

UNGDOM, YOUTUBE OG TRAFIKKOPPLÆRING



Aleksander Olsbø

Trond Pedersen

Kandidatoppgave

**2-årig grunnutdanning
For trafikklærere**

2010



**Avdeling for
trafikklærerutdanning**

Stjørdal 2010

SAMMENDRAG

Formålet med denne kandidatoppgaven er å få svar på følgende problemstilling:

Hvordan mener ungdom at trafikkrelaterte filmer på YouTube påvirker dem?

Oppgaven er bygd opp rundt et forskningsopplegg som ble gjennomført i en ungdomsskoleklasse i november 2009. Opplegget gikk ut på at vi viste tre ulike typer trafikkrelaterte filmklipp hentet fra YouTube, hvor ungdommene skulle svare på et spørreskjema i tilknytning til hvert av klippene.

Resultatene i undersøkelsen drøftes i forhold til arbeid med holdningspåvirkning i føreropplæringen og begrepene interesse, identitet og emosjon.

Resultatene tyder på at film nummer to, *Livsfarlig SMS*, er den av filmene som fremkaller både gjenkjenning og de sterkeste emosjonene, og slik sett gjør dypest inntrykk. Ut i fra ungdommenes svar, ser vi en klar tendens til at denne filmen påvirker holdninger og adferd i det vi vil kalle en ”trafikksikker retning”; være mer forsiktig i trafikken, ta mer hensyn til andre, følge trafikkreglene, få mindre lyst til å kjøre fort, være bevisst på at min oppførsel er viktig for min og andres sikkerhet.

Læreplanen vektlegger at elevene gjennom hele opplæringen skal få øving i å reflektere over egne handlings- og vurderingstendenser (holdninger). Ut i fra resultatene i undersøkelsen vår, vil vi argumentere for at det kan være hensiktsmessig å trekke inn trafikkrelaterte filmklipp fra YouTube i føreropplæringen som en del av det holdningsrelaterte trafikksikkerhetsarbeidet. Et av hovedargumentene er at virkemiddelet er godt tilpasset målgruppen, litt avhengig av elevenes personlighet. For at trafikklæreren skal få de beste forutsetninger til å påvirke elevene, vil vi anbefale at holdningsarbeidet vektlegges allerede fra starten av (trafikalt grunnkurs) og videreføres under hele opplæringen.

Resultatene i undersøkelsen tyder på at det kan være hensiktsmessig å ta i bruk sterke virkemidler i føreropplæringen. Dette blir en etisk vurdering hver enkelt trafikklærer må ta stilling til og begrunne ut fra eget ståsted og målene med opplæringen.

Vi mener det kunne vært interessant å forske videre på bruken av ”sterke” filmsekvenser i føreropplæringen, og se nærmere på sammenhenger mellom personlighet og holdninger.

SUMMARY

The purpose of this study is to answer the following question:

How do young people think that traffic-related movies on YouTube affect them?

This study is built around a scientific research that was implemented in a middle school class in November 2009. The plan was that we showed three different types of traffic-related movie clips from YouTube, where young people would respond to a questionnaire relating to each of the clips.

The results of the survey are discussed in relation to work with attitudes influence in the driver's education and concepts of interest, identity and emotion.

The results indicate that movie number two, *Livsfarlig SMS*, is the film that brings about both the recognition and the strongest emotions, and therefore makes the deepest impression. Based on young people's responses, we see a clear tendency that this film affects attitudes and behavior in what we would call a "road safe" direction; that is: be more careful in traffic, take more account of others, follow traffic rules, have less desire to go fast and be aware that my behavior is important for my and other's safety.

The curriculum emphasizes that students throughout the driver training program (tutorial) should get exercise in reflecting on their actions and assessments trends (attitudes). Based on the results of our survey, we will argue that it may be appropriate to bring in traffic-related movie clips from YouTube in the driver training as part of the attitude-related traffic safety efforts. One of the main arguments is that the instrument is well adapted to the target, depending on students' personality. If the traffic teacher should receive the best conditions in which he is able to influence the students, we recommend that the awareness-building (work on attitudes) is emphasized from the start ("trafikalt grunnkurs") and continued throughout the training.

The results of the survey suggest that it may be appropriate to adopt "strong measures" in the driver's education. This is an ethical dilemma each traffic teacher must decide and justify for themselves considering the basis of their own point of view and objectives of the training.

We believe it would be interesting to investigate further the use of "strong" movies in the driver's education, and examine relationships between personality and attitudes.

FORORD

Vi er to studenter på trafikklærerutdanningen ved Høgskolen i Nord-Trøndelag som har valgt å skrive kandidatoppgave om temaet ungdom, YouTube og trafikk.

For at vi i større grad skal være i stand til å knytte opplæringen til noe ungdom er opptatt av, ønsker vi å se nærmere på ungdoms forhold til YouTube. Vi ønsker å få et innblikk i hva ungdom selv mener om noen typer trafikkrelaterte filmklipp, og få et inntrykk av hvordan disse kan være med å påvirke holdningene deres. Videre håper vi at denne kunnskapen kan være nyttig for å få til en opplæring som ”treffer” ungdom på en best mulig måte.

Oppgaven er bygd opp rundt et forskningsprosjekt som ble gjennomført i en ungdomsskoleklasse i Stjørdal i november 2009. Prosjektet gikk i grove trekk ut på å vise tre ulike typer trafikkrelaterte filmklipp hentet fra YouTube, hvor ungdommene skulle svare på et spørreskjema i tilknytning til hvert av klippene.

Vi er takknemlige for det positive samarbeidet vi har hatt med skolen som deltok i undersøkelsen. Videre vil vi takke Svein Loeng for nyttig veiledning underveis i arbeidet med oppgaven. Vi vil også rette en takk til Dagfinn Moe for gode tips og råd ved oppstarten av kandidatarbeidet. I tillegg vil vi få takke velvillige familiemedlemmer som har vært med og støttet oss i en arbeidskrevende periode.

Avslutningsvis ønsker undertegnede å takke hverandre for en konstruktiv og lærerik prosess, preget av godt samarbeid og stor innsats over lengre tid.

Stjørdal, mars 2010

Aleksander Olsbø

Trond Pedersen

INNHold

SAMMENDRAG	2
SUMMARY	3
FORORD.....	4
1 INNLEDNING.....	7
2 KUNNSKAPSSTATUS.....	8
2.1 HVA ER YOU TUBE?.....	8
2.1.1 YOU TUBE: POPULARITET OG TEKNOLOGI.....	8
2.1.2 UNGDOM OG YOU TUBE.....	9
2.2 TRAFIKKSIKKERHETSARBEID.....	9
2.2.1 ATFERDSMODIFIKASJON	10
2.2.2 HOLDNINGSPÅVIRKNING	10
2.2.3 RESULTATER FRA UNDERSØKELSER	13
2.2.4 LÆREPLANEN.....	13
3 METODE	14
3.1 KUNNSKAPSSYN	14
3.2 VALG AV METODE.....	15
3.3 UTVALG.....	15
3.4 FILMENE.....	16
3.4.1 <i>GETAWAY IN STOCHOLM 6</i>	16
3.4.2 <i>LIVSFARLIG SMS</i>	16
3.4.3 <i>SAVNET ER STORT</i>	16
3.5 UTFORMING AV SPØRRESKJEMA.....	17
3.6 GJENNOMFØRINGEN AV UNDERSØKELSEN.....	18
3.7 QUESTBACK	19
4 RESULTATER	19
4.1 DELTAKERNE.....	19

4.2 BRUKEN AV INTERNETT OG NETTSTEDET YOUTUBE	19
4.2.1 HVILKE TYPER FILMER SER GUTTER OG JENTER?	20
4.3 UNGDOMMENES FORHOLD TIL TRAFIKK	21
4.3.1 ULYKKESERFARINGER.....	21
4.4 FILMENE.....	21
4.4.1 PÅVIRKNING AV FØLELSER	21
4.4.2 NÆRHET, AKTUALITET OG IDENTIFISERING	22
4.4.3 SKAPER FILMENE ET VARIG INNTRYKK?.....	23
4.4.4 MENER UNGDOMMENE AT FILMENE PÅVIRKER HOLDNINGER OG ATFERD?	24
4.5 HVILKE METODER PÅVIRKER UNGDOMS OPPFØRSEL I TRAFIKKEN?.....	25
4.6 PERSONLIGHET OG PÅVIRKNING	25
5 DRØFTING.....	27
5.1 BRUKEN AV YOUTUBE.....	27
5.2 INTERESSE, IDENTITET OG FØLELSER.....	28
5.2.1 FILM 1: <i>GETAWAY IN STOCKHOLM 6</i>	28
5.2.2 FILM 2: <i>LIVSFARLIG SMS</i>	29
5.2.3 FILM 3: <i>SAVNET ER STORT</i>	30
5.3 PERSONLIGHET OG PÅVIRKNING.....	31
5.4 METODER SOM PÅVIRKER UNGDOMS OPPFØRSEL I TRAFIKKEN.....	33
5.5 FEILKILDER	33
6 KONKLUSJONER OG VEIEN VIDERE.....	34
KILDER	36
VEDLEGG 1	39
VEDLEGG 2	40
VEDLEGG 3	41

1 INNLEDNING

Som trafikkklærere ønsker vi å nå fram til ungdom. Vi ser at mange ungdommer bruker mye tid på Internett og nettsteder som eksempelvis YouTube. Her finnes det filmklipp i en rekke sjangere, og mange av disse er også knyttet til trafikk.

Når vi som trafikkklærere skal planlegge undervisning både i bil og på trafikalt grunnkurs, skal vi forsøke å påvirke ungdoms holdninger med det mål å øke trafikksikkerheten.

Ofte har vi lurt på hvordan slik undervisning kan legges opp for å påvirke holdninger, og helst skape en varig læringseffekt, som også gir seg utslag i økt trafikksikkerhet.

For at vi i større grad skal være i stand til å knytte opplæringen til det ungdom er opptatt av, ønsker vi å se nærmere på ungdoms forhold til YouTube. Vi ønsker å lytte til hva ungdom selv mener om noen typer trafikkrelaterte filmklipp, og få et inntrykk av hvordan disse kan påvirke ungdoms holdninger. Videre håper vi at denne kunnskapen kan være nyttig for å få til en opplæring som ”treffer” ungdom på en best mulig måte.

Ut fra det som er sagt ovenfor, har vi lagt følgende problemstilling til grunn for arbeidet med oppgaven vår:

Hvordan mener ungdom at trafikkrelaterte filmer på YouTube påvirker dem?

Oppgaven er bygd opp rundt et forskningsopplegg som ble gjennomført i en ungdomsskoleklasse (aldersgruppen 13-15 år) i november 2009. Opplegget gikk i grove trekk ut på at vi viste tre ulike typer trafikkrelaterte filmklipp hentet fra YouTube, hvor ungdommene skulle svare på et spørreskjema i tilknytning til hvert av klippene.

For å gå nærmere inn på hvordan de ulike filmklippene påvirker ungdommene, og samtidig ha muligheten til å sammenligne filmenes påvirkning, har vi gjort en systematisering i ulike ”påvirkningskategorier” for hver film. Vi velger å arbeide videre ut fra problemstillingene:

- Hvordan påvirker filmen ungdommenes følelser/emosjoner?
- Er innholdet i filmen slik at ungdommene opplever det som aktuelt, nært og noe de kan kjenne seg igjen i?
- Skaper filmen et varig inntrykk?
- Mener ungdommene at filmen påvirker atferden deres, og eventuelt hvordan?
- Hvordan kan vi bruke resultatene fra undersøkelsen i vår fremtidige undervisning?

2 KUNNSKAPSSTATUS

2.1 HVA ER YOU TUBE?

I følge store norske leksikon defineres YouTube som en ”internettjeneste for publisering av videoklipp”. Tjenesten leverer ikke selv innhold, men baserer seg utelukkende på innhold som er lagt ut av brukerne. YouTube ble startet i 2005 og oppnådde raskt en voldsom popularitet blant brukerne. Det har også vært knyttet negativ oppmerksomhet til YouTube, fordi en del av innholdet er opphavsrettlig beskyttet materiale, eksempelvis klipp fra filmer, TV-programmer, musikkvideoer etc. som har blitt publisert uten tillatelser. Både privatpersoner og artister, i tillegg til politikere, bruker også YouTube for å promotere seg selv og sine saker. Høsten 2006 ble YouTube kjøpt opp av Google Inc. for 1,65 milliarder amerikanske dollar (<http://www.snl.no/YouTube>).

YouTube defineres, i rapporten ”Fra World of Warcraft til YouTube” av Berit Skog, som et *nettsamfunn* hvor brukerne kan laste opp, vise og dele videoklipp. Med begrepet nettsamfunn forstås ”et samlingssted på internett hvor brukeren kan presentere sine profiler og knytte forbindelser til hverandre, legge ut nyheter, meninger, filer m.v.” (Skog 2008c).

2.1.1 YOU TUBE: POPULARITET OG TEKNOLOGI

På sine egne nettsider presenterer YouTube seg slik:

Founded in February 2005, YouTube is the leader in online video, and the premier destination to watch and share original videos worldwide through a Web experience. YouTube allows people to easily upload and share video clips on www.YouTube.com and across the Internet through websites, mobile devices, blogs, and email (http://www.youtube.com/t/company_history).

