



MEDIEKOMPETANSE

2014

En systematisk oversikt over studier av
mediekompetanse i befolkningen

Line Ingulfsen og Øystein Gilje



Medietilsynet
NORWEGIAN MEDIA AUTHORITY

Materialet i denne publikasjonen er omfattet av åndsverklovens bestemmelser. Materialet i denne publikasjonen er videre tilgjengelig under følgende Creative Commons lisens:

Navngivelse-Ikkekommersiell-Del På Samme Vilkår 3.0 Norge, jf:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/no/>

Det innebærer at du har lov til å dele, kopiere og spre verket, samt å bearbeide (remikse) verket, så fremt følgende tre vilkår er oppfylt:

NAVNGIVELSE

Du skal navngi opphavspersonen og/eller lisensgiveren på den måte som disse angir (men ikke på en måte som indikerer at disse har godkjent eller anbefaler din bruk av verket).

IKKEKOMMERSIELL

Du kan ikke bruke dette verket til kommersielle formål.

DEL PÅ SAMME VILKÅR

Dersom du endrer, bearbeider eller bygger videre på dette verk, kan du kun spre det resulterende verk under en lisens, som er identisk med denne.



MEDIEKOMPETANSERAPPORTEN 2014

Ansvarlig utgiver: **Medietilsynet**

Grafisk formgivning: **Page Black AS**

Trykk: **Møklegaards Trykkeri AS**

ISBN: **978-82-91977-33-1**





EN SYSTEMATISK OVERSIKT OVER STUDIER AV MEDIE- KOMPETANSE I BEFOLKNINGEN

Line Ingulfsen og Øystein Gilje

INNHOOLD

FORORD	5
SAMMENDRAG	6
INNLEDNING	7
Mediekompetanse i en digital mediekultur	8
Å studere mediebruk og mediekompetanse	9
Mediekompetanse, samfunn og individ	10
HVORDAN BELYSER STUDIENE MEDIEKOMPETANSE?	13
Norsk mediebarometer	14
Barn og medier	14
Monitor	15
Vox	16
PIAAC	17
GJENNOMGANG AV DATAMATERIALE I UNDERSØKELSENE	19
Brukerferdigheter	20
Barns data- og internettferdigheter	20
Voksnes data- og internettferdigheter	21
Barns mediebruk	23
Voksnes mediebruk	25
Avansert internettbruk	26
Kritisk forståelse	27
Barns kritiske medieforståelse	27
Kritisk medieforståelse i voksenbefolkningen	29
Kommunikative evner – barn	30
Kommunikative evner – voksne	31
Oppsummering og hovedfunn	32
Forslag til videre forskning	36
REFERANSER	38
VEDLEGG	40

FORORD

Som statlig tilsynsmyndighet under Kulturdepartementet skal Medietilsynet bidra til oppfylle samfunnsmålene om ytringsfrihet, rettssikkerhet og et levende demokrati. Befolkningens aktive deltakelse i demokratiet er viktig for et velfungerende samfunn. Alle trenger tilgang på kunnskap og informasjon. Alle trenger mulighet til å kunne ytre seg og å kunne delta i den offentlige debatten.

De digitale informasjons- og kommunikasjonsmediene griper inn i enhver deltakelse, enten det gjelder forbruk, læring, underholdning, informasjon eller kommunikasjon. At barn, voksne og eldre har tilgang til digitale medier, mestrer å bruke dem og ikke minst at har en kritisk medieforståelse, er viktig for at de skal kunne ivareta sin individuelle integritet i samfunnet. Vi omtaler det som mediekompetanse. Medietilsynet har som oppgave å øke mediekompetansen i befolkningen. Det er uten tvil en viktig oppgave, men hva er egentlig status for mediekompetansen i Norge? I årenes løp har flere undersøkelser og studier blitt gjennomført som alle tar for seg ulike sider ved forskjellige aldersgruppers

mediekompetanse. Vil en komparativ sammenstilling av et utvalg av disse forskjellige, men beslektede, undersøkelsene gi oss en bedre oversikt? Er det sentrale aspekter ved befolkningens mediekompetanse vi mangler kunnskap om?

Den sammenlignende studien av den kunnskapen utvalgte sentrale undersøkelser gir oss er gjennomført. Nå foreligger Line Ingulfsens og Øystein Giljes rapport "En systematisk oversikt over studier av mediekompetanse i befolkningen". Den vil gi oss svar på disse spørsmålene og ganske sikkert reise noen nye.



Eva Liestøl
Direktør for brukertrygghet
Fredrikstad 1. august 2014

SAMMENDRAG

Denne rapporten gir en oversikt over både mediebruk og mediekompetanse slik det fremkommer i noen utvalgte spørreundersøkelser som er besvart av den norske befolkningen de siste fire årene. Enkelte av spørsmålene fra disse spørreundersøkelsene blir forstått ut fra en modell basert på EU-kommisjonens rammeverk for mediekompetanse. I denne modellen er den individuelle siden av mediekompetanse knyttet til tre hovedområder med underkomponenter og indikatorer. Det første er *brakerferdigheter*, forstått som befolkningens evne til å ta i bruk medier, inkludert digitale verktøy og medier, på en aktiv og balansert måte. Det andre er *kritisk forståelse*, som inkluderer evnen til å forstå medieinnhold, kunnskap om mediene og befolkningens strategier for kritisk mediebruk. Det siste hovedområdet er *kommunikative evner* og innbefatter individers bruksmønster og evne til å kommunisere med digitale medier.

Studiene som er gjennomgått i denne rapporten er sett i lys av modellen for mediekompetanse. Studiene dekker best området *brakerferdigheter*. De gjennomgåtte studiene gir et mer nyansert bilde av *data- og internettferdigheter* i voksenbefolkningen enn blant barn og unge. Studiene gir samlet et bedre bilde av mediebruk hos barn, sammenlignet med voksne. Studiene viser at det er skiller i ferdigheter og mediebruk knyttet til alder, kjønn, innvandringsgrupper og sosioøkonomisk status.

Mediekompetanse forstått som *kritisk forståelse*, er kun delvis undersøkt i de gjennomgåtte studiene. Flere av komponentene er ikke belyst i tilstrekkelig grad. Når det gjelder *kunnskap om medier og regulering* mangler det studier som belyser dette i voksenbefolkningen. Kunnskap om opphavsrett og rapportering av innhold på nett, berører likevel langt fra alle punktene. Her er det altså kunnskapshull på begge sider.

På området *kommunikative evner* er komponenten *sosiale relasjoner* relativt godt undersøkt. Når det gjelder komponenten *deltakelse i den offentlige debatt* belyser ingen av de gjennomgåtte studiene denne. *Innholdsproduksjon* med digitale medier er i noen grad undersøkt når det gjelder barn, men dette er lite undersøkt blant voksne i de gjennomgåtte studiene. Studiene belyser ikke i hvilken grad barn og voksne laster opp egenprodusert innhold på nett. De gir heller ikke innblikk i voksnes ferdigheter og erfaring med kreativ medieproduksjon.

Med utgangspunkt i disse funnene er det gjennom nye studier spesielt behov for å øke kunnskap om befolkningens:

- Kunnskap om medier og medieregulering: her mangler det særlig studier av voksenbefolkningens kunnskaper om hvordan medier er regulert
- Forståelse av medieinnhold og -funksjoner: særlig mangler studier som undersøker forståelse av ikke-skriftlige medieformer (video, film, spill osv.)
- Deltakelse i den offentlige debatt: det er behov for at studiene belyser befolkningens bruk av mediene med formål å delta i det offentlige ordskiftet
- Innholdsproduksjon: særlig mangler studier som undersøker voksnes produksjon og deling av medieinnhold

Det er også behov for å dekke komponentene *brakerferd* og *sosiale relasjoner* bedre i framtidige studier.

Det er vanskelig å sammenstille forskningsfunn på bakgrunn av studier som baserer seg på forskjellige utvalg og som operasjonaliserer fenomenene på svært ulike måter. I videre forskning bør det vektlegges å undersøke hele befolkningen med samme typer bakgrunnsvariabler på tvers av aldersgrupper. Slik kan man få et bedre bilde av hvordan ulike bakgrunnsvariabler korrelerer med ulike komponenter i mediekompetanse i den norske befolkningen.

INNLEDNING

Digitale medier er i dag en naturlig del av hverdagen, og krever nye ferdigheter, kunnskap og holdninger. Mediebruk dekker i dag mange aktiviteter: kommunikasjon, underholdning, læring og informasjonssøk. Mediebruken har ulike funksjoner for borgere og forbrukere i samfunnslivet: i personlige relasjoner, i kommunikasjon med det offentlige, i kjøp av tjenester og varer og for underholdning. Ikke minst har bruken av digitale medier en stor betydning på ulike områder som arbeid og utdanning.

Den digitale teknologien gjør det også mulig å skape medieinnhold selv, og å dele innhold med andre. Den digitale mediekulturen er blitt en deltakerkultur hvor skillet mellom produksjon og resepsjon viskes ut (Burn, 2008; Jenkins, Clinton, Purushotma, Robison, & Weigel, 2006). Denne utviklingen bryter med befolkningens mediebruk for bare to tiår siden og utfordrer tradisjonelle oppfatninger av hva det vil si å ta i bruk medier på hensiktsmessige og meningsfulle måter. Den nye mediebruken krever andre kompetanser i befolkningen enn tidligere.

Denne rapporten gir en oversikt over både mediebruk og mediekompetanse slik det fremkommer i noen utvalgte spørreundersøkelser som er besvart av den norske befolkningen de siste fire årene. Studiene som blir gjennomgått har ikke til hovedhensikt å måle mediekompetanse. Det er derfor foretatt en utvelgelse av enkelte spørsmål. Deretter blir svarene på disse spørsmålene belyst innenfor tre hovedområder; *brukerferdigheter, kritisk forståelse og kommunikative evner*. Disse bygger på et rammeverk utviklet av EAVI (European Association for Viewers' Interests) på oppdrag fra EU-kommisjonen (EAVI, 2009; EAVI/DTI, 2011). Dette rammeverket blir beskrevet innledningsvis og legger grunnlag for den måten funnene er systematiserte på i rapporten. Rapporten gir derfor en systematisk oversikt, med en særlig vekt på det vi beskriver som *kritisk forståelse*. I tillegg ser vi på hvordan undersøkelsene beskriver mediebruk.

MEDIEKOMPETANSE I EN DIGITAL MEDIEKULTUR

Mediekompetanse slik det fremkommer i EAVI-modellen, inneholder tre hovedkomponenter. For det første er grunnlaget at digitale medier er tilgjengelige og at deltakere i samfunnet har *ferdighetene* som kreves for å ta dem i bruk. Det å beherske den digitale teknologien er i seg selv nødvendig for å kunne delta som borger og forbruker i mediasamfunnet. Derfor har også ferdigheter i bruk av IKT blitt mer vektlagt i forståelsen av mediekompetanse (Erstad, 2004; Korten & Svoen, 2006).¹ For det andre fremheves *forståelse* av medier, inkludert det å være kritisk i møte med medieinnhold og å ha kunnskap og strategier for å evaluere informasjon og virkemidler i medietekster. For det tredje fremheves *kommunikasjon*. Det innebærer å mestre samhandling med andre gjennom sosiale medier, å ytre seg gjennom medier i den offentlige debatt og å kunne arbeide kreativt med medieproduksjon.

Medietilsynet sin definisjon av mediekompetanse har alle disse tre dimensjonene og bygger blant annet på forskning fra Buckingham, Livingstone og EU-Kommisjonen/EAVI (Buckingham, 2005; Burn & Durran, 2007; EAVI, 2009; Livingstone, Couvering, & Thumin, 2008; OFCOM, 2008; Svoen, 2012; Tornero & Varis, 2010). Denne forståelsen av mediekompetanse legges til grunn for rapporten:

Mediekompetanse kan forstås som den evnen vi har til å bruke mediene, til å forstå og kritisk evaluere innholdet. Mediekompetanse er også evnen til å kommunisere og delta i den offentlige samtalen.

I tillegg til digitale medier, omfatter mediekompetanse alle andre medier også, som tv, film, radio, musikk, bøker og aviser. Mediekompetanse kan sees på som kunnskap og evne til å delta i den moderne medieverden. Det vil si borgernes evne til å forstå, evaluere, bidra og kommunisere med og i nye og gamle medier (Medietilsynet, 2011).

Denne definisjonen av mediekompetanse gjør det vanskelig å lage klare skiller mellom det som betegnes som *digital kompetanse* og det som betegnes som *mediekompetanse*. Dette poenget reflekteres også i nyere internasjonale policydokumenter og utredningsarbeider (EAVI/DTI, 2011; Erstad, Amdam, Müller, & Gilje, 2012; Ferrari, 2012). I den norske debatten om digital kompetanse har også flere påpekt at begrepene overlapper på mange områder (Hatlevik, Egeberg, Guðmundsdóttir, Loftsgarden, & Loi, 2013). Dersom vi ser på historien til de to begrepene er det imidlertid mulig å lage en distinksjon.

Mediekompetanse har hovedsakelig vært et pedagogisk siktemål for barns kompetanseutvikling siden 1960-tallet, og begrepet har primært vært diskutert i pedagogikken (Gilje & Svoen, 2012; Østerud, 2004). Digital kompetanse er et nyere begrep, etablert som en samlebetegnelse for den nye mediebruken innenfor flere arenaer om kompetanser og ferdigheter i befolkningen generelt.¹ Politikktutforming har i stor grad dreid seg om å tilrettelegge for at alle skal ha mulighet til å ta i bruk IKT og digitale medier i utdanning og arbeids- og læringsliv (FAD, 2006). Ved hjelp av kartleggingene er det skapt større bevissthet om bruk av teknologi og medier og kompetansenivået i befolkningen.

¹ Media Literacy-bevegelsen springer ut fra medieforskning og mediepedagogikk og ble aktuell allerede på 1960-70-tallet. Innenfor dette feltet har Media Literacy vært en nøkkelterm i arbeidet med å utvikle kunnskaper og ferdigheter knyttet til medier, særlig gjennom utviklingen av strategier og tiltak for medieundervisning. Begrepet har figurert både i forskningen og i ulike policydokumenter utarbeidet av internasjonale organisasjoner som UNESCO og EU-kommisjonen (Buckingham, 2003; Tornero & Varis, 2010).

Med digitaliseringen av mediefeltet som tiltok mot slutten av 1990-tallet, ble også termen Digital Literacy (Gilster, 1997) sentral for denne diskursen. Digital Literacy refererte i utgangspunktet til ferdigheter knyttet til det tekniske aspektet ved mediebruk og til å håndtere bruk av informasjons- og kommunikasjonsteknologi. Spenningsforholdet kan eksemplifiseres ved arbeidet til Kathleen Tyner (1998), som på denne tiden forsøkte å systematisere disse og beslektede begreper til to grupper av kompetanser (literacies): Tool Literacies og Literacies of Representation. Den første kategorien dreier seg om tekniske kompetanser som hun kaller Computer Literacy, Network Literacy og Technology Literacy. Literacies of Representation omfatter Information Literacy, Media Literacy og Visual Literacy. Mediekompetanse i en digital mediekultur fordrer at disse dimensjonene griper over i hverandre. Diskursen om Media Literacy har tatt opp i seg det digitale aspektet for å reflektere en forståelse av og fortrolighet med å omgås både analoge og digitale medieuttrykk.

Å STUDERE MEDIEBRUK OG MEDIEKOMPETANSE

Siden 1991 har Statistisk sentralbyrå (SSB) gjennomført årlige undersøkelser av mediebruk i befolkningen. Undersøkelsen viser at den norske befolkningen har god tilgang på medier, både tradisjonelle massemedier og digital teknologi. I barnefamilier har de aller fleste tilgang på ulike digitale plattformer for mediebruk.² Den eldste aldersgruppen i undersøkelsen (67-79 år) har markant lavere tilgang på digitale medier, men høyere tilgang på analoge medier (for eksempel avisabonnement på papir), selv om tilgangen til digitale medier også har økt i denne gruppen de siste årene.

Forholdet mellom tilgang og bruk er imidlertid komplekst. Det er ikke slik at alle med tilgang bruker mediene i stor utstrekning. Bruksstudier sier ikke nødvendigvis noe om hvorvidt det er ulike preferanser, formål eller manglende

digitale ferdigheter som ligger til grunn for mediebruk eller ikke-bruk av medier.

Det er utfordrende å studere sammenhengen mellom mediebruken i befolkningen og mediekompetanse. Mediekompetanse blir utviklet i det medielandskapet som finnes i enhver kultur eller samfunn, og er ikke knyttet til ett bestemt bruksmønster.

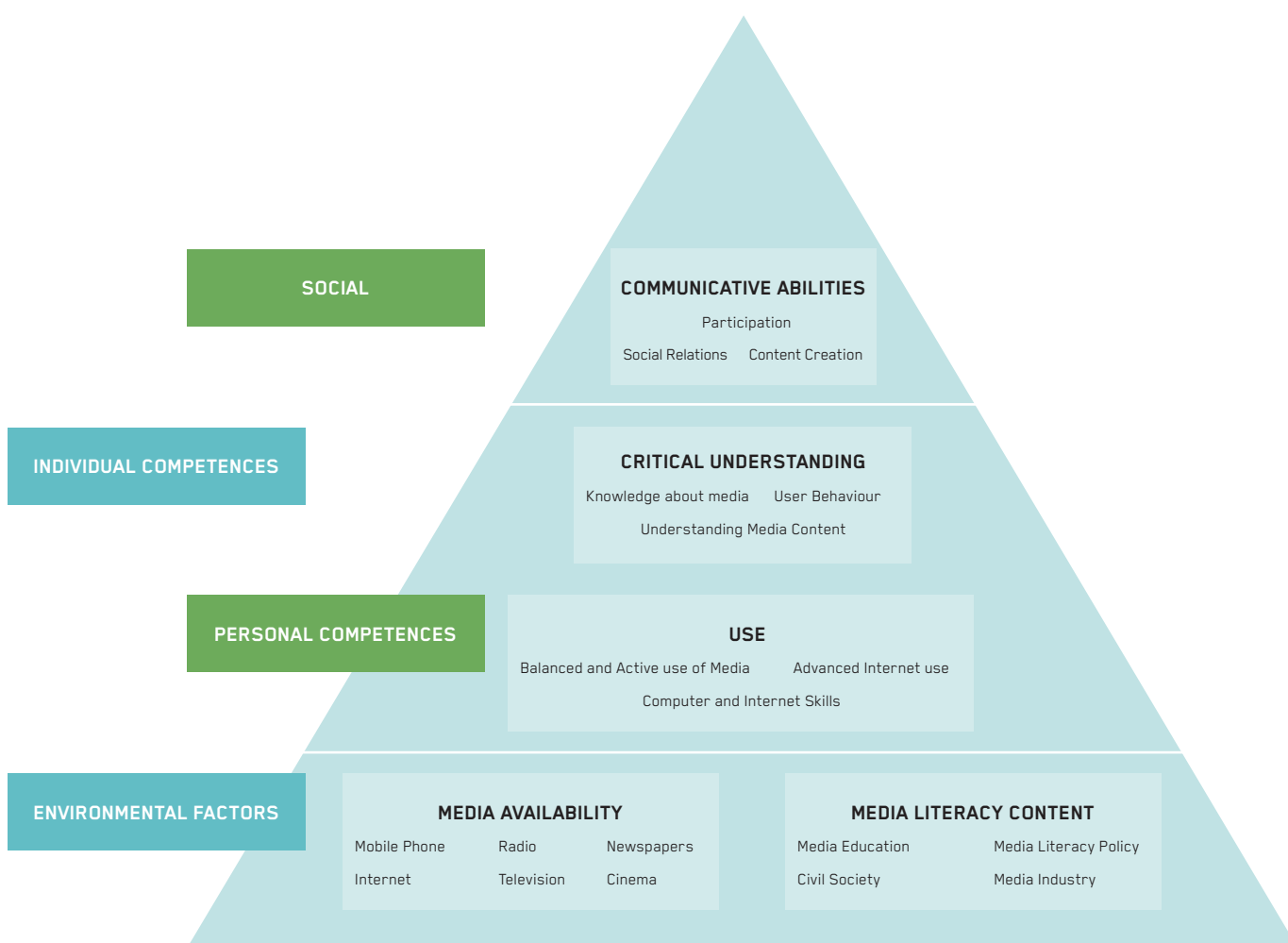
I den grad bruk sier noe om kompetanse, kan dette først bli avdekket når spørsmål om mediebruk settes i sammenheng med en forståelse av hva slags bruk som skal indikere kompetanse i ulike sammenhenger og for ulike aldersgrupper. Dette skal vi nå se nærmere på.

