Beteckning: _____

HÖGSKOLAN
I GÄVLE

Institutionen för pedagogik, didaktik och psykologi

Länge Leve Livet
– påverkan på ungdomars attityder till alkohol i samband med bilkörning

Karin Mattsson Wedholm & Rebecka Thilén
Juni 2008

C-uppsats, 15 hp
Hälsopedagogiska programmet
Pedagogik

Pedagogik C
Handledare: Elisabeth Hedlund
Examinator: Peter Gill/ Lisbeth Claeson

Förord

Denna studie har för oss varit mycket givande och lärorik att göra. Vi har träffat många intressanta människor, både i verkligheten och via litteraturen. Det är genom dessa möten som studien har formats och vi hoppas att du som läsare får behållning av den. I början av denna studie vill vi även ta tillfället i akt och tacka de personer som varit med oss under vårt uppsatsskrivande. Britt Lisra och Elin Säfström på Vägverket Region Mälardalen för trevligt bemötande och inspiration. Vår handledare Elisabeth Hedlund och studenter i handledningsgruppen för konstruktiv kritik och engagemang i vårt arbete, samt de som tog sig tid att läsa vår uppsats och kom med synpunkter på förbättringar. Kontaktpersoner på de skolor där fokusgrupperna utfördes och sist men inte minst vill vi tacka de deltagare som tog sig tid att medverka i och visade intresse för fokusgrupperna, utan Er hade inte denna studie varit möjlig.

Gävle den 23 maj 2008

Karin Mattsson Wedholm Rebecka Thilén

ABSTRAKT
Mattsson Wedholm, K., & Thilén, R. (2008) *Länge Leve Livet – påverkan på ungdomars attityder till alkohol i samband med bilkörning.* C-uppsats i Pedagogik. Institutionen för pedagogik, didaktik och psykologi, Högskolan i Gävle

Denna studie undersökte filmen *Länge Leve Livets* påverkan på ungdomars attityder till alkohol i samband med bilkörning samt hur ungdomar vill ha budskapet förmedlat. I undersökningen gjordes tre fokusgruppintervjuer, á fyra till sex deltagare, och en sammanställning av Vägverkets redan genomförda enkätundersökning. I fokusgrupperna diskuterade gymnasieungdomarna dels teman som framkom av enkätresultatet, och dels frågor som speglade deras attityder. Resultatet visade att de flesta av ungdomarna har blivit berörda av filmen, och att *Länge Leve Livet* har förstärkt ungdomarnas befintliga attityd i större utsträckning än den har förändrat den. Vad som också visas i studien är att ungdomarna anser att ämnet är viktigt att diskutera och att fler vill se ett ökat arbete med alkohol i samband med bilkörning i Sverige.

Nyckelord: Attityder, påverkan, kommunikation, ungdomar, alkohol och bilkörning.
Keywords: Attitudes, influence, communication, youth and drunk driving.

”Det är ju ingen som säger att; ja men jag tycker att det är bra med rattfylleri.”

(Kommentar från en av studiens deltagare, fokusgrupp 2)

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1. INLEDNING 1

2. ATTITYDER OCH PÅVERKAN I RELATION TILL ALKOHOL I SAMBAND MED BILKÖRNING 3
2.1 Alkohol i samband med bilkörning som problem i Sverige 3
2.1.2 Vägverkets uppdrag och arbete 3
2.1.3 Länge leve livet 3
2.2 Varken barn eller vuxen 4
2.2.1 Begreppet ungdomar 4
2.2.2 Ungdomskultur 4
2.2.3 Samhällets behov av att kontrollera unga 5
2.2.4 Mediers påverkan på ungdomar 5
2.2.5 Film som redskap för att påverka unga 6
2.3 Kommunikation, attitydförändring och känslors påverkan 7
2.3.1 Begreppet kommunikation 7
2.3.2 Begreppet attityd 8
2.3.3 Modell för beteendeförändring 8
2.3.4 Attitydförändring genom kommunikation 9
2.3.5 Känslors påverkan vid attitydförändring 10
2.4 Sammanfattning 11

3. SYFTE 12

4. METOD 13
4.1 Reliabilitet och validitet 13
4.2 Urval 13
4.3 Datainsamlingmetod 13
4.3.1 Enkäter 14
4.3.2 Fokusgrupper 14
4.3.2.1 Struktur 15
4.3.2.2 Moderatorns roll 15
4.4 Tillvägagångssätt 16
4.5 Bearbetning och analys av data 17
4.6 Forskningsetiska ställningstaganden 17

5. RESULTAT OCH ANALYS 19
5.1 Sammanställning av enkäter 19
5.2 Resultat fokusgrupper 19
5.2.1 Vad ungdomarna anser om Länge Leve Livet som film 19
5.2.2 Påverkan av filmens uppbyggnad 20
5.2.3 Huvudpersonernas påverkan på ungdomar 21
5.3 Hur Länge Leve Livet kan påverka ungdomars syn på alkohol i samband med bilkörning 22
5.4 Förbättringar kring Länge Leve Livet 23

5.4.1 Vikten av att få diskutera 24
5.5 Åsikter om hur budskapet kring alkohol i samband med bilkörning kan förmedlas 25
5.5.1 Alkohol som samhällsproblem 26

6. DISKUSSION 28
6.1 Övergripande resultat 28
6.2 Våra reflektioner 30
6.3 Förslag på framtida forskning 30

REFERENSER 31

1. INLEDNING

I dagens Sverige använder vi oss av vägar när vi ska någonstans, till jobbet, skolan, handla eller åka till en fest (Statens Offentliga Utredning [SOU] 2003/04:160). Av allt resande sker upp till 90 % på vägarna (Vägverket, 2007). I landet omkommer årligen cirka 125 personer i alkoholrelaterade bilolyckor, det blir över tio personer varje månad (Vägverket, 2008a). År 2006 var 23 % av de förare som omkom i personbilsolyckor alkoholpåverkade, de hade alltså över 0,2 promille alkohol i blodet. De stora riskgrupperna för de som kör alkohol- och/eller drogpåverkade är män och ungdomar. (Ibid.). Utifrån denna problematik startade Vägverket kommunikationsprojektet *Don't Drink & Drive* år 2003 som riktar sig till ungdomar mellan 15 och 24 år (Vägverket, 2008b). En stor del i projektet är filmen *Länge Leve Livet* som visas för att påverka ungdomars attityder kring alkohol i samband med bilkörning. Filmen visas bland annat för gymnasieelever runt om i Sverige (Ibid.).

1997 tog Sveriges riksdag ett beslut om nollvision vilket är ett etiskt förhållningssätt som fastslår att inga människoliv ska krävas i trafiken (Vägverket, 2008c). Nollvisionen handlar om att människor ska kunna resa säkert i trafiken då allt fler människor rör sig i den (SOU 2003/04:160). År 2006 fanns det mer än 4,1 miljoner personbilar i landet och därutöver tillkommer alla lastbilar, bussar, motorcyklar och övriga motorfordon (Vägverket, 2007). Dagligen beräknas det ske i genomsnitt 15 000 alkohol- och/eller drogpåverkade resor/transporter på vägar runt om i landet (Statens väg- och transportforskningsinstitut [VTI], 2008a). I Sverige innehar cirka 5,6 miljoner människor körkort och Vägverket (2008a) beräknar att cirka tio procent av dessa är alkohol eller drogberoende. Inom poliskåren har kunskapen om alkohol och droger i trafiken ökat betydligt, antalet rapporterade fall har mellan åren 1999 och 2007 ökat från 718 till 11 279 personer (Ibid.). VTI (2008b) skriver att en av de stora riskerna för trafiksäkerheten idag är rattfylleri. Med stor säkerhet har det visats att risken är betydligt högre att skadas i en olycka om föraren är påverkad av alkohol jämfört med om personen är nykter (Ibid.). Varje vecka tar polisen i genomsnitt 300-400 personer för rattfylleri vilket enligt beräkningar endast är en bråkdel av alla förare som kör berusade (VTI, 2008c). Den statistik som förs om rattfylleriets omfattning idag görs på två olika sätt, dels genom att Rättsmedicinalverket analyserar blodprov på omkomna bilförare och dels genom polisens rapportering från trafikolyckor (VTI, 2008b). Enligt VTI (2008b) är denna statistik inte tillräckligt tillförlitlig eftersom det sker en underrapportering. Det beror bland annat på att polisen inte får kännedom om alla trafikolyckor samt att det kan vara svårt att bedöma om föraren är påverkad eller ej (Ibid.).

Enligt Vägverket (2008a) har det blivit lättare att föra in alkohol i landet, detta kan leda till att svenskarnas dryckesmönster mer börjar likna kontinentala vanor. Det vill säga att drickandet inte längre blir något som enbart hör helger till (Ibid.). I SOU 2006:12 tas sambandet mellan rattfylleri och alkoholkonsumtionen per capita upp och forskare har påvisat ett samband mellan dessa två faktorer. Resultat visar att en liters ökning av konsumtionen leder ungefär till cirka åtta procents ökning av de anmälda brotten (Ibid.).

Enligt både Vägverket (2008a) och VTI (2008c) domineras gruppen som kör alkohol- och/eller drogpåverkade och förolyckas kraftigt av män, vilka står för cirka 90 procent. Även ungdomar är en kraftigt överrepresenterad grupp (Ibid.). De flesta alkoholpåverkade bilförare som omkommit i trafiken är killar medan tjejer i allt större utsträckning åker med som passagerare (VTI, 2008c). Mer än var tredje omkommen bilist i åldern 15-29 år har åkt med en påverkad förare eller själv kört full (Ibid.). I SOU 2006:12 visas att personer i åldersgrupperna 15 till 17 år och 25 till 29 år är kraftigt överrepresenterade när det gäller alkohol- och drogrelaterade olyckor. Problemet med alkohol och droger bland bilförare är

särskilt uttalat i åldern 25 till 29 år där nästan hälften av alla bilförare som omkommer har förolyckats i alkohol- eller drogrelaterade olyckor (SOU, 2006:12). Orsaken till varför ungdomar betraktas som en högriskgrupp är enligt Vägverket (2008a) för att de är ovana bilförare och överskattar sin förmåga, i kombination med ett ökat riskbeteende och underskattar riskerna i trafiken.

Fakta om alkohol i trafiken

- Ungefär var fjärde dödsolycka i trafiken är alkohol- eller drogrelaterad
- Nattetid, främst i veckosluten (fredag till söndag), är mer än hälften av dödsfallen i bil alkohol- eller drogrelaterade
- Nästan var tredje personbilsförare som omkommer i trafiken har alkohol i kroppen
- Vid singelolyckor med dödlig utgång är nästan varannan förare påverkad
- I snitt sker tre begravningar varje vecka året runt på grund av rattfylleri

Figur 1.1: Fakta hämtad från VTI (2008c)

2. ATTITYDER OCH PÅVERKAN I RELATION TILL ALKOHOL I SAMBAND MED BILKÖRNING

2.1 Alkohol i samband med bilkörning som problem i Sverige

I detta avsnitt berättar vi om Vägverket, deras arbete och beskriver ett kommunikationsprojekt riktat mot ungdomar som de bedriver.

2.1.2 Vägverkets uppdrag och arbete

Vägverket är en statlig myndighet och det är riksdagen och regeringen som beslutar vilka inriktningar som verksamheten ska arbeta med (Vägverket, 2008d). Besluten tas i enlighet med de långsiktiga trafikpolitiska målen i Sverige och årliga regleringsbrev från regeringen. Riksdagens långsiktiga mål för trafiksäkerheten är att minska antalet dödade och svårt skadade personer i trafiken. (Ibid.).

Ekonomiskt finansieras Vägverkets verksamhet med statliga anslag, lån vid Riksgäldskontoret, förskott från olika kommuner och även genom avgifter och övriga intäkter (Vägverket, 2008d). Vägverket styrelse består av ledamöter som utses av regeringen och de ansvarar för myndighetens verksamhet (Ibid.).

Sedan 2003 har Vägverket drivit det varumärkesskyddade kommunikationsprojektet *Don't Drink & Drive* [DDD] (Vägverket, 2008b). Projektet har växt fram genom ett samarbete mellan ungdomar, kommuner, polis, skola och frivilligorganisationer och det bygger på delaktighet mellan dessa parter. DDD är riktat till ungdomar i åldern 15-24 år, då åldersgruppen är en riskgrupp för alkohol i samband med bilkörning. Projektet är rikstäckande och är planerat att pågå i sin nuvarande form fram till år 2008. Syftet är att få ungdomar uppmärksamma på riskerna, samt att få dem att börja diskutera alkohol i samband med bilkörning mer aktivt. Vägverket vill genom projektet väcka starka känslor hos målgruppen, visa hur verkligheten faktiskt ser ut och göra ungdomarna modigare. (Ibid.).

Don't drink & drive ska leda till att fler ungdomar
- Aldrig kör alkohol- eller drogpåverkade
- Vägrar åka med en onykter förare
- Får mod och argument att hindra andra att köra påverkade

Figur 2.1: Fakta hämtad från Vägverket (2008b).

DDD har olika inslag exempelvis; trycksaker, tv- och bioreklam samt filmen *Länge Leve Livet* (Vägverket, 2008b). Loggan DDD är skriven i graffitiliknande stil, den och mycket annat går att ladda hem från Vägverkets hemsida som bakgrundsbild till mobilen eller skärmsläckare (Ibid.). Aktiviteterna genom DDD är tänkta att påverka unga människors val och attityder på deras egna arenor (Lewerth, i.d.).

2.1.3 Länge leve livet

Ett stort inslag i projektet DDD är filmen *Länge Leve Livet* [LLL] som är en storformatsfilm (Vägverket, 2008b). Filmen visas på en tredelad skärm som är nio meter bred, och spelas upp med hjälp av tre synkroniserade dvd-spelare (Personlig kommunikation med filmproducent Lars Lewerth, 2008-03-31). I LLL visas starka scener om alkohol, bilkörning och dess konsekvenser genom att skildra tre människors liv vars situation drastiskt förändrats på olika sätt (Vägverket, 2008b). Det är en mamma som förlorar sin dotter i en bilolycka, en tjej som blir påkörd av en rattfyllerist när hon går bredvid vägen samt en kille som kör påverkad,

krockar med ett träd varvid hans bästa kompis som sitter bredvid omkommer. Filmen riktar sig främst till gymnasieungdomar och är tänkt att ge en start för vidare diskussioner i skolan kring alkohol i samband med bilkörning. (Ibid.).

Skolorna får boka en filmvisning genom Vägverket och personal kommer till skolan med det material som behövs, presenterar filmen och förser skolan med uppföljningsmaterial (Vägverket, 2008b). Visningen är i de flesta regioner kostnadsfri, men då krävs att de har en tillräckligt stor lokal att visa filmen i och Vägverket vill att de avsätter tid för att arbeta långsiktigt med alkohol, bilkörning, attityder och värderingar. Uppföljningsmaterialet innehåller bland annat värderingsövningar där ungdomarna får ta ställning och argumentera för sina egna, samt höra andra elevers ståndpunkter. (Ibid.).

