

MEDIERNES UDVIKLING
I DANMARK

2015

SPECIALRAPPORT

Media Literacy i en dansk kontekst



Co-funded by the
European Union

Dette er en specialrapport lavet i forbindelse med Kulturstyrelsens
"Rapportering om mediernes udvikling i Danmark".

Rapporten er udarbejdet for
Kulturstyrelsen og Medierådet for Børn og Unge

af IT-Universitetet i København
Rued Langgaards vej 7
2300 Copenhagen S, DK Denmark

Forskningsgruppe: *Communication & Culture*
Strategisk initiativ: *DECIDIS*

Gitte Bang Stald, Morten Hjelholt og Laura Høvsgaard Nielsen

06.12.2015



Sammenfatning

Formålet med det projekt, som Kulturstyrelsen og Medierådet for Børn og Unge har iværksat, er at foretage et afdækningsstudie, der skal "identificere og prioritere centrale elementer, der er særligt relevante at medtage i en [eventuel fremtidig] undersøgelse af media literacy-niveauet i den danske befolkning. [Herunder] identifikation af behov og udfordringer samt prioritering af media literacy-elementer, der er særligt relevante for videre fokus og monitorering i Danmark". Det har samtidig været afgørende og et krav i forbindelse med gennemførelsen af undersøgelsen at inddrage de personer "det handler om". Det vil sige, at undersøgelsen ikke blot består af viden fra forskere og myndigheder, men har haft fokus på at inddrage den danske befolkning. Desuden har studiet haft et bredt sigte, således at fokus ikke afgrænser sig til en bestemt gruppe, som eksempelvis børn eller ældre, men inkluderer et bredt udsnit af befolkningen på tværs af alder, bopæl, baggrund og mediebrug.

Det udførte afdækningsstudie er baseret på eksisterende litteratur og analyser samt en omfattende kvalitativ undersøgelse. Den kvalitative undersøgelse er udarbejdet særskilt til dette afdækningsstudie og indgår med særlig vægt i analysen. I den kvalitative undersøgelse har vi set nærmere på relationer mellem danskeres mediebrug i hverdagslivet, mediekompetencer samt refleksioner over mediernes betydning, samt muligheder og udfordringer i deltagernes egen tilværelse. I undersøgelsen deltog 20 forskellige familier, fordelt på landets fem regioner. Undersøgelsen var bygget op omkring et metodisk apparat, som bygger på fire forskellige fokusområder: Kontekst, adgang, brug samt kritisk forståelse.

Rapportens sidste del præsenterer anbefalinger til udformning af en fremtidig, omfattende, modul-baseret undersøgelse af danskernes mediekompetencer og media literacy niveau, herunder en gennemgang af relevante elementer i forhold til de overordnede fokusområder, som foreslås. Der peges endelig på en række udfordringer, der er identificeret såvel i forhold til den foreslåede undersøgelses design og indhold, som i forhold til gennemførelsen af de enkelte moduler.

Indhold

| | |
|---|----|
| Sammenfatning | 2 |
| Indledning | 6 |
| Baggrund og begreber | 8 |
| Media literacy | 8 |
| Media literacy og mediekompetencer | 9 |
| Medier | 11 |
| Medier og hverdagsliv - individ og samfund | 11 |
| Den kompetente og refleksive medieborger | 12 |
| Litteratur | 14 |
| Diverse matrix designs for mediekompetencer og media literacy | 15 |
| Metodiske udfordringer | 18 |
| Afdækningsstudiets proces | 20 |
| Det medialiserede samfund og medieudviklingen | 22 |
| Danmarks medieprofil i forandring | 22 |
| Danmarks mediebrugerprofil i forandring | 23 |
| Afdækningsstudiets kvalitative del – design og metoder | 25 |
| Empirisk ramme - Familien og hverdagslivet | 25 |
| Undersøgelsesdeltagere | 26 |
| <i>Udfordringer i udvælgelse af deltagere</i> | 27 |
| Bearbejdning af datamateriale | 28 |
| Metodeapparat | 30 |
| Undersøgelsens supplerende eksplorative elementer | 30 |
| <i>Mediekompetencer i praksis</i> | 31 |
| <i>Deltagende observation</i> | 32 |
| <i>Besøg på institutioner og arbejdspladser</i> | 35 |
| <i>Biblioteker</i> | 35 |
| <i>Arbejdspladser</i> | 35 |
| <i>Skoler</i> | 36 |
| <i>Online fora</i> | 37 |
| Analyse | 39 |
| Hverdagsliv og medieøkologier | 41 |
| Medier på tværs af hverdagslivets kontekster | 47 |

| | |
|---|-----------|
| Erfaring, refleksion og regler | 50 |
| Tillid og risiko – medieindhold | 52 |
| Information, nyheder og engagement | 55 |
| Digitalisering af samfundsborgerliv | 59 |
| Medier og borgere og særlige udfordringer | 61 |
| <i>Udfordret af sprog og kultur</i> | 61 |
| <i>Udfordringer, muligheder og respekt</i> | 63 |
| <i>Sygdom udfordringer og strategier</i> | 65 |
| <i>Digitale medier – vindue til verden</i> | 67 |
| Opsamling | 69 |
| | |
| Erfaringer fra workshop med stakeholders | 71 |
| Program | 71 |
| Workshop og debat | 71 |
| | |
| Erfaringer fra konference med stakeholders | 74 |
| Konferenceprogram og introduktion | 74 |
| Program | 74 |
| Keynotes og diskussion af resultater | 75 |
| Paneldebat | 76 |
| <i>Tema 1 med spørgsmål</i> | 77 |
| <i>Tema 2 med spørgsmål</i> | 78 |
| | |
| Bud på en fremtidig undersøgelse | 82 |
| Modulbaseret undersøgelse | 83 |
| Afdækningsstudie | 87 |
| Survey | 87 |
| Designramme | 88 |
| Designtemaer – konstante og variable | 91 |
| 0. Demografisk information | 91 |
| 1. Brug og kompetencer | 91 |
| 2. Erfaringer og refleksion | 91 |
| 3. Åbent spørgsmål | 92 |
| Udfordringer | 92 |
| Bred kvalitativ undersøgelse | 93 |
| Designramme | 94 |
| Designtemaer – konstante og variable | 95 |
| Pragmatisk betingede anbefalinger | 95 |
| Udfordringer | 96 |
| Specifikke kvalitative undersøgelser | 96 |

| | |
|---|------------|
| Indsatsområder | 99 |
| Udfordringer i forhold til indsatsområder | 100 |
| Overordnede udfordringer | 100 |
| Afsluttende kommentar | 101 |
| Referencer | 102 |

Figurer

| | |
|--|----|
| 1. <i>Relationen mellem media literacy og mediekompetencer i praksis</i> | 10 |
| 2. <i>De forskellige, sammenhængende domæner i udvikling af media literacy</i> | 10 |
| 3. <i>Samfundets henholdsvis individets/borgerens formål med højt mediekompetence og literacy niveau</i> | 13 |
| 4. <i>Literacy litteraturens fire hovedkategorier</i> | 14 |
| 5. <i>Struktur for kriterier for medie literacy vurdering</i> | 16 |
| 6. <i>Media literacy aspekter, som anbefales til roterende undersøgelsesmoduler</i> | 17 |
| 7. <i>Afdækningsstudiets proces</i> | 21 |
| 8. <i>Landets fem regioner</i> | 26 |
| 9. <i>Matrix for udvælgelse af undersøgelsesdeltagere</i> | 27 |
| 10. <i>Skema over undersøgelsesdeltagere</i> | 29 |
| 11. <i>Kriterier for udvælgelse af undersøgelsesdeltagere</i> | 30 |
| 12. <i>En dag med en familie</i> | 34 |
| 13. <i>Matrix til kortlægning af mediekompetencer og mediedannelse</i> | 40 |
| 14. <i>Fotos af gruppernes post it-øvelse</i> | 73 |
| 15. <i>Oversigt over forslag til modulbaseret undersøgelse</i> | 84 |
| 16. <i>Forslag til prioriterede kategorier, områder og temaer</i> | 86 |
| 17. <i>Temaer og niveauer i udkast til dansk survey</i> | 90 |
| 18. <i>Kategorier for udvælgelse af deltagere til en kvalitativ del af en fremtidig undersøgelse af 'Den mediekompetente borger og media literacy i en dansk kontekst'</i> | 94 |
| 19. <i>Undersøgelsesforløb i en kvalitativ del af en fremtidig undersøgelse af 'Den mediekompetente borger og media literacy i en dansk kontekst'</i> | 94 |

Cases

| | |
|--|----|
| 1. En kernefamilies mediebrug | 42 |
| 2. Gnidningsfri medie-infrastruktur | 44 |
| 3. Tid til familieliv | 45 |
| 4. Sociale medier og arbejde | 48 |
| 5. Storfamiliens mediehav | 51 |
| 6. Privatliv på Facebook | 53 |
| 7. Avisen i centrum | 57 |
| 8. Informationsbehov og tekniske kompetencer | 57 |
| 9. Ændret livssituation og nye mediebehov | 60 |
| 10. Udfordret af sprog og kultur | 62 |
| 11. Udfordringer, muligheder og respekt | 64 |
| 12. Sygdom, udfordringer og strategier | 66 |
| 13. Digitale medier – vindue til verden | 68 |

Indledning

I en artikel i Politiken lørdag d. 7. juni 2014 citeres chef for Borgerkontakt og Digital Innovation i Københavns Kommune, Ina Corydon, for at sige, at ”unge har et digitalt overskud, men et demokratisk underskud. Hos ældre er der digitalt underskud, men demokratisk overskud”. Dette er ganske vist en noget forenklet beskrivelse af en kompleks problemstilling, men citatet og den undersøgelse fra Microsoft, der ligger til grund for det, indikerer, at mulighederne for både at være en aktivt deltagende samfundsborger og for at udnytte digitale mediers potentialer er forskellige alt efter, hvor man befinder sig i sit liv, hvilken baggrund man har, og hvilke erfaringer og holdninger, man har med sig. Citatet og undersøgelsen kan også læses som eksempel på, at forholdet mellem mennesker, medier og samfund ikke er stabilt – det ændrer sig til stadighed i takt med, at alle de vilkår, der bestemmer betydningen af medier, mediekompetencer og media literacy, ændrer sig. I Danmark i 2015 handler spørgsmålet om media literacy ikke (længere) om noget så simpelt som adgang til medier, men om, hvordan man lever med medier som potentiale og som problem – som individ og som samfund.

Formålet med den undersøgelse, vi har gennemført, er at udføre et afdækningsstudie der, som det står i projektbeskrivelsen fra Kulturstyrelsen, ”identificerer de centrale elementer i forhold til en måling af media literacy-niveauet i den danske befolkning” og dermed skaber ”grundlag for en dialog om udfordringer og behov med udgangspunkt i erfaringer vedrørende mediebrugen, læring, kommunikations- og udtryksformer samt borgernes deltagelse i samfundet”.

Et væsentligt formål med dette afdækningsstudie er altså at kunne komme med et bud på, hvordan man fremover kan vurdere media literacy-niveauet i den danske befolkning. Dette forudsætter en gentænkning af de begreber, der anvendes, som for eksempel ”kompetent”, ”kompetencer” og ”literacy”. Som udgangspunkt mener vi, at media literacy vedrører såvel tekniske og redskabsmæssige kompetencer som abstrakte kompetencer, og at media literacy også kan betragtes som et socialt fænomen, som det påpeges i projektbeskrivelsen fra Kulturstyrelsen (s.1).

Et lige så væsentligt formål med afdækningsstudiet er, jævnfør projektbeskrivelsen, ønsket om at tilvejebringe et grundlag for dialog. Vi har fortolket parterne i en sådan dialog som alle de stakeholdere¹, der har en faglig, personlig eller politisk interesse i at befordre udviklingen af danskernes mediekompetencer og media literacy. Vi har tilstræbt at inddrage et omfattende antal repræsentanter for diverse interesser gennem såvel vores baggrundsstudier, den kvalitative undersøgelse, samt gennem interaktion med stakeholdere gennem en workshop, en åben konference samt præsentation af oplæg, design og foreløbige resultater på et møde i Europa Kommissionens Media Literacy Expert Group i Bruxelles.

Grundlæggende er det, som vi undersøger i dette studie, om, og i givet fald hvordan forskellige mennesker i forskellige kontekster navigerer i og forstår medieteknologiernes, medieformaternes og medieindholdets logikker. Dette rækker udover praktiske kompetencer som at kunne læse en tekst eller at kunne sende en sms eller opdatere på Facebook. Det kræver særlige kompetencer og evner til at kunne forstå og reflektere over mediernes rolle, betydning og muligheder i ens egen tilværelse og i samfundet som helhed.

¹ Vi benytter os af betegnelsen ”stakeholder” i dette projekt, fordi det er mere præcist – nogle, der har noget på spil – end det danske ”interessenter”.

For at kunne håndtere en så kompleks problemstilling, som den vi undersøger i dette afdækningsstudie, har vi identificeret to sæt vilkår, som kan gøre undersøgelse og analyse af data operationelle. Dette har vi gjort på baggrund af eksisterende teori og undersøgelser af media literacy samt data om danskeres adgang til og brug af medier – såvel traditionelle som digitale. De to sæt vilkår er dels **mediebrugeren som privatperson henholdsvis borger**, dels behovet for at undersøge og forstå **tilstedeværelse og betydning af mediekompetencer og media literacy for privatpersonen/borgeren og på samfundsniveau**. Disse vilkår er i praksis tæt forbundne og overlappende, men i forhold til at undersøge dem og at kunne komme med anbefalinger til videre undersøgelser, er det nødvendigt også at se på de enkelte vilkår for sig.

Oplægget til undersøgelsen lagde vægt på, at følgende forhold skulle dækkes ind:

- Mediekompetencer og media literacy
- Traditionelle medier og digitale medier
- Alle aldersgrupper
- Hele landet
- Forskellige baggrunde
- Borgere med særlige udfordringer
- Viden og metode

Det har været en udfordring at designe og gennemføre en undersøgelse, der kunne arbejde med så stor kompleksitet på forskellige niveauer. Vi har som udgangspunkt måttet udvikle strategier og metoder til at kunne rumme dette i den samlede undersøgelse.

Vi har til dette afdækningsstudie designet og udført en kvalitativ undersøgelse, der har fokus på, hvordan kvalitative undersøgelser kan bidrage til en forståelse af danskernes mediekompetencer og media literacy. Undersøgelsen er designet på baggrund af eksisterende studier af mediebrug, mediekompetencer og media literacy. Som det argumenteres ovenfor, kræver en forståelse af, hvad mediekompetencer og media literacy er i en dansk sammenhæng, at vi kommer flere spadestik dybere, end en ny, kvantitativ undersøgelse alene vil kunne. Størstedelen af de målinger af media literacy-niveauet, der tidligere er foretaget i en europæisk kontekst, har været udelukkende kvantitative og er ofte baseret på allerede tilgængelige data, som lettere lader sig måle.

En kvantitativ tilgang, for eksempel i form af en survey, kan fungere som et godt udgangspunkt i en media literacy-undersøgelse, men adresserer ikke den kompleksitet, som undersøgelsen bør rumme med henblik indsatsområder og handlingsplaner. I forbindelse med dette afdækningsstudie har det været afgørende at have fokus på, hvad brug af multiple metoder og en kombination af data kan bidrage med. Derfor har undersøgelsen i forhold til at bidrage med ny viden prioriteret at komme ud og møde danskerne i deres hjem og hverdagsliv, hvor mediernes kompleksitet, i form af potentialer og problemer, optræder.

Baggrund og begreber

For at kunne gennemføre det skitserede afdækningsstudie har vi måttet forholde os til flere udfordringer. For det første bevæger vi os på et område, hvor begreber anvendes med forskellig betydning i diverse sammenhænge. For det andet er det vanskeligt at designe en god metodisk fremgangsmåde, som sikrer, at det bliver muligt at sige noget om de komplekse sammenhænge og problemstillinger, som Kulturstyrelsens oplæg til afdækningsstudiet har beskrevet. I det efterfølgende beskriver vi derfor, hvordan vi forstår og anvender diverse begreber, og vi begrundet metodevalget for den samlede undersøgelse. I et senere afsnit gennemgås design og metoder for den empiriske undersøgelse, som er studiets bidrag med ny viden.

Media literacy

Når selve begreberne *literacy* og *media literacy* udgør en udfordring i forbindelse med afdækningsstudiet, er det fordi de, både i litteraturen og i praksis, er omdiskuterede. Inden for diverse fagområder arbejdes der med forskellige afgrænsninger, som relaterer definitionerne af literacy til medier, herunder *media and information literacy*, *digital literacy*, *internet literacy* samt *media competencies* (Potter 2013). Uanset hvilken betegnelse, man ser på, er udlægningen af begrebet afhængig af faglig og kulturel kontekst, forskningsmæssige fagtraditioner, historiske traditioner og normative vurderinger, der knytter sig til særlige områder, så som læring, kulturforståelse og politik.

Hverken *media* eller *literacy* er ord, som nemt lader sig definere. Det er interessant og på sin vis problematisk, at vi ikke kan finde en dansk betegnelse for literacy. Ordet literacy oversættes for eksempel i Gyldendals Røde Ordbøger som "evnen til at kunne læse og skrive (modsat analfabetisme)", hvilket hænger sammen med, at ordet literacy fører tilbage til *littera*, som er latinsk for bogstav. En afledning af dette ord er et andet latinsk ord *litteratus*, som betyder en lærd person, hvilket er i tråd med den anden del af forklaringen i ordbogen, som oversætter literacy med "boglig dannelse". Koblingen mellem literacy og dannelse kan siges at tillægge ordet en mere normativ dimension. Det vil sige, at literacy i denne betydning er mere end at kunne læse og skrive, og har række medbetydninger.

Literacy kan således også siges at være en social praksis, som ikke kan tænkes adskilt fra det underliggende "sprog" (Lunt og Livingstone 2011: 136). Det udfolder sig og anvendes forskelligt afhængig af sociale og kulturelle sammenhænge og det er en vigtig pointe i den henseende, at der i takt med nye teknologiers udvikling og indflydelse ikke længere er tale om literacy i ental, men derimod flere *literacies* (Potter 2013).

Vores definition af media literacy som et komplekst fænomen ligger tæt på den måde, Drotner & Erstad henholdsvis Bulger beskriver det. Bulger fremhæver i sin artikel: "Measuring Media Literacy in a National Context: Challenges of Definition, Method and Implementation (Bulger 2012)" den fremherskende definition af media literacy, som lyder således: "Media literacy is the ability to access, understand and create communications in a variety of contexts (Livingstone et al. 2005)". Drotner & Erstad understreger forskningens udfordringer i forhold til at forstå og anvende begrebet, idet de skriver at: "In this article we specify why media literacies are being acknowledged as a key competence across a range of life functions and policy domains" (Drotner & Erstad, 2014:2). På denne baggrund anvender vi begrebet *media literacy* som samlende betegnelse for kombinationer af forskellige medier, medielogikker og literacies.

Der findes altså ingen direkte oversættelse af ordet literacy, som er dækkende for den betydning, som begrebet tillægges i den internationale litteratur. Vi vil alligevel anbefale, at man i en dansk sammenhæng inddrager begrebet *dannelse* i forståelsen af media literacy, men i en genfortolkning, der frigør det fra en normativ forståelse i traditionel forstand. En væsentlig begrundelse for denne (med forsigtighed foreslåede) anvendelse af ordet dannelse har vi fundet hos Lars Qvortrup, som siger, at "dannelsens funktion i et hyperkomplekst samfund er at administrere hyperkompleksitet" (Qvortrup 2000: 301), og det sker, som han siger, "ikke ved at indtage et fast standpunkt, et fixpunkt hvorudfra dannelse stråler. Det sker derimod ved at gøre dannelse til evnen til at iagttage reflektivt: Sætte sig i den andens sted, diskutere bestemte kodificeringers gyldighed i forhold til andre mulige kodificeringer iagttage sig selv udefra – f.eks. selvironisk – indgå i metadiskussioner, osv." (ibid. 301-302). Dette er et centralt udgangspunkt for vores valg af fokus og metoder i afdækningsstudiets empiriske undersøgelse.

Fordi begrebet *media literacy* dækker over komplekse sammenhænge, er det nødvendigt at formulere kernen i begrebet, som vi anvender det, for at kunne operere med det som fokus og formål for en undersøgelse samt for anbefalinger til videre arbejde. Således definerer vi i kort form media literacy som

Det at kunne bruge og forstå medier og kritisk reflektere over deres betydning

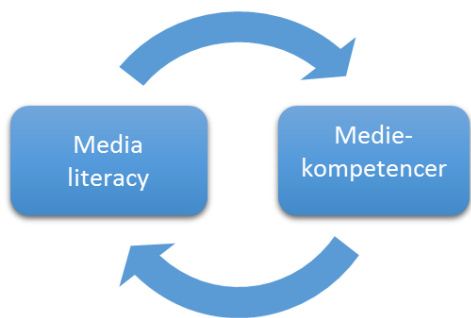
I de efterfølgende afsnit uddybes de væsentligste aspekter ved denne definition med særligt henblik på at skabe forståelse for rationalerne bag afdækningsstudiet og de anbefalinger til en fremtidig undersøgelse, der præsenteres i rapportens sidste del.

Media literacy og mediekompetencer

Kompetencer forstås grundlæggende som det at kunne noget, at besidde en vis dygtighed. Jf. den store danske ordbog bruges udtrykket særligt inden for pædagogik og psykologi om kundskaber og færdigheder, hvilket demonstreres af ganske forskellige repræsentanter for litteraturen om læring og mediekompetencer (se for eksempel Bundsgaard et al 2013; Drotner & Erstad 2014; Erkman 2015; Luque 2014; Nyboe 2009; Tække & Paulsen 2015; van Deursen et al 2014). Ofte finder vi et kraftigt fokus på måling af kompetencer og på kompetenceudvikling i debatter om og strategier for forskellige gruppers håndtering af medier. For det første er det relativt ligetil at identificere konkrete udfordringer og behov, som skal besiddes, for at den enkelte kan bemestre for eksempel en medieteknologi eller en medietjeneste. For det andet er det relativt ligetil at opsætte mål for kompetenceudvikling for forskellige grupper i forskellige sammenhænge.

Vores udgangspunkt er imidlertid, som beskrevet i det foregående, at det ikke er tilstrækkeligt at se på de konkrete kompetencer, hvis vi vil forstå, hvordan danskere bruger, forstår og reflekterer over og med deres medier. Den mediekompetente og mediedannede borger besidder såvel en række kompetencer som evnen til at kunne forstå de bagvedliggende logikker, som styrer og karakteriser medieinstitutioner, medieindhold, medietjenester og medieformater. Vi har på baggrund af vores litteraturstudier og vores empiriske undersøgelse opstillet en række elementer (figur 2), som forudsætter hinanden og er nødvendige for et udfoldet media literacy niveau, såvel kollektivt på samfundsniveau som for den enkelte mediebruger.

Ofte fremstilles de forskellige forudsætninger og de bagvedliggende områder som en proces med en relativt lineær progression, det vil sige, med udgangspunkt i adgang og brug, over udvikling af kompetencer til kritisk refleksion.

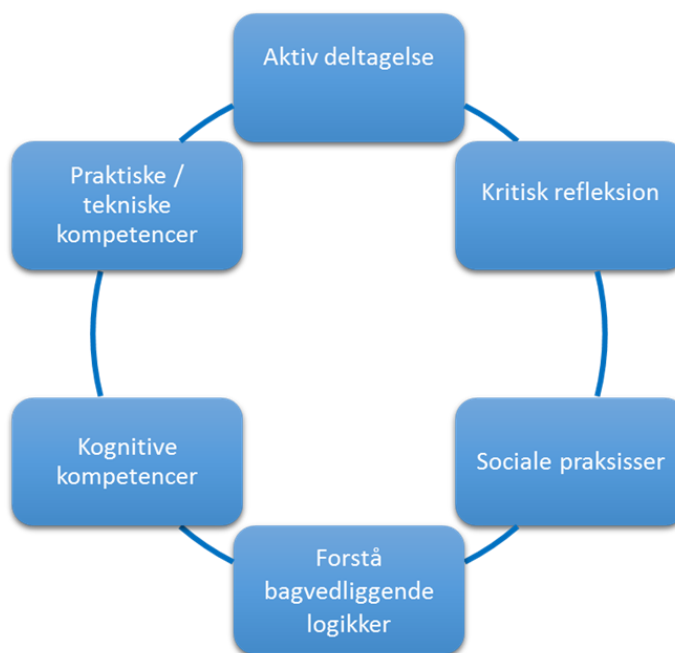


Figur 1. Relationen mellem media literacy og mediekompetencer i praksis

Vores indsigter baseret på besøg hos danskere ude i landet viser, at media literacy må beskrives som dynamiske, komplekse sammenhænge, der opstår gennem konstante bevægelser mellem de forskellige erfarings- og handlingsområder (figur 1). Der finder en stadig dialektisk proces sted mellem udvikling af kompetencer og media literacy, som oftest forstås som den kritiske refleksion og aktive deltagelse. I praksis forudsætter udvikling af de to områder hinanden.

I litteraturen er disse lag eller domæner sædvanligvis hierarkisk struktureret, således at de praktiske kompetencer opleves som

forudsætninger for de efterfølgende med kritisk refleksion og aktiv deltagelse (af og til i omvendt rækkefølge) som det højeste ambitionsniveau. Det giver mening i forhold til at tænke i indsatsområder. I praksis i individets dagligdag er der dog tale om en dynamisk proces, hvor alle domæner forudsætter hinanden, og hvor de enkelte domæner vanskeligt kan identificeres. Som figur 2 viser, relaterer de forskellige domæner til hinanden i en kontinuerlig sammenhæng, hvor erfaringer og handlinger på det ene område indvirker på de andre. I forhold til en undersøgelse af henholdsvis befolkningens mediekompetencer og media literacy må man derfor operationalisere de enkelte domæner og deres elementer for at kunne spørge ind til dem.



Figur 2. De forskellige, sammenhængende domæner i udvikling af media literacy

Med en forståelse af media literacy som 'mediedannelse' vil vi anskueliggøre, at begrebet udover at omfatte tekniske og faglige kompetencer også udtrykker social praksis, forståelse for logikker og kritisk refleksion, og at disse områder ikke kan adskilles. Det kræver praktiske kompetencer at kunne læse en avis, i papir eller online version, sociale praksisser at vælge en bestemt avis og en bestemt genre i en bestemt situation; kognitive kompetencer for at forstå indholdet helt konkret, kritisk refleksion for at kunne forholde sig til afsenderens og indholdets relevans og troværdighed og for at kunne omsætte den opnåede erfaring til handling.

Media literacy i en aktuell kontekst beskriver med andre ord både en kompleks sammensætning af vilkår og betingelser og afspejler det komplekse samfund, som medie literacy opstår og behøves i. Som Qvortrup påpeger: "I dag består samfundet imidlertid af systemer, som hver er styret af deres egen logik, og som kun indbyrdes er relaterede for så vidt som disse systemer kan observere hinanden" (Qvortrup 2000: 302). Med andre ord skal vi kunne håndtere hyperkomplekse sammenhænge og mange forskellige logikker for at kunne håndtere tilværelsen i det moderne samfund (Clark & Lundby 2008; Hobbs 2008; Potter 2013). Det er det derfor relevant at undersøge om, og i givet fald, hvordan forskellige mennesker i forskellige kontekster navigerer i og forstår medieteknologiernes, medieformaternes og medieindholdets logikker.

Medier

Til trods for at ordet "media" relativt let lader sig oversætte til "medier", kræver det stadig en begrebsafklaring. Før vi kan tale om literacy i relation til medier, må vi se på betydning af medier og hvilket medie, der er tale om (Meyrowitz 1998: 107). Det er derfor vigtigt at gøre klart, at vi i denne undersøgelse beskæftiger os med medier i en bred forstand, det vil sige såvel traditionelle som digitale medier. Det var blandt et af kravene i materialet til afdækningsstudiet, at dette skulle se på alle medier. Om end det er et voldsomt stort felt, vi dermed kaster os over, giver det mening i forhold til formålet med afdækningsstudiet samt det samlede projekt Mediernes udvikling i Danmark. Det giver også mening i forhold til danskernes hverdagsliv med medier, som i varierende grader er karakteriseret af multiple former for adgang og indholdsmæssig mangfoldighed. En del af litteraturen beskæftiger sig eksplicit med literacy inden for særligt områder, så som medier, information, informationsteknologi eller digitale teknologier. Vores rationale er imidlertid, at selvom såkaldt traditionelle medier fortsat karakteriseres af bestemte genrer og formater og har kernepublikum i bestemte grupper af befolkningen og at digitale medier fungerer anderledes, så er mediebrugen i Danmark 2015 såvel præget af en stærk mediehistorisk erfaring som af en gennemgående digitalisering af alle former for medier. Når vi identificerer medier og mediebrug i afdækningsstudiet gør vi det således ud fra forståelsen af medier som teknologier, genrer, formater, indhold og institutioner.

Projektet tager med sine to fokusområder som udgangspunkt, at en række teknologiske, kulturelle og samfundsmæssige processer skal tillæres, men understreger samtidig, at disse processer ikke nødvendigvis er medie- og platformspecifikke. Processerne omhandler derimod i højere grad forståelsen af sammenhænge frem for dyb indsigt i konkret teknisk funktionalitet.

Vores forståelse af medier bygger på, at vi er interesserede i at studere de variationer i mediebrugen, som borgerne oplever i de kontekster, som de lever i, og som samfundet som helhed præges af. Disse sammensatte medierepertoarer, hvor brugen af de enkelte medier løbende tilpasses de samlede medierepertoare, kan også betegnes medieøkologier (Clark 2008; Fuller 2005).

Medier og hverdagsliv - individ og samfund

Media literacy anses i stigende grad som en forudsætning for medborgerskab. Det at kunne forstå og bruge forskellige medier og især at kunne navigere i det samlede medielandskab, er afgørende for at kunne fun-

gere kulturelt og socialt og for at være en deltagende samfundsborger. Viden om borgernes mediekompetencer og media literacy er således helt central i forhold til udvikling af mediernes demokratiske potentialer. For at kunne undersøge denne problemstilling opererer vi i dette projekt med to sammenhængende literacy kontekster.

Det ene fokusområde relaterer til hverdagens brug af medier, hvor det forventes, at man som samfundsborger og som individ kan ytre sig og deltage på forskellig vis, samt at man kan tilegne sig relevant information i et helt andet tempo end tidligere og via mange forskellige kanaler, formater og genrer. Derfor handler mediekompetencer også om sociale og kulturelle processer og deltagelse i disse. At kunne håndtere sin tilværelse og at være en aktiv borger kræver derfor i stigende grad kendskab til og refleksion over de medier, man benytter sig af, og over de kommunikationsmønstre, hvori man deltager. Man skal som samfundsborger og som individ i forskellige livssituationer være i besiddelse af en række komplekse og overlappende kompetencer, der både omhandler teknologisk viden. Samtidig skal man have indsigt i den kontekst, hvori mediet er indlejret og reproducerer forskellige logikker.

Det andet fokusområde handler om den medierede relation mellem samfund og individ, der i langt højere grad end tidligere håndteres digitalt. Dette stiller krav til en række mediekompetencer på tværs af livssituationer og institutionelle logikker (Drotner & Erstad 2014) og er afgørende for oplevelsen af at kunne fungere i hverdagslivet og af at være borger.

