det vanskelig å bedømme på forhånd om kampanjen blir vellykket, men gjør den det, kan man treffe så godt at man får gratis sendetid på nyhetskanaler til mange millioner og en spredning på internett som kan ta helt uante høyder. Ylvis og What Does The Fox Say, er et glitrende eksempel på det.

Her er et annet eksempel på en viral kampanje som med noen liter maling og et håndholdt kamera får ekstremt stor oppmerksomhet. Aktøren(e) begrunnet stuntet med at de ville symbolisere "our freedom to express ourselves". Se klippet

http://www.youtube.com/watch?v=0oAi_WbzZ-I

og nettsiden: <http://www.stillfree.com>

Skal man gjøre et slikt stunt må man gjøre det med klokskap og kløkt. Man må sørge for at budskapet kommer tydelig frem, og at man har god innsikt i hva som trigger for å sikre at budskap og innhold blir delt.

4.3.7 Søkemotoroptimalisering (SEO)

Søkemotoroptimalisering handler om at nettopp din portal kommer opp blant de øverste treffene på siden i et søk i for eksempel Google. Flere faktorer må spille sammen for å oppnå dette, og både interessante søkeord og innholdet i portalen påvirker det. En tilleggsmulighet er å betale for annonsering og slik sikre seg at man er blant de høyest rangerte treffene.

Søkemotoroptimalisering er viktig for å sikre kjennskap til og større trafikk til portalen. Kvalitetssikring av innhold og søk er en forutsetning for å lykkes i tillegg til at det må settes av penger, tid og folk.

4.4 Organisering

Organisering av portaler kan være ressurskrevende. Det skal både produseres innhold i form av informasjon, artikler, foto, illustrasjoner, lenker etc; strukturen må være gjennomtenkt; og alt skal vedlikeholdes. For denne portalen vil svært mange ulike fagfelt være representert, og faglig tyngde vil være avgjørende for at innholdet kommuniserer til brukerne. Det har vært benyttet ulike modeller for organisering av portaler:

4.4.1 Sentral redaksjon

Dette er en slags standard hvor man ansetter et antall mennesker som tar ansvaret for tjenestens innhold, design og struktur. I tilknytning til denne kan redaksjonen velge å ha en redaksjonsråd bestående av representanter fra feltet som bidrar til innhold innenfor "sin kategori".

4.4.2 Distribuert redaksjon

I denne modellen kan det være én sentral redaktør som har et sterkt redaksjonsapparat rundt seg, og hvor mesteparten av innholdet skrives og gjerne publiseres fra de ulike fagpersonene i et redaksjonsråd. Redaktøren har en rolle mer som fasilitator enn som redaktør, og forvaltning og videreutvikling vil være en sentral oppgave for redaktøren.

4.4.3 Allmenning

Basert på delingstankegang og oppgavefokus, kan vi også tenke oss en tredje variant i form av nettverksorganisering. En slik løsning har vi bare sett brukt på sosiale medier og enkelte intranett hvor brukerne selv publiserer innholdet på nettstedet. Dette kan gjennomføres ved at de ulike feltene, f eks krisesentrene er organisert som et nettverk som har ansvar for enkelte innholdskategorier/temaer/lenkebiblioteker og et annet nettverk, f eks overgrepsmottakene har ansvar for andre deler av innholdet. Denne modellen vil også kreve en redaktør eller fasilitator, men kan gi rikere innhold til tjenesten enn en distribuert redaksjon.

Noen fordeler og ulemper ved ulike modeller:

Type redaksjon	Fordeler	Ulemper
Sentral redaksjon	Fullstendig kontroll på innholdet Liten opplæring av andre enn redaksjonen	Krever flere ansatte på fulltid Engasjerer ikke fagfeltet til å bidra Kan skape fallhøyde mellom tilbudet på denne tjenesten og det reelle tilbudet "der du er"
Distribuert redaksjon	Krever færre ansatte på fulltid enn en sentral redaksjon Engasjerende for dedikerte fagpersoner Gir god bredde i innholdet	Krevende koordinering koordinering Avhengighet av enkeltpersoner / turn-over

Allmenning	Lite kostnadsdrivende Kompetansedrivende for fagfeltet Kan skape bedre tjenester utenom denne portalen	Krever at fagfeltet er engasjert og ønsker dette Umoden organiseringsform
------------	--	--

I løpet av prosjektperioden har vi hatt kontakt med Beate Aas, redaktør for Ung.no, om deres erfaringer med innholdsforvaltning og drift av Ung.no. Hun sier bl. a:

ung.no har erfaring med sentral redaksjonell tilnærming, men fordi vi har 100 emner vi forvalter, fungerer vi som en kombinasjon av sentral og distribuert redaksjonsform. Min erfaring er at ingenting går av seg selv, selv om man har masse gode intensjoner og mange engasjerte folk igang. Drift av et nettsted må styres, og vedlikeholdes. En redaktør må ha god evne til å få med seg folk og til å holde nettverket igang, samtidig som han/hun har evne og kunnskap innen formidling. Nettarbeid er mye mer enn fag, (som) tilgjengelighet, søkbarhet, målgruppetilpasning, markedsføring og kvalitetssikring.

På ung.no har vi kvalitetssikringsprosesser som omfatter artikler, spørretjenesten, kommentarer, henvendelser og annet. I korte trekk går det ut på at det som presenteres på ung er kvalitetssikret av et offentlig fagorgan.

Jeg vil anbefale dere å ha en arbeidende redaktør, på fulltid, som har en skrivende og organiserende rolle. Det vil være helt ok og fungere greit med omfanget dere skal omfavne. Denne redaktøren bør ha med seg en gjeng med faglige prosjektmedarbeidere som kan levere stoff etter behov. Det bør kunne ivaretas uten at man må betale for tjenestene til de i prosjektgruppa. Alle offentlige tjenester har et krav på seg om å informere og vise åpenhet. Med et felles nettsted kan de ulike tjenestene markedsføre og spre viktig informasjon på en billig og effektiv måte. Alltid tilgjengelig. Det er lurt med skriftlige og veldig konkrete planer for innhold og jevnlig redaksjonsmøter.

5 Konseptet 114.no

Konseptet vi foreslår, 114.no, er bygget på brukerbehovene funnet i rapporten "En nasjonal nettportal om vold i nære relasjoner og voldtekt. En utredning av behovet.", NKS forslag til en portal (dinegrenser.no) og innspill fra NKS i kombinasjon med erfaring med hva som skal til for at portaler blir kjent og brukt etter intensjonen.

Det er lansert mange portaler/nettjenester med gode intensjoner, men som er så lite brukt og så dårlig kjent at investering og innsats ikke kan forsvares. Vi velger først å begrunne hvorfor vi har valgt et bredt konsept som tar inn i seg funksjoner, ideer og tanker fra NKS dinegrenser.no. I 6 gjør vi rede for to

alternative konsepter. Informantenes behov jf ovennevnte rapport er særlig knyttet til:

- å få rask tilgang til kunnskap om egen eller andres situasjon
- å få oversikt over tilbud som finnes
- å forstå handlingsrommet
- å bli trygg på å henvende seg til hjelpeapparatet uansett grunn

Fokuset under utarbeidelsen av konseptet har derfor vært:

Tilgang til handling og informasjon **der brukeren er.**

5.1 Målgrupper

Handlingsplanen mot vold i nære relasjoner 2012 angir følgende målgrupper for en nettportal: *myndigheter, organisasjoner, fagpersoner, voldsutsatte og andre privatpersoner og øvrige aktører som kommer i berøring med problemstillinger knyttet til vold i nære relasjoner og voldtekt.* I handlingsplanen for 2012-2017 er dette forenklet til utsatte og hjelpeapparatet.

Basert på funnene i rapporten "En nasjonal nettportal om vold i nære relasjoner og voldtekt. En utredning av behovet." vi valgt å fokusere på én primær og én sekundær målgruppe:

Primær målgruppe	
Utsatte	Utsatte for vold, seksuelle overgrep, voldtekt
Bekymrete og berørte	"Vanlige folk", pårørende og fagfolk
Sekundær målgruppe	
Stakeholders/faginteressenter	Fagpersoner, myndigheter og organisasjoner
Voldsutøvere	

Begge målgrupper finner det de trenger i tjenesten. Imidlertid er kommunikasjon og språkbruk mer tilpasset primær enn sekundær målgruppe.

Prosjektet mener det er krevende med så mange målgrupper med ulike behov i samme tjeneste. Å velge en målgruppesegmentering, f eks ved hjelp av innganger ("for utsatte", "for fagfolk") blir for kategorisk. Brukerne av tjenesten skal slippe å måtte passe inn i en forhåndsdefinert kategori for å kunne nyttiggjøre seg tjenesten.

Ved heller å bruke en oppgavefokuset tilnærming oppnår vi også større fleksibilitet – vi kan ta ut og legge til målgrupper etter som det måtte være ønske og behov for det.

Fagpersoner, som feks en *allmennlege* som skal finne informasjon om hvordan hjelpe en pasient med voldtektsproblematikk videre, kan finne svar på 114.no, men det krever at tjenesten markedsføres spesifikt mot leger, feks via fagfora, konferanser og legetidskrifter.

I rapporten "En nasjonal nettportal om vold i nære relasjoner og voldtekt. En utredning av behovet." ble det grundig diskutert hvorvidt voldsutøvere skulle inkluderes blant målgruppene. Analysen konkluderte med at dette burde avgjøres av oppdragsgiver før en prosjektfase. På den ene siden er det viktig at voldsutøvere som ønsker å endre egen situasjon finner fram til f eks Alternativ til vold (ATV). På den andre siden vil det, hvis vi snakker om omfattende tjenester med spørsmål og svar, fagpaneler og/eller blogger samt mulighet for åpen dialog og kommentarer, være viktig for utsatte at anonymitet er sikret og at andre som bruker tjenesten er den han/hun utgir seg for å være. Dette er en krevende balanse som kan være vanskelig å ivareta på en felles tjeneste for hele fagfeltet.