² I 2013 hadde 96 % av den norske befolkningen tv, PC og internetttilgang hjemme. 98 % har mobiltelefon mens 61 % har nettbrett. Jo eldre barna er, jo større andel har eget utstyr, eller tilgang på medier på eget rom. 67 % av barn (9-16 år) har smarttelefon, nesten alle har tilgang på datamaskin (70 % på eget rom) og over 50 % har tilgang på nettbrett (Vaage 2014).

MEDIEKOMPETANSE, SAMFUNN OG INDIVID

EU-kommisjonen har i løpet av det siste tiåret utviklet et rammeverk for mediekompetanse. To arbeider ligger til grunn for rammeverket: *Study Assessment Criteria for Media Literacy Levels* og *Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe – Final Report* (EAVI 2010, EAVI/ DTI 2011). Disse studiene har vært en del av kommisjonens arbeid innenfor området *Media Literacy*, med hensikt å lage og teste ut et kartleggingsverktøy for mediekompetanse i Europa. Rammeverket er

utarbeidet med utgangspunkt i en konseptuell forståelse av mediekompetanse. Rapportene tar også utgangspunkt i eksisterende definisjoner. I modellen blir mediekompetanse forstått som et samspill mellom individuelle kompetanser (Individual Competences) og miljømessige faktorer (Environmental Factors) som virker inn på mediekompetanse. Dette blir fremstilt i en pyramidemodell der individets kompetanser er relatert til samfunnet:³



Modellen viser en kobling mellom de områdene i samfunnet der mediekompetanse er viktig (Environmental Competences) og individuelle ferdigheter og kompetanser (Individual Competences). De miljømessige faktorene (Environmental Competences) omfatter medietilgang og infrastruktur (Media Availability) som bredbåndsdekning, antall aviser, tv'er,

PC'er eller nettbrett per innbygger, husstand eller elev. Også reguleringen av medier i et samfunn, samt policy og tiltak for opplæring i mediekompetanse, inngår i de miljømessige faktorene (Media Literacy Context). Disse to områdene blir ikke forstått som aspekter ved mediekompetanse i seg selv, men som viktige premisser for hvordan mediekompetanse kan bli endret

³ I den endelige rapporten ble det bemerket at denne representasjonen er en sterk forenkling av virkeligheten: "[It] must be understood as a model to better comprehend media literacy, not as an exclusive viewpoint of analysis. In reality, the relationships the criteria are more fluid and dynamic and the directions are more interconnected." (EAVI 2011, s. 21).

i befolkningen. Tilgang til medier og samfunnsmessig kontekst er til sammen de miljømessige faktorene for hvordan barn, unge, voksne og eldre kan tilegne seg mediekompetanse.

Tilegnelsen av mediekompetanse skjer på individnivå og blir definert som sosial og personlig (kognitivt). I modellen illustreres dette av de to øverste nivåene, som omfatter bruk (Use), kritisk forståelse (Critical Understanding) og kommunikative ferdigheter (Communicative Abilities). Med dette utgangspunktet blir individuell mediekompetanse definert slik:

A personal, individual capacity related to exercising certain skills (access, analysis, communication). This competence is found within a broader set of capacities that increase the level of awareness, critical analysis and the creative capacity to solve problems (EAVI 2009, s. 31).

EAVI-modellen gir et rammeverk for ferdigheter, kunnskaper, analytiske evner og kreative og kommunikative kompetanser for å forstå bruk av medier. Selv om disse beskrives som tre nivåer som til en viss grad er kumulative, understrekes det at de griper over i hverandre og forutsetter hverandre. I EU-rammeverket operasjonaliseres mediekompetanse i tre hovedområder. Hvert hovedområde har tre komponenter med tilhørende indikatorer.⁴ Det første hovedområdet er *brukerferdigheter*:

BRUKER- FERDIGHETER	Data- og internettferdigheter
	Balansert og aktiv bruk av medier: <ul style="list-style-type: none"> - Internett - Aviser - Kino - Bøker - Mobil - Tv - Radio - Elektroniske spill
	Avansert internettbruk: <ul style="list-style-type: none"> - Handle over nett - E-borgerskap - Nettbank

Indikatorene på dette området knyttes til spørsmål om aktiviteter med PC og internett og spørsmål som kartlegger bruksmønster og frekvens knyttet til et bredere spekter av tilgjengelige medier (aviser, kino, bøker, mobiltelefon, tv og elektroniske spill). Eksempel på aktiviteter som indikerer avansert bruk av internett, er det å handle over nett, å kommunisere med det offentlige og å bruke banktjenester.

Det andre hovedområdet er *kritisk forståelse*:

KRITISK FORSTÅELSE	Forstå medieinnhold og -funksjoner: <ul style="list-style-type: none"> - (Høyere) leseferdigheter - Tillit til informasjon i medier - Kjennskap til forskjeller i representasjon i ulike medier - Identifisere retoriske virkemidler i ulike medier - Klassifisere tekster og innholdstyper, formater, plattformer og systemer
	Kunnskap om medier og regulering <ul style="list-style-type: none"> - Kunnskap om mediekonsentrasjon og finansiering av medier - Kunnskap om regulering av medier og innhold - Kunnskap om medielovgivning og sanksjonsmyndigheter - Kunnskap om rapportering
	Brukeratferd <ul style="list-style-type: none"> - Strategier for informasjonssøk - Kritisk vurdering av informasjon og innhold i ulike medier - Håndtering av personlig informasjon

Indikatorene under området *kritisk forståelse* dreier seg både om det å ha kjennskap til mediesjangre og innholdstyper på tvers av plattformer og teknologier, og å kunne ta disse i bruk på en bevisst måte. Det blir særlig lagt vekt på strategier for informasjonssøk og vurdering av informasjon og kilder. Videre dreier det seg om å ha kunnskap om hvordan mediene fungerer og reguleres og holdninger til regulering av innhold og bruk.

Det tredje området er *kommunikative evner*, og er presentert slik i modellen:

KOMMUNIKATIVE EVNER	Sosiale relasjoner <ul style="list-style-type: none"> - Deltakelse på sosialt nettsted - Brukergenerert innhold - Internett for samarbeid
	Deltakelse i den offentlige debatten <ul style="list-style-type: none"> - Deltakelse i debatter om politiske eller samfunnsmessige temaer i ulike medier - Publisering av medieinnhold ment for å inngå i den offentlige debatt - Å delta i eller støtte politisk eller annet organisasjonsarbeid, være med i demonstrasjoner
	Innholdsproduksjon <ul style="list-style-type: none"> - Ferdigheter i medieproduksjon - Erfaring med kreativ produksjon - Opplasting av innhold åpent på nett

⁴ De fleste indikatorene er satt i sammenheng med operasjonelle definisjoner. Disse definisjonene er dels hentet eller bearbeidet på bakgrunn av *items* i tidligere studier og dels foreslått av EAVI, basert på teori. For fullstendig liste over indikatorer se ANNEX B i EAVI (2011 s. 122). I denne rapporten har vi oversatt og beskrevet indikatorene slik vi forstår de.

Kommunikative evner knyttes til det å delta aktivt i mediene ved selv å produsere ulike typer innhold. Indikatorene for slike aktiviteter dreier seg om bruk av chat og sosiale medier for å kommunisere og dele innhold med andre, bruke internett til samarbeid, deltakelse i den offentlige debatt ved å publisere innhold i ulike medier, kreativ medieproduksjon og opplasting av egenprodusert materiale.

Dette rammeverket er først og fremst designet for å kartlegge voksnes mediekompetanse. I forbindelse med kartlegging av barns mediekompetanse, foreslås alternative indikatorer som må vektas ut ifra barns forventede kompetansenivå etter alder (EAVI 2010, s. 113-114). Disse indikatorene forsøker å måle barns kompetansenivå og dekker alle tre kompetanseområder.⁵

I denne rapporten har vi valgt ut spørsmål fra et utvalg undersøkelser som belyser kompetansenivå hos enkeltindivider og grupper. Vi gjengir også svar som indikerer befolkningens bruk, holdninger og atferd uten å knytte dette til nivåer eller skåringsverdier. Vi vil derfor rapportere funn fra studiene på bakgrunn av hvert studiums angivelser og inndelinger.

⁵ EAVI utarbeidet også et spørreskjema som er designet for å måle alle områdene og komponentene ved individuell mediekompetanse (se Annex C i EAVI/DTI 2011). Dette spørreskjemaet omfatter imidlertid kun et utvalg av indikatorene (EAVI/DTI, 2011, p. 39). Svaralternativene ble gitt skåringsverdier (ulike for hvert område), slik at det ble mulig å sette et mål på informantenes individuelle mediekompetanse på hver indikator.



HVORDAN BELYSER
STUDIENE
MEDIEKOMPETANSE?

Ovenfor har vi redegjort for mediekompetanse på samfunns- og individnivå. I dette kapittelet presenterer vi hvordan spørreundersøkelsene relaterer seg til den individuelle siden av mediekompetanse. Som nevnt bruker ikke de norske studiene mediekompetanse som begrep, og vi vil derfor diskutere underveis hvordan resultatene kan relateres til mediekompetanse slik den er definert gjennom EAVI-modellen ovenfor.

NORSK MEDIEBAROMETER

SSBs tidsseriestudie *Norsk mediebarometer* (Vaage, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014) er en årlig studie som i flere tiår har målt tilgang på medier og bruksfrekvens i befolkningen. Undersøkelsene har representative, landsomfattende utvalg og retter seg mot personer i alderen 9-79 år. Mediebruk måles fordelt på avis, bøker og andre trykte medier, musikkmedier, videomedier, radio, tv, hjemme-PC, internett, kino, spill og mobiltelefon. Omfanget av befolkningens mediebruk måles i andel og frekvens, og undersøkelsene inneholder også spørsmål med mer nyanserte kategorier av bruk av digitale medier. Studiene måler mediebruk generelt

og skiller i mindre grad mellom fritidsbruk og for eksempel mediebruk i skolen eller på arbeidsplassen. Det rapporteres på utvalget som helhet og undergrupper, basert på bakgrunnsvariabler. Studiet bidrar med informasjon som kan knyttes til *brugerferdigheter*, men belyser ikke enkeltindividens *balansert og aktiv bruk av medier*. Undersøkelsen belyser andel personer som har brukt internett til ulike tjenester som kan relateres til komponentene *avansert internettbruk* og *sosiale relasjoner*. Studien har ikke skåringssystem, og knytter derfor ikke mediebruk til mediekompetanse slik det blir gjort i EAVI-studiene.

BARN OG MEDIER

I *Barn og medier*-undersøkelsene (Medietilsynet, 2010, 2012, 2014) er det barns (9-16 år) bruk og opplevelse av ulike medier som er i fokus. Spørreundersøkelsene ble gjennomført i samarbeid med skoler, hvor barn i aldersgruppen 9-11, 12-13 og 14-16 år fylte ut aldersspesifikke spørreskjema. Undersøkelsene omfatter barns bruk av en rekke medier: PC, tv, mobil, internett, spill og nettsamfunn er de mest sentrale. Studiene undersøker omfanget av barns mediebruk og ser på hvilke preferanser og interesser barn har knyttet til ulike typer innhold og plattformer. Studien kartlegger også ulike arenaer for tilgang (skole og hjemmet, inkludert eget rom), og ulike bruksmønstre (hva mediene brukes til). Undersøkelsen belyser også hvordan barn forholder seg til ulike typer innhold på nett og publisering av personlig informasjon. Undersøkelsene kartlegger både kontekstuelle og individuelle faktorer ved barns mediekompetanse. I denne rapporten skal vi rapportere

på de individuelle faktorene, hvor *Barn og medier*-studiene belyser alle de tre hovedområdene.

Undersøkelsen har spørsmål knyttet til *brugerferdigheter*. Også i disse studiene rapporteres det på utvalget som helhet eller undergrupper. Spørsmål rettet mot hvilke medier barn bruker og spørsmål som undersøker hva barna bruker medier til, får fram hvilke aktiviteter og plattformer de har erfaring med.⁶ Frekvensen i barns mediebruk undersøkes i tilknytning til spesifikke aktiviteter og medier.⁷ Flere av spørsmålene belyser også *kritisk forståelse*.⁸ Det blir spurt om barns tillit til informasjon på nett samt strategier for personvern og informasjonssøk. Det er i tillegg også spørsmål om barns preferanser og avsmak for ulike typer medier og medieinnhold. I tillegg undersøkes barns meninger om hva slags informasjon det er i orden å dele på nett.

⁶ For eksempel: «Hva bruker du mobiltelefonen til?» Alternativer: Snakke, sende og motta SMS, ta bilder, høre på musikk, spille spill, bruke internett, laste opp bilde/film på nettet, bruke sosiale nettsteder, se på film/videoklipp, sende og motta MMS, spille inn egne filmer og klipp, lese nyheter, videosamtaler, kjøpe ting, kart/GPS, blogge, andre ting og vet ikke (2012).

⁷ Eksempler på spørsmål som undersøker frekvens: «Bruker du å lese/se nyheter ... på TV?, på PC/Mac?, på nettbrett?, på mobilen?, i papiravisene?». Alternativer: Hver dag, noen ganger i uken, ikke så ofte, aldri (2014)/«Hvor ofte bruker du følgende internettjenester ... spillside, søkemotorer, sosiale nettsteder, nyhetssider, fansider, blogger, twitter, nettbutikker, chatteprogram, internettets oppslagsverk, videotjenester, tv-kanalers programtjenester, epost, musikkjenester, internettssamtaler, nettforum, porno/sex.-sider». Alternativer: Ofte, av og til, sjelden, aldri (2014).

⁸ Eksempler på spørsmål som undersøker kritisk forståelse er: «Hvilken informasjon om deg selv ville du lagt ut på internett for å vinne en premie i en konkurranse?». Alternativer: Kjønn, favorittband osv, egen epost-adresse, personlige interesser/hobby, alder og fødselsdag, fullt navn, navn på gata der du bor/postadresse, skole du går på, telefonnummer, bilde av deg selv, foreldres navn, passord (2010)/«Hender det at du sammenlikner ulike nettsider for å sjekke om informasjonen er sann/riktig?» (2012)/«Har du vært inne og endret personverninnstillingene dine på Facebook?» (2012) / «Hvordan tror du barn påvirkes av data/tv-spill?». Alternativer: Adferd, vold, avhengighet, positiv atferd, redsel/angst, vet ikke (2014).

Fra 2014 inneholder undersøkelsen også spørsmål som undersøker barns oppfatning om reklame og mediepåvirkning. Studiene har også spørsmål relatert til *kommunikative evner*. Et spørsmål kan dekke flere aktiviteter, alt fra etablering av avatar i spill til arbeid på profil i sosiale medier.⁹

Studien har ingen skåringsystem og knytter ikke svarene til spesifikke kompetansenivåer. Vi rapporterer derfor kun på prosentandeler i vår gjennomgang.

MONITOR

Monitor-studiene *Monitor 2011* og *Monitor Skole 2013* (Egeberg et al., 2012; Hatlevik et al., 2013) er tidsserieundersøkelser som har som hensikt å måle "skolens digitale tilstand". Disse studiene undersøker både miljømessige faktorer som tilgang, samt lærere og elevers individuelle kompetanser. Elevene i utvalget er elever på 7. trinn, 9. trinn og Vg2.¹⁰ Omfanget av mediebruk (PC og nettmedier) undersøkes med fokus på å beskrive forskjeller mellom fag, skoler og trinn når det gjelder hvilke verktøy som brukes i forbindelse med undervisning og hvor ofte og til hvilke formål, de brukes i ulike fag. Siden konteksten for bruk er skolen, er mediebruken regulert. Disse spørsmålene gir dermed ikke et mål på elevenes individuelle kompetanse i seg selv, men speiler miljømessige faktorer (tilgjengelighet/tilgang).

Undersøkelsene er gjennomført gjennom selvadministrert spørreskjema, med tilpassede skjemaer til elevene på respektive trinn. Spørreskjemaene måler digital kompetanse gjennom selvevaluering og gjennom en test. Spørreskjemaet inneholder en quiz, og i tillegg skal elevene rapportere om egen operativ IKT-ferdighet.¹¹ I *Monitor*-studiene er forståelsen av digital kompetanse forankret i grunnlagsdokumentene for LK06. Her operasjonaliseres digital kompetanse i fem områder: 1) operativ bruk av IKT, 2) tilegnelse og behandling av digital informasjon, 3) produksjon og bearbeidelse av

digital informasjon, 4) digital dømmekraft og 5) digital kommunikasjon (Utdanningsdirektoratet, 2012). De fem områdene er ulikt vektlagt i testene i studiene. På selvrapporerings spørsmålene er operativ bruk av IKT og informasjonsbehandling det sentrale. I testdelen av *Monitor 2011* er det hovedvekt på dimensjonene det å tilegne seg og behandle digital informasjon og digital dømmekraft. I testen i *Monitor Skole 2013*-studien er det hovedsakelig områdene 2) å tilegne seg og behandle digital informasjon, 3) å produsere og bearbeide digital informasjon og 4) digital dømmekraft, som undersøkes.