I samtal med filmproducent Lars Lewerth (2008-03-31), som tagit initiativ till filmen, berättades att LLL är inspirerat av ett liknande amerikanskt projekt. Den svenska versionen är dock omarbetad och har tagits fram tillsammans med ungdomar som har fått framföra sina åsikter för hur de vill att budskapet ska förmedlas i filmen. Här framkom att ungdomarna inte ville ha någon förskönad bild av verkligheten utan att de vill veta hur den faktiskt kan se ut; ”Visa oss verkligheten som den ser ut, det är först då vi förstår.” (Ibid.).

2.2 Varken barn eller vuxen

I denna del av studien går vi djupare in på begreppet ungdomar och deras kultur. Vi kommer även ta upp hur samhället ser på unga och om de påverkansprocesser som kan finnas däremellan.

2.2.1 Begreppet ungdomar

Många intresserar sig för att studera ungdomar, då de befinner sig i en tid av förändring och identitetsskapande (Lalander & Johansson, 2007). Detta medför att ordet ungdom innehar en symboliskt tyngd, eftersom det är laddat med så många olika betydelser (Ibid.). Det kan vara värt att fundera över om det är ålderskategori, livsfas eller social kategori som ska, eller har, studerats när begreppet ungdom används (Nygård, 2002).

I dagens moderna samhälle blir ungdomar en allt större samhällsgrupp (Jonsson, 1991). Detta beror dels på att unga idag har en tidigare mognad fysiskt och sexuellt, vilket leder till att de går från att vara barn till att bli ungdomar tidigare. Dels på att de idag studerar allt längre, det dröjer därmed längre innan de går från att vara ungdomar till att bli vuxna. (Ibid.).

2.2.2 Ungdomskultur

I ett försök att förklara begreppet ungdomar berörs även begreppet ungdomskultur. Lalander och Johansson (2007) använder begreppet ungdomskultur som ”…de stilar, värden och ideal som kommer i uttryck i medier och i ungdomars verksamheter och som utmärker just unga i relation till vuxna och/eller barn.” (sid. 11). Det stora och lättillgängliga utbudet av media gör att unga idag får ett helt nytt utbud i jämförelse med äldre generationer. Media medför att gruppkulturerna blir influerade både av det lokala och globala (Ibid). Lalander och Johansson (2007) skriver om Thomas Ziehes tankar om den kraftigt ökade medieanvändningen som kan göra att ungdomar tolkar sin verklighet utifrån sin medieanvändning.

Användandet av symboler ses som en viktig del av ungdomars identitetsskapande och uttryck, de används för att uttrycka den egna identiteten och grupptillhörigheten (Lalander &

Johansson, 2007). Enligt Lalander och Johansson (2007) skrev den franska sociologen Pierre Bourdieu om att människan symboliskt uttrycker vilken grupp de vill tillhöra och understryker olikhet till grupper de inte vill tillhöra. I uttryck av den personliga grupptillhörigheten är det lika viktigt att visa vilken grupp de inte tillhör. (Ibid.).

Många av de ungdomskulturer som funnits genom tiderna har vid deras uppkomst betraktats som farliga och omoraliska, exempelvis rave, punk och jazz (Lalander & Johansson, 2007). Enligt Lalander och Johansson (2007) är det spänningen och motståndet mot etablissemanget som ger extra värde åt dessa kulturella uttryck, ett modernt exempel kan vara graffiti. En stor del av ungdomskulturen är just att göra motstånd. Det handlar ofta om att ta avstånd mot de normer och ideal som finns i samhället. Samtidigt som vissa ungdomsgrupper ägnar sig åt just droganvändning för att öka gemenskapen i gruppen och markera en gräns mot andra, är det andra som tar helt avstånd från den. Ett exempel är subkulturen Straight Edge, som innebär att ta avstånd från allt de anser skadar kroppen och medvetandet, till exempel alkohol, tobak, droger eller one-night-stands. (Ibid.).

2.2.3 Samhällets behov av att kontrollera unga

Kunskapen om hur människors beteende går att kontrollera och påverka har länge varit intressant att studera, framförallt ungdomars användande av och innehåll i deras fritid (Jonsson, 1991). Jonsson (1991) skriver att denna kontroll och påverkan finns i varje mänsklig relation och kan utövas av både individer och av olika organisationer. Det kan framförallt bli intressant i politiska sammanhang då vissa grupper försöker att kontrollera andra grupper. Det finns olika typer av social kontroll, det vill säga att vad som påverkar individens beteende är dels föräldrarna, dels karaktären av de band som individen har till samhället. Ungdomens beteende påverkas även av sådana band som inte har direkt med beteendekontroll att göra. (Ibid.). För att öka chanserna för samförstånd gäller det inom utbildningen att lära människor att se andras utgångspunkter såsom exempelvis attityder, värderingar, erfarenheter, upplevelser och social bakgrund (Steinberg, 1994).

Jonsson (1991) beskriver hur den sociala kontrollen historiskt har förändrats och skriver att i dagens samhälle är det inte lika viktigt för familjen att kontrollera ungdomars beteende eftersom det inte drabbar föräldrarnas ekonomi på samma sätt som tidigare. Under både bonde- och hantverkssamhället hjälpte ungdomarna till med att försörja familjen. Med tiden har skolan fått ett ökande ansvar för barn och ungas uppfostran i samhället. Ungdomars fritid är också en arena för offentlig uppfostran, då det handlar om ett visst mått av kontroll och påverkan. Det har under många år funnits klagomål på hur ungdomar använder sin fritid (Ibid.). Exempelvis har ungdomars sexualitet och användande av droger varit viktigt att disciplinera, och genom skolan försöker samhället förmedla budskapet att droger är farligt och sex är något ungdomar bör vara försiktig med (Lalander & Johansson, 2007). Jonsson (1991) skriver att den minskade sociala samvaron från familjen kan hänga ihop med ökad brottslighet i dagens samhälle.

2.2.4 Mediers påverkan på ungdomar

Massmedier har en viktig roll i barn och ungdomars liv, vilket enligt Evenshaug och Hallen (2001) inte är svårt att påvisa eftersom TV har fått en dominerande plats i ungdomarnas fritid. Vidare skriver de att intresset för film och video ökar med stigande ålder och att tv-tittandet i regel minskar från puberteten och uppåt. Inom forskningen finns det vissa motstridigheter kring hur TV och olika medier påverkar barn och ungdomar. Två olika resonemang förs, det

ena är att barn och ungdomar ses som passiva och försvarslösa offer inför medierna, och det andra att ungdomar inte alls är passiva varelser utan att de i allra högsta grad väljer, vrakar och bearbetar mediers innehåll både i samspel med andra och individuellt. (Ibid.).

Enligt Evenshaug och Hallen (2001) uppfattar och bearbetar alla ungdomar mediernas innehåll på olika sätt. En person kan uppfatta ljud och bild på ett sätt, medan en annan person uppfattar det på ett helt annat sätt. Hur en person uppfattar samma stimuli beror på den enskildes utveckling och tidigare erfarenheter, det spelar även roll vilken social och kulturell situation han/hon befinner sig i. (Ibid.). Steinberg (1994) beskriver hur varje individ har sin egen bild av omvärlden och hur den bygger upp attityder och värderingar utifrån hur de ser att världen fungerar. Eftersom världen ses utifrån varje enskild individ tenderar människor att försöka hitta värderingar som stöder det personen redan förespråkar för att kunna vidmakthålla det redan befintliga (Ibid.). Begrepp som också är av betydelse i hur människor blir påverkade av medier är identifikation och imitation (Evenshaug & Hallen, 2001). Ungdomar vill efterlikna de hjältar som de möter i exempelvis filmer eller olika TV-program. Genom denna process får ungdomarna attityder, normer och värderingar, inte enbart kunskaper, färdigheter och vanor. Evenshaug och Hallen (2001) skriver att uppfattningen av mediernas innehåll beror mycket på huruvida barnet kan distansera sig till det som sker på filmduken eller ej och därigenom medvetet kunna kontrollera den inlärning som sker. (Ibid.).

Evenshaug och Hallen (2001) skriver att massmedier generellt har en starkare tendens att förstärka mottagarens beteende, attityder och värderingar än att förändra dem. Möjligheterna att förändra eller skapa något är mindre desto mer etablerade strukturer personen har, dels i sin personlighet och dels i sina sociala relationer. Ungdomar väljer oftast de medier och det innehåll som kan bevara eller förstärka den inre stabiliteten och balansen, detta innebär en selektiv exponering. Likadant gäller bearbetningen av mediernas innehåll, ungdomar bearbetar innehållet så att det på bästa sätt passar in eller stärker de egenskaper, tendenser, normer eller värderingar som redan finns. (Ibid.).

Hur mottagaren uppfattar medier präglas av det sociala samspelet, både före, under och efter exponeringsfasen (Evenshaug & Hallen, 2001). Det är i samspelet med andra som bearbetade intryck från medier normalt förmedlas vidare; antingen förstärkta, försvagade eller omformade (Ibid.). Vidare skriver Evenshaug & Hallen (2001) att diskussioner om mediernas innehåll kan vara av betydelse för bearbetningen i vänskapskretsen, skolan eller familjen. Familjen spelar en grundläggande roll för ungdomarnas val och fortsatta bearbetning av innehållet i medier. Därigenom även för eventuella kortvariga eller långvariga effekter av innehållet i dem, dock minskar samspelet mellan ungdomar och vuxna vid stigande ålder. (Ibid.).

2.2.5 Film som redskap för att påverka unga

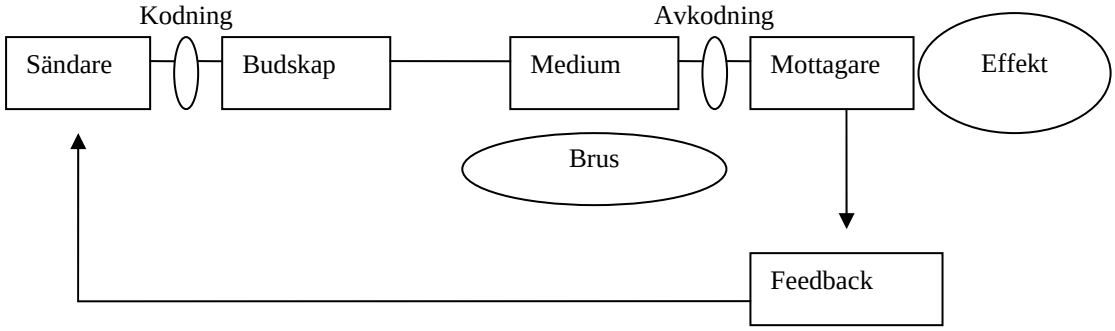
En studie gjord av Rivers, Sarvela, Shannon och Gast (2001) har visat att film och video upplevs av ungdomar själva som ett lämpligt medium när budskap ska levereras till den egna målgruppen. Dock enbart när budskapet är aktuellt, realistiskt och relevant för de som tittar (Rivers et al., 2001). Thompson, Dorsey, Miller och Parrott (2003) tar upp att film har fördelen att nå många i en speciell målgrupp, till exempel unga. Film är även ett bra medium för att belysa komplexa frågor, men det är svårt att nå hela allmänheten genom film (Ibid.).

2.3 Kommunikation, attitydförändring och känslors påverkan

Under den här rubriken tar vi upp begreppen kommunikation och attityder samt hur de används i forskning och litteratur. Vi berättar hur attitydförändring kan gå till och hur attityder kan påverkas genom känslor. Genomgående beskriver vi kommunikationens roll i dessa delar.

2.3.1 Begreppet kommunikation

Kommunikation handlar enligt Larsson (1997) och Bergström (2007) om att det finns en sändare och en mottagare och att det däremellan upprättas ett medium. Sändaren formar och formulerar ett budskap som sedan överförs till mottagaren genom mediet, med syfte att påverka mottagaren genom att beröra, motivera eller informera (Bergström, 2007).



Figur 2.3: En utvecklad kommunikationsmodell (Larsson, 1997 sid. 33)

Larsson (1997) skriver att det finns två olika typer av kommunikation, nämligen envägs- och tvåvägskommunikation. Envägskommunikation innebär att sändaren skickar ut ett budskap till flera mottagare, men sändaren får inte reda på hur mottagaren förstått eller reagerat på budskapet. I en tvåvägskommunikation formas budskapet genom att sändaren kan avläsa om mottagaren tagit emot budskapet eller ej, det vill säga det blir en dialog mellan sändare och mottagare. Både i envägs- och tvåvägskommunikation kan det uppstå brus, vilket är faktorer som kan störa responsen hos mottagaren. (Ibid.).

Förutom envägs- och tvåvägskommunikation skriver Larsson (1997) om två olika traditioner som finns kring begreppet kommunikation inom den vetenskapliga forskningen. Den ena är linjär och mekanisk till sin karaktär, och bygger på uppfattningen om hur olika signaler i form av budskap, känslor och attityder förmedlas. Fokus ligger på hur meddelanden kodas och avkodas. Den andra ser kommunikation mer eller mindre som en gemensam aktivitet mellan de människor som ingår, det vill säga meddelandets samverkan med människor. Här används begreppet deltagare istället för sändare och mottagare och kommunikationsbegreppet blir här mer cirkulärt och spiralformat. (Ibid.).

Kommunikation beskrivs av Larsson (1997), Hård af Segerstad (2002) och Bergström (2007) som en process där människors interaktion står i fokus. Vidare skriver Hård af Segerstad (2002) att kommunikation är något som människor gör gemensamt. Det gemensamma är iakttagelser, erfarenheter, reflektioner och tankar. Kommunikation är alltså en mänsklig handling, något som människan gör i syfte att nå ömsesidig förståelse. (Ibid.).

2.3.2 Begreppet attityd

Att definiera begreppet attityder är i sig svårt på grund av dess komplexitet, därav beskrivs begreppet istället för att försöka påvisa hur stort det kan vara.

Albarracin, Johnson och Zanna (2005) ger ett exempel på en klassisk definition av begreppet attityd: "attitude is a psychological tendency that is expressed by evaluating a particular entity with some degree of favor or disfavour" (sid. 4). Erwin (2001) skriver att den mest kända definitionen av attityd är den som gjordes av Gordon Allport: "a learned predisposition to think, feel and behave toward a person (or object) in a particular way" (sid. 5). I dessa definitioner ses alltså attityder som något socialt konstruerat. Vilket Erwin (2001) skriver att många idag börjar motsätta sig och skriver istället att vissa attityder kan förklaras biologiskt.

Sätten att se på attityder är enligt Albarracin et al. (2005) många och synen på dem har ändrats mycket genom åren. Dock verkar det oftast handla om att personer är för eller emot något i någon grad. Attityder kan formas i stunden, samtidigt som de kan vara mer djup rotade i våra minnen (Ibid). Följande tre komponenter av attityder brukar tas upp:

1. En *tanke- eller kunskapskomponent* som handlar om de föreställningar eller idéer som vi har om ett speciellt objekt, situation eller individ.
2. En *känslokomponent* som avser vilka känslor vi hyser mot objektet i fråga.
3. En *handlingskomponent* som syftar till vår benägenhet att handla på ett visst sätt i förhållande till den aktuella situationen eller personen.