Nutidens medier kan på den ene side ses som teknologiske fremskrivninger af tidligere tiders kommunikationsformer. På den anden side medbringer medierne i dag nye logikker, meningsdannelser og forståelsesformer, der markant ændrer relationen mellem et individ, andre individer, virksomheder og samfundets institutioner. Tidligere tiders repræsentations- og service struktur forsvinder i takt med, at selvbetjening på nettet bliver mindre omkostningstungt fra et forvaltningsperspektiv og potentielt mere smidigt og nemt for den enkelte borger. Med lov om offentlig digital post er det således nu obligatorisk for alle danske borgere at have en digital postkasse for at kunne kommunikere med de offentlige instanser. Hermed stadfæstes det, at man for at være en del af det danske samfund skal evne at bruge en digital postkasse. Derfor bliver digitale kompetencer og forforståelse for medielogikker helt essentielle for aktivt at kunne (med)skabe sin egen digitale repræsentation i det offentlige system. I takt med at offentlige institutioner muliggør brugen af nye medier i daglige forvaltningspraksisser indlejres og integreres institutionelle logikker i medierne som borgerne skal bruge. Dermed kan det at være mediekompetent i dagens digitale landskab opleves særdeles modsætningsfyldt, da man sagtens kan være ganske kompetent på digitale medier uden at kunne forstå den offentlige digitale relation. Man vil også kunne være aldeles kompetent i forhold til traditionelle medier uden at være det i forhold til tilsvarende genrers digitale formater. Da traditionelle indholds- og kommunikationsmedier som nævnt ovenfor også forandres som resultat af teknologisk, indholdsmæssig og institutionel konvergens, bliver borgere uden digitale kompetencer i særlig grad udfordret.

Den kompetente og reflektive medieborger

Med dette projekt vil vi adressere, hvordan medier og mediebrug påvirker relationen mellem individ og samfund og de kompetencer, man bør være i besiddelse af for aktivt at kunne håndtere hverdagslivet. Den

refleksive part i overskriften refererer til de refleksive og aktive medievalg, som den enkelte borger i fremtiden står over for. Hvilke dele af medielandskabet er relevante og hvad kan det betale sig for det enkelte individ at tillære sig og reflektere over for at kunne agere?

Projektets to tæt forbundne fokusområder muliggør et dobbeltsyn på media literacy: dels som praktiske, sociale og refleksive kompetencer for kulturel deltagelse generelt dels som kompetencer i relationen mellem borgeren og staten og andre samfundsmæssige institutioner. Som beskrevet tidligere har studier af media literacy knyttet sig tæt til adgang til og brug af specifikke medier og medieteknologier, og har ikke set på sammenhængen mellem medier, borgernes medierpertoire og den dynamiske udvikling, disse til stadighed undergår. Fokus har i høj grad været på brugernes tekniske færdigheder og kritiske forståelse af budskaber, men ikke i tilsvarende grad på brugernes evne til at kunne håndtere medieteknologierne på en måde, det giver dem en (relativt) optimal udnyttelse af mediernes muligheder.

Analysen af, hvad der definerer de to fokusområder i praksis, skal nødvendigvis "oversættes" til indsigter, der kan pege på, hvordan vi skal arbejde med anbefalinger til videre undersøgelser og til initiativer i diverse sammenhænge. Vores litteraturgennemgang satte os på sporet af en nødvendig skelnen mellem individets /borgerens oplevelse af egen media literacy og behov (eller ikke) for øgede kompetencer og et samfundsmæssigt perspektiv. De to perspektiver hænger sammen, men kan ikke nødvendigvis altid forenes, således at det ene perspektiv altid afspejler det andet. Dette afspejles for eksempel i diskussionerne fra konferencen om afdækningsstudiet, som i meget høj grad bevægede sig på det generelle niveau omkring udfordringer for børn, unge, ældre (og en smule om andre grupper) og om samfundsmæssige forpligtelser og indsatsområder.

Vores undersøgelse viser, at det, der på det samfundsmæssige niveau karakteriseres som demokratisk deltagelse, kulturel udvikling og uddannelsesmæssige potentialer, for den enkelte ofte i højere grad handler om at føle sig kapabel i hverdagen, at føle sig respekteret som menneske og at kunne leve det stilfærdige, gode liv. Begge perspektiver er vigtige, men ude i hjemmene er det tydeligvis vigtigst, at tilværelsen glider, at hverdagslivet ikke udfordres unødigt.

Vi nævnte indledningsvis, at det at ville måle media literacy niveauet med henblik på at identificere indsatsområder og sikre et højt media literacy niveau på tværs af grupper i befolkningen kræver en normativ vurdering af, hvad der på et givet tidspunkt er høj media literacy. Samtidig har borgerne interesser i, hvilke muligheder de har i tilværelsen, i samfundet. Vores fund fra den samlede undersøgelse viser, at der foregår, hvad man kan betragte som en dialektisk bevægelse mellem samfundets henholdsvis borgerens interesser i at besidde en god kombination af mediekompetencer og mediedannelse. I korte træk kan behovene for samfund henholdsvis borger beskrives således:

| Samfundet har brug for borgere, der er: | Borgerne stræber efter: |
|--|--|
| Veluddannede – i arbejde | Meningsfuldhed i det daglige |
| Informerede lokalt/nationalt og globalt | Sammenhæng i hverdagslivet |
| Kompetente administratorer af tilværelsen | Mulighed for at kunne håndtere tilværelsen |
| Aktivt deltagende i samfundsanliggender og demokrati | Identitet, tilhørsforhold til samfundet, respekt |
| Tilfredse | Det gode (fredelige) liv |

Figur 3. Samfundets henholdsvis individets/borgerens formål med højt mediekompetence og literacy niveau

Litteratur

En del af afdækningsstudiet har bestået i litteraturstudier, som dels har kvalificeret vores forståelse af begreber og problemstillinger, dels har leveret eksempler på andres undersøgelser og anbefalinger. Der eksisterer en hel del nyere dansk og international litteratur, der beskæftiger sig med mediekompetencer og media literacy (se blandt andet oversigt over referencer sidst i rapporten). Vi har anvendt denne ressource som baggrundsviden for afdækningsstudiet og som inspiration for vores anbefalinger af et metodisk og tematisk undersøgelsesmatrix for en fremtidig national undersøgelse.

Overordnet set har litteraturen om media literacy været karakteriseret af en række diskurser, der har været med til at sætte dagsordenen for, hvordan media literacy defineres, afgrænses og anvendes. De mest prominente diskurser (ikke-prioriterede) har teoretisk, empirisk og praksis/handlingsanvisende fokus på

- Relation til literacy, fokus på at kunne læse, forstå og fortolke
- Danneshistorie og dannelsesbegrebet
- Kompetencer, især tekniske kompetencer
- Læring og pædagogik
- Børns udvikling og kultur
- Policy initiativer, globalt, nationalt, interessegrupper
- Tests, målinger og definitioner af normer og niveauer for mediekompetencer og media literacy

Til brug for dette afdækningsstudie har vi imidlertid fundet det nyttigt at inddelle litteraturen i fire hovedkategorier (se figur 4), hver især fokuserer på litteraturens ophav/oprindelse samt formål.

Under *Forskning / teori* placerer vi akademiske tekster, der beskæftiger sig med den historiske og teoretiske udvikling af literacy begrebet og som teoretiserer omkring betydningen af literacy i sociale, kulturelle og kontekster. Eksempler er Buckingham et al 2005; Clark & Lundby 2008; Drotner & Erstad 2014; Hobbs 2008; Potter 2013. Det skal nævnes, at James W. Potter har arbejdet med literacy-teori og -historie i mange år, og hans arbejde har bevæget sig fra at omhandle literacy i klassisk forstand, det vil sige evnen til at kunne læse, forstå og fortolke (meget kort sagt) over medie literacy til de komplekse sammenhænge mellem forskellige slags literacy i dag. Denne historiske forståelse af, hvordan literacy opstår, udvikles og befordres i forskellige sociale og kulturelle kontekster er central i forhold til en forståelse af, hvordan media literacy udvikles (eller ikke) i dag.



Figur 4. Literacy litteraturens fire hovedkategorier

Fælles for litteratur under *Policy* er, at teksterne beskæftiger sig med strategier for undersøgelser, udvikling og implementering af indsatser på literacy-området på et politisk niveau og det politiske niveaus strategier

for og indflydelse på literacy-udvikling i diverse samfundsmæssige kontekster. De kan have deres oprindelse i alle fire kategorier, det vil sige, de kan have forskellige afsendere og opdragsgivere. Eksempler er Buckingham 2009; Bulger 2012; Celot & Tornero 2010; Lunt & Livingstone 2011; O'Neill & Hagun 2009.

Under *Praksis / brugere* placerer vi litteratur, der undersøger brugere mediebrug og medie literacy i praksis. Eksempler er Bundsgaard 2012; Luque et al 2014; Ofcom 2014; Tække og Paulsen 2015. Teksterne har ofte et relativt stort sammenfald med kategorien *Forskning / teori*, fordi begrebsafklaring og teoretisk forståelse ofte indgår i grundlaget for undersøgelser og analyser. Van Deursen et al 2013 og Mihailidis 2014 er eksempler på dette.

Den sidste kategori, *Praksis / fagområder*, omfatter litteratur, der er handlingsanvisende i forskellige faglige kontekster. Eksempler er Herholdt et al 2010; Medierådet for Børn og Unge 2014. Et par eksempler, der ligger i et interessant krydsfelt, er Nybo 2009, som både er forskningsbaseret, undersøger børns praksis, og peger på best practice, samt Tække & Paulsen 2013. Der findes i denne kategori et meget stort antal publikationer, der beskæftiger sig med best practice i forhold til medier og læring / IT og læring, især for børn men også for andre grupper. Vi har ikke i særlig høj grad inddraget denne kategori i vores arbejde, da litteraturen oftest er fokuseret på kompetenceudvikling og strategier i meget konkrete sammenhænge.

Som nævnt befinder meget af litteraturen om mediekompetencer og media literacy sig i et krydsfelt mellem flere kategorier. Vi finder det imidlertid nyttigt at opretholde denne overordnede kategorisering som overblik over ressourcer, vi og andre kan trække på fremadrettet. De fire kategorier repræsenterer desuden de overordnede interessentgrupper, der bør inddrages i en fremtidig omfattende undersøgelse og i afklaringen af, hvilke indsatsområder, der skal prioriteres.

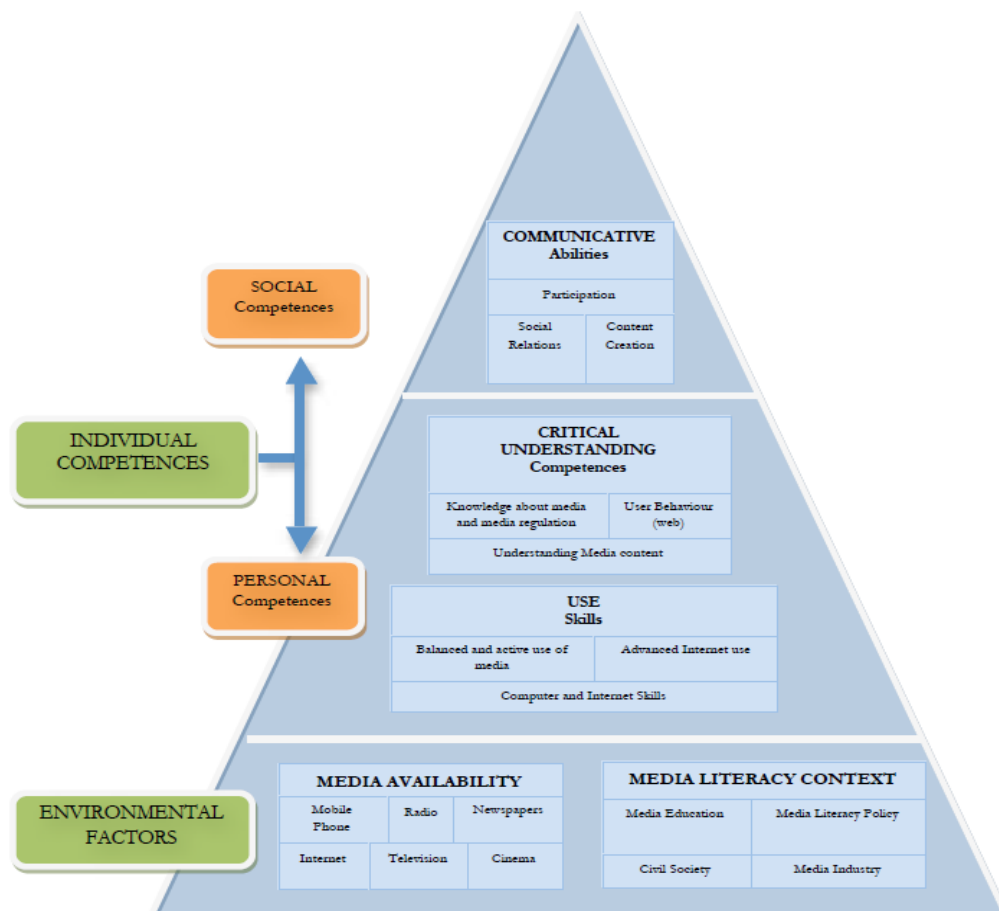
Ud over den litteratur, der specifikt omhandler mediekompetencer og media literacy, har vi inddraget en række undersøgelser og rapporter om mediebrug og til dels mediekompetencer. De er primært anvendt i afsnittet om samfundets medialisering.

Diverse matrix designs for mediekompetencer og media literacy

Diverse bud på rammedesign for vurdering af literacy har inspireret vores undersøgelse samt vores bud på en fremtidig undersøgelse. Samlet set er det dog karakteristisk, at diverse modeller opererer på et meget generelt niveau, som ikke kan bidrage direkte til afklaring af, hvordan en bred og dyb undersøgelse i en dansk kontekst kan designes i detaljer. Inspirationen har således været størst i forhold til at tænke i lag, i processer og i sammenhænge, hvilket vil fremgå af de øvrige afsnit i rapporten.

Herunder gennemgås i meget korte træk de modeller, vi især er inspireret af.

EU Kommissionens pyramidemodel i figur 5 (Celot & Tornero 2010:8) danner afsæt for mange nationale undersøgelsesdesign, herunder for eksempel den norske (Ingulfsen & Gilje 2014). Grundlaget for modellen er en identifikation af de fem grundlæggende kategorier for et såkaldt literacy framework. De fem kategorier er brugskompetencer (tekniske), kritisk forståelse, kommunikative kompetencer, media literacy kontekst, medieadgang.



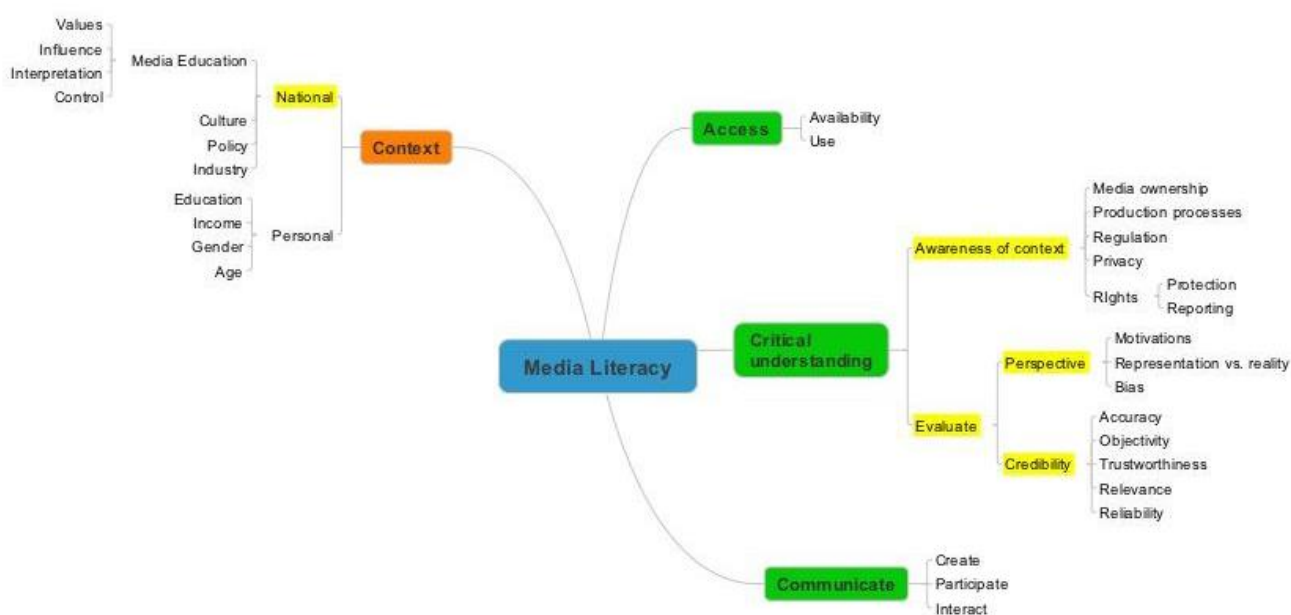
The graphic shows the fields within which the indicators have been chosen. The base of the pyramid illustrates the necessary pre-conditions for media literacy development and the factors which facilitate or hinder it. The second level illustrates the personal competences to facilitate technical skill and cognitive process, which in turn facilitates communicative ability, at the apex of the pyramid, which permits full engagement with the media society.

Figur 5. Struktur for kriterier for media literacy vurdering, Celot & Tornero 2010:8

Modellen kan være en god inspiration til at opbygge en designramme i en national kontekst. Desuden indikerer den vigtigheden af at se på faktorer, der indvirker på tilstedeværelsen og udviklingen af media literacy, nemlig miljømæssige faktorer og individuelle kompetencer. Vi har især brugt denne model som inspiration til struktur og som tjekliste for grundlæggende vigtige elementer for en dansk undersøgelse.

Pyramidemodellen danner grundlag for design af en rotationsmodel for gentagne undersøgelser, som præsenteres i EAVIS afsluttende rapport fra 2011 (figur 6). I denne model anbefales det, at der på nationalt plan over en femårig periode foretages systematiske undersøgelser af befolkningens media literacy status gennem fokus på *adgang*, *kritisk forståelse* samt *kommunikation*. Desuden skal de *kontekstafhængige elementer* undersøges på personniveau og på det samlede nationale niveau. Det foreslås, at det sjette år bruges til at samle op på og rapportere samlet om de indikatorer og resultater, der findes på nationalt plan med henblik på at sikre midler til forskning samt at etablere multistakeholder samarbejder omkring initiati-

ver. Denne anbefaling ser ikke ud til at være gennemført i EU's medlemslande, formentlig ikke overraskende, ambitionsniveauet og omkostninger henholdsvis omfanget af indsatsen taget i betragtning. Som det fremgår af vores anbefalinger til et dansk undersøgelsesdesign, er vi imidlertid enige i anbefalingen (og nødvendigheden) af at foretage gentagne undersøgelser, såvel med henblik på sammenligning som for specifikke fokusområder, der viser sig på et givet historisk tidspunkt.



Figur 6. Media literacy aspekter, som anbefales til roterende undersøgelsesmoduler. EAVI 2011

Monica Bulger har arbejdet videre med EAVIs model i sin artikel fra 2012. Hun diskuterer især de metodiske udfordringer, der kan forventes i forhold til at "oversætte" de forskellige elementer i de forskellige undersøgelsesmoduler til spørgsmål, der egner sig til spørgeskemaundersøgelser. Vi har især brugt hendes diskussioner af udfordringerne ved at undersøge mediebrug, -kompetencer og -literacy med udgangspunkt i spørgsmål om individuel brug med henblik på at kunne sige noget om det samme på nationalt niveau.

Van Deursen et al (2013) har undersøgt, hvordan man kan måle *digitale kompetencer*. De har gennemført en omfattende pilot-survey i Holland og England for at teste design og relevante elementer. I undersøgelsen har de haft fokus på følgende fem kompetenceområder: *operationel, informationsnavigation, social, kreativ, mobil*. Formålet med at udvikle et solidt design for en sådan type undersøgelse er at levere et grundlag for diverse stakeholders til at arbejde i praksis med kompetenceudvikling inden for diverse områder. Undersøgelsen beskæftiger sig ikke nævneværdigt med mediebrugernes kritiske refleksion og aktive deltagelse i samfundsaktiviteter. Vi er især blevet inspireret af undersøgelsens meget funktionelle gennemgang af, hvordan en survey-undersøgelse bygges op, og hvordan de konkrete spørgsmål kan udformes, kombineres og analyseres.

Mihailidis' bog *Media Literacy and the Emerging Citizen* (2014) fik vi først efter udviklingen af undersøgelsen, men hans oversigt over områder, der er centrale for udviklingen af især unges engagement og aktive

deltage i det digitale samfund bidrager med nyttige indsigter for en mere målrettet analyse og indsigt. Han opstiller et kontinuum af fokusområder (The 5A's), der ser således ud:

Access → Awareness → Assessment → Appreciation → Action

Oversat bliver det til adgang, opmærksomhed, vurdering, påskønnelse (/udnyttelse), handling.

Formlen præsenteres som en optimal rækkefølge af handlinger og refleksioner, der i sidste ende motiverer den unge borger til at bidrage til debatten, handle i sine kulturelle kontekster og agere i demokratiske processer.

Metodiske udfordringer

Den første udfordring var altså begrebsafklaring. Den anden udfordring i en afdækning af danskernes media literacy, som vi vil fremhæve her, er den metodiske. Når vi fremhæver dette som en udfordring, er det fordi, det er vigtigt at stille spørgsmålstegn ved, *hvordan* media literacy afdækkes. Ideen om at måle et bestemt *niveau* af media literacy både på et internationalt og på et nationalt plan rummer mange problematikker.

Internationale institutioner som UNESCO og EU-kommissionen har i mange år arbejdet med at udvikle rammer for, hvordan man kan understøtte og måle borgernes media literacy. Hvor UNESCOs indsats i høj grad omhandler udarbejdelsen af et "Media and information literacy curriculum for teachers"², består EU-kommissionens arbejde især i at udvikle indikatorer, som muliggør sammenligning af media literacy-niveauet på tværs af EU-medlemslandene. Det blev endvidere pålagt de enkelte lande i EU i 2007, at de løbende skal rapportere deres nationale media literacy-niveau³.

De metodiske udfordringer forbundet med media literacy-undersøgelser og målinger er adresseret af en lang række af de førende forskere inden for området (se for eksempel Buckingham 2005; Bulger, 2012; Drotner & Erstad 2014; O'Neill & Hagen 2009; Livingstone 2004; Livingstone et al. 2005; Lunt & Livingstone 2011). Alle påpeger vanskelighederne i at finde en metode, der formår at fange den kompleksitet, kontekst samt de praksisser, som ligger i folks mediebrug og kritiske medieforståelse. Også EAVI påpeger i deres rapport fra 2012, at

*A common challenge in measuring literacy generally and media literacy in particular is refining the scope of possible indicators. Since media literacy is part of everyday life and is associated with a variety of influences, contexts, and actions, **surveys alone cannot provide a comprehensive assessment**, but may provide a simplified indication of overall trends in media literacy levels. The findings of the study of media literacy in the EU have formed the basis for these recommendations.*

²http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/media_and_information_literacy_curriculum_for_teachers_en.pdf

³ AVMS-direktivet

*A simple 20-minute survey, no matter how well-designed, can only provide indications for further policy actions, and, therefore, **other sources and approaches need to be considered as well.** In the following we first present a modular approach to measure media literacy, and, secondly, we present a core set of indicators of media literacy.*

(EAVI 2011: 4)

Dette citat har i høj grad inspireret vores tilgang til design af afdækningsstudiet. Det giver også en god forståelse for, hvorfor vores undersøgelse og foreløbige resultater blev meget positivt modtaget, da vi præsenterede vores arbejde på et møde i EAVI's specialistgruppe i Bruxelles.

En anden tendens, som ofte påpeges i media literacy-litteraturen, er, at mange tidligere undersøgelser udelukkende består af kvantitative metoder, så som spørgeskemaer og tests (Livingstone et al. 2005: 57; Luque et al. 2014: 6). Kvantitative målinger anlægger et oppefra og ned perspektiv og opererer med en normativ niveaudeling. Med denne metode er der god mulighed for at opnå diversitet og repræsentativitet på tværs af befolkningen. En problematik i forbindelse med spørgeskemaer er dog, at selvom de er designet med henblik på at undgå faldgrupper, beror de på selvrapportering. Ydermere fanger spørgeskemaer ikke den kompleksitet og kontekst, som opstår omkring medier i praksis og som kan være med til at forstå forskelligheden af media literacy i en befolkningen.

I en stor del af de undersøgelser, der beskæftiger sig med media literacy, ses en tendens til, at målinger bliver foretaget på baggrund af allerede eksisterende data, så som adgangs- og brugsstatistikker. Her vil data, vedrørende eksempelvis adgang til internet samt antal og hyppighed i forbindelse med brug af forskellige medier, så som smartphones, indgå som indikatorer i målingen af media literacy-niveauer (O'Neill & Hagen 2009: 12). Denne type data lader sig lettere måle på tværs af landene, men rummer ikke den kompleksitet som i høj grad knytter sig til en dyb forståelse af media literacy i en national kontekst. Det giver derimod et ufuldstændigt billede, i og med at det tager udgangspunkt i indikatorer, der allerede eksisterer i statistikker frem for at udvikle indikatorer, som tager udgangspunkt i at forstå media literacy som teknisk såvel som faglig og social praksis.

Inden for de senere år har undersøgelser af media literacy bevæget sig mod at bruge multiple metoder, hvor man kombinerer kvantitative undersøgelser med mere dybdegående kvalitative metoder (Livingstone et al. 2005: 51). Britiske *Ofcom (Office of Communication)* er et godt eksempel. Udover at lave kvantitative målinger på befolkningens brug af medier, har de over en årerække besøgt en gruppe af mennesker og lavet videooptagelser, hvor de interviewer borgere som led i at få et mere nuanceret billede af befolkningens mediekendskab (Ofcom 2014; Ofcom).

De to ovennævnte udfordringer, begrebsdefinition og undersøgelsesmetoder, bør ikke ses som to adskilte udfordringer. Forståelse af begrebet media literacy og hvordan det undersøges er på mange måder tæt forbundet. Bulger uddyber dette idet hun påpeger, at til trods for, at definitionen lyder "lige til", så ligger der en stor udfordring i at finde en ramme, der tager højde for, hvordan media literacy bliver udført (enacted) og som inddrager den kontekst, som de forskellige media literacy aktører indgår i (Bulger 2012: 84).

Andre dele af media literacy litteraturen påpeger en række 'research gaps', altså områder, som ikke i særlig grad er dækket af forskningen. De tre væsentligste huller er:

- Ganske lidt fokus på kvalitative studier

- Manglende fokus på betydningen af social og kulturel kontekst
- Manglende fokus på brugernes praksis, det vil sige, hvad gør de og hvad tænker de om det

Ofcom leverer i deres rapport en række anbefalinger, der i nogen grad har informeret vores undersøgelsesdesign og som understøtter vores egne fund og konklusioner: *It is recommended that future research considers conducting longitudinal surveys to chart change over time, and builds on the range of innovative, in depth qualitative methods being used in media research.* (Livingstone, S. et al, 2005:6).

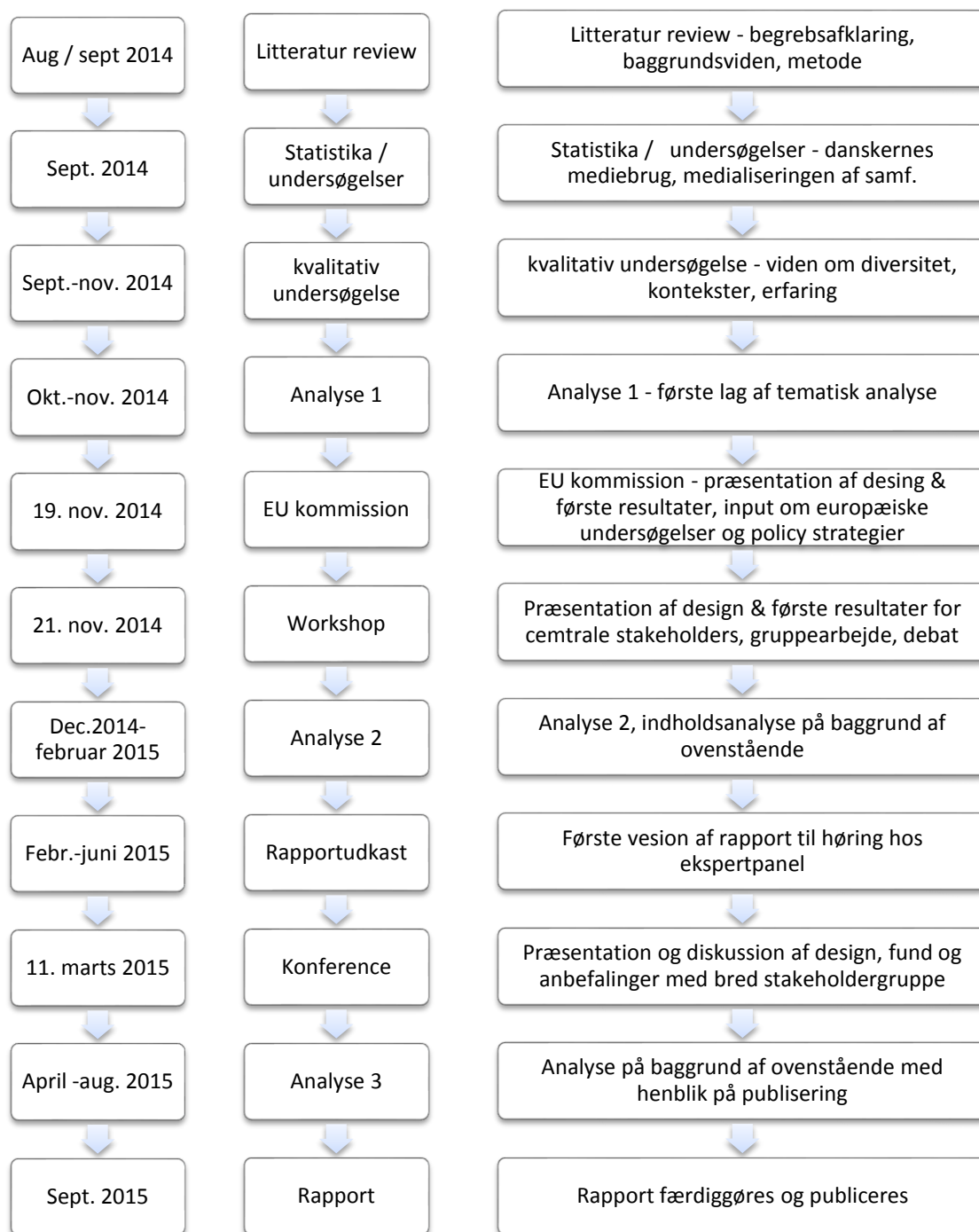
På baggrund af ovenstående mener vi, at en ny forståelse af, hvad mediekompetencer og media literacy er i en dansk sammenhæng i 2015, kræver, at vi kommer flere spadestik dybere, end en ny, kvantitativ undersøgelse alene vil kunne. Vi skal ud og møde danskerne og deres medieerfaringer i de vidt forskellige kontekster, hvor mediernes potentialer og problemer optræder. Der hersker alt for mange antagelser om, hvordan verden ifølge medier og mennesker hænger sammen, og vores hensigt har været at afdække både de komplekse sammenhænge og de dynamiske vilkår for stadige forandringsprocesser.

Vores forslag om at forstå media literacy som integrationen af kompetencer og mediedannelse betyder, at der i en undersøgelse bør være fokus på såvel tekniske og faglige kompetencer, såvel som sociale praksisser og kontekst. Ydermere er det som beskrevet ovenfor essentielt, at man ikke tænker ovenstående som adskilte domæner, men har blik for, at de er tæt forbundne. Det kræver, at man i undersøgelsen af adgang og brug også inddrager de sociale og kulturelle sammenhænge, hvor medier bliver brugt, så som hjemmet og de institutioner, hvor den danske befolkning færdes. I vores undersøgelse af, hvordan forskellige mennesker i forskellige kontekster navigerer i og forstår mediernes logikker, vil vi tage udgangspunkt i borgernes faktiske mediebrug i hverdagslivet.