Vi ser at det satses på økt tilgjengelighet til tjenesten, ikke bare via tradisjonell internettbruk, men også via mobiltelefon etc. I dagens reklamer for flatskjermer, videokameraer og mobiltelefoner fremheves det at produktene er tilpasset bruk knyttet til YouTube (expert.no: a, b og c). Man kan derfor trolig si at YouTube både er avhengig av, og er med og styrer, den teknologiske utviklingen. Dette er med og understreker nettsamfunnets veldige popularitet, som stadig er økende. På YouTubes beskriver egen blogg de aktivitetene i nettsamfunnet slik: ”Mer enn 20 timer med video blir lastet opp på YouTube hvert minutt. Det er alt fra store mediaselskaper til naboen som gjør dette” (<http://ytbizblog.blogspot.com/>).

2.1.2 UNGDOM OG YOU TUBE

Den tidligere nevnte rapporten ”Fra World of Warcraft til YouTube” av Berit Skog, er basert på en spørreundersøkelse som ble gjennomført blant 355 deltagere på datapartyyet The Gathering (TG) i Vikingskipet på Hamar i påsken 2008 (19.-23.3.). Deltakerne var i aldersgruppen 13 - 23 år +. Når det gjelder deres bruk av nettsamfunn, er det YouTube og Facebook som topper listen. 78 prosent er medlemmer av YouTube, mens 73 prosent har profil på Facebook (Skog 2008c).

Skog viser til at YouTube er et av de raskest voksende nettstedene på internett. I følge Skog er YouTube ”mest *in*” for de yngste ungdommene: ”Hele 91 prosent av 13-16-åringene er medlem av YouTube, mens dette gjelder for 83 prosent av 17-18-åringene. Ca. 60 prosent av gruppen 23 år + deltar i dette nettsamfunnet” (Skog 2008c). Hun mener den aldersspesifikke interessen for YouTube kan ses i sammenheng med nettstedets innhold. Dette med å se andres videoklipp, og også ha muligheten til å legge ut egne videosnutter, samt holde seg oppdatert om hvilke videoer andre brukere ser på, samt stemme på innsendte videoklipp etc. er fasiliteter som spesielt de yngste ungdommene liker. Videre legger hun vekt på at YouTube er spesielt populært blant gutter: ”I en spørreundersøkelse om bruk av nettsamfunn blant ca 1000 personer i Trondheim høsten 2007 var langt flere gutter enn jenter medlem av YouTube (47 prosent vs 21 prosent) (Skog 2008b, referert i Skog 2008c).

Siden YouTube er så populært blant ungdom i alderen 13-16 år, kan det tenkes at dette er en arena som kan brukes som utgangspunkt for å nå frem til ungdom også i forhold til trafikkopplæringen, for eksempel bruk av videosnutter på trafikalt grunnkurs. Dette kan kanskje være med på å gjøre trafikkopplæringen bedre og slik sett fremme trafikksikkerhet.

2.2 TRAFIKKSIKKERHETSARBEID

I rapporten fra undersøkelsen ”Effektiv påvirkning av holdninger til trafikksikkerhet – En intervensjonsstudie” (Iversen, Klempe, Rundmo 2002) oppsummeres mye av det som har vært prøvd i trafikksikkerhetsarbeidet de senere årene. Her gjøres det en todeling av trafikksikkerhetstiltak i kategoriene *atferdsmodifikasjon* og *holdningspåvirkning*, og målet med deres undersøkelse er å sammenligne effektene av disse to ulike tilnærmingene.

2.2.1 ATFERDSMODIFIKASJON

Atferdsmodifikasjon betyr å forandre atferden ved å påvirke atferdens konsekvenser. Dette kan skje ved belønning av sikker (ønsket) atferd, eller gjennom sanksjoner eller straff ved uønsket atferd. Virkemidlene kan være både sosiale og økonomiske. Det kan dreie seg om positive tilbakemeldinger (positiv oppmerksomhet) ved ønsket atferd, eller advarsler, straff og restriksjoner ved uønsket atferd (eksempelvis å inndra sertifikatet). Man kan også ta i bruk spesifikke økonomiske belønnings-ordninger (for eksempel forsikringsselskapens ungdomstillegg som gis tilbake ved skadefri kjøring innenfor en viss tidsperiode), og bruk av økonomiske sanksjoner som bot, gebyrer og bonustap. Forenklede forelegg som følge av for høy fart trolig er den mest benyttede formen for atferdsmodifikasjon i trafikksikkerhetsarbeidet (Iversen, Klempe, Rundmo 2002).

Atferdsmodifikasjon kan bedre trafikksikkerheten og være gunstig i en del tilfeller. Et eksempel er dersom man ønsker å vedlikeholde et oppnådd sikkerhetsnivå. Videre kan atferdsmodifikasjon spille en viktig rolle i form av tilbakemeldinger (ris og ros) underveis i kjøreopplæringen når sikre rutiner og sikker atferd skal etableres. Gjennom gebyrer og forenklede forelegg kan man forsøke å eliminere uønsket risikotaking (for eksempel ved å gi ”fartsbøter”). I tillegg kan atferdsmodifiserende tiltak brukes for å skape større aktivitet og interesse for trafikksikkerhet. Et problem ved atferdsmodifiserende virkemidler, og da særlig bøter, straff og trusler om straff (negative forsterkere), er at det kan være vanskelig å forutsi hvilken atferd som kommer i stedet for den som blir redusert. Trafikanten kan tenkes å reagere følelsesmessig på reaksjonsmåten, og affekt vil være en lite hensiktsmessig basis for bilkjøring. I tillegg kan det være etiske betenkeligheter ved bruk av slike negative forsterkere (Iversen, Klempe, Rundmo 2002).

2.2.2 HOLDNINGSPÅVIRKNING

Holdningspåvirkning i trafikksikkerhetsarbeidet fokuserer på å endre oppfatninger om og prioriteringer av trafikksikkerhet. Tanken er da at holdninger påvirker atferd og at det er mulig å få til en atferdsendring ved å påvirke holdningene. En holdning kan defineres som ”et mini trossystem eller en tendens til å handle eller reagere på en bestemt måte stilt overfor ulike stimuli som aktiverer holdningen” (Cox & Cox 1996 referert i Iversen, Klempe, Rundmo 2002).

Et sentralt forhold ved alle læringsprosesser knyttet til endring av kunnskaper og holdninger, er at det vil være rimelig å forvente en viss motstand, både mot ny kunnskap og nye

holdninger. Mye tyder på at ny kunnskap bare kan tilegnes dersom gammel kunnskap blir motbevist, eller dersom troen på den svekkes betydelig (jf. Klempe 1990, gjengitt i Iversen, Klempe, Rundmo 2002). En annen viktig forutsetning for ny læring er ”interesse”; familiaritet og gjenkjenning er en viktig forutsetning for bevisst søking etter ny kunnskap (Herbart 1896, i Iversen, Klempe, Rundmo 2002). Søking etter ny kunnskap er i følge Wundt (1883) en viljestyrt handling, og affekt og emosjoner spiller en rolle i denne prosessen. På bakgrunn av dette kan man se begrepene *interesse*, *identitet* og *emosjon* som grunnleggende aspekter i prosessen med å tilegne seg ny kunnskap, nye holdninger og et nytt atferdsmønster (Iversen, Klempe, Rundmo 2002). Også Zajonc (1980) vektlegger at affekt og emosjoner kan påvirke forestillinger og kognitive vurderinger, noe som også støttes av Sjöberg (1993) (gjengitt i Iversen, Klempe, Rundmo 2002). Dermed er det mye som taler for at det kan være hensiktsmessig å ”spille på følelser” også i det trafikkrelaterte holdningsarbeidet.

Det har vært gjort en del undersøkelser som går på virkningene av ulike trafikk sikkerhetskampanjer, og en del konkluderer med at holdninger *ikke* er viktige for sikkerhetsatferd. Det kan være flere grunner til at kampanjer har mislykkes. Iversen, Klempe, Rundmo (2002) viser til at en del kampanjer har blitt lite profesjonelt gjennomført. Videre peker de på at virkemidlene ikke har vært godt nok tilpasset målgruppen, og at man i en del tilfeller har ”gått for bredt ut” og eksempelvis hatt hele den norske befolkning som målgruppe. Dette vil da føre til at man, i beste fall, bare vil påvirke en liten del av målgruppen. Videre pekes det på at virkemidlene ”utkonkurreres” ved at påvirkningen er begrenset i tid sammenliknet med annen og mer kontinuerlig påvirkning. I tillegg reises spørsmålet om evalueringene av kampanjene er foretatt av forskere uten tilstrekkelig kompetanse. Det understrekes også at atferd og handlingsvalg påvirkes av en rekke faktorer, og at trafikk sikkerhetsarbeid må være en planlagt og målbevisst prosess hvor man må kombinere ulike virkemidler og hvor det ikke kan forventes raske resultater (*ibid.*).

Trafikkforsker Dagfinn Moe illustrerer samspillet mellom ulike faktorer som tilstand, motiv, ferdighet, verdier, holdninger og personligheten som i sum er med og bestemmer atferden til en person, eksempelvis i trafikken (ppt-presentasjon fra forelesning ved HiNT, Moe 2008a). Moe peker på at mange undersøkelser kan vise til sterke sammenhenger mellom personlighet og kjøreatferd; eksempelvis vil manglende impuls kontroll, aggresjon, lite hensynsfullhet og empati, ofte føre til ulovlig atferd og konflikter med andre (Moe 2008b).

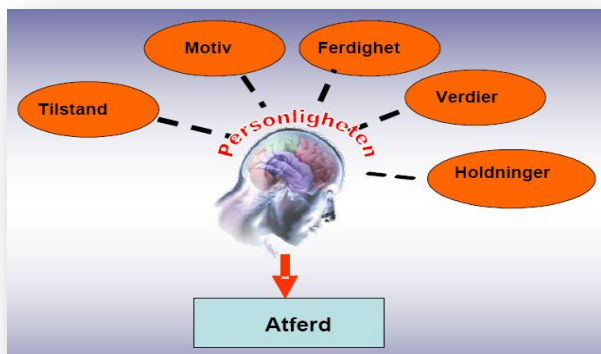


Diagram 1: Faktorer som er med på å bestemme atferden (Moe 2008a).

Rapporten ”Individtilpasset føreropplæring” (Dalland 2008) beskriver utprøvingen av en føreropplæringsmodell som bygger på den svenske forskeren Inger Linderholms teorier og modell for føreropplæring. Undervisningsopplegget går ut på å tilpasse undervisningen til den enkelte elev med utgangspunkt i hvilken personlighetstype elevene er. Det brukes en D.A.T.E. – test (Drivers Attitude Type Evaluator) der elevene blir gruppert, og ut ifra dette velges det bestemte arbeidsmåter i undervisningen. Personlighetstypene deles i fire; spenningssøkeren (A), risikotakeren (B), ansvarstakeren (C) og trygghetssøkeren (D). *Spenningssøkeren* vil helst være aktiv og lærer gjennom opplevelser. Kategorien har et stort behov for aktiviteter og hendelser i en virkelig kontekst. En slik elev vil ønske utfordringer, men er samtidig opptatt av å mestre. Han eller hun kan godta teoretisk innlæring når eleven innser behovet, men det er viktig med konkretisering, gjerne ved bruk av bilder. *Risikotakeren* har høyere risikoterskel enn andre, og må høste egne erfaringer for at læring skal skje. Det er ikke tilstrekkelig å bli fortalt at noe er farlig, og det er nødvendig å kjøre risikotakeren opp i situasjoner hvor han eller hun innser at situasjonen ikke beherskes. Risikotakeren trenger variasjon i undervisningen, og blir fort lei av teori. *Ansvarstakeren* foretrekker en teoretisk tilnærming når nye ting skal læres, gjennom en logisk og systematisk innlæring. Eleven vil gjerne studere teori om temaet før praksis, og foretrekker instruksjon i praktisk innlæring. Kategorien er vanligvis sosiale og omtenkssomme, og fungerer fint i gruppearbeid. *Trygghetssøkeren* er gjerne usikker på seg selv, og har behov for støttespillere rundt seg. Eleven har ofte problem med å begi seg ut i det ukjente, og er ikke så motivert for å lære nye ting. Han eller hun har behov for å øve grundig på grunnleggende momenter, og trenger konkretisering. Det er viktig at eleven mestrer det grunnleggende tekniske, før han eller hun settes i mer krevende trafikale situasjoner. En del av trygghetssøkerne trenger instruksjon.

Linderholm mener at elever fra samme kategori bør samarbeide, eventuelt kan risikotakere og spenningssøkere arbeide sammen, og ansvarstaker og trygghetssøker (Linderholm 2003, gjengitt i Dalland 2008).