De fem dimensjonene for digital kompetanse går på tvers av områdene i EAVI-modellen.¹² IKT-ferdigheter undersøkes i relasjon til internett- og PC-bruk, hvilket gjør at denne dimensjonen kan relatere seg til komponenten *data- og internettferdigheter* under området *brugerferdigheter*.¹³ Brukerferdighetene som undersøkes er i hovedsak aktiviteter med relevans for utdanningsformål. Spørsmål som undersøker dimensjonen å produsere og bearbeide digital informasjon, kan knyttes til *dataferdigheter*.¹⁴ Spørsmål som i studiene undersøker dimensjonene digital dømmekraft og å tilegne seg og behandle informasjon, kan relateres til *kritisk forståelse* i modellen for mediekompetanse.¹⁵ Det er også spørsmål i 2013-studiet som undersøker mediebruk på fritiden. Disse vil vi i hovedsak knytte til *sosiale relasjoner* under området *kommunikative evner*.¹⁶

⁹ For eksempel: «Har du gjort noe av følgende på internett?». Alternativer: Jeg har opprettet spillkarakterer eller brukerprofiler, jeg har lastet opp foto på internett, jeg har lastet opp video på internett, jeg har lastet opp annet innhold på internett, jeg har blogget, jeg har skrevet kommentarer på f.eks. nyheter eller forum, jeg har passet på virtuelt kjæledyr (2012).

¹⁰ Merk at det er store forskjeller i utvalgsstørrelse mellom trinnene (se vedlegg). I 2011-studien er det langt over tusen informanter på 7. trinn, mens bare drøye 300 på Vg2. Dette skaper usikkerhet knyttet til representativitet.

¹¹ I *Monitor 2011* består elevtesten av i underkant av 20 spørsmål. I *Monitor Skole 2013* inneholder elevtesten omlag 30 spørsmål. Testene er laget med utgangspunkt i læreplanens kompetansemål på 7. og 10. trinn, og inneholder spørsmål med ulik vanskelighetsgrad. I undersøkelsen tar elever på 7. trinn den førstnevnte testen og elever på 9. trinn og Vg2 svarer på den andre.

¹² Studiene rapporterer ikke på alle spørsmålene som blir stilt i testene. Det gis derfor heller ikke innsyn hverken på bredden av spørsmål eller skåringskriterier for spørsmålene. I gjennomgangen av funn fra *Monitor*-studiene rapporterer vi kun på prosentandeler på de enkeltspørsmålene og svarfordelingene som er tilgjengelige for oss.

¹³ Eksempler på selvrapporterte spørsmål om IKT-ferdigheter er spørsmål der elevene skal ta stilling til hvorvidt de enten med eller uten hjelp klarer å: Laste ned og installere programmer, lage en presentasjon med tekst og bilde, redigere digitale bilder.

¹⁴ Her er et eksempel: "Noen har skrevet 'Danmakrrr' i stedet for 'Danmark' minst 20 ganger i en prosjektoppgave. Hvordan bruke datamaskinen til å rette det opp?"/"Hvordan på best mulig måte henvise til kilder i en besvarelse?" (2011).

¹⁵ Eksempler på spørsmål her er: «En av disse er ikke en nettleser. Hvilken?"/"Kan Frode slette profilen sin på Facebook? Hva er mest riktig?"/"På en nettside får du beskjed om at du har vunnet en iPad. Kan du stole på dette?"/"Er det alltid den som har laget filmen som laster den opp på YouTube?».

¹⁶ På grunn av usikkerhet i forbindelse med utvalg bruker vi tall fra *Barn og medier* der det finnes og *Monitor*-tall for å supplere disse.

Begge Vox-studiene som er omtalt i denne rapporten undersøker digital kompetanse i voksenbefolkningen (18-69 år). I *Innvandrere på nett* (Guthu, 2010) er utvalget trukket fra de fem største innvandringsgruppene i Norge (med unntak av Sverige): Polen, Pakistan, Irak, Somalia og Vietnam. I *Fremdeles mange som står igjen* (Guthu, 2011) er utvalget trukket fra hele befolkningen. Undersøkelsene er gjennomført som spørreundersøkelse per post.

Til grunn for operasjonaliseringen av digital kompetanse ligger rammeverket utviklet av Educational Testing Service (Vox, 2011). Her er digital kompetanse forstått som summen av digitale ferdigheter, som innebærer både kognitive ferdigheter og tekniske ferdigheter.¹⁷ Digital kompetanse knyttes til åtte ulike IKT-områder: definere informasjonsbehov, adgang til informasjon, teknologisk selvhjelpen, håndtere informasjon, evaluere informasjon/nettsikkerhet, integrere informasjon, kommunikasjon og formidling og skape ny informasjon. De åtte IKT-områdene i Vox-studiene går på tvers av hovedområdene i EAVI-rammeverket, men er brutt ned til 40 enkeltspørsmål.

Spørsmålene ber informantene ta stilling til hvor mye erfaring de har med de ulike IKT-aktivitetene, på en skala fra 0 til 3, der 0 er "ingen erfaring", 1 er "begrenset erfaring", 2 er "en viss erfaring" og 3 er "stor erfaring". Kompetansenivå ble beregnet ved omgjøring av disse svarene til ferdighetsskår (0 til 100). Gjennomsnittet av samtlige ferdigheter utgjør respondentens digitale kompetansenivå. På bakgrunn av ferdighetsscoren ble respondentene delt inn i fire ulike nivåer av IKT-brukere:

"ikke-brukere", "svake brukere" (0 - 40), "middels gode brukere" (40,1 - 70) og "sterke brukere" (70,1 - 100).

Hovedparten av spørsmålene dreier seg om *brukerferdigheter*. Her er spørsmålene i all hovedsak relatert til *data- og internettferdigheter* og *avansert internettbruk*.¹⁸ Spørreskjemaet inneholder også noen få spørsmål som relaterer seg til *kritisk forståelse*¹⁹ og spørsmål som berører *kommunikative evner*²⁰. I rapportene til disse studiene rapporteres det bare i noen grad på prosentandeler og bakgrunnsvariabler på enkeltspørsmål. Totale snittskårer i befolkningen på alle de 40 spørsmålene er imidlertid oppgitt. I gjennomgangen av funn rapporterer vi derfor dels på prosentandeler og dels på snittskår.

Vox-studiene undersøker skiller i svarfordelingene basert på bakgrunnsfaktorer. *Fremdeles mange som står igjen* er den nyeste kartleggingen av digital kompetanse. Her undersøkes befolkningens kompetansenivå på de ulike IKT-områdene. Videre vektlegger studien å belyse sammenhenger mellom ulike bakgrunnsfaktorer og nivået av digital kompetanse. I *Innvandrere på nett* vektlegges digitale skillelinjer i og mellom fem ulike innvandringsgrupper i tillegg til bakgrunnsfaktorer som alder, kjønn, sysselsetting, utdanningsnivå/ utdanningsområde og hvorvidt informantene bruker digitale verktøy i jobb. Snittskårene til innvandrerbefolkningen på de ulike spørsmålene, sammenliknes i denne studien også med den norske befolkningen i sin helhet (basert på tall fra undersøkelsen *Borger og Bruker*²¹).

¹⁷ Kognitive ferdigheter: lesing, skriving, regning og problemløsning. Tekniske ferdigheter: ferdigheter knyttet til bruk av hardware, software, applikasjoner og nettverk (Vox, 2011).

¹⁸ «(Hvor mye erfaring har du med ...) å installere programmer på datamaskinen/å bruke Google, Yahoo eller andre søkemotorer på Internett/å sende dokumenter som vedlegg til epost/å bestille eller kjøpe billetter over internett/å bruke digital signatur, f.eks. bank-id.»

¹⁹ «(Hvor mye erfaring har du med ...) å velge ut informasjon du har bruk for på Internett/å vurdere hva slags informasjon det er trygt å legge ut på Facebook, chatterom eller andre nettsteder.»

²⁰ «(Hvor mye erfaring har du med ...) å lese og/eller kommentere en blogg/å delta i samarbeids- og prosjektgrupper på nettet/å delta i et nettsamfunn som f.eks. Facebook eller Twitter.»

²¹ (Guthu & Gravdahl, 2008).

PIAAC

Ferdigheter i voksebefolkningen (Bjørkeng, 2013) er den norske delen av den internasjonale Programme for the International Assessment of Adult Competencies (PIAAC)-studien. Studien omfatter et representativt utvalg (5 000) norske personer i studie- og yrkesaktiv alder (16-65 år). Undersøkelsen tester kompetanse knyttet til to områder som er sentralt for mediekompetanse: leseferdighet (Literacy) og problemløsning i IKT-miljø (PSTRE). Denne studien skiller seg fra de andre undersøkelsene ovenfor ved at den primært måler disse kompetansene ved bruk av oppgaver som informantene skal løse. Oppgavene har ulik vanskelighetsgrad som brukes til å vurdere informantens nivå.²² Testen er designet for å måle respondentens ferdigheter på fem nivåer i test av Literacy og på fire nivåer i PSTRE. Det er utarbeidet skårverdier for oppgavene som summeres og oversettes til angivelse av nivå. I rapporten er det gitt beskrivelser av hvilke ferdigheter som kreves for å løse oppgaver på det aktuelle nivået.

Denne typen studie er vanskeligere å koble til kriteriene i EAVI-modellen ettersom den baserer seg på oppgaveløsning og ikke flervalgsspørsmål. Oppgavene på de ulike nivåene favner et videre spekter ferdigheter som vanskelig kan avgrenses og brytes ned. Det sentrale for denne studien er imidlertid ferdigheter og kompetanse knyttet til informasjonsbehandling og leseferdighet som: "Evne til å forstå, vurdere og bruke skrevet tekst for å delta aktivt i samfunnet, oppnå egne mål og utvikle egen kunnskap og egne evner. Leseferdighet dekker et spekter av ferdigheter som går fra å kunne dekode skrevne ord og setninger, til å kunne forstå, tolke og evaluere komplekse tekster." (Bjørkeng 2013, s. 9). Slik leseferdighet er operasjonalisert gjennom oppgavetyper i testen og omfatter to av komponentene i *kritisk forståelse* i EAVI-modellen: *Forståelse av medieinnhold og -funksjoner* og *brukeratferd*. Testen omfatter fire ulike teksttyper (kategorisert etter format og medium)

som er knyttet til ulike vanskelighetsgrader.²³ Alle oppgavene krever leseferdighet på et grunnleggende nivå og det å identifisere etterspurt innhold i ulike typer tekster. Oppgaver på de høyere nivåene vil stille krav til informantens forståelse av ulike typer tekster, plattformer og innhold for å løse oppgavene. Oppgavene vil også stille større krav til informantens kritiske evne til å søke etter, identifisere og håndtere informasjon jo vanskeligere de blir.

Problemløsning i IKT-miljø defineres som: "Evnen til å bruke digital teknologi, kommunikasjonsverktøy og nettverk for å finne informasjon, kommunisere med andre og utføre praktiske oppgaver. Evne til å løse oppgaver knyttet til privatliv, arbeid og deltakelse i sosiale sammenhenger ved å definere mål og lage planer, samt å fremskaffe og bruke informasjon ved hjelp av datamaskiner og datanettverk (Internett)." (Bjørkeng, 2013, s. 11). Problemløsningsferdighet i IKT-miljøer krever grunnleggende internett- og dataferdigheter. Informanter som ikke har erfaring med PC eller som strøk på den innledende testen som måler grunnleggende IKT-ferdigheter, blir betegnet som "Ikke klassifisert". Ut over denne kategorien var det tre nivåer.²⁴ Testen fokuserer på evnen til å løse problemer med ulike formål ved å sette opp delmål og planer og det å oppnå tilgang til og bruke informasjon gjennom data og nett. Oppgavene krever kjennskap til redigeringsprogrammer for tekst og tall, typiske grensesnitt for nettsider og epost-tjenester. Som det framgår av nivåangivelsene innebærer imidlertid problemløsningsferdighet mer enn bare data- og internettferdigheter. De vanskeligste oppgavene krever også at man håndterer en stor mengde informasjon og overfører informasjon fra en applikasjon til en annen. Oppgavene knyttet til de høyeste nivåene fordrer også *kritisk forståelse*, ettersom de stiller krav til informantens evne til å ta til seg informasjon og å tolke oppgaven, og forståelse for hvordan de digitale verktøyene kan

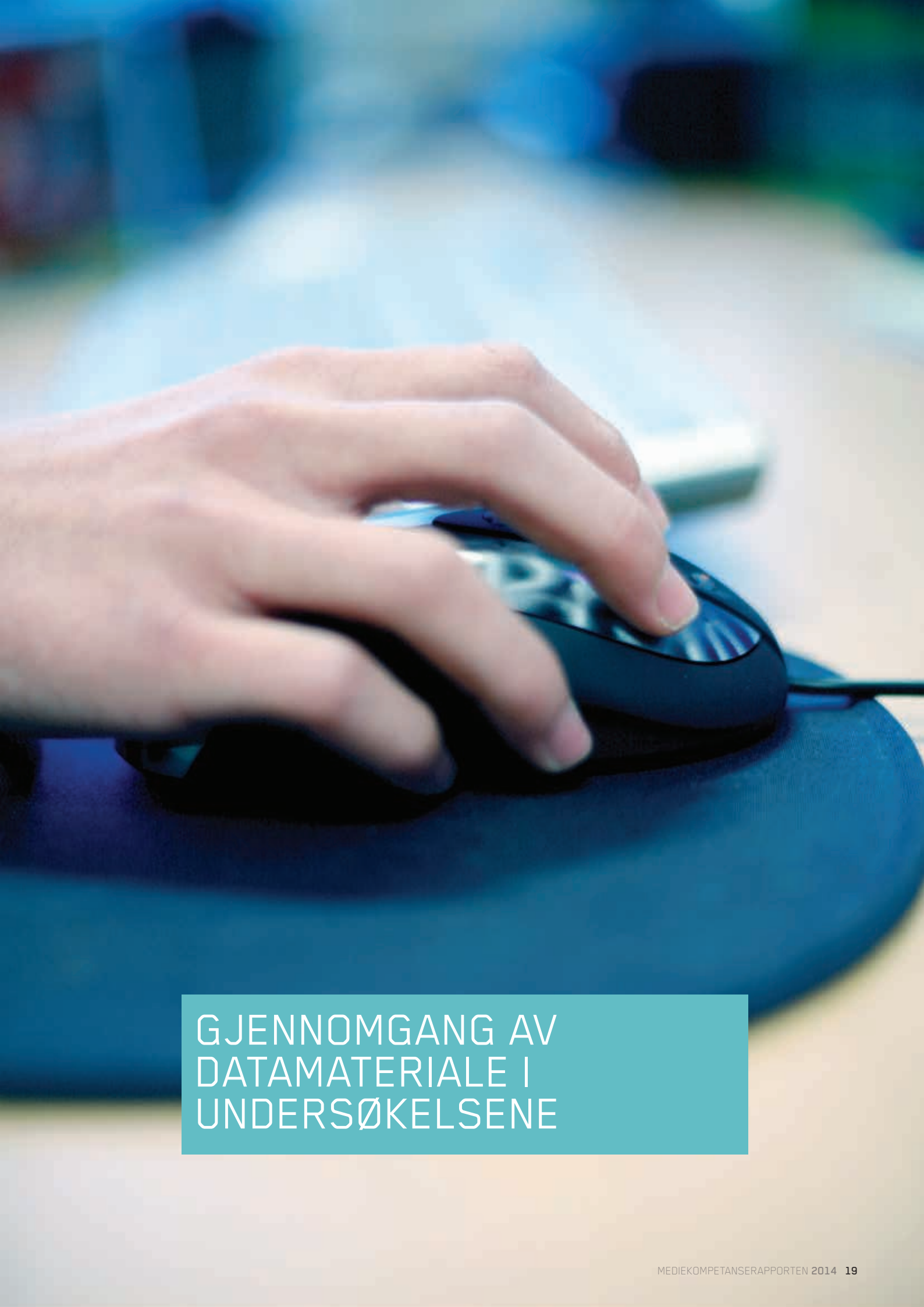
²² Undersøkelsen ble gjennomført som besøksundersøkelse med en intervjuedel (bakgrunnsspørsmål) og selvutfylling på testdelen (digital eller på papir, etter informantens kompetanse).

²³ Teksttypene er: Kontinuerlige eller prosatekster: tekster som vi finner i bøker, artikler i aviser og tidsskrifter, brosjyrer og bruksanvisninger/Ikke-kontinuerlige eller dokumenttekster: ikke-sammenhengende tekster slik som i tabeller: grafiske fremstillinger, kart og skjema/blandede tekster: kombinasjoner av dokument- og prosatekster/Sammensatte tekster: sammenstillinger av uavhengige tekstelementer. Teksttypene er typisk for flere ulike typer analoge og digitale medier, selv om de ikke knyttes til en inndeling av medier. På det laveste nivået (under nivå 1) er tekstene korte og ikke digitale. De inneholder lite eller ingen distraherende opplysninger. Informasjonen som informanten skal identifisere er lett synlig og krever kun et grunnleggende ordforråd. På nivå 1 er tekstene også korte, men kan være både digitale og analoge og av ulike typer. Oppgavene på dette nivået krever i større grad at informanten kombinerer flere opplysninger. På nivå 2 må informanten i større grad sammenlikne tekst og informasjon, og oppgavene krever at man trekker slutninger på bakgrunn av dette. Det kan være distraherende informasjon, hvilket stiller krav til informantens evne til å sortere informasjon. På nivå 3 er tekstene lengre og fyldigere. Oppgavene på dette nivået krever kjennskap til retoriske strukturer og til å navigere og finne informasjon i komplekse tekster, gjerne fra flere deler av teksten. På nivå 4 krever oppgaven at leseren integrerer og sammenlikner informasjon på bakgrunn av lange og relativt komplekse tekster, av ulike formater. Her kreves det ofte også en viss bakgrunnskunnskap og evne til å foreta kompliserte logiske slutninger blant distraherende opplysninger. På nivå 5 er tekstene fortettede tekster og det kreves logiske slutninger på høyt nivå og evne til å finne nøkkelinformasjon. På dette nivået forutsetter oppgaven at informanten har evner til å være kritisk og til å vurdere pålitelighet av kilder. Her er det gjerne også nødvendig med spesialisert bakgrunnskunnskap.

²⁴ På det laveste (lavere enn nivå 1) er oppgavene knyttet til veldefinerte problemer der løsningen kun involverer enkle funksjoner innen generiske grensesnitt. Her kreves ingen omforming av informasjon eller kategoriske resonnementer for å løse oppgaven. På nivå 1 krever oppgaven bruk av kjente verktøy. Det stilles lite krav til navigering for å få tak i informasjon og få trinn for å løse oppgaven. Det er ikke nødvendig å vite mye om verktøyenes funksjoner, og målet kan lett identifiseres. Informanten trenger ikke å samordne informasjon. På nivå 2 krever oppgaven bruk av generiske og spesifikke applikasjoner, og informanten må navigere mellom sider og applikasjoner. Oppgaven må defineres. Informanten kan ta i bruk spesifikke funksjoner for å forenkle oppgaven som gjerne innebærer flere trinn eller operasjoner. Det vil være "blindspor" underveis. På nivå 3 stilles det enda høyere krav til vurderinger underveis for å løse oppgaven. Oppgaven forutsetter at man vurderer relevans og pålitelighet av informasjonen og at man også evaluerer og forkaster distraktorer.

appliseres på hensiktsmessige måter. På de lavere nivåene er det imidlertid informantens ferdigheter knyttet til digitale verktøy som er det avgjørende for om de klarer å løse oppgavene.