Afdækningsstudiet proces

For at kunne frembringe den information, der har skullet til for at kunne besvare opdraget for afdækningsstudiet, har vi kombineret forskellige former for data gennem forskellige metoder. De forskellige lag af undersøgelsen er strategisk opbygget, så de faciliterer og komplementerer hinanden. Da der ikke tidligere er gennemført et tilsvarende afdækningsstudie, har vi valgt en eksplorativ tilgang, såvel i forløbet, som i kombinationen af metoder og i den samlede tilgang til, hvordan den ønskede information kunne indhentes.

Figur 7 herunder illustrerer studiets tidlige forløb og den undersøgelsesmæssige og analytiske proces.



Figur 7. Afdækningsstudiets proces

Det medialiserede samfund og medieudviklingen

Det medialiserede samfund

Nedenstående citat, som også anvendes i Kulturstyrelsens projektbeskrivelse, beskriver i få ord mediernes centrale betydning i det moderne samfund, såvel kollektivt som for den enkelte. Dermed understreges vigtigheden af, at alle borgere har adgang til, kan bruge og forstå og kritisk reflektere med og over medierne:

Det aktuelle samfund er gennemsyret af medier i en sådan grad, at medierne ikke længere kan tænkes adskilt fra kulturens og samfundets øvrige institutioner. [...] Men en forståelse af mediernes betydning i det moderne samfund kan ikke længere forlade sig på en model, hvor medierne opfattes som adskilte fra det øvrige samfund og kultur. Medier er ikke blot teknologier, som virksomheder, partier eller individer selv kan vælge at bruge – eller ikke bruge – efter eget forogdtbefindende. En væsentlig del af mediernes betydning består i, at de er blevet en integreret del af andre institutioners virke, samtidig med at de har opnået en selvstændighed, så andre institutioner i et vist omfang må underordne sig mediernes logik. Medierne er på samme tid inden i samfundet og kulturen og en selvstændig institution, der står imellem de øvrige kultur- og samfundsinstitutioner og koordinerer disse institutioners indbyrdes interaktion. Dette strukturelle forhold sætter en række præmisser for, hvorledes mediebudskaber i konkrete situationer anvendes og opfattes af afsender og modtagere og derigennem påvirker interaktionen mellem mennesker.

(Hjarvard 2009:5)

Medierne er med andre ord et bindeled mellem samfundets forskellige institutioner og mellem borgerne og samfundet. Det er via medierne i alle deres former, at man kan høre, lære, sætte sig ind i, holde sig orienteret og opdateret om det omgivende samfund – også det internationale – og det er ikke mindst via medierne, man som privatperson, borger, politiker, debattør og så videre selv har mulighed for at give sine meninger og holdninger til kende, blive hørt og deltage i samfundet. Medialiseringsprocessen er såvel en følge af som befordrende for de forandringsprocesser, der finder sted i mediernes udvikling og anvendelse i samfundet og for den enkelte borger.

Danmarks medieprofil i forandring

Alle medier har deres særlige formmæssige, teknologiske, kulturelle og sociale særtræk, som kommer til udtryk i integration, brug og betydning. Desuden hænger menneskers forskellige mediepræferencer og -anvendelser sammen med det enkelte individs historie, erfaringer, holdninger og hverdagsliv. Udviklingen inden for begge disse kontekster er tæt forbundet og dermed har vi i dette afdækningsstudie undersøgt forhold, der på den ene side kan kategoriseres og beskrives, på den anden side konstant antager nye former og betydninger. Såvel de uformelle som formelle digitaliseringsprocesser og –strategier har afgørende betydning for de forandringsprocesser, vi oplever i disse år. Samtidig undergår også de traditionelle medier en hastig udvikling som en uadskillelig konsekvens af de teknologiske, kulturelle og sociale digitaliseringsprocesser, der finder sted.

I det følgende beskrives ganske kort de overordnede træk ved medieudviklingen, som er særligt relevante i forhold til denne undersøgelse. Vi trækker blandt andet på Kulturstyrelsens afdækning af *Medieudviklingen i Danmark*, der beskriver såvel generelle som specifikke træk ved medieudviklingen. *Medieudviklingen i Danmark* (Kulturstyrelsen 2014) er baseret på omfattende dataset, herunder styrelsens egne undersøgelser.

For det første er det fortsat relevant at beskæftige sig med adgang til og brug af medier. Det er ganske vist ikke længere interessant i sig selv, hvor mange, der har adgang til internet og mobiltelefon, fordi det er langt de fleste. Men det har betydning, hvordan og hvornår, man bruger de medier, man har adgang til. Det, at man er online tre gange om ugen, er ikke interessant i sig selv. Det er det, man gør, og de tjenester, man bruger, der er interessant. Udviklingen er, at antallet af danskere, der håndterer langt flere personlige opgaver digitalt og online, stiger hastigt i disse år. Det siger noget om teknologiernes tilgængelighed og en tilpasning til nye teknologiers og systemers logikker. Det siger også noget om, at tilliden til de digitale teknologier og tjenester vokser.

Det har betydning, hvilke medier, man er vokset op med, hvordan man for sine informationer, og hvordan man kommunikerer såvel som borger i forhold til samfundets institutioner og i sin personlige kommunikation med venner og familie. Det er af betydning, at langt størstedelen nu har adgang til daglig brug af internet og smartphones. Men det har også betydning, at færre læser en traditionel avis, at færre ser tv på tv-apparatet og at færre telefonerer med veninden på fastnettelefonen. I dette ligger der ikke en normativ vurdering, men en betragtning over, at det samlede mediebillede undergår store forandringer i disse år. Befolkningen på kryds og tværs af alder og baggrund har forskellige præferencer for medier til forskellige behov, og også forskellige erfaringer og forståelser. De smarte teknologier og digitaliseringen af traditionelle medier, samt befolkningens generelle adgang til mange forskellige medieteknologier, gør det muligt at anvende medier fleksibelt og efter behov. Man kan næste sige, at hver person sammensætter sin personlige medieøkologiske kontekst. Dette betyder samtidig, at det ikke længere er en selvfølgelighed, at vi på tværs af befolkningen deler medieerfaringer og medielogikker.

For det andet sker der en omfattende mobilisering af information i disse år, det vil sige, at vi kan tilgå information og kommunikere, når og hvor, vi har brug for det. Traditionelle medier som aviser, bøger, og radio har selvfølgelig været mobile gennem historien og siden 90'erne har personlig kommunikation været mobil gennem udbredelsen af mobiltelefoner. Men med integrationen af smartphones sker der et kvalitativt skift i forhold til, hvilken information, man har adgang til hvor, og i forhold til, hvornår man kan håndtere hvilke medierede handlinger. Smartphonen har flyttet den avancerede håndtering af hverdagslivets mange sammenhænge væk fra hjemmet og skrivebordet og ud – eller ind – i den kontekst, hvor den enkelte bruger befinder sig. Det betyder, at forståelsen af tilværelsens sammenhænge og logikker forandrer sig – hastigt for nogle og påtvunget og langsomt for andre. Dette er en realitet for flertallet af danskere og dermed for vores vores informations- og kommunikationskulturer sig også kollektivt. Det betyder, at selvom man selv ønsker at fastholde traditionelle informations- og kommunikationsformer, er det i stigende grad vanskeligt fordi kommunikation og information i øvrigt på alle niveauer ændrer sig og vores normer og holdninger til kommunikation ændrer sig også. Set fra det modsatte perspektiv, kan det være vanskeligt at realisere et ønske om avanceret udnyttelse af digitale mediers potentialer, fordi vi trods forandringsprocesser og individuelle mediemønstre, er nødt til at tilpasse vores individuelle mediebrug til kollektivets mediemæssige normer.

For det tredje betyder digitaliseringen af samfundets institutioner og af interaktionen mellem samfund og borger, at relationer mellem de forskellige lag i samfundet ændrer sig. Én af begrundelserne for digitaliseringsstrategien er, at borgerne skal have mere og bedre styr op egen tilværelse uden at være afhængig af institutionerne og deres hierarkier. Men noget kunne tyde på, at borgerne oplever dette meget forskelligt. Alle bliver tvunget til at bruge digital post og NemID, men gør det med forskellige forståelser for, hvad disse systemet betyder for deres egen håndtering af tilværelsens forskellige sammenhænge. Vi foregriber et af vores fund her, fordi det så udmærket demonstrerer kompleksiteten i konsekvenserne for borgerne. Langt de fleste borgere håndterer NemID efter planen, men dertil kommer omkring en kvart million, der ikke tjekker deres konto for indkomne beskeder og dermed får rod i administrationen af tilværelsen – altså det modsatte af intentionen. Andre gør hvad de kan for at slippe for digitaliseringen af principielle eller personlige grund. Og endelig er der så de, der af forskellige grunde ikke kan håndtere de digitale systemer, og derfor bliver fritaget. Vores undersøgelse pegede på, at det at kunne håndtere sin egen tilværelse, herunder være en kompetent mediebruger, har betydningen for ens selvrespekt og oplevelse af at være en ligeværdig deltager i samfundet.

For det fjerde ændrer medieinstitutionerne sig også, både som virksomheder og som indholdsleverandører. En dialektisk proces, hvor bruger følger mediemulighederne og medieinstitutionerne følger bruger er tydelig. Mediebrug er på alle niveauer karakteriseret af personlige valg, individualisering, konkurrence fra for eksempel sociale medier. Sociale medier bliver i stigende grad portal til indhold, som kan findes alle mulige andre steder end hos de etablerede mediehuse. Forretningsmodellerne ændrer sig således og tvinger mediehuse til at tænke i alternative baner, der så igen kommer til at understøtte de radikale ændringer i nyhedsstrømme, brugeradfærd og i hvem, der sætter dagsordenen for den daglige information og debat. Uanset, hvor gammel man er, hvilken baggrund man har, hvilke mediepræferencer, man har, så kan man ikke undgå at blive en del

Afdækningsstudiets kvalitative del: design og metoder

Som nævnt i indledningen bidrager vi til afdækningsstudiet med ny viden baseret på en omfattende, kvalitativ undersøgelse. Undersøgelsen er designet til at dække ønsker til spredning i forhold til geografi, alder, køn, baggrund og særlige vilkår.

Den kvalitative undersøgelse bygger primært på en række observationer og interviews med 20 familier fra hele landet, i alt ca. 40 undersøgelsesdeltagere. Undersøgelsen er udført i perioden fra september til november, 2014. Nedenfor beskrives de overvejelser, der ligger bag designet, samt udvælgelse af deltagere, analysemetoder, samt de forskellige lag i analysearbejdet.

Empirisk ramme - familien og hverdagslivet

Omdrejningspunktet for vores empiriske undersøgelser er familien, identificeret i et krydsfelt mellem social og kulturel enhed samt husstand. Den kulturelle enhed, som familien udgør, kan forstås som en gruppe af individer, der forenes gennem slægtsskab, juridiske forhold, ægteskab, partnerskab eller adoption. I visse tilfælde består familien af meget få eller kun et enkelt medlem. Det vil sige, vi ser ikke familien som en traditionel far, mor og børn konstellation, men som en social og kulturel konstellation med mange udformninger. Vi har brugt familien som begreb til at afgrænse vores empiriske felt og har altså ikke haft til hensigt i særlig grad at studere mediebrug i familier ud over det, vi beskriver nedenfor. I familien finder vi blandt andet et forum for studier af forskellige alderstrin (børn, unge, ældre) og ofte forskellige køn, og vi finder forskellige uddannelsestrin, beskæftigelser og personlige vilkår og erfaringer. Ud fra disse mønstre vil vi undersøge mediebruget og opfattelsen af det enkelte menneske som mediekompetent borger. Med familien som bred ramme vil vi opsamle livsbeskrivelser, der sætter den konkrete mediebrug ind i en lokal kontekst. Samtidig giver studier af familiens hverdagsliv mulighed for at studere mediebrug i praksis og derved få indblik i den kompleksitet og mangfoldighed, der ligger i danskernes mediebrug.

Forstudiet har taget udgangspunkt i hverdagslivet og undersøgelsesdeltagernes faktiske mediebrug og hverdagspraksisser, fordi vi her får et indblik i den kontekst, hvori der opstår reelle behov og udfordringer, som familierne oplever i deres daglige omgang med medier. Samtidig giver det os mulighed for at have en åben tilgang, hvor nye relevante problemstillinger og kategorier fra familiernes hverdag kan opstå i dialogen med undersøgelsesdeltagerne. På den måde forsøger vi at bryde med den normativitet, der kan risikere at ligge i en undersøgelse, hvis sigte er at lave en måling af et niveau. Flere af de problemstillinger vi ser i praksis i familiernes hverdagsliv kan være vanskelige at forestille sig, når man som forsker sidder bag sit skrivebord.

Den samme åbenhed har vi praktiseret i forhold til de kategorier, der indgår i en media literacy-undersøgelse. Hvad kategoriserer undersøgelsesdeltagerne for eksempel som værende privat, troværdigt eller farligt? Og er der andre kategorier, vi ikke har taget højde for?

Det er samtidig inden for hverdagslivets rammer, at familierne dagligt skal navigere i forskellige krydsfelter, som for eksempel i overlappet mellem privatlivet og arbejdslivet. Et andet krydsfelt er brug og betydning af

traditionelle medier over for brug og betydning af digitale medier. Vi har i den forbindelse undersøgt mediekompetencer og media literacy, forstået som refleksion og kritisk forståelse i forhold til en række temaer: information og nyheder; kommunikation og deltagelse; digitalt samfundsborgerliv; sociale medier og privacy.

Både mediekompetencer og refleksioner varierer fra den ene familie til den anden og fra person til person. Vi har haft fokus på, hvordan og i hvilken grad undersøgelsesdeltagerne navigerer i disse krydsfelter, herunder om og hvordan dette hænger sammen med familiens hverdagsliv og livsførelse.

Som det vil fremgå af præsentationen af vores resultater i de næste dele af rapporten, er det, som oftest kaldes "særlige grupper" dog lige så forskellige som den brede gruppe af såkaldte "almindelige borgere".

Undersøgelsesdeltagere

For at skabe størst mulig diversitet i studiet har udvælgelsen af familierne taget udgangspunkt i en række forskellige karakteristika og forhold. Det omfatter både geografisk lokalitet, familiemæssig sammensætning, alder, profession samt kulturelle tilhørsforhold, som præsenteret indledningsvis.



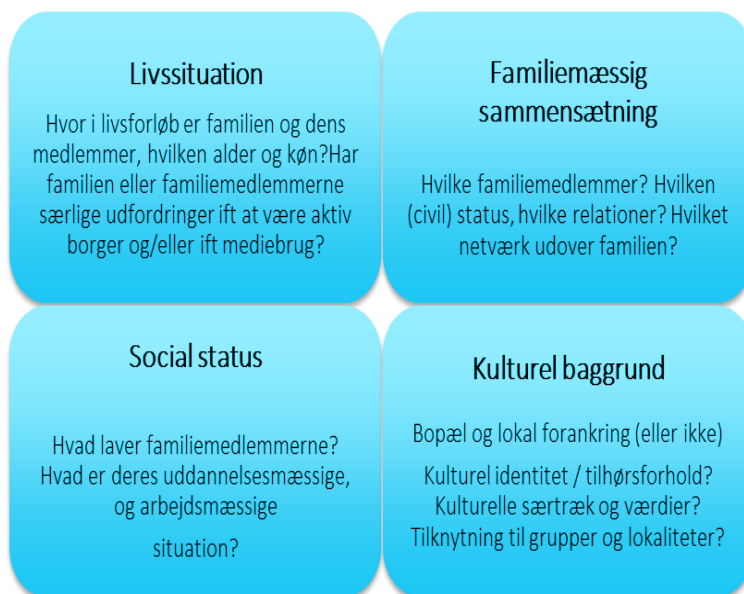
De 20 familier, vi har besøgt, har været fordelt på de fem regioner i Danmark. Vi har brugt landets fem regioner som udgangspunkt for udvælgelsen af empiriske lokaliteter for at få indsigt i mediebrug og hverdagsliv fra et bredt udsnit af den danske befolkning, det vil sige både tæt på de kulturelle centre i hovedstatsområdet såvel som fra områder, der ligger perifært i forhold til centrale og nationale beslutninger om mediebrug. Se figur 10 for en oversigt over fordelingen af familier, samt bilag 1 for en oversigt over personer.

Figur 8. Landets fem regioner

Nedenstående undersøgelsesmatrix er udviklet på baggrund af vores indledende litteraturstudier, eksisterende data og undersøgelser samt egne, tidligere undersøgelser af forskellige aspekter ved befolkningsgrupper og individers mediebrug.

Vi har således strategisk udvalgt undersøgelsesdeltagere (og deres familier), som kan beskrives forskelligt ud fra de fire kategorier. På denne måde tilstræber vi at opfylde Kulturstyrelsens ønsker om, at vi skulle ud i hele landet, i forskellige aldersgrupper, blandt folk med forskellig baggrund og forskellig mediebrug. Princippet var, at deltagerne i hver region ikke måtte være ens i alle fire kategorier (se figur 9).

Udover at inddrage deltagere som generelt var forskellige i forhold til de fire kategorier sikrede vi, at vi havde af deltagere, som i nogle tilfælde kunne siges at have en særlig udfordring i forhold til mediebrug i Danmark. Blandt deltagerne har vi således deltagelse af en ordblind person, en, der lider af afasi, én, der er førtidspensionist på grund af sygdom, ældre ikke-it-kyndige, samt to-sprogede deltagere. Disse borgere har på forskellige områder særlige udfordringer i forhold til at kunne være optimalt mediekompetente og mediedannede, og tilsvarende har de forskellige, særlige muligheder. De kan kun meget overordnet sidestilles i en samlet "borgere med særlige vilkår"-gruppe.



Figur 9. Matrix for udvælgelse af undersøgelsesdeltagere

Kontakten til undersøgelsesdeltagerne er opnået gennem diverse institutioner samt gennem netværk og personlige kontakter. Vi har besøgt mellem tre og fem familier i hver region, hvoraf én af de familier har potentielt særlige mediemæssige udfordringer (eksempelvis ordblinde, fysisk handicappede, ældre osv.)

Udfordringer i udvælgelse af deltagere

Det lykkedes os, som det ses, at få deltagelse af meget forskellige familier, men vi må også understrege, at det ikke er let at få aftaler i stand med travle familier. Endnu vanskeligere er det at få adgang til familier, som i særlig grad er udsatte, for eksempel som følge af fysisk eller psykisk sygdom, sociale vilkår og så videre. Det er ikke de særligt udsatte, der først åbner døren for forskere og andre, der vil spørge ind til deres tilværelse, erfaringer og oplevelser eller dele heraf. Det kræver således en særlig indsats at få adgang til disse grupper af familier / borgere.

Som et led i bestræbelserne for at opnå diversitet blandt undersøgelsesdeltagerne, har vi, som tidligere nævnt, udvalgt familierne på baggrund af en række karakteristika. Visse af disse karakteristika lader sig lettere definere end andre. Eksempelvis kan vi ved første kontakt få kendskab til familiens sammensætning, familiemedlemmernes alder, uddannelse og arbejdsmæssige situation. Andre karaktertræk kan være sværere at få kendskab til på forhånd. Det kan være kulturelle værdier, specielle udfordringer som følger af sygdom eller handicap og andre mere følsomme emner. Vi har i den forbindelse forsøgt at inkludere grupperinger, der potentielt kan have nogle udfordringer generelt i samfundet. Det kan enten være i form af, at de står uden for arbejdsmarkedet, har en diagnose, eller på anden vis har svært ved at leve op til samfundets krav. Som udgangspunkt er der ikke nødvendigvis en relation mellem disse udfordringer og mediemæssige udfordringer.

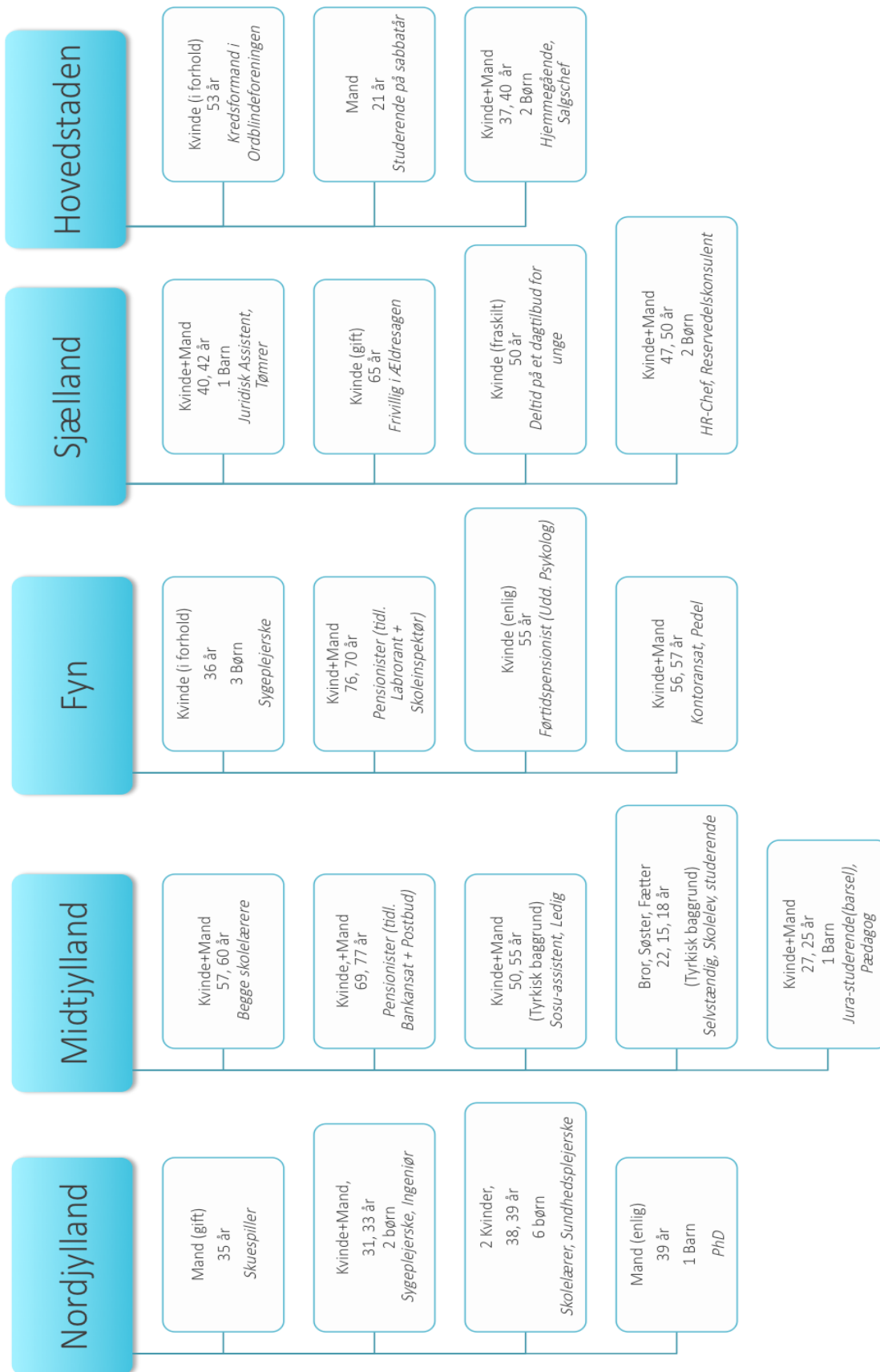
I vores empiriske arbejde kan vi jo dog se, at der i forskellige livssituationer opstår forskellige problemstillinger. F.eks. kan det blive et problem, at det skal foregå digitalt, hvis man har stor brug for en løbende kompleks dialog med sin kommune. Eller at man som indvandrer i Danmark kan føle, at forskellige vinkler og emner bliver underrepræsenteret, og at man måske derfor fravælger visse kanaler.

Bearbejdning af datamateriale

For at få overblik over det store datamateriale, som er blevet indsamlet til dette forstudie, har vi benyttet metoder som kodning, mapping og clustering af vores data. De 20 interviews blev først kodet ud fra en række af de allerede definerede temaer, som er omdrejningspunkt i vores undersøgelsesguide. Derudover blev der i forbindelse med kodningen af datamaterialet givet plads for, at der blev identificeret andre temaer og problemstillinger, end de på forhånd opstillede. I næste analyserunde blev diverse fund samlet i temaer på tværs af familierne i et affinitetsdiagram (mapping af relationer mellem temaer og deltagere). Der blev desuden afgrænset fokusområder, som trådte frem i analysen på baggrund af familiernes kontekst og livssituation og som derfor kan have meget forskellige karakter. Det kan eksempelvis være alt fra sygdomsforløb til livet som børnefamilie, der optager familierne, og som er med til at definere mediebrug og kompetencer.

Som led i analysearbejdet udviklede vi cases på baggrund af de mange interviews. I forhold til dette var det en del af det analytiske arbejde at tage stilling til, hvilke temaer, der skal indgå i en fremtidig undersøgelse.

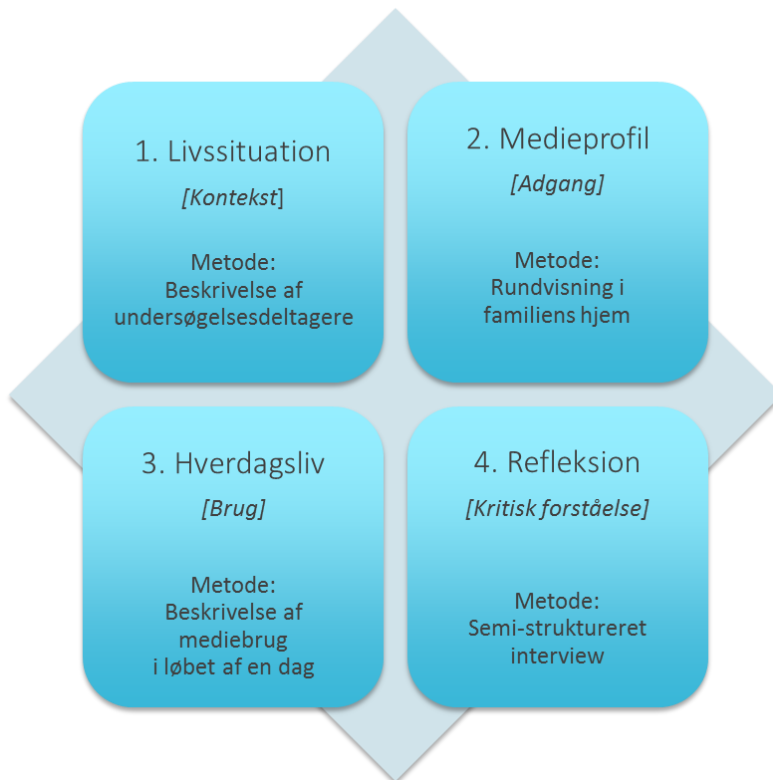
Cases skal i denne sammenhæng forstås som korte beskrivelser af situationer eller problematikker vedrørende mediebrug og kompetencer. Denne måde at repræsentere data på giver mulighed for at inddrage hverdagsituationer fra familierne, således at mediebrug og kompetencer bliver sat i en reel kontekst.



Figur 10. Skema over undersøgelsesdeltagere

Metodeapparat

Den overordnede pointe i designet af den kvalitative del af dette afdækningsstudie var at komme ud til danskerne og besøge dem, hvor de er på hjemmebane. Besøgene hos familierne var struktureret omkring et metodeapparat, der bygger på fire fokusområder, som alle har til formål, at skabe indsigt i forskellige media literacy områder: Kontekst, adgang, brug samt kritisk forståelse (se figur 9).



Figur 11. Kriterier for udvælgelse af undersøgelsesdeltagere

første områder, og brugte scenarier omkring typiske situationer til at fremme fortælling og dialog.

Med denne model vil vi understrege relationen mellem de forskellige dele for at komme til øgede indsigter om media literacy i en dansk kontekst. Gennem disse fire fokusområder har vi forsøgt at komme et skridt nærmere de konkrete situationer, hvori familierne lever med medier. Det er en vigtig pointe i det hen-seende, at de fire områder i praksis ikke er opdelt, men selvfølgelig hænger sammen.

De fire dele af undersøgelsen er dokumenteret gennem observationsnoter, afkrydsningskemaer, lydoptagelser, fotos og refleksionsnoter.

Undersøgelsens supplerende, eksplorative elementer

Vi har i dette afdækningsstudie undersøgt mediebrug fra en bredt vifte af metodiske tilgange og empiriske kontekster for at kunne identificere vigtige områder at gå videre med i kommende undersøgelser. I dette

Det første fokusområde i modellen omhandler familiernes livssituation og indebar, at medlemmer fortalte om sig selv og deres livssituation. Det andet fokusområde tog udgangspunkt i en rundvisning i familiernes hjem, hvor de viste, hvilke medier, de har adgang til og hvor, mens vi observerede, dokumenterede og spurgte til, hvordan medier indgår i deres liv. Det tredje fokusområde omhandler familiens medieprofil, det vil sige, hvilke medier undersøgelsesdeltagerne rent faktisk bruger i løbet af en dag. Til dette gennemgik vi deres dag med medier. Det fjerde og sidste fokusområde bestod af en samtale i form af et semistruktureret interview, som havde til hensigt at opnå viden om undersøgelsesdeltagernes refleksioner og kritiske forståelse. Her tog vi udgangspunkt i informationerne fra de tre

afsnit præsenterer vi nogle af de supplerende eksplorative og kvalitative undersøgelsesmetoder, vi har anvendt, ud over besøgene hos de 20 familier.

Vi vil fremhæve fire fremgangsmåder og interventionsformer, som vi ser som potentielle og interessante for nye undersøgelser:

Mediekompetencer i praksis

Ved at deltage i IT kurser for begyndere, arrangeret af Ældre Sagen, fik vi nyttig indsigt i problemstillinger for mennesker, der ikke har været vant til at bruge computere og IT generelt. Deres udfordringer kan forekomme åbenlyse, men ved at deltage i disse kurser blev det tydeligt, hvilke helt konkrete og praktiske elementer, der volder problemer.

Deltagende observation

At følge en familie over længere tid har åbenlyse gevinster. Denne metode gav os et mere nuanceret billede af krydsfeltet mellem medier, familier og hverdagsliv. Tydelige rids af, hvorledes medier både anvendes som organiserende, koordinerende og deltagende stod mere tydeligt frem.

Besøge på institutioner og arbejdspladser

At følge mediebrug på tværs af arbejdspladser og offentlige institutioner, var et element, som vi på tværs af vores dataset, prioriterede. Det fremgik tydeligt, hvorledes disse på forskellig vis sætter rammer for, hvordan man som borger i Danmark tillærer og anvender traditionelle såvel som nyere medier.

Online debatforum

I denne undersøgelse har vi ligeledes undersøgt og eksperimenteret med online kommunikation og debatfora. De fleste af vores respondenter deltog ikke direkte i online debatter, ikke desto mindre viser vores undersøgelser et potentiale for både mobilisering af viden og alternative veje til støtte og hjælp i mediesamfundet.

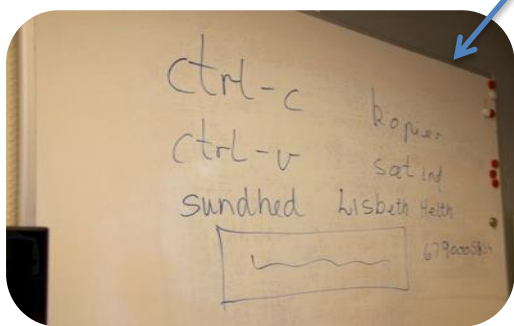
Mediekompetencer i praksis

På Falster besøgte vi et hold, som gik til "IT for begyndere". Det er et kursus arrangeret af Ældre Sagen med frivillige undervisere. Her fulgte vi undervisningen på tæt hold og deltog desuden som 'medundervisere', hvilke gav et unikt indblik i de problemstillinger, som ældre borgere oplever i forbindelse med IT.