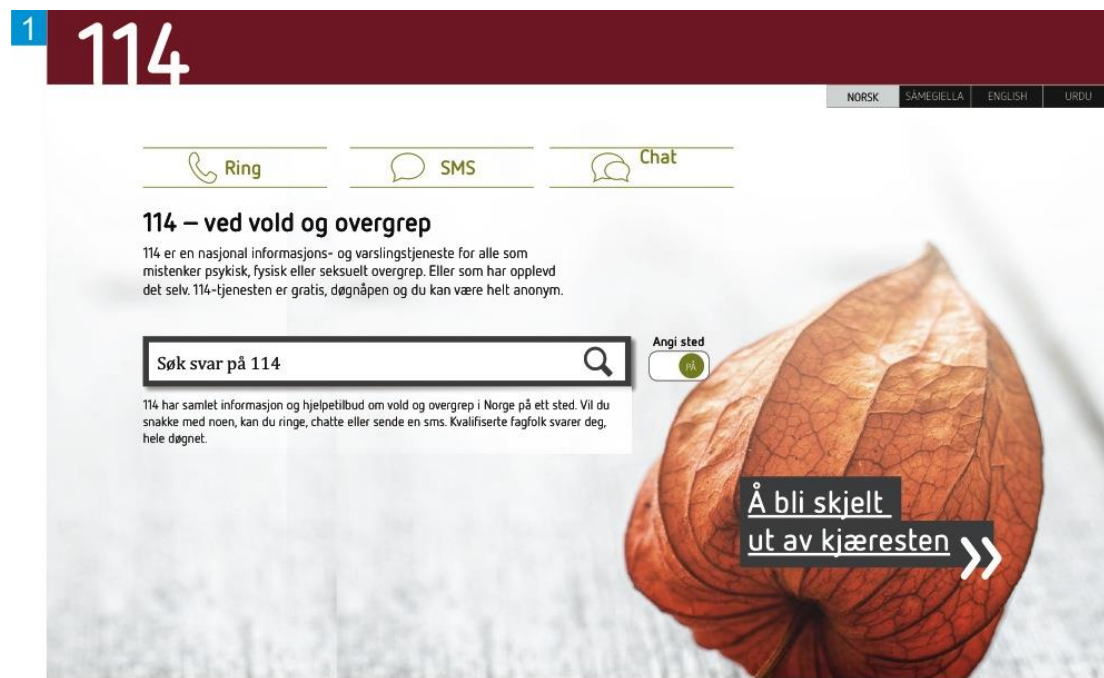
Vårt konsept har ikke målgruppespesifikke innganger til tjenesten. Brukerne må dermed ikke velge "hvilken kategori de tilhører", men finner fram til hjelpetilbud og informasjon ved å søke/finne innhold basert på "oppgaveløsning". Vi har derfor latt problemstillingen ligge inntil videre. Argumenter for at utøverperspektivet også bør ivaretas i en portal er:

1. Det er overlapp mellom gruppene. En del utøvere har opplevd overgrep tidligere i livet sitt
2. Noen ganger kan samme person representere både utsatt og utøver i et bestående forhold.
3. Det er sannsynlig at noen utsatte leter etter informasjon, kunnskap og/eller tilbud rettet mot en voldsutøvende partner
4. En virksom måte å forebygge overgrep på er å stoppe utøver

5.2 Funksjonalitet i konseptet

Konseptet består av tre likeverdige deler: en dialogmulighet, et søk og tema/artikler. Nedenfor beskrives hensikten og idéen med disse, mens vi i kapittel 6.2 beskriver konsekvenser av en eventuell nedskalering av konseptet.

Konseptet er tenkt utformet for flere plattformer og skal oppleves "sømløst" mellom bruk på tablet, desktop og mobil:



- 1 Desktopversjon (PC/Mac) – brukeren navigerer ved bruk av mus.
- 2 Tabletversjon – ser helt lik ut, men brukeren kan navigere uten mus
- 3 Mobilversjon, - denne viser et smalere uttrekk og sorterer innhold og søkeresultat nedover på siden

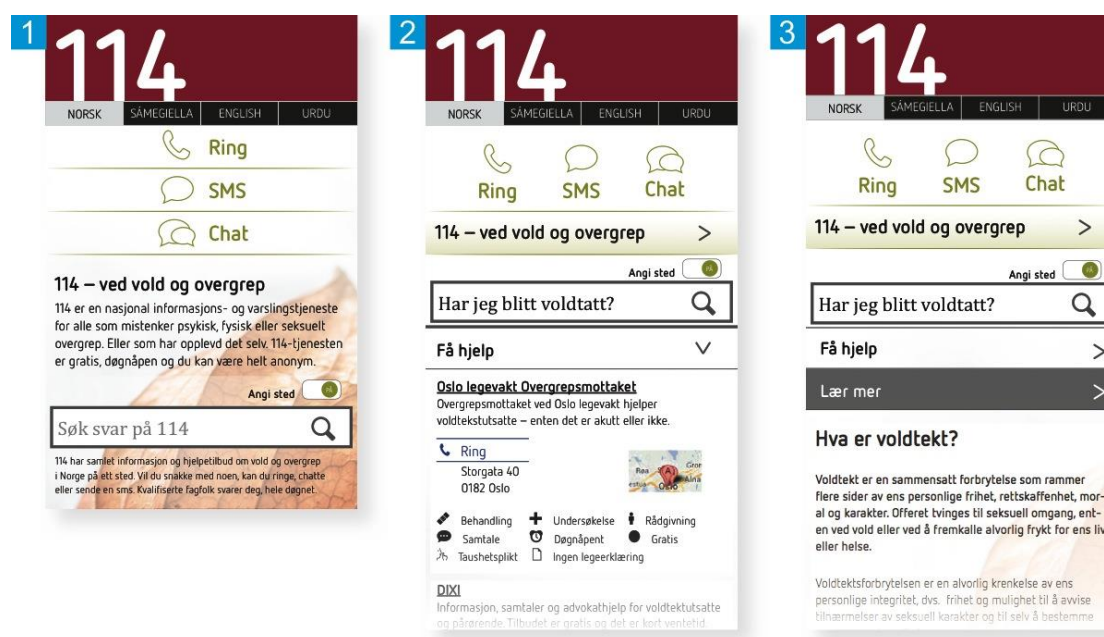
5.2.1 114.no, en "alarmtelefon" og en digital tjeneste

Å opprette og innføre en "alarmtelefon"-tjeneste i tilknytning til en digital tjeneste ("portal"), vil bidra til å løfte problemstillingen *vold i nære relasjoner og voldtekt* til et politisk og strategisk nivå som området fortjener. Brukerne, uansett målgruppe og situasjon, etterlyser dialog først av alt. Prosjektet ønsker å understreke viktigheten av dette ved å løfte problematikken "vold i nære

relasjoner" til samme "nivå" som når man ellers ville ha ringt politiet, brannvesenet, legevakten eller alarmtelefonen for barn og unge.

114 er nummeret brukerne ringer når de er bekymret og vurderer å melde fra, når de har spørsmål, trenger hjelp til å finne fram i hjelpeapparat og når de lurer på hvor de kan henvende seg.

Brukeren skal oppleve 114.no som et sted han/hun kan ta kontakt og som er tilgjengelig i flere format, både ved å ringe, sende sms eller e-post og via chat.:



Illustrasjoner 1-3 viser hvordan telefon, chat og sms er tilgjengelig gjennom navigering på mobil.

Om navnet 114


Vi foreslår 114 som et nytt nummer som harmoniserer med de eksisterende nødnumrene; 110 for brannvesenet, 112 for politiets operasjonssentraler og 113 for medisinsk nødhjelp. 114 vil bli en tilsvarende telefon for å melde fra om bekymring eller skaffe hjelp ved vold og overgrep. 114 vil signalisere hvilket nivå man legger tjenesten på, og at tematikken tas alvorlig. Tjenesten vil naturlig innta en nasjonal posisjon uten videre diskusjon. 114 signaliserer at noe er akutt. Tjenesten skal imidlertid også ivareta behovet til brukere som ikke er i en akutt situasjon. Tjenestens bredde må derfor kommuniseres godt når den lanseres dersom man velger å kalle den 114.no.

Vi vil poengtere at konseptet vi skisserer ikke er avhengig av 114.no som navn og merkevare. Andre navn, som Voldstelefonen, Overgrepstelefonen eller Uro-telefonen vil også kunne ivareta mål og intensjoner for en slik tjeneste.


5.2.2 Ett søk, én side, én veileder

Brukerne skal på én side finne fram til mulige hjelpetiltak og steder å henvende seg. En bruker som søker på 114.no skal finne bedre resultater enn én som "Googler". Som vi viste i rapporten "En nasjonal nettportal om vold i nære

relasjoner og voldtekt. En utredning av behovet." kan en bruker som søker på Google på begetet "Har jeg blitt voldtatt?" få 756 000 treff og Dixi vises som treff nummer 6:






1  **Beate, 21 år**
Beate er ute på byen, hun møter en fyr hun kjenner og blir med ham hjem. Han vil ha sex, hun vil ikke. Hun sier nei, men er full og det blir samleie. Hun er etterpå usikker på om dette var voldtekt.