I PIAAC-studien legges det vekt på å kartlegge korrelasjoner mellom informantenes målte nivå og bakgrunnsfaktorer som alder, kjønn, utdanningsnivå, inntekt, arbeidsstatus og innvandrerstatus, arbeidstype og arbeidets karakter, samt deltakelse i ikke-formell opplæring. I gjennomgangen av funn vil kompetansenivå på begge ferdighetene bli gjennomgått i tilknytning til de ulike bakgrunnsfaktorene.



GJENNOMGANG AV
DATAMATERIALE I
UNDERSØKELSENE

Med utgangspunkt i EAVI-modellen og vår tolkning av denne, gjennomgår vi nå *brugerferdigheter, kritisk forståelse og kommunikative evner* slik de kommer til uttrykk i de ulike undersøkelsene. Vi skiller mellom ferdigheter, bruk og kompetanse på hvert punkt, og vi presenterer funn fra undersøkelser som er besvart av barn og unge først, deretter funn fra undersøkelser som er besvart av voksne.

BRUKERFERDIGHETER

BARNES DATA- OG INTERNETTFERDIGHETER

Begge Monitor-studiene (Egeberg et al., 2012; Hatlevik et al., 2013) belyser barns *data- og internettferdigheter*. Ferdighetene er knyttet til bruk av IKT på skolen og måler elevenes evne til å ta i bruk PC og internett for å finne, bearbeide og produsere informasjon. Dette undersøkes både gjennom selvrapporing og en test med flervalgsspørsmål. *Monitor Skole 2013* belyser elevers selvrapporterte IKT-ferdigheter gjennom fire spørsmål som kan knyttes til *data- og internettferdigheter*.²⁵

Det første er nedlasting og installasjon av programmer. Her sier 57 % av elevene på 7. trinn at de klarer dette uten hjelp. På 9. trinn og i Vg2 sier henholdsvis 75 % og 85 % av elevene at de kan laste ned og installere programmer selv.

Det andre området er bruk av regneark. Her er elevene gjennomgående mindre selvhjulpne. 38 % av 7. trinn, 45 % av 9. trinn og 66 % av elevene på Vg2 sier at de kan klare å lage en graf ved hjelp av regneark.

Den tredje ferdigheten er redigering av digitale bilder. Her sier 62 % av elevene på 7. trinn, 70 % av elevene på 9. trinn og 73 % av elevene på Vg2 at de klarer dette uten hjelp. På disse tre områdene er det altså noe forskjell ut fra alder.

Det fjerde området omfatter å lage presentasjoner med tekst og bilde (f.eks. PowerPoint). Rundt 90 % av elevene på de tre nevnte trinn oppgir at de klarer dette uten hjelp. Også på dette spørsmålet er tendensen at en større andel av de eldre elevene er selvhjulpne, men forskjellene mellom aldersgruppene er mindre.

Det er altså aldersforskjeller i selvrapportert digital kompetanse, forstått som ferdigheter knyttet til redigering og produksjon i ulike dataprogrammer. Inkluderer vi svarkategorien "med litt hjelp", viser det seg at over 90 % av elevene har ferdigheter knyttet til disse fire aktivitetene på alle tre trinn.

I testdelen av *Monitor 2011* får elevene blant annet spørsmål om tekstredigeringsprogram²⁶ og regneprogram²⁷. Også her svarer en større andel av de eldste elevene riktig på de samme spørsmålene. Noen spørsmål i testen belyser også elevenes internettferdigheter. På noen av disse spørsmålene framkommer det samme mønsteret at en større andel av de eldste elevene svarer riktig. For eksempel viser *Monitor 2011* at 78 % av 7. trinn vet hvilke søkeord de kan bruke for å finne svaret på et gitt faktaspørsmål, mens henholdsvis 85 % og 94 % av elevene på 9. trinn og i Vg2 svarer riktig på samme spørsmål. På et annet spørsmål om bruk av loggfunksjonen for nettlesere svarer 52 % av 7. trinn riktig på et spørsmål om hvordan slette sidehistorikk. På et noe mer avansert spørsmål om loggfunksjon svarer 85 % av 9. trinn riktig, mens kun 66 % av Vg2-elevene vet svaret. Selv om *Monitor*-studiene antyder at nivået av elevenes totale digitale kompetanse er høyere blant de eldre elevene, tegner det seg altså et annet mønster på enkelte av spørsmålene.²⁸

²⁵ De fant ikke signifikante forskjeller i disse digitale ferdighetene mellom *Monitor 2011* og *Monitor skole 2013*.

²⁶ Et av disse undersøker hvordan stavekontroll kan hjelpe dem til å rette opp feilstavede ord i. 28 % av 7. trinn svarer riktig på dette spørsmålet. Et annet spørsmål undersøker om elevene kan flytte tekst i et dokument. Her kan 82 % av 7. trinn identifisere beste måte å flytte tekst i et dokument på. Elevene på 9. trinn og Vg2 får spørsmål om hvordan de kan søke og erstatte ord i et tekstdokument. Her svarer 13 % av 9. trinn og 20 % av Vg2-elevene riktig. 34 % av elever på 9. trinn kan identifisere beste måte å bruke kildehenvisninger i et tekstredigeringsprogram på. Andelen Vg2-elever som svarer riktig på dette spørsmålet er nesten det dobbelte.

²⁷ 70 % av 7. trinn kan identifisere hvilket digitale verktøy elevene kan bruke til å måle opp en avstand. 82 % av 9. trinn og 87 % av Vg2-elevene svarer riktig på dette spørsmålet.

²⁸ Merk også forskjell i utvalgsstørrelser for de ulike trinnene.

VOKSNES DATA- OG INTERNETTFERDIGHETER

Data- og internettferdigheter blant voksne er belyst både gjennom Vox-studiene (Guthu, 2010, 2011) og PIAAC-studien (Bjørkeng, 2013). Vi gjengir her først hvordan Vox-studiene har konkludert basert på det totale nivået av digitale ferdigheter, framfor prosentandeler på enkeltspørsmål slik som ovenfor.

I Vox-studiene framkommer det at 7 % av voksenbefolkningen ikke bruker PC og internett. I tillegg er 17 % av befolkningen "svake brukere", hvilket innebærer at de har svært begrenset erfaring med bruk av PC og internett. Disse benevnes derfor sammen med ikke-brukerne som "personer med mangelfulle IKT-ferdigheter". Til sammen utgjør denne gruppen nesten en fjerdedel av voksenbefolkningen. 35 % av befolkningen betegnes som "middels gode brukere", mens 41 % plasseres under kategorien "sterke brukere". Sammenliknet med en tidligere undersøkelse fra 2008 er disse tallene relativt stabile, selv om avstanden mellom svake brukere og middels gode brukere har blitt mindre. Andelen av sterke brukere har også økt med et par prosentpoeng.

Ifølge *Innvandrere på nett* er den totale andelen av personer med mangelfulle IKT-ferdigheter i innvandrerbefolkningen over 40 %, og 11 % er ikke-brukere. Det er imidlertid store forskjeller mellom de ulike innvandergruppene knyttet til hvordan informantene fordeler seg over de fire nivåene. Andelen personer som har mangelfulle IKT-ferdigheter er for eksempel rundt 60 % blant pakistanske og vietnamesiske innvandrere, om lag 50 % blant innvandrere fra Irak og Somalia men kun 20 % blant polske innvandrere. Blant de polske innvandrerne er det altså færre med mangelfulle ferdigheter enn andelen i befolkningen for øvrig.

Spørsmålene i Vox-studiene undersøker et bredt spekter av informantenes grunnleggende data- og internettferdigheter. Et av spørsmålene undersøker befolkningens erfaring med å sende eller motta epost. Dette er en av de digitale ferdighetene som størst andel av befolkningen har god erfaring med (84 %). Blant innvandrerbefolkningen er andelen en del lavere (61 %), særlig blant pakistanske og vietnamesiske innvandrere. Når det gjelder erfaring med å søke etter informasjon på internett ved å bruke søkemotorer, er det

mindre forskjeller mellom innvandrerbefolkningen og befolkningen som helhet. Litt over 70 % av befolkningen har god erfaring med å skrive, redigere og flytte tekst i tekstbehandlingsprogram. Også her er andelen blant innvandrerbefolkningen som behersker dette lavere.

Generelt viser Vox-studiene høy snittskår²⁹ i den norske befolkningen på ferdigheter som det å åpne programmer på PC, å organisere og lagre filer og å overføre bilder fra et kamera til PC.³⁰ Det samme gjelder for det å sende dokumenter som vedlegg med epost, å finne andre steder på internett som har informasjonen du trenger, å velge ut informasjon du har bruk for på internett samt å få oversikt og navigere på en hjemmeside. Snittskårene på ferdighetene å finne fram til informasjon i forbindelse med innkjøp og reiser, samt å opprette egen epost-adresse, er nesten like høyt.³¹ Jevnt over har innvandrerbefolkningen betydelig lavere snittskår på spørsmålene enn befolkningen som helhet. Når det gjelder ferdigheter i å ta i bruk Skype eller IP-telefoni har imidlertid innvandrerbefolkningen høyere snittskår enn befolkningen for øvrig.

I begge Vox-studiene framkommer det at det er en klar sammenheng mellom alder og de målte IKT-ferdighetene. Færre personer under 30 er definert som ikke-brukere, sammenliknet med de over 50. Den største andelen med mangelfulle IKT-ferdigheter er blant de over 60 år og de med lav utdanning. Denne sammenhengen er tydelig i befolkningen som helhet, men særlig blant informantene i enkelte av innvandergruppene (f.eks. Polen). Det er også kjønnsforskjeller knyttet til nivået av digitale ferdigheter. Det er flere menn på de øvre kompetansenivåene enn kvinner, både i befolkningen som helhet, og særlig i innvandrerbefolkningen. Videre er det en større andel av personer med mangelfulle IKT-ferdigheter blant personer med lav utdanning, spesielt i innvandrerbefolkningen. Hvorvidt informantene er sysselsatt er også en betydningsfull faktor, særlig dersom arbeidet innebærer bruk av IKT. Blant personer som ikke er sysselsatte eller under utdanning, er ferdighetsnivået betydelig lavere enn i befolkningen for øvrig. Blant innvandrerbefolkningen er det en større andel som er utenfor arbeidslivet, og blant de som er sysselsatt er det en mindre andel som bruker data i jobb sammenliknet med den øvrige befolkningen. Sammenhengen mellom

²⁹ Skårer over 70 tilsvarer nivået til «sterke brukere»

³⁰ De samlede snittskårene på følgende ferdigheter er avtagende fra henholdsvis 69 til 44 poeng: å bruke stavekontroll/ordbøker, å sette inn symboler eller bilder i tekstbehandling, å bruke program fra CD-rom eller DVD, å bruke antivirusprogrammer, å installere programmer, å organisere informasjon ved å lage tabeller eller lister, å kunne sette sammen informasjon og presentere for andre, å sette inn og redigere tabeller i tekstbehandling, å bruke tegne- eller grafikkprogrammer, å flytte tall inne eller ut av regneark. For disse nevnte ferdighetene har befolkningen et nivå som benevnes som middels brukere.

³¹ Et gjennomgående trekk ved svarfordelingene i Vox-studiene er at snittskårene på spørsmål og områder som identifiserer informantenes erfaring med teknologi-operasjoner er lavere enn på en del av indikatorene som undersøker informantenes erfaring med å nyttiggjøre seg av internettfunksjoner. Dersom man sammenlikner alle IKT-områdene finner man at områdene «teknologisk selvhjelpenhet», «Integrere informasjon» og «Skape ny informasjon» har lavest snittskår.

bakgrunnsfaktorer og kompetansenivå varierer imidlertid mellom de forskjellige innvandringsgruppene.

PIAAC-studien *Ferdigheter i voksenbefolkningen* tester ferdigheter ved bruk av IKT blant voksne. I studien belyses sammenhenger mellom ferdighetsnivå og de samme bakgrunnsfaktorene som i Vox-studien. Hovedfunnene viser også her at det er store forskjeller i befolkningens IKT-ferdigheter, forstått som fire ulike nivåer. Over halvparten av informantene ble målt på de laveste nivåene,³² mens 35 % av informantene fikk nivå 2. På dette nivået klarer informantene oppgaver som har konkrete mål og som involverer et lite antall applikasjoner og steg. Kun 6 % klarer oppgaver på det høyeste nivået, som innebærer flere trinn og operasjoner, og stiller større krav til informantenes evne til å takle overraskende resultater og blindspor.

PIAAC-studien viser at skiller i de målte IKT-ferdighetene følger de samme bakgrunnsfaktorene som i Vox-studiene. Andelen som skårer på nivå 2 og 3 er størst i aldersgruppen 20-24 år. Her er tre av fem på de øverste nivåene. Blant personer over 60 år er det bare en av ti som ligger på nivå 2 eller 3.³³ Menn har generelt bedre ferdigheter i problemløsning i IKT-miljø enn kvinner.³⁴ Forskjellen er imidlertid kun signifikant for personer over 35 år.

Utdanningsnivå³⁵ og inntekt korrelerer også positivt med ferdighetsnivå. Blant personer som har høyere utdanning er det vanligste ferdighetsnivået 2, mens det vanligste nivået for personer med videregående som høyeste fullført utdanning, er nivå 1. Blant personer som har grunnskole som høyeste fullførte utdanning er nesten en av fire ikke klassifisert. Også faktorer som sysselsetting og innvandringsstatus har betydning for ferdighetsnivå. Andelen på de øverste ferdighetsnivåene er mindre blant personer som ikke er sysselsatt.³⁶ Sammenhengen mellom ferdighetsnivå og sysselsetting er sterkest blant eldre personer. Blant innvandrere er mindre enn 25 % på nivå 2 eller 3.

³² 12% ble tilskrevet nivået «Lavere enn nivå 1», mens 32% av befolkningen fikk nivå 1. I tillegg kunne 16% av informantene ikke klassifiseres, på grunn av manglende ferdigheter eller av andre grunner ikke kunne ta den digitale testen. Man kan ikke gå ut i fra at denne prosentandelen svarer til andelen som har så lave ferdigheter at de ikke kan ta i bruk PC og internett, men trolig er dette en gruppe som generelt har mangelfulle IKT-ferdigheter.

³³ Ser man kun på nivå 3 er andelen størst i aldersgruppen 25-29 år (13 %). Blant de aller yngste (16-19 år) er langt flere på nivå 1 og færre på nivå 3 enn de som er litt eldre. Ser man på de øvrige aldersgruppene (30 år og oppover), går andelen på nivå 2 og 3 ned, mens andelen ikke-klassifiserte og «Lavere enn nivå 1» går opp for hvert alderstrinn.

³⁴ Andelen menn på de to øverste nivåene er større enn andelen kvinner (hhv. 44 % og 38 %).

³⁵ Også foreldres utdanningsnivå, der det er funnet positiv sammenheng mellom det å ha minst en forelder med høyere utdanning og å skåre på de høyere nivåene.

³⁶ Hva slags aktiviteter de som er sysselsatt gjør på jobb har også stor betydning for ferdighetsnivå. Blant de som rapporterer at de leser og skriver og bruker digitale verktøy ofte i jobbsammenheng, er en langt større andel på de høyere nivåene. Særlig dersom bruken av digitale verktøy i jobbsammenheng forutsetter avanserte dataferdigheter.

BARNES MEDIEBRUK

Ingen av de gjennomgåtte studiene undersøker enkeltindividens aktive og balanserte mediebruk, men rapporterer på andeler av barn som bruker ulike medier, gjennomsnittlig tid brukt på ulike medier og skiller mellom kjønnene og ulike aldersgrupper. Her vil vi gjennomgå barns mediebruk med fokus på de mediene barn bruker mest og på utviklingen over tid.

Barn og ungdom fyller store deler av fritiden sin med bruk av ulike medier. Mediene brukes til mange aktiviteter, og mobil og nettbrett er i ferd med å bli de mest brukte plattformene. Tall fra *Norsk mediebarometer* (Vaage, 2014) viser at andelen barn som svarer at de bruker internett nå er større enn andelen som bruker PC. 71 % av norske barn bruker PC hjemme en gjennomsnittsdag.³⁷ Til sammenlikning bruker 87 % av norske barn internett hver dag, og både andelen og tidsbruken er økende.³⁸ Dette skyldes trolig at barn i økende grad er koblet til internett gjennom andre plattformer, særlig mobiltelefon og nettbrett (Medietilsynet, 2014).

Jo eldre barna er, jo større er andelen som bruker internett daglig, og jo mer tid bruker de på internett. Blant de barna som bruker internett er snittiden 81 minutter per dag blant barn i alderen 9-12 år og 168 minutter blant 13-15-åringene. 16-19-åringene bruker i snitt 235 minutter på nett daglig, altså nesten fire timer.

Barn bruker internett til en rekke ulike aktiviteter. Jo eldre barna blir, jo flere bruksområder har nettet. Nettbruk måles imidlertid noe ulikt i studiene.³⁹ *Barn og medier*-studiene (Medietilsynet, 2012, 2014) belyser hvilke aktiviteter barn gjør "ofte" på nett. Ifølge 2014-studien er videotjenester den netttjenesten flest barn sier at de bruker ofte (58 %), etterfulgt av søkemotorer og musikkjenester (46 %). Andelen som ofte bruker søkemotorer har gått ned på disse to årene (fra 56 % til 46 %), mens andelen som bruker video- og musikkjenester er tilnærmet lik. Chatting er også en

utbredt aktivitet på nett, selv om det vært en nedgang på nesten ti prosentpoeng i 2014 sammenlignet med 2012-undersøkelsen. 42 % av barn chatter ofte. En annen utbredt aktivitet som også har hatt nedgang de to siste årene, er bruk av sosiale nettsteder. Mens 59 % brukte sosiale nettsteder ofte i 2012, sier kun 40 % det samme i 2014.⁴⁰

Det er både kjønnsforskjeller og aldersforskjeller knyttet til nettbruk. Et gjennomgående trekk er at jo eldre barna er, jo større andel bruker ulike netttjenester. De yngste barna bruker i større grad enn de eldre spillsider på nett. Jenter bruker sosiale nettsteder og chatteprogram i større grad enn gutter, mens det er blant gutter andelen som bruker videotjenester og nyhetssider er størst.

Tall fra både *Norsk mediebarometer* og *Barn og medier*-undersøkelsene viser at barn i økende grad bruker mobilen til ulike aktiviteter og formål. 83 % av barn har smarttelefon, noe som gjør det mulig å ta i bruk mobilen til flere funksjoner enn tidligere.⁴¹ En rekke nye svaralternativer f.o.m. *Barn og medier 2012* belyser barns bruk av sosiale nettsteder, å se video, lese nyheter, høre på musikk, laste opp innhold, bruke kart/GPS, videosamtaler og blogging fra mobil.