2.2.3 RESULTATER FRA UNDERSØKELSER

Resultatene fra Iversen, Klempe og Rundmo's undersøkelse fra 2002 indikerer at *holdningskampanjen har hatt en effekt på holdninger og atferd, men ikke atferdsmodifikasjon*. Det legges vekt på at resultatene fra denne undersøkelsen *ikke* er i samsvar med en del tidligere studier som har konkludert med at atferdsmodifikasjon er et effektivt virkemiddel for å bedre trafikksikkerheten. Videre understrekes det at *typen* intervensjon (hvordan opplegget gjennomføres) har betydning. De positive resultatene fra "Sei i frå" – kampanjen blant ungdom i alderen 15-19 i Sogn og Fjordane, fremheves. Her kunne man vise til en klar nedgang i antallet ulykker i målgruppen (Amundsen, Elvik og Fridstrøm 1999 i Iversen, Klempe, Rundmo 2002). Man fant også positive resultater fra Møre og Romsdal og Sør-Trøndelag i tilsvarende aldersgruppe etter 1840-aksjonen "Er det verdt det?". Her var det en nedgang i antall møte- og utforkjørings-ulykker på 13 prosent, og 7 prosent nedgang i alle ulykker, ett år etter oppstarten av kampanjen (Ulleberg og Rundmo 2000 i Iversen, Klempe, Rundmo 2002). Undersøkelsen oppsummeres på følgende måte:

Det kan neppe være noen tvil om at holdninger er viktig for atferden. Tusenvis av studier [...] viser at holdning er en viktig årsaksvariabel når det gjelder å forklare varierende typer helse- og risikofatferd, kanskje den viktigste. Disse resultatene er også godt i samsvar med nyere intervensjonsstudier gjennomført i Norge, som har funnet at holdningspåvirkning er et effektivt virkemiddel for å bedre trafikksikkerheten og redusere antallet trafikkulykker. Resultatene fra denne undersøkelsen er således i samsvar med majoriteten av studier som viser at holdninger og atferd henger sammen, og at atferden kan endres gjennom å påvirke holdningene. På bakgrunn av resultatene kan det derfor være grunn til å hevde at det holdningspåvirkende trafikksikkerhetsarbeidet som er påbegynt i Norge og som har gitt lovende resultater (f.eks 18/40-aksjonen), bør videreføres, videreutvikles og evalueres (*ibid.:6*).

2.2.4 LÆREPLANEN

I følge definisjonen av holdninger som "[...] en tendens til å handle eller reagere på en bestemt måte stilt overfor ulike stimuli som aktiverer holdningen" (Cox & Cox 1996 referert i Iversen, Klempe, Rundmo 2002), så ser vi en nær sammenheng med det som i læreplanen omtales som "handlings- og vurderingstendenser" (Læreplan – Førerkortklasse B og BE 2004:10). Ut fra dette, kan vi forenklet forstå det slik at holdninger *er* handlings- og vurderingstendenser; bilførerens holdninger er dermed det samme som bilførerens handlings- og vurderingstendenser. I læreplanen er det lagt vekt på at elevene gjennom hele opplæringen

skal få øving i å reflektere over egne handlings- og vurderingstendenser. Det blir også lagt opp til at elevene skal få selvinnsikt i egne tendenser ved at de mot slutten av opplæringen konfronteres med, og reflekterer over, egne handlings- og vurderingstendenser (*ibid.*). I den faglige begrunnelsen for opplæringen vises det til at GDE-matrisen legger vekt på at opplæringen skal gi eleven selvinnsikt. Det vises til at innsikten i egne tendenser er en viktig ballast når eleven skal kjøre på egen hånd (Ny føreropplæring 2005 – Faglig grunnlag for forskrifts- og læreplanrevisjonen).

På bakgrunn av anbefalingene i rapporten til Iversen, Klempe, Rundmo 2002 (jf. sitatet ovenfor), og læreplanens vektlegging av handlings- og vurderingstendenser, ønsker vi å arbeide videre med, og utforske nærmere, det holdningspåvirkende trafikksikkerhetsarbeidet. Vi ønsker å vinkle dette mot området ungdom, YouTube og trafikk.

3 METODE

3.1 KUNNSKAPSSYN

Innenfor vitenskapelig forskning er det viktig å følge bestemte metoder når en skal produsere ny kunnskap, eller det som blir kalt *empiri*. I vitenskapsteorien er det to hovedsyn på hvordan kunnskap blir til, *positivisme* og *hermeneutikk*. Når en snakker om empiri kan en si at det er kunnskap eller data som forklarer hvordan virkeligheten faktisk ser ut, for eksempel ved å uttale seg på grunnlag av svar eller erfaring i fra en undersøkelse. Empiri defineres i store norske leksikon som: ”erfaring; det som understøttes av eller grunner seg på erfaring” (<http://www.snl.no/empiri>).

I boka ”Vitenskapelig forfatterskap” (Stene 2003), forklarer forfatteren at det positivistiske synet har sitt opphav i en empirisk/naturvitenskapelig tradisjon. Han viser til at i dette synet er det to kilder til kunnskap: det en kan observere (empiri), og det en kan regne ut med våre logiske sanser. Følgende sitat forklarer dette nærmere: ”Koblingen av empirien og logikken skjer gjennom å iaktta slik at vi får kvantifiserbare data og kan behandle dataene statistisk og dra slutninger fra dette” (Thurèn 1993, referert i Stene 2003:37). Med andre ord betyr det at en kan høste erfaring eller kunnskap fra en undersøkelse, og så med logiske metoder sammenligne disse slik at en kan trekke slutninger og konklusjoner. Stene peker også på at *positivt syn* betyr at kunnskapen må være nyttig og kunne forbedre samfunnet. Vi ser dette i

sammenheng med vårt mål om å forbedre føreropplæringen og øke trafikksikkerheten. Arbeidsmetoden vi har valgt går inn under metodene i det positivistiske kunnskapssynet.

3.2 VALG AV METODE

I forskningsarbeider er problemstillingene som oftest ikke lik hverandre, og derfor er det ikke noen bestemt fasit på hvilken arbeidsmåte eller metode en bør bruke. Når vi skulle velge metode måtte vi se spesifikt på hva vår problemstilling pekte på. En kan si at problemstillingen vår ga *retningslinjer* for å prøve å *måle* hvordan filmene påvirker respondentene. En av intensjonene bak undersøkelsen, var å finne ut hvordan en kan bruke filmsekvenser til å påvirke eller forsterke ungdoms holdninger, med økt trafikksikkerhet som resultat. Det var tidlig i planleggingen klart at vi måtte bruke en metode der vi kunne eksponere en gruppe ungdommer for en eller flere filmer. Innholdet måtte være trafikkrelatert, og av en slik karakter at det kunne bevege respondenten følelsesmessig. Videre måtte vi utarbeide spørsmål som kunne gi svar på om respondenten ble emosjonelt beveget.

3.3 UTVALG

Forfatteren av boka ”Å forske på samfunnet” legger vekt på at størrelsen av utvalget har en sammenheng med hvor troverdig undersøkelsen er: ”Jo større utvalget er (andel av populasjonen), desto større sannsynlighet er det for at egenskapene ved utvalget er lik populasjonens.” (Halvorsen 2005:156). Undersøkelsen vår ble utført i 8. - 10. klasse på en relativt liten ungdomsskole i Stjørdal kommune, der utvalget besto av 21 respondenter i alderen 12 - 15 år. I utgangspunktet ønsket vi ungdommer i alderen 15 – 16 år fordi man kan begynne på trafikalt grunnkurs det året en fyller 15 år. Men fordi skolen ønsket at også 8. klassingene kunne få delta, samt at vi vurderte denne aldersgruppen som aktuell i forhold til YouTube, så inkluderte vi dem i utvalget. Totalt sett ser vi derfor på utvalget som kvalifisert til å være respondenter.

I planleggingen av undersøkelsen diskuterte vi flere muligheter. Vi kunne eventuelt samle ungdom som var elever på trafikal undervisning på HiNT, eller at vi kunne få til en avtale med en stor ungdoms- eller videregående skole der det var mange elever. Både ved å få til et opplegg ved HiNT eller ved en større skole, ville man mest sannsynlig fått et mye bredere utvalg enn det vi har i undersøkelsen. Den praktiske delen i opplegget ble avgjørende når vi til slutt bestemte utvalget. Vi hadde tidlig fått kontakt med en mindre skole som var meget positiv til denne undersøkelsen. Her organiserte de det praktiske med elevene, samt at det var

anledning til å gjennomføre undersøkelsen i skoletiden. Her vurderte vi det slik at selv om utvalget ble begrenset, så var det likevel 21 elever som var representative for den aktuelle målgruppen. En annen ting var at dette opplegget sparte oss for mye tid, og det ble da avgjørende for hvilket utvalg vi har.

3.4 FILMENE

Filmsekvensene er et av hovedverktøyene i undersøkelsen. Vi ville eksponere respondentene for en opplevelse, og vi ønsket at den blant annet inneholdt ”sterke virkemidler”.

3.4.1 GETAWAY IN STOCKHOLM 6

Den første filmen, *Getaway in Stockholm 6*, er en film i det vi har kalt kategorien ”fart og spenning”. Innholdet skildrer etter vår mening sterke scener som kan appellere til spenning, mestring og kjøre glede. Her er det førere av sportsbiler og motorsykler som i høye hastigheter overtredet en rekke trafikkregler, og tidvis involveres i biljakt med politiet. *Getaway in Stockholm*-filmene er en serie med amatørfilmer i dokumentarstil som ligger ute på YouTube (<http://www.youtube.com/watch?v=y27s04FkyTc>).

3.4.2 LIVSFARLIG SMS

Den andre filmen, *Livsfarlig SMS*, er en film som Walisisk politi har laget. Innholdet skildrer realistiske og etter vår mening meget sterke scener i en trafikkulykke. Bilføreren som er ei ung jente sitter og taster på mobiltelefonen. Hun er uoppmerksom på at bilen skjener over i motsatt kjørebane, og dermed oppstår det kollisjon med en motgående bil. Venninnene som er passasjerer, omkommer. Filmen ligger ute på YouTube, og Trygg Trafikk bruker denne i sitt holdningsskapende arbeid. De omtaler den slik: ”Walisisk politi har laget en brutal, men realistisk video for å skremme folk fra å skrive SMS mens de kjører bil”

(http://www.youtube.com/watch?v=8I54mlK0kVw&feature=player_embedded).

3.4.3 SAVNET ER STORT

Den tredje filmen, *Savnet er stort*, er en minnefilm om ei 18 år gammel jente som mistet livet i en trafikkulykke. Filmen er en billedserie med musikk som venner av jenta har lagt ut på YouTube. Den skildrer minner fra ei livsglad, ung jente som er sammen med venner. Vi får også se bilder fra trafikkulykken (<http://www.youtube.com/watch?v=UuuMUX33t-0>).

3.5 UTFORMING AV SPØRRESKJEMA

I den tidligere omtalte boka "Å forske på samfunnet" gir forfatteren flere gode råd når en skal utforme spørreskjema i en kvantitativ undersøkelse. Han peker på at en skal unngå ledende spørsmål, det vil si at en ikke skal legge svarene i munnen på respondenten. Men unntaket her er når en skal prøve å kartlegge holdninger. Da bør en formulere bestemte påstander som respondenten skal si seg enig eller uenig i (Halvorsen 2005). I utformingen av spørreskjemaet har vi i stor grad valgt å lage påstander der respondenten skulle krysse av på en skala 1- 6, der 1 er "helt uenig" og 6 er "helt enig". I tillegg har vi valgt å definere skalaen nærmere med en forklaring til hvert trinn (f.eks at 2 = nesten helt uenig, 3 = litt uenig osv.). Vi tenker dette vil gjøre det enklere for respondenten å svare fordi det er tydelig og konkret, samtidig vil det være lettere for oss å tolke data i etterkant fordi det gir både tallverdier og tekst.

Spørreskjemaet er delt inn i flere deler. Den første delen (spm før filmene) er innledende spørsmål der vi ønsker å danne oss et lite bilde av personen som svarer. Her kartlegger vi alder, kjønn og evt. erfaringer fra YouTube, trafikk og ulykker i trafikken.

I denne delen har vi også to spørsmål med påstander, (spm 9 og 10, vedlegg 3), som er ment å prøve å kartlegge hvilken personlighetstype respondenten er (jf. kap 2.2.2). Her er det meningen at respondenten ved å krysse av på skalaen, skal gi en pekepinn på hvilken type denne personen er. Eksempel fra spørsmål 9 (skala: helt uenig til helt enig): "Det er spennende å ta berg-og-dal-bane" og "Det er farlig å ferdes i trafikken". Planen med dette er at vi i analysearbeidet kan bruke filterfunksjonen i questback-programmet (jf. kap 3.6) til å filtrere ut de forskjellige personlighetstypene, og at vi i det videre arbeidet kan se om de forskjellige personlighetstypene responderer ulikt (opplever filmene forskjellig).

De neste delene i skjemaet er spørsmål etter hver film. Respondenten svarer på to kategorier med påstander i hver del, og disse er identisk like etter hver film. Den ene kategorien er påstander som omhandler det emosjonelle. Her er det påstander som f.eks: "Jeg blir trist når jeg ser denne filmen". Den andre kategorien går ut på hvilken atferd respondenten får lyst til å gjøre. For eksempel: "Etter å ha sett filmen, får jeg lyst til å kjøre fort". Resultatene fra disse spørsmålene knyttes til forskningsspørsmålene (jf. innledningen).