Vi oplevede i flere situationer, at vi fik en ekstra viden om undersøgelsesdeltagernes tekniske kompetencer ved at bede dem vise os eventuelle problemstillinger på de medier, de fortalte om.

Flere af de ældre undersøgelsesdeltagere gav eksempelvis udtryk for, at de var glade for deres tablet eller computer, men adresserede samtidig enten forvirring omkring indstillinger eller utilfredshed med funktioner. I det øjeblik de begyndte at navigere på medierne for at vise os bestemte funktioner, fik vi et indblik i det, man kunne kalde deres "tekniske kompetencer". En problemstilling, som mange af familierne også adresserede:

"Min mor har jo aldrig lært om computerens opbygning, så hun ved ikke, hvor hun er i landkortet. Og ved ikke - er det en farlig vej, går jeg ud, ender den blindt eller nede i en grøft, eller er jeg på sikkert land? Så hun har det sådan, at hver gang hun skal kigge på computeren, så har hun mavepine og er bange og nervøs. Og jeg kan godt forstå det - for bare de der java-opdateringer, det går jo fuldstændig "barokt". Og så ringer hun og er så angst og hylende, så hun kan faktisk ikke høre, hvad jeg siger. Hun aner ikke, hvor hun er. Altså hun står i Polen og ved ikke, hvor hun bevæger sig hen".



Samme problemer med at navigere i mediernes logikker oplevede vi, da vi var på besøg hos en tidligere viceskoleinspektør. Han ville vise os noget på sin iPad, men efter flere mislykkede forsøg endte han med at pakke den sammen og skubbe den væk i frustration.

Et fokus på at undersøge mediekompetencer i praksis blandt forskellige aldersgrupper bør indgå som en del af en fremtidig undersøgelse

Deltagende observation

Da dette afdækningsstudie især har fokus på, hvordan media literacy og mediekompetencer kan undersøges, har vores metodiske tilgang som nævnt været eksplorativ. I den forbindelse udvidede vi et af besøgene hos en familie fra at vare nogle timer til at vare en hel dag, for på den måde at få et mere detaljeret indblik i mediernes rolle i hverdagen hos en børnefamilie.



Det at tilbringe en hel dag med familien var især givende for forståelsen af, hvilke mediekompetencer, der kommer i spil, og hvilke refleksioner, de i familien gør sig omkring forskellige medier i en travl hverdag. Samtidig gav det mulighed for benytte metoder som observation og deltagende observation, og derved ikke blot at spørge ind til brug af og tanker om medier, men også at studere familiens praksisser og brugen af medier i en hverdagskontekst.

Det er vigtigt at påpege, at observatørens tilstedeværelse selvfølgelig påvirker

situationen, og at længere tid hos familien ville være at foretrække, da det giver familien tid til at vænne sig til observatøren. Længere tid ville også være nyttigt i forhold til at opleve, beskrive og analysere, hvilke situationer og valg, eksempelvis en moderne børnefamilie dagligt står i med hensyn til beslutninger om og kvalificeringer af, medieadgang og -brug.

Denne metode giver ikke nødvendigvis mere data, men en anden type data, som er vigtig, når man ønsker at opnå en indgående viden om menneskers livsverden og det, der foregår mellem mennesker, medier og samfund. Der er tale om såkaldte "tætte beskrivelser" (Geertz 1973), som oftest anvendes i forbindelse med medieetnografiske undersøgelser, hvor man som her bruger deltagende observation som metode (Kristiansen og Krogstrup 2015). Metoden egner sig specielt godt til at undersøge og dokumentere på tværs af situationer, og på tværs af hverdagslivets forskellige kontekster.

Familien, som vi fulgte, er bosat på Frederiksberg og består af Julia og Søren, som er sidst i 30'erne samt deres to børn, Asta på 6 år og Malthe på 4 år. Vi mødtes med Julia, Asta og Malthe kl 8 foran pigens skole og fik således mulighed for både at følge Astas skoledag og familiens hverdag om eftermiddag og aften i deres lejlighed.

Se figur 12 nedenfor.

Figur 12. En dag med en familie

Case 20. Familien dukker op ved skolen om morgenen lidt senere end aftalt. Imens Asta, på en stor touch screen, melder sin ankomst gennem skolens Tabulex-system, fortæller Julia, at familiens hverdag for tiden er meget præget af forhandlinger omkring husets iPad og det havde taget en del af deres tid denne morgen. Ét er at lave faste regler om brug af medier, eksempelvis telefon- og tabletfri morgener, noget andet er, når det skal praktiseres i en travl hverdag, fortæller hun.

Da familien midt på eftermiddagen kommer hjem i lejligheden, er den 6-årige pige tydeligvis træt efter en lang skoledag. "... må jeg ikke nok spille iPad?", spørger hun sin mor, som sukker. "jo, men kun en halv time". Hun kigger på mig:

"Nogle gange bliver vi nødt til at bruge iPaden for at undgå konfrontationer ... mest fordi det er NEMT. Men så skal man bare huske at hive hende [Asta] retur, for nogle gange, når hun har tabt, så lever hun sig så meget ind i det og bliver helt bims. Så vi har lært dem, at de ikke må bruge den for tæt på sengetid. Vi har fortalt dem, at så bliver de bims i øjnene... de kan ikke tåle lyset. Det tror jeg måske, at jeg har printet lidt for hårdt ind i dem. For nu tror hun [Asta], at det er ved alle medier, at man bliver gal oveni hovedet. Så det er nogle gange ens hysteriske adfærd, der måske er slået fejl. "

Efter et par minutter kommer Asta ind med iPad'en, hun vil nu gerne have lov til at købe et bestemt spil, hun har udset sig. Det er noget med en prinsesse, fortæller hun sin mor, som tager iPad'en og prøver at sætte sig ind i, om der står noget om en aldersgrænse og hvad spillet i det hele taget går ud på. Hun kigger på mig og siger:

"Jeg ved simpelthen ikke, hvordan jeg skal forklare et 6-årigt barn, at jeg ikke vil have, at hun spiller de her spil, når de er fyldt med reklamer og hvad ved jeg ...".

Julia siger nej for nu og fortæller mig, at hun finder det svært at tage stilling til indholdet på medier, som familien omgiver sig med:

"En dag så de[børnene] den gamle Peter Pan film, og på et tidspunkt i filmen siger de flere gange: "Klo er en klaptorsk" - og så gik Asta rundt i flere dage og kaldte mig en klaptorsk. Og Emil har set et ninjatricks i en eller anden film, og så går han og laver dem og forstår ikke, at han faktisk går og sparker folk. Og vi så en gang et program på Ramasjang om filmtricks, hvor der, uden warning, kom et gyserklip. Begge børn vågnede samme nat og græd, og var bange for mørket, og vi skulle tænde lys".

Som mange andre forældre forsøger Julia at navigere i et hverdagsliv, hvor stillingtagen til medier og børneopdragelse flyder sammen. Når man tilbringer en dag sammen med en familie, bliver det tydeligt, at der er mange situationer dagligt, hvor opdragelse må stå sin prøve og hvor mediebrug konstant er til forhandling.

Besøg på institutioner og arbejdspladser

Vi har i de forskellige regioner, udover at besøge familierne, også besøgt udvalgte hverdagslivskontekster og samfundsinstitutioner, som har betydning for medlemmer af familien, så som: skole, arbejde og bibliotek. Her talte vi med en række fagfolk, som biddrog til at skabe forståelse for, hvilke problemstillinger de oplever omkring mediebrug og kompetencer.

Biblioteker

Bibliotekerne har i stigende grad fået nogle af de roller, som tidligere lå i borgerservicecentre. I forbindelse med overgangen til "digitale post" er der blevet lagt en stor kampagne hos bibliotekerne, hvor man kan få hjælp gennem kurser på forskellige niveauer. Udover at bibliotekerne spiller en væsentlig rolle i at forbedre danskere til at benytte "digital post", oplevede vi, at det stadig i høj grad er et sted, hvor brugere kommer for at benytte en lang række mere traditionelle medier (aviser, bøger, lydbøger m.m.). En relativt stor andel, af dem vi mødte, brugte også biblioteket, da de ikke i hjemmet havde computer eller internet-forbindelse. Gennem vores besøg på biblioteker i de fem forskellige regioner var det meget tydeligt, at disse rum spiller en stor betydning på flere forskellige niveauer.

For det første fordi de tillader brugere at benytte sig af en lang række traditionelle medier, men samtidig er med til at hjælpe med overgangen til nye. Bibliotekarer fortalte os, at de ofte blev kontaktet af folk der havde spørgsmål til NemID, hvorefter de kunne blive henvist til forskellige kurser. Dernæst så vi hos de forskellige biblioteker en lang række skriftlige og kampagnemæssige materialer så som foldere, bannere og pjecer omkring det at være digital i Danmark.

For de mennesker, vi mødte, er biblioteket det sted, hvor informationer, nyheder, litteratur er samlet samt hvor der er mulighed for at få hjælp. Derfor må dette rum forventes og i fremtiden at spille en vigtig rolle i samfundets media literacy-strategier.



Skoler

I kraft af vores fokus på familier (herunder børnefamilier) blev skolen også et centralt element. På landsplan er der et fokus på dette ved at uddanne lærere inden for IT-undervisning. Samtidig er der flere steder blevet introduceret til strategien "Bring Your Own Device" hvor undervisningen foregår digitalt for alle, da man medbringer sin egen tablet eller computer. Hvis man ikke har en, må man låne af skolen. Denne strategi blev problematiseret af flere forældre vi snakkede med. Hvilke sociale skel kommer dette til at sætte? Vil de børn, hvis forældre der ikke har råd til den nye og bedste tablet, ikke føle sig nedværdiget ved at skulle låne skolens "gamle" tablet? – var bekymringerne.

Et andet omdrejningspunkt for disse debatter er den hastighed hvorved fagligt og litterært materiale udskiftes. Vi besøgte bl.a. en skole på Frederiksberg, hvor den IT ansvarlige omtalte dette:

“Geografibøger for eksempel. Bøger om andre lande - hvis de var 10 år gamle, så satte vi ild til dem. Nu må de jo ikke engang blive 10 år gamle. . . men typisk, så siger vi, at vi ikke har ret meget, men prøv at tage din iPad og slå op dér og dér og dér ... og så kan du få dugfriske informationer og på det område er det jo en fin udvikling sådan set - men der ikke nogen tvivl om, at der er et skred i det, som vi har på hylderne”

Skolen er naturligvis både historisk og for fremtiden et centralt sted at studere media literacy. Det er i en dansk kontekst en grundsten i samfundets ambition om at tillære/oplære og udvikle evner til at kunne begå sig i samfundet. I takt med at medier divergerer og konvergerer, skabes der ligeledes muligheder og udfordringer for, hvorledes disse processer skal foregå. Vores undersøgelser peger på relevansen af yderligere undersøgelser vedrørende potentielle sociale digitale skel i forbindelse med implementeringen af ny IT. Dernæst er hastigheden, hvorved litteratur og viden udfordres, et tilbagevendende tema. Hvordan man som underviser kan opretholde rollen som "gatekeeper" til



viden og læring i en verden, hvor information og viden er tilgængelig på adskillige platforme? Det nævnes kort forskellige steder, at det især er evnen til etisk, moralsk og reflektivt at kunne forholde sig til de mange informationskilder, der for fremtiden bliver en vigtig rolle for skolen at indtage.

Arbejdspladser

En stor del af de familier, vi snakkede med, omtalte forholdet mellem hjemmet og en arbejdsplads, som et vigtigt mediemæssigt forhold. En del havde både en arbejds- og en privattelefon og de fleste havde en også flere mailadresser, en til arbejde og en privat. Flere af de adspurgte mente, at de havde lært betydelige tekniske kompetencer i takt med, at de skulle varetage deres arbejdsopgaver. Dette kunne være at logge ind og arbejde på et intranet eller gennem borger.dk eller virk.dk. Vi fulgte flere familiemedlemmer på deres arbejde. Her var det meget tydeligt, at det at kunne navigere på forskellige medier var vigtigt. F.eks. fulgte vi en skuepiller, hvis arbejde bl.a. bestod i at sætte teaterstykker op. Både i forhold til instruktion, lys og lyd, men også i forhold til at "sælge" budskabet om stykket til lokale medier og holde relationer til anmeldere m.v. Ved at følge hans hverdag fik vi et indtryk af mange både tekniske og sproglige mediekompetencer, der skal være til stede for at begå sig et sådant job. I dette tilfælde var der ligeledes en ret klar sammensmeltning af flere mediefunktioner på tværs af arbejd/og privatliv. Der var i dette tilfælde ikke en klar



sige grænser mellem privatliv og arbejdsliv.

grænse mellem disse, og der var her også en sammenblanding af privat/arbejdstelefon og iPad. Dette viste sig at være anderledes hos en række andre familier, der gjorde en stor indsats for at lave distinktioner. Vi snakkede blandt med et par, der gerne deltog i debatter og korrespondance online gennem deres arbejde og udtalte sig i kraft af deres faglighed. Som privatpersoner ønskede de ikke dette. Hvorledes arbejdspladser kan være et sted, hvor man opøver visse mediemæssige færdigheder, kan være et spændende tema for debatter omkring problemstillinger ved ikke at være tilknyttet arbejdsmarkedet. Derudover var det tydeligt, at der i øjeblikket pågår mange diskussioner, refleksioner og valg rundt omkring i danske familier omkring, hvorledes man sætter mediemæs-

Online Fora

Inden vi begyndte vores empiriske arbejde, var det vores hensigt at oprette to online fora, hvor vi kunne invitere folk til at deltage i debatter om media literacy: Et forum for undersøgelsesdeltagerne og et for fagpersoner.

Det første skulle være et forum, hvor undersøgelsesdeltagerne kunne debattere forskellige medie-relaterede emner online i forlængelse af vores besøg hos dem. Det kunne enten være emner, som udsprang fra vores besøg hos familierne eller aktuelle samfundsdebatter, som kunne være spændende at få belyst. Vi måtte dog sande, at det havde visse etiske problemstillinger. Kort tid efter at vi startede vores dataindsamling, stod det klart for os, at det ville være sværere, end vi havde regnet med, at få familierne til at deltage efterfølgende online. Mange af undersøgelsesdeltagerne gav udtryk for, at de følte, at de i deres dagligdag brugte for meget tid foran en skærm og på sociale medier samt at de desuden ikke brød sig om at deltage i debatter online.

Samtidig var det ikke uden problemer at finde et format, der kunne understøtte en sådan debatside. I første omgang forestillede vi os at lave en side, som kun skulle være for deltagerne, for på den måde at sikre, at det både var anonymt og et privat forum. Dette ville dog kræve, at deltagerne skulle oprette brugere og selv opsøge forummet, hvilket virkede upassende at spørge de allerede travle familier om. Efterfølgende oprettede vi en lukket gruppe på Facebook, hvor vi ville invitere undersøgelsesdeltagerne til at deltage. Dette rejste dog også en række problematikker i og med, at vi som gruppens administratorer ville være nødsaget til som privatpersoner at "blive venner med" undersøgelsesdeltagerne for at kunne invitere dem til den lukkede gruppe. Samme problematik gjorde sig gældende for gruppen for fagfolk. Det format, som

Facebook tilbyder, bygger i høj grad på personlige og private relationer, hvilket komplicerer muligheder for at lave et lukket debatforum i formelle rammer.

Efter grundige overvejelser besluttede vi os for at følge allerede eksisterende debatter på diverse Facebook-sider. Eksempelvis er der på Ældresagens, Biblioteksvagtens samt diverse nyhedsstationers sider af og til debatter som vedrører medie-relaterede emner. Fordelen ved de allerede eksisterende debatter, frem for dem, vi havde forestillet os at igangsætte, er, at de udspringer af reelle bekymringer eller interesser fra organisationer, der repræsenterer forskellige grupper eller institutioner. Se eksempel nedenfor. På baggrund af den langsommelige proces med at nå dertil, har vi ikke kunnet gennemføre en systematisk gennemgang af temaer og debatter, som brugerne har rejst på diverse platforme. Specielt debatten på Ældresagens fora var interessant i forhold til at få et indtryk af de mest typiske problemstillinger, deltagerne præsenterer, samt de holdninger til medieorienterede emner der dukker op. Da vi først sent i forløbet opgav ideen om at have vores egne online fora som ressource og derefter opsøgte eksisterende fora, har vi ikke foretaget en systematisk analyse af debatten på Ældresagens fora. Dette vil imidlertid være en god mulighed fremadrettet og i samarbejde med foreningen.



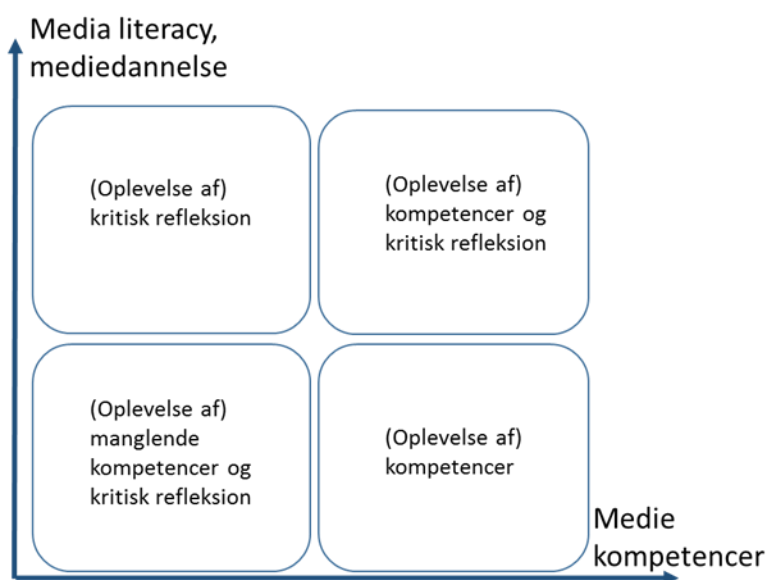
Analyse

Som det fremgår af oversigterne over vores undersøgelsesdeltagere (se figur 10) er vores undersøgelsesdeltagere og deres familier som planlagt meget forskellige med hensyn baggrund, hverdagsliv, mediehistorie, medieerfaringer, og holdninger til medier. På tværs af de 20 cases ser vi imidlertid fælles træk, som må siges at karakterisere hverdagsliv med medier på tværs af landet, således som landet ser ud gennem de 20 familier. De væsentligste gennemgående træk er:

- Mediebrugen i dagligdagen er under forandring i alle familier.
- Alle deltagere giver udtryk for, at de er opmærksomme på de strukturelle forandringer, der finder sted i forhold til medier og samfund. Det gennemgående eksempel er digitaliseringen af de offentlige systemer, men derudover har hver case egne eksempler.
- Medierne integreres i hverdagslivet i en proces, hvor medier kommer til eller falder ud uden større bagvedliggende strategier.
- Medierne er så centrale og på én gang påtrængende og usynligt allestedsnærværende, at man i familierne og for den enkelte deltager kan tale om medieøkologiske systemer, hvor de forskellige elementer tilpasses hinanden, når der sker interventioner i systemet, for eksempel gennem anskaffelse af en ny teknologi, indførelse af en regel om mediebrug, ændring af elementer i hverdagslivet og så videre.
- Der foregår konstante, ikke udtrykte, forhandlinger om, hvilke medier, der skal bruges i hvilke sammenhænge. Informanterne giver udtryk for at mængden af valg og fravalg, så automatiske eller uproblematisk de end måtte være, kan være voldsom.
- Medierne er i stigende grad personlige.
- Der ses en helt dominerende orientering mod digitale medier uanset alder og baggrund, såvel med hensyn til mediebrug som i fortællinger om mediebrug.
- Mobile platforme er centrale i alle familier, med variationer, hvilket har indflydelse på valg af indhold, kommunikationsformer og tid og sted for mediebrugen.
- Deltagerne har stadig rutiner og ritualer forbundet med mediebrugen, men i selektive situationer, sjældent i løbet af hele dagen.
- Deltagerne prioriterer på forskellig vis lokal orientering i forhold til, hvad der er vigtigt i dagligdagen, herunder mediernes funktion og betydning.
- Nyheder betragtes som vigtige, men ikke nødvendigvis vigtigere end dagligdags aktiviteter.
- Deltagerne er stort set ikke aktive i samfundsdebatten i diverse medier. Argumentet er mangel på tid og/eller mangel på motivation, men også for nogles vedkommende forsigtighed i forhold til, hvad det kan bruges til.
- Medier leverer fortsat holdepunkter i tilværelsen i form af ritualer og orientering og kommunikation. Det gælder såvel den mediebegeistrede børnefamilie, der tilsyneladende gør alting socialt via medierne som det ældre par, der klipper notitser ud af avisen og gemmer dem.
- Selv i de meget mediebegeistrede familier kommer det sociale før medierne, om end medierne i nogle familier har langt mere synlig betydning end i andre.
- Deltagerne har fokus på det gode liv i dagligdagen – med medier og på trods af medier.

- På tværs besidder vores undersøgelsesdeltagere i varierende grader praktiske, tekniske kompetencer, der sætte dem i stand til at bruge medier efter behov. Det fremstår lidt mere uklart, om og i hvor høj grad alle deltagerne kan siges at være kritisk refleksive om og med medierne.

I det følgende gennemgår vi analysen af vores datamateriale. Vi tager udgangspunkt i de mest centrale temaer, som vores analyse har identificeret og relaterer vores fund til de områder for udviklingen af mediekompetencer og media literacy, som vi beskrev i det pågældende afsnit og figur 1 og figur 2, det vil sige praktiske/ tekniske kompetencer, kognitive kompetencer, forstå bagvedliggende logikker, sociale praksisser, kritisk refleksion, aktiv deltagelse. I stedet for at tage udgangspunkt i de seks områder og analysere materialet ud fra dem, har vi valgt at gå den anden vej rundt og tillægge vores fund stor eksemplarisk værdi. Udvælgelsen af eksempler er strategisk, det vil sige, vi kan ikke i denne rapport komme omkring alle de interessante og relevante fund, som undersøgelsen har frembragt, og derfor har vi valgt de eksempler, der især kan sige noget om hverdagsliv med medier, mediekompetencer og mediedannelse, og ud fra dobbelt-heden mellem individ og borger henholdsvis forholdet mellem borger og samfund.



Figur 13. Matrix til kortlægning af mediekompetencer og mediedannelse

De fund, vi fokuserer på i analysen, kan placeres i et diagram, der fortæller os noget om, hvor deltagerens erfaring / oplevelse ligger i forhold til at være mediekompetent og / eller mediedannet (se figur 13). I eksemplerne sætter vi dog blot ord på, men diagrammet kan anskueliggøre status og potentialer. Til brug for en fremtidig undersøgelse kunne diagrammet udvides langs akserne med indikationer for de forudsætninger for mediekompetencer henholdsvis mediedannelse, vi blandt andet finder gennem denne undersøgelse. Dette ville kunne udvikles til et redskab til systematisk analyse af kvalitativt datamateriale.

Hverdagsliv og medie-økologier

Alle vore 20 cases viser, at integrationen af diverse medier i hverdagslivets forskellige kontekster foregår på kryds og tværs og uden større strategiske overvejelser. Man anskaffer sig medier, efterhånden som de bliver tilgængelige, og når det er sandsynligt, at de vil være nyttige, eller når det bliver uundgåeligt i forhold at kunne tilgå bestemte former for information og til at kunne håndtere sin dagligdag. De tre case-beskrivelser nedenfor anskueliggør, hvordan undersøgelses-deltagernes meget forskellige situationer har en betydning for deres mediebrug, overvejelser om medier samt for, hvordan de indgår i medierede relationer.

Nogle situationer bygger på mere eller mindre bevidste valg om en bestemt livsførelse, og andre situationer, som et sygdomsforløb eller skilsmisse skaber pludseligt en ny hverdag, som indebærer, at man måske ufrivilligt må lægge sit liv og sit mediebrug om. I alle tilfælde bidrager kendskab til undersøgelsesdeltagernes livssituationer til at forstå de komplekse sammenhænge, der ligger til grund for deres mediebrug og kompetencer.

Case 1 beskriver en familie, der i høj grad lever med medier som en integreret forudsætning for socialitet. Forældrenes udsagn om, at både forældre og teenagebørn deler medieplatforme, adgang og passwords med hinanden, er, selv hvis de skulle overdrive, interessant på flere måder. For det første er der tilsyneladende et højt niveau af tillid familiemedlemmerne imellem, for det andet har familien (forældrene) indarbejdet rutiner og ritualer omkring mediebrugen, der forankrer medierne som omdrejningspunkter for social udfoldelse. Det samme finder vi i andre familier, om end ikke så udtalt og italesat som i dette tilfælde.

På konferencen med stakeholders (se resume i næste del af rapporten) blev det påpeget, at familien som udgangspunkt for en undersøgelse er problematisk, fordi familieformer i høj grad ændrer sig disse år. Dermed er den traditionelt set ideelle kernefamiliestruktur snarere en atypisk ramme for mediebrug. Det er rigtigt, at familiestrukturer ændrer sig, men som vi påpegede ovenfor, ser vi snarere familien som en betegnelse for en social ramme omkring vores undersøgelsesdeltagere, som sagtens, som også diverse cases i vores undersøgelse viser, kan bestå af én person, af to af samme køn med mange børn, af to, der mødt hinanden sent i livet og ikke bor sammen og så vider. Når vi fastholder at bruge familien som ramme og ikke hjemmet, skyldes det, at hjemmet som fysisk lokalitet vil være mere begrænsende for en undersøgelses fokusområder, idet mediebrug i dag finder sted på tværs af hverdagslivets kontekster, som en senere case viser, lige så vel som i hjemmet.

Case 1 er meget eksplicit eksempel på, at familien, udtrykt af forældrene, på det stadie i tilværelsen, hvor de er, lægger mest vægt på livskvalitet og på kvalitet i samværet med hinanden og børnene. Det må siges at være helt ekstraordinært, at fire familiemedlemmer tilbringer så meget tid sammen og har familien som omdrejningsakse for alt, hvad der foretages. Medierne bruges bevidst og strategisk til at skabe samlingspunkter (tv ritualer), fælles referencerammer (altid tændt tv i fællesområde og fælles Spotify konto) og kommunikation (snapchat på tværs af generationer).

Selvom Case 1 er speciel, genfinder vi i alle de børnefamilier, vi har besøgt, fokus på familien og børnene og på det gode hverdagsliv.

Case 1. En kernefamilies mediebrug.

På Sjælland besøgte vi en familie, der beskrev sig selv som en rigtig kernefamilie. Familien består af en mand og en kvinde sidst i 40'erne og deres to teenagebørn, en pige på 16 og en dreng på 13 år. Faren i familien er træner for sønnens fodboldhold og moren og datteren går til ridning sammen. Der er altså et tæt sammenhold i familien, fortæller moren os:

"...altså nu er I jo kommet til sådan en rigtig kernefamilie, vil jeg sige. Så det er jo også noget med at - selvfølgelig er vi også oppe i alderen - men vores ambitioner er ikke på karriere mere. Altså det er sgu på livet. Så det afspejler meget af, hvad vi gør, synes jeg. Ud af de 365 dage på et år, så spiser vi nok sammen de 362 dage. Alle fire. Selvom vi er til fodboldkamp eller ridning og alt muligt mærkeligt, så venter vi på hinanden. Det er sådan, jeg ved ikke om det er gammeldags, men jeg synes fandme, det er hyggeligt".

At familiens hverdagsliv er præget af fællesskab og sammenhold ses også i deres mediebrug. Tv'et, som hænger i det store køkken-alrum, er altid tændt og derfor ser familien også de samme programmer og lytter til den samme musik fra deres fælles Spotify-konto. Moren fortæller desuden, at datteren har lært hende at bruge snapchat, og at det ofte er sådan de to kommunikerer. De kender desuden også hinandens passwords til diverse konti på sociale medier mm. *"Der er ikke så mange hemmeligheder her"* griner faren i familien og fortæller:

"...Vi er meget sociale omkring medierne, kan man sige. Det er helt sikkert. Vi har jo den der You-See boks, hvor de sælger boksekampe. Så ses vi tit her med alle naboerne og ser boksnings, håndbold eller fodbold sammen altså bliver samlet om mediet ikke? Rigtig meget".

Denne kernefamilie prioriterer at være så meget sammen i hverdagen som muligt, hvilket kan sige at have betydning på den måde, at forældrenes mediebrug påvirker børnenes og omvendt.



Case 2 (se næste side) er interessant, fordi forældrene i denne familie er ovenud begejstrede for de muligheder, som diverse digitale medier giver dem. Dels har de installeret digitale medier i hele hjemmet og har integreret dem, så de er der, men uden at være (særligt) synlige, dels mener de, at deres tilværelse stort set kun hænger sammen, fordi de kan håndtere alle praktiske og planlægningsmæssige opgaver digitalt. Her har vi et par yngre mennesker, som er meget kompetente mediebrugere og som tør udforske og udnytte potentielle nye muligheder. De synes at den offentlige administration som for eksempel Borgerservice er brugervenlig, og hvis de ikke lige kan finde det, de skal, googler de problemet og finder en løsning.

De to deltagere spekulerer ikke meget over sikkerhed, overvågning og privatlivsindstillinger, men har tillid til, at reglerne bliver overholdt. De så gerne, at udviklingen gik hurtigere og at tjenester og systemer, for eksempel på deres arbejde, blev udviklet til at være mere logiske og effektive. De følger med i, hvad der sker i verden, men deltager ikke i debatter eller lægger noget på Facebook eller andre sociale medier. Som forældrene i case 1 fokuserer denne familie på at få hverdagslivet til at hænge sammen og at sikre plads og tid til det gode liv.

Case 3 er som 1 og 2 en traditionel familie med far, mor og barn. Men i modsætning til de to første cases nedprioriterer denne familie helt bevidst mediebrug til fordel for praktiske, sociale aktiviteter. De har simpelthen ikke tid til omfattende mediebrug, mener de, fordi de dels har en travl hverdag, dels har så mange andre ting, de hellere vil. I modsætning til især case 2 bruger de altså ikke meget tid på at administrere deres tilværelse digitalt og på at kunne være mediedækkede af allestedsnærværende, digitale, integrerede systemer. Interessant nok er de to forældre ikke specielt kritiske over for medier generelt og digitale medier specielt og de har både smartphones, iPad og computer foruden de traditionelle medier. Det er også helt i orden, at sønnen bruger iPad'en, så længe det ikke tager overhånd. Faderens brug af Text-tv om morgenen, før han tidligt kører på arbejde er interessant, fordi han bruger et gammelt medie til at gøre det, som mange andre gør online om morgenen: at scanne overskrifterne og lige være orienteret om de mest vigtige begivenheder, før han mødes med kollegerne, så han kan tale med, uden at bruge rigtig meget tid på det.

I denne familie er der tydeligvis mediekompetencer til stede. Det ser imidlertid ikke ud, som om mediebrug og mediernes betydning er resultatet af refleksioner og overvejelser om fordele og ulemper. Familien er meget lokalt forankret og har mest lyst til det stille, gode liv, hvor de har styr på deres egen tilværelse og kan sætte huset i stand, deltage i lokalsamfundets aktiviteter og give deres søn en god opvækst. Medierne fylder ikke meget i den sammenhæng.

Case 2. Gnidningsfri medie-infrastruktur

I et villakvarter i Nordjylland besøger vi et par først i 30'erne. Hun er sygeplejerske og han er ingeniør og sammen har de to små drenge.