2  **Søker på Google:**
"Har jeg blitt voldtatt?" - 756.000 treff

3  **Treffliste:**

1. VG.no - Debatt
2. Side2.no - Seksjon Helsenet
3. Side2.no - Seksjon Livsstil
4. Ung.no
5. Ung.no
6. Dixi.no

Tegnforklaring:

-  Debattside
-  Hjelpetiltak
-  Artikkel
-  Blogg
-  Spørsmål og svar

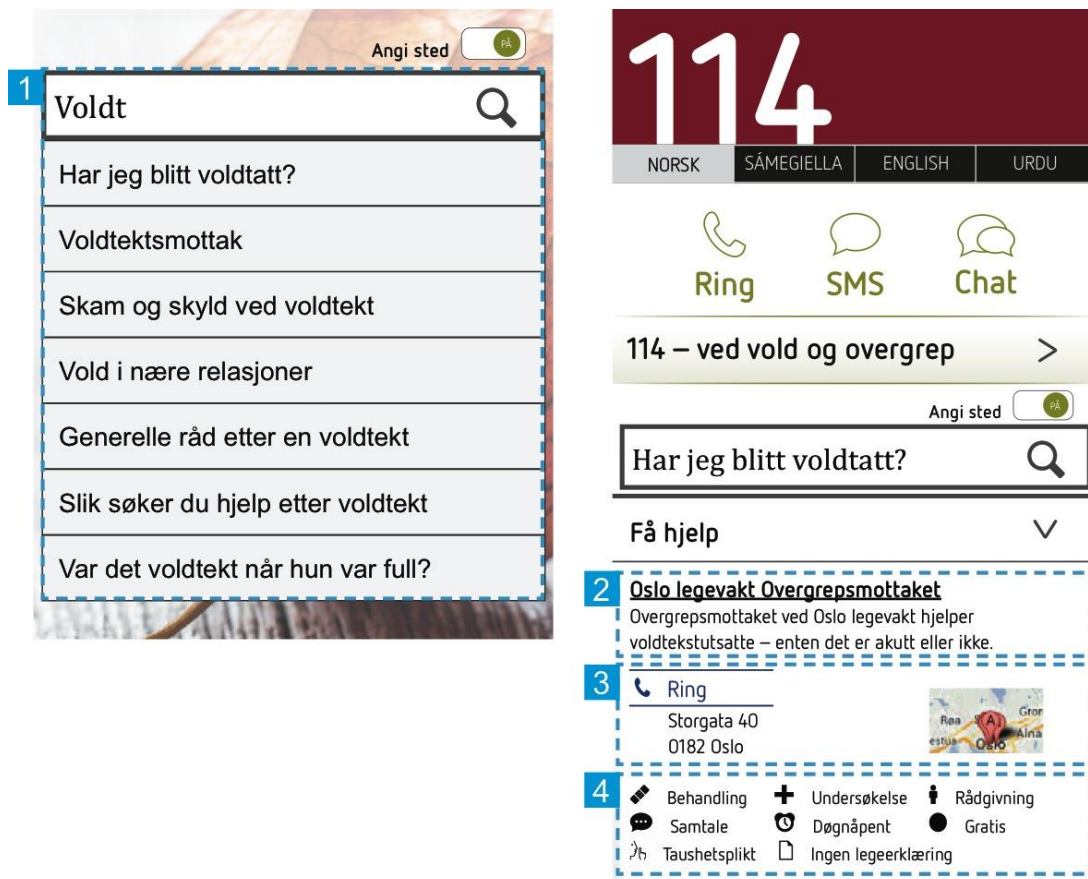
På 114.no skal søkeresultatet framstå *ferdig sortert* og man skal likevel kunne søke ved hjelp av enkle begreper som "har jeg blitt voldtatt" eller "det høres ut som naboen sloss". Samtidig skal brukere med forhåndskunnskap få relevante treff ved søk på "vold i nære relasjoner". Se eksempler nedenfor.

Veilederen skal presentere de enkelte tiltakene og tjenestene geografisk og vise funnene i kart. Samtidig skal man kun ved å klikke/peke kunne ringe direkte.

Eksempel på søk:

The screenshot shows the top of the 114 website. At the top left is the large number '114' in white on a dark red background. To the right are language selection buttons for 'NORSK', 'SAMÉGIELLA', 'ENGLISH', and 'URDU'. Below this are three service options: 'Ring' (phone icon), 'SMS' (message icon), and 'Chat' (speech bubble icon). The main heading is '114 – ved vold og overgrep'. Below it is a paragraph: '114 er en nasjonal informasjons- og varslingstjeneste for alle som mistenker psykisk, fysisk eller seksuelt overgrep. Eller som har opplevd det selv. 114-tjenesten er gratis, døgnåpen og du kan være helt anonym.' A search bar is highlighted with a blue box containing the number '1'. The search bar contains the text 'Søk svar på 114' and a magnifying glass icon. To the right of the search bar is a button labeled 'Angi sted' with a location pin icon and a dropdown arrow. Below the search bar is a paragraph: '114 har samlet informasjon og hjelpetilbud om vold og overgrep i Norge på ett sted. Vil du snakke med noen, kan du ringe, chatte eller sende en sms. Kvalifiserte fagfolk svarer deg, hele døgnet.' At the bottom right of the search area is a dark grey button with white text that says 'Å bli skjelt ut av kjæresten' followed by two white arrows pointing right.

1 Søkeren begynner å skriver i denne rubrikken



- 1 Når brukeren begynner å skrive, vil det automatisk komme ulike forslag på predefinerte søk
- 2 Når brukeren velger ett av alternativene, vises en ny side med to kategorier søkeresultat – "Få hjelp" og "Lær mer". "Få hjelp" viser treff i hjelpetiltak. Treffene vises sammen med en beskrivende tekst
- 3 Her vises direkte ringesymbol dersom brukeren er på mobil og kartinformasjon
- 4 Her presenteres en oversikt over symbolene som brukes. Symbolene viser kvaliteter ved tiltaket, og skal gi brukerengod oversikt over f eks forskjellene på Dixi og overgrepsmottaket ved Oslo legevakt dersom man er i Oslo.

Widget

For å nå flere brukere der de er, tenker vi oss at søket vårt, presentert under merkevaren 114.no kan plasseres som en egen 114.no-knapp (såkalt widget) på relevante nettsteder (på samme måte som man gjør med feks videoer fra YouTube eller værdata fra Yr.no). Det vil vi oppnå ved å tilby brukerne en adresselenke (URL) som de kan plassere på egne blogger , og vi kan aktivt be om plass på aktuelle nettsteder som omhandler vold i nære relasjoner og voldtekt.

Eksempel på widget



Eksemplet viser søkeboksen plassert på en ekstern blogg, i riktig innpakning. Om brukeren benytter denne vil hun få samme type forslag som på 114.no, og treffet vil presenteres på 114.no.

5.2.3 Tema og artikler

114.no har artikler og temasider som er produsert og vedlikeholdes i egen tjeneste. Det er bl a for å hjelpe målgruppene til bedre innsikt i egen situasjon og valgmulighetene de har. Det vil i sin tur gjøre det enklere å finne fram til egnet tjenestetilbud. Samtidig mener vi det er viktig at innholdet som tilbys gjennom 114.no er så utfyllende som mulig, og vi vet at det produseres mye godt innhold på de ulike nett-tjenestene som allerede eksisterer. 114.no vil nyttiggjøre seg innhold på andre nettsteder ved å syndikere (hente inn automatisk fra andre nettsteder) innhold fra tjenester man samarbeider eller har avtaler med og ved å lenke til innhold på andre nettsteder. Vi opererer derfor med tre innholdskategorier; egenprodusert, syndikert og lenker til eksterne nettsteder. Både syndikering og lenking til andre nettsteder forutsetter at det også settes av ressurser til kvalitetssikring av eksterne bidrag.

Illustrasjonen nedenfor viser hvordan brukeren får innhold i høyre spalte knyttet til søket "Har jeg blitt voldtatt". Under "Lær mer" vises ulike typer innhold i prioritert rekkefølge.



- 1 Dette er egenprodusert innhold som ligger på 114.no.
- 2 Dette er innhold som er syndikert, altså automatisk hentet inn, fra andre tjenester som redaksjonen i 114. no har avtaler med.
- 3 Dette er innhold som viser til nettsteder utenfor tjenesten, men som kan ha høy relevans for brukeren.

Vedlegg 1 viser hvordan søkerresultatet endrer seg avhengig av hvilket av de foreslåtte svaralternativene brukeren velger. Dersom f eks en fagperson velger alternativet "Vold i nære relasjoner", vil treffene både under "Få hjelp" og "Lær mer" være av en annen karakter enn dersom en "allmenn-bruker" velger alternativet "Har jeg blitt voldtatt?".

5.3 114.no innhold og søk

I kapitlet forklarer vi hvordan vi har tenkt på innhold, og hvordan man må modellere informasjon og søk på en måte som kan gi merverdi for brukeren.

5.3.1 Innholdstyper

Vi foreslår at 114.no inneholder to hovedtyper av innhold, hvor kjernen er:

1. Beskrivelser av tilbud
2. Temasider

Videre kan 114.no berikes med blogger (dersom ønskelig), søk i eksterne kilder, lenkesamlinger og lignende, som også kan inngå som en del av temasidene. Vårt forslag er at alt innhold har en fast struktur, og har et rikt sett metadata/tags som sørger for at 114.no opptrer som "intelligent" – eller hjelpsom – overfor brukeren.

Ordet **Tilbud** er her tenkt som et samlebegrep på "noe" som produseres av en **Organisasjon** med den hensikt å tilby det til målgruppene.