Spørsmål 11 (før filmene) og 27 (etter filmene) er identiske. Tanken her er å se om ungdommenes vurderinger knyttet til påvirkningsmetoder har endret seg etter å ha sett filmene. Dette spørsmålet er hentet fra undersøkelsen "De glömnda barnen" (Gregersen 2009) som er utført for Nordisk trafikksikkerhetsråd. Utgangspunktet for undersøkelsen som ble

gjennomført på ungdommer i Sverige, Norge, Danmark og Finland i fjor høst, var å finne ut hva nordiske 15-åringene vet om trafikksikkerhet. Vi ønsker å sammenligne svarene vi får i vårt utvalg med denne undersøkelsen, fordi vi anser at denne har et representativt utvalg for blant annet ungdommer fra hele Norge.

3.6 GJENNOMFØRINGEN AV UNDERSØKELSEN

Undersøkelsen ble utført ved at vi fikk komme til skolen og gjennomføre opplegget vårt i skoletiden. De to timene som var avsatt til undersøkelsen, ble av skolens ledelse sett på som en bevisstgjøring for elevene i forkant av trafikalt grunnkurs-undervisningen. Vi fikk tildelt et stort rom som var utstyrt med projektor, og samlet alle ungdommene som skulle være med her. Nedenfor er det listet opp hvordan vi utførte undersøkelsen i praksis.

Gjennomføring		Tid	Beskrivelse
1	Introduksjon av oss selv og den praktiske delen av undersøkelsen.	5 min.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elevene var på forhånd blitt forberedt på at to trafikklærerstudenter skulle komme og gjennomføre en undersøkelse, men de visste ikke noe om innholdet i den. ✓ Vi fortalte litt om oss selv, og hvordan undersøkelsen praktisk skulle foregå.
2	Før vi viser filmene: Spørsmålskjema, spørsmål 1 -11.	10 min.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hvilken bruk, og interesse for YouTube. ✓ Opplevd eller erfaring fra trafikkulykke ✓ Spørsmål som var ment å kartlegge hvilken personlighetstype respondenten var.
3	Viser film nr 1. "Getaway in Stockholm 6"	4 min.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kategori: <ul style="list-style-type: none"> ○ Fart og spenning
4	Spørsmålsskjema etter film nr. 1. Spørsmål 12 – 16.	10 min.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hvordan oppleves filmen. <ul style="list-style-type: none"> ○ Interesser, følelser, tanker, holdning ○ Påvirkning, realisme, aktuelt, med mer.
5	Viser film nr 2. "Livsfarlig SMS"	5 min.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kategori <ul style="list-style-type: none"> ○ Ulykker (realistisk skildret)
6	Spørsmålsskjema etter film nr. 2. Spørsmål 17 – 21.	10 min.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Akkurat samme spørsmål som etter film nr. 1 ✓ Hvordan opplever personen filmen <ul style="list-style-type: none"> ○ Interesser, følelser, tanker, holdning ○ Påvirkning, realisme, aktuelt, med mer.
7	Viser film nr 3. "Savnet er stort"	6 min.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kategori: <ul style="list-style-type: none"> ○ Hvil i fred (minnefilmer)
8	Spørsmålsskjema etter film nr. 3. Spørsmål 22 – 26.	10 min.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Akkurat samme spørsmål som etter film nr. 1 og 2. ✓ Hvordan opplever personen filmen <ul style="list-style-type: none"> ○ Interesser, følelser, tanker, holdning ○ Påvirkning, realisme, aktuelt, med mer.
9	Spørsmål etter filmene Spørsmål 27 og 28.	5 min.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Spørsmål 27 er identisk med spm. 11 som ble spurt før filmene ble vist. <ul style="list-style-type: none"> ○ Påvirkning av ungdoms oppførsel i trafikken ✓ Spm. 28

			○ Opplevelsen av denne undersøkelsen
10	Oppsummering Avslutning	25 min.	✓ Deltakerne fikk komme med spørsmål, kommentarer og betraktninger i forhold til innholdet i filmene og opplegget.

3.7 QUESTBACK

Questback er et program der kan en lage, sende ut og samle inn spørreundersøkelser online. Videre er det blant annet gode verktøy i programmet for å analysere og sammenligne resultatene. Når vi utformet spørreskjemaet brukte vi dette programmet. Vi valgte å ikke sende ut spørreskjemaene online, men heller skrive det ut på papir, og gi det til respondentene der og da. Dette for å unngå eventuelle tekniske problemer ved bruk av bærbare PC-er. I etterkant av undersøkelsen la vi inn hvert enkelt resultat i questback. I tillegg har vi brukt Microsoft Office Excel til å analysere og fremstille resultatene grafisk.

4 RESULTATER

4.1 DELTAKERNE

I vår undersøkelse var det totalt 21 respondenter. Blant disse var det 13 gutter (61,9 prosent og 8 jenter (38,1 prosent). Deltakerne gikk i 8., 9. og 10. klasse på ungdomsskolen, hvorav åtte var 13 år gamle, fire var 14 år og ni var 15 år gamle. Som tidligere påpekt er dette et lite utvalg som trolig ikke vil være representativt for større grupper, eksempelvis hele landets ungdommer i tilsvarende alder. Men resultatene vil kunne gi oss en indikasjon på mulige svar i forhold til spørsmålet vi har reist i problemstillingen.

4.2 BRUKEN AV INTERNETT OG NETTSTEDET YOUTUBE

Når det gjelder bruken av Internett, så svarer 85,7 prosent av ungdommene at de er inne på Internett flere ganger hver dag. De resterende svarer enten at de er inne en gang hver dag (4,8 prosent) eller at de er på Internett 3-5 ganger i uken (3,5 prosent). Dermed er alle ungdommene i undersøkelsen på Internett minst 3 ganger i uken. Jentene skiller seg litt ut ved at 100 prosent svarer at de er på Internett hver dag.

Dersom vi ser på bruken av nettstedet YouTube, så svarer 47,6 prosent av respondentene at de er inne på nettstedet flere ganger daglig. Fordelt på kjønn, er det slik at 50 prosent av jentene sier de er på YouTube daglig, mens det er 46,2 prosent av guttene som svarer dette. Totalt sett svarer alle jentene at de er inne på nettstedet minst 3-5 ganger i uken, mens guttenes bruk av

nettstedet varierer noe mer. Faktisk svarer 7,7 prosent av guttene at de er på YouTube mindre enn 1 gang i måneden (jf. diagrammet).

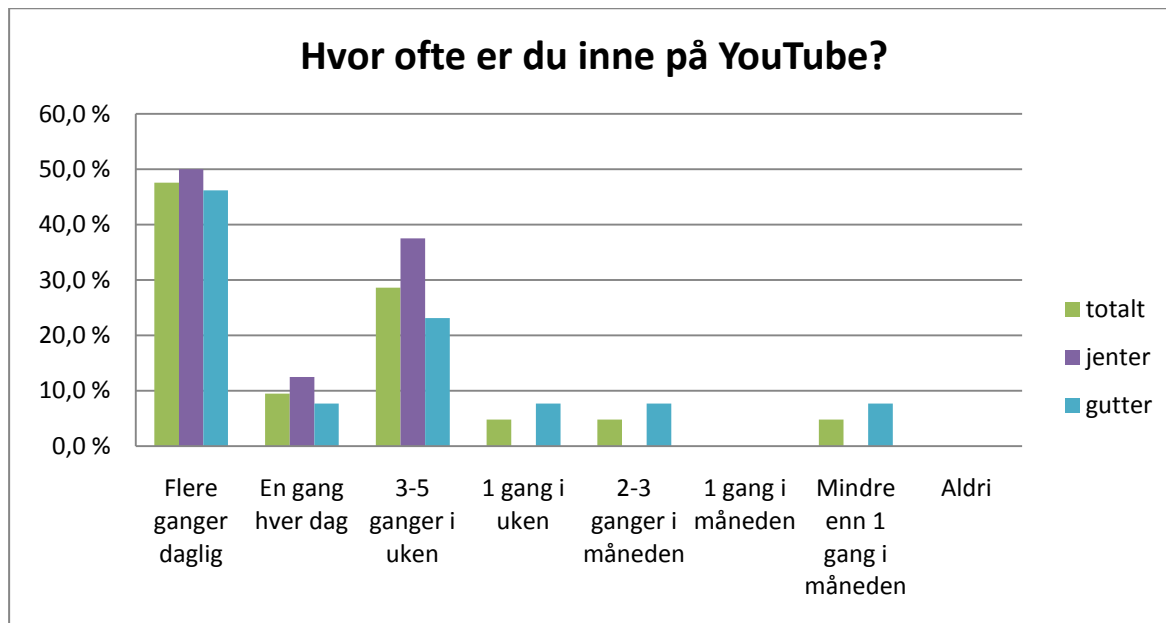


Diagram 2: Bruken av YouTube fordelt på kjønn

4.2.1 HVILKE TYPER FILMER SER GUTTER OG JENTER?

Jentene bruker først og fremst YouTube til å se/høre på musikk (sanger og videoer), i tillegg til å se filmtrailere, ”artige videoer” og ”filmer om folk som dummer seg ut”. Guttene er også opptatt av musikk (musikkvideoer og konserter), men mange svarer også at de ser på ”alt mulig”. Videre svarer en del av guttene at de ser på bilfilmer, bilkrasj, bilstunt, motor og MC. I tillegg svarer noen at de ser på ”tabber”, ”flauser/bloopers”, ”komedie”, ”morofilm”, samt ”veiledningsfilmer for spill”, ”redigering” og ”skateboard-filmer”.

Når det gjelder den første filmen så har ingen sett den før. 84.6 prosent av guttene og 37.5 prosent av jentene har sett lignende filmer.

Det er 46.2 prosent av guttene og 62.5 prosent av jentene som har sett den andre filmen før. 61.5 prosent av guttene og 62.5 prosent av jentene som har sett lignende filmer.

Den tredje filmen har bare en av guttene sett før. Det er 53.8 prosent av guttene og 17.5 prosent av jentene som har sett lignende filmer.

4.3 UNGDOMMENES FORHOLD TIL TRAFIKK

Vi stilte spørsmålet ”På hvilken måte ferdes du i trafikken?”. 60 prosent av respondentene svarer at de går eller jogger. Det er også 60 prosent som svarer at de sykler i trafikken. 90 prosent oppgir at de sitter på med bil, og 70 prosent sier de sitter på med buss. 5 prosent svarer at de sitter på med motorsykkel.

4.3.1 ULYKKESERFARINGER

Når det gjelder erfaringer med ulykker, så svarer 30 prosent av ungdommene at de aldri har sett eller vært innblandet i en trafikkulykke. Halvparten (50 prosent) sier de har kommet til et ulykkessted. Videre er det 30 prosent som oppgir at noen de kjenner godt har blitt skadet. 10 prosent av utvalget har blitt skadet selv. Her kan man merke seg at ingen av guttene oppgir å ha blitt skadet selv, og at tallet for jentene dermed er 28,6 prosent.

På spørsmål om skadeomfanget i den mest alvorlige ulykken de har kommet til eller vært innblandet i, sier 19 prosent at det gjelder mindre skader (skrubbsår, bruddskader o.l), mens 19 prosent svarer at det gjelder alvorlige skader (hodeskader, lammelser, varige skader). Det er 23,8 prosent av ungdommene som svarer at de har opplevelser knyttet til dødsulykker i trafikken.

4.4 FILMENE

For å gå nærmere inn på hvordan de ulike filmklippene påvirker ungdommene, og samtidig ha muligheten til å sammenligne filmenes påvirkning, har vi gjort en systematisering i ulike ”påvirkningskategorier” for hver film (jf. innledningen).

4.4.1 PÅVIRKNING AV FØLELSER

Diagrammet nedenfor viser hvordan ungdommene har svart på spørsmål som går på hvordan filmene påvirker følelsene deres.

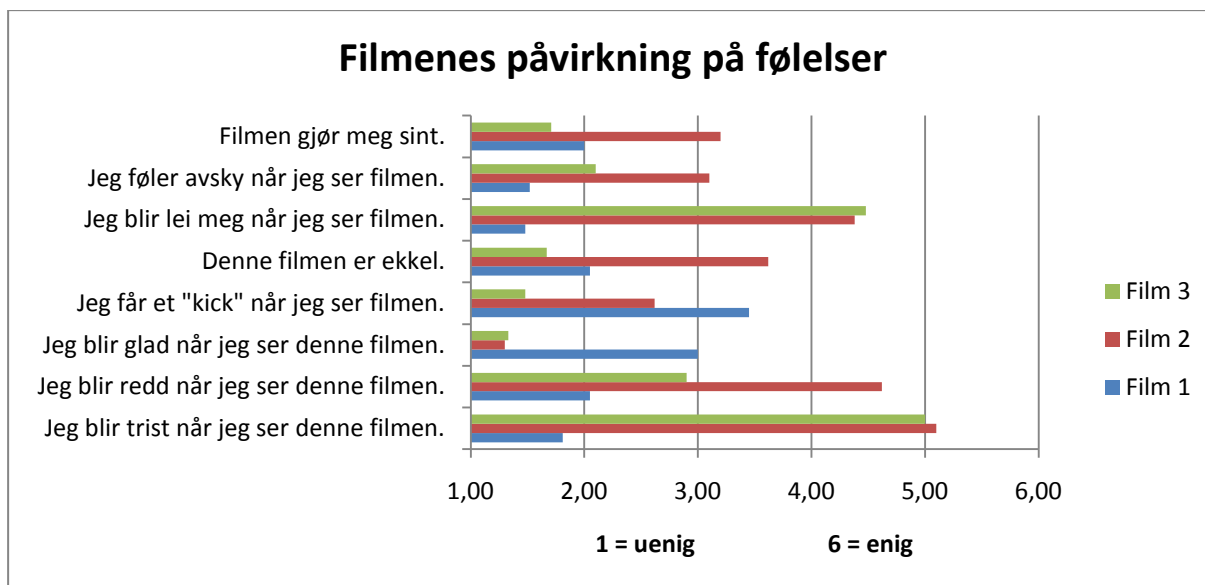


Diagram 3: De ulike filmenes påvirkning på følelser

Film nummer en, *Getaway in Stockholm 6*, scorer ganske høyt når det gjelder ”å få et kick”. Videre er det en del som blir litt glade av å se denne filmen. Ut fra gjennomsnittstallene kan man også si at filmen ikke oppleves som ekkel, og ungdommene blir verken redde eller triste av å se den.