Andelen barn som bruker mobilen til å snakke og sende og motta tekstmeldinger, har ifølge *Barn og medier* gått ned fra 2012 og 2014.⁴² Det å ta bilder (80 %), å høre på musikk (77 %) og å spille spill (74 %) er utbredte aktiviteter med mobiltelefon som har vært stabil de siste to årene. En aktivitet som har hatt stor økning er opplasting av bilder og film på nett (53 %).⁴³ Like under halvparten av barna bruker også sosiale nettsteder og videotjenester via mobilen. Også det å spille inn egne filmer ved hjelp av mobilen, å lese nyheter og det å ha videosamtaler er aktiviteter over 30 % av barn bruker mobilen til. Mobilbruken blant barn øker med alderen, og det er også her store alders- og kjønnsforskjeller knyttet til hvilke aktiviteter barn bruker mobilen til.

³⁷ PC-en brukes mest til underholdning, spill og skolearbeid.

³⁸ I *Barn og medier 2014* viser en noe lavere andel daglig bruk blant barn 9-16 år. 77 % av barna i denne undersøkelsen sier at de bruker internett daglig.

³⁹ *Norsk Mediebarometers* tall viser barns nettbruk ved å spørre om bruk en gjennomsnittsdag. *Barn og medier* undersøker også bruksfrekvens og belyser flere typer aktiviteter på nett. Vi har valgt å rapportere på tall fra *Barn og medier* fordi svarkategoriene gir et mer nyansert bilde.

⁴⁰ Live-samtaler over nett er også en utbredt aktivitet som har vært relativt stabil de siste to årene. I 2014-studien sier 30 % av barna at de har internettsamtaler ofte. Andre netttjenester mange barn bruker ofte eller av og til er: tv-kanalers programtjeneste, internetts oppslagsverk, nyhetssider og epost. Tjenester som porno/seksider, nettbutikker, spillsider, fansider, Twitter, nettforum og blogger er mindre vanlige totalt sett.

⁴¹ Andelen er økende med alder. 90 % av 12-14-åringene og 95 % av barn 15-16 år. Andelen barn som bruker mobilen til internett har økt fra 14 % i 2010 til 69 % i 2014.

⁴² Det har vært en viss nedgang i andelen som bruker mobilen til disse aktivitetene siden 2012.

⁴³ 20 % i 2012-studien.

Ifølge *Norsk mediebarometer* ser over 80 % av barn på tv en gjennomsnittsdag (Vaage 2014). De eldste barna ser mer tv enn de yngste. I tid bruker barn godt over to timer en gjennomsnittsdag på tv-seing.⁴⁴ Det er alders- og kjønnsforskjeller knyttet til hva barn ser på tv. Blant de yngste barna er barne- og ungdomsprogrammer, tv-serier og underholdning de programtypene størst andel følger med på. Blant de eldste er også tv-serier mest populært, etterfulgt av nyheter, sport og film. Gutter er generelt mer interessert i nyheter og sport, mens en markant større andel av jenter ser tv-serier. Ifølge *Barn og medier*-undersøkelsene blir kjønnsforskjeller i tv-preferanser også tydeligere med alderen.

De senere årene har det vært en økning i barns bruk av elektroniske spill. Ifølge *Barn og medier* var andelen barn som spiller ukentlig eller oftere 57 % i 2010, mens andelen hadde økt til 85 % i 2012. Tallene fra 2014-studien viser økning i daglig bruk. Det er alders- og kjønnsforskjeller knyttet til bruk av elektroniske spill.⁴⁵ Ifølge *Barn og medier 2014* er det langt færre gutter enn jenter som oppgir at de ikke spiller (hhv. 2 % og 10 %), men jentenes spilling øker mest. Når det gjelder hvilke plattformer barn vanligvis spiller fra har PC vært den plattformen flest barn bruker. I 2014-studien er imidlertid forskjellene mellom PC (48 %), spillkonsoll (46 %), iPod/mobil (44 %) og nettbrett (44 %) kun få prosentpoeng. Bruken av nettbrett til elektroniske spill har gått opp

siden 2012, mens de øvrige tre plattformene har gått ned. Også håndholdte konsoller er mindre vanlig enn for to år siden (fra 25 % til 11 %).⁴⁶

Når det gjelder andre medier viser tall fra *Norsk mediebarometer* at bruken av papirmedier har vært noe ustabil de siste fem årene.⁴⁷ Det er kjønnsforskjeller knyttet til barns bruk av trykte medier. Flere jenter leser bøker og ukeblader, mens flere gutter leser aviser. Andelen barn som lytter til radio en gjennomsnittsdag har vært stabil de siste årene, mens antall minutter har gått noe opp.⁴⁸ Når det gjelder andelen barn som går på kino i løpet av et år har også disse tallene vært relativt stabile.⁴⁹

Generelt er det tydelige kjønnsforskjeller i barns mediebruk på fritiden. Jenter bruker i større grad sosiale medier, bøker og ukeblader enn gutter. Spill og tv brukes i større omfang blant guttene enn jentene. Når det gjelder alder bruker de eldste barna PC, mobil og internett både oftere og til flere tjenester enn de yngre. De hører mer på musikk (særlig på mobil), går oftere på kino og lytter mer til radio. Det å lese bøker og blader er mer utbredt blant de yngre barna.

⁴⁴ I snitt bruker 9-12-åringer 123 minutter på å se tv i løpet av en dag, mens 13-15-åringer bruker 15 minutter mer. De eldste barna (16-19 år) bruker 149 minutter til tv-seing en gjennomsnittsdag.

⁴⁵ Tall fra *Norsk mediebarometer* viser at 66 % av gutter og 34 % av jenter i alderen 9-15 år bruker elektroniske spill i løpet av en gjennomsnittsdag.

⁴⁶ Det er kjønnsforskjeller knyttet til hvilken plattform barn spiller fra og hvilke spill som foretrekkes. Blant jentene er iPod/mobil og nettbrett langt vanligere enn PC og konsoll. For guttene er bildet omvendt. Blant guttene er fotball- og skytespill mest utbredt. Jentene mer delt i valg av spilltyper.

⁴⁷ Andelen barn som leser bøker har gått opp, mens tidsbruken har gått litt opp og ned. Andelen som leser aviser og blader er nedadgående.

⁴⁸ 22 % av 9-12-åringer lytter til radio en gjennomsnittsdag. Disse hører i snitt på radio i 74 minutter. Blant 13-15-åringer er andelen lyttere høyere (43 %), mens snittiden for lytting er lavere (58 minutter). Blant den eldste aldersgruppen (16-19-åringer) er andelen lyttere 35 % og gjennomsnittlig lyttetid 105 minutter.

⁴⁹ Blant årlige kinogjengere er snittantallet for kinobesøk like under fire for barn alderen 9-12 år. Tallet øker jo eldre barna blir. For 16-19-åringer er snittantallet seks.

VOKSNES MEDIEBRUK

Norsk mediebarometer undersøker også voksnes mediebruk, mens Vox-studiene undersøker primært bruk av PC og internett i befolkningen. Begge studiene belyser forskjeller mellom ulike grupperinger, og vi legger vekt på disse forskjellene i fremstillingen her.

Ifølge Norsk mediebarometer bruker en større andel av voksenbefolkningen internett enn de bruker hjemme-PC og tv en gjennomsnittsdag. Samtidig bruker befolkningen i hele aldersgruppen (16-79 år) fortsatt mest tid på tv-seing.⁵⁰ Nest etter tv-seing bruker befolkningen som helhet mest tid på internett og hjemme-PC.

Det er imidlertid store forskjeller mellom aldersgruppene. Blant den eldste aldersgruppen (67-79 år) ser en større andel tv en gjennomsnittsdag, mens nesten alle i alderen 16-44 år bruker internett en gjennomsnittsdag. Bruken av internett og hjemme-PC synker med alder, mens det for tv er økende bruk. Noe av det samme mønstret reflekteres også i tid. De eldste bruker mest tid foran tv-skjermen (212 minutter), mens de yngste bruker under halvparten (92 minutter). For de eldste er tidsbruk knyttet til tv-seing økende, mens den for de yngre voksne er synkende. De yngste bruker mest tid på internett (196 minutter) og hjemme-PC (170 minutter).⁵¹ En sammenlikning av tall fra tidligere undersøkelser viser at tid brukt på PC og internett økte blant den eldste gruppen fram til 2012, men har sunket i 2013. For alle andre aldersgrupper er tidsbruken fortsatt økende.⁵² Det har tidligere vært en tydelig kjønnsforskjell i PC-bruk. Denne er fortsatt til stede, men mest markant i den eldste aldersgruppen (menn 56 %, kvinner 45 %). Det er imidlertid kvinner som har mest økning i tid brukt på PC. Menn er også mer aktive på internett enn kvinner, særlig blant godt voksne. Kvinner har imidlertid også her størst økning i bruk. Personer med høy inntekt og høy utdanning og personer som bor i store byer, bruker PC og internett i større grad enn andre. Menn bruker PC mer i arbeid enn kvinner. Personer med høy utdanning bruker

PC mer til arbeid enn andre, mens de med lav utdanning bruker PC mer til underholdning, spill og utdanning. Blant de med akademiske yrker og blant studenter og bedriftsledere, er andelen nettbukere høyere.

Vox-studien *Innvandrere på nett* undersøker bruk av PC og internett blant innvandrerbefolkningen. Her kommer det fram at den voksne innvandrerbefolkningen bruker disse mediene i mindre grad enn befolkningen sett under ett.⁵³ Andelen innvandrere som bruker PC er større enn andelen som bruker internett. I befolkningen for øvrig er dette motsatt (Vaage 2014).

Vox-studiene (Guthu, 2010, 2011) belyser også hvor befolkningen bruker PC og internett. Her kommer det fram at 91 % bruker PC og internett hjemme. Over halvparten av befolkningen bruker også PC (58 %) og internett (51 %) på jobb. Rundt en fjerdedel bruker PC og internett hos venner og familie, 13 % bruker disse mediene i skolesammenheng og i underkant av 10 % bruker på bibliotek, nettkafé eller andre steder. I innvandrerbefolkningen bruker en lavere andel PC og internett på hjemmearnaen (83 %) og på jobb (26 %).⁵⁴

Internett fyller et økende antall bruksområder også for voksenbefolkningen.⁵⁵ Ifølge Norsk mediebarometer er de tre mest vanlige bruksområdene å lese nyheter, å bruke epost og å bruke sosiale medier.⁵⁶ Tallene for epostbruk har ikke økt nevneverdig siden 2010. For de andre to bruksområdene har andelen brukere en gjennomsnittsdag økt blant alle aldersgruppene (siden 2010-studien). Andre utbredte bruksområder er fakta/bakgrunnsstoff, banktjenester, se på annonser og info om arrangementer. Her er andelen brukere blant godt voksne høyere enn blant de yngste. Også det å se på film, videoklipp eller tv, og det å chatte, er utbredte aktiviteter på internett, særlig blant de yngste aldersgruppene. Mindre utbredte bruksområder som telefoning, blogglesing, kjøp av varer og bruk av offentlige tjenester er også vanligst blant de unge og viser synkende andel brukere med økende alder.

⁵⁰ Bruksmønstret for tv-seing er nært forbundet med utdannings- og inntektsnivå og sysselsetting. De som har høy utdanning og husholdningsinntekt bruker mindre tid foran tv-skjermen enn andre. Når det gjelder hva voksenbefolkningen ser på tv er det først og fremst nyheter som flest får med seg i løpet av en gjennomsnittsdag. Også tv-serier, sport og underholdning er populært. For nyheter er det økende andel med økende alder. For tv-serier er mønstret motsatt. Sport er særlig populært hos de yngste (16-19 år) og de godt voksne aldersgruppene (55-79 år). Mønstret for hva voksenbefolkningen ser på tv er relativt stabilt sammenliknet med SSBs tidligere undersøkelser.

⁵¹ Ifølge mediebarometeret er voksnes PC-bruk knyttet til ulike formål: hjem/fritid, daglig arbeid, spill og annen underholdning og skolearbeid. Blant de som bruker PC er det en økning i andelen som har brukt PC til disse formålene i alle aldersgruppene (vis a vis *Norsk mediebarometer* 2010).

⁵² Vox-studien *Fortsatt mange som står igjen* belyser på en annen måte hvor ofte befolkningen bruker PC og internett. Her kommer det fram at bruk av PC foregår enten daglig, 2-4 ganger i uka eller aldri. Svært få i voksenbefolkningen bruker PC på månedsbasis. Andelen som aldri bruker PC er noen få prosent blant personer opp til 30-årsalder og er økende med høyere alder. Blant de som er 60 år og eldre er det omkring en sjettedel som ikke bruker PC og internett. Andelen som bruker mediene 2-4 ganger i uka følger det samme mønstret. Tendensen er altså at de som bruker PC og internett i det hele tatt gjerne bruker det relativt ofte.

⁵³ Det er imidlertid store forskjeller mellom de ulike innvandergruppene. Det er blant de polske og de somaliske innvandrerne at andelen brukere er høyest.

⁵⁴ Det er en langt mindre andel av den sysselsatte delen av innvandrerbefolkningen som bruker PC i jobb sammenliknet med befolkningen sett under ett - 42 %.

⁵⁵ *Norsk mediebarometer* la derfor fra 2012 til en del svaralternativer på spørsmål om hva slags tilbud og tjenester internett brukes til.

⁵⁶ Både for epost og nyheter er den største andelen brukere blant personer i alderen 25-44 år, etterfulgt av 45-67 år.

Også i voksenbefolkningen innebærer mobilbruk en rekke funksjoner (Vaage 2014). De vanligste aktivitetene for mobilbruk i voksenbefolkningen er samtale og SMS, men voksne bruker den også til andre funksjoner. Vanligst er epost, internett og musikk på mobil, men en viss prosentandel bruker også mobilen til å høre på radio, se på tv og til å lese elektroniske bøker. Mobilen er forbundet med flest bruksområder blant de yngste aldersgruppene. Om lag 90 % av voksne i alderen 16-44 år bruker mobilen til samtale i løpet av en gjennomsnittsdag.⁵⁷

Andelen blant de eldre aldersgruppene er noe lavere og lavest hos den eldste (68 %). SMS er også utbredt, og mest vanlig blant de yngre aldersgruppene. Det er ikke store kjønnsforskjeller knyttet til mobilbruk, men blant alle aldersgrupper sender en større andel kvinner enn menn SMS en gjennomsnittsdag.

Når det gjelder andre medier er det først og fremst radio⁵⁸, aviser⁵⁹, musikk⁶⁰ og bøker⁶¹ som brukes av store deler av voksenbefolkningen en gjennomsnittsdag.⁶²

AVANSERT INTERNETTBRUK

Både i *Barn og medier*-studiene og i *Norsk mediebarometer* framkommer det at barn også bruker internett til å bestille og kjøpe varer, samt til å kommunisere med det offentlige. I 2010 brukte ifølge *Barn og medier* 6 % av barn internett til å kjøpe musikk og 10 % brukte nettet til å kjøpe andre varer. 4 % av barna sa at de leier eller kjøper filmer over nett. Det er verdt å merke seg at en langt større andel barn i denne undersøkelsen sa at de brukte nettet til å skaffe seg programvare, musikk og filmer uten å betale.⁶³ 2014-studien viser at halvparten av norske barn sier at de bruker nettbutikker, og én av ti gjør dette ofte. I 2012 sa én av fire at de kjøper varer via mobil. Dette tallet har gått noe ned i løpet av de siste to årene. I *Norsk mediebarometer* kommer det fram at en liten andel barn også bruker offentlige tjenester og banktjenester via nett en gjennomsnittsdag. Andelen som bruker denne typen tjenester øker naturlig nok med alder.

Norsk mediebarometer og *Vox*-studiene belyser til sammen alle indikatorene på avansert internettbruk i voksenbefolkningen. Undersøkelsen viser at om lag 40 % av voksenbefolkningen bruker banktjenester en gjennomsnittsdag.⁶⁴ I *Vox*-studiene kommer det fram at 67 % av befolkningen sier at de har god erfaring med å bruke bank-id.⁶⁵ Det er ifølge *Norsk mediebarometer* også en liten andel voksne som bruker internett til offentlige tjenester eller til å handle billetter eller andre varer en gjennomsnittsdag. Her er imidlertid andelen størst blant de yngste.⁶⁶ I *Vox*-studien sier 74 % av voksenbefolkningen at de har god erfaring med å bestille eller kjøpe billetter over internett. Om lag halvparten av befolkningen har god erfaring med å kjøpe eller selge varer fra norske nettsider.⁶⁷ Generelt har innvanderbefolkningen mindre erfaring med avanserte internettferdigheter enn befolkningen for øvrig, med unntak av de polske innvanderne.

⁵⁷ Kun en liten andel av den eldste gruppen bruker mobilen ut over disse aktivitetene. En liten andel bruker mobilen til å sende epost og til å gå på nett (litt under 10 %). Blant 45-66-åringene bruker omlag 30 % mobilen til å sende epost, 38 % går på internett og én av ti hører på musikk via mobilen. Noen få prosent av disse benytter også andre funksjoner. Det er størst andel som bruker mobilen til epost blant aldersgruppen 25-44 år, mens det er den yngste aldersgruppen som hører mest på musikk via mobil (77 %).

⁵⁸ Når det gjelder radiolytting har andelen lyttere en gjennomsnittsdag gått opp i voksenbefolkningen de siste årene. Andelen blant unge voksne har imidlertid gått litt ned. Det er de eldste aldersgruppene som bruker mest tid på radiolytting.

⁵⁹ For avislesing har det vært en nedgang på over 10 prosentpoeng siden 2010. Nedgangen er imidlertid ikke like markant blant den eldste aldersgruppen. Andelen som leser aviser en gjennomsnittsdag er størst blant aldersgruppene fra 55 år og oppover (rundt 80 %). De eldste voksne bruker en time på å lese aviser en gjennomsnittsdag, mens den yngste aldersgruppen bruker en halvtime. Det er en større andel som leser blant de med lang utdanning, og disse leser også flere aviser i løpet av et døgn.

⁶⁰ Andelen voksne som hører på musikk en gjennomsnittsdag er høyest blant de unge, og det er også disse som bruker mest tid til å høre på musikk. Selv om andelen som hører på musikk en gjennomsnittsdag er lavest blant de eldste, bruker disse mer tid på å høre på musikk enn daglige musikklyttere i alderen 35-66 år.

⁶¹ Andelen boklesere en gjennomsnittsdag øker jo eldre informantene er. Mens kun 13 % blant den yngste aldersgruppen leser bøker daglig, er denne andelen 38 % blant personer i alderen 67-79 år. Tid brukt på boklesing blant daglige lesere varierer imidlertid på tvers av aldersgrupper.

⁶² Når det gjelder kinobesøk er det størst andel kinogjengere blant de yngste, og blant de som bor i byene og større tettsteder. Når det gjelder elektroniske spill er dette mest vanlig blant unge menn. Over halvparten av menn i alderen 16-24 år og én av fem menn i alderen 24-44 år spiller PC- eller tv-spill en gjennomsnittsdag. Rundt 15 % av voksne kvinner i alle aldre spiller slike spill.

