

**Sammendrag:**

# **Evaluering av trafikksikkerhetstiltaket ”Ikke tøft å være død”**

Målet med denne undersøkelsen var å evaluere forestillingen ”Ikke tøft å være død”, som ble vist høsten 2005 ved ungdomsskoler i tre fylker i Norge. Resultatene viste at elevene generelt vurderte ”Ikke tøft...” positivt, og mange sier at forestillingen gjorde at de tenker annerledes rundt trafikksikkerhet. Likevel tyder resultatene på at verken forestillingen eller gruppearbeid/diskusjoner før og etter forestillingen bidro til å endre elevenes holdninger, intensjoner og atferd.

## **Bakgrunn og metodikk**

”Ikke tøft å være død” er et trafikksikkerhetstiltak rettet mot 10. klassinger i ungdomsskolen (dvs. ungdom i 15-16 års alderen). Hovedelementet i kampanjen er en 90 minutters skoleforestilling. Hensikten med forestillingen er å gi et realistisk bilde av konsekvensene av en alvorlig ungdomsulykke i trafikken, for eksempel presentert av et team bestående av en trafikkskadd, en representant fra politiet og en tredje person (f. eks en akuttstyepleier eller en kjent idrettsperson). I tillegg til forestillingen er det laget en modul for før- og etterarbeid med hovedfokus på trafikksikkerhet, hovedsakelig knyttet til tematikk vist under forestillingen.

Det overordnede målet med tiltaket er å bevisstgjøre ungdom om risiko og konsekvenser av risikofylt atferd i trafikken og å skape ”gode” holdninger til trafikksikkerhet. Kampanjen har vært landsomfattende siden 1987, men til nå har ikke effekten av tiltaket blitt evaluert. Formålene med denne studien var å undersøke:

- (i) hvordan elevene i de tre eksperimentfylkene vurderte forestillingen ”Ikke tøft å være død”
- (ii) om forestillingen bidro til å endre elevenes holdninger, intensjoner og atferd
- (iii) om gruppearbeid/diskusjoner før og etter forestillingen hadde betydning for elevenes holdninger, intensjoner og atferd

Evalueringen ble gjennomført høsten 2005 og våren 2006, som en før-etter undersøkelse med eksperiment- og kontrollgruppe. Eksperimentgruppen bestod av 2323 elever fra tre fylker (Akershus, Oppland og Telemark) hvor ”Ikke tøft...” ble gjennomført. Kontrollgruppen bestod av 1062 elever i 10. klasse fra to fylker (Buskerud og Hedmark) hvor kampanjen ikke ble gjennomført. Begge gruppene mottok et spørreskjema før kampanjen ble gjennomført. Halvparten av elevene mottok et spørreskjema 1-2 måneder etter kampanjen (etterundersøkelse 1) mens

den andre halvparten mottok et spørreskjema 3-4 måneder etter kampanjen (etterundersøkelse 2) ble gjennomført. Spørreskjemaene inneholdt mål på holdninger til trafikksikkerhet, til bilbeltebruk, til trimming av moped/motorsykkkel, holdninger til å si ifra om fart, intensjoner om å bruke bilbelte, om å trimme og om å si ifra. Det ble også inkludert mål på selvrapportert tendens til å si ifra om fart og bilbeltebruk. I tillegg fikk eksperimentgruppen ulike spørsmål knyttet til hvordan de vurderte "Ikke tøft...". Det var 90% av elevene i eksperimentgruppen som besvarte førundersøkelsen, 85% besvarte etterundersøkelse 1 og 82% besvarte etterundersøkelse 2. Det var henholdsvis 65%, 63% og 56% av elevene i kontrollgruppen som fylte ut spørreskjema fra førundersøkelsen, etterundersøkelse 1 og 2.

### **Elevenes vurderinger av "Ikke tøft å være død"**

Elevene hadde generelt en positiv oppfatning av forestillingen, de identifiserte seg med den trafikkskadde personen som deltok i forestillingen, og forestillingen lyktes i å aktivere følelser blant elevene. Mange oppgav også at de tenkte annerledes rundt trafikksikkerhet etter å ha sett forestillingen. Det var imidlertid klare forskjeller i undergrupper av utvalget. Jentene vurderte forestillingen klart mer positivt enn guttene, de identifiserte seg i større grad med den trafikkskadde personen og de ble mer emosjonelt berørt av forestillingen enn guttene. Det var også klare forskjeller mellom elevene i de tre eksperimentfylkene. Elever i Oppland var mer positive til forestillingen enn elever i Akershus og Telemark, de identifiserte seg mer med den trafikkskadde personen og de ble mer følelsesmessig berørt av forestillingen.

Når det gjaldt gruppearbeidet før og etter forestillingen, var jentene mer positive til dette enn guttene. Elever i Oppland rapporterte å ha hatt klart mer før- og etterarbeid enn elever i Akershus og Telemark, og de var mer positive til gruppearbeidet enn elevene i de to andre eksperimentfylkene.

### **Forestillingens betydning for holdninger, intensjoner og atferd**

Resultatene tyder på at forestillingen ikke bidro til å endre elevenes holdninger til trafikksikkerhet, holdninger til bilbeltebruk, trimming, eller deres holdninger til å si ifra om fart. Det ble heller ikke påvist noen effekt av forestillingen på elevenes intensjoner og atferd. Dette gjaldt for utvalget som helhet og for undergruppene i utvalget.

Forestillingen kan betraktes som et nødvendig referansepunkt for en dialog om trafikksikkerhet, og trafikksikkerhet er det overordnede temaet for gruppearbeidet/diskusjonene før og etter forestillingen. Gjennom denne dialogen antas det at elevene i større grad får bearbeidet informasjonen de blir presentert for, noe som kan være avgjørende for om en kampanje har effekt eller ikke. Resultatene viste imidlertid at gruppearbeid/diskusjoner før og etter forestillingen ikke bidro til endringer i elevenes holdninger, intensjoner eller atferd.

## **Konklusjon**

Selv om det er vanskelig å finne noen målbare effekter av "Ikke tøft å være død", på holdninger og atferd, så er det grunn til å minne om at elevene generelt hadde en positiv vurdering av "Ikke tøft..." forestillingen. Det at mange oppgir at de tenker at det den trafikkskadde hadde opplevd også kunne skje dem og at de tenker annerledes om trafikksikkerhet etter forestillingen, er en indikasjon på at forestillingen klarte å skape mer bevissthet rundt det å bli skadd i trafikken. Dette tyder på at ungdom er mottakelige for kampanjens budskap, men at forestillingen i seg selv, verken med eller uten tilhørende gruppearbeid, er tilstrekkelig til å gi en endring i elevenes holdninger, intensjoner og atferd. Basert på resultater fra tidligere forskning er det mye som tyder på at effekten av "Ikke tøft..." kan forbedres ved å innføre kontrolltiltak i kombinasjon med kampanjen, f eks kontroller knyttet til trimming av moped/motorsykkel og bilbeltebruk.