Den andre filmen, *Livsfarlig SMS*, skiller seg ganske klart fra de to andre, særlig fra den første. Filmene oppleves jevnt over som ekkel, og mange sier de blir redde av å se den. Videre svarer ungdommene at de blir triste og lei seg når de ser filmen. Det er også en del som blir litt sinte av å se den.

Film nummer tre, *Savnet er stort*, har en del likhetstrekk med film nummer to i forhold til den følelsesmessige responsen. Hovedtyngden svarer at de blir triste og lei seg når de ser den. Videre er det noen som blir litt redde av å se den. Filmene skiller seg fra den andre filmen ved at den ikke oppleves som ekkel, og ved at ungdommene heller ikke blir spesielt sinte av å se den.

4.4.2 NÆRHET, AKTUALITET OG IDENTIFISERING

Nedenfor fremgår det av diagrammet hvordan ungdommene har svart på spørsmål vedrørende nærhet og tilknytning til det de ser, og om innholdet i filmene er noe de kan kjenne seg igjen i.

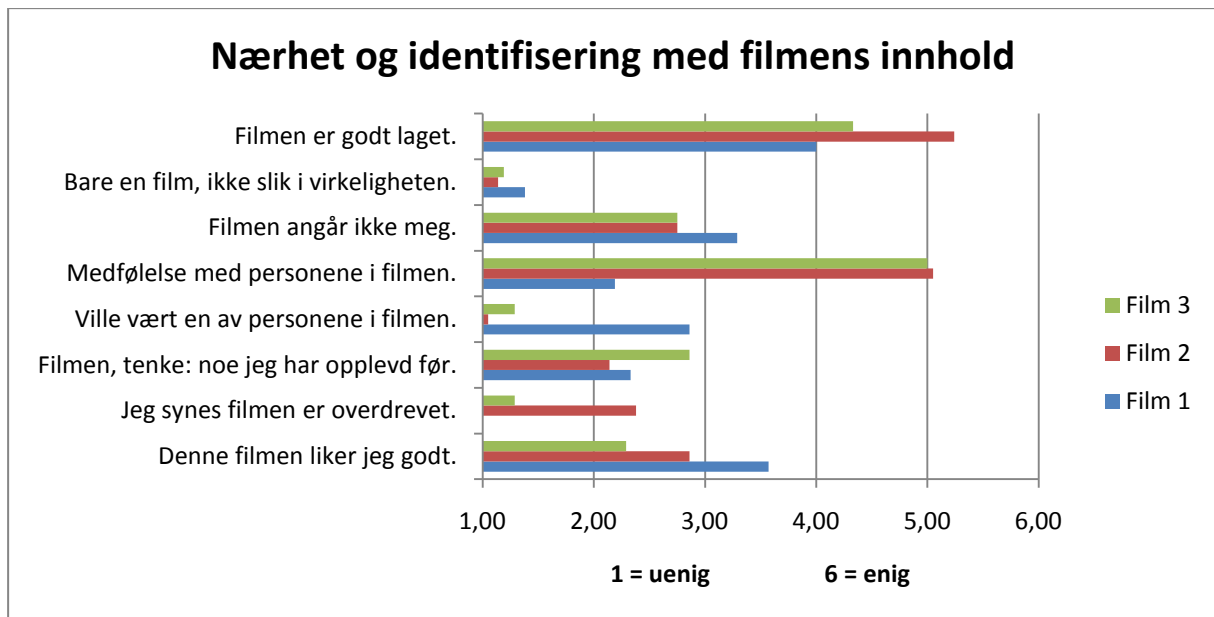


Diagram 4: Opplevelse av nærhet til filmenes innhold

Den første filmen vurderes som ganske godt laget, og ungdommene liker den ganske godt. De fleste er uenige i at filmen får de til å tenke på noe de har opplevd før, men de er samtidig uenige i at dette bare er en film, og ikke slik i virkeligheten. En del svarer at de gjerne ville vært en av personene i denne filmen.

Film to vurderes som veldig godt laget, samtidig som ungdommene ikke liker den så veldig godt. De er sterkt uenige i at filmen er overdrevet, og mange mener også at filmen angår dem. Videre får de tydelig medfølelse med personene i filmen, og en del svarer at filmen får dem til å tenke på noe de har opplevd før.

Den tredje filmen blir også vurdert til å være godt laget, selv om de fleste svarer klart at de ikke liker filmen så godt. De er sterkt uenige i at filmen er overdrevet, og en del svarer at filmen får dem til å tenke på noe de har opplevd før. Ungdommene mener at filmen angår dem, og de får sterk medfølelse med personene i filmen.

4.4.3 SKAPER FILMENE ET VARIG INNTRYKK?

Når det gjelder film nummer en, så sier de fleste ungdommene at de har glemt den etter en uke, og de er uenige i at de vil huske filmen om en måned. For den andre filmen er det slik at de fleste er uenige i at de vil glemme den etter en uke, og mange svarer også at de vil huske filmen om en måned. Dette skiller denne filmen klart fra de to andre. Den tredje filmen er det

delte meninger om; noen vil ha glemt den etter en uke, mens en del av ungdommene vil huske denne filmen også etter en måned.

4.4.4 MENER UNGDOMMENE AT FILMENE PÅVIRKER HOLDNINGER OG ATFERD?

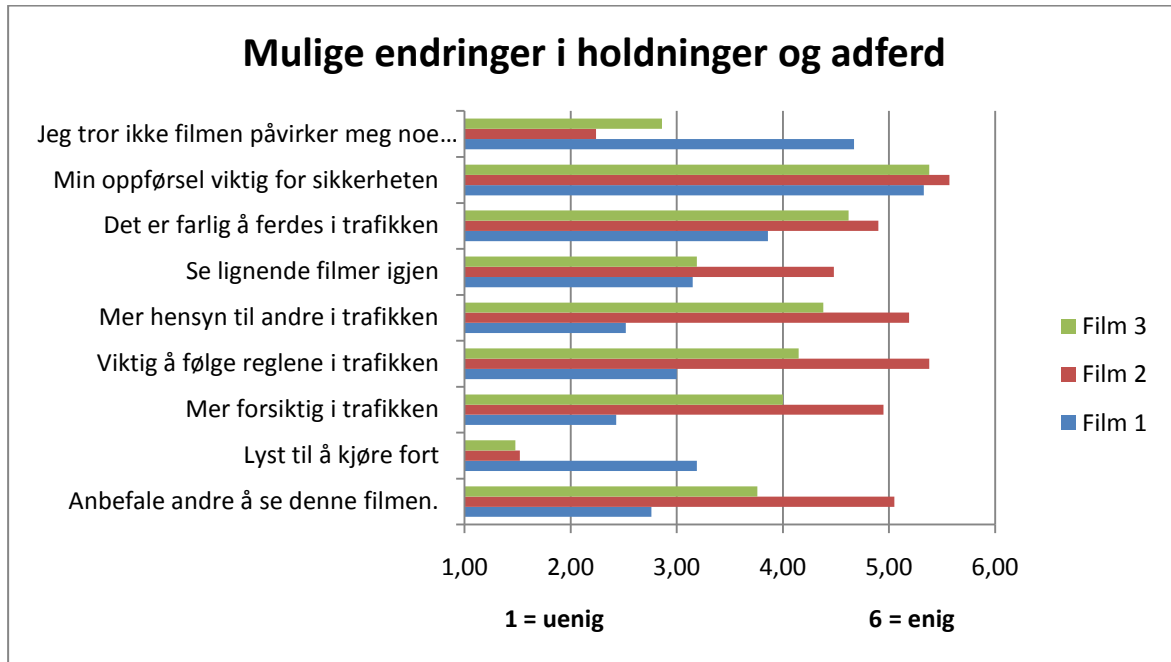


Diagram 5: Opplevelse av at filmene fører til endret atferd

Ungdommene tror ikke at den første filmen påvirker dem noe særlig. De tror at film nummer tre påvirker dem en god del, men det er den andre filmen de tror påvirker dem mest. Etter å ha sett film nummer to og tre, svarer ungdommene at de er ”nesten helt enige” i at det er farlig å ferdes i trafikken, mens etter den første filmen sa de seg ”litt enige” i denne påstanden. På spørsmålet om en kan tenke seg å se lignende filmer igjen, skiller film nummer to seg ut som en klar favoritt. Det samme gjelder på spørsmålet om en vil anbefale andre å se filmen. Videre så ser vi at etter å ha sett film nummer to og tre, svarer ungdommene at de vil ta mer hensyn til andre i trafikken, at det er viktig å følge trafikkregler og at disse filmene får dem til å være mer forsiktig i trafikken. På spørsmålet om en får lyst til å kjøre fort etter å ha sett filmen, skiller den første filmen seg ut ved at en del får lyst til å kjøre fort.

4.5 HVILKE METODER PÅVIRKER UNGDOMS OPPFØRSEL I TRAFIKKEN?

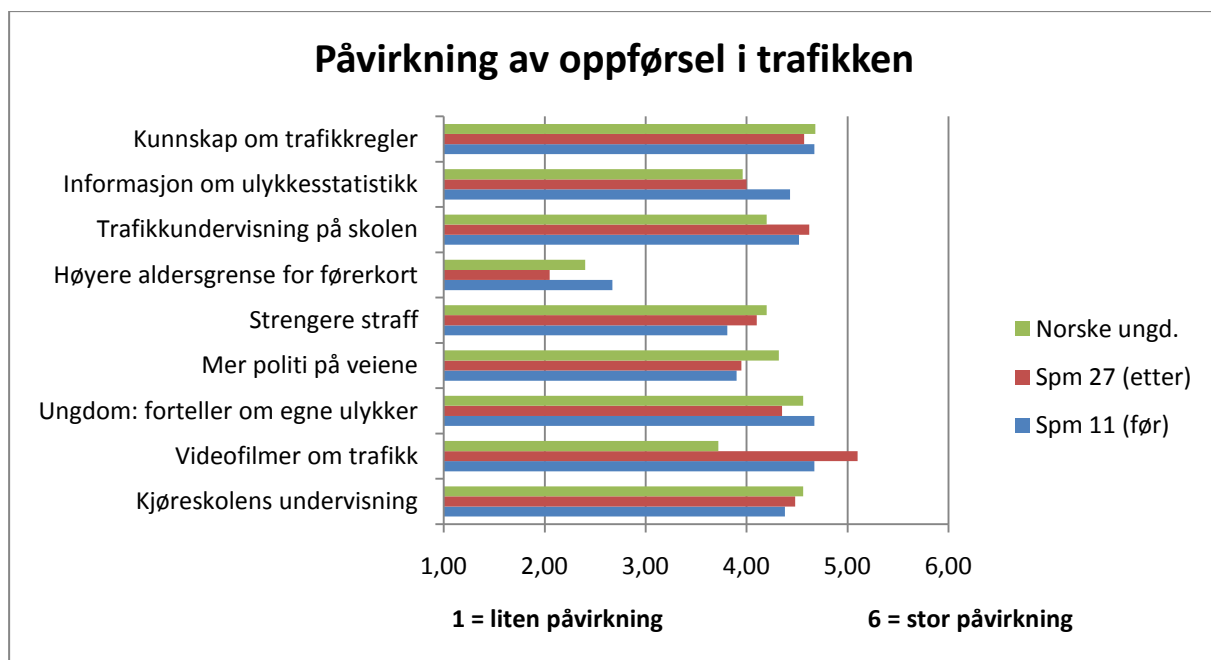


Diagram 6: Ungdommenes syn på hvilke metoder som påvirker ungdoms oppførsel i trafikken.

Dette spørsmålet er som tidligere omtalt blitt gitt både før (spm 11) og etter filmene (spm 27). Samtidig sammenligner vi vår undersøkelse med svarene fra de norske ungdommene i en større undersøkelse som er gjort i Norden (jf. kap 3.5).

I vår undersøkelse viser det seg at det ikke er stort skille mellom hva de mener før og etter filmene. Her er de positive til alle påstander unntatt høyere aldersgrense for å få førerkort. Og etter å ha sett filmene har de enda mindre tro på at dette påvirker. Når det gjelder videofilmer om trafikk har de, etter å ha sett filmene, en enda sterkere tro på at dette påvirke dem.