Hjemmet, vi træder ind, i bærer præg af, at alt er nyt, pænt og strømlinet. Der er mange hvide flader, og ved første øjekast ser man ikke mange medier i hjemmet. Det viser sig dog, da vi bliver vist rundt i huset, at der er en del medier, de er blot diskret placeret eller gemt væk. For eksempel står husets stationære computer i hjørnet på gæsteværelset, og iPad og iPhones ligger i en dertil indrettet skuffe i køkkenet.

Parret har desuden en gennemtænkt medie-infrastruktur i huset, som er forbundet via et Sonos lydssystem, hvor højttalerne blandt andet er diskret placeret oven på skabet i køkkenet. De bruger en del tid på at vise os lydsystemet, som tillader dem at koble mange af deres medier sammen og kan styres fra iPhone eller iPad. Jo flere ting, der kan digitaliseres og dermed kobles sammen, desto bedre, fortæller manden os:

"Det med at gøre det digitalt, så har du altid en mulighed for at finde det ... jeg ville da elske, hvis jeg havde alle mine bankpapirer digitalt, i stedet for at jeg skal scanne det ind og lægge det ind ..."

Jeg glæder mig til den dag, hvor man bare kan droppe alt og bare have sin telefon. Det ville være fantastisk... de samme platforme over det hele. At man valgte den samme løsning over det hele. Lige nu har man et sammensurium af ting, og man skal finde ud af, hvordan man sikrer dem alle . . . fjernsyn, laptop, iPad osv. osv."



De er begge meget positive over for en udvikling, hvor flere og flere elementer i deres hverdag digitaliseres. Faktisk kan de slet ikke se, hvordan de skulle kunne nå alt det, de gør i hverdagen som travl børnefamilie, hvis ikke ting som banken og kommunikation med det offentlige var digitalt.

Case 3. Tid til familieliv

En familie på Sjælland, som består af et par først i 40'erne og deres 8-årige søn, fortæller os som det første, at de vil mene, at de er en meget atypisk familie rent mediemæssigt, idet de ikke bruger særlig meget tid på medier generelt. De ser næsten aldrig TV, læser ikke avis og familiens eneste iPad bliver for det meste kun brugt af deres 8-årige søn. Manden er tømmerer med arbejde i København og står derfor meget tidligt op. Han fortæller, at han bruger Tekst-TV hver morgen for at få et overblik over dagens nyder: *"Jeg tror, det er en gammel vane, noget man altid har gjort. Det er dejligt nemt. Og så jamen, altså vi har selvfølgelig en iPad, man ku' tage og gribe, men jeg er nok meget gammeldags, lige hvad det angår"*.



De fortæller efterfølgende, at de blandt venner bliver kaldt "The Flintstones", fordi de ofte er 'lidt bagud'. De har en meget gammel stationær computer, var længe om at få smartphones og låner bøger på biblioteket. Til spørgsmålet om, hvorvidt de kan mærke på deres søn, om han er bagud i forhold til medier, siger hans mor:

"Ej, han kan jo, jamen på min telefon f.eks. – altså han flytter rundt på nogen ting, hvor jeg er fuldstændig spejl blank. Og jeg kan finde ud af og ringe, og finde ud af og tage billeder, og så kan jeg sende sms'er, og så kan jeg lige... Og alt det andet, det kan jeg slet ikke finde ud af. Så det er ham der [hun peger på sin 8-årige søn], jeg må spørge om et eller andet, så nej jeg føler ikke, at han bliver en Flintstone, og jeg hindrer ham heller ikke i at bruge noget".

Når familien til en vis grad har fravalgt at bruge tid på medier, så som TV, i deres hverdag, handler det primært om, at der er andet, de hellere vil bruge deres tid på. De dyrker blandt andet begge en masse sport og har de sidste flere år selv renoveret deres hus. De fortæller, at de ikke kan se, hvornår de skal finde tid til for eksempel at sidde foran fjernsynet, og hvis de endelig har lidt tid til overs, så vil de hellere bruge den på noget andet.

De fleste familier i Danmark har mulighed for at anskaffe sig diverse medieteknologier. Mange familier er særdeles veludstyrede med især digitale medier, som kan dække behov for information, kommunikation og underholdning. Historisk set er de fleste også vokset op med et vist omfang analoge medier /traditionelle medieformater. Det er interessant, at familier med objektivt set samme økonomiske og sociale vilkår foretager ret forskellige valg i forhold til anskaffelse af medieteknologier, placering af dem i hjemmet, inddragelse af dem i dagligdagen og konkret anvendelse.

Selvom tilværelsen i det moderne samfund på mange måder er mobilt og selvom traditionelle normer for familieliv og hverdagsliv udfordres er det tydeligt, at hjemmet og familien er rammen for mange beslutninger og aktiviteter. Familiens anskaffelse af medier har i høj grad indflydelse på den enkeltes medievalg og mediebrug. Det handler kort sagt om, hvordan man i familierne og som individ lever med medier som integrerede elementer i dagligdagen og som vilkår for hverdagslivets indretning.

Opfattelser af "det gode liv" med udgangspunkt i hjemmet har tydeligvis stor betydning for opfattelsen af mediernes rolle i dagligdagen.

- Mediernes tilstedeværelse i dagligdagen trænger igennem i de forskellige hverdagslivskontekster, men brug og betydning forhandles løbende af den enkelte såvel som familien.
- Livssituationer kan objektivt set ligne hinanden men får forskellige udfald ift mediebrug, kompetencer og mediedannelse.
- Kulturbaggrund og identitet hænger sammen og får betydning for medievalg og mediernes betydning.
- Den enkeltes mediebiografiske historie påvirker i høj grad mediebrug og holdninger til medier
- Hverdagslivets indretning ud fra praktiske rammer og vilkår er med til at bestemme mediebrug og – betydning.
- Valg i hverdagen, der kan give en meningsfuld tilværelse, hænger sammen med at leve i det moderne samfund, herunder med medier.
- Der foretages strategiske, ofte erfaringsbaserede valg, herunder i forhold til mediebrug, for at få hverdagen til at fungere.
- Fravalg af visse medier kan være ligeså afgørende, som tilvalg.
- Domesticering af medierne er central – det vil sige valg af medier, placering af medier i hjemmet og "indplacering" i dagligdagen.
- Valg og fravalg foretages ikke altid (men ofte) i bevidsthed om mediernes funktioner, rolle i/indflydelse på dagligdagen.
- Medierne giver adgang til verden helt konkret og i symbolsk betydning, men er også med til at forankre individers lokale tilhørsforhold.

Medier på tværs af hverdagslivets kontekster

Vores mediebrug i dag er som nævnt i afsnittet om medialisering og mediernes udvikling ikke begrænset til afgrænsede områder og sammenhænge, men finder til stadighed sted på tværs af vores tilstedeværelse og aktiviteter i forskellige kontekster. Også i arbejdssammenhænge, på uddannelsessteder, i offentlige institutioner osv er det relevant at se på vores mediebrug og medieerfaringer i hverdagen. Som nævnt i den indledende metodebeskrivelse ville vi gerne have fulgt én person i hver region i deres forskellige hverdagslivskontekster. Det kunne simpelthen ikke lade sig gøre dels af logistiske årsager, dels og først og fremmest, fordi vores undersøgelsesdeltagere ikke kunne finde tid til det. Vi fulgte, som det fremgår af metodeafsnittet, en familie en dag, men det var i højere grad et metodologisk eksperiment end en indsigt i hvordan danskere bruger, forstår og reflekterer over deres mediebrug uden for hjemmet. Vi havde dog fokus på dette i møderne med vores undersøgelsesdeltagere, og i mange tilfælde fik vi bidder af fortællinger om mediebrug og medielogikker i arbejdssammenhænge, samt i relation til børnenes institutioner og skoler og så videre.

Vores deltager i case 4 bruger nogle af de kompetencer, han har med sig fra sin privatsfære til at udvikle nye kommunikationsformer på sit arbejde. Han overvejer selv, at det er hans manglende ordenssans, der gør, at han gerne vil have tingene digitalt. Han synes, at sociale medier, især Facebook er et virkelig godt redskab til at organisere sine arbejdsrelationer, opgaver og markedsføring. Så ved "learning by doing" udvider han sine medie- og kommunikationserfaringer fra det ene domæne til det andet.

Vores deltager i case 4 orienterer sig dagligt i de fleste online aviser. Han deltager imidlertid stort set ikke i offentlige debatter, fordi han er bange for at noget, han kunne finde på at skrive for eksempel i en online debat, kunne vende negativt tilbage. Han har tydeligvis mange meninger om især kulturlivet, men pålægger sig selv begrænsninger i sine udfoldelser, fordi han har et medansvar for det teater, han arbejder på.

Andre af vores undersøgelsesdeltagere forholder sig som især case 3 til mediernes rolle som indramning af hverdagslivet, og som kanaler for evig tilgængelig og tilstedeværelse:

Jeg tænder radioen om morgenen på badeværelset - På arbejdet så sidder man jo foran en skærm hele tiden og tjekker mail, eller hvad man nu ellers har. Og så er der arbejdstelefonen, hvor man altid lige kan tjekke en mail. Man er altid på.

Mand, 33 år, Nordjylland

Når jeg står op... Jamen, det tjekker min telefon jo. Og så der plejer jeg gerne og gå ind og læse nyheder og gå på Facebook... Og så har jeg et spil, som drengene spiller, som jeg også lige er inde og tjekke, så jeg er sådan set på lige fra jeg står op af. Lige ind og ... jamen, det bruger jeg nok en små 10 min. på. Så passer det lige med en cigaret og en kop kaffe og så vågner børnene... Så er jeg i gang.

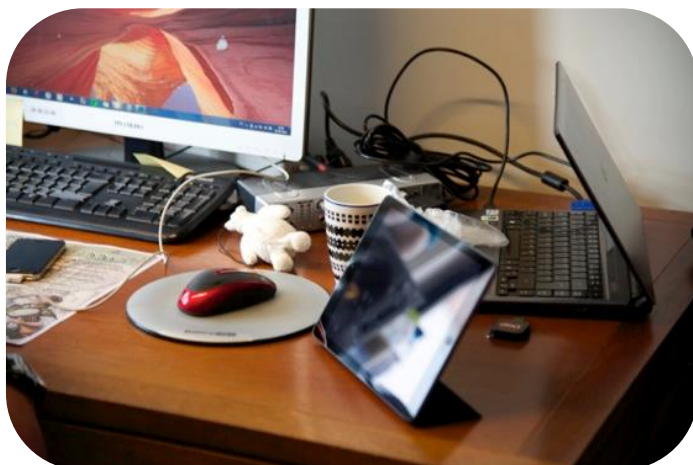
Kvinde, 36 år, Fyn

Case 4. Medier på tværs af arbejdslivets kontekster

I Nordjylland besøger vi en mand på 35 år på det teater, hvor han arbejder som skuespiller. Da det er et lille teater, er det samtidig også hans job at promovere teateret samt at stå for det han kalder 'det tekniske' på teateret. Han fortæller, at han godt kan lide at "at have et ben i begge lejre" – altså både på scenen og bag ved scenen, men at det samtidig betyder meget arbejde. Han påpeger i den forbindelse:

Så meget digitalt som muligt. Fordi jeg er en røv med papirer. Fordi, hvor fanden den ligger i bunken, det aner jeg ikke. Og det har lettet enormt meget, Og så har man haft nogle papirer man skal scanne og sende, og nu ligger det hele enten i e-boks eller noget andet... Men så meget digitalt som muligt. Jeg synes, det er så meget nemmere.

I kraft af sit arbejde med at promovere teateret, gør han sig mange tanker om sociale medier, både i forhold til funktioner, begrænsninger og muligheder. Han bruger især Facebook meget, både til at promovere teateret og som et organiseringsredskab i forbindelse med de ansatte, men i høj grad også privat. Derfor gør han sig en del tanker om krydsfeltet mellem arbejds- og privatlivet på Facebook:



Mange af de overvejelser den 35 årige skuespiller gør sig i forhold til medier bære præg af, at han har nogle ansvarsområder på sit job, som kræver at man tager stilling til mediemæssige problemstillinger.

De cases, vi har valgt, demonstrerer, hvordan medier kan være "tilgængelige" på forskellige niveauer i hverdagslivet, og hvordan valg af medier på den ene side indrammer hverdagslivet rutiner og kontekster, på den anden side også er med til at bestemme disse. Dette er ikke historisk nyt. Det (i et historisk perspektiv) nye er, at mediebruken på den ene side er forankret i familien og familiens kontekster, på den anden side er individualiseret på alle niveauer, som går på tværs af hjemmet og hverdagslivets andre kontekster.

Medierne er, som de to citater og case 4 illustrerer, dobbelt tilgængelige i hverdagslivet. Det vil sige, at de er tilgængelige som teknologier og indhold i husstanden, i familien og hos den enkelte, og de er tilgængelige i den forstand, at **de logikker, der er indlejret i mediet, er til at forstå ud fra de rutiner, praksisser og behov, som den enkelte oplever i hverdagslivet**. De muligheder og udfordringer, som den enkelte oplever, er tæt knyttet til erfaringer, som opstår i relation til rutiner, praksisser og behov.

- Medierne er stadig med til at indramme hverdagslivets rutiner og sammenhænge.
- Mediernes rolle som rammesætning i de enkelte familier er både bestemt af kollektive forhold og normer og er individualiseret.
- Der er fra den ene familie til den anden forskel på, hvor prominente roller diverse medier har og får i hverdagslivet.
- Det væsentligste i familierne er at sikre "det gode hverdagsliv" og tilfredsheden med dette er ikke nødvendigvis direkte afhængig af mediebrug.
- På trods af flydende overgange mellem mediebrug og medieerfaringer i hjemmet og i f.eks. arbejdssammenhænge, skelnes der ofte mellem privat og professionel brug og de behov for medie-håndtering der optræder i forskellige kontekster.
- Interviewsituationen fremtvinger artikulation af egne erfaringer og holdninger til mediebrug.
- Men tilsyneladende sker der en (ofte underforstået) løbende forhandling om mediernes rolle og betydning i hverdagslivet.
- Holdninger til mediernes brug og betydning i hverdagslivet er gennemgående pragmatiske.

Erfaring, refleksion, regler

Et af de centrale spørgsmål i vores undersøgelse og ikke mindst i det samlede afdækningsstudie om danskernes mediekompetencer og media literacy niveau drejer sig om, hvordan danskere håndterer at kontrollere deres egen og potentielt andres mediebrug. En hel del af vores interview materiale omhandler vores deltageres oplevelser af at de forventes at følge med, at være opdaterede, at de er nødt til at være online, have mobilen åben og i det hele taget være 110 % mediedækkede døgnet rundt. For børnefamilierne giver dette anledning til overvejelser om, hvad der er godt eller skidt, og hverdagslivet med børn og medier samt argumenterne i den offentlige debat trænger tydeligvis igennem og afstedkommer overvejelser, diskussion og refleksion om, hvordan man kan håndtere dette ansvarligt.

Som vi så i case 4 håndterer nogle af vores deltagere denne udfordring uden at mene så meget, men ved ganske simpelt at gøre noget andet. I case fem er det ikke så let, da familien består af 2 kvinder og i alt 6 yngre børn. Familien er optimalt mediedækket, så alle har adgang til digitale kanaler på deres egne værelser. Der er ikke tale om traditionelle medier i nævneværdig grad, da de to kvinders travle hverdagsliv ikke giver plads til for eksempel at se eller læse nyhederne. Det bliver ved at skimme overskrifterne, sådan som faderen i case 4 gjorde det via text-tv. De er som de fleste andre deltagere glade over de digitale muligheder i forhold til at administrere hverdagslivet og ikke mindst børnenes sociale aktiviteter.

Kvinderne i case fem gør sig trods deres travle dage, overvejelser over, hvordan de bedst muligt kan motivere deres børn til fornuftig brug af digitale medier. Først og fremmest vil de have børnene til at slippe medierne engang imellem, hvilket stort set lykkes med mellemrum. De fortæller, som det ses, også glade, at børnene har leget med Lego en periode. I fællesrummet står familiens computere og der er regler for, hvordan de må bruges. Men der lader til at være mere fokus på motivation end på forbud.

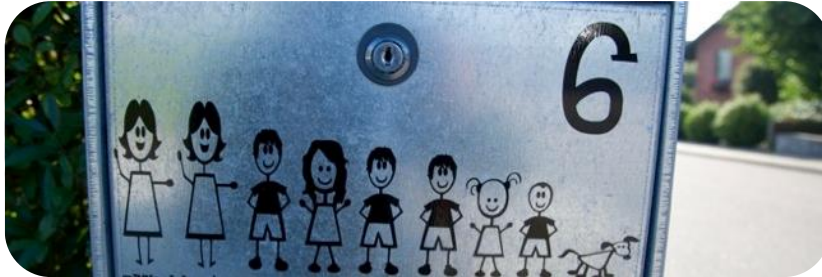
De yngre søskende får hjælp af de ældre til deres håndtering af medierne, hvilket er et eksempel på et centralt fokus for videre undersøgelser. Hvor får man sine erfaringer fra? Ved at lære for eksempel fra ældre søskende får man også en indpakning af kulturelle normer og sociale praksisser med, der får indflydelse på mediebruget og medieforståelsen.

Der tales ikke meget om, hvilket indhold eller hvilke tjenester, børnene bruger, men det nævnes kort, at den ældste dreng havde været inde på nogle "forbudte sider", og det talte de med ham om. De vil ikke udstede forbud, fordi de mener, at det er håbløst – børnene vil altid kunne omgå filtre, forældreløse og så videre. Og dertil mener de, bekræftet af deres erfaringer, at man kan tale fornuft med sine børn, også om medier.

Handlinger og holdninger afspejler altså en vis refleksion over mediers og medieindholds potentielt negative sider i forhold til børnene. Men samlet set er også denne families medier en medieøkologisk dynamisk sammenhæng, hvor både børn og voksne ad hoc forholder sig til fordele og ulemper. De to kvinder er kompetente mediebrugere og potentielt reflektive omkring mediers brug og betydning. Men også i denne case er hverdagslivets omsætningshastighed en afgørende faktor for, hvilke beslutninger, holdninger og handlinger, der aktiveres.

Case 5. Storfamiliens mediehav

I Nordjylland besøgte vi en familie bestående af to kvinder sidst i 30'erne, som tilsammen har 6 børn, 3 hver. Børnene er i alderen 4 til 12 år.



Der er en afslappet stemning i det store hus, som bærer præg af, at der bor mange børn; iPads og Lego og andet legetøj ligger huler til bulter. På rundvisningen bliver de 6 børneværelser vist frem og børnene fortælle om indretningen, som er meget forskellig fra værelse til værelse, da de afspejler børnenes interesser. Fælles for alle værelser er dog, at der er et TV, og at alle børn har en bærbær computer, en iPad og, på nær den mindste på 4 år, har alle også en iPhone. Begge kvinder har begge fuldtidsjobs, som helholdsvis skolelærere og sygeplejersker og har derfor en travl hverdag. De fortæller, at regler er vigtige i et hus, hvor der altid er mange børn samt 7 iPads og 6 iPhones. Man må fx ikke have dem med ved bordet, når der spises. Og hvis der er problemer, skal de store hjælpe de små – men nogle gange hjælper børnene også de voksne, for eksempel med funktioner på iPhone.

"... Vi opfordrer til at forlade deres elektroniske sfære og lege med Lego. Det har det gjort helt vildt meget en sommer... jeg synes vi skal opfordre til det.."



Tillid og risiko - medieindhold

Som vi skrev indledningsvis, er der i undersøgelsen et kraftigt fokus på brug og betydning af digitale medier, ikke fordi vi ikke har dokumenteret og spurgt ind til traditionelle medier, men fordi de fleste af vores deltagere igen og igen vendte tilbage til at tale om digitale mediers betydning, muligheder og udfordringer. Vi havde spørgsmålet om beskyttelse af private data med som eksempel på et aktuelt og vigtigt emne. Adskillige af vores deltagere kom selv ind på aspekter af dette eller reflekterede over det på opfordring. Mange forholdt sig til online sikkerhed, altså om ens personlige informationer er sikre, i forhold til online betaling, administration i det offentlige og så videre. Interessant nok er der ikke mange, som nærer mistillid til de offentlige myndigheder. Citatet, der siger, at hvis man ikke har noget at skjule, så er alt i orden, udtrykker en klassisk holdning. Flere bragte imidlertid også tillid til indhold og andre mediebrugere på banen i forhold til især sociale medier, og her er der, som det ses, flere bekymrede røster. Kvinden på 27 berører yderligere et centralt emne, nemlig hvordan det kan være umuligt at gennemskue de ting, man accepterer på nettet. Her er der altså på tværs af deltagerne mange refleksioner i gang om konsekvenser ved mediebrug. I denne sammenhæng når diskussionerne ikke længere, men der er potentielt afsæt for at diskutere borgerrettigheder, legalitetsvilkår på nettet, forskellen på digitale og ikke-digitale systemer med mere.

Igen har vi i case 6 og i det ene citat holdninger til, at man skal passe meget på, hvad man deler. De to lærere i case 6 har ellers både lejlighed og motivation til at deltage i en aktuel, online debat, men afstår fra det af frygt for negative konsekvenser. De to lærere besidder altså både mediemæssige kompetencer og forholder sig kritisk refleksivt til deres medier, men tager ikke deres refleksioner videre – i hvert fald ikke i en mediekontekst.

"Men jeg har sagt til dem mange gange: "pas på med, hvad I deler på Facebook. Man kan sagtens gå ind og misbruge det." Det er ikke sådan, at vi sidder og sorterer vores breve fra og smider i en anden skraldespand, eller brænder det. Det er ikke fordi vi er så sikre, men der er nogle ting, som skal holdes private".

Mand, 22 år, Midtjylland

"Nej..nej fordi så er der nogen af dem, der sidder og er ophidsede over det ene, hvorfor siger hun så det? Og kommer de efter én. Altså..nej. Det har jeg ikke lyst til. Man ved aldrig hvem, der læser og hvordan de læser, og dem man er venner med de... De er simpelthen så spredte, altså så man ved ikke, hvilken målgruppe man taler ind i, og der skal nok være en eller anden, der sidder og har ondt af noget. Altså jeg sidder og er meget bevidst om, hvad jeg lægger op".

Kvinde, 37 år, Hovedstaden

"Der er jeg også, sådan lidt en atypisk jurist. Der er altid 50 sider med agreements, man lige skal læse og være enig i. Og tit så trykker man bare ok, og så er det først bagefter . . . men jeg er godt klar over de juridiske konsekvenser af, at man trykker 'Enig', men det der med at sidde og læse side op og side ned - det får jeg ikke gjort".

Kvinde, 27 år, Midtjylland

"Hvis man ikke har noget at skjule, så kan jeg ikke se, hvorfor man skal være så panisk omkring det".

Mand, 50 år, Sjælland

Case 6. Privatliv på Facebook

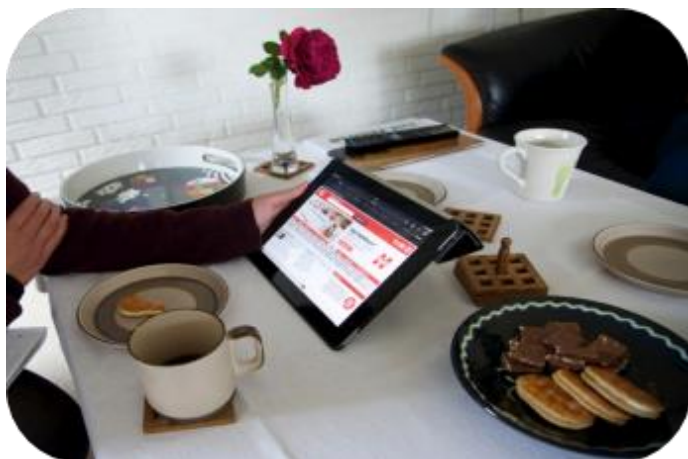
I Midtjylland besøger vi et par, som begge er omkring de 60 år og folkeskolelærere. De fortæller, at deres erhverv spiller en stor rolle i deres forhold til medier:

"Vi er jo qua vores job opvokset med en vis form for kildekritik og man kan jo sige, hvor får de deres oplysninger fra? - altså nogle af de der spændende historier, der dukker op på Facebook og det er jo ikke anderledes end i gamle dage, når man læste avisen..."

De fortæller, at de i sin tid kom på Facebook, fordi det var et godt sorteringsredskab til deres gamle elever, hvor de kunne have dem grupperet i gamle klasser, men nu har det taget en helt anden drejning, siger manden og påpeger:

"... vi er helt klar over, at hvis vi har været inde og kigge på en bestemt type bil inde på internettet, så får jeg en bestemt type reklamer for der er ikke nogen tvivl om, at man holder øje med os og et eller andet sted, så har jeg i hvert fald den der holdning til det, at da jeg mener, at jeg opfører mig ordentligt og inde for love og regler, så er jeg fuldstændig bedøvende ligeglad med det..."

Hans kone tilføjer: *"Vi lægger ikke hvad som helst ind. . . vi kunne jo have været meget aggressive i en debat omkring vores job, for øjeblikket, og det er nok desværre sådan, at i hvert fald tjenestemanden - han kunne godt være blevet kaldt til samtale og fået at vide, at nu skulle han altså opføre sig ordentligt. . ."*



En pointe, som fremhæves i AVMS-direktivet, er, at personer med ”mediekendskab... bedre [kan] beskytte sig selv og deres familier mod skadeligt eller krænkende materiale”. Det påpeges i den forbindelse, at dette indebærer viden om, hvordan internettet anvendes ansvarligt. Som et led i at undersøge undersøgelsesdeltagerne forhold til dette emne, brugte vi temaet sociale medier som omdrejningspunkt for en samtale om refleksioner vedrørende privacy. 16 ud af de 20 undersøgelsesdeltagere er på Facebook. De resterende fire er alle 60 år eller ældre. Af de 16 udtrykker flertallet generelle overvejelser omkring private informationer på sociale medier.

De fleste af undersøgelsesdeltagerne har lagt mærke til, at søgeord, de har brugt i Google dukker op i reklamer på Facebook. De giver dog udtryk for, at de ikke finder det problematisk, at data om deres adfærd bliver samlet og brugt markedsføring. Generelt synes undersøgelsesdeltagerne, at det kan være svært at gennemskue, hvordan man bedst sikrer sig selv og sine data.

”Altså det er sådan lidt, det der private altså... alle det der man lægger billeder op, som bliver snuppet og sådan noget der. Det der med at man har en privat-sfære, det er jeg mig meget bevidst om”.
Kvinde, 55 år, Fyn

Information, nyheder og engagement

På baggrund af de tre første fokusområder i undersøgelsen, hvor vi talte med familierne om deres hverdagsliv, adgang og brug, havde vi et udgangspunkt for at spørge ind til specifikke medier, de allerede selv have nævnt. Eksempelvis ville vi allerede fra interviewets start vide, hvorvidt familien holder avis eller hvilke andre nyhedsmedier, der er en del af deres daglige mediebrug.

For at få indsigt i undersøgelsesdeltagernes nyhedsvaner, spurgte vi mere indgående ind til, hvor de får deres nyheder fra. Herunder hvordan de opsøger informationer om generelle og aktuelle samfundsforhold, samt hvilke præferencer de har, når det kommer til valg af platforme og kanaler.

Ved at spørge ind til valg og præferencer blev det i mange tilfælde tydeligt, hvorvidt undersøgelsesdeltagerne gør sig nogle refleksioner i forbindelse med deres nyhedsvaner, eller om det kan siges at være tilfældigt, hvor de får deres nyheder fra. Som det fremgår af citaterne og af case 7 holder avisen stadig stand, ikke blot hos de ældre, men også hos yngre deltagere. Som det fremgår er der dog ret forskellige præferencer og forskellige strategier for læsningen. Der er nogen forskel på Metro Express, som kan læses på en bustur, og til den online version af Information, der er noget mere omfangsrig på alle måder. Der er uagtet hos avislæserne et ønske om at være opdaterede. Der er også klare holdninger til, hvad der gør avisen god. Metro Express læseren kan godt lide at sidde med en fysisk avis i toget, mens Informationslæseren er fokuseret på indhold og tyngde. Metro Express læseren sidestiller avislæsning med at få ro på, hvilket er interessant, fordi så mange af vores interviews handler om, hvor travlt hverdagslivet er for vore deltagere, og hvordan medierne på én gang understøtter omsætningshastigheden og samtidig beforder håndteringen af hverdagslivet.

"Min familie i Århus og familien her [Frederiksberg] har et abonnement på Information, som nok er den avis, jeg læser mest i. Og der kan gå alt fra, hvor jeg ikke læser en dag, til hvor jeg læser hele avisen næste dag. Men altså altid jeg læser altid i den 5 gange om ugen, vil jeg tro. Den eller Berlingske, tror jeg... Jeg synes Politiken er lidt irriterende. De har mange artikler, men der står ikke særligt meget i dem. Så skal man logge ind."
Mand, 21 år, Hovedstaden

"Jeg læser Metro Express, det er den eneste, der er. Ja, det gør jeg. Får lige de der tyve minutter til at gå, til jeg kommer til Ishøj st. Det er fantastisk. Det er jo ikke digitalt kan man sige, men det er da, jeg synes det er fantastisk og sidde med en avis. Det er det altså, selvom der er fri internet i toget, det ved jeg godt, ikke. Men.. Så læser jeg avis, stille og roligt. Det er dejligt. Det er gratis. Det godt. Avisen er stadigvæk god. Uden tvivl."
Mand, 50 år, Sjælland

"Jeg tror, vi ved, ubevidst, at det ikke er Ekstra-bladet og BT, som vi går ind og finder vores nyheder på. Jeg tror, det er en blanding af, at vi går ind og ser nogle forskellige steder. Jeg kunne godt finde på at se både TV2 og Jyllands-posten og hvis ikke jeg er tilfreds med det, jamen så kan jeg godt gå videre og sige "ej, jeg vil godt lige have flere vinkler på – eventuelt Information. Men det er også den der Metro, der er også Dagens eller hvad den nu hedder ikke . . . sådan nogle små hurtige aviser, hvor man siger 'ah, vi tager det lige med et gran salt'. Og de har også nogle helt andre historier ikke, lidt mere sensationspræget".
Kvinde, 57 år, Midtjylland

Case 7. Avisen i centrum

I Midtjylland besøger vi et pensioneret ægtepar på henholdsvis 64 og 77 år. Deres primære informationskilde er den lokale avis, Fredericia Dagblad. Manden fortæller os:

"Det er faktisk en god avis. Man får en kort orientering af verdenspolitiske situationer uden for vores rede her, og lokalt dækker den også godt, synes jeg. Det er også en landsdækkende avis ... vi synes egentlig den er god. Vi får den fast hver dag. Vi holder den alene og jeg læser den to gange!"

Det er fast rutine, når de er færdig med at læse avisen, at hans kone klipper interessante annoncer ud. Det kan både være for kulturarrangementer, de gerne vil deltage i, eller den kørsels-ferie de for nyligt var på, men det er også boganmeldelser, fortæller hun os:

"jeg lige været inde [på internettet] i dag og bestille et par bøger. For er det jo så, at de tit anmelder nogle bøger og så klipper jeg de der ud og så når jeg så skal låne noget ... nu var der da to i dag også, hvor jeg lånte, og det er jo nogle, jeg har fra avisen. Så vi bruger det da."

Hendes mand følger op: *"Hvis man sådan analyserer lidt i det, så bruger vi nok avisen mere end vi rent umiddelbart vil være ved. . . "*, griner han.



Hvorvidt ægteparret skal holde det lokale dagblad, bliver der ikke sat spørgsmålstegn ved. De lægger vægt på, at avisen er lokal, og at den dækker deres nyhedsbehov.