Eksempler på Tilbud kan være:

- Legevaktens voldtekstmottak
- Alternativ til vold - samtalegrupper
- En chattekanal, enten levert av 114.no eller en annen tilbyder i sektoren
- En tekstsamling/temaside som har en viss kvalitet, og vedlikeholdes av en ansvarlig part
- En video rettet mot en spesiell gruppe, eks. incestutsatte som vurderer å ta tak i et overgrepforhold

Temasider kan også ses på som Tilbud, men vi tenker oss i utgangspunktet at temasidene på 114.no er egenproduserte. 114.no har altså full redaksjonell kontroll. Dette kan det være hensiktsmessig å skille fra tekst/multimedia som eies av andre organisasjoner. Et vesentlig aspekt ved nettopp dette er avsender: det må komme tydelig fram dersom det er 114.no som står som avsender for en temaside eller annet innhold.

5.3.2 Eierskap og vedlikehold av innhold

Vårt forslag er at hovedtype av innhold nr 1) ovenfor eies av tilbydende organisasjoner mens innholdet i 2) eies av 114.no. Spørsmålet om vedlikehold er separat fra spørsmålet om eierskap. Det kan være at det mest gunstige er at 114.no står for å legge inn tekst etc i Tilbud, men at det er Organisasjonene som definerer det (men sender over på epost). På sikt kan man tenke seg en selvbetjent løsning, men dette er betydelig dyrere å etablere, og kan være tungt å drive. En praktisk løsning her kan være å bruke innlogging via Altinn/MinID, men løsningen vil likevel kreve at 114.no tilbyr et visst tjenestnivå, f.eks. bytte ansvarlig person som er autorisert på vegne av en Organisasjon til å endre beskrivelser av Tilbud.

Oppsummert

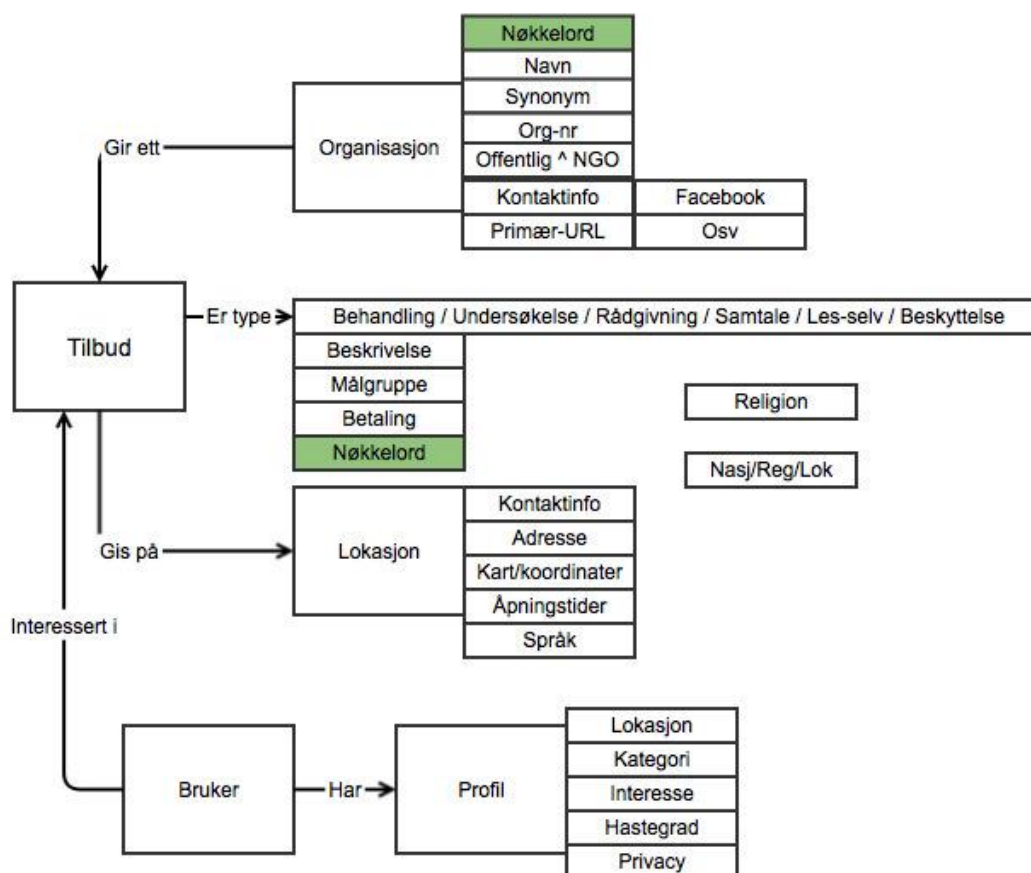
Innhold	Eies av	Vedlikeholdes av
"Tilbud"	Tilbydende organisasjon	114.no eller organisasjon selv
"Temasider"	114.no	114.no (kan også hente inn eksternt innhold)

5.3.3 Søk

Løsningen tilbyr følgende innholdstyper:

1. Beskrivelser av *tilbud*
2. Temasider (egenproduserte av 114.no), også med lenker til eksterne blogger
3. Søketreff fra utvalgte eksterne sider

1) er tenkt utformet som et sett med strukturert informasjon – et forslag er vist under:



Tanken er at alle tilbud som vurderes som relevante representeres ved et slikt sett informasjon. Modellen er tenkt lagt opp slik at en gitt Organisasjon kan gi flere Tilbud, som eventuelt kan ha flere Lokasjoner. En organisasjon kan f eks både gi "fysiske" tilbud og "virtuelle" tilbud (telefon, chat). Vi foreslår at hvert tilbud representeres for seg, for å gi en tilstrekkelig rik modell som åpner for effektiv filtrering.

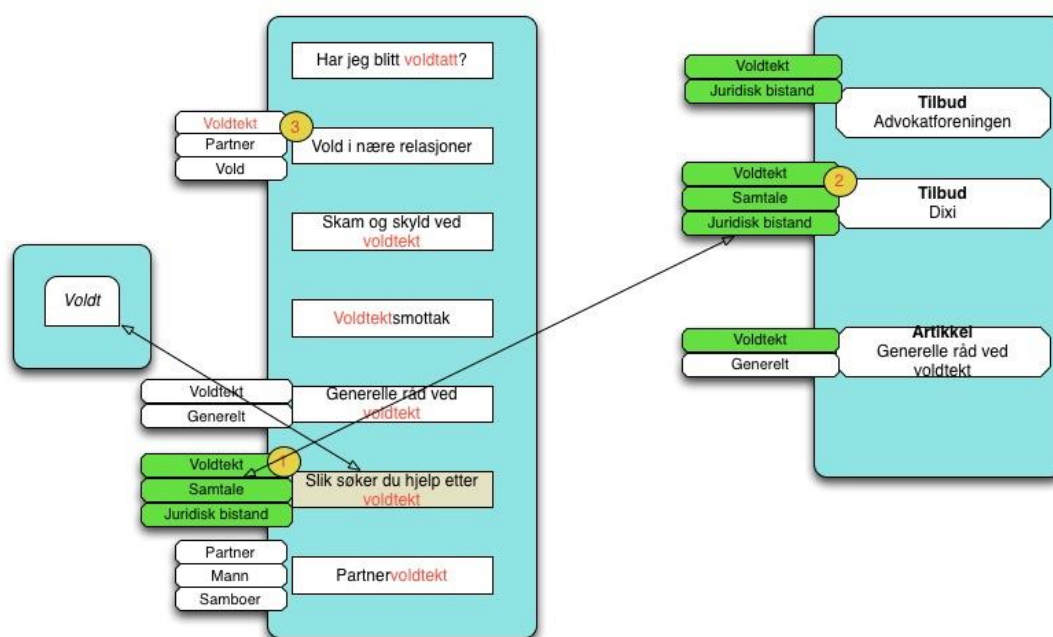
2) foreslås utformet som et relativt begrenset antall temasider som vedlikeholdes av 114.nos redaksjon, eventuelt kan enkelte sider delegeres til andre organisasjoner dersom dette er mer hensiktsmessig. Slike sider kan inneholde egen tekst, lenker til andre nettsteder og ev inngresser med lenker til

andre nettsted; man kan tenke seg at det lages en egen innholdstype som er predefinert med et eget utseende og standard innhold (ingress, lenke, popularitet mm). Det vil være enkelt å legge til nye slike "exit-lenker".

3) Det kan vurderes å inkludere søketreff fra utvalgte eksterne nettsteder. Intensjonen er at disse treffene skal a) merkes tydelig som eksterne b) hentes fra et sett nettsteder som kontrolleres av 114.no, slik at kvalitetene innestås for av 114.no.

Som konseptet viser, vil bruker primært navigere i innholdet ved hjelp av søk. I dette ligger at bruker selv må "komme opp med" noen stikkord, og så vil 114.no tilby forslag basert på dette. For at denne løsningen skal fungere på en god måte, må en del forutsetninger være tilstede:

- synonymordliste
- overvåkning av bruk
- "tagging" av innhold
- god matching av søkeord med tags



De lyseblå boksene viser elementer som vises for bruker; de andre er usynlige.

I søkeboksen skriver bruker "voldt" og dette gir treff både i teksten i treffforslagene (den lyseblå boksen i midten) og tags (merkelapper) på disse: slik kan vi få opp ulike forslag som "vold i nære relasjoner" (3) og "slik søker du hjelp etter voldtekt" (1)

Brukeren velger (1. Merkelappene på dette forslaget matcher Dixi og tilsvarende tilbud best (2), og de havner øverst på trefflisten.

Denne mekanismen vil kreve en del arbeid før den fungerer bra, primært ved at bruken overvåkes og synonymer/merkelapper legges til eller fjernes slik at treffene blir mest mulig relevante.