4.6 PERSONLIGHET OG PÅVIRKNING

Vi har valgt å bruke film nummer to, *Livsfarlig SMS*, som utgangspunkt for å studere sammenhengen mellom personlighet og påvirkning. Dette fordi den har skilt seg ut når det gjelder påvirkning på følelser og adferd/holdninger (jf. kap 4.4). Ut fra resultatene i undersøkelsen har vi definert personlighetstypene i to grupper, *trygghetssøker* og *risikotaker* (jf. kap 2.2.2 og 5.3). I diagram 7, 8 og 9 sammenligner vi svarene til disse to gruppene med svarene fra hele utvalget.

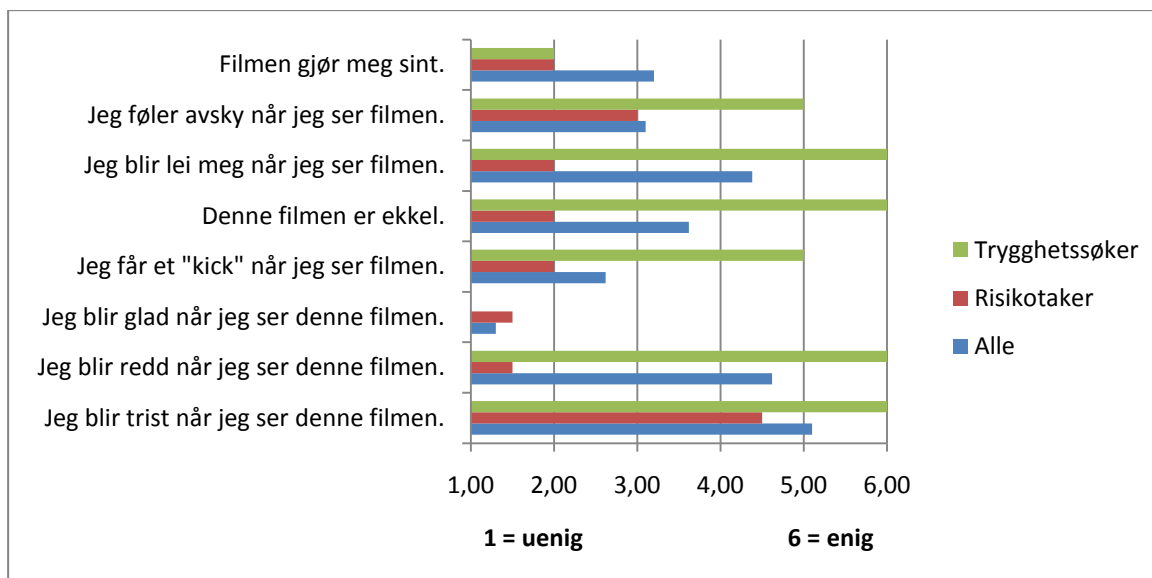


Diagram 7: Personlighet og filmens påvirkning på følelser

Vi ser en klar tendens til at trygghetssøker reagerer sterkere følelsesmessig etter å ha sett filmen enn risikotaker og gjennomsnittet ("avsky", "lei meg", "ekkel", "kick", "redd", "trist"). Risikotaker påvirkes mindre følelsesmessig.

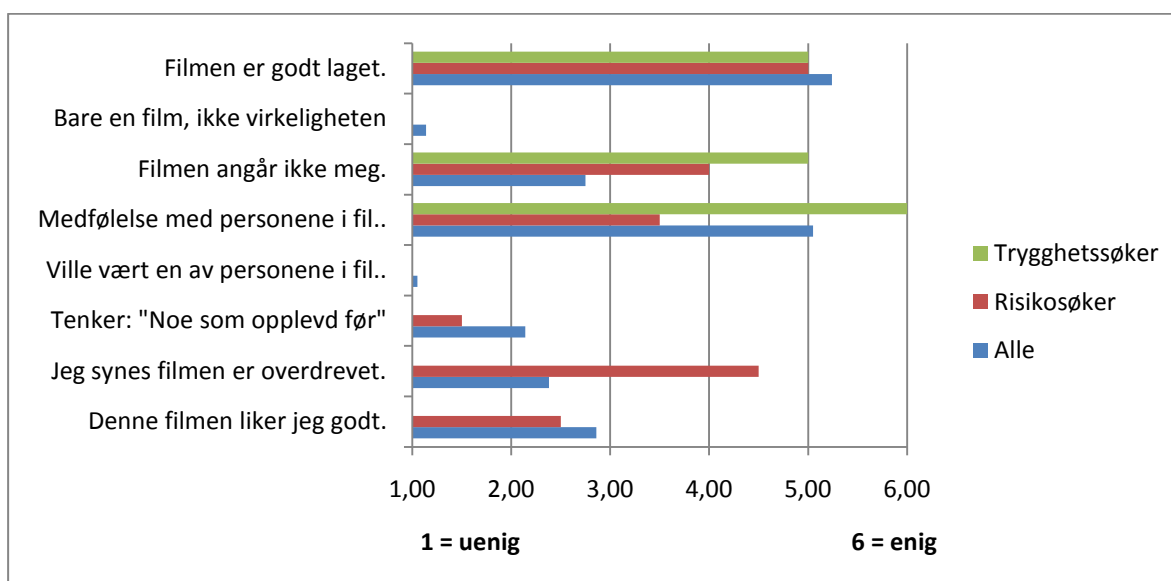


Diagram 8: Personlighet og opplevelse av nærhet/identifisering til innhold

Alle gruppene mener at filmen er godt laget og at filmen beskriver noe som kunne skjedd i virkeligheten. Trygghetssøker svarer at de er "helt enig" i at filmen ikke angår dem, og risikotaker er "nesten helt enig" i dette. Gjennomsnittet for hele utvalget svarer at filmen i større grad angår dem. Trygghetssøker har stor medfølelse med personene i filmen, noe risikotaker i mindre grad har. Gjennomsnittet for utvalget plasserer seg midt mellom disse to

gruppene. Vi merker oss at begge gruppene svarer de er uenige i at filmen fremkaller tidligere opplevelser. Videre ser vi at risikotaker i stor grad mener at filmen er overdrevet, noe trygghetssøker er helt uenige i. Ingen av gruppene liker filmen spesielt godt, men her skiller trygghetssøker seg ut ved å være ”helt uenig”.

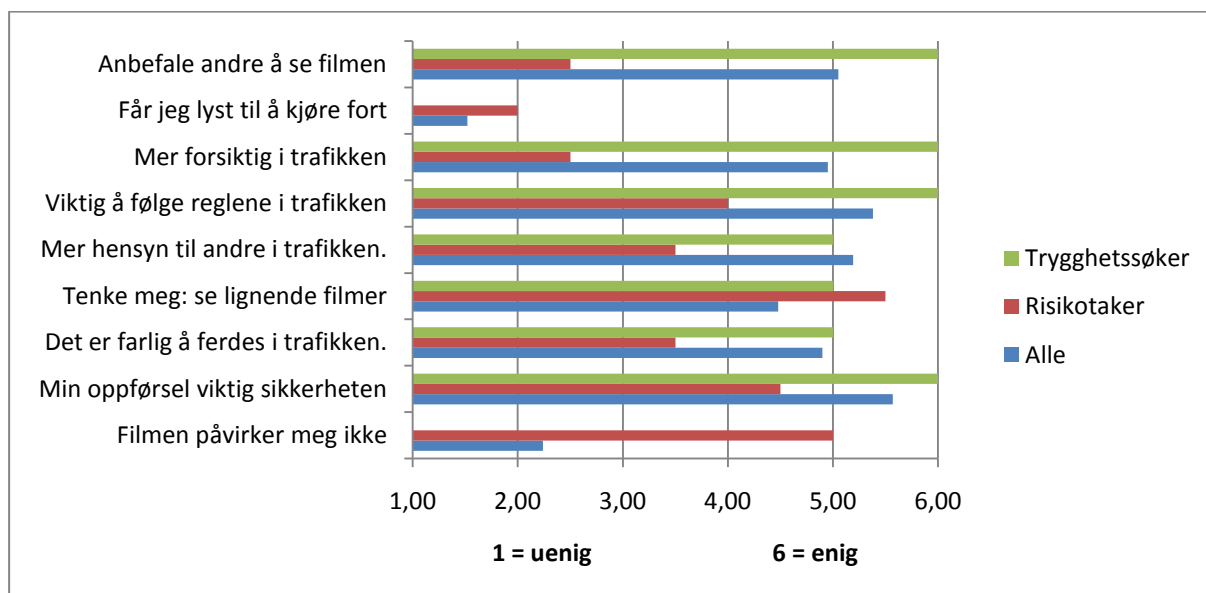


Diagram 9: Personlighet og filmens påvirkning på holdninger og atferd

Her ser vi at risikotaker ikke tror at filmen påvirker dem noe særlig, mens trygghetssøker derimot mener at filmen påvirker dem i stor grad. Videre ser vi at risikotaker vurderer det som mindre farlig å ferdes i trafikken enn de andre gruppene. Tendensen er at risikotaker blir mindre påvirket i forhold til adferd og holdninger etter å ha sett filmen enn de to andre gruppene (”ta mer hensyn”, ”følge reglene”, ”mer forsiktig i trafikken”). Vi ser også at trygghetssøker og gjennomsnittet for gruppen i stor grad vil anbefale andre å se filmen, i motsetning til risikotaker.

5 DRØFTING

5.1 BRUKEN AV YOUTUBE

I vår undersøkelse er det 50 prosent av jentene som er inne på YouTube daglig, mens tallet for guttene er 46.2 prosent (jf. kap 4.2). Ifølge Berit Skogs undersøkelse er YouTube mest populært blant gutter. Slik sett samsvarer ikke vår undersøkelse med Berit Skogs på dette

punktet. Men dersom vi ser på hva jenter og gutter bruker nettstedet til, så har guttene en mer variert bruk ved at de ser mange ulike typer filmklipp, blant annet bilfilmer, mens jentene ser og hører mye på musikk. Videre så ser vi at det er 84.6 prosent av guttene og bare 37.5 prosent av jentene som har sett filmer som ligner på film nummer én. Tilsvarende tendens gjelder også for film nummer tre der tallene er 53.8 prosent for guttene og 17.5 prosent for jentene. Dette kan tyde på at guttene bruker YouTube ganske mye, og at de kanskje har en tendens til å underrapportere bruken (jf. kap 4.2). Totalt sett ser vi at rundt 85 prosent av ungdommene er inne på YouTube minst 3 -5 ganger i uken, og dette samsvarer slik sett med Berit Skogs undersøkelse (jf. kap 2.1.2). Dermed ser vi at YouTube er populært i den aktuelle aldersgruppen. Ved å bruke filmer fra nettstedet i undervisningen, kan en trolig knytte opplæringen til noe ungdom er opptatt av, og ”treffe” ungdom på en best mulig måte.

5.2 INTERESSE, IDENTITET OG FØLELSER

Vi ønsker å sette filmene i sammenheng med teoriene til Herbart og Wundt, og begrepene interesse, identitet og emosjon (jf. kap 2.2.2).

5.2.1 FILM 1: *GETAWAY IN STOCKHOLM* 6

Innholdet i denne filmen er bilkjøring, høy fart og flukt fra politiet, noe som i ganske stor grad kan stemme overens med guttenes bruk av YouTube, og filmen appellerer trolig mest til guttenes interesser. Vi ser at 84.6 prosent av guttene svarer at de har sett lignende filmer før, mens bare 37.5 prosent av jentene svarer dette (jf. kap 4.2.1). Når det gjelder identifisering (gjenkjenning) svarer både guttene og jentene at de er ”nesten helt uenige” i at filmen får dem til å tenke på noe som er opplevd før. Men det er litt forskjell på jentene og guttene på spørsmålet om de gjerne ville vært en av personene i filmen. Guttene ønsker mer enn jentene å være en av personene i filmen. Dette kan trolig knyttes til guttenes interesser og en sterkere identifisering med innholdet i filmen.

Filmen oppleves ikke som ekkel, og ungdommene blir verken triste eller redde av å se den. En del av ungdommene sier at de får et ”kick” og at de blir litt glade av å se den. Dermed ser vi at filmen ikke frembringer så veldig sterke emosjonelle reaksjoner. Kanskje hadde vi forventet at filmen ville bli oppfattet som ”tøff” og ”stilig” av en større andel av utvalget. Det er nærliggende å anta at personligheten til hver enkelt elev vil ha en del å si for hvordan filmen oppleves følelsesmessig (jf. kap 5.3). Vi registrerer at det er få ”risikotakere” i utvalget, og tenker at dette kan være noe av grunnen til resultatet (jf. kapittel 4.6 og 5.3).

Videre kan det tenkes at det ikke er helt akseptert i dette ungdomsmiljøet å like en slik type film (”råkjøring” og hensynsløs trafikkatferd). I denne sammenhengen skal en huske på at 19 prosent sier de har kommet til, eller vært innblandet i, trafikkulykker med alvorlige skader, i tillegg til at 23,8 prosent har opplevelser knyttet til dødsulykker. Dette kan være med og forklare hvorfor filmen ikke ”appellerer” til ungdommen i større grad.

De yngste i utvalget er 12-13 år gamle, og for disse kan det kanskje være vanskelig å identifisere seg med innholdet og personene i filmen.