Avisen spiller altså ikke blot en stor rolle, i og med den er ægteparrets primære nyhedskilde, den har også stor betydning for, hvad de foretager sig i deres hverdag, hvilke ferier de tager på, og hvilke bøger de læser.

At det er den fysiske avis, de holder, spiller også en rolle i forhold til, at det giver dem mulighed for at gemme udklip eller hænge dem op på opslagstavlen i køkkenet.

Avisen er dog ikke ægteparrets eneste informationskilde, det er blot den, bruger mest tid på. Derudover supplerer de med radio, TV-avisen og søger til tider også informationer på internettet.

Case 8. Informationsbehov og tekniske kompetencer

På Fyn besøger vi en tidligere viceskoleinspektør.

Han fortæller, at han aldrig har brugt computer som en del af sit job, fordi han havde en dygtig sekretær, som blandt andet skrev alt ind for ham.

Han læser dagligt avisen, og følger især med i lokal politik, da han er tidligere byrådsmedlem. Han holdt tidligere den fysiske avis, men synes den er for dyr og derfor læser han den nu på sin iPad.

Da han tager sin iPad frem bliver det tydeligt, at han har svært ved at navigere på den. Da han ikke kan finde, det han ville vise os, bliver han frustreret, lukker den og skubber den væk



”Der er mange i vores alder, der har problemer med IT, det kan jeg godt sige dig. Nu er vi ligesom nogenlunde oplyst, og vi har haft computer i mange år, Men det er ikke sådan tip-top, og det er altså et problem.”

Mand, 76, Fyn

Denne case er interessant, fordi vores undersøgelsesdeltager er indstillet på at flytte sine aktiviteter til en digital platform, men han forstår ikke logikken bag iPad'en og har ikke haft den store træning i computerbrug. Han er motiveret til at læse aviser på iPad'en, men er udfordret af brugerfladen. Mange ældre har fået iPads af børn og børnebørn, fordi de forekommer at være så lette at betjene. Men man tænker en papiravis anderledes end en digital avis, og alene følelsen af ikke at kunne gøre det, han vil, er frustrerende. Det forstærkes muligvis af, at han har været vant til at have autoritet, at være i kontrol og at kunne beherske nyhedsrum og debatfora som politiker. Vores deltager har i dette tilfælde ikke de praktiske kompetencer til at få teknikken til at fungere, men har både de kognitive kompetencer, og den kritiske refleksion.

Vi så en tendens til, at lokalaviserne spiller en stor rolle i nyhedsformidlingen hos de familier, vi besøgte i regionerne uden for hovedstaden. Case 7 er et eksempel på dette. Det ældre ægtepar føler sig godt dækket ind af kombinationen af lokal stof og landsdækkende stof. De får en hel del ud af avisen udover selve orienteringen i indholdet, idet manden læser den to gange og konen klipper for eksempel boganmeldelser ud, som hun så kan bruge til at orientere sig på nettet, når hun vil bestille bøgerne online. Her har vi et eksempel på kombinationer af kompetencer og en personlig tilpasning af mediernes rolle til deres hverdagsliv og deres præferencer.

En del af media literacy-litteraturen lægger vægt på evnen til at bruge medier til at kommunikere og deltage i et samfund med stadigt stigende medialisering. I vores samtale med familierne spurgte vi derfor undersøgelsesdeltagerne, hvilke medier de bruger, når de skal i kontakt med deres relationer samt hvilke overvejelser, de gør sig i den forbindelse. Hvornår vælger hvilke medier, til hvem og hvorfor?

Mange fortæller, at deres foretrukne kommunikationsmiddel i forhold til private relationer er SMS, da det er nemt. Samtidig tilpasser de fleste deres kommunikationsformer efter, hvem de interagerer med. Alder spiller en stor rolle i den forbindelse, hvilket kommer til udtryk både hos afsender og modtager. Groft sagt kan man sige, at de unge helst kommunikerer via SMS og sociale medier, hvorimod de ældre foretrækker at ringe eller skrive mails.

Når vi spørger undersøgelsesdeltagerne, om de deltager i online debatter eller lignende, svarer flertallet nej. Mange begrundet det, som vi har set, med, at de ikke vil risikere negative konsekvenser af den ene eller anden art. Andre siger, at de ikke bryder sig om den tone, man møder i sådanne debatter. Det viser sig dog ofte i løbet af samtalen, at flere rent faktisk deltager i debatter, der foregår på mindre platforme eksempelvis forældre-intra eller i lukkede Facebook-grupper, hvor de kender folk. Dette kommer ofte først frem, når undersøgelsesdeltagerne fortæller om episoder fra deres hverdagsliv, hvor disse mindre debatter opstår naturligt. Citatet her viser et eksempel på dette.

Det er efter vores mening et centralt fund, fordi forestillingerne om hvad det vil sige at tage aktivt del i samfundsrelevante debatter og processer herigennem bliver nuanceret. Som vi har set, er mange af vores deltagere lokalt forankrede og orienterede mod det nære, deres

"Facebook bruger jeg ikke særlig tit - men hvis der er en anden hjemmeside, hvor er der et debatfelt eller et kommentarfelt, så kan jeg godt finde på bare at klø på der. Jeg er sådan en type, der skriver og skriver - ikke fordi, at jeg hader dem, der er omkring mig eller fordi jeg synes det er forkert, men jeg kan godt lide at køre en debat - så personligt gør jeg det tit".

Mand, 22 år, Midtjylland

egget hverdagsliv, deres lokale kontekster. Det giver god mening, at man forholder sig til det der sker der, hvor man befinder sig, fysisk og mentalt, og disse udslag af, hvad Maria Bakardjieva kalder "sub-activism" (Bakardjieva 2009), altså frit oversat aktivisme fra neden, i det små, har både sin berettigelse i det demokratiske system og potentialer til i den rette situation at udvikles.

Digitalisering af samfundsborgerliv

Relationen mellem den danske offentlige sektor og borgere er gennem de seneste årtier i stigende grad blevet digital. I 2010 blev det muligt at tilgå banker, skat, borger.dk samt en række andre offentlige services via NemID. I november 2014 blev det lovpligtigt for alle over 15 år at kunne modtage og sende mails via systemet "Digital Post" via NemID. Dette er første gang, at digitalisering er blevet et krav i relationen mellem den offentlige sektor og borgeren. Derfor var det nærliggende at bruge dette som et aktuelt emne i samtalen med familierne.

Generelt oplevede vi, at respondenterne var positive overfor at kunne kommunikere digitalt med det offentlige. Mange syntes, at det var nemt blot at logge ind og klare forskellige opgaver. Dog var der en del betænkeligheder omkring sikkerhed, brugervenlighed og det, at det juridiske ansvar for at holde sig informeret nu påhviler den enkelte borger. Betænkelighederne omkring sikkerhed gik på, at der er megen information gemt ét sted, og at man, hvis der gik noget galt i denne procedure, ville have meget at miste. Disse kommentarer relaterede sig også mere overordnet til betragtninger omkring et øget overvågnings-samfund og hvad Staten potentielt kunne se. Brugervenligheden af selve NemID kortet blev også nævnt. Det er et kort, der kan tabes eller mistes. Flere af deltagerne benyttede sig af forskellige måder til at gemme kortet digitalt, men med en viden om den sikkerhedsmæssige risiko dette indebærer. Endelig var der betænkeligheder ved, at man som borger selv har ansvaret for at tjekke den digitale postkasse. Der var en vis nervøsitet at spore omkring, hvad der vil ske i forhold til svarfrister og så videre, hvis man ikke lige får tjekket postkassen i tid. Her ses et eksempel på en ubalance mellem systemets intentioner. Man kan få en påmindelse per mail eller sms, når der er nye dokumenter i E-Boks. Men hvis man som ældre ikke tjekker sine tekstbeskeder på mobilen, eller som ung kun bruger sin e-mail, når der skal oprettes adgang til sociale medietjenester, så er logikken ikke helt lige til.

Som citaterne neden for viser er der dog store forskelle på, hvordan de digitale systemer modtages.

"Det er uhørt og det er slet ikke holdbart. Og NemID, du kan ikke basere alt dit bankdata, personlig data, alt hvad du har, hele familien, huset, lån, alle mulige ting på et nøglekort - som hvis bliver tabt - kan så misbruges. . . overalt. Det er så nemt at finde personens oplysninger. Gå ind på Google og skriv [siger sit navn], så kan du finde alt, hvad jeg har".

Mand, 21 år, Hovedstaden

"[om digital post] Hurra! Endelig. Jeg hader de der breve - jeg er lykkelig. Det er genialt. Vi er tilmeldt, og nu har jeg også haft virksomhed i fem år, hvor vi også skulle være digitale og sådan noget. Det er fantastisk. Det var bare - hvorfor først nu?"

Kvinde, 31 år, Nordjylland

"[om NemID] Det er også besværligt, hvis man ikke følger med - det er vi nødt til i vores alder, for ellers halter du helt bagud . . ."

Kvinde, 69 år, Midtjylland

"[tidligere] Så kom der breve fra kommunen, så kom der et brev, man ku' lukke op, så ku' man ha' det liggende foran sig. Nu skal man være aktiv og gå ind og se: Er der noget. Og der går jo uger, hvor du ikke går ind og kigger".

Mand, 57 år, Fyn

Case 9. Ændret livssituation og nye mediebehov

På Fyn besøgte vi et par i 70'erne. De har fundet sammen for nogle år tilbage, efter de begge har mistet deres ægtefæller.

For kvinden har tabet af hendes mand betydet, at hun stod tilbage med en række administrative forpligtelser, fordi de sammen ejede en virksomhed. Hun fortæller, at der har været meget at lære, blandt andet at betale regninger over netbank. Hun tog derfor nogle IT-kurser gennem AOF:

"Der er mange som os, der sidder sådan. Det kan jeg godt sige dig, som ved lidt, men som ikke ved så meget. Og jeg ku' se dem, som jeg gik på kursus med dengang, jamen det var sådan nogle ældre damer, der var blevet alene, og så sidder de der, ved du hvad, et girokort det er aldrig noget de har set. Det var noget, de lagde hen på køkkenbordet, og så ordnede manden det. Sådan var det.

Men kurset var ikke den store hjælp, fortæller hun:

"Jeg lærte at sende et billede af et eller andet til mine børnebørn eller sådan noget, ved du hvad, det var ikke det, jeg havde brug for. Altså sidde og sende julenisser til hinanden... Vi kiggede lige engang på hinanden, altså ved du hvad, der stod jeg af".

Men hun giver ikke op, fortæller hun os. Selvom hun synes der er svært, så har hun nu NemID og er tilmeldt digital post:

Fordi jeg tænkte, det er du da nødt til at følge med i altså, det er jo fremtiden, og det er det, så der må jeg lige sætte mig ind i det, selvom det ikke interesserer mig så meget. Så må det komme til at interessere mig ikke også, når jeg får lidt bedre tid til at og sidde og kigge på det hver dag. Altså jeg ska' ikke købe tøj på nettet eller noget andet, men jeg vil gerne ku' betale mine regninger selv. ...Jamen, det er ikke bare fordi, selvfølgelig kan jeg køre ned i banken med det, men det skal ikke være sådan, at jeg skal have fat i mine børn hver gang, jeg skal betale en regning. Ja, vi kan jo ikke sidde der som to andre tosser [griner] ..Så nej det, det er mit næste projekt. Skolelærerparret er altså meget bevidste, om deres adfærd på Facebook:



"Fordi man hører meget om, hvor mange oplysninger der kan komme fra Facebook og gå ud til steder, man ikke har kontrol over . . .og det ønsker jeg simpelthen ikke. Jeg vil gerne begrænse det, som sagt, ikke fordi der er noget specielt fantastisk, som nogen kan bruge mit privatliv til, bortset fra, at bombardere mig med nogle reklamer".

For enken handler det at kunne betale regninger på netbank, altså også om en følelse af selvstændighed og om at være en ligeværdig borger, der følger med den digitaliseringsudvikling, som hun oplever omkring sig.

Medier og borgere og særlige udfordringer

De sidste fire cases handler alle om deltagere, som på den ene eller anden måde er udfordrede i forhold til deres mediebrug. Det skal understreges, at det eneste, de fire har til fælles er en udfordring – derudover er de lige så forskellige som de øvrige undersøgelsesdeltagere. Når de er sat sammen under samme mellemoverskrift skyldes det, at vi gennem vores arbejde er kommet frem til tre hovedkategorier af borgere, som der på forskellig vis bør fokuseres på i fremtidige undersøgelser.

Vi har i de foregående analyseeksempler set, hvordan medier af forskellig karakter kan befordre eller udfordre tilværelsen for brugere. Det samme er tilfældet for de fire næste eksempler, men vilkårene for medieadgang og mediebrug er anderledes og betydningen af at have adgang til forskellige medier har afgørende direkte betydning for i hvert fald de tre sidste undersøgelsesdeltagere i denne gruppe.

Udfordret af sprog og kultur

Den første case vedrører et midaldrende, tyrkisk ægtepar, som er blevet gift for nogle år siden. Manden er kommet til Danmark i forbindelse med ægteskabet og taler ikke dansk. Han bruger derfor de tyrkiske tv-kanaler til at blive opdateret om, hvad der sker i verden og i Tyrkiet, og han bruger Facebook til at holde kontakten til vennerne i Tyrkiet. Han orienterer sig altså ikke mod at lære sit nye land at kende og oplever vanskeligheder med at finde ud af såvel praktiske som kulturelle forhold. Selvom hans kone taler flydende dansk, bliver hun også i nogen grad afskåret fra at holde sig orienteret om danske forhold, da de nu ser tyrkiske kanaler. Hun mener, at det ville være godt, hvis de kunne få informationer om, hvad der sker, fra flere sider end tyrkiske medier, fordi kulturerne er så forskellige og det verdensbillede, der tegnes er også forskelligt fra Danmark til Tyrkiet. Her handler det altså ikke om manglende mediekompetencer, men om sprogfærdigheder for at kunne blive mere integreret i sit nye land. Dog er manglende sprog formentlig ikke den eneste årsag til, at manden vender sig til tyrkiske medier og til sine tyrkiske venner via sociale medier. Ganske kort sagt er der formentlig også en identitetsdiskussion på spil.

Af særlig interesse for projektet her er konens bevidsthed om, at medier ikke bare er medier, men at deres indhold og diskurser formes i en kulturel kontekst og sociale praksisser.

Case 10. Udfordret af sprog og kultur

I Midtjylland besøger vi et par midt i 50'erne, begge med tyrkisk baggrund. Kvinden har boet i Danmark, siden hun var teenager, og er uddannet social- og sundhedsassistent. Hendes mand er derimod først lige kommet til landet og er for tiden ledig. Da han endnu ikke taler dansk, oversætter hun vores spørgsmål for ham og hans svar til os. Vi taler en del om forskellen på medier i henholdsvis Danmark og Tyrkiet, og de fortæller os om, hvordan de forsøger at holde sig opdateret i begge lande. Kvinden fortæller:

"Før i tiden, før min mand kom, så havde jeg danske kanaler, så jeg så altid danske kanaler. Men efter, at min mand er kommet, så har vi fået tyrkiske og det ser vi så kun nu. Altså for ham, så er det pga. sproget. . . pga. sprogvanskeligheder, hvis man ikke kan forstå det. . . selvfølgelig er vi interesseret i, hvad der sker rundt omkring i verden. Man kan ikke altid få informationer fra den ene side, og så vil man gerne se, hvad andre lande synes, og hvis man ikke kan forstå det, så hjælper det heller ikke. "

Hun fortæller os samtidig, at hun til tider finder det svært at gennemskue politiske holdninger i danske medier, hvorimod det er helt anderledes i Tyrkiet:



"For eksempel med hensyn til [tyrkiske] TV-kanaler, så er der nogle af dem som har deres egne holdninger, og giver folk dårlige informationer for at påvirke deres meninger og syn. Det har vi oplevet i Tyrkiet for 2 år siden, da der var uroligheder i Tyrkiet, og folk har taget beslutningen, at de ikke vil ha' de der specifikke kanaler. Jeg hører helst fra dansk fjernsyn, når det handler om politik. Jeg vil ikke høre fra tyrkiske kanaler, for de har deres egne holdninger og vurderinger og synsvinkel. Så jeg kan godt lide at se dansk fjernsyn og høre det direkte fra dem selv, eller se et andet program. Jeg følger ikke med igennem Facebook, men det gør han [hendes mand], for det er det eneste kommunikationsmiddel, som han har med sine venner. De har ikke mulighed for at snakke med hinanden om tingene, så de deler ting og skriver deres mening og like'r for eksempel ting".

Det var tydeligt fra vores besøg hos det tyrkiske ægtepar, at deres kendskab til medier i henholdsvis Danmark og Tyrkiet giver dem et sammenligningsgrundlag, som skaber refleksioner om medierne rolle i de respektive lande.

Udfordringer, muligheder og respekt

Case 10 vedrører en ganske stor gruppe danskere, nemlig de 3-7%, der ifølge undersøgelser er ordblinde, afhængig af, hvor grænsen for ordblindhed sættes. Det er altså en stor gruppe af danske, som vores undersøgelsesdeltager taler for.

Det centrale i denne case er interessant nok ikke, at det er vanskeligt at klare sig i en verden, der på alle måder præsenteres, repræsenteres og formidles i skriftsprog. Teknologiske hjælpemidler er blevet så gode, at ordblinde kan klare mange af de kommunikationsudfordringer, som de kæmpede hårdt med for blot få år side. Digitale teknologier, ikke mindst smart phones, er desuden blevet så allestedsnærværende, at man kan bruge dem som hjælpemidler uden at skilte med, at man er ordblind. Alligevel oplever vores undersøgelsesdeltager, at hun støder på uvidenhed og ubetænksomhed. Hendes eksempel med, at arbejdsformidlingen havde sat en kæmpe skærm med meget stor skrift op til hende viser, at de mennesker og institutioner, der dagligt møder ordblinde, ved for lidt om, hvad det vil sige – og ikke sige – at være ordblind.

Desuden fortæller hun om alle de henvendelser, hun får fra ordblinde, som er bange for skrift, og som hun guider i retning af de rigtige hjælpemidler. Dette kunne tyde på, at også oplysning til ordblinde om de muligheder, de kan få med digitale værktøjer, er mangelfuld.

Vores undersøgelsesdeltager har overkommet sine begrænsninger ved at bruge digitale værktøjer og deltager nu aktivt i debatter og skrive læserbreve.

Endelig peger hun på, at unge ordblinde får bedre hjælp i dag, end man gjorde, da hun var ung og ikke kunne få en længere uddannelse. Det er nærliggende at tro, at der findes en stor gruppe af voksne/ældre ordblinde, der vil have meget stor glæde af en målrettet indsats for at lære at bruge de rigtige hjælpemidler. Det vil have en frigørende effekt i forhold til at kunne administrere sit privatliv og sin borgerskabsliv.

Case 11. Udfordringer, muligheder og respekt

Som et led i at inddrage mennesker med potentielt mediemæssige udfordringer, eksempelvis i forbindelse med medieret kommunikation, tog vi kontakt til Ordblindeforeningen. Det viste sig, at den kredsformand, som vi ringede op, selv er ordblind og meget gerne ville fortælle om sit liv som ordblind og samtidig sætte os ind i, hvilke problemstillinger, hun generelt støder på, når hun i kraft af sin rolle som rådgiver bliver kontaktet af medlemmer af Ordblindeforeningen.

En af de ting, som kredsformanden fremhæver som det første, er, at det i takt med den teknologiske udvikling er blevet langt nemmere at være ordblind, end det for eksempel var, da hun var barn:

"Ja, jeg tror, jeg havde haft nogle andre muligheder, end jeg så fik, ikke. Så er det måske noget andet, jeg ville ha' lavet, ikke. Nu har jeg jo været sygehjælper. Der er jo ingen ordblinde i dag, der ikke kan blive til noget. I gamle dage da var det jo mere, at hvis man ikke var så god bogligt, så blev man skraldemand og alt sådan noget, ikke. Sådan er det ikke i dag"

Kvinden fortæller os, at hun ofte bliver ringet op af ordblinde, som for eksempel ikke har lyst til at skrive mails, da de ikke har lyst til at udstille deres stavfejl. Hun gør dem derfor opmærksom på de mange hjælpemidler, der i dag er til rådighed, som stavekontrol og talegenkendelse. Det betyder blandt andet, at det er blevet nemmere for ordblinde at kommunikere skriftligt. Hun fortæller os, at det giver hende mulighed for, både som kredsformand og som privatperson, at deltage i debatter, blandt andet ved at skrive læserbreve. Det betyder meget, at hun kan ytre sig og dermed sætte fokus på livet som ordblind:

"... jeg blev lidt sur, for jeg mener ikke Københavns kommune ku' være bekendt at sende folk ud og ikke kende en skid til at være ordblind. Og her tænker jeg på arbejdsformidlinger og alt muligt. Så tænkte jeg, det må jeg gøre noget ved. Så jeg brokkede mig jo lidt. Resultatet var, at jeg kom dagen efter, så havde de sat en kæmpe skærm op. 50 tommer skærm og en computer, så ku' jeg sidde der og trykke, og så kommer der sådan nogle store bogstaver op. Og man bliver jo bange for sådan nogle store bogstaver ikke, og så måtte jeg jo fortælle dem, at jeg er jo ikke blind. Altså uanset hvor store bogstaver der er, kan jeg jo ikke læse dem, altså".

Det er altså ikke blot teknologien, der skal være på plads, når det handler om at tage hensyn til og hjælpe ordblinde, påpeger kredsformanden. Der skal også skabes en forståelse for ordblindes mediemæssige behov, således at de har mulighed for og lyst til at kommunikere og deltage på lige fod med andre borgere.

Sygdom, udfordringer og strategier

Case 11 handler om en midaldrende kvinde, der lider af mild afasi, og som derfor ikke har let ved at overskue såvel tale- som skriftsprog. Hun bliver hurtigt træt og blander ordene sammen, hvis hun får for meget sprog ad gangen. Hun fungerer godt i det daglige, men kan ikke håndtere den konstante mediestrøm på linje med for eksempel case 1, 2 og 4.

Casen viser, hvor afhængige vi er i dagligdagen både af at kommunikere frit og af at kunne orientere os i og med medierne. På nogle måder ligner denne case den foregående, fordi det handler om ikke at kunne gøre det, der forekommer selvfølgeligt for flertallet i befolkningen, nemlig at kommunikere på skridt. Men oven i kommer altså, at hun også bliver meget udmattet af at tale og lytte.

Der findes som inden for de fleste andre områder, en række hjælpemidler og øvelser, man kan anvende, når man som afasiramt gerne vil kommunikere. Det er imidlertid særligt interessant, at vores undersøgelsesdeltager selv har fundet frem til strategier, der kan hjælpe hende. Dels har hun brugt en analogt medie som avisen til at lære at sætte bogstaver og ord sammen igen, dels har hun fundet frem til en måde at kommunikere på under hensyn til hendes vilkår. Hun har ved at prøve sig frem opdaget, at simple kommunikationsformer som sms er gode til korte samtaler med familien, mens Facebook er god til kommunikation med venner og tidligere kolleger. Således kan hun igen være i forbindelse med sit sociale netværk.

Case 12. Sygdom, udfordringer og strategier

Da vi besøgte en 50-årig kvinde på Falster lagde hun ud med at fortælle os, at hun for nogle år tilbage fik en blodprop i hjernen, som er årsag til, at hun i dag har en mild grad af afasi. Hun forklarede, at det har betydet store ændringer i hendes liv og derfor også har haft indflydelse på hendes hverdag og mediebrug. Ved afasi er det selve sproget, der er gået i stykker. Derfor kan man have svært ved læse og danne sætninger. Hun har i den forbindelse blandt andet brugt aviser som et led i sin genoptræning for at lære at læse igen.

Derudover kan man i forbindelse med afasi opleve at blive hurtigt træt, både i forbindelse med læsning, men også ved længere samtale. Kvinden fortalte os, at hun derfor har valgt SMS som sin foretrukne og primære måde at kommunikere med sin familie, venner og omgangskreds på. På den måde kan hun selv vurdere, hvornår hun har overskud til at kommunikere og tage den tid det tager, at sætte sætningerne sammen. Samtidig har hun valgt at skille de forskellige medier, som SMS og Facebook beskeder, ad på sin telefon:

” Altså jeg har ikke, jeg ved ikke, hvad det kaldes, når det bliver kørt sammen [om SMS og Facebooks Messenger].... Det har jeg skrevet, eller klikket på, er, at det vil jeg ikke have. Jeg ved ikke, hvad man kalder det. Men det er skilt ad. Så når jeg skriver med min søster og mine børn, nære veninder, så er det på sms, det er det, der er sådan rigtig seriøst. Og når det er gamle arbejdskolleger og gamle skole veninder, så det på Messenger og Facebook”.

Adskillelsen af de forskellige medier hjælper hende med at navigere i den konstante strøm af information, som de forskellige medier giver mulighed for.



Digitale medier – vindue til verden

Den sidste case drejer sig om en kvinde, der på grund af forskellige helbredsproblemer jævnligt må holde sengen. Hun har fra hun først blev sengeliggende, sikret sig, at hun har adgang til en computer, så hun kan klare det omfattende arbejde, det tilsyneladende er, at være førtidspensionist. Computeren og internettet sikrer endvidere, at hun kan klare sig selv så nogenlunde med indkøb og andet, der kan klares online.

Som hun siger, så ved hun ikke, hvad hun skulle gøre uden computeren, fordi den stort set er hendes forbindelse til verden. Hun udfordrer nogle af nettets typiske måder at fungere på, idet hun er meget harm over, at hun ikke kan sortere i reklamerne, så hun kan slippe for alle dem, der minder hende om, hvad hun ikke længere kan. SÅ selv om computeren er uundværlig for hende, og selvom den sikrer, at hun ikke er helt afskåret fra omverdenen, så leverer den også negative oplevelser og følelser.

Vores undersøgelsesdeltager har tilsyneladende en hel del gå på mod trods sin tilstand, så hun protesterer energisk over forhold, hun ikke synes er i orden, som det, at hun skulle opgive sit cpr.-nummer for at oprette et taletidskort-baseret mobilabonnement. Det lykkedes hende at få lov til at gøre det uden at opgive sine personlige informationer. På sin vis har hun mere energi og viljestyrke til at kæmpe mod personlige uretfærdigheder, som dog i tilfældet med taletidskortet og cpr-nummeret taler direkte ind i den foregående emne om opmærksomhed omkring beskyttelse af private informationer, datasikkerhed og så videre.

Case 13. Digitale medier – vindue til verden

På Fyn besøger vi en kvinde på 55 for hvem det i visse perioder er altafgørende, for at hun kan komme igennem dagen, at hun har en computer ved sin seng. Hun bor alene, er uddannet psykolog, men er nu førtidspensionist. På grund af led- og rygsmerter og bevægelsesforstyrrelser, er hun i perioder bundet til sin seng. Hun har derfor et rullebød ved siden af sengen, som hun kan skubbe ind foran sig og på den måde bruge computeren, selvom hun er sengeliggende. Hun fortæller, at dette arrangement var uundværligt, da hun blev sygemeldt i 2011:

"... så kunne jeg sidde og lave ting - også på computeren. Jeg havde nogle ting - der var blandt andet enormt meget administrativt, når man bliver sygemeldt, så meget man skal skrive til alle mulige instanser... Jeg havde ikke kontakt med nogen, hvis jeg ikke havde computeren. Jeg havde ikke kontakt med noget som helst".

Hun fortæller, at fordi hun til tider er bundet til sin seng, handler hun en del på nettet. Alt fra mad til tøj og medicin. Men det kræver stort set altid, at man skal oprette sig med en mail-konto, hvor man får tilsendt nyhedsbreve og reklamer:

"... og nogle af de reklamer, de kan næsten gøre mig ked af det. Jamen, fordi det er sådan noget med: Tag ud og rejls og tag på middag og kom ned i byen osv. Og jeg kan jo ikke komme ned i byen. Jeg kan jo ikke tage nogen steder. Jeg har jeg prøvet at skrive mails til dem. Gider I ikke godt lade være? Alle jeres tilbud handler om et eller andet, som man ikke kan som handicappet... DMI har nogle gange noget med, at man kan klikke og så sige, at det er upassende i forhold til mig. Og så alle de der rejser til alle mulige steder, så kan jeg få lov at fravælge dem, så jeg ikke skal sidde og være ked af. Har de overhovedet forholdt sig til, at der kan være mange grunde til, at man er meget handler på nettet. Det er, at man ikke kan komme ned i den fysiske butik. Næh!"

Kvinden fortæller, at det betyder meget, at hun har mulighed for at tage kontakt til institutioner eller virksomheder, selvom hun er sengeliggende. Hvis hun føler, at hun får en dårlig service eller er utilfreds med deres betingelser, så tager hun affære:

"En ting jeg var rasende over, var, at TDC har sådan et taletidskort-agtigt abonnement til min gamle nokia, som jeg bruger som alarm, hvis jeg falder. Den er jo den mest stabil den telefon. Og så skal jeg tanke taletid indimellem. Og det har man hidtil kunne uden at have noget abonnement – altså bare på nettet. Så pludselig vil de have ens Cpr-nummer og beder mig oprette en konto, og jeg var rasende. 'Nej, du kan ikke få lov at tanke op' - Og så sagde jeg: det svarer jo til, at jeg går over til bageren, og så vil jeg købe et bagerbrød... Et brød, og så skal de have mit cpr-nummer og billedlegitimation, for at jeg får lov og købe et brød. Det kan da ikke være en måde at drive forretning på. Så jeg har skrevet til dem igen, og igen, og igen... Og jeg skrev til dem, jeg har ikke tillid til, hvordan I opbevarer min data".

I sidste ende får hun dem overtalt til, at hun ikke behøver en konto, når hun har taletidskort. Hun giver dem dog stadig en dårlig anmeldelse på Trustpilot. "Jeg ved ikke, hvad jeg skulle gøre uden min computer", siger hun flere gange.

Opsamling

Mange undersøgelsesdeltagere oplever, at medierne gør håndteringen af hverdagen lettere, men mange synes også, at medierne fylder rigtig meget. Samlet set er det væsentligt, at det ser ud til, på trods af en tæt sammenkobling mellem hverdagsliv og mediebrug, at mediebruget oftest er underlagt hverdagslivets realiteter og ikke omvendt.

Dette ses også i relation til mediernes rolle som informations og kommunikationskanaler for refleksion i forhold til samfundsmæssige spørgsmål. Oftest er det, der optager deltagerne, det, der er tæt på i deres hverdag, hvilket ikke nødvendigvis er store samfundsdebatter. Vores undersøgelsesdeltagere er lokalt orienterede i dagligdagen og med varierende interesse for udblik mod nationale og globale kontekster. Dette skal ikke nødvendigvis forstås således, at vores deltagere ikke interesserer sig for andet end sig selv og deres nære kontekst. Snarere er det udtryk for, at hverdagslivet er tæt besat, uanset, hvem man er.

Vores undersøgelse viser, at alle vores deltagere er kompetente mediebrugere. Deres kompetencer fordeles sig i forskellige retninger, som for eksempel det ældre par, der bemestrer avislæsningens kunst mens i vores materiale er der utallige eksempler på, at undersøgelsesdeltagerne besidder en kritisk forståelse og reflekterer over mediernes brug og betydning. Det er imidlertid også i mange situationer tilfældet, at det først er i interviewsituationen, at dette kommer til udtryk, og at mange af de medierelaterede holdninger og handlinger ikke altid er resultatet af bevidste refleksioner.