⁶³ Formålet er altså det samme som ved kjøp, selv om aktiviteten ikke innebærer en pengetransaksjon.

⁶⁴ Her er det blant den eldste aldersgruppen at andelen brukere er størst (55 %). Blant de yngste voksne bruker 34 % banktjenester via nett en gjennomsnittsdag. I *Vox*-studien sier 67 % at de har god erfaring med å finne bestemt informasjon på offentlige myndigheters nettsider. Omtrent like mange sier at de har god erfaring med å fylle inn nettskjemaer, slik som for eksempel strømvalesning.

⁶⁵ Langt færre svarer imidlertid at de har erfaring med å opprette bank-id.

⁶⁶ 12 % av voksne i alderen 16-24 år bruker offentlige tjenester via nett en gjennomsnittsdag. Blant 67-79-åringene er andelen 4 %. Noe færre handler varer.

⁶⁷ Langt færre har erfaring med kjøp og salg på nettsider som ikke er norske.

KRITISK FORSTÅELSE

Når det gjelder barns kritiske forståelse dekker studiene indikatorer knyttet til alle komponentene: *Forståelse av medieinnhold og -funksjoner, kunnskap om medier og regulering og brukeratferd.*

BARNES KRITISKE MEDIEFORSTÅELSE

Både *Barn og medier* og *Monitor*-studiene undersøker barns tillit til informasjon i medier. *Barn og medier 2010* undersøker i hvilken grad barn tror at informasjonen de finner på internett er sann. 49 % svarer at de tror "bare noe" av informasjonen er sann, mens 35 % svarer "det meste". Nesten ingen svarte "alt" eller "ingenting", mens 13 % svarte "vet ikke". I *Monitor*-studiene kommer det fram at de aller fleste elever forholder seg kritiske til informasjonen som ligger på internett.⁶⁸ *Monitor skole 2013* undersøker også spesifikt i hvilken grad elevene stoler på medier som typisk brukes i skolen. Her kommer det fram at lærebøkene er det mediet som den største andelen av elever på alle trinn alltid stoler på, etterfulgt av lærebøkens nettsted. 53 % av elevene på 7. trinn, 65 % av elevene på 9. trinn og 66 % av elevene på Vg2 oppgir at de alltid stoler på lærebøkene. Wikipedia er det mediet færrest elever alltid stoler på, uansett trinn (ca. 15 %).⁶⁹

Hvordan barn forholder seg til ulike typer medieinnhold blir undersøkt gjennom flere spørsmål i *Barn og medier*-studiene. Informantene får spørsmål om de synes ulike typer innhold i medier er ubehagelig eller gjør dem opprørt. I 2014 svarer én av fem barn "nei" på dette spørsmålet (økning på 10 prosentpoeng siden 2012). En like stor andel svarer "vet ikke". Innholdstypene som flest barn opplever som ubehagelig er seksuelle overgrep, mennesker eller dyr som lider eller er syke og mobbing.⁷⁰ Det er generelt en større andel jenter og en større andel blant de yngste barna, som oppgir at de opplever slikt innhold ubehagelig. *Barn og medier* undersøker også hvordan barn (9-16 år) opplever seksider og pornografiske nettsider.⁷¹

Fra 2014 undersøker *Barn og medier* også barns opplevelse av reklame og oppfatninger om mediepåvirkning. Omtrent 60 % av barna uttrykker at de synes reklame

på nett og tv er kjedelig eller irriterende. Én av tre mener reklame får dem til å ønske å kjøpe ting. En av tre mener også at reklame på nett gjør at barn presser foreldre til å kjøpe ting.⁷² En viss andel synes også reklame er morsomt eller berikende for medier. I et annet spørsmål blir informantene bedt om å ta stilling til om barn kan bli påvirket av medier. Generelt er det en større andel barn som mener de blir påvirket av hvor mye tid de bruker på medier, enn hva de ser på eller gjør når de bruker medier. Når det gjelder tid er det tidsbruk på nett flest barn mener at de kan bli påvirket av (44 %). Av innhold er det tv og film flest barn tror at de kan bli påvirket av (38 %). Det er en markant større andel barn som sier at de kan påvirkes av både tidsbruk og innhold i 2014 enn i 2012.

2014-studien undersøker også hva slags påvirkning barn tror ulike typer medieinnhold kan ha. Her kommer det fram at en stor andel av informantene mener PC/tv-spill, tv/film og kino kan ha en påvirkningskraft på barn. 38 % mener at spill kan ha en negativ påvirkning på barns atferd, om lag 20 % mener at de kan ha en voldelig påvirkning og 17 % tror de kan være avhengighetsskapende. 10 % mener slike spill kan ha en positiv effekt. Når det gjelder kino og tv/film er barna mer usikre på hva slags type påvirkning disse mediene har. Her mener langt færre barn at innholdet kan ha en negativ påvirkning på atferd og avhengighet, mens en noe større andel mener innholdet kan føre til redsel og angst.

Noen spørsmål i *Monitor*-studiene undersøker også barns kunnskaper om hvordan ulike typer innhold fungerer på nett. *Monitor 2011* viser at 61 % av 7. trinn vet om det er mulig å slette bilder lagt ut på nett. I *Monitor skole 2013* blir elever på 9. trinn og på Vg2 spurt om de mener det er mulig å slette en Facebook-profil. Her svarer litt over halvparten av elevene på begge trinn riktig. 7. trinn får i

⁶⁸ *Monitor 2011*: 86 % av 7. trinn svarer korrekt på spørsmål om hvordan man kan vite om informasjonen man finner er riktig. 85 % av elever på 7. trinn vet at de ikke kan vite hvem personene de møter på nett er i virkeligheten. *Monitor Skole 2013*: 90 % vet om de kan stole på en beskjed om at de har vunnet noe på en nettside.

⁶⁹ Det er imidlertid også det mediet flest elever på 7. trinn og Vg2 oppgir at de ofte stoler på. For elever på 9. trinn er det størst andel som svarer at de ofte stoler på nettsider.

⁷⁰ Halvparten krysser av for disse i 2014-studien. Andre typer innhold som barn ikke liker er skildringer av ulykker/dødsfall, bilder eller film av fattige mennesker, bilder eller film fra sykehus og operasjoner, rasisme, virkelig vold i nyheter eller dokumentarer og seksuelt innhold/seksuelle handlinger.

⁷¹ Seks av ti barn har vært inne på slike sider. I 2010-undersøkelsen sa 33 % av disse at de ikke tenkte så mye over det eller ikke brydde seg. I 2014 sier kun 14 % av barna det samme. Også andelen barn som sier at de likte det har gått ned fra 41 % i 2010 til 15 % i 2014. Andelen som uttrykker at de ble opprørt eller skulle ønske de aldri hadde sett siden, har også gått ned, mens andelen som svarer «vet ikke» har gått opp.

⁷² Om lag 40 % sier de mener reklame på tv gjør det samme. Samtidig uttrykker 20 % at de synes de får nyttig informasjon gjennom reklame på nett. 30 % sier det samme om reklame på tv.

denne studien spørsmål om det alltid er vedkommende som har produsert videoen som legger den ut på YouTube. Nesten 60 % svarer riktig på dette. Noen spørsmål fra undersøkelsene belyser også barns kunnskaper om plattformer og software.⁷³

Både *Barn og medier* og *Monitor*-studiene undersøker barns strategier for informasjonssøk og vurdering av informasjon på nett (*brukeratferd*). I *Barn og medier*-undersøkelsene er tendensen at langt flere av de eldre barna har strategier for å vurdere informasjon på nett. I *Barn og medier 2014* sier 58 % av barna at de sammenlikner nettsider for å sjekke om informasjonen er sann. Dette er en økning på 7 prosentpoeng siden 2012. Mens 45 % av 9-11-åringene sier at de sammenlikner nettsider, sier 69 % av 15-16-åringene det samme. *Monitor*-studiene viser det samme mønsteret. Ifølge *Monitor skole 2013* sier 86 % av elever på 9. trinn og 90 % av elevene på Vg2 at de sjekker at informasjon som de skal bruke stemmer overens med andre kilder.⁷⁴

Barn og medier-undersøkelsene belyser også hvordan barn forholder seg til deling av personlig og sensitiv informasjon på internett. Ifølge 2012-undersøkelsen har over 80 % av barn endret personverninnstillingene på sosiale medier. Blant disse er det flest jenter og størst andel av de eldre barna. 2010-studien undersøker hva slags type informasjon barn er villig til å legge ut om seg selv og om andre. Her kommer det fram at passord, foreldrenavn, bilde og telefonnummer og navn på skole/bosted er informasjon som forholdsvis få barn deler på nett. Over halvparten av alle barn ville derimot lagt ut informasjon som kjønn, favorittmusikk og hobbyer/interesser, mens rundt halvparten ville lagt ut alder, fødselsdag og epostadresse.⁷⁵

Barn og medier 2010 undersøker hva som er de viktigste grunnene til at barn ikke vil legge ut personlig informasjon på nett. Grunnene flest barn oppgir er at de er redd for å bli kontaktet av noen de ikke kjenner (66 %) og at de ikke vet hvem som vil bruke informasjonen (61 %). Andre viktige grunner er at de er redd for å få virus (55 %), at de har lært om trygg bruk av internett (51 %) og at foreldrene sier at de ikke får lov (47 %). En liten

prosentandel sier også at de ikke har problemer med å gi ut informasjon på internett (6 %).

Barn og medier undersøker også hvordan barn forholder seg til negative opplevelser og henvendelser via medier. I 2010-studien kommer det fram at 23 % av barn har opplevd at en fremmed har etterspurt personlig informasjon om dem på nett. Kun en liten prosentandel av disse barna ga ut informasjonen som ble etterspurt (5 %). 2014-studien viser at barn som opplever uønskede seksuelle kommentarer i stor grad lar være å bry seg (37 %) eller reagerer med å blokkere personen (26 %). Her er det imidlertid store kjønnsforskjeller. Når det gjelder rapportering om negative hendelser på nett sier 21 % av barna at de har rapportert til nettsiden, og 21 % at de har sagt fra til foreldre eller lærere. 55 % har aldri rapportert om hendelser på nett, mens 3 % sier at de ikke visste at det gikk an.

Når det gjelder å publisere informasjon om andre, sier rundt 40 % av barna som ble spurt i *Barn og medier 2010* at de ikke vil legge ut andres informasjon på nett uten å spørre først. Mange mener at andres navn eller kallenavn/nick er greit å dele. Når det gjelder bilder, sier 20 % av de spurte at det er ok å legge ut bilder der de selv er med sammen med andre, uten å spørre om lov. Færre vil dele video av andre og seg selv (12 %). I 2014-undersøkelsen ble barn spurt om de har lagt ut bilder av noen hvor disse kanskje ble triste eller sinte. Kun en liten prosentandel av barna sier de har gjort dette (4 %). Noe flere (13 %) oppgir at de har videresendt bilder eller video av andre uten at vedkommende har sagt ja til det.

I den grad komponenten *kunnskap om medier og regulering* blir berørt i studiene, er det hovedsakelig gjennom spørsmål om opphavsrett.⁷⁶ For eksempel får elevene i *Monitor 2011* spørsmål om ta stilling til hva de bør gjøre dersom de finner et dikt på nett som de vil bruke i en skoleoppgave. Her svarer 45 % av elevene på 7. trinn og 67 % av elevene på 9. trinn riktig, mens 86 % av elevene på Vg2 velger riktig svar på dette spørsmålet. Tendensen på spørsmålene som berører opphavsrett i *Monitor*-studiene er at en større andel av de eldre barna svarer riktig.⁷⁷

⁷³ I *Monitor*-studiene blir elevers kjennskap til ulike typer software og innhold undersøkt. I 2011-studien får elever på 7. trinn spørsmål om å identifisere filtype på bakgrunn av format-benevnelse. 66 % svarer riktig på dette. 93 % av 7. trinn svarer også riktig på spørsmål om hva et virusprogram er. I 2013-studien bes elever på 9. trinn og Vg2 om ta stilling til en liste med ord og angi hvilket som ikke er navnet på en nettleser. Her svarer 82 % av elevene på 9. trinn og 89 % av elevene på Vg2 riktig. På spørsmål om hva «wiki» betyr velger kun 38 % av 9. trinn og 54 % av elevene på Vg2 riktig svaralternativ.

⁷⁴ 96 % sier også at de sjekker om den passer til oppgaven de holder på med. 79 % av 9. trinn og 86 % av Vg2-elevne sier de er opptatt av hvor informasjonen kommer fra når de arbeider med kilder.

⁷⁵ 2012: Én av tre barn har delt passordet sitt til sosiale nettsteder med mor og far (størst andel av de yngste barna), mens én av fem har delt det med en eller flere venner. 2012-undersøkelsen fant at en liten andel av barna i alderen 13-16 år har sendt nakenbilder av seg selv via nett i løpet av det siste året (5 %).

⁷⁶ *Barn og medier* undersøker også barns kunnskap om rapportering av innhold. 2014-studien belyser hvorvidt barn vet hvor de kan henvende seg dersom de opplever digital mobbing eller at bilder og informasjon kommer på avveie på nett. 69 % av barna svarer at de vet dette.

⁷⁷ I *Monitor skole 2013* får elever på 7. trinn spørsmål om hvorvidt de mener de kan bruke innhold på nett hvor det ikke framgår hvem som er opphavsmann eller eier. Om lag halvparten av elevene svarer riktig på dette. Elever på 9. trinn og Vg2 får i 2011-studien spørsmål om de kan bruke et hvilken som helst bilde fra Flickr når de skal legge ut informasjon på en åpen blogg i forbindelse med en prosjektoppgave. 56 % av 9. trinn og 66 % av elevene på Vg2 svarte riktig på dette spørsmålet. Elevene på 9. trinn og Vg2 får også spørsmål om hvem de tror eier bildene som de legger ut på Facebook. Her svarer 24 % av 9. trinn og 38 % av elevene på Vg2 riktig.

KRITISK MEDIEFORSTÅELSE I VOKSENBEFOLKNINGEN

Voksnes kritiske medieforståelse blir undersøkt i PIAAC-studien og i Vox-studiene. I PIAAC er det informantenes evne til å lese og forstå ulike tekster, og å bruke informasjonen de finner til å svare på oppgaver, som er det sentrale. Studien belyser komponenten *forståelse av medieinnhold*, ettersom oppgavene krever høyere leseferdigheter og kjennskap til ulike typer tekster. Studien berører imidlertid også komponenten *brukeratferd*, ettersom oppgavene tester informantenes strategier for å lete etter og kritisk vurdere informasjon.

Undersøkelsen viser at et overveiende flertall kan lese lange og fylldige tekster, men at en viss andel av befolkningen har ferdigheter på de lavere nivåene.⁷⁸ Den største andelen av befolkningen befinner seg imidlertid på nivå 2 og 3.⁷⁹ Studien viser at de yngste (16-19 år) og de eldste (55-65 år) aldersgruppene skårer dårligst. Lavere utdanningsnivå i disse gruppene forklarer en del av dette bildet. Blant aldersgruppen 25-44 år, som er den sterkeste gruppen, er mer enn to av tre på nivå 3 eller bedre. Innvandrerbefolkningen har generelt dårligere leseferdigheter, og særlig er snittskårene for innvandrere som ikke kommer fra Sverige eller Danmark lav. Kvinner

har bedre ferdigheter knyttet til prosatekster enn menn, mens menn leser dokumenttekst bedre enn kvinner.⁸⁰ Studien finner at det er høyest leseferdighet blant de som har tatt utdanning innen naturvitenskap, matematikk og IT, når også utdanningsnivå er korrigert for.⁸¹

Også enkelte spørsmål fra Vox-studiene undersøker voksenbefolkningens *kritiske forståelse*. I denne studien rapporteres det på spørsmål som belyser informantenes *brukeratferd* i tilknytning til nettmedier. 2011-studien viser at det å finne informasjon er noe en stor del av voksenbefolkningen har god erfaring med. Det å finne steder på internett som har informasjonen man trenger er noe nesten fire av fem sier at de har god erfaring med. Når det gjelder å vurdere informasjonen, er det imidlertid langt færre som sier de har god erfaring med dette. 36 % oppgir at de har manglende erfaring med å vurdere om informasjon på nettet er gammel, ensidig eller lite troverdig. 46 % har manglende erfaring med å vurdere hva slags informasjon det er trygt å legge ut på sosiale medier eller andre steder på nett. I innvandrerbefolkningen er nivået knyttet til disse ferdighetene enda lavere.⁸²

⁷⁸ 12 % ligger på de to laveste nivåene. Oppgavene på disse to nivåene krever ikke at informantene bearbeider og trekker slutninger på bakgrunn av informasjonen og fordrer derfor ikke at informanten vurderer informasjonen i særlig grad.

⁷⁹ 31 % er på nivå 2 og 42 % på nivå 3. 13 % av befolkningen befinner seg på nivå 4 og 1 % på nivå 5. På nivå 3 kan informantene besvare oppgaver på bakgrunn av lange og fylldige tekster som har ulike tekststrukturer og retoriske virkemidler. Oppgavene som den største andelen av informantene kunne løse krever at de håndterer informasjon i flere trinn og at de evner å identifisere relevant informasjon. Informantene på dette nivået kan identifisere, tolke og evaluere forskjellige opplysninger og trekke korrekte slutninger på bakgrunn av disse.

⁸⁰ Den totale forskjellen i leseferdighet mellom kjønnene er imidlertid ikke signifikant dersom man korrigerer for andre bakgrunnsvariabler.

⁸¹ Videre er det generelt også en høyere andel gode lesere blant de som har studert innen humaniora, estetiske fag og språkfag. Det er blant de som har studert helse- og sosialfag at ferdighetsnivået er lavest. I tillegg til eget utdanningsnivå er også foreldres utdanningsnivå betydningsfullt også for denne ferdigheten. Når det gjelder hva informantene gjør i jobbsammenheng, finner man en positiv sammenheng mellom leseferdighetsnivå og lesing og skrivning som del av jobb.

⁸² Snittskåren i befolkningen som helhet er 57 poeng for området «evaluere informasjon», mens den i innvandrerbefolkningen er 43. Som for andre digitale ferdigheter varierer imidlertid nivået mellom innvandrergruppene også her.

KOMMUNIKATIVE EVNER – BARN

Som vi har vært inne på er barn aktive brukere av sosiale nettsteder og chat. Denne typen mediebruk kan knyttes til komponenten *sosiale relasjoner*. *Barn og medierundersøkelsene* og *Monitor skole 2013* viser hvordan barn produserer og deler ulike typer medieinnhold på ulike nettarenaer. Her belyses også indikatorer knyttet til komponenten *innholdsproduksjon* i kompetansemodellen.