Totalt sett ser vi at de fleste ungdommene sier at de kommer til å ha glemt filmen etter en uke, og dermed mener de også at filmen heller ikke vil påvirke holdningene og atferden deres i noen særlig grad (jf. kap 4.4.4).

5.2.2 FILM 2: LIVSFARLIG SMS

Den andre filmen skiller seg mest ut (jf. kap 4.4.1 og 4.4.2). Filmene viser en ung jente som sjåfør, og er svært grafisk når det gjelder fremstillingen av ulykken (skriking, blod, ødelagte biler, ambulanspersonell etc. jf. kap 3.4.2). Slik ulykken er skildret, går det tydelig frem at årsaken til det som skjer er at jenta bruker mobiltelefon mens hun kjører. Vi registrerer at ungdom i dag ser ut til å være svært opptatt av, og ivrigere brukere av, mobiltelefon. Man kan trolig se bruken av mobiltelefon i sammenheng med Herbarts interessebegrep (jf. kap 2.2.2). Dermed kan man anta at filmen treffer ungdommenes interesse for mobiltelefoner.

Det er 46.2 prosent av guttene og 62.5 prosent av jentene som har sett denne filmen før. 61.5 prosent av guttene og 62.5 prosent av jentene som har sett lignende filmer. Kanskje er det slik at ungdommene, og særlig jentene, kjenner seg igjen i situasjonen (ung jente, mobiltelefon), og at det som deretter skjer (ulykken), oppleves som noe som kunne skjedd også dem (identifisering; jf. diagram 4). Vi skal også huske at det er 30 prosent av ungdommene som oppgir at noen de kjenner godt har blitt skadet i trafikkulykker; det er 28,6 prosent av jentene som oppgir å ha blitt skadet selv, og det er 23,8 prosent av ungdommene svarer at de har opplevelser knyttet til dødsulykker i trafikken (jf. kap 4.3.1). Vi ser dette i sammenheng med de mange tragiske trafikkulykkene i regionen det siste året (http://nrk.no/nyheter/distrikt/nrk_trondelag/1.6852292), og dette vil høyst sannsynlig prege ungdommenes interesse for, og identifisering med, filmens innhold.

Videre vil trolig både filmens lyd og visuelle fremstilling medføre en realistisk og konkret skildring av hva som virkelig kan skje ved en alvorlig trafikkulykke. Dette gjør det

sannsynligvis enklere å sette seg inn i situasjonen i ulykkesbilen. Dette, i tillegg til den grafiske skildringen av eksempelvis de døde venninnene i ulykkesbilen og et lite barn som ligger urørlig i en annen involvert bil, gjør at filmen fremkaller sterke emosjoner (trist / lei seg / ekkel / sint / redd, jf. kap 4.4.1). Den brå overgangen fra den muntre ”tur-stemningen” i bilen i starten, til det ”blodige alvoret” ved at den unge jenta blir ansvarlig for at flere mennesker omkommer, er nok også med på å forsterke det emosjonelle inntrykket filmen gir.

De fleste vil huske denne filmen etter en uke, og mange svarer også at de vil huske filmen etter en måned. Vi ser dette i sammenheng med det som er drøftet ovenfor knyttet til interesse, identitet og emosjon. Etter å ha sett filmen øker bevisstheten om at det kan være farlig å ferdes i trafikken. Videre mener ungdommene at filmen påvirker dem til å ta mer hensyn til andre i trafikken. Den påvirker dem også til å tenke at det er viktig å følge trafikkregler og være mer forsiktig i trafikken. Vi merker oss også at ungdommene etter å ha sett filmen er ”helt uenig” i at de får lyst til å kjøre fort (jf. kap 4.4.4).

I utgangspunktet stilte vi oss spørsmålet: ”Er filmen for sterk å vise til denne aldersgruppen?”. Ut i fra svarene, ser vi at filmen vurderes som veldig godt laget, selv om ungdommene ikke liker den så godt. De er sterkt uenig i at filmen er overdrevet, og mange mener også at filmen angår dem. De får tydelig medfølelse med personene i filmen, og en del svarer at filmen får dem til å tenke på noe som er opplevd før. De aller fleste av ungdommene vil anbefale andre å se denne filmen. Dette tolker vi som at filmen er aktuell for målgruppen, og at ungdommene er modne nok til å ”håndtere” innholdet. I tillegg vil hver enkelt elevs personlighet ha mye å si for hvordan de opplever filmen (jf. kap 5.3).

5.2.3 FILM 3: SAVNET ER STORT

Det er én av personene i utvalget som har sett filmen før, ellers er det 53.8 prosent av guttene og 17.5 prosent av jentene som har sett lignende filmer. Vi ser dette i sammenheng med guttenes varierte bruk av YouTube, og at de slik sett har vært innom også denne typen filmer, noe jentene i mindre grad har vært. Videre kan det tenkes at guttene i større grad har vært ”involvert” (kamerater, familie etc.) i trafikkulykker i nærområdet (http://nrk.no/nyheter/distrikt/nrk_trondelag/1.6852292). Vi minner om at 23.8 prosent av ungdommene sier de har opplevelser knyttet til dødsulykker i trafikken. Dette kan knyttes til begrepet identifisering, og er i samsvar med at en del svarer at filmen får dem til å tenke på noe som er opplevd før. I tillegg svarer ungdommene at filmen angår dem, samt at de får sterk

medfølelse med personen i filmen. Alt dette fører trolig til at ungdommene identifiserer seg med filmens innhold.

De fleste av ungdommene svarer at de blir triste og lei seg når de ser denne filmen. Videre er det noen som blir litt redde av å se den. Filmene oppleves ikke som ekkel, og de blir heller ikke sinte av å se den. Dette er en minnefilm som ikke fokuserer på for eksempel skyldspørsmål knyttet til ulykken. Fokus i denne filmen er sorg og savn etter en person som er borte (sosiale konsekvenser av en dødsulykke). Dette er kanskje grunnen til at ungdommene blir mindre provosert/sinte av å se denne filmen (i forhold til film nummer to). Slik vi ser det er musikken i filmen (Michael Jackson: "Gone too soon" og Whitney Houston: "I will always love you") med på å forsterke følelsen av tap og savn. Dette kan nok ha mye å si for ungdommenes emosjonelle opplevelse, siden de er opptatt av musikk generelt (jf. kap 4.2.1). Det at man blir redd av å se filmen, kan trolig knyttes til redsel for døden og for det å miste noen (jf. ungdommenes ulykkeserfaringer i kap 4.3.1).

Noen sier at de vil ha glemt filmen etter en uke, mens en del av ungdommene vil huske den etter en måned. Videre mener en del av ungdommene at filmen påvirker dem i ganske stor grad. Dette resultatet kan kanskje knyttes til ungdommenes erfaringer med trafikkulykker i nærområdet, og sees i sammenheng med gjenkjenning/identifisering. Ungdommene mener at filmen påvirker dem til å ta mer hensyn til andre i trafikken. Den påvirker dem også til å følge trafikkregler og være mer forsiktig i trafikken. Vi merker oss også at ungdommene etter å ha sett filmen er "helt uenig" i at de får lyst til å kjøre fort (jf. kap 4.4.4). Man kan trolig si at filmen påvirker holdningene i "trafikksikker retning".

5.3 PERSONLIGHET OG PÅVIRKNING

I utgangspunktet hadde vi tenkt å plassere alle respondentene i de fire kategoriene trygghetssøker, ansvarstaker, spenningssøker og risikotaker. Men det ble vanskelig å plassere dem ut fra de to spørsmålene vi hadde avsatt til dette i spørreskjemaet. Derfor har vi valgt å definere personlighetstypene inn i to ytterpunkter som tilsvarer omtrent trygghetssøker og risikotaker (jf. vedlegg nr 1 og 2). Vi sammenligner svarene til disse to gruppene seg i mellom, og med gjennomsnittet for hele utvalget.

I kapittel 4.6 så vi klare forskjeller i hvordan de ulike personlighetstypene opplever, og mener de blir påvirket av, film nummer to. Dermed kan sammensetningen av elevgruppen og deres personligheter ha noe å si for hvilken type film som bør brukes i undervisningen.

Det kan være slik at film nummer to blir for ”sterk” for trygghetssøkeren som er mer ”følsom” enn de andre gruppene. Samtidig så ser vi at trygghetssøker derimot mener at filmen påvirker dem i stor grad og at de vil anbefale andre å se filmen. Det kan imidlertid være litt uklart hva trygghetssøker mener med ”påvirker”. I spørreskjemaet kommer dette spørsmålet mot slutten av en rekke spørsmål som omhandler påvirkning av atferd og holdninger (jf. spm 20, vedlegg 3). Vår intensjon var da at respondentene her skulle vurdere hva *filmen* påvirker en til å gjøre (atferd). Filmen påvirker tydeligvis trygghetssøkeren i stor grad følelsesmessig, og trolig er det nettopp dette som menes med ”påvirker” (jf. diagram 9). Vi skal huske på at trygghetssøkeren i utgangspunktet er en ”forsiktig” person, og at filmen slik sett trolig ikke forandrer noe på dette. Hvis det er den følelsesmessige påvirkningen det er snakk om, og filmen ikke har så mye å si for påvirkning på atferd og holdninger, kan det være grunn til å reise spørsmål om det er etisk forsvarlig å eksponere (”pådytte”) denne personlighetstypen en så ”sterk” film.

Risikotaker mener at filmen ikke påvirker dem noe særlig. De er uenige i at filmen fremkaller tidligere opplevelser. Videre ser vi at risikotaker i stor grad mener at filmen er overdrevet, og heller ikke vil anbefale andre å se den. Dette kan tyde på en ikke vil nå frem til risikotakere ved å bruke slike typer filmklipp.

Gjennomsnittet for hele utvalget plasserer seg ”midt mellom“ trygghetssøker og risikotaker når det gjelder følelsesmessig påvirkning, og mener i større grad at filmen angår dem. Totalt sett mener dermed respondentene at filmen påvirker dem i det vi vil kalle ”trafikksikker retning” (jf. kommentar til diagram 9).

Ut fra det som er sagt ovenfor er det gode grunner til å anbefale å bruke såpass sterke virkemidler som film nummer to representerer, i forbindelse med bilføreropplæringen. Mye tyder på at man da vil oppnå en endring i holdninger i trafikksikker retning. Slik vi ser det, kan det virke som at trafikklæreren står foran flere viktige valg. Skal en ta i bruk sterke virkemidler og ”spille på føleleser” for å nå frem til flest mulig av ungdommene, eller skal en i stor grad vektlegge hensynet til forskjellene i personlighetene til hver enkelt elev? Dette blir en etisk vurdering som hver enkelt trafikklærer må ta stilling til og begrunne ut fra eget ståsted og målene med opplæringen. En mulig løsning, for eksempel på trafikalt grunnkurs, kan være å avklare/informere om at kurset vil inneholde ”sterke” filmer, og at elever som reagerer veldig sterkt på filmen, får anledning til å ta en pause. I slike tilfeller er det spesielt viktig å bruke tid i etterkant på bearbeiding og refleksjon.

5.4 METODER SOM PÅVIRKER UNGDOMS OPPFØRSEL I TRAFIKKEN

Ut i fra resultatene i diagram 6, er svarene i vår undersøkelse i samsvar med svarene fra den nordiske undersøkelsen. Det er ikke helt like verdier, men hovedtendensene er de samme. En forskjell vi likevel vil trekke frem, er troen på bruk av videofilmer. Vår gruppe har større tro på dette enn det norske utvalget i den nordiske undersøkelsen. Dette gjelder både før og etter at de så filmene i undersøkelsen. Vi kan tenke oss at forventninger knyttet til det å delta i et forskningsopplegg om YouTube, kan ha spilt en rolle for vurderingen. Likevel ser vi en ytterligere økning i troen på bruk av videofilmer etter å ha sett filmene. Vi merker oss også at i vår gruppe har troen på informasjon om ulykkesstatistikk blitt mindre etter å ha sett filmene. Vi ser disse funnene i sammenheng med begrepene interesse, identitet og emosjoner (jf. kap 5.2), og merker oss at ungdommene selv mener at metoder som ”spiller på følelser” påvirker dem i større grad enn ren faktainformasjon om ulykkesstatistikk.

5.5 FEILKILDER

Utgangspunktet for undersøkelsen var at vi ønsket å vise tre forskjellige typer filmklipp. Det kan tenkes at rekkefølgen disse ble vist i, har hatt noe å si for resultatene. Her tenker vi spesielt på forholdet mellom film to og tre. På den ene siden kan det tenkes at skildringen av ulykken i film to, kan ha vært med på å forsterke den følelsesmessige opplevelsen av film tre. På den andre siden kan de sterke scenene i film to føre til at film tre ”kommer litt i skyggen”. Vi merker oss også at ingen av respondentene har sett den første filmen *før*, mens 52,4 prosent har sett den andre filmen og 4,8 prosent har sett den siste filmen. Dermed skiller film to seg ut. Selv om over halvparten har sett denne før, så gjør filmen stort inntrykk. Det kan være at ”gjenkjenningen” gjør at respondentene får et sterkere inntrykk ved å se filmen en gang til. På den andre side kan det tenkes at filmen ville gjort et enda sterkere inntrykk hvis respondentene ikke hadde sett den før.