- Tekniske kompetencer er ofte indgangen til mediebrug, men de underliggende logikker i forskellige medier skal forstås for kritisk, refleksiv brug af mediernes potentialer.
- Mediernes logikker kan skifte over tid – således ændrer de traditionelle og de digitale medier sig i et gensidigt relativt forhold og brugerne skal følge med.
- Personlig mediebiografi, rutiner, traditioner påvirker holdninger til medier over tid.
- Medie-økonomier udvikles i relation til det samlede medieudbud og som resultat af den enkeltes vilkår og valg. Det vil sige, deltagerne har et stort samlet repertoire af medier, hvis brug og betydning tilpasses konteksten.
- Nogle deltagere er kreative, når de skaber egne kombinationer af mediefunktioner og egne logikker.
- Størstedelen af deltagerne i vores undersøgelser gør sig overvejelser omkring mediebrug og tilstræber at have nogle leveregler, der kan bidrage til at være i kontrol. Især i børnefamilierne er der fokus på mediebrug – især overdrevet brug holdt op mod fysiske aktiviteter.
- Der er således fokus på børnenes og de unges opvækst med medier, om end i en del tilfælde med en let opgivende forældreattitude. Der refereres til skolen som en vigtig medspiller i forhold til læring om og med medier.
- Der sker ofte en kontekstbevidst tilpasning af kommunikationsvalg, dvs deltageren er bevidst om styrker og svagheder, og om modtagers og egne kompetencer.

- Der er behov for at komme bag om antagelser om medier og borgere med særlige udfordringer. For det første er det en stor gruppe, med en meget bred sammensætning, for det andet er borgerne kompetente og vil kunne bidrage meget mere aktivt til samfundsdebatten /samfundet, hvis deres udfordringer blev lettet.
- Deltagerne påtager sig generelt ansvaret for mediebrug og medieforståelse: "Man skal følge med".
- Digitaliseringsloven deler vandene i forhold til, at ansvaret lægges på borgerne samt i forhold til spørgsmål om sikkerhed og beskyttelse af privathed.
- Vi ser eksempler på refleksion *over* og kritisk stillingtagen til medier, men også på let opgivende attituder.
- Refleksioner over samfundsforhold *med* medier relaterer ikke nødvendigvis og oftest til de "store" spørgsmål, men til lokale kontekster.
- Vi har i denne undersøgelse været vidt omkring i Danmark og vi har besøgt meget forskellige lokaliteter, familier og mediemiljøer. Samlet set ser det ud, som om vores deltagere er enten rigtig gode eller nogenlunde kompetente mediebrugere. Omend især nogle af de ældre deltagere forholdt sig kritisk til digitaliseringsloven, så lod det til, at de godt kunne håndtere den digitale selvbetjening i de offentlige systemer.
- Det ser egentligt ret godt ud rundt om i landet hos de familier, vi har besøgt. Mere kan gøres, og flere kan motiveres til at turde blande sig i debatter og til at forholde sig aktivt til samfundets aktuelle vigtige spørgsmål.
- Men, det er vigtigt at huske, at der er andre ude i landet, som har brug for en indsats.

Erfaringer fra workshop med stakeholders

Som led i processen med at indsamle erfaringer og at kvalificere analysen af vores undersøgelse afholdt vi 21. november 2014 en halvdags workshop med 24 deltagere fra medieinstitutioner, forskningsinstitutioner, Forbrugerrådet, Dansk Journalistforbund, Børnerådet, mediebureauer, specialkonsulenter, Kulturstyrelsen, Medierådet for Børn og Unge samt IT Universitetet.

Formålet med workshoppen blev formuleret således i invitationen til potentielle deltagere:

”Vi ønsker med workshoppen at samle en række fagpersoner, som har erfaring med og interesse for området, for at diskutere de foreløbige resultater i projektet samt metoder til at kunne håndtere eventuelt kontinuerlige undersøgelser af et område i konstant, dynamisk bevægelse”.

PROGRAM

- 12.30 Velkomst ved Gitte Stald, IT-Universitetet, Susanne Mahler, Kulturstyrelsen og Anne Mette Thorhauge, sekretariatet for Medierådet for Børn og Unge
- 12.45 Præsentationsrunde
- 13.00 Mediekompetencer og media Literacy i en dansk kontekst ved Gitte Stald, IT-Universitetet
- 13.15 Foreløbige resultater og metodiske overvejelser ved Laura Høvsgaard og Morten Hjelholt, IT-Universitetet
- 13.30 Workshop
- 14.30 Diskussion og opsamling
- 15.30 Tak for i dag

Workshop og debat

Under workshoppen blev deltagerne delt i tre grupper, der hver fik en af projektlederne fra IT Universitetet som moderatør. Grupperne blev bedt om at diskutere følgende spørgsmål ved hjælp af simple faciliterings-teknikker og en udleveret casebeskrivelse (se bilag 2):

1. **Diskuter, hvad I forstår ved mediekompetencer og media literacy. Tag udgangspunkt i den udleverede case-beskrivelse.**

Hvordan: I skal 'brainstorme' med udgangspunkt i ovenstående spørgsmål. Skriv jeres tanker ned på post-its.

2. Kategoriser jeres post-its efter, hvad der kan karakteriseres som konstanter og variable i en undersøgelse over tid.

Hvordan: Inddel jeres post-its efter kategorier, som I bliver enige om i gruppen. Giv hver gruppe af post-its et label.

Tilføj gerne flere post-its.

De indledende præsentationer dannede oplæg til arbejdet i grupperne. Desuden fik grupperne udleveret forskellige case-beskrivelser baseret på vores empiriske undersøgelse (se bilag 2). To af gruppesessionerne blev optaget, og det samme gjorde dele af plenumdiskussionerne.

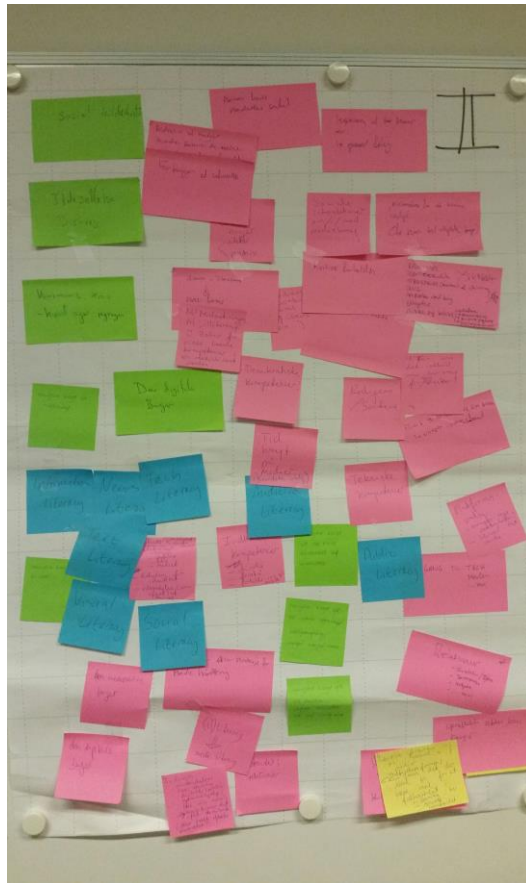
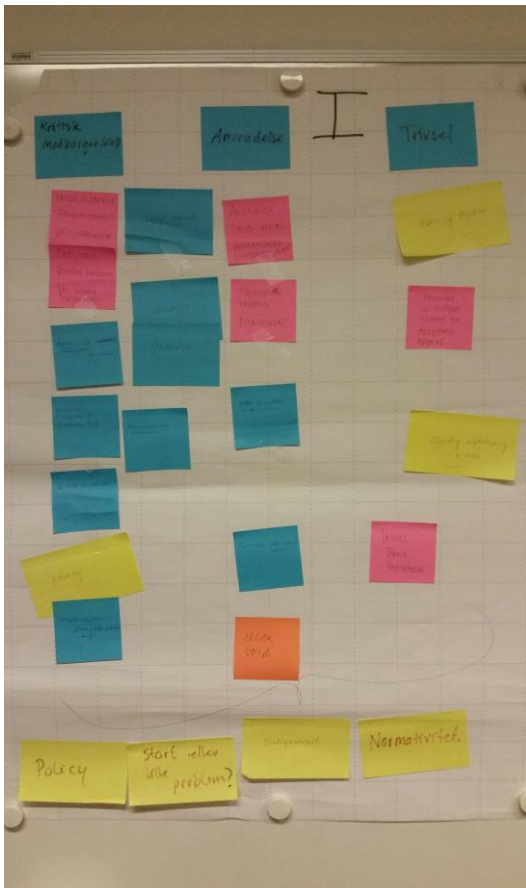
Grupperne tog deres (papir) overheads med diverse post its med tilbage til plenum og præsenterede deres diskussion ud fra dette.

Overordnet set fokuserede diskussionerne på følgende overordnede områder

- Begreberne literacy henholdsvis kompetencer
- Adgang og teknologi
- Særlige gruppens vilkår
- Udvikling af literacy gennem processer
- Skolers /læringsinstitutioners rolle og ansvar
- Medieinstitutionernes ansvar
- Behov for mere viden

Generelt blev der udtrykt positiv interesse og tilfredshed med afdækningsstudiets formål, design og præsentationen af de foreløbige fund. Samlet set anskueliggjorde diskussionerne den betydning undersøgelser af og initiativer ift media literacy tillægges men også de udfordringer, vi har i at definere, hvad vi taler om, og hvordan vi skal arbejde fremadrettet med området. Således blev beskrivelsen af konstanter og variable i forhold til potentielle undersøgelser over tid på det generelle niveau.

Herunder ses (figur 14) resultaterne fra gruppernes arbejde, repræsenteret gennem overheads med post its, som deltagerne har grupperet resultaterne af deres brainstorm efter.



Figur 14. Fotos af gruppernes post it-øvelse

- Første runde bestod i brainstorm på baggrund af oplæg om ITU-gruppens undersøgelse og første resultater af denne, samt de udleverede cases. Hver deltager skrev sine tanker ned på post its.
- Anden runde bestod i kollektivt at sortere og prioritere post-it-noterne efter temaer og dernæst inddele emnerne i overordnede temaer.
- Tredje runde bestod i en præsentation af udbyttet af brainstorm, sortering og diskussion i gruppen for den samlede gruppe.

Som det ses gik grupperne forskelligt til sortering og kategorisering. Men på tværs af grupperne sås overensstemmelse mellem fokuspunkter for diskussionen. Udbyttet af diskussionen i form af en systematisk fremstilling, anvendes i analyse og anbefalinger til fremtidig undersøgelse.



Erfaringer fra konference med stakeholders

Konferenceprogram og introduktion

Kulturstyrelsen, Medierådet for børn og unge og IT universitetet inviterede onsdag d.11. marts alle interessenter til en eftermiddags-konference om projektet "Den mediekompetente borger – media literacy i en dansk kontekst". Lidt under 200 interessenter fra en lang række forskellige institutioner, interessegrupper, offentlige myndigheder, forskningsinstitutioner med mere deltog i konferencen.

Konferencen havde tre delformål: For det første at diskutere, hvad mediekompetencer og media literacy er, og hvordan begge dele kan forstås i en dansk kontekst; for det andet at præsentere fund fra det afdækningsstudie, som forskningsgruppen fra IT Universitetet gennemførte i efteråret 2014, samt de anbefalinger, som er udarbejdet på baggrund af undersøgelsens resultater; for det tredje var konferencens formål at etablere en dialog mellem forskellige interessent grupper og potentielle aktører gennem en paneldebat og diskussion med salen.

Jesper Hermansen indledte konferencen med at fastslå, at media literacy er et bredt begreb, og at vi har en særlig udfordring med at få indkredset, hvad medie literacy i en dansk kontekst er. Vi står over for nye udfordringer og "vi" (underforstået: alle stakeholders) skal klæde folk på til at kunne håndtere disse udfordringer.

Jesper Hermansen pegede på to centrale forhold, der også var gennemgående temaer i de efterfølgende oplæg og diskussioner: dels, at vi/danskere støder på udfordringer i forhold til mediekompetencer og media literacy såvel som borgere som private mediebrugere, dels at vi ikke kun diskuterer tekniske mediekompetencer men også mediedannelse.

Endelig understregede Jesper Hermansen sammenhængen mellem denne konference og en tidligere afholdt konference om medie-etik og -kvalitet. Afdækningsstudiet om Danskernes mediekompetencer og media literacy er led i en større undersøgelse om medieudviklingen i Danmark, som Kulturstyrelsen står for.

Jesper Hermansen afsluttede sin velkomst med at pege på, at diskussionen om mediekompetencer og media literacy ikke blot er en diskussion, som retter sig mod mediebranchen; den trækker tråde ud i mange andre lag i samfundet.

Program

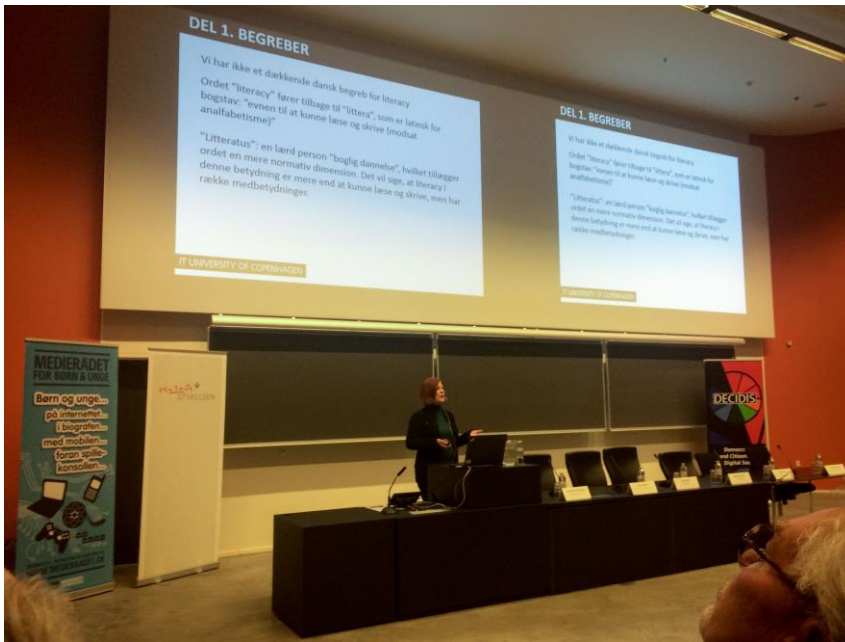
| | |
|-------------|--|
| 13.30-13.40 | Velkomst ved Kulturstyrelsens direktør Jesper Hermansen |
| 13.40-13.55 | Indledning ved Kulturminister Marianne Jelved (aflyst i sidste øjeblik pga spørgetid i Folketinget) |
| 13.55-14.20 | Keynote: Research and assesment on media literacy in the UK ved Alison Preston, leder af Ofcom's Media Literacy Research (afholdt på engelsk) |

| | |
|-----------------|--|
| 14.20- 15.20 | Præsentation af Mediekompetencer og media literacy i en dansk kontekst: cases og en dansk model ved lektor Gitte Stald IT Universitetet i København |
| 15.20- 15.30 | Pause |
| 15.30- 16.20 | Paneldebat |
| | Panel: |
| | Anne Mette Thorhauge Formand, Medierådet for Børn og Unge |
| | Gitte Rabøl Mediedirektør, DR |
| | Trine Nielsen Direktør, forretningsudvikling, Berlingske Medier |
| | Bjarne Hastrup Direktør, Ældresagen |
| | Kasper Koed IT-didaktisk konsulent, Center for Undervisningsmidler, UCC |
| | Gitte Stald Lektor, IT Universitetet i København |
| 16.20- 16.30 | Afrunding, konklusion og tak for i dag |

Keynote og præsentation af resultater

Alison Preston præsenterede i sin keynote formål for og resultater fra den engelske organisation Ofcom's arbejde. Ofcom beskrives på organisationens hjemmeside som "Independent regulator and competition authority for the UK communications industries". Ofcom er interessant i en dansk sammenhæng, dels fordi organisationen har undersøgt mediebrug og media literacy i England over en årrække, dels fordi de anvender forskellige undersøgelsesmetoder til at afdække mønstre, sammenhænge og holdninger blandt britiske mediebrugere.

I sit oplæg præsenterede Alison Preston blandt andet en case, hvor ældre mennesker er blevet interviewet om deres mediebrug ca. hvert andet år. De pågældende interviews er blevet videofilmte, og denne dokumentationsform kombineret med analysen af det samlede datamateriale anskueliggør på en meget tilgængelig men også overbevisende måde, hvor vigtigt det er, at kombinere statistika og de store overblik med borgernes/brugernes egne fortællinger om personlige erfaringer og holdninger.



Lektor Gitte Stald fra IT Universitetet præsenterede dernæst baggrunden for og resultaterne fra det afdækningsstudie, der er blevet gennemført. De foregående kapitler i denne rapport dannede afsæt for præsentationen.

Paneldebat

Resumeet af paneldebatten er skrevet på baggrund af en redigering af noter og optagelser fra paneldebatten. Således følger resumeet ikke nødvendigvis kronologien og "turtagningen" i debatten. De emner, der blev nævnt, er samlet i resumeet af hensyn til læsning og overblik.

Deltagerne i paneldebatten var på forhånd blevet stillet spørgsmål ud fra to centrale temaer. I første omgang forholdt paneldeltagerne sig til det stillede spørgsmål, dernæst blev der mulighed for at stille spørgsmål og kommentarer fra salen. Nedenstående opsummerer paneldeltagernes kommentarer samt svar på spørgsmål og kommentarer.

Debatten tog naturligt udgangspunkt i paneldeltagernes fagligheder og institutionelle tilhørsforhold. Dermed satte paneldeltagerne i deres indledende kommentarer og svar på de stillede spørgsmål i høj grad fokus på spørgsmål om børn, uddannelse, ældre, mediers rolle og forskningens rolle. Debatten kom i høj grad til at omhandle betydningen af digitale medier og digitalisering samt børns, unges og ældres særlige vilkår. Dette skete, selvom det understreges i oplægget til afdækningsstudiet og konferencen, at fokus er på alle medier, ikke kun de digitale, og på hele befolkningen, ikke kun for eksempel børn.

Publikum i salen sikrede til gengæld gennem spørgsmål og kommentarer, at panelet også forholdt sig til specifikke problemstillinger for særlige grupper i befolkningen.

Tema 1 med spørgsmål:

Hvordan kan vi forstå media literacy set i forhold til borgernes evner og muligheder for at vælge information / indhold / service / tjenester / deltagelse til? Hvad betyder det, at vi taler om både teknisk og kognitive kompetencer.

Hvad er mediernes ansvar og muligheder?

Hvad gør medierne i forhold til at informere borgerne? Hvad mangler de at gøre? Hvad mangler vi viden om?

Paneldeltagerne tog selvfølgelig udgangspunkt i erfaringer fra egne institutioner og organisationer. Dermed bevægede debatten sig omkring følgende emner:

Helt generelt har medierne (medieinstitutionerne) store udfordringer med at få alle i tale. Det er let nok at få danskere over 60 til at interessere sig for nyheder og anden information, men vi står over for store udfordringer i forhold til at fange yngre danskeres, især børns og unges, interesse. Der må særlige initiativer til, som møder børn og unge, hvor de er.

Udfordringen er, at børn og unge både er meget kompetente mediebrugere og ikke særligt kompetente. Børn og unge tilbringer lang tid på digitale medier og håndterer platformene og deres eget indhold for eksempel i forhold til sociale medier. Men de er ikke særligt kritisk reflektive i forhold til for eksempel beskyttelse af private data. Børn og unge tilbringer betragteligt mindre tid med nyheder og anden information end den øvrige befolkning gennemsnitligt set gør og informationsniveauet er bekymrende. Nyheder på Facebook kan ikke erstatte traditionelle nyheder. De unges lave informationsniveau udgør et demokratisk problem.

Uddannelsessystemet må påtage sig en del af ansvaret og sikre at mediebrug og kritisk medieforståelse bliver en integreret del af læringsplanerne. Undervisning i mediekompetencer og media literacy skal ikke skemalægges, men være integreret og underforstået i alle fag. Der skal forskes mere i nye læringsstrategier og den viden, der allerede er fra en lang række forsknings- og udviklingsprojekter skal samles sammen og anvendes.

Også ældre møder en lang række udfordringer i forhold til mediekompetencer og media literacy. Især betyder digitaliseringen af de offentlige institutioner, at mange ældre for sværere ved at håndtere deres borgertilværelse. Brugervenligheden er alt for ringe, ikke mindst i de offentlige systemer, og dette bør der forskes mere i. En anden udfordring er omsætningshastigheden i tekniske platforme og de systemer, man skal kende for at kunne håndtere tilværelsen. Ældre kan dårligt nå at tillære sig de nødvendige kompetencer i takt med opgraderingen af systemer og programmer.

Der bør også forskes mere i, hvordan teknikken kan udnyttes positivt til at gøre adgang til information lettere.

Diskussionen kom også omkring det problematiske at der ofte tales om platforme og indhold, som om det er samme sag og samme udfordringer. Vi skal vide mere om, hvilke platforme hvem bruger til hvad, og hvilket indhold, man tilgår der. Det er vigtigt at kunne skelne mellem, hvad det vil sige at være kompetent til kunne håndtere platformene, og hvad det vil sige at kunne forholde sig kritisk reflektivt til indhold.

Endelig drejede diskussionen sig om, at vi ved for lidt om det, der blev betegnet som "særlige grupper", altså grupper i befolkningen som af den ene eller anden grund ikke kan udnytte medierne optimalt. I panelet var de store grupper som børn og ældre repræsenteret, mens der fra salen kom kommentarer omkring andre grupper. Disse grupper har meget forskellige udfordringer og vi ved for lidt om, "hvor slemt det står til" og hvad konsekvenserne er.



Tema 2 med spørgsmål:

Media literacy set i forhold til borgernes evne til at vælge fra/sortere/filtrere og tage kritisk stilling til information/indhold/service/tjenester/deltagelse. Både stillingtagen til adfærd og indhold

Samfundets mange rum er til forhandling – både familiens rum, arbejdspladsens osv. Hvornår må man være på iPhone-udgaven af Facebook? Hvordan ved man, hvem der er afsender af information? Hvem skal lære en at vælge fra?

Også denne del af debatten kom i høj grad til at handle om børn og unge. Spørgsmålet om hvordan kan vi lære de unge at være kritiske udløste modspørgsmål om, hvornår det er relevant og hvornår og i hvilke sammenhænge, vi skal gøre det. De unge skal lære så mange systemer for at kunne håndtere deres tilværelse, medieret og i det hele taget.

Børns og unges trivsel på nettet, herunder sikker brug, forudsætter kritisk stillingtagen af børnene, og det er der nogen, der skal lære dem.

Digital natives (digitale indfødte) er det værste begreb, for vi lader børn og unge i stikken, hvis vi tror, at de er født med digitale kompetencer. Vi skal stadig uddanne dem - og danne dem. Digital dannelse er jo et perspektiv på dannelsen i det hele taget. Det handler ikke kun om medier.

De unge har en mulighed for at søge oplysninger i denne nye medievirkelighed, men hvordan kan de lære at filtrere strømmen af informationer. Hvordan kan de forholde sig til betydningen af, hvem er afsender og hvad det betyder?

Hvordan hjælper vi dem til at få de nyheder, som de har brug for? Hvilke kompetencer har de brug for? Public service kan de stole på – den type afsender er bedre end en tilfældig Youtube-kanal. Vi har en intention om, at børn og unge skal lære om politik – men gjorde de det i "gamle dage"? Har vi måske i virkeligheden bedre muligheder for at få børn og unge i tale i dag?

Diskussionen kom igen omkring skolens og uddannelsessystemets rolle. Det ville være godt at blive skarpere på, hvad skolens rolle er – især ift dannelse, måske i mindre grad i forhold til det tekniske. Der er meget forskellige forhold fra den ene skole til den anden. Når skolen og uddannelsessystemet møder eleverne, hvad er det så, at eleverne har med i posen? Hvad bringer børnene med ind i det institutionelle liv? Der er jo tale om en slags komplekse medieøkologier, og man kan spørge om der er en slags kapital at trække på? Måske finder vi hos børn og unge viden og erfaringer og måder at hente og bruge information på, som kræver og befordrer nye læreprocesser. Vi skal kort sagt finde nye former, hvor man bringer børnenes medievirkelighed ind i skolen.

Debatten tog også en drejning omkring familiens rolle og om, hvad forældrene gør – eller ikke gør - med medierne. Det handler ikke kun om børn, men om problemstillinger på tværs af kultur og samfund. Før sad vi sammen – og så TV – det gør vi ikke længere. Medieforbruget er blevet individualiseret og det har konsekvenser for information og diskussion.

Igen blev forældres ansvar i forhold til at lære børn gode værdier og normer og til at kunne håndtere tilværelsen – også den digitale del. Selvom forældre ikke forstår alt, hvad børn foretager sig, må de tage ansvar. Men der kommer også nye udfordringer for forældre i forhold til det digitale. Hvad er for eksempel forældres ret til at undersøge børnenes privatliv på sociale medier?

I den sidste del af paneldebatten stille ordstyreren spørgsmålet: hvilken viden mangler vi? Hvilke initiativer skal der tages?

Her blev der blandt andet, ikke mindst udløst af spørgsmål og kommentarer fra salen, peget på spørgsmålet om eksklusion og inklusion. Det blev pointeret, at vi er nødt til at studere eksklusionsmekanismer i det (digitale) medierede samfund. Vi skal finde dem, der er hægtet af, og finde ud af, hvilke konsekvenser, eksklusion har for den enkelte og for samfundet.

Men vi skal også finde ud af, hvem har rent faktisk et problem. Det kunne være de, der ikke har været på arbejdsmarkedet eller folk med korte eller ingen uddannelser, fordi det er dem, der ikke er på nettet.

Det kunne også være de ældre, som oplever, at de hele tiden er i en slags mediekompetence-loop, hvor de skal starte forfra med at lære nye platforme, nye tjenester at kende. Vi skal vide mere om, hvordan vi når ud til dem i stedet for automatisk at fritage dem.

Spørgsmålet om eksklusion handler om, hvilken adgang, man har, ikke kun til medieteknologier og platforme men også til at kunne bruge og forstå indhold, tjenester og så videre. Vi (underforstået: vi, der varetager borgeres interesser på forskellig vis) skal være mere modige – vi skal turde sige at nogle er overservicere og underservicerede. Vi taler meget om de underservicerede, men vi gør mest for de andre.

Det handler i høj grad om demokrati, det vil sige, at vi når ud til så mange som muligt. Den teknologiske udvikling skal ikke være en hindring for det, men en glædelig hjælp i forbindelse med demokrati.

Vi mangler også fokuserede studier på, hvordan kompetencer bliver tilegnet og hvor folk finder deres informationer, formelt og uformelt. Man kunne forestille sig, at man oprettede en slags mediepatuljer, som i øjenhøjde kunne sikre, at medieindhold og information og viden om, hvordan teknologierne virker, kunne udbredes til andre dele af befolkningen. I denne sammenhæng må vi ikke glemme de traditionelle medier og deres betydning.

Endelig blev der, igen i høj grad motiveret af kommentarer fra salen, peget på, at vi er nødt til at se på, hvordan de samfundsmæssige institutioner virker. For eksempel er bibliotekerne alle steder, også ude i de hårde områder og her skal de spille en større rolle – de skal servicere dem, som andre ikke er så gode til at servicere. Vi skal også udnytte, at for eksempel nogle medier, som gratisavisser / lokalaviser er så tilgængelige og populære. De har en demokratiserende betydning.



Undervejs i debatten blev det flere gange nævnt fra nogle af paneldeltagerne samt fra salen, at man ikke kan vente på forskningen, men at vi må se at "komme ud over stepperne"? Der blev stillet spørgsmålstejn ved, hvad forskningen kan give os, om de rigtige problemstillinger og de rigtige spørgsmål bliver stillet. Forskerne i panelet pegede til gengæld på, at der allerede er uhyre meget forskning i gang i diverse kontekster og på forskellige områder, og der er mange anvendelige forskningsresultater at finde. Udfordringen er at samle viden og erfaringer på tværs af interessenter og områder, dels at målrette forskningsresultater til konkrete initiativer, dels at sikre mulighed for, at de rigtige forskningsspørgsmål rejses og undersøgelser gennemføres fremadrettet.

Mette Walsted Westergaard samlede op på paneldebatten, kommentarerne fra salen, og den afsluttende runde, hvor paneldeltagerne gjorde sig tanker om, hvad man gerne vil have mere viden om; hvilke nye sam-

arbejder, der skal til; og hvilke politiske initiativer i form af bevillinger, reguleringer, nye ideer på uddannelsesområdet. Hun formulerede udfaldet af debatten og de formulerede forslag til områder, vi behøver mere viden om, som en række spørgsmål, som vi bør stille – og besvare - i det fremtidige arbejde:

1) Det savnes mere viden om, hvad der former børns og unges viden:

- Hvad er de unges literacy-kapital/ medie-kapital
- Hvad er fx skolens rolle og - i forlængelse heraf:
- Hvad bør være skolens rolle (hvilken plads har media literacy-begrebet i samtlige fag, hvilken plads kan og bør det have i fx samfundsfag)

2) Der savnes viden om "de ekskluderede":

- Hvem er de?
- Hvori består eksklusionsmekanismerne?
- Hvordan får vi dem med – hvilke overvejelser skal vi gøre os om, i hvilket omfang alle skal med?

3) Skal det digitale Danmark pålægges en pligt til en særlig grad af brugervenlighed?

- Kan man opstille standarder for brugervenlighed med henblik på at kræve særlige standarder i tilrettelæggelse af kommunikation hos offentlige instanser og med henblik på at sikre borgerne "ret" til fx kurser/kompetenceløft?

4) En kortlægning af, hvad medierne gør for at nå forskellige målgrupper

- Hvad er mediernes rolle og ansvar?

5) Hvad er kulturinstitutioners og andres institutioners rolle?

- Fokus på biblioteker og lokalmediers rolle i forhold til at ruste borgernes media literacy-niveau.

Videoptagelse af konferencen kan ses [her](#)

Bud på en fremtidig undersøgelse

På baggrund af de erfaringer, vi har gjort os i dette afdækningsstudie, giver vi herunder vores anbefalinger til, hvordan fremtidige media literacy-undersøgelser kan struktureres, hvilke elementer, der bør prioriteres, hvilke elementer, som kan betegnes som konstanter henholdsvis variable, samt hvilke specifikke delundersøgelser, der ser ud til at være påtrængende. Vores bud er baseret på den samlede analyse af tidligere undersøgelser og analyser af mediebrug i Danmark, vores egen empiriske undersøgelser, samt input fra workshop med strategisk udvalgte repræsentanter for stakeholders samt den afholdte konference for et bredt udvalg af stakeholders.

Vi har med den undersøgelse, der ligger til grund for rapporten, afdækket såvel metodiske som empiriske problemstillinger, der bør inddrages i fremtidige undersøgelser. Vi vil især fremhæve nødvendigheden af at komme helt ud, hvor folk lever deres hverdagsliv med medier og af at gå endnu dybere i forhold til den sidste del af vores kvalitative undersøgelse, den kritisk-refleksive tilgang til medier, end vi har kunnet med dette afdækningsstudie. Udbyttet fra vores møder med de 20 familier har med al tydelighed vist, at det enkelte individs erfaringer og holdninger giver en mere nuanceret forståelse for hvilke muligheder og udfordringer den enkelte møder end et spørgeskema vil kunne give.