(Angelöw & Jonsson, 2000 sid. 171)

Angelöw och Jonsson (2000) skriver att attityder hjälper oss att förstå och tolka vardagen, att tillfredställa behov, försvara självkänslan och att ge uttryck för värderingar. Mycket av den information som finns idag, exempelvis vid politiska val eller reklam, handlar om olika försök till attitydförändring eller ställningstagande hos människor, med syfte att de ska ändra sitt beteende (Angelöw & Jonsson, 2000).

2.3.3 Modell för beteendeförändring

Ajzen och Fischbein (1980) har genom sitt arbete försökt förstå människors beteenden och utvecklat modellen The Theory of Reasoned Action. Modellen beskriver två faktorer som är grundläggande för människans beteende. Det är dels individens attityd emot ett beteende och dels hur personen upplever att signifikant andra förväntar sig att denne ska göra, även kallat den subjektiva normen. (Ibid.). Det kan till exempel vara vad som anses tillåtet i samhället eller bland vännerna (Naidoo & Wills, 2000).

Naidoo och Wills (2000) skriver att den subjektiva normen har stor inverkan på människans beteende. Det sociala trycket kan göra att personer beter sig på ett sådant sätt som tros vara acceptabelt bland signifikant andra. I en liten grupp kan också grupptrycket bli mycket starkt så att individernas värderingar lätt blir gruppens. (Ibid.). Albarracin et al. (2005) skriver att de föreställningar människor har om ett visst beteende inte behöver vara sann eller ens förnuftiga, men så länge de finns där formar de människans attityder, normer och ger en känsla av kontroll.

Enligt The Reasoned Action Theory beror personens val av beteende även på vilket resultat personen förväntas få av det specifika beteendet (Ajzen & Fischbein, 1980). Exempelvis om en person tror att ett visst beteende kommer att leda till mestadels positiva resultat kommer personen att hålla kvar en positiv attityd gentemot det beteendet. Om en person däremot tror

att samma beteende mestadels leder till negativa resultat kommer personen att ha en ofördelaktig attityd emot beteendet. (Ibid.).

2.3.4 Attitydförändring genom kommunikation

Ända sedan Aristoteles tid har det varit intressant att studera hur människors inställningar kan förändras (Angelöw & Jonsson, 2000). Aristoteles nämnde redan då tre viktiga förhållanden som är av betydelse vid attitydförändringar; källan, publiken och budskapet (Ibid.). Dessa komponenter är samma som benämns i kommunikationsbegreppet, men då används istället begreppen sändare, mottagare och budskap (Larsson, 1997; Angelöw & Jonsson; 2000; Bergström, 2007). Idag har det tillkommit en fjärde faktor sedan Aristoteles tid, nämligen det sociala sammanhanget där kommunikationen äger rum (Angelöw & Jonsson, 2000). När kommunikation används vid attitydförändringar kan de olika delarna samverka, antingen positivt eller negativt (Erwin, 2001).

För att kunna påverka mottagaren skriver Bergström (2007) att sändaren ska försöka beröra det som finns känslomässigt lagrat i mottagarens medvetande. Vid försök att påverka människor kan sändaren välja om en eller två sidor av budskapet ska visas (Erwin, 2001). Att visa två sidor kan uppfattas som mer trovärdigt, samtidigt kan det få människor att välja den sidan som påverkaren inte vill framhäva. En strategi för att försöka motverka detta är att förse personen med argument mot ”den andra sidan”, så att mottagaren inte vid ett senare tillfälle blir lika lättövertalad om att ändra attityd. (Ibid.).

Enligt Erwin (2001) kan mottagligheten för ett budskap skilja sig väsentligt, ett budskap som får ett bra mottagande i en grupp kanske inte blir lika bra mottaget i en annan grupp. Här kan flera faktorer spela in, som exempelvis vad mottagaren tycker om sändaren som förmedlar budskapet (Ibid.). Enligt Thompson et al. (2003) visar forskning att målgruppens mottaglighet för budskapet har en mer betydande roll än själva budskapet i sig.

Enligt Angelöw och Jonsson (2000) vill människor att deras attityder och beteenden överensstämmer, annars uppstår en konflikt i människan som leder till obehag för personen. Denna obalans kallas för kognitiv dissonans. Människan vill följaktligen minska skillnaden mellan beteende och attityd, vilket kan göras genom att ändra antingen beteendet eller attityden. Följden kan bli att människan väljer att förändra attityden istället för beteendet då det kan anses som lättast. (Ibid).

Det centrala i ett budskap som ska övertyga är enligt Thompson et al. (2003), att det är trovärdigt och väcker engagemang. För att budskapet ska kunna påverka beteendet måste mottagaren bli personligt involverad och känna att budskapet är relevant. Därmed spelar också förståeligheten in i huruvida personen tar till sig budskapet eller ej. Budskapet bör alltså vara enkelt, tydligt, tillräckligt detaljerat, förståeligt och begripligt. (Ibid.).

Det finns mellanliggande faktorer som kan påverka responsen hos mottagaren såsom medvetenhet, kunskap, tilltro, värderingar, förväntningar och attityder (Thompson et al., 2003). I förmedlandet av budskap skriver Thompson et al. (2003) att det finns tre grundläggande kommunikationsprocesser för att få fram det önskvärda beteendet hos målgruppen. Det handlar om medvetande, upplysning och övertygelse. Medvetandet handlar om att informera människor vad det är de ska göra, vem som ska göra det och ange orsaker till när och var det ska göras. Instruktionen i meddelandet presenterar hur det ska göras. Sedan

behöver budskapet innehålla övertygande orsaker till varför mottagaren ska anta det önskvärda beteendet. (Ibid.).

Atkin och Freimuth (enligt Thompson et al., 2003) visar i sin forskning att mottagligheten ökar om budskapets innehåll, utformning och stil skräddarsys för den specifika målgrupp som budskapet riktar sig till. För att skräddarsy budskapet kan det enligt Thompson et al. (2003) därmed vara bra att dela in målgruppen i olika undergrupper, såsom ålder, kön, etnicitet, förändringsbenägenhet, värderingar, personlighet och socialt sammanhang.

Vid förebyggande kampanjer, särskilt när det gäller alkohol och tobak, framhävs ofta de negativa konsekvenserna av ett ohälsosamt beteende än det önskvärda beteendet (Thompson, et al., 2003). I en studie (Fishbein, Hall-Jamieson, Zimmer, von Haeften & Nabi, 2002) om droger visade resultatet att budskapet får ett bättre gensvar om det handlar om en specifik drog än om droger generellt. Studien visar även att det är effektivare att fokusera på de negativa konsekvenserna av droger än att fokusera på att motivera till ett avståndstagande eller att våga säga nej. Om personen dessutom kan relatera till budskapet och det känns personligt är det mer effektivt. Budskapet får alltså en starkare genomslagskraft om personen känner att den kan fara illa. (Ibid.). Fischbein et al. (2002) skriver också att budskapet får en sämre genomslagskraft om personen tror att många i sin egen ålder brukar drogen.

Vad gäller skrämselteknik vid attitydpåverkan finns blandade bud. Erwin (2001) skriver att skrämsel är en teknik som ofta används vid försök att påverka personers attityder i hälsokampanjer. Enligt Angelöw och Jonsson (2000) menar vissa att skrämsel bara ger upphov till försvarsmekanismer och att vi därmed inte tar till oss budskap som har framkallat för mycket rädsla. När personer blir utsatta för skrämselbudskap skriver Erwin (2001) att det blir svårare för oss att ta budskapet till oss, men om vi skulle ta det till oss, är chanserna stora att budskapet accepteras. Om ett skrämselbudskap efterföljs av information om åtgärder som kan vidtas blir den dock mer effektiv (Angelöw & Jonsson, 2000). Även Erwin (2001) menar att det är viktigt att förse människor med coping-strategier när skrämseltekniker används vid attitydförändring.

2.3.5 Känslors påverkan vid attitydförändring

I den forskning som finns om attitydförändringar undersöker många studier hur känslor påverkar människors mottaglighet för ett visst budskap. Barden, Briñol och Petty (2007) skriver att det är lättare att övertyga människor med ett visst budskap då de är glada än då de är ledsna eller neutrala. Om personer är glada och redan har en åsikt i ämnet blir det däremot svårare eftersom de som har starka åsikter är svårare att påverka (Ibid.). Ur ett annat perspektiv skriver Lemer och Keltner (2001) att både glädje och ilska kan påverka människor till att göra mer optimistiska val än personer som känner rädsla, då rädda personer gör mer riskundvikande val.

Hur väl ett budskap tas emot hänger enligt Dillard och Peck (2001), samman med vilken känsla budskapet framkallar. Om det är känslor som sorg eller skam som framkallas kan budskapet påverka mer. Däremot om känslan glädje framkallas av ett budskap har det visat sig vara mer ineffektivt än om negativa känslosvar framkallas (Dillard & Peck, 2001; Fishbein et al., 2002). Glädje gör enligt Dillard och Peck (2001) samt Fishbein et al. (2002) att personer inte blir lika förändringsbenägna. Detta står i kontrast till vad Barden et al. (2007) skriver om att glada människor är mer accepterande för nya budskap. Humor som metod förespråkas även av Hastings, Stead och Webb (2004), som även uppmuntrar fokusering på

det goda beteendet. Isen, Nygren och Ashby (1998) påvisar också i sin studie att känslan av att förlora något är starkare än känslan av glädje då en person vinner någonting.

Det finns även kritik framförd mot studier som handlar om känslobudskap och dess påverkan (Dillard & Peck, 2001, Hastings et al., 2004). Kritiken handlar bland annat om att många studier är gjorda i laboratorium och inte i naturliga miljöer, vilket gör att resultaten blir svåra att tolka och ofta är det studier om skrämselbudskap (Hastings et al., 2004). Det är ofta studierna enbart undersöker de kortsiktiga effekterna, vilket gör att det blir svårt att säga hur människor faktiskt påverkas i ett långsiktigt perspektiv. De flesta studier mäter också den självrapporterande effekten istället för att försöka mäta den faktiska beteendeförändringen. (Ibid.). En annan problematik som lyfts fram av Dillard och Peck (2001) är att de ifrågasätter hur det går att mäta effektiviteten av ett budskap, eftersom det är svårt att avgöra vem budskapet blir effektivt för.

2.4 Sammanfattning

I Sverige ses alkohol i samband med bilkörning som ett problem och ungdomar är identifierade som en av riskgrupperna. I det förebyggande arbetet har Vägverket en betydande roll. Sedan 2003 har de drivit projektet *Don't Drink & Drive* speciellt designat för att påverka ungdomars attityder till alkohol i samband med bilkörning. Som visat ovan är det inte lätt att veta hur ett budskap tas emot av mottagaren, och bland ungdomar finns det ytterligare faktorer att ha i åtanke. Eftersom de är en målgrupp som kanske söker efter sin egen identitet och ofta finns det en vilja att gå emot etablissemanget, samt en önskan om att passa in i en egen grupp. Genom filmen *Länge Leve Livet* vill Vägverket påverka ungdomars attityder genom att försöka framkalla starka känslor hos målgruppen.

3. SYFTE

Syftet med denna studie är (a) att beskriva filmen *Länge Leve Livet*s påverkan på ungdomars attityder om alkohol i samband med bilkörning och (b) att få en ökad insikt om hur unga anser att budskapet kring alkohol i samband med bilkörning ska förmedlas.

Våra syftesfrågor är:

- Vad anser gymnasieungdomar om Vägverkets film *Länge Leve Livet?*
- Hur upplever gymnasieungdomar att Vägverkets film *Länge Leve Livet* har påverkat deras sätt att se på alkohol i samband med bilkörning?
- Hur upplever gymnasieungdomar att arbetet kring budskapet i Vägverkets film *Länge Leve Livet* kan förbättras?
- Hur vill gymnasieungdomar att budskap kring alkohol i samband med bilkörning ska förmedlas?

4. METOD

I den här delen kommer vi först att berätta om vilken datainsamlingsmetod som valdes för den aktuella studien och anledningarna till valet motiveras. Vi kommer berätta mer om de olika metoderna samt hur insamlingen av data gick till. Slutligen redogörs arbetsprocessen och hur materialet har bearbetats.

4.1 Reliabilitet och validitet

I denna studie tas begreppen reliabilitet och validitet upp löpande i texten. Nedan följer en tydliggörelse vad som menas med begreppen och hur reliabilitet och validitet används.

Med reliabilitet menas, i enlighet med Denscombe (2004) och Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wängnerud (2007), att de metoder och tekniker som används vid datainsamlingen och bearbetningen ska ha samma förutsättningar, det vill säga vara stabila. De ska ha en frånvaro av slumpmässiga eller osystematiska fel. Vanligtvis orsakas en bristande reliabilitet av slump- och slarvfel som åstadkoms vid datainsamlingen eller under den efterföljande databearbetningen. (Ibid.).

Validitet handlar ofta om att studien mäter det den säger att den ska mäta (Bryman, 2002; Esaiasson et al., 2007; Trost, 2007). Till exempel får forskaren genom diskussioner reda på hur människor *säger* att de skulle bete sig, inte hur de faktiskt *gör* (Morgan, 1998a, vår kursivering). I denna studie skulle det betyda att validiteten blir låg om vi påstod oss undersöka deltagarnas beteende, när den egentligen får fram hur de säger att de ska bete sig. Reliabilitet är nödvändigt men inte ett tillräckligt villkor för validitet (Gustavsson, 2004).

4.2 Urval

I inledningsskedet av studien fick vi tillgång till två enkätundersökningar som genomfördes av Vägverket under hösten 2007. Den ena hade genomförts bland gymnasieelever direkt efter visningen av LLL och den andra tre veckor efter att ungdomarna sett filmen. Valet gjordes att följa samma grupp ungdomar eftersom det då gav oss möjlighet att undersöka filmens påverkan på ungdomarnas attityder om alkohol i samband med bilkörning efter en tid. Vid en närmare genomgång av vilka skolor som skickat in enkätundersökningen visade det sig att två skolor hade besvarat båda enkäterna. Därav valdes att genomföra fokusgrupper på dessa två skolor belägna i mellersta Sverige.

De elever som sedan tillfrågades om att delta i studien hade alla sett filmen LLL under hösten 2007 och de går på respektive skola som hade besvarat båda enkäterna. Gällande studiens reliabilitet och validitet kring detta urval så minskar till viss del studiens reliabilitet då det är samma grupp ungdomar som undersöks igen, eftersom det inte går att säga hur representativa deras svar är för ungdomar i stort. Validiteten däremot kan öka i och med urvalet, då studien tydligare kan undersöka hur ungdomars attityder påverkas, då det är samma grupp ungdomar som besvarade enkäterna och som ingick i fokusgrupperna.