Når det gjelder deltakelse på sosiale nettsteder, er dette mest utbredt blant de eldste barna. I *Barn og medier 2014* sier totalt 76 % av informantene at de bruker sosiale nettsteder.⁸³ Det er flere jenter enn gutter som bruker sosiale nettsteder, og jentene bruker disse tjenestene oftere. *Monitor skole 2013* viser at 95 % av elevene på 9. trinn og 97 % på Vg2 har konto på Facebook. I 68 % av 7. trinn sier at de bruker PC eller nettbrett til å delta på sosiale medier daglig. 83 % av 9. trinn og 92 % av Vg2-elever sier det samme. Barn bruker imidlertid sosiale medier fra andre plattformer. Ifølge *Barn og medier 2014* bruker 50 % sosiale nettsteder via mobilen. Å bruke chat og videosamtaler er også utbredte sosiale nettbaserte aktiviteter blant barn. I 2010 oppga 71 % av informantene i *Barn og medier* at de chatter én eller flere ganger i uka. I 2014-undersøkelsen sier 42 % det samme. Andelen som gjør dette ofte har gått noe ned de siste årene. Samtidig sier 23 % av informantene i 2014 at de ikke bruker chatteprogram. Barn chatter også med andre via funksjoner på sosiale nettsteder som ikke primært er chatteprogram. I følge *Monitor skole 2013* er det over 80 % på 9. trinn og over 90 % på Vg2 som bruker Facebook til å chatte ukentlig. Mange barn bruker også internettsamtaler (f.eks. Skype). *Barn og medier 2014* viser at nesten 80 % av barn bruker internettsamtaler, og én av fem gjør dette ofte.

Når det gjelder brukergenerert innhold, viser undersøkelsene at barn i økende grad deler ulike typer innhold på sosiale nettsteder. *Monitor skole 2013*

undersøker i hvilken grad elever (på 9. trinn og i Vg2) laster opp ulike typer innhold på Facebook.⁸³

Også *Barn og medier* undersøker barns opplasting av brukergenerert innhold på nett. 35 % av barn har lastet opp kommentarer på nyheter, i forum eller liknende. Det er blant gutter og blant de eldste, at andelen som gjør dette er størst. Noen barn sier også at de blogger (16 %), men her har det vært en nedgang siden 2012. Her er andelen størst blant jenter.

Barn og medier undersøker opplasting av spesifikke typer innhold på nett.⁸⁴ I 2014 svarer 65 % av barna at de laster opp bilder på nett. Dette er en oppgang på nærmere 30 prosentpoeng sammenliknet med 2012-studien. Også for opplasting av video har andelen økt markant. 51 % sier at de laster opp video. 44 % av informantene laster også opp annet innhold på nett. *Barn og medier 2014* viser at det også har vært en økning i opplasting av innhold via mobil de siste to årene.⁸⁵ I 2012 sa 20 % at de bruker mobiltelefonen til å laste opp bilder eller film på nett, mens 2014-studien viser at 55 % av barn laster opp bilder via mobilen. Det er alders- og kjønnsforskjeller knyttet til opplasting av innhold. Opplasting øker signifikant med alderen på informantene. Jenter laster i større grad enn gutter opp bilder, mens det er vanligere blant gutter å laste opp video.

Når det gjelder innholdsproduksjon undersøker *Barn og medier* fra 2014-studien også barns erfaring med kreativ produksjon.⁸⁶ Her kommer det fram at 67 % av barn fotograferer og redigerer bilder, mens 58 % lager og redigerer film og video. 30 % lager nettsider og 25 % lager programmer, apper eller spill for datamaskin, nettbrett eller mobil. Andelen som har erfaring med slike aktiviteter er økende med alder. Det er også kjønnsforskjeller knyttet til hva barn produserer. Jenter er mer aktive på å produsere bilder, mens guttene i større grad lager egne nettsider, samt programmer, apper eller spill.⁸⁷

⁸³ *Barn og medier 2014* tillater også informantene å skrive inn navnet på tre sosiale nettsteder de bruker ofte. Her kommer det fram at billeddelingstjenestene Instagram og Snapchat er populære sosiale medier, særlig blant jenter. Her kommer det fram at barn mener spill som *Call of Duty* og *Minecraft*, videotjenesten YouTube og samtaletjenesten Skype er viktige sosiale nettsteder. En av tre barn bruker Twitter og nettforum.

⁸⁴ Rundt 15 % sier at de legger ut bilder ukentlig eller oftere. Noe flere oppdaterer statusen sin ukentlig eller oftere. Over 60 % av 9. trinn og over 70 % på Vg2 sier at de kommenterer andres bilder eller oppdateringer.

⁸⁵ Undersøkelsene skiller dessverre ikke mellom opplasting av brukergenerert innhold og egenprodusert innhold som lastes opp åpent på nett.

⁸⁶ 2014: 80 % bruker mobilen til å ta bilder, 47 % bruker mobilen til å ta opp video.

⁸⁷ Studien undersøker imidlertid ikke hvorvidt barna legger ut de kreative produksjonene på nett.

KOMMUNIKATIVE EVNER – VOKSNE

Voksnes *kommunikative evner* belyses gjennom spørsmål i Vox-studien og gjennom noen svaralternativer i *Norsk mediebarometers* kartlegging av voksnes internettbruk. Det er hovedsakelig komponenten *sosiale relasjoner* som undersøkes.

Tall fra *Norsk mediebarometer* viser at den norske voksenbefolkningen bruker internett til å kommunisere i ulike fora. Denne undersøkelsen viser at om lag 80 % av voksne i alderen 16-44 år og om lag 40 % i alderen 45-79 år, bruker sosiale medier i løpet av en gjennomsnittsdag.⁸⁸ *Norsk mediebarometer* viser også at mange voksne bruker chat en gjennomsnittsdag. 68 % av 16-24-åringene chatter i løpet av en gjennomsnittsdag, mens én av fire i alderen 25-44 år gjør det samme. I de to eldste gruppene av befolkningen er andelen enda mindre (16 % og 6 %).

Vox-studien belyser voksenbefolkningens erfaring med deltakelse i nettsamfunn, samarbeid på nett, å lese og/eller kommentere en blogg og å opprette egen hjemmeside. Snittskår for voksenbefolkningen på ferdigheten å delta i et nettsamfunn er 57. For det å lese og/eller kommentere en blogg var snittskåren 42. Disse skårene tilsvarer nivået av middels brukere.⁸⁹ For ferdigheten å delta i samarbeids- og prosjektgrupper på nettet og å opprette egen hjemmeside, var snittskårene 28, hvilket tilsvarer nivået til svake brukere. Dette er de laveste målte nivåene på alle ferdighetene i undersøkelsen. Innvandrerbefolkningen skårer lavere på alle disse ferdighetene, med unntak av deltakelse i samarbeidsgruppe på nett.

⁸⁸ I *Monitor skole 2013* rapporterer elevene om egne ferdigheter i det å redigere digitale bilder og det å lage multimediapresentasjoner med lyd, bilde og video. Over 90 % av elevene på alle tre trinn har noe erfaring med disse aktivitetene. Når det gjelder multimediapresentasjoner sier 56 % av elevene på 7. trinn, 67 % av elevene på 9. trinn og 74 % av elevene på Vg2 at de kan lage slike uten hjelp.

⁸⁹ Undersøkelsen viser imidlertid ikke hva slags bruk eller hvilke sosiale medier det er snakk om. Den gir slikt sett ikke informasjon om hva informantene bruker disse mediene til.

⁹⁰ Her er det verdt å ta med i betraktning at det har vært en markant økning i voksenbefolkningens bruk av sosiale medier siden 2010 da undersøkelsen ble gjennomført (jf. Vaage 2014).



OPPSUMMERING OG HOVEDFUNN

Tabell 1: Hvilke områder er det forsket på?⁹¹

RAMMEVERK FOR MEDIEKOMPETANSE		FORSKNINGSMETODER I STUDIENE	
HOVED-OMRÅDER	KOMPONENTER	BARN (9-16/18 år)	VOKSNE (16/18-69/79 år)
Brukerferdigheter	Data- og internettferdigheter	<i>Monitorstudiene:</i> Selvrapporterte og testede ferdigheter i ulike aldersgrupper	<i>Vox-studiene:</i> Selvrapportert erfaring med bruk av digitale verktøy. Skiller <i>PIAAC:</i> Testede ferdigheter i problemløsning med IKT. Skiller
	Balansert og aktiv bruk av medier: - Internett - Aviser - Kino - Bøker - Mobil - Tv - Radio - Elektroniske spill	<i>Norsk mediebarometer:</i> Andel brukere og tidsbruk: Alle medier. Bruk av PC/internett til ulike formål. Skiller i bruk <i>Barn og medier:</i> Nyansert bilde av mediebruk fra ulike plattformer, til ulike formål. Skiller i bruk	<i>Norsk mediebarometer:</i> Andel brukere og tidsbruk: Alle medier. Bruk av PC/internett til ulike formål. Skiller i bruk <i>Vox-studiene:</i> Nyansert bilde av PC- og internettbruk. Hyppighet, arenaer. Skiller i bruk
	Avansert internettbruk: - Handle over nett - E-borgerskap - Nettbank	<i>Barn og medier:</i> Aktiviteter på nett/mobil. Skiller <i>Norsk mediebarometer:</i> Andel brukere av tjenester på nett. Skiller	<i>Norsk mediebarometer:</i> Andel brukere av tjenester på nett. Skiller <i>Vox-studiene:</i> Erfaring med bruk av digitale verktøy til div formål. Skiller
Kritisk forståelse	Forstå medieinnhold og -funksjoner: - (Høyere) Leseferdigheter - Tillitt til informasjon i medier - Kjennskap til forskjeller i representasjon i ulike medier - Identifisere retoriske virkemidler i ulike medier - Klassifisere tekster og innholdstyper, formater, plattformer og systemer	<i>Barn og medier:</i> Tillitt til informasjon på nett Oppfatninger om ulike typer innhold og påvirkning <i>Monitor:</i> Tillitt til informasjon i ulike skolemedier Kjennskap til innhold og plattformer	<i>PIAAC:</i> Test av leseferdighet og evne til å identifisere, vurdere, integrere og anvende informasjon fra ulike typer tekster i analoge og digitale (hovedsakelig) skriftlige formater. Skiller
	Kunnskap om medier og regulering - Kunnskap om mediekonsentrasjon og finansiering av medier - Kunnskap om regulering av medier og innhold - Kunnskap om medielovgivning og sanksjonsmyndigheter - Kunnskap om rapportering	<i>Barn og medier:</i> Kjennskap til/erfaring med rapportering <i>Monitor:</i> Kunnskap om opphavsrett og andre rettigheter knyttet til innhold publisert på nett	
	Brukeratferd - Strategier for informasjonssøk - Kritisk vurdering av informasjon og innhold i ulike medier - Håndtering av personlig informasjon	<i>Barn og medier:</i> Strategier for søk og å vurdere informasjon på nett Oppfatninger og atferd knyttet til deling av personlig informasjon	<i>PIAAC:</i> Tester evne til kritisk vurdering av informasjon i møte med ulike typer innhold. Håndtere motstridende informasjon <i>Vox-studiene:</i> Erfaring med å finne og vurdere informasjon, og å evaluere hva slags informasjon som er trygt å legge ut på nett
Kommunikative evner	Sosiale relasjoner - Deltakelse på sosialt nettsted - Brukergenerert innhold - Internett for samarbeid	<i>Monitor:</i> Strategier for å finne og vurdere informasjon <i>Barn og medier:</i> Bruk av sosiale medier, chatteprogrammer Andel som har lastet opp innhold	<i>Norsk mediebarometer og Vox:</i> Andel som bruker sosiale medier/chat Erfaring med nettsamfunn, samarbeid på nett, lesing/ kommentering av blogg og oppretting av hjemmeside
	Deltakelse i den offentlige debatten - Deltakelse i debatter om politiske eller samfunnsmessige temaer i ulike medier - Publisering av medieinnhold ment for å inngå i den offentlige debatt - Å delta i eller støtte politisk eller annet organisasjonsarbeid, være med i demonstrasjoner	<i>Norsk mediebarometer:</i> Andel brukere av sosiale medier og chat <i>Monitor:</i> Andel som har konto på Facebook og bruker den til å ulike formål	
	Innholdsproduksjon - Ferdigheter i medieproduksjon - Erfaring med kreativ produksjon - Opplasting av innhold åpent på nett	<i>Barn og medier:</i> Andel som har erfaring med produksjon av innhold <i>Monitor:</i> Ferdigheter relatert til medieproduksjon	

⁹¹ Grønn farge markerer at området eller komponenten er belyst gjennom studiene. Lilla farge markerer at området eller komponenten er belyst i noen grad. Oransje farge indikerer at studiene i svært liten grad belyser området eller komponenten.

BRUKERFERDIGHETER

Som det framgår av tabellen over dekker studiene gjennomgått i denne rapporten, kun ett av hovedområdene i EAVIs kompetansemodell relativt godt: *brukerferdigheter*. De gjennomgåtte studiene gir et mer nyansert bilde av *data- og internettferdigheter* i voksenbefolkningen enn blant barn og unge. Vox-undersøkelsene omfatter svært mange spørsmål som relaterer seg til disse ferdighetene. Her kommer det fram at voksenbefolkningen har svært ulikt nivå på forskjellige typer data- og internettferdigheter, og at det er store skiller knyttet til alder, sosioøkonomisk status og innvandrerstatus. PIAAC-studien bekrefter at disse bakgrunnsfaktorene spiller en stor rolle ved å belyse andre aspekter ved brukerferdigheter enn gjennom selvrapportering. Denne studien tester voksenbefolkningens problemløsningsferdigheter i IKT-miljø og gir på den måten et mer helhetlig mål på voksenbefolkningens IKT-ferdigheter slik de måles gjennom ulike typer oppgaver.

Det er først og fremst *Monitor*-studiene som måler barns data- og internettferdigheter. Her rapporterer elevene selv om sine ferdigheter i tillegg til at de også blir testet gjennom en quiz. I dette arbeidet har vi ikke fått tilgang til alle spørsmålene og svarene i testdelen, og det blir derfor noe fragmentarisk å forstå funnene i *Monitor* sammenliknet med Vox-studiene.

For komponenten *balansert og aktiv bruk av medier* gir studiene samlet et bedre bilde av mediebruk blant barn enn hos voksne. Ingen av studiene opererer imidlertid med skåringsverdier for å knytte mediebruk til et mål på hva som er «aktiv og balansert bruk» for ulike aldersgrupper. Det rapporteres heller ikke på mediebruk på individnivå, men på gjennomsnitt og prosentandel i ulike grupper av befolkningen. *Norsk mediebarometer* belyser andelen brukere og tidsbruk i tilknytning til et bredt spekter medier. Det gir slik sett god innsikt i andel brukere og bruksfrekvens, samt skillet i bruk mellom ulike aldersgrupper. Funn i Vox-studiene mangler bredden i medietyper. Studiene viser at det er skiller også i mediebruk knyttet til alder, kjønn, innvandringsgrupper og sosioøkonomisk status. *Barn og medier*-studiene gir et mer nyansert bilde av barns mediebruk, som også belyser hvilke digitale medier som brukes til ulike typer aktiviteter og fra ulike plattformer. Denne studien viser også på en noe bedre måte bruksfrekvensen i mediebruk enn *Norsk mediebarometer*, ved å identifisere hvilke medier barn bruker «ofte» og «aldri».

Når det gjelder *avansert internettbruk* er denne noe mindre omfattende komponenten også godt undersøkt gjennom disse studiene. Vox-studiene måler «erfaring med», som kanskje er mer hensiktsmessig for å belyse ferdigheter enn «frekvens» (jf. «bruker en gjennomsnittsdag»). Her kommer det fram at det er ulike nivåer i voksenbefolkningen når det gjelder avanserte internettferdigheter.

KRITISK FORSTÅELSE

Området *kritisk forståelse* er kun delvis undersøkt gjennom studiene. Flere av komponentene er ikke belyst i tilstrekkelig grad. Når det gjelder *kunnskap om medier og regulering* mangler det helt studier som belyser dette i voksenbefolkningen. Blant barn er enkelte indikatorer på denne komponenten undersøkt. Kunnskap om opphavsrett og rapportering av innhold på nett berører likevel langt fra alle punktene. Her er det altså kunnskapshull på begge sider.

Komponentene *forståelse av medieinnhold og -funksjoner* og *brugeratferd* er omfattende, og studiene dekker heller ikke her hele spekteret av indikatorer. Primært er barns tillit til og opplevelse av medieinnhold på nett undersøkt. Videre er barns kunnskaper om innholdstyper på internett belyst i noen grad. *Barn og medier* belyser også barns oppfatning av mediepåvirkning, også ut over nettmedier. Indikatorer som leseferdigheter, kunnskap om forskjeller i representasjon og retoriske virkemidler i ulike medier, samt evne til å klassifisere tekster og innholdstyper, er ikke belyst gjennom studiene i denne rapporten.⁹² Når det gjelder *brugeratferd* belyser studiene i noen grad barns strategier for informasjonssøk på internett, barns holdninger og atferd knyttet til deling av personlige opplysninger på nett og barns strategier for å finne og

vurdere informasjon. Studiene belyser imidlertid ikke *brugeratferd* i tilknytning til andre medier enn de som er nettbaserte.

Blant de voksne belyser PIAAC-studien både *forståelse av medieinnhold og -funksjoner* og *brugeratferd*, men det er som vi har nevnt vanskelig å påvise hvordan studien relaterer seg til ulike indikatorer. Studien synliggjør ferdighetsnivået blant voksne knyttet til lesing, gjennom oppgaver som stiller krav til informantenes evner til å identifisere, evaluere og sammenstille informasjon på bakgrunn av et bredt spekter tekster (hovedsakelig skriftbaserte). Informantenes ferdigheter og strategier kommer her fram ved at informantene tilskrives et nivå på bakgrunn av oppgavene de klarer å løse. Vox-studiene er et viktig supplement ettersom voksenbefolkningens ferdighetsnivå undersøkes gjennom selvrapporterte erfaring med informasjonssøk og evaluering av informasjon på nett. Studiene av *kritisk medieforståelse* i voksenbefolkningen retter seg mot et relativt smalt utvalg av medier.

⁹² I PISA-studiene, som ikke gjennomgås her, finnes det data på norske elevers leseferdigheter med oppgaveløsning på lik linje med PIAAC-studien. Se Eriksen & Narvhus (2013) og Røe (2013).

KOMMUNIKATIVE EVNER

På området *kommunikative evner* er komponenten *sosiale relasjoner* relativt godt undersøkt. Blant barn er bredden av ulike aktiviteter på sosiale medier bedre undersøkt enn på voksensiden, gjennom både *Barn og medier* og *Monitor*-studiene. Blant voksne er det ut fra studiene mindre kunnskap om hva denne aldersgruppen gjør på sosiale medier. Når det gjelder komponenten *deltakelse i den offentlige debatten* belyser ingen av de gjennomgåtte

studiene denne. *Innholdsproduksjon* med digitale medier er i noen grad undersøkt når det gjelder barn, men dette er lite undersøkt blant voksne i de gjennomgåtte studiene. Studien belyser ikke i hvilken grad barn og voksne laster opp egenprodusert innhold på nett. De gir heller ikke innblikk i voksnes ferdigheter og erfaring med kreativ medieproduksjon.