6 Presentasjon av alternative konsepter og sammenligning av konseptene

I kapitlet presenterer vi to alternative konseptforslag til 114.no og sammenligner de tre konseptene. I tabells form har vi laget en oversikt over potensiale, konsekvenser og antatt omfang knyttet til *sentrale aspekter* ved de tre forslagene:

- Dinegrenser.no – denne er med i vurderingene fordi tjenesten tas i betraktning for alle de tre konseptforslagene
- Markedsføring – her avhenger det av hvilke valg som gjøres for eide, leide og lånte flater for å gjøre tjenesten kjent
- Organisering – denne peker tilbake til valgene som kan gjøres som beskrevet i kap 4
- Merkevarer/design – omfanget her er likt for alle tre konseptforslagene, da det uansett valg må designes en ny merkevare. Her er omfanget beregnet til å omfatte grafisk design, samt interaksjonsdesign og frontend-utvikling for tjenesten
- Drift – her skisseres forskjeller på bruk av CMS og Wordpress
- Applikasjonsutvikling og forvaltning – videre forvaltning av tjenesten
- Innholdsforvaltning – videre utvikling og vedlikehold av innhold i tjenesten

6.1 Forslag 1: 114.no

Konseptet er "fullversjonen" av 114.no slik det er illustert ovenfor. Konseptet er ambisiøst og målrettet, men inneholder de tilbudene brukerne etterspør og som vi mener skal til for å gjøre en forskjell for brukerne. Eksisterende teknologi gjør det mulig å gjennomføre skisserte løsninger og tilpasse tjenesten til ulike plattformer.

Det store "løftet" i konseptet er selve merkevaren **114**.

Hvor tilgjengelig tjenesten skal være og størrelsen i "vare"-utvalget som presenteres for brukerne avgjør omfanget av tjenesten og ressursbruken. Eksempelvis vil en døgnåpen telefon på kort sikt være klart kostnadsdrivende, men den kan vise seg å bli en besparelse i et lengre tidsperspektiv. Gode søk som gir differensierte og raske svar og som er koplet til stedstjenester, øker antallet relevante treff og vil minske belastningen både på bruker, men også på hjelpetilbudene. Men det koster. Vårt forslag innebærer ikke behandling, men **en veiviser** til rett hjelpetilbud eller ressurs på internett. Det betyr at vi i første omgang tenker at ansatte med generalistkunnskap kan betjene dialogtjenesten.

114.no, potensiale, konsekvenser og antatt omfang:

dinegrenser.no	Potensiale	Konsekvenser	Antatt omfang
	Kartløsningen kan videreføres og benyttes Innhold og funksjonalitet kan flyttes fra Wordpress til annen plattform (se forklaring kap.7)	dinegrenser.no lanseres ikke	-
Markedsføring	Potensiale	Konsekvenser	Antatt omfang
	Det bygges en ny merkevare "fra bunnen" rettet mot alle målgruppene	-	Eksternt kjøpt tjeneste. Omfang avhenger av ambisjonsnivå og bruk av ulike flater for markedsføring (se kapittel 4)
Organisering	Potensiale	Konsekvenser	Antatt omfang
	Bygge en solid organisering som engasjerer fagfeltet og kan bli interessant som arbeidsplass. Kan ha som effekt å profesjonalisere fagfeltet ved å sette brukerne i sentrum.	Krever profesjonell drift og kompetanse på prosjektledelse, endringsledelse og kulturbygging. Setter krav til samarbeid på tvers av fagfeltene og tilbudene.	2-3 redaksjonelle årsverk, avhenger av organisering 3-8 årsverk for "alarmtelefon" avhengig av tilbudt tilgjengelighet
Merkevare/design	Potensiale	Konsekvenser	Antatt omfang
			Ca 1000 timer
Drift	Potensiale	Konsekvenser	Antatt omfang
	Løsning skalert for et nasjonalt volum		Løpende ca 300 000NOK
Applikasjonsutvikling og forvaltning	Potensiale	Konsekvenser	Antatt omfang
	Utvikling av avansert løsning som gir støtte for det foreslåtte konseptet på en profesjonell og tillitvekkende måte	Modent funksjonsrikt CMS med sterke søkefunksjoner og som er både skalerbart (ytelse) og utvidbart (egenutviklet funksjonalitet)	Investering ca 4 millioner NOK, forvaltning ca ett årsverk

Innholdsforvaltning	Potensiale	Konsekvenser	Antatt omfang
	Innholdet fremstår levende, tilrettelagt og presist i forhold til behovene og det gjøres en kobling mellom det å "finne hjelp" og det "å forstå" hva man trenger hjelp til. Semantikken kan videreutvikles underveis og bygges om ettersom man ser bruksmønstre og begreper brukerne søker på.	Krever god forvaltning og vedlikehold av innholdet i hjelpetiltakene for at søkerresultatet skal være presist	Se organisering

6.2 Forslag 2: 114.no, nedskalert

Tjenesten har ikke eget innhold, men er kun en "veiviser" som henter informasjon fra andre nettsteder. Forslaget innebærer at 114.no først og fremst blir en dialogkanal og en fasilitator som hjelper brukerne å finne fram til rett hjelpetiltak eller til informasjon på nettsider som ligger utenfor tjenesten selv. En nedskalering får særlig konsekvens for fagdimensjonen i tjenesten, som vil reduseres betydelig i forhold til konsept 1. Tjenesten vil også lide gjennom at løsningen framstår som "tynnere", og dermed mindre tillitvekkende.

Mulighetene for dialog kan opprettholdes gjennom telefon, chat, sms og mail som i forslag 1. Søket i tjenesten er mindre avansert enn i forslag 1, ved at man her kun bruker geografi og søkebegreper som er konkrete for å finne hjelpetiltak og eksternt innhold. Det kan derfor være krevende å lage predefinerte søk som det blir lagt opp til i forslag 1.

114.no, nedskalert, potensiale, konsekvenser og antatt omfang

dinegrenser.no	Potensiale	Konsekvenser	Antatt omfang
	<p>Kartløsningen kan videreføres og benyttes</p> <p>Løsningen flyttes fra Wordpress til annen plattform (se forklaring kap.7)</p>	dinegrenser.no lanseres ikke som dagens forslag	-
Markedsføring	Potensiale	Konsekvenser	Antatt omfang
	<p>Det bygges en ny merkevare "fra bunnen" som kan ha bekjentgjøringsstrategier for alle målgrupper</p>	Tjenesten kan oppfattes som "for mager" i forhold til merkevarens potensial	Eksternt kjøpt tjeneste. Omfang avhenger av ambisjonsnivå og bruk av ulike flater for markedsføring (se kapittel 4)
Organisering	Potensiale	Konsekvenser	Antatt omfang
	<p>Krever liten organisasjon for vedlikehold og forvaltning</p>	Samarbeid på tvers av fagfeltene og tilbudene for å sikre kvalitet i søkeresultat og tilbudsoversikt	<p>1-2 redaksjonelle årsverk, avhenger av organisering</p> <p>2-3 årsverk for "alarmtelefon" avhenging av tilbudt tilgjengelighet</p>
Merkevare/design	Potensiale	Konsekvenser	Antatt omfang
			Ca 1000 timer
Drift	Potensiale	Konsekvenser	Antatt omfang
	Som over	Som over	Som over
Applikasjonsutvikling og forvaltning	Potensiale	Konsekvenser	Antatt omfang
			<p>Investering 2MNOK, forvaltning ca et halvt årsverk</p>

Innholdsforvaltning	Potensiale	Konsekvenser	Antatt omfang
	Ikke innhold utover lenker og søkeresultat	Krever god forvaltning og vedlikehold av innholdet i hjelpetiltakene (tilbudene) for at søkeresultatet skal være presist	Se organisering

6.3 Forslag 3: Pilotering og videreutvikling av dinegrenser.no

Forslaget er et alternativ til å innlemme dinegrenser.no i en ny tjeneste under et annet navn, som i forslag 1 og 2. Alternativet medfører å lansere dinegrenser.no så raskt det lar seg gjøre, og bruke tjenesten som en pilot for å lære og innhente erfaring med denne typen tjenester. Basert på erfaringene man gjør, kan man bygge tjenesten ut med flere perspektiver, flere fagfelt og flere hjelpetilbud enn det som er skissert i forelagte forslag.

En forutsetning for vurderingene i tabellen nedenfor er at dinegrenser.no lanseres under nåværende navn og uendret innhold.

dinegrenser.no, potensiale, konsekvenser og antatt omfang

dinegrenser.no	Potensiale	Konsekvenser	Antatt omfang
	Tjenesten er designmessig, teknisk og tildels innholdsmessig klar til pilotering	-	Avhenger av om man vil bygge ut dinegrenser.no mer før lansering, når det gjelder innhold.
Markedsføring	Potensiale	Konsekvenser	Antatt omfang
	-	Det bygges en merkevare som kommuniserer med færre målgrupper enn oppdraget beskrev	Eksternt kjøpt tjeneste. Omfang avhenger av ambisjonsnivå og bruk av ulike flater for markedsføring (se kapittel 4)
Organisering	Potensiale	Konsekvenser	Antatt omfang
	Bygge på etablert samarbeid i sektoren, som er gjort i forprosjektfasen	Eierskapet bør flyttes fra ideell organisasjon til en offentlig eier	1-2 redaksjonelle årsverk 3-8 årsverk for chatfunksjonen (tjenestens omfang er ikke beskrevet eller spesifisert enda, omfanget er beregnet utfra prototypen)

Merkevare/design	Potensiale	Konsekvenser	Antatt omfang
		Det blir lansert en portal som bærer et merkenavn som ikke kommuniserer til alle de målgruppene som er satt for en nasjonal portal om "Vold i nære relasjoner og voldtekt"	Ca 1000 timer
Drift	Potensiale	Konsekvenser	Antatt omfang
	Skytjeneste	Skytjeneste	Løpende abonnement (rimelig)
Applikasjonsutvikling og forvaltning	Potensiale	Konsekvenser	Antatt omfang
	Å bruke Wordpress gjør den enkelt for eksterne å bidra med innhold	Wordpress er en smal plattform for formålet, og ikke godt egnet for å bygge ut med mer krevende funksjonalitet. Se kapittel 7	Et kvart årsverk
Innholdsforvaltning	Potensiale	Konsekvenser	Antatt omfang
	Eksisterende organisasjon har stort eierskap til innholdet og kjenner løsningen godt. Mange vil bidra med innhold til løsningen.	-	Se organisering

7 Tekniske betraktninger

I kapitlet vurderes teknisk løsning for portalen. Vår anbefaling er et moderne CMS-system som driftes i regi av oppdragsgiver, snarere enn en skybasert løsning (Wordpress o.l.).