4.3 Datainsamlingmetod

För att belysa studiens syfte har vi valt att använda oss av fokusgrupper, eftersom det dels ger oss möjlighet att utforska hur en grupp tillsammans tänker kring alkohol i samband med bilkörning (Esaiasson et al., 2007). Dels eftersom det har visat sig vara en bra metod när människors åsikter, attityder, tankar eller uppfattningar ska undersökas (Wibeck, 2000). Då vi

har valt ett ämne som kan vara känsligt för deltagarna kan det enligt Wibeck (2000) vara positivt att fokusgrupper används i denna studie. Wibeck (2000) skriver även att det kan vara lättare att diskutera ämnet i grupp och inte i en enskild intervju där situationen kan bli mer utsatt. Vidare skriver Trost (2007) att enkäter och intervjuer med fördel kan kombineras vid frågor som kan vara känsliga, exempelvis gällande konsumtion av alkohol.

I flera studier har fokusgrupper tillsammans med andra metoder givit bra resultat (Esaiasson et al., 2007). I samband med denna studie har vi fått tillgång till en enkätundersökning som Vägverket genomförde i samband med filmvisningen av LLL hösten 2007. Med tanke på att Cohen, Manion och Morrisson (2000) skriver att en enkätundersökning alltid är en form av intrång på en persons liv, ses inget behov av att genomföra ytterligare en enkätundersökning, eller någon nackdel i att ta del av den som redan gjorts. Studiens tyngdpunkt kommer att ligga vid fokusgrupperna, då vi anser att den metoden bäst belyser studiens syfte. Enkätundersökningen kommer att fungera som ett stöd till fokusgrupperna (Hammersley, 1989). Wibeck (2000) skriver att en enkätsammanställning ger en ”fryst” bild av elevernas åsikter. Genom att enkätresultatet utvecklas i fokusgrupperna tror vi att möjligheterna ökar för att få en större insikt kring ungdomars attityder kring alkohol i samband med bilkörning. I och med användningen av både enkäter och fokusgrupper i studien får den både en bredd och ett visst djup.

4.3.1 Enkäter

Enkätundersökningen som används som grund i denna studie genomfördes av Vägverket i samband med visningen av LLL under hösten 2007. Ungdomarna fick fylla i ett formulär dels direkt efter filmvisningen och dels tre veckor efter att de sett filmen LLL. Enkäterna var strukturerade och standardiserade, det vill säga att samtliga frågor var ställda på samma sätt till alla elever och hade fasta svarsalternativ (Trost, 2001). Enkätformuläret i båda undersökningarna avslutades med ett antal öppna frågor där gymnasielever fick möjlighet att fritt säga vad de tyckte om filmen och dagen. I samband med enkätundersökningar varnar Trost (2001) och Bryman (2002) för en viss frågetrötthet, att respondenterna tröttnar och svarar utan eftertanke. I studien kan det finnas en risk för detta, men då enkäten ställde relevanta frågor och gick snabbt att fylla i, tror vi inte att eleverna upplevde detta. Gällande enkäters validitet ska hänsyn tas till om respondenterna fyller i enkäterna korrekt och om de som inte svarar skulle ha svarat på samma sätt som de som svarade (Cohen et al., 2000). Med tanke på enkäternas utformning, med lättförståliga frågor uppskattas validiteten vara relativt hög, vad gäller de som inte svarat på enkätfrågorna blir det svårt att säga. Dock kan vi se att enkätsvaren överensstämmer mellan skolorna samt med resultatet från fokusgrupperna, vilket gör att chanserna att studiens resultat är representativt blir större.

4.3.2 Fokusgrupper

Genom att använda fokusgrupper skapas ett sätt att kommunicera på genom att lyssna på människor (Morgan, 1998a). I en fokusgrupp kan deltagarna känna stöd av varandra och gruppdynamiken kan skapa förutsättningar för egna impulser och reflektioner (Esaiasson et al., 2007). Morgan (1998a) skriver att fokusgrupper också kan vara bra att använda i frågor som deltagarna har åsikter om, men som de kanske inte har tänkt så mycket på. Dock fungerar en fokusgrupp bäst när deltagarna är intresserade av ämnet och när frågorna skapar livliga diskussioner. Att diskutera ämnet i en grupp gör att deltagarna kan jämföra sina idéer och utveckla sina egna tankegångar. Som tagits upp gällande studiens validitet, är det viktigt att komma ihåg att fokusgrupper genererar data om hur människor *säger* att de beter eller

kommer att bete sig, inte hur de faktiskt *gör* (vår kursivering). Den data som samlas in består av människors attityder och det är svårt att förutspå människors beteende utifrån deras attityder. (Ibid.). Som tidigare berättades använder sig människor av kognitiv dissonans, det vill säga att människan väljer vad hon vill se och höra och undviker att hantera information som orsakar dissonans (Kreuger & Casey, 2000). Det betyder att även om ungdomarna har en negativ attityd till alkohol i samband med bilkörning, kan det hända att situationer uppkommer där det är lättare att ändra beteendet än attityden. Därav blir det omöjligt för oss att undersöka det faktiska beteendet.

I studien har vi valt att utföra tre olika fokusgrupper á fyra till sex deltagare, då detta rekommenderas av både Wibeck (2000) och Esaiasson et al. (2007), för att få en bra samtalsdynamik och för att kunna belysa ett ämne. Morgan (1998b) rekommenderar dock generellt ett högre deltagarantal (sex till tio stycken), men ger samtidigt exempel på ett antal situationer då ett mindre antal deltagare är att föredra. Exempelvis när ett ämne är kontroversiellt eller komplext och när målet är att få höra detaljerade berättelser och personliga erfarenheter, vilket överensstämmer med syftet i denna studie. (Ibid.). Av de tre fokusgrupperna genomfördes två intervjuer på ena skolan och en på den andra. Valet gjordes utifrån att antalet ifyllda och inskickade enkäter var högre på den ena skolan.

I studiens fokusgrupper är det möjligt att gruppdynamiken skiljde sig något åt, eftersom vi inte vet om deltagarna kände varandra eller ej, då de gick på samma skola (Morgan, 1998b). Om de redan känner varandra kan det, enligt Wibeck (2000) och Esaiasson et al. (2007), ge oss ett mer naturligt och öppet samtal. Nackdelen kan dock vara om det redan finns maktstrukturer i gruppen eller att de inte känner ett behov av att utveckla sina tankar och funderingar. (Ibid.). Morgan (1998b) skriver att det kan vara bättre att ha en grupp där deltagarna inte känner varandra för att få reda på så många detaljer som möjligt och hur deltagaren upplever en sak. Morgan (1998b) skriver också att beslutet om deltagarna ska känna varandra beror på vilket mål undersökaren har med fokusgruppen. I de fokusgrupper som utförs i denna studie är vi medvetna om de olika processerna som kan förekomma, det valda tillvägagångssättet tillät dock inte att ett aktivt val gjordes om deltagarna ska känna varandra eller ej.

4.3.2.1 Struktur

Fokusgruppintervjuer kan vara mer eller mindre strukturerade. I denna studie är utformningen måttligt strukturerad, vilket enligt Morgan (1998b) får fram både forskarens fokus och deltagarnas intresse och åsikter. Morgan (1998b) skriver också att en måttlig struktur är att föredra då det är ett mellanting av en strukturerad och ostrukturerad fokusgrupp. För studiens fokusgrupper innebär detta att det redan från början finns fastställda frågor som deltagarna ska svara på och samtidigt ges deltagarna möjligheten att själva kunna utveckla diskussionen. Genom att inte vara allt för strukturerad i en fokusgrupp innebär det enligt Morgan (1998b) att forskaren tillåter sig att få nya idéer och perspektiv på ämnet och missar därmed inte närliggande ämnen som är av betydelse. Nackdelen är att materialet kan bli svårare att analysera, då diskussionerna kan se mycket olika ut mellan fokusgrupperna. (Ibid.).

4.3.2.2 Moderatorns roll

Beroende på vilken struktur en fokusgrupp har får samtalsledaren, vilken även kallas för moderatorn, lite olika roller. I en strukturerad grupp ska moderatorn vara mer styrande och leda gruppens diskussioner så att de inte hamnar utanför intresseområdet (Morgan, 1998b). I

en ostrukturerad intervju har moderatorn en mer främjande än ledande roll. Moderatorn ska försöka att skapa ett klimat där deltagarna är villiga att dela deras känslor och erfarenheter (Ibid.). Här ingriper moderatorn i diskussionen enbart när det behövs (Wibeck, 2000). I och med att en måttlig strukturerad intervju valdes i denna studie blir moderatorns roll att leda gruppens diskussioner och samtidigt skapa ett tryggt klimat som främjar diskussioner. En enkel regel att tänka på är enligt Morgan (1998a) att det ska vara forskarens fokus men deltagarnas grupp.

4.4 Tillvägagångssätt

I samband med filmvisningen av LLL på skolorna hösten 2007 lämnades ett enkätformulär ut till ungdomarna om hur de uppfattade filmen. Svaren sammanställdes dels i diagram, dels i öppna frågor och skickades in till Vägverket av varje enskild skola, därefter har ingen vidare bearbetning gjorts. Vid genomgången av enkätresultatet från de båda skolorna sammanställdes resultatet från vardera skola till ett diagram (se bilaga 1), främst för att underlätta det fortsatta arbete med denna studie. Den färdiga sammanställningen visade vissa mönster som ansågs intressanta och som sedan utforskades mer i fokusgrupperna. Ett antal frågor utformades därefter med tanke på enkätresultatet, det gäller främst fråga tre, fem, sju och åtta. Därefter utformades ett missivbrev till deltagarna (se bilaga 2) samt en intervjuguide (se bilaga 3). Intervjuguiden gjordes utifrån tips och riktlinjer som Kreuger (1998a) och Wibeck (2000) tar upp gällande fokusgrupper, exempelvis att inleda fokusgruppen med ett antal enklare frågor som lättar upp stämningen bland deltagarna för att sedan gå vidare in på djupare diskussionsfrågor.

För att få kontakt med deltagare till fokusgrupperna mottogs via Vägverket kontaktuppgifter till de aktuella skolorna. Via den kontakten beslutades sedan hur samröret med eleverna skulle ske. I den ena skolan rekryterades deltagarna på plats genom att vi gjorde en förfrågan på lektionstid om det fanns elever som var intresserade av att delta. På den andra skolan fick vi tillgång till ett antal namn på elever som sett filmen och fick kontakta deras mentorer för att kunna göra en förfrågan till eleven och bestämma datum för fokusgruppen.

I förberedelserna inför fokusgrupperna funderade vi över hur eventuellt känsliga situationer borde hanteras, vilka roller samtalsledaren och samtalsassistenten har samt hur de grupprocesserna ser ut (Morgan, 1998a). I fokusgruppintervjun bestämdes att samma person skulle vara samtalsledare vid samtliga tillfällen. Detta för att öka reliabiliteten i studien, då moderatorn kan ha betydelse för hur diskussionerna blir (Wibeck, 2000). Samtalsledaren koncentrerade sig på att ställa frågor och uppmuntra till diskussion medan samtalsassistenten uppmärksammade gruppdynamik, kroppsspråk och kom med eventuella följdfrågor eller uppmärksammade annat som samtalsledaren kunde missa. Vid intervjun talade vi om för deltagarna, i enlighet med vad Wibeck (2000) skriver, att moderatorn inte är en expert på ämnet. Samtidigt försökte både samtalsledare och samtalsassistent att visa värme, medkänsla och förståelse, vilket är viktiga egenskaper för en moderator enligt Greenbaum (1998), Kreuger (1998a) och Wibeck (2000). De menar också att moderatorn ska vara nyfiken, engagerad och opartisk, vilket vi lade stor vikt vid (Ibid.). Ett grundläggande förhållningssätt är att visa deltagarna lika respekt oavsett deras bakgrund och ett genuint intresse för den kunskap de kan förmedla (Kreuger, 1998a). Varje fokusgrupp tillfrågades om diskussionen kunde spelas in och samtliga godkände det. Fokusgrupperna ägde rum på respektive skola i ett klass- eller grupprum. Intervjuerna varade mellan 35 och 65 minuter och genererade en mängd data för vidare bearbetning.

Eftersom vi inte har någon tidigare erfarenhet av att leda fokusgruppintervjuer, orsakade det troligen en del situationer som kunde ha hanterats bättre av mer erfarna samtalsledare. Exempelvis skulle eventuellt vissa frågor kunnat ha utvecklats på ett annat sätt för att få fram mer beskrivande svar från ungdomarna. En annan faktor som kunde förbättrats var att vi skulle ha varit mer specifika gällande önskemål om lokal där fokusgrupperna skulle hållas. Då utsikten från ett av grupprummen kan ha varit distraherande för deltagarna. Ett sådant krav hade dock medfört mer planering för skolorna och därmed ett större engagemang, vilket skulle kunna ha försvårat genomförandet av studien.

4.5 Bearbetning och analys av data

I studien användes ljudupptagning för att enklare kunna få struktur på den data som samlats in genom fokusgruppintervjuerna. Intervjuerna lyssnades igenom flertalet gånger och sedan transkriberades dem. Transkriptionen var inte ordagrann och ingen vikt lades vid vem som sa vad, utan fokus var på vad som sägs kring de teman som vi är intresserade av. Detta i enighet med vad Wibeck (2000) skriver är bra för att belysa det huvudsakliga innehållet av fokusgruppintervjuer. Vissa meningar valdes ut och användas som citat i uppsatsen. I och med att vi både genomförde intervjuerna samt transkriberade dem ökar studiens reliabilitet då risken för eventuella metodfel minskas. Samtliga intervjuer transkriberades inom kort efter själva intervjuerna vilket också bidrar till ökad reliabilitet.

Efter att samtliga fokusgruppintervjuer hade transkriberats följde vi den metod som Kreuger och Casey (2000) rekommenderar. Det vill säga att alla dokument skrevs ut och varje fokusgrupp markerades med var sin färg. Därefter klipptes alla repliker isär och sattes upp under respektive syftesfråga. Innan replikerna sattes upp ställdes frågan om den var relevant för studiens syfte eller om den skulle läggas åt sidan. När alla repliker var uppsatta, sorterades alla repliker under en syftesfråga utifrån de kategorier som kunde urskiljas. Därefter skrevs en sammanfattande text som sedan bildar studiens resultat.

Vid redovisningen av studiens resultat anges inte procent eller antal eftersom det kan ge en missvisande bild (Kreuger & Casey, 2000). Dels på grund av att samtliga deltagare inte svarar på alla frågor och dels att en person kan säga många saker på en och samma fråga (Ibid.). Vi vill försöka skildra hur gruppen tänker kring ämnet.

4.6 Forskningsetiska ställningstaganden

I studien tas hänsyn till de forskningsetiska principer som Vetenskapsrådet har utformat. De fyra huvudprinciperna är informationskravet, konfidentialitetskravet, nyttjandekravet och samtyckeskravet (Vetenskapsrådet, 2002).