FORSLAG TIL VIDERE FORSKNING

Undersøkelsene gjennomgått i denne studien gir altså ikke et fullgodt bilde av befolkningens digitale mediekompetanse. Med utgangspunkt i funnene i denne rapporten peker det seg ut noen viktige kompetanseområder som må belyses i videre forskning.⁹³ Spesielt er det behov for å belyse befolkningens:

- Kunnskap om medier og medieregulering: her mangler det særlig studier av voksenbefolkningens kunnskaper om hvordan medier er regulert
- Forståelse av medieinnhold og -funksjoner: særlig mangler studier som undersøker forståelse av ikke-skriftlige medieformer (video, film, spill osv.)
- Deltakelse i den offentlige debatt: det er behov for at studiene belyser befolkningens bruk av mediene med formål å delta i det offentlige ordskiftet
- Innholdsproduksjon: særlig mangler studier som undersøker voksnes produksjon og deling av medieinnhold

Det er også behov for å dekke komponentene *bruketferd* og *sosiale relasjoner* bedre i videre studier.

Det er vanskelig å sammenstille forskningsfunn på bakgrunn av studier som baserer seg på forskjellige utvalg og som operasjonaliserer fenomenene på svært ulike måter. Det er dermed vanskelig å si noe om nivået i befolkningen på tvers av funn i studiene. I videre forskning bør det vektlegges å undersøke hele befolkningen med samme typer bakgrunnsvariabler på tvers av studier. Slik kan man få et bedre bilde av hvordan ulike bakgrunnsvariabler korrelerer med

ulike komponenter i mediekompetanse i den norske befolkningen.

De gjennomgåtte studiene baserer seg på et bredt spekter av spørsmålstyper. Spørsmål som kartlegger bruk og bruksfrekvens, spørsmål som undersøker selvrapporterte ferdigheter, holdnings- og atferdsspørsmål og spørsmål som tester informantenes kunnskap gjennom flervalgsspørsmål og oppgaveløsning er egnet til å undersøke ulike sider av mediekompetanse. I videre forskning bør man forsøke å bygge på erfaringene fra tidligere studier og utvikle undersøkelser med hensiktsmessige spørsmålstyper. I denne rapporten har vi påpekt at det ikke er mulig å si noe om nivå på tvers av studiene ettersom undersøkelsene baserer seg på ulike operasjonaliseringer og skåringsystemer. I videre studier bør man vektlegge å integrere ulike spørsmålstyper i samme undersøkelse.

Ideelt sett bør det gjennomføres studier som belyser alle de tre hovedområdene i EAVIs mediekompetansmodell i samme undersøkelse. Slik blir det mulig å få et bilde av sammenhengen i befolkningens kompetansenivå på tvers av hovedområder og komponenter. Ved å belyse alle kompetanseområdene i samme undersøkelse, blir det også mulig å studere den enkelte informants ferdighetsnivå og kunnskap på de ulike komponentene i kompetansemodellen. Dette vil kunne gi et innblikk i typiske kompetanseprofiler, som gir verdifull informasjon om befolkningens kompetanse på individnivå. Dette vil også gjøre det mulig å få et bilde av stereotypiske nivåvariasjoner og hvordan disse relaterer seg til bakgrunnsvariabler.

⁹³ Da mandatet her var å undersøke et gitt utvalg studier, har vi ikke tatt med i betraktning eventuelle andre studier som belyser disse komponentene helt eller delvis.

En studie av PC- og internettbruk som ble gjennomført av SINTEF er interessant i denne sammenheng (Brandtzæg, Heim, & Karahasanovic, 2011). Undersøkelsen belyser både forskjeller i omfanget av mediebruk, men også ulike typer bruksmønstre. På dette grunnlaget tegnet de profiler av fem stereotypiske internettbrukere; *Non-users*, *Average Users*, *Instrumental Users*, *Entertainment Users* og *Advanced Users*. En nyere rapport basert på tallene fra *Barn og medier 2014* beskriver fire typer mediebrukere blant barn, på bakgrunn av 24 spørsmål i studien (Brandtzæg, 2014). Brandtzæg fant fire stereotypiske bruksmønstre i dette materialet: Lavfrekvente brukere (38 %), moderate brukere (11 %), sosiale brukere (41 %), avanserte brukere (10 %). Ved å gjøre studier som belyser alle komponentene i mediekompetansemodellen, vil man kunne gjøre slike kategoriseringer og få et bilde av typiske kompetanseprofiler.

REFERANSER

- Bjørkeng, B.** (2013). Ferdigheter i voksenbefolkningen: Resultater fra den internasjonale undersøkelsen om lese- og tallforståelse (PIAAC). Oslo: Statistisk sentralbyrå.
- Brandtzæg, P. B.** (2014). Digitale skiller blant barn og unge i 2014 - Hvor "flinke" er de digitalt innfødte i verdens mest digitale land. Anbefalinger til Kommunal- og moderniseringsdepartementet: Medietilsynet Trygg Bruk.
- Brandtzæg, P. B., Heim, J., & Karahasanovic, A.** (2011). Understanding the New Digital Divide - A Typology of Internet Users in Europe. *International Journal of Human-Computer Studies*, 69(3), 123-138.
- Buckingham, D.** (2003). *Media Education - Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Buckingham, D.** (2005). *The Media Literacy of Children and Young People - A Review of Research Literature on Behalf of OFCOM*. London: OFCOM.
- Burn, A. (2008).** Media Education, Digital Production, and New Media: What do Teachers Need to Know? In P. Rivoltella (Ed.), *Digital Literacy: Tools and Methodologies for Information Society* (pp. 259-276). Hershey, PA: IRM Press.
- Burn, A., & Durran, J.** (2007). *Media Literacy in Schools - Practice, Production and Progression*. London: Paul Chapman Publishing.
- EAVI. (2009).** Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels - Final Report. Brussel: European Commission.
- EAVI/DTI. (2011).** Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe - Final Report. Brussels/Aarhus: European Commission.
- Egeberg, G., Gudmundsdóttir, G. B., Hatlevik, O. E., Ottestad, G., Skaug, J. H., & Tømte, K.** (2012). *Monitor 2011 - Skolens digitale tilstand*. Oslo: Senter for IKT i utdanningen.
- Eriksen, A., & Narvhus, E. K.** (2013). Digital lesing. In M. Kjærnsli & R. V. Olsen (Eds.), *Fortsatt en vei å gå - Norske elevers kompetanse i matematikk, naturfag og lesing i PISA 2012*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Erstad, O.** (2004). Mediekompetanse i det sosiokulturelle felt. *Norsk Medietidsskrift*(3/2004).
- Erstad, O., Amdam, S., Müller, L., & Gilje, Ø.** (2012). Background Working Paper. Meta-Analysis of Reviews on Media Literacy and Media Studies. Tilgjengelig på www.esf.org/mediastudies.
- FAD** (2006). Eit informasjonssamfunn for alle. St.meld. nr. 17 (2006-2007). Fornyings- og administrasjonsdepartementet.
- Ferrari, A.** (2012). *Digital Competence in Practice: An Analysis of Frameworks* JRC Technical Reports: European Commission.
- Gilje, Ø., & Svoen, B.** (2012). Policy Making and Practices of Production Across Contexts of Learning. *Nordic Journal of Digital Literacy*, 7(04), 284-301.
- Gilster, P.** (1997). *Digital Literacy*. New York: Wiley and Computer Publishing.
- Guthu, L. K.** (2010). *Innvandrere på nett: en analyse av innvandreres digitale kompetanse*. Oslo: Vox, nasjonalt fagorgan for kompetansepolitikk.
- Guthu, L. K.** (2011). *Fremdeles mange som står igjen: digital kompetanse i befolkningen*. Oslo: Vox, nasjonalt fagorgan for kompetansepolitikk.
- Guthu, L. K., & Gravdahl, B.** (2008). *Borger og bruker - En analyse av den norske befolkningens digitale kompetanse*. Oslo: Vox, Nasjonalt fagorgan for kompetansepolitikk.
- Hatlevik, O. E., Egeberg, G., Gudmundsdóttir, G. B., Loftsgarden, M., & Loi, M.** (2013). *Monitor skole 2013 - Om digital kompetanse og erfaringer med bruk av IKT i skolen Læring for framtiden*. Oslo: Senter for IKT i utdanningen.
- Jenkins, H., Clinton, K., Purushotma, R., Robison, A. J., & Weigel, M.** (2006). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century. Building the Field of Digital Media and Learning*. http://digitallearning.macfound.org/atf/cf/%7B7E45C7E0-A3E0-4B89-AC9C-E807E1B0AE4E%7D/JENKINS_WHITE_PAPER.PDF
- Korten, J. U., & Svoen, B.** (2006). Unge medieprodusenter og kreativ mediekompetanse. *Nordic Journal of Digital Literacy*(04/2006), 306-328.

Livingstone, S., Couvering, E. V., & Thumin, N. (2008). *Adult Media Literacy – A Review of the Research Literature on Behalf of Ofcom*. London: Ofcom.

Medietilsynet (2010). *Barn og digitale medier 2010 - Fakta om barn og unges bruk og opplevelse av digitale medier*. Fredrikstad: Medietilsynet - Trygg bruk.

Medietilsynet (2011). *Mediekompetanse for alle*. Retrieved 05.02.14 <http://www.medietilsynet.no/Mediekompetanse/>

Medietilsynet (2012). *Barn og medier 2012 – Fakta om barn og unges (9-16 år) bruk og opplevelser av medier*. Barn og medier: Trygg Bruk-senteret.

Medietilsynet (2014). *Barn og medier 2014 - Barn og unges (9-16 år) bruk og opplevelser av medier*: Medietilsynet - Trygg Bruk.

OFCOM (2008). *Media Literacy Audit: Report on UK Adults' Media Literacy*. London: Ofcom.

Roe, A. (2013). Lesing. In M. Kjærnsli & R. V. Olsen (Eds.), *Fortsatt en vei å gå – Norske elevers kompetanse i matematikk, naturfag og lesing i PISA 2012*. Oslo: Universitetsforlaget.

Svoen, B. (2012). *Unge medieprodusenter og kommunikasjonens kunst – en studie av Voes blogg og filmer*. In S. Vettenranta & V. Frantzen (Eds.), *Mediepedagogikk: refleksjoner om teori og praksis*. Trondheim: Tapir Akademisk forlag.

Tornero, J. M. P., & Varis, T. (2010). *Media Literacy and New Humanism*. Moscow: UNESCO Institute for Information Technologies in Education.

Tyner, K. (1998). *Literacy in a Digital World: Teaching and Learning in the Age of Information*. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum.

Utdanningsdirektoratet (2012). *Rammeverk for grunnleggende ferdigheter - Til bruk for læreplangrupper oppnevnt av Utdanningsdirektoratet*. <http://www.udir.no/Lareplaner/Grunnleggende-ferdigheter/>: Kunnskapsdepartementet
Retrieved from http://www.udir.no/Upload/larerplaner/lareplangrupper/RAMMEVERK_grf_2012.pdf?epslanguage=no.

Vaage, O. F. (2010). *Norsk mediebarometer 2009 Statistiske analyser* Oslo: Statistisk sentralbyrå.

Vaage, O. F. (2011). *Norsk mediebarometer 2010 Statistiske analyser* (pp. book). Oslo: Statistisk sentralbyrå.

Vaage, O. F. (2012). *Norsk mediebarometer 2011 Statistiske analyser* (pp. book). Oslo: Statistisk sentralbyrå.

Vaage, O. F. (2013). *Norsk mediebarometer 2012 Statistiske analyser*. Oslo: Statistisk sentralbyrå.

Vaage, O. F. (2014). *Norsk Mediebarometer 2013 Statistiske Analyser*. Oslo: Statistisk Sentralbyrå.

Vox (2011). *Analysemetoder for digital kompetanse*.

Retrieved 14.02.14, from <http://www.vox.no/statistikk-og-analyse/Analysemetoder-for-digital-kompetanse/#q=digital%20kompetanse>

Østerud, S. (2004). *Utdanning for informasjonssamfunnet: den tredje vei*. Oslo: Universitetsforl.

VEDLEGG

STUDIE	Barn og medier 2010
REFERANSE	Medietilsynet (2010). Barn og digitale medier 2010 – Fakta om barn og unges bruk og opplevelse av digitale medier. Fredrikstad: Medietilsynet – Trygg Bruk
GJENNOMFØRT	2009, Sentio Research Norge
UTVALG	Barn i alderen 9-16 år, fra 19 ulike skoler n=1777 (svarprosent på 76,5%)
METODE	Spørreundersøkelse, selvadministrert spørreskjema. Gjennomført i samarbeid med skolene. 2 ulike spørreskjema (4-7 klasse og 8-10 klasse).
STUDIE	Barn og medier 2012
REFERANSE	Medietilsynet (2012). Barn og medier 2012 – Fakta om barn og unges (9-16 år) bruk og opplevelser av medier. Fredrikstad: Medietilsynet – Trygg Bruk
GJENNOMFØRT	2012, Sentio Research Norge
UTVALG	Barn i alderen 9-16 år, fra 27 ulike skoler n=2042 (svarprosent på 81%)
METODE	Spørreundersøkelse, selvadministrert (papir eller web). Gjennomført i samarbeid med skolene. 2 ulike spørreskjema (4-7 klasse og 8-10 klasse).
STUDIE	Barn og medier 2014
REFERANSE	Medietilsynet (2014). Barn og medier 2014 – Barn og unges (9-16 år) bruk og opplevelser av medier. Fredrikstad: Medietilsynet – Trygg Bruk
GJENNOMFØRT	November 2013-januar 2014, Ipsos MMI
UTVALG	Barn i alderen 9-16 år n=1950 (svarprosent på 55%)
METODE	Spørreundersøkelse, selvadministrert elektronisk. Gjennomført i samarbeid med skolene. 2 ulike spørreskjema (4-7 klasse og 8-10 klasse).
STUDIE	Ferdigheter i voksenbefolkningen
REFERANSE	Bjørkeng, B. (red.). (2013). Ferdigheter i voksenbefolkningen – Resultater fra den internasjonale undersøkelsen om lese- og tallforståelse (PIAAC). Rapporter 42/2013. Oslo/Kongsvinger: Statistisk Sentralbyrå.
GJENNOMFØRT	Den norske delen av studien ble gjennomført i 2011/2012. (Undersøkelsen for øvrig startet 2008). Statistisk Sentralbyrå
UTVALG	Omfatter 5000 norske informanter i alderen 16-65 år. Svarprosent 62%.
METODE	Besøksundersøkelse. Bakgrunnsspørreskjema (intervju) og test med oppgaveløsning (digitalt eller på papir, etter informantens kompetanse). Item response theory
STUDIE	Fremdeles mange som står igjen
REFERANSE	Guthu, L. og Lønvik, K. (2011). Fremdeles mange som står igjen. Digital kompetanse i befolkningen. Oslo: Vox
GJENNOMFØRT	2010, Norfakta. Oppfølgingsstudie til Borger og bruker (Guthu og Gravdal 2008)
UTVALG	Et representativt utvalg personer i alderen 18-69 år. n=1999
METODE	Spørreundersøkelse per post. Spørreskjema med bakgrunnsspørsmål og selvevaluering av IKT-ferdigheter.

STUDIE	Innvandrere på nett
REFERANSE	Guthu, L. og Holm, S. (2010). Innvandrere på nett – En analyse av innvanderers digitale kompetanse. Oslo: Vox
GJENNOMFØRT	2009, SSB.
UTVALG	De fem største innvandringsgruppene i Norge (med unntak av Sverige): Polen, Pakistan, Irak, Somalia og Vietnam. Personer i alderen 18-69 år n=2436
METODE	Spørreundersøkelse per post. Undersøkelsen også tilsendt på morsmål. Spørreskjema med bakgrunnsspørsmål og selvevaluering av IKT-ferdigheter.
STUDIE	Monitor 2011 Den femte kvantitative undersøkelsen i rekken om skolens bruk av digitale verktøy, læreres og elevers digitale kompetanse og skolelederes digitale prioriteringer.
REFERANSE	Egeberg, G. et al. (2012). Monitor 2011 – Skolens digitale tilstand. Oslo: Senter for IKT i utdanningen
GJENNOMFØRT	2011
UTVALG	3706 elever fra 256 skoler (47%). 7. trinn: n=2454 9. trinn: n=919 Vg2: n=333
TYPE STUDIE/METODE	Selvadministrert spørreskjema, ett til skoleledere, ett til lærere, ett tilpasset elevene på ulike trinn. Elevskjemaene inneholder quiz for å teste digital kompetanse. I underkant av 20 spørsmål. I tillegg skal elevene rapportere om egen operativ IKT-ferdighet.
STUDIE	Monitor skole 2013 Den sjette undersøkelsen om bruk av digitale verktøy i skolen, lære og elevers digitale kompetanse og skuleleiernes digitale prioriteringer.
REFERANSE	Hatlevik, O. E., Egeberg, G., Guðmundsdóttir, G. B., Loftsgarden, M., & Loi, M. (2013). Monitor skole 2013 - Om digital kompetanse og erfaringer med bruk av IKT i skolen. Læring for fremtiden. Oslo: Senter for IKT i utdanningen
GJENNOMFØRT	2013
UTVALG	3522 elever fra 187 skoler. Svarprosent ikke oppgitt. 7. trinn: n=1642 9. trinn: n=852 Vg2: n=1028 Fordi det ble trukket erstatningsskoler og Vg2-elever fra skoler som ikke var tilfeldig utvalgt, er det knyttet usikkerhet til representativitet.
TYPE STUDIE/METODE	Selvadministrert spørreskjema, ett til skoleledere, ett til lærere, tilpassede til elevene ift trinn. Elevskjemaene inneholder selvevaluering av IKT-ferdigheter og en prøve for å teste digital kompetanse. Ca. 10 flere spørsmål enn Monitor 2011, laget med utgangspunkt i læreplanens kompetansemål på 7. trinn og 10. trinn.
STUDIE	Norsk mediebarometer 2009-2013
REFERANSE	Vaage (20XX). Norsk mediebarometer 20XX. Statistiske Analyser. Oslo: Statistisk Sentralbyrå
GJENNOMFØRT	2009-2013 (utgitt året etterpå)
UTVALG	Representative, landsomfattende utvalg. Personer i alderen 9-79 år 2009: n=1780, Svarprosent 64,2 % 2010: n=1789, Svarprosent 60 % 2011: n=1790, Svarprosent 64,3 % 2012: n=1996, Svarprosent 59,1 %. Inkludert ekstra utvalg av barn 9-15 (like stort som oppr. utvalg), vektet. 2013: n=1996, Svarprosent 61,5 %
METODE	Telefonundersøkelse, spørreskjemabasert

MEDIEKOMPETANSE 2014

En systematisk oversikt over studier av
mediekompetanse i befolkningen

Medietilsynet

Nygata 4, 1607 Fredrikstad

Telefon: +47 69 30 12 00

post@medietilsynet.no

www.medietilsynet.no

www.twitter.com/medietilsynet

www.facebook.com/medietilsynet

www.youtube.com/medietilsynet



Medietilsynet

NORWEGIAN MEDIA AUTHORITY