En slik løsning vil være dyrere enn en skyløsning, men har mer avanserte egenskaper som konseptet forutsetter. I tillegg gir en egendriftet løsning en helt annen grad av kontroll over løsningens egenskaper over tid, all den tid man selv bestemmer når endringer skal iverksettes. I skyløsninger er man prisgitt tjenestens utviklingsløp, og man kan i verste fall oppleve at egenskaper man er avhengig av, trekkes ut av tjenesten.

NKS har valgt å utvikle sin løsning på Wordpress, som er en skytjeneste, opprinnelig utviklet for blogging. Det er et rasjonelt valg dersom man ikke har store ressurser, og aksepterer de begrensningene som ligger i løsningen.

7.1 Overordnede krav til løsning

Vurdering av egen drift med et moderne CMS-system versus en skytjeneste:

Tegnforklaring:

++	+	0	-	--
Utmerket	Bra	Noenlunde	Svakt	Ikke tilgjengelig

Egenskap	Egen drift	Sky
Posisjonstjenester	+	-
Innebygget søk	++	+
Mulighet for å utvide med dedikerte søkeløsninger	++	0
Integrasjon med ulike eksterne kilder	+	0
Integrasjon med interne systemer	++	0
Integrasjon med SMS	+	-
Integrasjon med chat	+	0
Generell mulighet til tilpasning og utvikling	++	--

7.2 Overtakelse av innhold i NKS tjeneste

Innholdet som er utviklet i regi av NKS, vil uten videre kunne flyttes over til en CMS-løsning. Tyngden av investeringen NKS har gjort, ligger i innhold og dette er flyttbart uten større investeringer da det hovedsakelig består av grafikk og tekst.

NKS har tatt i bruk en karttjeneste fra Google. Dette er en standard løsning, og det å gjenbruke informasjonen herfra i 114.no er uproblematisk.

7.3 Krav til publiseringsløsning for konseptet 114.no

I tabellen under har vi gjort en vurdering av en del egenskaper ved en CMS-løsning og egenskapenes betydning for 114.no-konseptet.

Tegnforklaring:

++	+	o	-	--
Sentral funksjonalitet	Veldig nyttig	Nyttig	Blir neppe brukt	Uviktig for konseptet

Egenskap	Viktig for konseptet
CMS må ikke være til hinder for å implementere responsiv design (responsive design betyr at det grafiske tilpasser seg den nettbaserte plattformen den vises på – man trenger ikke lage eget design for eksempel for mobiltelefon)	++
Teknologien (programmeringsspråket) CMS utvikles i skal gjøre det mulig å integrere chat	++
A og B side testing. Det skal være mulig for redaktørene å teste forskjellige layout og få ut statistikker som tilsier hvilken som egner seg best.	+
Søkemotoroptimaliseringshjelp som foreslår hvilke søkeord som skal fremheves i tekstene for å øke treffsannsynligheten.	o
Innhold som tilpasser seg bruksmønsteret og hvilke søkeord det søkes på.	+
Posisjonstjenester for å tilby innhold som er tilpasset området brukeren befinner seg i.	+
Lenkesjekk som sjekker at lenker brukt i tjenesten fortsatt eksisterer.	o
Språkstøtte for tjenestens innhold, også ved søk	++
Støtte for sammensatte søk etter informasjon.	++
Redaktør kan selv endre utseende på sidene uten å involvere utviklere	-
Enkel rettighetsstyring/tilgang til organisasjoner som skal kunne oppdatere kontaktinformasjonen sin.	+
Gratis moduler og utvidelser	-
Garantert responstid fra CMS-leverandøren	-
Mye brukt CMS som gjør det mulig for tjenesten å være leverandøruavhengig	+

8 Oppsummering og anbefaling

Med tanke på hvordan vi kan løse de utfordringene målgruppene står overfor når de skal finne frem til hjelpetiltak og informasjon, har vi laget tre ulike konsepter som alle på ulikt vis ivaretar de fleste eller noen av behovene som er avdekket.

Prosjektet anbefaler at Forslag 1: 114.no iverksettes med hensikt å nå de målene som er foreslått for tjenesten. Begrunnelsen for anbefalingen er:

- Å opprette og innføre en "alarmtelefon"-tjeneste i tilknytning til en digital tjeneste ("portal") på flere plattformer imøtekommer brukernes behov og vil bidra til å løfte problemstillingen *vold i nære relasjoner og voldtekt* til et politisk og strategisk nivå som området fortjener.
- Samspillet mellom dialogmulighetene i konseptet, bruken av tilpasset søk og rikt innhold fra flere kilder, gir brukeren maksimalt med muligheter til å finne hjelpetiltak og lære mer om egen situasjon i ett skjermbilde.
- Å lage søk på denne måten gjør at konseptet og merkevaren 114.no, ved hjelp av widgets, kan flyttes til andre nettsteder og brukes derfra.

Videre anser prosjektet det er essensielt for suksess at man videre:

- Tar med tjenester, tanker og erfaring fra dinegrenser.no inn i videre utvikling av ett prosjekt
- Trekker inn erfaringer fra Ung.no når det gjelder organisering, med hensikt å finne beste mulige organisering for 114.no

Anbefalingen setter krav til eierskap, organisering og markedsføring for å bli den suksessen tjenesten fortjener.

9 Vedlegg

Vedlegg 1: Konseptskisser

Nettbrett og desktop

Nettbrett og desktop



114 – ved vold og overgrep

114 er en nasjonal informasjons- og varslingstjeneste for alle som mistenker psykisk, fysisk eller seksuelt overgrep. Eller som har opplevd det selv. 114-tjenesten er gratis, døgnåpen og du kan være helt anonym.



Angi sted

PÅ

114 har samlet informasjon og hjelpetilbud om vold og overgrep i Norge på ett sted. Vil du snakke med noen, kan du ringe, chatte eller sende en sms. Kvalifiserte fagfolk svarer deg, hele døgnet.

[Å bli skjelt
ut av kjæresten](#) >>

Skissebeskrivelse:

Førsteside for desktop (PC/Mac) eller tablet

Artikkeltittel «Å bli skjelt ut av kjæresten» er en av et sett med artikkeltittler som roterer på førstesiden.



Ring



SMS



Chat

114 – ved vold og overgrep

114 er en nasjonal informasjons- og varslingstjeneste for alle som mistenker psykisk, fysisk eller seksuelt overgrep. Eller som har opplevd det selv. 114-tjenesten er gratis, døgnåpen og du kan være helt anonym.

Q

Har jeg blitt voldtatt?

Voldtektsmottak

Skam og skyld ved voldtekt

Vold i nære relasjoner

Generelle råd etter en voldtekt

Slik søker du hjelp etter voldtekt

Var det voldtekt når hun var full?

Angi sted

PÅ

114 har samlet informasjon og hjelpetilbud om vold og overgrep i Norge på ett sted. Vil du snakke med noen, kan du ringe, chatte eller sende en sms. Kvalifiserte fagfolk svarer deg, hele døgnet.

**Å bli skjelt
ut av kjæresten** >>

Skissebeskrivelse:

Førsteside for desktop (PC/Mac) eller tablet

Bruker begynner å skrive "Voldt..." og predefinerte søk vises som mulige valg



Ring



SMS



Chat

114 – ved vold og overgrep

114 er en nasjonal informasjons- og varslingstjeneste for alle som mistenker psykisk, fysisk eller seksuelt overgrep. Eller som har opplevd det selv. 114-tjenesten er gratis, døgnåpen og du kan være helt anonym.

Q

Angi sted

Har jeg blitt voldtatt?
Voldtekstmottak
Skam og skyld ved voldtekt
Vold i nære relasjoner
Generelle råd etter en voldtekt
Slik søker du hjelp etter voldtekt
Var det voldtekt når hun var full?

114 har samlet informasjon og hjelpetilbud om vold og overgrep i Norge på ett sted. Vil du snakke med noen, kan du ringe, chatte eller sende en sms. Kvalifiserte fagfolk svarer deg, hele døgnet.

**Å bli skjelt
ut av kjæresten** >>

Skissebeskrivelse:

Førsteside for desktop (PC/Mac) eller tablet
Bruker velget "Har jeg blitt voldtatt"



Ring



SMS



Chat

114 – ved vold og overgrep



Har jeg blitt voldtatt?



Angi sted

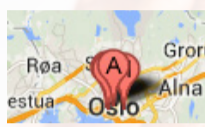
PÅ

Få hjelp

**Oslo legevakt Overgrepsmottaket**

Overgrepsmottaket ved Oslo legevakt hjelper voldtektsutsatte – enten det er akutt eller ikke.