Informations- och nyttjandekravet uppfylls genom att deltagarna upplystes om studiens syfte och dess användning, deras frivilliga medverkan och rätten att när som helst före uppsatsens publicering avbryta deltagandet. Deltagarna informerades även om att ingen obehörig får tillgång till ljudupptagningen eller transkriptionen. Detta gjordes dels genom missivbrev och dels genom muntlig information före fokusgruppens start.

I denna studie har all information hanterats konfidentiellt, i enighet med konfidentialitetskravet. Det innebär exempelvis att materialet hanteras varsamt, att fingerade namn används och ljudupptagning förstörs eller förvaras säkert (Morgan, 1998b). En svårighet i fokusgrupper är att deltagarna känner till varandra och kan föra känslig

information vidare (Ibid.). Detta är en risk i denna undersökning eftersom eleverna går på samma skola. För att undvika att någon säger något som de sedan ångrar, uppmärksammar vi eleverna om detta redan från början. Vi använder oss av en egen översättning av ett exempel som Morgan (1998a) tar upp:

> Några av ämnena vi diskuterar idag kan vara känsliga och personliga. Vi vill inte att ni ska säga något som ni kanske ångrar senare. Vi vill inte heller att du ska må dåligt över diskussionen. Om jag känner att diskussionen blir för jobbig eller personlig, kommer jag säga till om en liten paus/rast och slappna av i några minuter för att sedan börja om på en nivå som alla känner sig bekväma i. (sid. 93)

Eleverna som deltog i fokusgrupperna blev tillfrågade om sin medverkan på ett sådant sätt att inga påtryckningar, enligt vår kännedom, påverkade deras val att medverka. Samtliga deltagare var över 15 år, vilket i enlighet med samtyckeskravet inte kräver att vi behöver inhämta föräldrarnas samtycke (Vetenskapsrådet, 2002).

5. RESULTAT OCH ANALYS

I detta kapitel ges först en återblick över vad som framkom vid enkätsammanställningen och som tycktes intressant att utveckla i fokusgrupperna. Därefter redovisas resultatet av fokusgrupperna utifrån studiens syftesfrågor och analyseras efter varje fråga.

5.1 Sammanställning av enkäter

Två enkätundersökningar genomfördes av Vägverket i samband med visningen av LLL under hösten 2007. I den första undersökningen besvarades enkäten av sammanlagt 119 elever på de två skolor som valdes i denna studie. Det andra enkätformuläret besvarades av totalt 89 gymnasieungdomar.

Den första enkätundersökningen som gjordes direkt efter visningen av LLL, visade att filmen hade gjort ett starkt intryckt på ungdomarna. När fick beskriva filmen var orden hemsk, dyster, sorglig och allvarlig återkommande. Vid sammanställningen syntes det också tydligt att mamman som förlorade sin dotter hade gjort starkast intryck på ungdomarna, även om siffran sjönk något vid den andra enkätundersökningen (från 62 procent till 49 procent). En respondent beskriver att det borde visas mer av mamman då det är henne som de identifierar sig och sin familj med.

Av de enkäter som samlades in direkt efter filmen framkom det att många ungdomar (71 procent) ansåg att rattfylleriet kan minskas genom fler aktiviteter såsom filmen LLL, dock hade fler ungdomar blivit tveksamma i undersökningen som genomfördes tre veckor efter filmvisningen. Flera ungdomar beskrev i enkätundersökningarna att de tycker att fler filmer som liknar LLL bör göras och att fler och starkare bilder ska användas. Ungdomarna ansåg även att filmen bör visas för fler personer och i samband med körkortstagandet, men även för vuxna.

I enkätsammanställningen framkom det många åsikter om diskussionerna som hölls efter filmvisningen, vissa tyckte att de var givande även om de var något dämpade, medan ett antal ungdomar tyckte att diskussionerna var dåliga. Mestadels ansåg ungdomarna att ämnet alkohol i samband med bilkörning är viktigt att diskutera i skolan, men de har delade meningar om skolan bär huvudansvaret eller ej. I enkätundersökningen uppger många ungdomar att de tycker att fler och bättre diskussioner behövs. Det framgick också av flera ungdomar att det vore bra om diskussionerna hölls i mindre grupper eftersom det då kan vara lättare att öppna sig.

När de öppna frågorna sammanställdes visade det sig att en respondent tycke att film var ett bra sätt att nå ut till ungdomar, medan en annan ansåg att film inte ger så mycket eftersom unga ser film och hemskheter varje dag på tv. I sammanställningen framkom också förslag på hur ungdomarna tyckte att arbetet kring alkohol i samband med bilkörning bäst kan bedrivas. Åtgärder som angavs var bland annat hårdare straff, att polis skulle synas mer i skolor samt få träffa olika personer som har egna erfarenheter av alkohol i samband med bilkörning.

5.2 Resultat fokusgrupper

5.2.1 Vad ungdomarna anser om Länge Leve Livet som film

Orden hemsk, dyster, sorglig och allvarlig var återkommande i fokusgrupperna, liksom i enkätundersökningen. När det i fokusgrupperna diskuterades om anledningarna till att filmen

uppfattas som hemsk, kom åsikten om att den blev hemskare för att det var verkligheten som skildrades. Vidare pratade ungdomarna om ifall filmen var för hemsk för att visas, en åsikt var att; ”…folk ser på film varje dag, de ser på action och science fiction och mord och hemskheter, hur kan de då inte klara av att se verkligheten?” (Fokusgrupp 1).

I fokusgrupperna pratade ungdomarna om att de tyckte att LLL var en stark film; ”Man kände verkligen att man ville göra ett långvarigt intryck. Det var en väldigt dramatisk film, känslofylld film.” (Fokusgrupp 2). ”Man blev ju jätteledsen när man såg mamman så här långt efteråt och hur hon fortfarande sörjer sin dotter. Det påverkar mer än om man ser en informationsfilm med statistik. Verkliga händelser blir man mer påverkad av.” (Fokusgrupp 1). Vissa av ungdomarna trodde att det var svårt att se verkligheten på grund av någon försvarsmekanism för att skydda sig själv. En annan åsikt som fanns var att filmen försökte använda skrämsel och att den målar upp verkligheten värre än vad den är. Någon ansåg att ämnet som filmen tar upp är för stort just nu, att människor ändå förstår att det inte är bra att dricka i samband med bilkörning och att en film inte kan förändra det. Samtidigt kommer andra ungdomar in på att de tycker filmen tar upp ett angeläget problem och en del ungdomar kommer också in på att det finns en rädsla för att själva hamna i liknande situationer.

> Jo att det var hemskt och hur man ens kan tänka tanken att sätta sig i en bil, men när man har varit på en fest och druckit lite så tänker man kanske inte på samma sätt, man har inte samma bedömningsförmåga. Det kunde lika gärna ha varit jag.
>
> (Fokusgrupp 3).

De flesta ungdomar uppger att de tänkte på LLL direkt efter filmvisningen, några har sedan dess inte tänkt på den medan andra menar att den hela tiden finns i bakhuvudet. ”När man väl börjar tänka på det så kommer jag ihåg vilka känslor som folket som pratade i filmen hade.” (Fokusgrupp 2). Flera av ungdomarna berättar att filmen skapade en stämning, en atmosfär och att det är den som de kommer ihåg. ”Jag kommer inte ihåg så många detaljer men jag kommer ihåg känslan, den var väldigt stark.” (Fokusgrupp 2).

Analys

Att försöka beröra genom att visa hur verkligheten ser ut, är något som filmproducenten Lars Leweth (2008-03-31) utgått från när filmen gjordes och det verkar vara något som ungdomarna märkte. Det fanns skilda åsikter om LLL bland ungdomarna, vissa tyckte att den verkligen skildrade verkligheten och andra ansåg att filmen förstorade problemet. Enligt Steinberg (1994) bygger alla individer upp en bild av verkligheten och hur den fungerar utifrån sina egna attityder. Människor tenderar att se och hitta värderingar som stödjer det som personen redan tycker (Ibid). Ungdomarnas olika resonemang kan båda förstås utifrån att ungdomarna bearbetar mediernas innehåll så att det stärker de egenskaper, normer och värderingar som de redan har (Evenshaug & Hallen, 2001). Film kan vara ett bra medium att nå ut till unga om budskapet upplevs som relevant, aktuellt och realistiskt (Rivers et al., 2001). Om ungdomarna har olika uppfattningar om dessa värden blir också uppfattningen om filmen olika.

5.2.2 Påverkan av filmens uppbyggnad

Fler av ungdomarna pratar i fokusgrupperna om hur de blev påverkade av filmens uppbyggnad och av sättet den visades på;

> Ordningen och hur de presenterade sig beror på hur man berördes. Först lite lättsamt, sen vet jag inte riktigt vad som hände, men sen krossades allt. Sen kom de som blivit påverkade, man

> kastades in i filmen. Ju längre filmen gick desto mer visades. Mamman visades sist och hon verkligen satt och grät.
>
> (Fokusgrupp 2)

Ungdomarna pratar om att uppbyggnaden av filmen bidrog till att de visste att något skulle hända men inte vad. Någon uppger att timingen i LLL var perfekt, en stämning byggdes upp ju längre filmen gick; ”…därför kommer man kanske ihåg det som visades sist eftersom man hade mest känslor då.” (Fokusgrupp 2). Ungdomarna upplevde även att filmen blev mer verklig eftersom det visades klipp från exempelvis olycksplatser; ”…det var ju massa olika bilder och de kom ju bara såhär BOM (…) den var läskig.” (Fokusgrupp 3).

En annan åsikt var att det var bra att filmen visades på en stor skärm och att de blev omgivna av den. I en fokusgrupp diskuterade ungdomarna också att ljudet upplevs som en stor del av filmen. ”Ljudet tyckte jag var det jobbigaste, det var så högt och när det kom smällde det liksom.” (Fokusgrupp 3)

Analys
Människor uppfattar och bearbetar ljud och bild på olika sätt (Evenshaug & Hallen, 2001) antagligen är det därför ungdomarna tar upp olika saker i diskussionerna om filmens uppbyggnad. Att filmen uppfattas som mer verklig kan leda till att ungdomarna har svårare att distansera sig till den (Ibid.). Desto mindre distans det finns till mediers innehåll desto svårare blir det för människan att kontrollera den inlärning som sker skriver Evenshaug och Hallen (2001).

5.2.3 Huvudpersonernas påverkan på ungdomar

När vi lyfter frågan i intervjuerna så kommer ungdomarna ihåg relativt mycket om karaktärerna och av filmen, det hade då gått cirka sex månader sedan de såg den.

> Det var mest olika delar av rattfylleri – någon hade kört rattfull, någon hade åkt rattfull och någon hade drabbats av en rattfull. Det blir de olika delarna och olika sätt man kan bli påverkad, att alla kan bli påverkade, inte bara de som kör rattfulla. Vem som helst kan bli påkörd liksom.
>
> (Fokusgrupp 2).

När de olika karaktärerna diskuteras närmare berättar flera att det var mamman som berörde dem starkast. Anledningar till varför var exempelvis att de då relaterade till sin egen familj, sin egen mamma, en blev påmind om hur mycket en familj påverkas när ett barn försvinner och att det var gripande när mamman berättar om känslan att begrava sitt eget barn. ”Det måste vara det hemskaste om man överlever sitt barn.” (Fokusgrupp 1).

> När jag kollade på det var jag ganska berörd av den här mamman som satt och grät. Jag vet inte just då vad det var som berörde mig mest. Jag vet inte varför just mamman. Kanske lättast att relatera till mamman eftersom jag har bra kontakt med min mamma.
>
> (Fokusgrupp 2).

I fokusgrupperna framkommer också att några av ungdomarna kan känna igen sig mer med tjejen i rullstol. Anledningen troddes vara eftersom de aldrig skulle åka med någon som druckit alkohol och olyckan var inget tjejen själv kunde rå för. ”Ena dagen har man ett normalt liv, man är ute och cyklar med sina kompisar och sen andra så kan man knappt gå, knappt prata och knappt andas. Och ändå orka fortsätta.” (Fokusgrupp 3). Även killen som körde ihjäl sin bästa kompis diskuterades i fokusgrupperna. Någon uppger att denna karaktär var den som han/hon bäst kunde identifiera sig med. Det var en del blandade känslor för killen, de tyckte synd om honom även om han hade gjort ”fel”.

När ungdomarna diskuterar de olika karaktärerna kommer flera in på olika förklaringar till varför olyckorna skedde:

> Jag tänkte att det var lite dumt sätt som alla tre skadade sig på. Killen glömde att ta på sig bältet och tjejen gick på fel sida vägen och mitt ute i vägen, och ja det var ett onödigt sätt. De måste ju tänka sig för. Hon blev ju i och för sig påkörd men man kan ju tänka sig för.
>
> (Fokusgrupp 1).

Analys
Hur personer blir påverkade av media beror enligt Evenshaug och Hallen (2001) på hur väl de kan identifiera sig med personerna i filmen. Genom att hitta förklaringar till varför olyckorna skedde kan det vara lättare för ungdomarna att distansera sig själv från filmen och därmed kontrollera den inlärning som sker, som även beskrivs ovan (Ibid.).

5.3 Hur *Länge Leve Livet* kan påverka ungdomars syn på alkohol i samband med bilkörning

I fokusgrupperna berättade ungdomarna att de inte trodde att de skulle göra ett annorlunda val på grund av filmen. ”Jag tror att de som blir avskräckta är sådana som inte skulle köra ändå.” (Fokusgrupp 1). Flera uttryckte att de redan innan filmen visste riskerna att sätta sig i samma bil som en rattfull. Några av ungdomarna pratar om att de tror personer som sett filmen inte kommer att köra eller åka med en rattfull. Kanske den inte hindrar alla från att köra eller åka med, men de tror att en viss procent gör ett annorlunda val på grund av filmen. Filmen gjorde att flera fick en tankeställare och började tänka mer kring alkohol i samband med bilkörning än de gjort innan, även om de visste att det förekom. Filmen gjorde att vissa av ungdomarna tog ett beslut att ”…nej aldrig! Och inte dagen efter heller, jag skulle vänta!” (Fokusgrupp 3). I fokusgrupperna togs det även upp exempel på att filmen gjort att deltagarna i vissa situationer har sagt till och skulle våga säga till personer i sin närhet.

Flera påpekar att de tänker annorlunda när de har druckit i jämförelse med när de är nyktra. De tror inte att de i ett onyktert tillstånd skulle komma att tänka på filmen medan chansen är större då de är nyktra. ”Det blir annorlunda när man har alkohol i kroppen, man kanske vågar mer och sådär” (Fokusgrupp 3). En av ungdomarna i fokusgrupp 2 berättade att det är lättare att våga säga ifrån om han/hon var nykter än om han/hon har alkohol i kroppen. Ett par av ungdomarna kommer in på hur grupptrycket kan spela in i en sådan situation, exempelvis när det har varit fest någonstans och det krävs skjuts hem. ”Det är ju lättare att falla för grupptrycket när man är påverkad” (Fokusgrupp 3).