Når det gjelder spørsmål nummer seks, synes vi det er overraskende at bare 60 prosent svarer at de går eller jogger i trafikken. Det samme gjelder også for sykling (60 prosent). På samme måte er det ”bare” 90 prosent som sier at de sitter på i bil. Vi lurer på om det kan være formuleringen ”På hvilken måte *ferdes* du i trafikken?” som gjør at spørsmålet eventuelt blir misforstått. Vår antagelse var vel i utgangspunktet at alle (100 prosent) ville svare at de er myke trafikanter en gang i blant, og at de også sitter på i bil. Intensjonen var at spørsmålet delvis skulle fungere som et ”kontrollspørsmål”. Dermed setter vi et lite spørsmålstegn ved respondentenes presisjon under utfyllingen av spørreskjemaet. Svarene kan selvfølgelig være

en korrekt beskrivelse av virkeligheten (fakta), men de kan også tyde på at en del av svarene i undersøkelsen kan være relativt ”tilfeldige avkryssinger”. Det kan være at de yngste i utvalget ikke er modne nok til å delta i en slik type undersøkelse. Kanskje kunne vi formulert noen av spørsmålene på en annen måte. Dersom det er slik at deler av undersøkelsen er preget av ”tilfeldige avkryssinger”, vil dette være en feilkilde som har konsekvenser for resultatene.

I spørreskjemaet er spørsmålene etter hver film identiske, bortsett fra påstanden ”Jeg synes filmen er overdrevent” som falt ut på spørsmål 14 (etter den første filmen). Dette var en glipp, men vi kan ikke se at dette har vesentlig betydning for resultatene. På spørsmål 11 (før filmene) og 27 (etter filmene) er det forskjellige overskrifter på skalaen (”liten/stor påvirkning” og ”helt uenig/enig”). Ideelt sett burde teksten vært helt lik, men spørsmålet og skalaen (1 - 6) er identiske, og vi mener derfor at spørsmålene fungerer etter intensjonen.

Utvalget vårt består av 21 respondenter. Dette er færre enn vi kunne ønske og ikke representativt for aktuell aldersgruppe på landsbasis. Likevel tenker vi at svarene gir oss en pekepinn på tendenser som kan gjelde også for større grupper. Sammenligningen med den nordiske undersøkelsen kan være med å støtte opp under validiteten i vår undersøkelse, siden tendensene ser ut til være sammenfallende (jf. kap 5.4). En konsekvens av det begrensede utvalget, er at vi bare får én respondent ($n = 1$) som vi definerer som trygghetssøker, og to ($n = 2$) i kategorien risikotaker (jf. vedlegg 1 og 2). Vi ser at dette er et tynt grunnlag, men tror likevel at vi kan se noen interessante sammenhenger som også kan forskes videre på.

6 KONKLUSJONER OG VEIEN VIDERE

I følge Herbart og Wundt vil bevisst søking etter ny kunnskap ut ifra egen interesse, være den beste forutsetningen for læring. Gjennom vår rolle som trafikklærer blir det derimot slik at vi ”pådytter elevene informasjon”. Men dersom informasjonen er noe elevene interesserer seg for eller kjenner seg igjen i, eller som fremkaller sterke emosjoner, så tyder funnene i undersøkelsen på at forutsetningene for læring (endring av kunnskap og holdninger) fremdeles vil være gode.

Det er mye som tyder på at film nummer to, *Livsfarlig SMS*, er den av filmene som fremkaller både gjenkjenning og de sterkeste emosjonene, og slik sett gjør dypest inntrykk. Ut i fra ungdommenes svar, ser vi en klar tendens til at denne filmen påvirker holdninger og adferd i det vi vil kalle en ”trafikksikker retning”; være mer forsiktig i trafikken, ta mer hensyn til

andre, følge trafikkreglene, mindre lyst til å kjøre fort, være bevisst på at min oppførsel er viktig for min og andres sikkerhet.

Læreplanen vektlegger at elevene gjennom hele opplæringen skal få øving i å reflektere over egne handlings- og vurderingstendenser (holdninger). Det blir også lagt opp til at elevene skal få selvinnsikt i egne tendenser ved at de mot slutten av opplæringen konfronteres med, og reflekterer over, egne handlings- og vurderingstendenser. Ut i fra resultatene i undersøkelsen vår vil vi argumentere for at det kan være hensiktsmessig å trekke inn trafikkrelaterte filmklipp fra YouTube i bilføreropplæringen som en del av det holdningsrelaterte trafikksikkerhetsarbeidet.

Et av hovedargumentene er at virkemiddelet er godt tilpasset målgruppen, litt avhengig av elevenes personlighet. Dersom man velger en film som ”treffer” målgruppen ved å oppfylle kriteriene knyttet til interesse, identitet og emosjoner, kan man trolig påvirke holdninger og atferd med økt trafikksikkerhet som målsetting.

For at trafikklæreren skal få de beste forutsetninger til å påvirke elevene gjennom føreropplæringen, vil vi anbefale at holdningsarbeidet vektlegges allerede fra starten av (trafikkalt grunnkurs) og videreføres under hele opplæringen. Dette er også i samsvar med læreplanens overordnede målsetting og anbefalingene i rapporten *Effektiv påvirkning av holdninger til trafikksikkerhet - En intervensjonsstudie* (jf. kap 2.2.3 og 2.2.4). Som et konkret forslag, tenker vi oss at man kan bruke for eksempel filmen, *Livsfarlig SMS*, i tilknytning til tema 1.3 ”Mennesket i trafikken” og/eller i forbindelse med tema 4.1.1 ”Bilkjøringens risiko” og/eller tema 4.1.4 ”Refleksjon og oppsummering” i læreplanen (Læreplan – Førerkortklasse B og BE 2004:20, 46 og 51).

Resultatene i undersøkelsen tyder på at det kan være hensiktsmessig å ta i bruk sterke virkemidler i føreropplæringen. Dette blir en etisk vurdering hver enkelt trafikklærer må ta stilling til og begrunne ut fra eget ståsted og målene med opplæringen.

Vi mener det kunne vært interessant å forske videre på bruken av ”sterke” filmsekvenser i bilføreropplæringen, og se nærmere på sammenhenger mellom personlighet og holdninger.

KILDER

LITTERATUR

Dalland, E. 2008. *Individtilpasset føreropplæring – Et nullvisjonsprosjekt i Nord-Trøndelag 2006-2008*. Høgskolen i Nord-Trøndelag. Rapport nr 54. Avdeling for trafikklærerutdanning. Steinkjer: Powerprint AS.

Dalland, O. 2007. *Metode og oppgaveskriving for studenter* (4. utgave). Oslo: Gyldendal Akademisk.

Halvorsen, K. 2008. *Å forske på samfunnet* (5. utgave). Oslo: Cappelen Forlag AS.

Iversen, H., Klempe, H. og Rundmo, T. 2002. *Effektiv påvirkning av holdninger til trafikksikkerhet – En intervensjonsstudie*. Trondheim.

Jacobsen, D. 2005. *Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelige metode* (2. utgave). Kristiansand: Høyskoleforlaget AS.

Moe, D. 2008a. Powerpoint-presentasjon ved Høgskolen i Nord-Trøndelag, avdeling for trafikklærerutdanning, i faget trafikk og psykologi. Stjørdal: våren 2008. (Figur 1).

Moe, D. 2008b. *Menneske, risiko og kjøreatferd*. Trondheim.

Skog, B. 2008c. *Fra World of Warcraft til YouTube – Bruk av dataspill og nettsamfunn blant deltagere på The Gathering, 19.-23. mars 2008*. NTNU. Institutt for sosiologi og statsvitenskap. Trondheim.

Statens vegvesen. 2004. *Læreplan – Førerkortklasse B og BE*. (Håndbok nr. 252).

Statens vegvesen. 2004. *Ny føreropplæring 2005 – Faglig grunnlag for forskrifts- og læreplanrevisjonen*. (Håndbok nr. 260).

Stene, M. 2003. *Vitenskapelig forfatterskap – Hvordan lykkes med skriftlige studentoppgaver* (2. utgave). Steinkjer: Kolle forlag.

INTERNETT

Expert. [online]. Tilgjengelig fra:

<http://www.expert.no/product/product.aspx?identifiser=UE40B7070WW> (i teksten kalt ”Expert a”; reklame for flatskjerm med YouTube-funksjon). [Lastet ned 22.12.09].

Expert. [online]. Tilgjengelig fra:

<http://www.expert.no/product/product.aspx?identifiser=GCFM1BEUBLACK> (i teksten kalt ”Expert b”; reklame for lommekamera med YouTube-funksjon). [Lastet ned 22.12.09].

Expert. [online]. Tilgjengelig fra:

<http://www.expert.no/product/product.aspx?identifiser=KU990ISORT> (i teksten kalt ”Expert c”; reklame for mobiltelefon med YouTube-funksjon). [Lastet ned 22.12.09].

Gregersen, N. P. 2009. *Bäst i Norden. 15-åringar i Norden – Resultat från en undersökning i projektet ”De glömda barnen”*. [online]. Tilgjengelig fra:

http://www.tryggtrafikk.no/filestore/BestiNorden_15-ringariNorden.pdf [Lastet ned 27.10.09].

NRK Trøndelag (forf.: Kaja Kristin Ness). [online]. Tilgjengelig fra:

http://nrk.no/nyheter/distrikt/nrk_trondelag/1.6852292 [Lastet ned 15.02.10].

Store norske leksikon. [online]. Tilgjengelig fra: <http://www.sn1.no/YouTube>) [Lastet ned 21.12.09].

Store norske leksikon (forf.: Tranøy, K. E.). [online]. Tilgjengelig fra: <http://www.sn1.no/empiri> [Lastet ned 14.01.10].

YouTube. [online]. Tilgjengelig fra: <http://ytbizblog.blogspot.com/> [Lastet ned 21.12.09].

YouTube. "Company History". [online]. Tilgjengelig fra: http://www.youtube.com/t/company_history [Lastet ned 21.12.09].

YouTube. *Getaway in Stockholm 6*. [online]. Tilgjengelig fra: <http://www.youtube.com/watch?v=y27s04FkyTc> [Lastet ned 13.10.09].

YouTube. *Livsfarlig SMS (Eng.: Texting and Driving)*. [online]. Tilgjengelig fra: http://www.youtube.com/watch?v=8I54mlK0kVw&feature=player_embedded [Lastet ned 13.10.09].

YouTube. *Savnet er stort*. [online]. Tilgjengelig fra: <http://www.youtube.com/watch?v=UuuMUX33t-0> [Lastet ned 04.11.09].

VEDLEGG 1

Nedenfor ser vi hvordan vi har definert filteret som brukes i Questback for å bestemme personlighetstypen ”trygghetssøker”. Respondenter som har besvart skjemaet i samsvar med alternativene som er haket ut nedenfor, defineres som trygghetssøkere.

9. Nedenfor er det noen påstander. Kryss av på skalaen for det som passer deg best.

9.1 Jeg liker å sitte på i bil når noen kjører fort.

Helt uenig 1
 2
 3
 4
 5
 Helt enig 6

9.2 Det er spennende å ta berg-og-dal-bane.

Helt uenig 1
 2
 3
 4
 5
 Helt enig 6

9.3 Jeg opplever det som farlig å sitte på i bil når noen kjører fort.

Helt uenig 1
 2
 3
 4
 5
 Helt enig 6

9.4 Hvis jeg fikk muligheten, ville jeg hoppet i fallskjerm.

Helt uenig 1
 2
 3
 4
 5
 Helt enig 6

9.5 Jeg har lyst å kjøre opp til motorsykkkel når jeg blir gammel nok.

Helt uenig 1
 2
 3
 4
 5
 Helt enig 6

9.6 Jeg tror det er nyttig å delta på teorkurs når man skal ta førerkort på bil.

Helt uenig 1
 2
 3
 4
 5
 Helt enig 6

9.7 Det er farlig å ferdes i trafikken.

Helt uenig 1
 2
 3
 4
 5
 Helt enig 6

VEDLEGG 2

Nedenfor ser vi hvordan vi har definert filteret som brukes i Questback for å bestemme personlighetstypen ”risikotaker”. Respondenter som har besvart skjemaet i samsvar med alternativene som er haket ut nedenfor, defineres som risikotakere.

9. Nedenfor er det noen påstander. Kryss av på skalaen for det som passer deg best.

9.1 Jeg liker å sitte på i bil når noen kjører fort.

Helt uenig 1

2

3

4

5

Helt enig 6

9.2 Det er spennende å ta berg-og-dal-bane.

Helt uenig 1

2

3

4

5

Helt enig 6

9.3 Jeg opplever det som farlig å sitte på i bil når noen kjører fort.

Helt uenig 1

2

3

4

5

Helt enig 6

9.4 Hvis jeg fikk muligheten, ville jeg hoppet i fallskjerm.

Helt uenig 1

2

3

4

5

Helt enig 6

9.5 Jeg har lyst å kjøre opp til motorsykkkel når jeg blir gammel nok.

Helt uenig 1

2

3

4

5

Helt enig 6

9.6 Jeg tror det er nyttig å delta på teorikurs når man skal ta førerkort på bil.

Helt uenig 1

2

3

4

5

Helt enig 6

9.7 Det er farlig å ferdes i trafikken.

Helt uenig 1

2

3

4

5

Helt enig 6

VEDLEGG 3