☎ 23 48 70 90 (hele døgnet)
Storgata 40
0182 Oslo

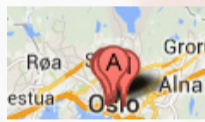


🏥 Behandling + Undersøkelse ⓘ Rådgivning
💬 Samtale ⌚ Døgnåpent Ⓜ Gratis
🗨️ Taushetsplikt 📄 Ingen legeerklæring

DIXI

Informasjon, samtaler og advokathjelp for voldtektsutsatte og pårørende. Tilbudet er gratis og det er kort ventetid.

☎ 22 44 40 50
☎ 930 58 070 (ring/sms)
Arbinsgate 1–3
0253 Oslo



ⓘ Rådgivning 💬 Samtale Ⓜ Gratis
🗨️ Taushetsplikt 📄 Ingen legeerklæring
🕒 Ingen ventetid

Oslo Krisesenter

Krisesenteret gir råd, veiledning, praktisk bistand og et trygt sted å bo for den som har vært utsatt for vold eller mishandling fra en partner, venn eller familiemedlem.

☎ 22 48 03 80
postmaster@oslokrisesenter.no
menn@oslokrisesenter.no

ⓘ Rådgivning 💬 Samtale 🛡️ Beskyttelse
⌚ Døgnåpent Ⓜ Gratis 🗨️ Taushetsplikt
📄 Ingen legeerklæring

Advokatforeningen

Advokatforeningen formidler kontakt til 5500 advokater spredt utover hele landet. Når du har vært utsatt for en straffbar handling, vil du etter anmeldelsen normalt kunne få gratis bistandsadvokat.

ⓘ Rådgivning 🗨️ Taushetsplikt

Politiet

Politiet prioriterer familievold høyt. De gir bred oversikt over tjenestetilbudet og kan tilby samtaler, akutt hjelp, skjerming, etterforskning og mye mer for voldsutsatte og utøvere av vold.

☎ 02800
☎ 112

ⓘ Rådgivning 🛡️ Beskyttelse 💬 Samtale
⌚ Døgnåpent Ⓜ Gratis 🗨️ Taushetsplikt
🕒 Ingen ventetid 📄 Ingen legeerklæring

Lær mer

**Hva er voldtekt?**

Voldtekt er en sammensatt forbrytelse som rammer flere sider av ens personlige frihet, rettskaffenhet, moral og karakter.

Generelle råd etter en voldtekt

Det er mange måter å reagere på etter en voldtekt, og alle reaksjoner er «riktige», bare man reagerer, isteden for å stenge alt inne i seg.

Til deg som partner

Nokre går inn i eit forhold med ei vissheit om at kjærasten har vorte utsett for ei valdtekt, medan andre får vite om valdtekta etter at det har gått lang tid.

Varsel til fornærmede

... ved permisjonsutgang. Fikk brevet i posten i dag. Det brevet som jeg har gruet meg til.

➔ Voldtekt bak lukkede dører

Dagsavisen • 25.09.2012

Skissebeskrivelse:

Søkeresultat Desktop eller tablet

Geografi "Oslo" er valgt ved at "Angi sted" til høyre for søkeboksen står "på"

Venstrespalte viser "Få hjelp", som viser aktuelle tilbud i geografisk område. Tilknyttet tiltaket er beskrivelse og symboler som viser type hjelp

Høyrespalte: "Lær mer" viser innhold i tre kategorier, egenprodusert innhold, syndikert innhold og lenker ut av tjenesten



Ring



SMS



Chat

114 – ved vold og overgrep



Har jeg blitt voldtatt?



Angi sted

PÅ

Få hjelp



Lær mer

[Hva er voldtekt?](#)

Hva er voldtekt?

Voldtekt er en sammensatt forbrytelse som rammer flere sider av ens personlige frihet, rettskaffenhet, moral og karakter. Offeret tvinges til seksuell omgang, enten ved vold eller ved å fremkalle alvorlig frykt for ens liv eller helse.

Voldtektsforbrytelsen er en alvorlig krenkelse av ens personlige integritet, dvs. frihet og mulighet til å avvise tilnærmelser av seksuell karakter og til selv å bestemme over egen seksualitet.

Voldtekt er ikke bare en krenkelse av det enkelte offer, men skaper også frykt hos andre, slik at deres frihet kan bli berørt. Voldtektsforbrytelsen er dermed en fredskrenkelse som rammer mange flere enn den voldtatte selv.

Forbrytelsens sammensetning avspeiles i dens skadevirkninger. Ofrene kan bli påført en lang rekke skadevirkninger, både fysiske og psykiske. De psykiske følgene av en voldtekt er ofte omfattende og langvarige, og kan gi seg utslag i kroppslige plager.

- En voldtekt oppleves alltid som en fare for den som blir voldtatt
- En voldtektssituasjon kommer gjerne helt uventet og plutselig
- En voldtekt kan føre til et vendepunkt i livet

Skissebeskrivelse:

Artikkelside for desktop (PC/Mac) eller tablet



Ring



SMS



Chat

114 – ved vold og overgrep

114 er en nasjonal informasjons- og varslingstjeneste for alle som mistenker psykisk, fysisk eller seksuelt overgrep. Eller som har opplevd det selv. 114-tjenesten er gratis, døgnåpen og du kan være helt anonym.

Q

Har jeg blitt voldtatt?

Voldtektsmottak

Skam og skyld ved voldtekt

Vold i nære relasjoner

Generelle råd etter en voldtekt

Slik søker du hjelp etter voldtekt

Var det voldtekt når hun var full?

Angi sted

PÅ

114 har samlet informasjon og hjelpetilbud om vold og overgrep i Norge på ett sted. Vil du snakke med noen, kan du ringe, chatte eller sende en sms. Kvalifiserte fagfolk svarer deg, hele døgnet.

**Å bli skjelt
ut av kjæresten** >>

Skissebeskrivelse:

Førsteside for desktop (PC/Mac) eller tablet

Bruker velget "Vold i nære relasjoner" - ett begrep som har en større "faglighet" over seg enn forrige eksempel



Ring



SMS



Chat

114 – ved vold og overgrep



Vold i nære relasjoner



Angi sted

PÅ

Få hjelp


Regionale ressursentre om vold, traumatisk stress og selvmordsforebygging

(RVTS) er en ressurs for deg som i ditt arbeid møter mennesker berørt av vold og seksuelle overgrep.

Stiftelsen Alternativ til Vold

Stiftelsen Alternativ til Vold (ATV) er et behandlings- og kompetansesenter på vold i nære relasjoner. ATV startet i 1987, og i nære relasjoner.

Felleskap mot seksuelle overgrep

For mange overgrepsutsatte vil det på et eller annet tidspunkt være behov for å få hjelp og støtte. Sentrene som er organisert under FMSO danner et felleskap mot seksuelle overgrep i Norge.

Norskkrisesenterforbund

Norsk Krisesenterforbund NOK! er en interesseorganisasjon for krisesentre.

Politi.no - Hjelpeapparatet

Hvor kan du henvende deg for å få hjelp? Her vil du finne en oversikt over ulike institusjoner og organisasjoner som har informasjon om vold og misbruk.

Bistandsadvokat

I saker om seksuallovbrudd, vold i nære relasjoner, menneskehandel. Du kan også få hjelp av advokat til å vurdere om forholdet skal anmeldes.

Voldsoffererstatning

Kontoret behandler søknader om voldsoffererstatning fra personer som er påført personskade som følge av straffbar voldshandling.

Lær mer


Et liv uten vold

Handlingplan mot vold i nære relasjoner 2014–2017 regjeringen 2013

Regjeringen • 2013

Vold - definisjoner og omfang

Selv om seksuelle overgrep dekkes av WHO's definisjon av vold og voldstypologi, har ... Vold i nære relasjoner, vies særlig oppmerksomhet.

NKVTS • 14.08.2009

Vold i nære relasjoner

Vold i nære relasjoner: Konsekvenser av vold og behandling av voldutsatte i. Sammenfatning av definisjon av vold.

KTE Morken • 2008

Vold i nære relasjoner - Frirettshjelpadvokat

Politiets definisjon på vold i nære relasjoner er: Vold eller trusler om vold overfor personer som er eller har vært gift eller som lever eller har levd i.

Frirettshjelpadvokat • 2013

Skissebeskrivelse:

Søkeresultat for desktop (PC/Mac) eller tablet - vi antar at brukeren er fagperson eller "har fagpersoninteresser"

Venstrespalte viser "Få hjelp", som viser aktuelle tilbud blandt andre typer organisasjoner enn hjelpetitakene direkte

Høyrespalte: "Lær mer" viser innhold som primært lenker ut av tjenesten

Telefon



Skissebeskrivelse:

Førsteside mobil/smarttelefon

114

NORSK

SÁMEGIELLA

ENGLISH

URDU



Ring



SMS



Chat

114 – ved vold og overgrep

114 er en nasjonal informasjons- og varslingstjeneste for alle som mistenker psykisk, fysisk eller seksuelt overgrep. Eller som har opplevd det selv. 114-tjenesten er gratis, døgnåpen og du kan være helt anonym.

Angi sted



Voldt



Har jeg blitt voldtatt?

Voldtektsmottak

Skam og skyld ved voldtekt

Vold i nære relasjoner

Generelle råd etter en voldtekt

Slik søker du hjelp etter voldtekt

Var det voldtekt når hun var full?

114 har samlet informasjon og hjelpetilbud om vold og overgrep i Norge på ett sted. Vil du snakke med noen, kan du ringe, chatte eller sende en sms. Kvalifiserte fagfolk svarer deg, hele døgnet.

Skissebeskrivelse:

Samme søkemetode som for tablet/desktop

114

NORSK

SÁMEGIELLA

ENGLISH

URDU



Ring



SMS



Chat

114 – ved vold og overgrep

114 er en nasjonal informasjons- og varslingstjeneste for alle som mistenker psykisk, fysisk eller seksuelt overgrep. Eller som har opplevd det selv. 114-tjenesten er gratis, døgnåpen og du kan være helt anonym.