> Den uppmärksammade ju hur jag verkligen kände, att jag verkligen inte ville sitta i en bil med en rattfull människa. Men jag tror ändå att jag suttit i en bil med en rattfull människa kanske två gånger sen jag såg filmen. Varje gång jag är i närheten av en sådan situation får jag nästan ångest för att jag sett filmen. Och flera gånger har jag inte gått in i bilen för att de är rattfulla.
>
> (Fokusgrupp 2)

Analys
Evenshaug och Hallen (2001) skriver att det verkar vara lättare att förstärka ett beteende eller en attityd än att förändra dem. Citatet ovan ger exempel på det obehag som kognitiv dissonans kan leda till när en persons attityd inte överensstämmer med dennes beteende (Angelöw & Jonsson, 2000).

I fokusgruppresultatet visas att Vägverket har lyckats med sitt mål att genom LLL förse mottagaren med argument för att de ska ta ställning mot alkohol i samband med bilkörning. I filmen har ungdomarna fått information om problemet, hur de ska göra för att minska det och anledningar till varför. Dessa är de tre grundläggande kommunikationsprocesserna som Thompson et al. (2003) skriver ska finnas med för att en beteendeförändring ska ske.

I The Reasoned Action Theory förklaras att personers attityder mot ett beteende till stor del baseras på andra personers förväntningar, den subjektiva normen (Ajzen & Fischbein, 1980). Vid intag av alkohol verkar det som att förväntningarna på beteendet köra bil eller åka med en rattfull person ändras för en stor del av ungdomarna. En annan anledning till att ungdomarna uppgav att de inte tänker lika när de har druckit alkohol kan vara att beteendet inte framkallar samma rädsla, enligt Lemer och Keltner (2001) gör glada och arga personer mer optimistiska val än rädda personer som är mer riskundvikande.

5.4 Förbättringar kring *Länge Leve Livet*

I fokusgrupperna valde vi att fråga ungdomarna hur de skulle vilja lägga upp arbetet kring LLL. Svaren som vi fick var att fler tyckte att filmen bör visas i samband med någon form av temadag där det både kunde ingå övningar och diskussioner om hur alkohol påverkar kroppen. Fler uttryckte att de inte enbart ville diskutera rattfylleri utan även andra aspekter av alkohol såsom våld, missbruk och skadegörelse.

I diskussionerna kommer ungdomarna även in på att arbetet kring LLL inte enbart behöver vara allvarligt, utan gärna får innehålla några lättsamma moment, exempelvis att får prova så kallade googles[1]. Det fanns också åsikter om att ungdomarna ville ha en bättre introduktion till filmen och bli tillfrågade om de orkade se den.

Samtal om i vilken ålder filmen bör visas kom upp i samtliga fokusgrupper. Flertalet nämnde att den borde vara mer obligatorisk och att fler borde se den, oavsett ålder. Andra ungdomar var av åsikten att filmen bör visas så tidigt som möjligt, exempelvis före 15 års ålder då ungdomarna får börja köra moppe och många börjar dricka alkohol. Här nämndes också att skolan då är obligatorisk vilket leder till att alla måste se den. Andra menade att LLL är alldeles för brutal för att visas för yngre. ”Filmen kanske visas på ett bättre sätt lite senare i åldrarna. Själva temat alkohol ska komma tidigare” (Fokusgrupp 2). Liksom i enkätundersökningen föreslogs det i fokusgrupperna att LLL skulle visas i samband med körkortstagandet.

Analys

Erwin (2001) skriver att en sändare kan välja att visa en eller två sidor av problemet när ett budskap ska förmedlas. I filmen har Vägverket valt att visa båda sidorna, det vill säga att många kör rattfulla men att många också klarar sig, samt visar konsekvenserna av vad som kan hända en person kör bil med alkohol i kroppen. Att visa två sidor av filmen skriver Erwin (2001) gör att filmen blir mer trovärdig.

I och med att Vägverket kommer och visar filmen LLL på skolan vill de samtidigt att skolan avsätter tid för att långsiktigt arbeta med frågor rörande alkohol, bilkörning, attityder och värderingar (Vägverket, 2008b). Av vad som framkommit i fokusgrupperna verkar det som att

[1] Cyklop som visar hur en påverkad person ser vid olika promillehalter.

skolorna många gånger inte har arbetet vidare kring temat. De saker som ungdomarna har föreslagit är antagligen sådant som skulle öka deras engagemang i frågan, vilket Thompson et al. (2003) skriver är det centrala i ett budskap. Ett budskap ska väcka engagemang, det ska kännas personligt och relevant (Ibid.). Enligt Barden et al. (2007) är det lättare att människor blir övertygade om ett budskap när de är glada än om de är ledsna eller neutrala. Däremot kan det vara svårare att ändra människors åsikter när de är glada (Ibid.).

I fokusgruppresultatet syns det att ungdomarna är medvetna om en del av den kontroll som Jonsson (1991) skriver ingår i människors relationer, både på individ och organisationsnivå, och fler tycker även att kontrollen bör utnyttjas för att visa filmen. Diskussionerna visar också exempel på den ökade ansvar som skolan har fått för barns uppfostran (ibid.).

5.4.1 Vikten av att få diskutera

I samtliga fokusgrupper pratades det mycket om diskussionernas betydelse i samband med filmen. Ungdomarna i två av fokusgrupperna pratade även om svårigheterna med att diskutera ämnet alkohol i samband med bilkörning med sina klasskamrater. Anledningar till varför det upplevdes som svårt var dels att de inte hade gått i samma klass så länge och dels för att de bara var klasskompisar och inte vänner på fritiden. ”Alla hade så olika åsikter. Vissa tyckte inte att de var så farligt medan andra tyckte att det absolut inte går att köra rattfull. Då blev det att alla kvävde sina åsikter” (Fokusgrupp 1).

I fokusgrupperna pratar några ungdomar om att det fanns en viss försiktighet efter filmen i integrationen mellan dem eftersom ingen ville såra någon. Alla var dock överens om att diskussioner är viktiga i samband med filmen, ”om man får prata om den så kommer man på egna tankar, så här tycker jag och så kan man säga det. Så diskutera filmen är en bra sak att göra” (Fokusgrupp 3). Många av ungdomarna anser att diskussionerna inte borde äga rum direkt efter filmvisningen. ”Kanske skulle ha låtit det sjunka in, fått mer information efter filmen och sen vänta några dagar så att man hinner tänka på det” (Fokusgrupp 1).

I fokusgrupperna uttryckte flera en vilja av att gå djupare in på ämnet; ”gå mer på djupet än bara vad man tycker om själva filmen. Utan tycka till mer om vad man tycker om själva alkoholdrickandet överhuvudtaget ifall man vill komma djupare in på människor.” (Fokusgrupp 2). Några ungdomar efterlyser en annan typ av frågor som generar mer diskussioner. I fokusgrupperna säger de att detta skulle kunna underlättas med en diskussionsledare. Flera vill att personen antingen ska ha egna erfarenheter av ämnet eller vara en duktig diskussionsledare.

> En bra diskussionsledare tycker jag är en som inte bara läser från papperet, sen måste kanske inte personen som leder diskussionen vara alkoholist eller påverkats av det på något sätt utan bara att den kan leda diskussionen så att det blir något bra, så att alla får ut någonting utav den.
> (Fokusgrupp 2).

Några ungdomar angav även att det vore en fördel att ha en yttre person som diskussionsledare. Eftersom ungdomar då skulle våga vara mer ärliga om hur de tycker och beter sig och de behöver inte oroa sig för att föräldrar och lärare ska få reda på det.

Analys

Evenshaug och Hallen (2001) skriver att diskussioner om mediers innehåll är av betydelse för den fortsatta bearbetningen både i vänskapskretsen, skolan eller familjen. Ungdomarna

kommer in på det sociala samspelet vid filmvisningen, samspelet är något som Evenshaug och Hallen (2001) skriver har betydelse för hur mottagaren, vilket i detta fall är ungdomarna, uppfattar medier. Detta gäller både före, under och efter exponeringen. De skriver också att det är i samspel med andra som de bearbetade intrycken förmedlas vidare antingen förstärkta, försvagade eller omformade. (Ibid.). Beroende på olika grupper i klasserna kan de ha olika behov av att markera gränser. Enligt Lalander och Johansson (2007) så behöver ungdomar ge uttryck både för den egna gruppen och skillnader till grupper som de inte tillhör. Detta görs för att öka gruppens gemenskap och markera en gräns emot andra. (Ibid.).

5.5 Åsikter om hur budskapet kring alkohol i samband med bilkörning kan förmedlas

Ett ämne som även ungdomarna i en fokusgrupp kom in på, de tyckte att film var ett bättre sätt att förmedla budskapet på än om ”…en gubbe hade suttit och pratat om rattfylleri.” (Fokusgrupp 2). I fokusgrupperna diskuterades det också en hel del om hur ungdomarna såg på problematiken kring alkohol i samband med bilkörning, inte endast utifrån filmen LLL, utan hur de trodde att arbetet i stort bäst kunde bedrivas. I fokusgrupperna gavs förslag på att samhället ska skärpa lagarna och ge hårdare straff. Andra idéer var samhället ska använda alkolås i större utsträckning, erbjuda bättre kommunikationsmedel såsom fler bussar och billigare taxi. Ungdomarna berättade om egna erfarenheter och svårigheterna av att ibland ta sig hem från fester, och de tror att det är vid dessa tillfällen som riskerna är som störst att någon kör, eller åker med en någon som är rattfull. Andra sätt att påverka människor uppges vara att få träffa personer som varit med om olika händelser.

> Det är svårt att nå ut till alla eftersom alla tänker olika, speciellt de som har kört onyktra och har klarat sig en gång samtidigt som det kan vara bra med chockscener ska de ju inte vara för starka för då blir man ju bara ledsen. Det är ju inte meningen. Man ska se konsekvenserna men inte bli för deppig.
>
> (Fokusgrupp 1).

Analys

Enligt Rivers et al. (2001) är film ett bra sätt att nå ungdomar på. Vilket kan bero på att intresset för film och video ökar med stigande ålder enligt Evenshaug och Hallen (2001), det vill säga från puberteten och uppåt. Thompson et al. (2003) skriver också att film har visat sig vara ett bra medium för att nå en speciell målgrupp och för att belysa komplexa frågor.

Som tidigare beskrevs är DDD är ett kommunikationsprojekt (Vägverket, 2008b). För att tänka vidare kring detta använder vi oss av Larssons (1997) kommunikationsmodell. Sändaren är Vägverket och budskapet är att inte dricka alkohol i samband med bilkörning. De använder sig bland annat av mediet film i form av LLL för att nå mottagaren, vilket riktar sig till framförallt gymnasieungdomar. I studiens resultat ser vi flera olika typer av mottagande bland ungdomarna. Vi kan därigenom ana att filmen givit olika effekter hos mottagarna, detta kan bero på att det funnits ett brus någonstans i kommunikationen mellan Vägverket och ungdomarna. När budskapet tas emot avkodar mottagaren meddelandet, detta sker i form av bland annat personens värderingar och attityder. I kommunikationsmodellen tas även feedback upp som en del av kommunikation, vilket avgör om det är en envägs- eller tvåvägskommunikation.

I fokusgrupperna och i enkätundersökningen efterfrågar ungdomarna att få träffa personer som själva varit med om olika händelser rörande alkohol i samband med bilkörning. Detta kan ses som en del av det som Steinberg (1994) skriver är viktigt för samförstånd i samhället,

nämligen att se andra personers attityder, värderingar, erfarenheter, upplevelser och social bakgrund.

Ungdomarna hade många olika förslag på hur budskapet kring alkohol i samband med bilkörning ska förmedlas, de pratar om olika sätt att individer, dels på en samhällerlig nivå och på en individuell nivå. Detta visar att fler av ungdomarna ser att det inte går att nå alla i samhället på samma sätt, utan att budskapet ska kännas relevant och skräddarsys utifrån den målgrupp som mottagaren tillhör (Thompson et al., 2003). Enligt Thompson et al. (2003) kan det innebära att målgruppen delas upp i olika undergrupper såsom etnicitet, förändringsbenägenhet, värderingar och socialt sammanhang. För att budskapet också ska antas hos mottagaren behöver kommunikationsprocessen innehålla de tre aspekterna som Thompson et al. (2003) skriver om, vilka även togs upp ovan. Budskapet behöver informera vad människor behöver göra, vem som ska göra det och instruktioner om hur det ska göras, samt övertygande orsaker till varför personen ska anta det önskvärda beteendet. (Ibid.).

5.5.1 Alkohol som samhällsproblem

I fokusgrupperna pratade ungdomarna även om ämnet alkohol i samband med bilkörning på en samhällelig nivå. De kommer in på att det kostar mycket pengar för staten och att det behövs ett långsiktigt arbete.

> Det kommer att ta en lång tid innan det blir en stor skillnad. Det ligger så djupt in i våra grunder så att det kommer att ta lång tid för hela vår syn på alkohol att förändras. Det är en lång process.

När ungdomarna diskuterade handlade det om att samhället ska få människor att se på alkohol på ett sundare sätt; ”Det är en samhällsgrej, jag hade fått ungdomarna att ändra sin syn på alkohol.” (Fokusgrupp 2). I diskussionen kommer de in på att människor ska informeras, utbildas och att det förebyggande arbetet ska börja redan i unga år.

> Att förändra redan från skolåren, göra tydligt för människor vad som händer, förändra hur människor tänker. Det är något som är grundläggande fel om man bryter mot lagen, om man inte ser konsekvenserna. Då måste man ändra i uppfostran och i skolan och få ungdomar, nya vuxna att se att man inte får göra så.
>
> (Fokusgrupp 2).

Det diskuterades att människor måste förstå vad alkoholen faktiskt gör med kroppen, hur dålig kontroll de faktiskt får. Flera av ungdomarna tyckte att ämnet alkohol ska diskuteras mer, och därigenom ändra människors sätt att använda alkohol.

> Ändra folks åsikter. Få folk att förstå hur alkohol verkligen påverkar en. Att det inte är ok att köra, att det är förbjudet att köra då! Jag tror tvärtom att om man målar upp ett skräckscenario då och visar verkliga händelser, man ska inte hålla på och måla upp små rosa fluffiga moln. Så man verkligen blir avskräckt från att sätta sig i en bil påverkad. Om du kör på någon så kommer det här att hända!
>
> (Fokusgrupp 2).

Men alla ungdomar tyckte inte att skräckscenario var bra: ”Tror inte att det kommer minska. Men vad ska man göra, lära dem att tänka efter. Se konsekvenserna. Inte måla upp skräckscenarion för då kommer folk se att det inte är verkligheten” (Fokusgrupp 2).

Ungdomarna tyckte att det är viktigt att arbeta med ämnet alkohol eftersom det är något som alla påverkas av. I fokusgruppen diskuterades det också att ämnet behöver diskusteras mer i samhället. ”Alkohol bland ungdomar och vuxna diskuteras inte mycket i skolan. Det

diskuteras andra ämnen som kan påverka mig om 10, 20 eller 30 år. Alkohol kan påverka mig i helgen.” (Fokusgrupp 2).

Även olika arenor som kan påverka pratar ungdomarna om, exempelvis skola, idrottsföreningar, föräldrar samt att stora företag och kommunala arbetsplatser borde satsa mer på sina anställda i dessa frågor.

Analys
Ungdomarna kommer här återigen in på den sociala kontroll som Jonsson (1991) skriver om och de tycker att det är genom den som människors beteende går att påverka. Ungdomarna uttrycker en vilja om att ändra hur människor tänker kring alkohol i samband med bilkörning, här blir The Theory of Reasoned Action åter aktuellt, där grunden är att människors beteenden styrs av den subjektiva normen och individens egna attityd (Ajzen & Fischbein, 1980).

Enligt Angelöw och Jonsson (2000) ger skrämselbudskap mest upphov till försvarsmekanismer. Det är då viktigt med efterföljande information och åtgärder om det ändå ska användas (Ibid.). Om personen kan ta budskapet till sig och har effektiva copingstrategier kan ändå ett skrämselbudskap åstadkomma en attitydförändring (Erwin, 2001).

6. DISKUSSION

I det här kapitlet använder vi oss av de kunskaper vi tillhandahållit genom litteraturen och resultatet och diskuterar ämnet med egna åsikter utifrån vårt syfte.

6.1 Övergripande resultat

Flertalet av de saker som framkommit i resultatet har bekräftat det syfte som DDD och LLL har haft, nämligen att väcka starka känslor. Känslorna är tänkta att väckas genom att skildra en bild av verkligheten. Enligt Dillard och Peck (2001) kan ett budskap påverka mer om känslan sorg framkallas, vilket här kan ha haft bidragande del till ungdomarnas mottaglighet av filmen. Responsen på den verklighet som skildras har dock varit olika hos ungdomarna, några menar att det är just det här som behöver visas, andra att filmen är för hemsk och somliga att den känns överdriven och inte ger en sanningsenlig bild. Det verkar som att försöket att skildra verkligheten i alla fall har väckt någon typ av känslor hos ungdomarna, kanske är detta ett resultat av att den är framtagen i samarbete med målgruppen.

Att DDD har skräddarsytt sitt budskap mot ungdomar syns på många sätt, bland annat att de i sitt arbete har använt sig av skärmsläckare, tv-reklamer, bakgrundsbilder till mobiltelefoner och själva loggan *Don't Drink & Drive* som är skriven i graffitiliknande stil. Enligt Lewerth (i.d) kan detta ses som ett medvetet val för att påverka ungdomarna på deras egna arenor. I ungdomskulturer är symboler viktiga för identitetsskapande och grupptillhörighet (Lalander & Johansson, 2007). De saker som DDD har tagit fram i samband med kampanjen kan ses som ett försök att efterlikna eller skapa nya symboler som ungdomar använder eller tilltalas av. De försöker alltså använda sig av ungdomskulturen för att nå målgruppen (Lalander & Johansson, 2007). Vi kan tänka oss att det är en fin linje mellan att faktiskt kunna nå ut till ungdomar, genom att använda sig av ungdomssymboler och film, och att unga tycker att det blir töntigt. Dels eftersom ungdomskultur ofta har ett element av motstånd mot etablissemanget (Lalander & Johansson, 2007) och dels eftersom de på grund av den stora medianvändningen (Evenshaug och Hallen, 2001) antagligen är medvetna och kräsna mediekonsumenter.

I bakgrunden tar vi upp att det alltid har funnits ett behov av att kontrollera olika grupper i samhället, och att ungdomar är en av de grupper som blir mål för denna kontroll (Jonsson, 1991). I detta fall är det Vägverket som försöker påverka ungdomar, och Vägverket tar sina beslut utifrån regleringsbrev från Riksdagen (Vägverket, 2008d). Som vi tidigare nämnt är det vanligt att ungdomar markerar gränser och skapar grupptillhörighet genom att ta avstånd mot normer och ideal som finns i samhället (Lalander & Johansson, 2007). Lalander och Johansson (2007) tar upp att vissa ungdomsgrupper tar till droger för att skapa gemenskap. Vi kan också tänka oss att alkohol används i detta syfte av vissa ungdomsgrupper för att skapa gemenskap. Symboler används för att markera grupptillhörighet och understryka vilken grupp ungdomarna inte tillhör (Ibid.). Om vi kan se alkohol som en symbol som ungdomarna använder i sitt identitetsskapande och uttryck kan vi misstänka att det skulle vara svårt för en statlig myndighet att påverka ungdomar. Det är dock ingen i varken fokusgrupperna eller enkätundersökningen som har varit emot filmens budskap, även om vissa menar att ”det är för stort just nu” eller att LLL inte är det bästa sättet att nå ut till ungdomar. Det kan tolkas som att filmen antagligen har skapat en stämning så att ungdomarna inte har känt en vilja av att gå emot utan istället har förstärkt deras befintliga attityder eller kanske förändrat dem.

Jonsson (1991) skriver om att det i dagens samhälle har blivit mindre viktigt för familjen att kontrollera ungdomars beteende, och att skolan har fått ett allt större ansvar gällande uppfostran. Av fokusgrupperna har vi dock fått intrycket att alkoholfrågor inte har fått någon naturlig del i undervisningen, och väcker tanken om alkoholfrågan kanske har ”hamnat mellan

stolarna". Kan det vara så att ingen arena riktigt ser det som "sitt" ansvar att föra en dialog med ungdomarna kring det här ämnet. Flera av ungdomarna pratar om att de vill ha en temadag, att de vill prata om alkohol ur ett större perspektiv, att de vill veta mer om alkoholens påverkan på kroppen och även andra sidor såsom våld och skadegörelse. Det verkar alltså som att det finns ett intresse och att unga ser alkohol som en viktig fråga som känns aktuell för dem. Vägverket gör i och med DDD en satsning, men vad vi kan se verkar inte alla skolor bygga vidare på ämnet såsom Vägverket önskar. Om sättet att samarbeta med skolorna förbättrades kanske genomslagskraften av LLL skulle bli bättre. Här ger ungdomarna förslag på att bland annat ta in utomstående diskussionsledare som på ett bra sätt kan föra en dialog med dem.

Vad vi kan se utifrån resultatet är att ungdomarna efterfrågar mer diskussioner, vilket kan tolkas som att ungdomarna vill ha en tvåvägskommunikation. Ungdomarna efterfrågar inte en ökad kommunikation med just sändaren, vilket i det här fallet är Vägverket, utan med en diskussionsledare. Det verkar som att ungdomarna har en vilja av att prata mer om ämnet med varandra och med hjälp av en duktig samtalsledare. Detta tolkar vi som att ungdomarna vill göra diskussionerna till en mer gemensam aktivitet, det som Hård af Segerstad (2002) skriver är kommunikation. Detta är också vad Larsson (1997) beskriver som den spiralformade tvåvägskommunikationen där meddelandet samverkar med deltagarna.

Om ungdomarna ges möjlighet att diskutera ämnet med en yttre diskussionsledare efter filmen har vi fått intrycket av att det skulle kunna ha betydelse för hur ungdomarna bearbetar budskapet. Eftersom några av ungdomarna uppger att det kan vara svårt att diskutera öppet och ärligt om alkohol i samband med bilkörning med någon de redan känner, exempelvis lärare, då ungdomarna uttryckte en oro över att diskussionerna kan påverka deras fortsatta relationer. Detta skulle kunna bidra till att ungdomarna inte blir så personligt involverade som de skulle kunna bli, och därigenom skulle det även bli det svårare att väcka ett starkt engagemang hos dem (Thompson et al., 2003). Det framkommer också i resultatet ett önskemål att få diskutera filmens innehåll i mindre grupper eller tillsammans med sina vänner. Detta kanske också kan bidra till att ungdomar känner sig mer involverade och engagerade då det kan bli mer personligt. Beroende på gruppens sammansättning kan en sådan mindre diskussion påverka filmens syfte både positivt och negativt, eftersom det i mindre grupper finns en risk att individens åsikt lätt blir gruppens (Naidoo & Wills, 2000).

I bakgrunden beskrivs The Theory of Reasoned Action som förklarar bildandet av en attityd (Naidoo & Wills, 2000). Vi kan se i resultatet hur några ungdomar kommer in på att det behöver skapas en förändrad attityd till alkohol i Sverige. Om vi sätter in ungdomarnas resonemang i The Theory of Reasoned Action så märks det att ungdomarna tycker att det redan finns en negativ attityd till alkohol i samband med bilkörning i Sverige, alltså att det inte är acceptabelt enligt den subjektiva normen. Vad ungdomarna däremot ger förslag på är exempelvis att ge hårdare straff, mer information om alkoholens skadeverkningar på kroppen samt våld och skadegörelse i samband med alkoholdrickandet. Detta tyder på att de vill förändra det förväntade resultatet av ett beteende, vilket är den andra komponenten av The Theory of Reasoned Action.

Angelöw och Jonsson (2000) tar upp tre komponenter av attityder; tanke- eller kunskapskomponenten, känslokomponenten och handlingskomponenten. I denna studie visas exempel på hur LLL kan nå alla dessa komponenter av attityder. I filmen görs försök skildra verkligheten genom att berätta hur alkoholen påverkar, visa personer som arbetar i till exempel räddningstjänst och presentera statistik, i och med detta kan tanke- eller

kunskapskomponenten nås. Känslokomponenten kan nås genom att personerna som är med i LLL berättar på ett personligt och känslofyllt sätt om sin upplevelser. Handlingskomponenten kan nås eftersom filmen visar följderna av vad som kan hända när ungdomarna handlar på ett speciellt sätt; om de kör eller åker med någon påverkad. I filmen uppmuntras även ungdomar att aktivt ta ställning till alkohol i samband med bilkörning. Detta borde innebära att filmen har goda möjligheter att påverka ungdomarnas attityder till alkohol och bilkörning. Dock visar resultatet att detta varierar mellan ungdomarna och kanske beror det på i vilken grad dessa olika komponenter har nått ut till dem.

I resultatet ser vi att filmens budskap hos några av ungdomarna har skapat medvetenhet, förmedlat känslor och motiverat till annorlunda handlande. Filmen har dock inte enbart väckt engagemang utan också en viss hjälplöshet hos några av ungdomarna; det spelar ingen roll vad jag gör, jag kan ändå bli drabbad. Det verkar som att den här känslan kommer främst när det är flickan i rullstol som diskuteras, eftersom hon inte gjort något ”fel” utan bara gick vid sidan av vägen. Det här kan kopplas till Isen et al. (1998) studie som påvisar att känslan av att förlora något är starkare än känslan av glädje när en person vinner någonting. Här skulle kunna tänkas att ungdomarna har blivit rädda för att förlora något i deras liv, antingen att de själva eller någon i dess närhet ska drabbas.

6.2 Våra reflektioner

Filmen verkar ha väckt känslor hos de ungdomar som medverkat i fokusgrupperna och besvarat enkäterna. Påverkan på deras attityder är svår att säga med säkerhet, men det verkar som att filmen snarare har förstärkt deras redan negativa inställning till att kombinera alkohol i samband med bilkörning snarare än att ha förändrat dem. Fler ungdomar uppger att de har gjort eller skulle göra ett annorlunda val eller har bestämt sig för att aldrig utsätta sig för en liknande situation. Med tanke på att det är cirka 15 ungdomar vi har träffat, kan det misstänkas att ett ganska stort antal unga människor runt om i landet, gör ett val att inte kombinera alkohol och bilkörning på grund av LLL. Trots att många ungdomar upplevde filmen som bland annat hemsk, dyster och känslofylld ställde sig flertalet ungdomar positiva till filmen och ville att fler skulle få möjlighet att se den. Även vikten av att få diskutera ämnet och att någon utomstående kommer och leder diskussionen var något som var återkommande i fokusgrupperna. Slutligen tycks ämnet alkohol i samband med bilkörning vara något som engagerar unga och som de anser är viktigt.

6.3 Förslag på framtida forskning

Efter att ha genomfört denna studie vore det intressant att göra en jämförande studie mellan ungdomar som har sett filmen och ungdomar som inte har sett LLL. Detta för att se om det finns skillnader kring hur ungdomarna resonerar kring ämnet alkohol i samband med bilkörning. Ett annat intressant område vore att undersöka hur ett samarbete mellan olika parter skulle kunna se ut för att introducera ämnet på bästa sätt för ungdomar. Detta som ett steg på vägen mot ett mer systematiskt och bestående arbete för att bekämpa problematiken kring alkohol i samband med bilkörning.

REFERENSER

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs N.J.: Prentice-Hall.

Albarracín, D., Johnson, B., & Zanna, M. (2005). *The handbook of attitudes.* New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc.

Angelöw, B., & Jonsson, T. (2000). *Introduktion till socialpsykologi.* Lund: Studentlitteratur.

Barden, J., Briñol, P., & Petty, R. E. (2007). Happiness versus Sadness as a determinant of thought confidence in persuasion: A self-validation analysis [Elektronisk version]. *Journal of Personality and Social Psychology, 93*(5), 711–727.

Bergström, B. (2007). *Effektiv visuell kommunikation*. Stockholm: Carlsson Bokförlag.

Bryman, A. (2002). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Malmö: Liber ekonomi.

Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2000). *Research Methods in Education* (5th edition). London: Routledge Falmer.

Denscombe, M. (2004). *Forskningens grundregler: Samhällsforskarens handbok i tio punkter*. Lund: Studentlitteratur.

Dillard, J., & Peck, E. (2001). Persuation and the structure of Affect. Dual systems and discrete emotions as complementary models [Elektronisk version]. *Human communication research*, 27(1), 38-68.

Erwin, P. (2001). *Attitudes and persuasion.* Hove: Psychology.

Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H., & Wängnerud, L. (2007). *Metodpraktikan. Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Vällingby: Norstedts Juridik.

Evenshaug, O., & Hallen, D. (2001). *Barn- och ungdomspsykologi*. Lund: Studentlitteratur.

Fishbein, M., Hall-Jamieson, K., Zimmer, E., Von Haeften, I., & Nabi, R. (2002). Avoiding the Boomerang: Testing the Relative Effectiveness of Antidrug Puhlic Service Announcements Before a National Campaign [Elektronisk version]. *American Journal of Public Health I, 92*(2), 238-245.

Greenbaum, T. L. (1998). *The handbook for focus group research*. Thousand Oaks, Calif.: Sage.

Gustavsson, B. (Red.). (2004). *Kunskapande metoder inom samhällsvetenskapen* (3:e uppl.). Lund: Studentlitteratur.

Hastings, G., Stead, M., & Webb, J. (2004) Fear Appeals in Social Marketing: Strategic and Ethical Reasons for Concern [Elektronisk version]. *Psychology & Marketing, 21*(11), 961–986.

Hammersley, M. (1989). *The dilemma of qualitative method Herbert Blumer and the Chicago tradition*. London: Routledge.

Hård af Segerstad, P. (2002). *Kommunikation och information – en bok om människans förmåga att tänka, tala och förstå*. Uppsala: Uppsala Publishing House AB.