Angi sted



Voldt



Har jeg blitt voldtatt?

Voldtektsmottak

Skam og skyld ved voldtekt

Vold i nære relasjoner

Generelle råd etter en voldtekt

Slik søker du hjelp etter voldtekt

Var det voldtekt når hun var full?

114 har samlet informasjon og hjelpetilbud om vold og overgrep i Norge på ett sted. Vil du snakke med noen, kan du ringe, chatte eller sende en sms. Kvalifiserte fagfolk svarer deg, hele døgnet.

Skissebeskrivelse:

Førsteside mobil

Bruker velger "Har jeg blitt voldtatt"

Viser direkte tiltak og innhold som to valg i menyen



114 – ved vold og overgrep >

Angi sted

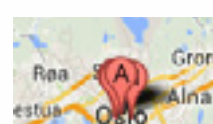
Få hjelp ▾

Oslo legevakt Overgrepsmottaket

Overgrepsmottaket ved Oslo legevakt hjelper voldtaktutsatte – enten det er akutt eller ikke.

Ring

Storgata 40
0182 Oslo



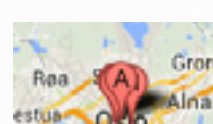
- Behandling
- Undersøkelse
- Rådgivning
- Samtale
- Døgnåpent
- Gratis
- Taushetsplikt
- Ingen legeerklæring

DIXI

Informasjon, samtaler og advokathjelp for voldtaktutsatte og pårørende. Tilbudet er gratis og det er kort ventetid.

Ring

930 58 070 (ring/sms)
Arbinsgate 1 – 3
0253 Oslo



- Rådgivning
- Samtale
- Gratis
- Taushetsplikt
- Ingen legeerklæring
- Ingen ventetid

Oslo Krisesenter

Krisesenteret gir råd, veiledning, praktisk bistand og et trygt sted å bo for den som har vært utsatt for vold eller mishandling fra en partner, venn eller familiemedlem.

Ring

postmaster@oslokrisesenter.no
menn@oslokrisesenter.no

- Rådgivning
- Samtale
- Gratis
- Taushetsplikt
- Ingen legeerklæring
- Beskyttelse

Advokatforeningen

Advokatforeningen formidler kontakt til 5500 advokater spredt utover hele landet. Når du har vært utsatt for en straffbar handling, vil du etter anmeldelsen normalt kunne få gratis bistandsadvokat.

- Rådgivning
- Taushetsplikt

Politiet

Politiet prioriterer familievold høyt. De gir bred oversikt over tjenestetilbudet og kan tilby samtaler, akutt hjelp, skjerming, etterforskning og mye mer for voldsutsatte og utøvere av vold.

Ring

- Rådgivning
- Beskyttelse
- Samtale
- Døgnåpent
- Gratis
- Taushetsplikt
- Ingen ventetid
- Ingen legeerklæring

Lær mer ▾

Hva er voldtekt?

Voldtekt er en sammensatt forbrytelse som rammer flere sider av ens personlige frihet, rettskaffenhet, moral og karakter.

Generelle råd etter en voldtekt

Det er mange måter å reagere på etter en voldtekt, og alle reaksjoner er «riktige», bare man reagerer, isteden for å stenge alt inne i seg.

Til deg som partner

Nokre går inn i eit forhold med ei vissheit om at kjæresten har vorte utsett for ei valdtekt, medan andre får vite om valdtekta etter at det har gått lang tid.

Varsel til fornærmede

... ved permisjonsutgang. Fikk brevet i posten i dag. Det brevet som jeg har gruet meg til.

Voldtekt bak lukkede dører

Dagsavisen • 25.09.2012

114 har samlet informasjon og hjelpetilbud om vold og overgrep i Norge på ett sted. Vil du snakke med noen, kan du ringe, chatte eller sende en sms. Kvalifiserte fagfolk svarer deg, hele døgnet.

Skissebeskrivelse:

Søkeresultat mobil

Viser tiltak når det er valgt

114

NORSK

SÁMEGIELLA

ENGLISH

URDU



Ring



SMS



Chat

114 – ved vold og overgrep >

Angi sted

PÅ

Har jeg blitt voldtatt? 

Få hjelp >

Lær mer >

Hva er voldtekt?

Voldtekt er en sammensatt forbrytelse som rammer flere sider av ens personlige frihet, rettskaffenhet, moral og karakter. Offeret tvinges til seksuell omgang, enten ved vold eller ved å fremkalle alvorlig frykt for ens liv eller helse.

Voldtektsforbrytelsen er en alvorlig krenkelse av ens personlige integritet, dvs. frihet og mulighet til å avvise tilnærmelser av seksuell karakter og til selv å bestemme over egen seksualitet.

Voldtekt er ikke bare en krenkelse av det enkelte offer, men skaper også frykt hos andre, slik at deres frihet kan bli berørt. Voldtektsforbrytelsen er dermed en fredskrenkelse som rammer mange flere enn den voldtatte selv.

Forbrytelsens sammensetning avspeiles i dens skadevirkninger. Ofrene kan bli påført en lang rekke skadevirkninger, både fysiske og psykiske. De psykiske følgene av en voldtekt er ofte omfattende og langvarige, og kan gi seg utslag i kroppslige plager.

- En voldtekt oppleves alltid som en fare for den som blir voldtatt
- En voldtektssituasjon kommer gjerne helt uventet og plutselig
- En voldtekt kan føre til et vendepunkt i livet

114 har samlet informasjon og hjelpetilbud om vold og overgrep i Norge på ett sted. Vil du snakke med noen, kan du ringe, chatte eller sende en sms. Kvalifiserte fagfolk svarer deg, hele døgnet.

Skissebeskrivelse:

Artikkelside mobil

Widget

114 – Spør oss om vold og overgrep

Har jeg blitt voldtatt?



Angi sted

PÅ

114 har samlet informasjon og hjelpetilbud om vold og overgrep i Norge på ett sted.

114 – Spør oss om vold og overgrep

Søk svar på 114

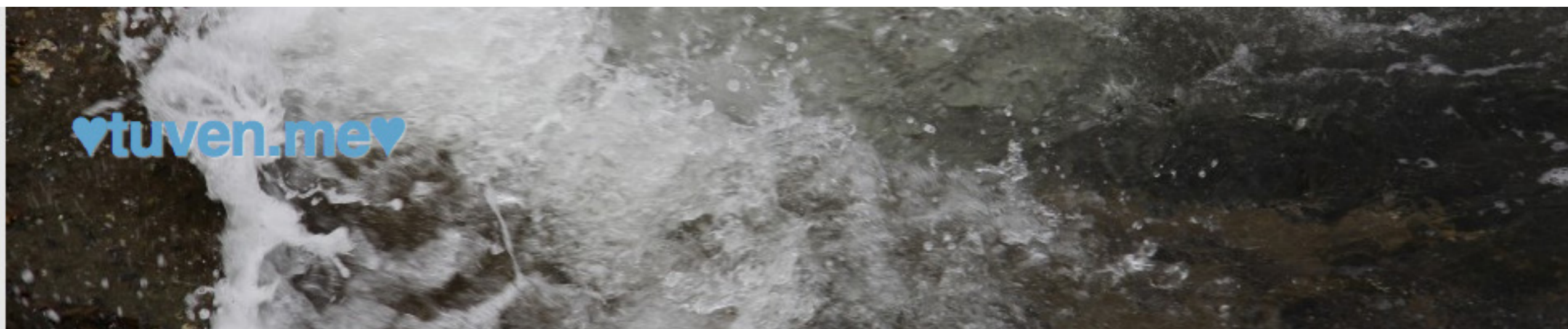


114 har samlet informasjon og hjelpetilbud om vold og overgrep i Norge på ett sted.

Skissebeskrivelse:

Søkemotoren kan pakkes i en liten kode og plasseres på andre sider og tjenester, på samme måte som feks Yr.no gjør med værmeldinger

Denne kan lages som "banner med funksjonalitet" eller som en liten boks som brukerne selv kan plasseres på sin blogg, se neste side.



HEI, HILSE PENT, JEG HETER TUVA.

114 – Spør oss om vold og overgrep

Søk svar på 114 

114 har samlet informasjon og hjelpe-tilbud om vold og overgrep i Norge på ett sted.

Varsel til fornærmede...

... ved permisjonsutgang.

Fikk brevet i posten i dag. Det brevet som jeg har gruet meg til.

Vil ikke tenke på det. Vil ikke, vil ikke, vil ikke. Holde for ørene, lukke øynene og hyle bort tankene.

Men i dag måtte jeg åpne øynene. Realitet og virkelighet slår meg hardt i bakhodet, og jeg blir liggende lamslått. Sorg blander seg med sinne, og frykten paralyserer meg.

Brevet hadde returadresse til Kriminalomsorgen.

Omsorg, hvor feil blir ikke det, konstaterer følelsene mine.

Det vrenses i meg, for jeg forstår brevets innhold. Det er en varsel. En varsel om første permisjon. Nå starter det. Nå må jeg holde pusten igjen.

Eks-voldtektsmannen skal ut og lufte seg.

Jeg hyller rettsstaten Norge. Jeg vet at jeg møtte rettferdighet, da han ble idømt 5 og 1/2 år i fengsel. Jeg er stolt av rettssikkerheten vi har. Jeg velger å stole på at tilbakeføring til samfunnet blir gjort på en forsvarlig måte. at han får den kriminalomsorgen han behøver

Skissebeskrivelse:

Widget/søket plassert på annen blogg