Isen, A., Nygren, T., & Ashby, F. (1988). Influence of Positive Affect on the Subjective Utility of Gains and Losses: It Is Just Not Worth the Risk [Elektronisk version]. *Journal of Personality and Social Psychology, 55*(5), 710-717.

Jonsson, B. (Red.). (1991). *Så tuktas ungdomen. Forskning om ungdom och offentliga sektorn*. Stockholm: HLS Förlag.

Kreuger, R. A. (Red.). (1998a). *Focus group kit. Vol. 3, Developing questions for focus groups*.

Kreuger, R. A., & Casey, M. A. (2000). *Focus groups: a practical guide for applied research* (3rd edition). California: SAGE.

Lalander, P., & Johansson, T. (2007). *Ungdomsgrupper i teori och praktik*. Lund: Studentlitteratur.

Larsson, L. (1997). *Tillämpad kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur.

Lemer, J., & Keltner, D. (2001). Fear, Anger, and Risk [Elektronisk version]. *Journal of Personality and Social Psychology, 81*(1), 146-159.

Lewerth, L. (i.d.). Hämtat 2008-04-09, från Lewerth biz: http://www.lewerth.biz/moduleshow.asp?mod_ID=147

Morgan, D. L. (Red.). (1998a). *Focus group kit. Vol. 1, The focus group guidebook*.

Morgan, D. L. (Red.). (1998b). *Focus group kit. Vol. 2, Planning focus groups*.

Naidoo, J., & Wills, J. (2000). *Health promotion: foundations for practice*. New York: Bailliere.

Nygård, B. (Red.). (2002). *Ungdomsforskning - skilda världar och värderingar*. Stockholm: Forskningsrådet för arbetsliv och socialvetenskap (FAS).

Rivers, K., Sarvela, P. D. Shannon D. V & Gast, J. (2001). Youth and Young Adult Perceptions of Drinking and Driving Prevention Programs: A Focus Group Study [Elektronisk version]. *Journal of Alcohol and Drug Education, 41*(2), 80-91.

SOU 2006:12. *Rattfylleri och sjöfylleri*. Hämtat 2008-04-09 från Regeringen: http://www.regeringen.se/content/1/c6/05/70/79/03e7e1d7.pdf

SOU 2003/04:160. *Fortsatt arbete för en säker vägtrafik*. Hämtat 2008-04-11 från Regeringen: http://www.regeringen.se/content/1/c6/02/42/37/0e9d625a.pdf

Steinberg, J. M. (1994). *Positiv påverkan*. Malmö: Utbildningsproduktion.

Thompson, T., Dorsey, A., Miller, K., & Parrott, R. (2003). *Handbook of Health Communication*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc.

Trost, J., & Hultåker, O. (2007). *Enkätboken* (3:e uppl.). Lund: Studentlitteratur.

Trost, J. (2001). *Enkätboken* (2:a uppl.). Lund: Studentlitteratur.

Vetenskapsrådet. (2002). *Forskningsetiska principer inom humanistisk – samhällsvetenskaplig forskning*. Hämtat 2008-04-24 från http://www.vr.se/download/18.6b2f98a910b3e260ae28000360/HS_15.pdf

VTI. (2008a) *Rapport 559: Rattfylleriets omfattning*. Hämtat 2008-04-09 från VTI: http://www.vti.se/EPiBrowser/Publikationer/R599.pdf

VTI. (2008b). *Alkohol och bilkörning*. Hämtat 2008-04-11 från VTI: http://www.vti.se/9046.epibrw

VTI. (2008c). *Alkohol och trafik*. Hämtat 2008-04-11 från VTI: http://www.vti.se/9047.epibrw

Vägverket. (2007). *Alkohol, droger och trafik*. Hämtat 2008-04-09 från Vägverket: http://publikationswebbutik.vv.se/upload/1745/88294_alkohol_droger_och_trafik_utg5.pdf

Vägverket. (2008a). *Alkohol, droger och trafik*. [Lägesrapport] Beteckning: TR80A 2006:15413

Vägverket. (2008b). Hämtat 2008-02-25 från Vägverket: http://www.vv.se/ddd

Vägverket. (2008c). Hämtat 2008-04-11 från Vägverket: http://www.vv.se/templates/page3____630.aspx

Vägverket. (2008d). Hämtat 2008-04-09 från Vägverket: http://www.vv.se

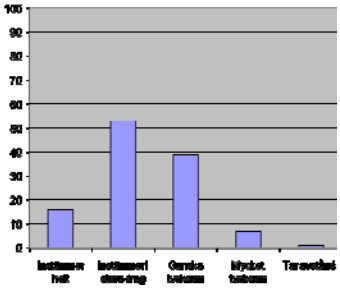
Wibeck, V. (2000). *Fokusgrupper – om fokuserade gruppintervjuer som undersökningsmetod.* Lund: Studentlitteratur.

BILAGOR

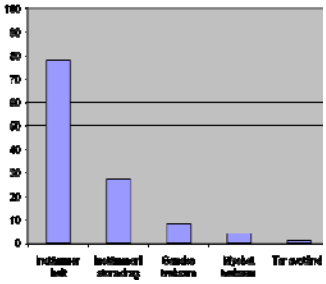
Bilaga 1: Sammanställning av Vägverkets enkätundersökning som genomfördes hösten 2007

Enkätundersökningen gjord direkt efter visningen av LLL

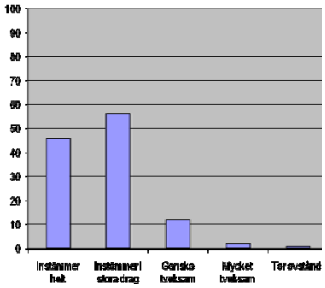
1. Filmen minskar rattfylleriet bland mina klasskompisar



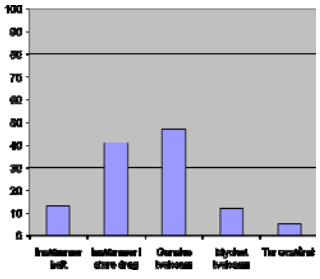
2. Filmen gjorde starkt intryck på mig



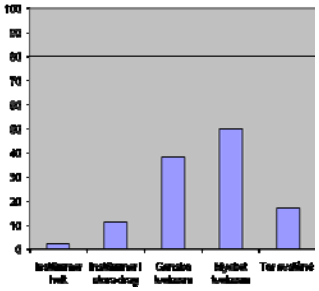
3. Filmen gjorde starkt intryck på mina klasskompisar



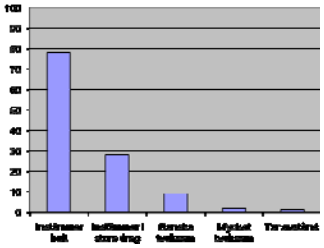
4. Diskussionerna efter var givande för mig



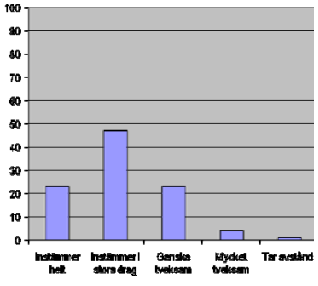
5. Jag och mina kompisar diskuterar ofta frågor kring rattfylleri



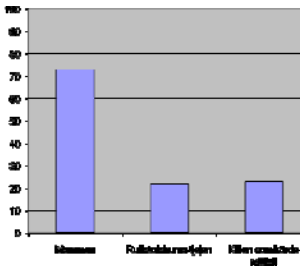
6. Det är bra att visa starka scener i allvarliga frågor



7. Fler liknande aktiviteter som dessa minskar rattfylleriet

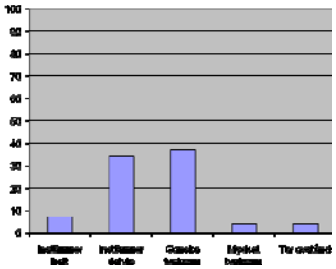


8. Vilken karaktär gjorde starkast intryck på dig?

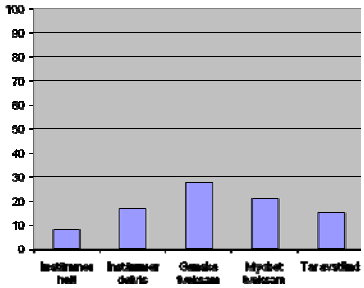


Enkätundersökningen gjord tre veckor efter filmvisningen hösten

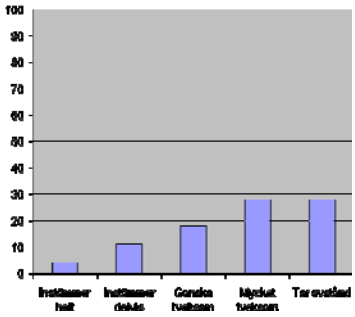
1. Filmen minskar rattfylleriet bland mina klasskompisar



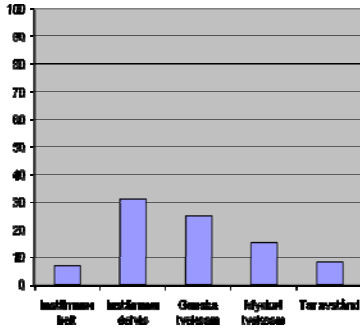
2. Efter filmvisningen har jag och mina kamrater diskuterat rattfylleri merän tidigare



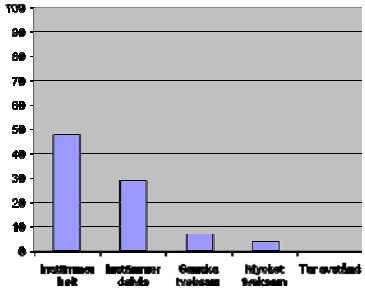
3.Efter filmvisningen har jag diskuterat rattfylleri hemma



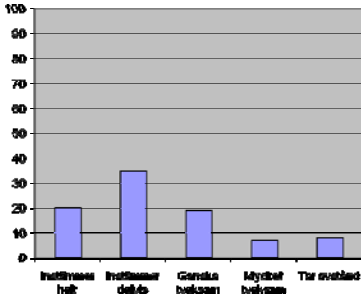
4.Nu i efterhand känns diskussionerna efter filmen som att de var viktiga för mig



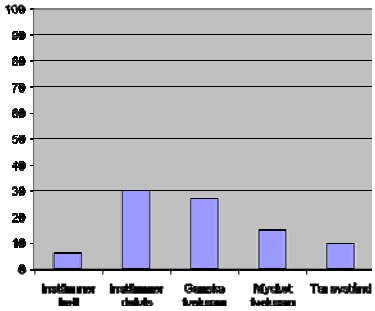
5.Det är viktigt att frågor kring rattfylleri fortsätter att diskuteras i skolan



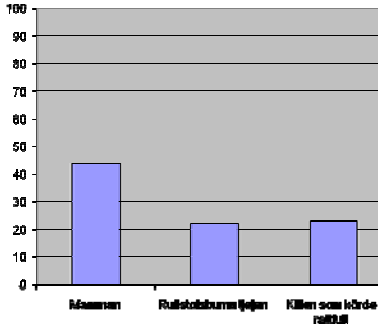
6.Jag anser att rattfylleri frågan känns viktigare nu än innan jag såg filmen



7.Skolan har huvudansvaret för att informera oss elever om rattfyllerifrågor



8.Nu i efterhand; vilken karaktär i filmen minns du bäst



Bilaga 2: Missivbrev

Gävle 4 april 2008

Till deltagare i gruppintervju om alkohol i samband med bilkörning

Vi är två studenter som läser Hälsopedagogiska programmet på Högskolan i Gävle. Just nu skriver vi vår c-uppsats med syfte att undersöka gymnasieelevers attityder kring alkohol i samband med bilkörning. Vi vill även få kunskap om hur arbetet kring alkohol i samband med bilkörning skulle kunna förbättras och behöver därför din hjälp.

Anledningen till att vi vill att du ska delta i gruppdiskussionen är för att du såg filmen Länge Leve Livet hösten 2007. Deltagandet är helt frivilligt och du kan när som helst välja att avbryta din medverkan, ända fram tills att uppsatsen publiceras. Dina uppgifter kommer att behandlas konfidentiellt, det vill säga ingen obehörig kommer att ha tillgång till materialet. Inga personuppgifter kommer att användas i uppsatsen som kan identifiera dig som deltagare. Vi vill alltså höra vad du tycker och tänker om filmen, alkohol och bilkörning och vore därför tacksamma om du vill medverka i gruppdiskussionen.

I gruppdiskussionen kommer det vara fyra till sex studenter och vi två som diskussionsledare. Vi kommer att diskutera kring olika ämnen som berör filmen Länge Leve Livet, alltså alkohol, bilkörning och ungdomar. Vi räknar med att diskussionen kommer att ta cirka en timme och de kommer att äga rum på din skola. Om det är ok för alla deltagare kommer ljudupptagning ske. I diskussionerna är vi inte ute efter vad som är rätt eller fel utan vill gärna att du berättar om just dina erfarenheter och åsikter.

Den färdiga versionen av uppsatsen kommer att publiceras i ett system för e-publicering av uppsatser via Högskolan i Gävles bibliotek.

Om du har några frågor, före eller efter diskussionen, tveka inte att kontakta oss eller vår handledare.

Karin Mattsson Wedholm
xx@hotmail.com
Tel: xx

Rebecka Thilén
xx@yahoo.se
Tel: xx

Handledare:
Elisabeth Hedlund
xx@hig.se
Tel: xx

Bilaga 3: Intervjuguide

1. Kan Ni sammanfatta vad Ni kommer ihåg av filmen? (Laget runt)

2. Har Ni tänkt på filmen efter att Ni såg den?
    - Vad har ni tänkt?
    - I vilka sammanhang?

3. Diskuterade Ni filmen efteråt?
    - Tänk tillbaka på vad Ni diskuterade då, berätta!
    - Har Ni några förslag på hur man kan följa upp filmen?

4. Vet Ni vem som står bakom filmen?

5. Tycker/anser Ni att ämnet alkohol och bilkörning är viktigt att diskutera?
    - Varför?

6. Hur var stämningen efter filmvisningen?
    - Kommer Ni ihåg vilka känslor som filmen framkallade hos er eller era kompisar?
    - Berätta gärna om vad som berörde Dig?

7. Om Ni tänker Er tillbaka, vilken av personerna tyckte Ni hade starkast berättelse?
    - Vad gör att just den kändes starkast?
    - Kan Ni känna igen er mer i någon av berättelserna?

8. Om Ni fick i uppdrag att minska risken för att ungdomar skulle köra rattfulla eller åka med någon som druckit, hur skulle Ni gå tillväga då?

9. Tänk er att Ni fick ansvara för dagen och filmvisningen Länge Leve Livet. Berätta hur dagen skulle se ut?

10. Om Ni tänker tillbaka på innan ni såg filmen, skulle Ni hantera några situationer annorlunda nu när Ni har sett filmen.
    - Beskriv en sådan situation
    - Om ja; Kan ni berätta vad i filmen som gjorde att ni skulle hantera situationen annorlunda?

11. (Summering av diskussionerna)

12. Är det någonting som ni vill lägga till som vi har missat att ta upp?