En af de meget centrale indsigter, som kom ud af mødet med vores stakeholders, såvel på workshoppen som under konference, er, at **problemer, udfordringer og følgelig indsats skal skaleres efter vigtighed**. Det vil sige: hvem har de største udfordringer nu og mindst udsigt til selv at kunne gøre noget ved det eller til at komme i en situation, hvor man kan få hjælp? Alle interessegrupper har vel gode argumenter, men hvis man ser på adgang, kompetencer, dannelse, produktion som adgang til personlig tilfredsstillelse og håndtering af hverdagslivet samt mulighed for at håndtere sin tilværelse som borger og at blive respekteret i samfundet, så er der tydeligvis grupper, der har brug for særligt målrettede og særligt udviklede indsatser. Under sidste afsnit, Indsatsområder, foreslår vi, at der tages initiativer på tre områder: den brede gruppe på tværs af befolkningen; grupper med særlige udfordringer; grupper af særligt udsatte, især de allersvageste.

En anden måde at tilgå prioriteringer af temaer på er at betragte **medierelaterede udfordringer over tid**. På konferencen med stakeholders nævnte repræsentanten for Ældresagen med et glimt i øjet, at ældre jo dør ud og dermed dør de udfordringer, vi aktuelt ser i relation til nogle ældre danskeres mediekompetencer og literacy niveau jo ud af sig selv. Problemstillingen ændrer sig imidlertid ikke, idet der også i fremtiden vil være en gruppe ældre borgere, som er vokset op med andre medier og medielogikker end de fremherskende. Tilsvarende vokser børn op og viderebringer de erfaringer, de har gjort sig og bidrager dermed til den mediehistoriske udvikling og til integrationen mellem mediehistorie, mediebiografi og medieudvikling.

Vi har gennem arbejdet med afdækningsstudiet fået positiv respons fra stakeholders (workshop, præsentation i EAVI, konference) på vores tilgang til problemstilling, undersøgelse og præsentation af resultater. En hel central anbefaling til arbejdet med at udvikle fremtidige undersøgelser er at **sikre langt mere dialog og koordinering af aktuelle undersøgelser og initiativer**.

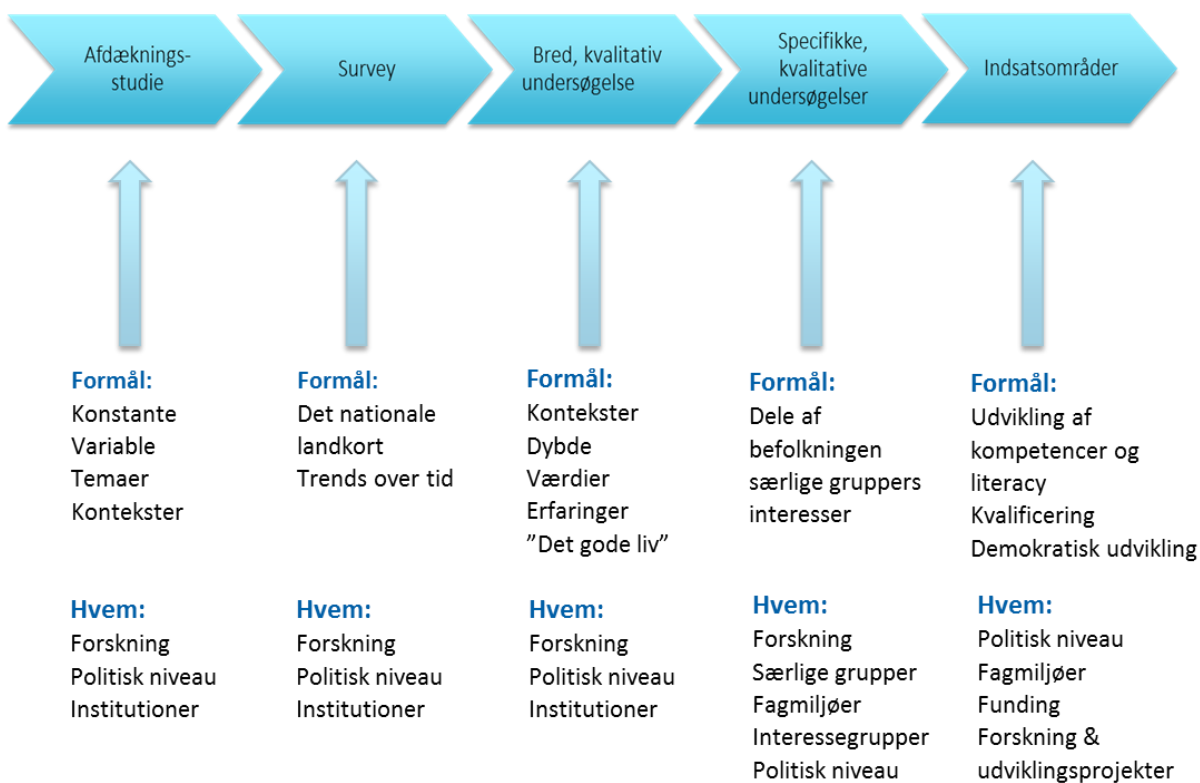
Modulbaseret undersøgelse

En fremtidig landsdækkende media literacy-undersøgelse kan med fordel bestå af forskellige moduler, som det fremgår i modellen nedenfor; først en survey, dernæst en bred, kvalitativ undersøgelse, efterfulgt af mere specifikke undersøgelser, som slutteligt bidrager til yderligere identifikation af indsatsområder. Vi vil anbefale, at et stakeholder-kollektiv sideløbende med undersøgelsesmodulerne deltager i identifikationen af specifikke kvalitative undersøgelser og indsatsområder, sådan som vi har tilstræbt at gøre det i dette afdækningsstudie. **Vi anbefaler således, at der designes en modulbaseret undersøgelse, der kan sikre viden, indsigter og initiativer på tværs af befolkningen, for specifikke grupper i befolkningen samt over tid** (se figur 15).

Det kan diskuteres, om det, vi kalder en bred, kvalitativ undersøgelse (som den, vi har gennemført i forbindelse med afdækningsstudiet) bør gå forud for en survey (og dermed erstatte det, vi kalder "afdækningsstudie"), fordi en sådan undersøgelse vil kunne identificere specielt de variable, som en survey bør inddrage på et givet historisk tidspunkt. Vores rationale har været, at en survey vil kunne facilitere en kvalitativ undersøgelse, idet vi vil kende de nationale trends og vilkår, før vi udvælger deltagere og undersøger de lokale motivationer og sammenhænge, som vi vil finde i den enkelte familie. De to undersøgelser kan også betragtes som komplementerende hinanden, det vil sige, at de belyser forskellige aspekter af den overordnede problemstilling og dermed skal sidestilles i en undersøgelse og analyse (Jensen 2012: 300).

Vi foreslår, at en survey og en bred, kvalitativ undersøgelse udføres **hvert andet år**, således at trends i forhold til de overordnede temaer samt ændringer i specifikke kontekster kan identificeres og så der løbende kan tages hensyn til disse i nye undersøgelser. Det er ikke realistisk at gennemføre en årligt undersøgelse, med mindre den kan køres gennem Danmarks Statistiks eller et analysebureaus løbende undersøgelser. Dette skyldes, at det kræver en stor indsats af gennemføre surveys, at det kræver meget tid at analysere data, at ændringer i de sociale og kulturelle formationer ændrer sig langsommere end ændringer i valg af applikationer, samt at surveys bør kombineres med andre former for undersøgelser, således som det foreslås i rapporten her.

Når undersøgelsen har været gennemført en til to gange, vil man med større sikkerhed end ud fra dette afdækningsstudie kunne udlede problemstillinger, så man efterfølgende kan handle på diverse indsatsområder. I forhold til det sidste modul, indsatsområder, beskæftiger vi os med vigtigheden af at bestemme det konkrete formål med såvel den samlede undersøgelse som diverse delundersøgelser. Det vil sige: hvad skal den bruges til, af hvem og med hvilke konkrete indsatser som resultat? Det er generelt set nyttigt at mappe "the state of the nation", men risikoen for, at vi får tegnet et pænt, men meget generelt billede i fugleperspektiv, som ikke giver argumenter for særlige initiativer, er stor, hvis man undlader præcis afklaring af formål og hvis man alene måler på et generelt niveau på tværs af befolkningen. Vi konkluderer med vores undersøgelse at en kombination af flere metoder og ikke mindst opdeling i specifikke fokusområder på baggrund af den generelle undersøgelse er nødvendig for at kunne forstå de komplekse sammenhænge, som spørgsmål om medie literacy på nationalt niveau karakteriseres af.



Figur 15. Oversigt over forslag til modulbaseret undersøgelse

Et af de helt centrale spørgsmål for fremtidige undersøgelser på tværs af de forskellige moduler, som vi foreslår, er, **hvordan kategorier, grupper og emner skal prioriteres** i forhold til indsatsområder. Den anbefalede prioritering af konstante og variable temaer for fremtidige undersøgelser, som vi præsenterer i de efterfølgende afsnit er resultatet af en samlet analyse af andres undersøgelser, medieudviklingen i en dansk kontekst samt indsigterne fra vores kvalitative undersøgelse.

Vi identificerer ud fra den samlede befolkning tre lag, eller **tre grupper**, der kræver forskellige undersøgelser og efterfølgende forskellige indsatser:

- Den brede gruppe på tværs af befolkningen
- Grupper med særlige udfordringer, som samtidig fungerer "normalt". Gruppernes udfordringer og potentialer er vidt forskellige.
- Grupper af særligt udsatte, især de allersvageste.

På tværs af grupperne i de tre kategorier er individerne vidt forskellige og har forskellige muligheder for at udnytte diverse mediers potentialer.

Vi har ligeledes identificeret **centrale kategorier, områder og temaer**, som fremtidige undersøgelser bør fokusere på.

Det giver stadig mening at undersøge adgang og brug, mindre som måling af ejerskab af forskellige medieteknologier, analoge som digitale, og mere i forhold til, hvordan familiens og individets medie-økologier ser ud, og hvordan medierne indgår i hverdagslivet med dettes forskellige muligheder og udfordringer. Det er relevant set se på, hvordan information anvendes på tværs af platforme – eller i nogle tilfælde stadig er platformspecifikke – og hvilke strategiske valg, der foretages i forhold til behov for information, kommunikation, og aktiv deltagelse. Endelig er det relevant at vide, hvilke aktiviteter, forskellige bruges til i hvilke kontekster og med hvilke formål, herunder ændrede sociale og kulturelle praksisser. Viden om mediebrug, kort sagt, er helt relevant for at kunne undersøge de vanskelige temaer, der handler om erfaringer med medier, herunder hvordan man lærer mediernes logikker at kende, håndtering af medier og medieindhold samt evnen til kritisk refleksion over medier og med medier. Figur 16 herunder giver et overblik over vores anbefalinger til overordnede kategorier, konstante områder og variable temaer på tværs af modulerne. Det vil sige, figur 16 er ikke et forslag til survey-design, men viser, hvordan undersøgelser på diverse niveauer bør prioriteres. I de forskellige moduler vægtes områder forskelligt efter kontekst, og der anvendes forskellige metoder.

I oversigten er de overordnede kategorier:

- Baggrund/kontekst/demografi
- Adgang, brug og praktiske kompetencer
- Erfaringer og refleksion

Under hver af disse kategorier har vi fem områder, som vi mener er konstante over tid. Under områderne er der listet en række eksempler på tematiske spørgsmål. Disse er relativt konstante, men der må spørges ind til temaer ud fra variable spørgsmål, der afhænger af konteksten på det tidspunkt, hvor undersøgelsen foretages.

| Kategorier | | |
|---|---|---|
| Baggrund/kontekst/demografi | Adgang, brug, praktiske kompetencer | Erfaringer og refleksion |
| Områder og temaer | | |
| Personlige data Alder Køn Uddannelse Arbejde | Adgang / brug Medieteknologier Aktuel medieøkologi Hverdagslivets indretning med medier Medievaner Hvilke platforme til hvilke formål | Erfaring med/ læring af håndtering af medier Sociale praksisser over tid Undervisning Familie /venner Manualer / info-sider |
| Familie I hjemmet? I tilværelsen? | Formål med mediebrug – arbejde / privat / borger Information Kommunikation (Underholdning) Deltagelse | Kontrol /strategier for mediebrug Overvejelser om mediebrug (diverse kontekster) Regler for mediebrug (diverse kontekster) Oplevelse af kontrol / ikke kontrol |
| Bopæl Region By (størrelse) /land Boform | Indhold / hvilke medier (formater, afsendere, tjenester) Hvilke former for indhold Nyheder Baggrundsinformation Debat Kultur (bredt defineret) Lokal / national / international | Tillid / risiko Tillid til teknologier Tillid til medieinstitutioner Tillid til medieindhold fra mediehus Tillid til medieindhold fra sociale medier Beskyttelse af personlige data Holdning til systemets "overvågning" Holdning til sociale relationers "overvågning" |
| Sprog Modersmål To/flersprogede | Aktiviteter Kommunikationsformer Brug af medier til håndtering af privatliv Brug af medier til håndtering af borgerliv Kreativ brug af medier | Kritisk refleksion om medier Overvejes mediernes betydning Holdning til medieudviklingen (plus egen mediebrug) Medierne som forankring Medier som nationalt og globalt udblik |
| (Særlige vilkår) Socialt Kulturelt Personligt | Kompetencer og udfordringer I forhold til medier på tværs I forhold til medieteknologier I forhold til medieindhold I forhold til egen aktivitet Oplevelse af kompetencer /udfordring | Kritisk refleksion med medier Kommenteres i nyhedsmedier? Kommenteres i sociale medier? Handles der ud fra mediedækning? Holdningsændringer? Egen medievirkelighed og oplevelse af medborgerskab, respekt, handlemuligheder, indflydelse (eller ikke) |

Figur 16. Forslag til prioriterede kategorier, områder og temaer

Afdækningsstudie

I forhold til denne rapport kan det forekomme forvirrende, at vi kalder denne indledende undersøgelse *afdækningsstudie*, da den aktuelle undersøgelse hedder det samme, men denne betegnelse beskriver bedst formålet med modulet.

Som det fremgår af afsnittet om samfundets medialisering samt analysen af vores fund beskæftiger os med et problemfelt i konstant forandring på alle niveauer. Derfor foreslår vi, at der forud for hver undersøgelse på nationalt niveau gennemføres en pilot i form af få, strategisk udvalgte interviews, screening af diverse nye undersøgelser om medieudviklingen i Danmark (diverse kilder) samt brainstorm på tværs af faggrupper, der arbejder inden for relevante områder (undervisning, kulturformidling, interessegrupper, forskning, det politiske niveau). Desuden bør dette modul omfatte **kompilering af nye undersøgelser** af mediebrug, mediekompetencer og media literacy, som med forskellige afsendere er fremkommet siden seneste undersøgelse.

Undersøgelsen skal primært bistå med at **identificere de variable temaer og problemstillinger**, som er aktuelle på et givet tidspunkt på tværs af befolkningen og for særlige grupper i befolkningen, og som skal undersøges i henholdsvis en survey og kvalitativ undersøgelse. For kontinuitetens skyld foreslås det, at der fokuseres på variable, der relateres til de to sæt af konstante temaer, som præsenteres under næste modul i undersøgelsen, *survey*.

Som det fremgik af afsnittet om samfundets medialisering, foretages der allerede regelmæssigt en række undersøgelser af danskernes mediebrug, herunder af Danmarks Statistik, Gallup, Danmarks Radio, samt en række specialiserede undersøgelser fra akademisk forskning, politiske institutioner og interesseorganisationer. Et yderligere formål med dette modul er at sikre en øget, koordineret indsats for at skabe overblik og sammenhæng i eksisterende undersøgelser og initiativer og eksperimenter, ikke mindst ude i fagmiljøerne og interessegrupperne. **Et årligt opdateret katalog over forskning, undersøgelser og indsatser** inden for de centrale områder vil være en betydningsfuld ressource. Dette blev understreget i debatten på henholdsvis workshop og konference med stakeholders.

Survey

Der bør gennemføres jævnlige, repræsentative, nationale surveys, der kan give et overblik over danskernes mediebrug med henblik på mediekompetencer og media literacy. Oven for argumenterer vi for at gentage denne type surveys hvert andet år. Da medieområdet er i konstant bevægelse, vil 'nye tal' og samtidig data have stor betydning for relevansen af undersøgelsen. På den ene side vil en undersøgelse, der er et par år gammel, fortsat have relevans i forhold til de helt overordnede tendenser og i forhold til analyser af trends over tid. Diverse undersøgelser påviser, at de grundlæggende behov for kommunikation, information, underholdning og sociale relationer er konstant, og at selve tilvænningen til nye teknologier og nye tilbud om tjenester ganske vist ser ud til at gå hurtigt. Samtidig er der tale om en evolutionær bevægelse, hvor genkendelighed, relevans, tillid og kompetencer i høj grad bestemmer, hvilke muligheder, der integreres og bruges og hvordan. På den anden side vil anvendelse af en ikke opdateret survey kunne give et skævt billede af aktuelle tendenser og hvordan disse kommer til udtryk gennem danskernes konkrete brug af bestemte tjenester og indhold. Eksempelvis er antagelsen om, at ældre danskere generelt er hægtet af

den digitale udvikling, i høj grad blevet udfordret inden for de seneste år. Et andet eksempel er de strømninger inden for brug og betydning af sociale medier henholdsvis nyhedsmedier, som kan være radikalt anderledes, end de var for blot et par år tilbage.

Ingen af de tidligere nævnte eksisterende undersøgelser dækker den samlede befolkning, inklusive de ældste og de yngste, og der er ikke tilstrækkeligt fokus på spørgsmål om sammenhæng mellem medieadgang, mediebrug, medie kompetencer, håndtering af den enkeltes tilværelse som privatperson og som borger samt mediernes betydning for udvikling af kritisk refleksion eller det modsatte. **Vi anbefaler derfor, at en surveyundersøgelse skræddersys til formålet.** Undersøgelsen kan udføres i samarbejde med f.eks. Danmarks Statistik, hvis de kan tilpasse deres sampling metoder til at omfatte hele befolkningen. Alternativt kan undersøgelser af børns og unges mediebrug, mediekompetencer og media literacy foretages særskilt. Dels er der en række vilkår omkring læring, socialisering og mediebrud, som er særlige for børn, dels er det vanskeligt at anvende samme type spørgeskema til de yngste danskere som til voksne del af befolkningen.

Vi har alene fokuseret på de konstante og variable temaer, og ikke på den logiske opbygning af et spørgeskema. Konstruktion af spørgeskemaer og stratificering i forhold til statistiske analysemetoder ligger ikke inden for vores kompetencer.

Designramme

I EAVIs oprindelige udkast til ramme for at måle kompleksiteten i media literacy definerede man 58 indikatorer på forskellige niveauer, men ikke alle var operationaliseret til at kunne besvares i et spørgeskema (Bulger 2012:89). Det er en udfordring at transformere indikatorer til spørgsmål, ikke mindst, når man bevæger sig ind i de områder, der beskæftiger sig med erfaringer, holdninger og kritisk refleksion. Vi foreslår, at en dansk survey afgrænses i forhold til dette, ikke mindst da vi foreslår en kombination af forskellige metoder til at komme ind under forskellige lag i problemstillingen. Udover, at man ikke kan rumme kompleksiteten i en survey, risikerer man også med et spørgeskema, som indeholder adskillige kategorier og lag, at respondenterne bliver trætte undervejs.

På et overordnet tematisk niveau er designet inspireret af henholdsvis EAVIS model fra 2011, bearbejdet i Bulger, 2012. Bulgers forslag til, hvad man skal fokusere på i en survey, er relevante. Hun påpeger, som vi også gør, at det er centralt at se på kontekster, der såvel på samfundsniveau og for den enkelte borger, influerer på brug og betydning af medier. Desuden anbefaler hun en flerledet, modulopbygget undersøgelse, hvor dele af den fokuserer på specifikke komponenter og på særlige grupper i relation til media literacy. Og endelig foreslår hun, at nogle moduler kan fokusere på media literacy, som det praktiseres på arbejdspladsen, i hjemmet eller i skolen. Ligeledes giver hendes kategorisering i forhold til de forskellige lag i undersøgelsen god mening, altså, at man skal se på kontekst henholdsvis adgang, kommunikation og kritisk forståelse (se figur 19).

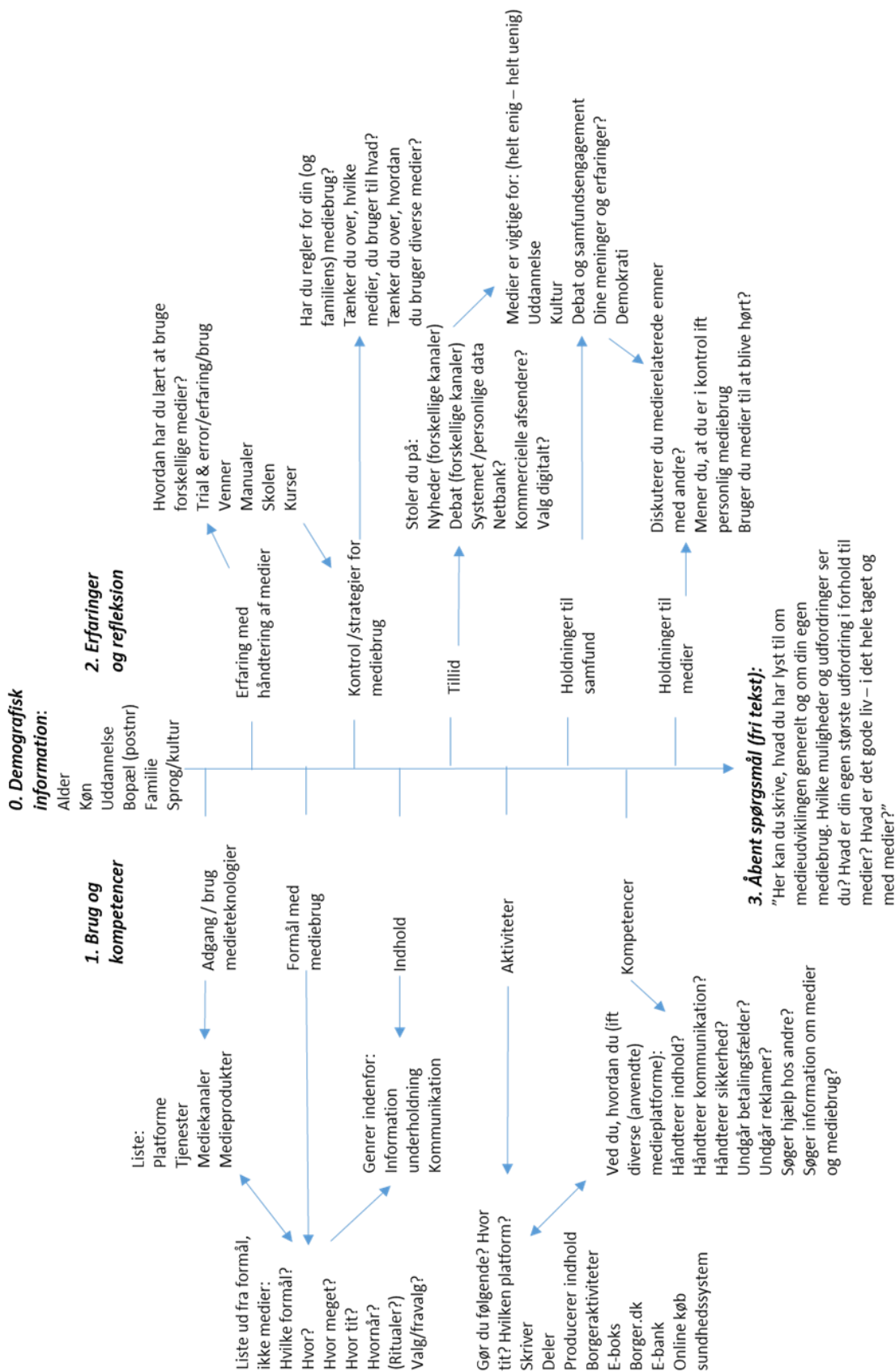
Bulger beskriver, med reference til blandt andre Buckingham (2008) og Livingstone et al (2005), det umulige i at kunne dække og redegøre for alle tænkelige kontekster og variable i en survey:

Media literacy experts acknowledge that narrowing this complex concept into discrete measurable components is challenging and accounting for demographic differences and the variety of contexts in which media literacy is enacted exceeds what can reasonably be accomplished in a single study

For det første må der altså foretages strategisk reduktion af kompleksiteten gennem operationelle prioriteringer af temaer og spørgsmål, så det er muligt at gennemføre en undersøgelse og foretage meningsfulde analyser. For det andet er det ikke optimalt at kopiere andre landes undersøgelser, med mindre der er et ønske om sammenlignende studier på tværs af lande (eks. EU Kids Online, Livingstone et al 2011). En survey-undersøgelse skal designes ud fra, hvad giver mening ud fra den mediehistoriske kontekst, det aktuelle media literacy niveau i befolkningen, samt strategier for, hvordan resultaterne skal bruges.

Disse behov på begge sider skal 'oversættes' til temaer og spørgsmål. Figur 17 viser vores anbefalinger til konstante temaer og variable spørgsmål i en fremtidig surveyundersøgelse. Kategorierne er udviklet på baggrund af afdækningsstudiets resultater, det vil sige specifikt til en dansk kontekst og med henblik på at kunne identificere områder, der må vurderes som positive, kritiske eller problematiske muligheder og udfordringer for danskere i forhold til samfundets helholdsvis borgernes interesser.

Kategorierne *0. Demografisk information*, *1. Brug og kompetencer*, *2. Erfaringer og refleksion* og *3. Åbent spørgsmål* skal betragtes som de overordnede struktureringsprincipper. De bliver gennemgået nedenfor.



Figur 17. Temaer og niveauer i udkast til dansk survey

Midterlinjen med element 0 foroven og element 3 fornedet repræsenterer undersøgelsesdeltageren. Kategorierne tættest på midterlinjen til venstre, 1. Brug og kompetencer, og til højre, 2. Erfaring og refleksion, repræsenterer de konstante temaer. De yderste (to forskudte) lag mod venstre og højre, repræsenterer de variable temaer. Pilene indikerer sammenhænge mellem temaerne og logisk følge. Der foregår naturligvis i praksis en lang række overlap og bevægelser på tværs af de to sider.

Designtemaer – konstante og variable

0: Demografisk information

Kompleksiteten i analysen og dermed behovet for samlet antal deltagere i undersøgelsen stiger for hver baggrundsvariabel der vælges. De første fire variable, alder, køn, uddannelse og bopæl, er obligatoriske. Vores kvalitative undersøgelse viser desuden at uddannelse, arbejde, familieforhold (husstand) og sprog/kultur har betydning i forhold til både mediebrug, medie kompetencer og media literacy.

En yderligere potentiel variabel, der omfatter 'særlige vilkår' er ikke sat på listen, fordi der knytter sig etiske og metodiske problemer til at inddrage denne. Dels antages det, at folk med særlige vilkår ikke bryder sig om at blive kategoriseret som sådan på linje med demografiske spørgsmål, dels er afgrænsningen af kategorier og dermed sampling af deltagere vanskelig. Denne overvejelse er et eksempel på, hvordan ønsket om stor kompleksitet kolliderer med praktiske hensyn i undersøgelsen. Anbefalingen er, som det også fremgår af næste punkt, at der fokuseres på borgere med særlige vilkår i de to kvalitative moduler.

1. Brug og kompetencer

Resultaterne fra vores kvalitative undersøgelse viser, at alle deltagere uanset baggrund, oplever en stadig forandringsproces i forhold til, hvilke medier, de bruger til hvad, og hvilke bevidste og især ubevidste strategier de anlægger for deres mediebrug i hverdagslivet og på tværs af hverdagslivets kontekster. På sin vis er adgang til digitale medier ikke længere interessant i sig selv i en dansk kontekst, fordi langt størstedelen af befolkningen er online, mobile og digitale. Det, der gør en forskel i denne kategori, er sammensætningen af medierne og mediepræferencerne.

På venstre side af midterlinjen bevæger man sig fra oven fra generelle spørgsmål om medieadgang mod det specifikke om kompetencer. Formålet er at kombinere viden om adgang og brug af diverse medieplatforme (diverse traditionelle og digitale medier), tjenester (sociale medier, programmer, og produkter

Til hvert variabelt tema udarbejdes kataloger af strategisk udvalgte muligheder. De grupperinger, der er valgt til som nye, "stærke" (=overlever mere end et år) teknologier, tjenester og anvendelser integreres ad hoc. Eksempelvis ville vi for 3 år siden formentlig ikke spørge til instagram, men denne tjeneste har overlevet og indgår nu i en del danskeres mediemiljø. Kun få medier dør for alvor ud, men faxmaskinen er tæt på. Fastnettelefon er på vej ud og tekst-tv afløses af andre tjenester, men de har stadig betydning for en del danskere.

2. Erfaringer og refleksion

På højre side af midterlinjen bevæger man sig fra det konkrete (og bygger dermed videre på det spørgsmålene på venstre side sluttede med) og mod det generelle.

Vores kvalitative undersøgelse peger på, at deltagernes bevidsthed om egne erfaringer og refleksion over medier og mediers betydning ikke er formuleret, før der spørges ind til diverse emner. Derfor er rækkefølgen vigtig (også) i denne kategori. Det første lag handler om, hvordan man har fået sine erfaringer i formelle og uformelle former. Næste lag handler om strategier for mediebrug. Vores undersøgelse peger på, at stort set alle deltagerne har udviklet regler for mediebrug og (ofte uformulerede) strategier for, hvornår forskellige medieplatforme, medietjenester og medieindhold kunne bruges. Erfaringer og holdninger deler sig (også hos den enkelte deltager) mellem oplevelsen af at have valgmuligheder og at forholde sig til mediernes muligheder og udfordringer og oplevelsen af et ukontrollerbart mediemiljø. Følelsen af kontrol hænger tæt sammen med refleksive valg og fravalg.

De refleksivt begrundede valg og fravalg påvirkes også af tilliden til medierne på meget forskellige niveauer: mediernes indhold og medieinstitutionernes troværdighed, tilliden til andre især på sociale medier, datasikkerhed, systemets potentielle digitale overvågning osv. Tillid er sammen med kontrol helt centrale omdrejningspunkter for næste lag i forhold til kritisk refleksion. Her fokuseres der på holdninger til samfund og medier og egen aktive udfoldelse.

3. Åbent spørgsmål (fri tekst):

Dette er afrunding, som giver deltageren mulighed for at udtrykke nogle af de tanker, der formentlig er opstået under udfyldelsen af spørgeskemaet: "Her kan du skrive, hvad du har lyst til om medieudviklingen generelt og om din egen mediebrug. Hvilke muligheder og udfordringer ser du? Hvad er din egen største udfordring i forhold til medier? Hvad er det gode liv – i det hele taget og med medier?" Der bør formuleres ét, bredt spørgsmål afhængig af, hvordan man gerne vil bruge resultaterne. Det sidste spørgsmål om det gode liv er direkte inspireret af fund fra vores kvalitative undersøgelse.

Andre undersøgelser viser, at åbne spørgsmål er gode ressourcer for indblik i aktuelle, personlige erfaringer og holdninger (Masceroni 2014; Livingstone et al 2013). De tekster, der opstår, er kvalitative data og skal analyseres som sådan. Gennem svar på åbne spørgsmål er det muligt at få udfoldet nuancer, som ikke kan rummes i spørgeskemaets kategoriske valgmuligheder. Gennem en systematisk kodning kan svar på åbne spørgsmål imidlertid også kvantificeres og føres tilbage til resultaterne fra den kvantitative undersøgelse.

Udfordringer

- Hvilken institution er ansvarlig for den samlede undersøgelse og for at surveys gennemføres, så de kan sammenlignes over tid? Kulturstyrelsen er *aktuelt* et oplagt bud.
- Hvem skal stå for selve gennemførelsen? Det har betydning for rækkevidde.
- Selektion af, hvilke medieplatforme, medieformater og mediegenerer, der både har historisk betydning og har relevans for fokus på medie kompetencer og media literacy. Måske er det om få år ikke relevant, om man kan læse og forstå en avis, men i højere grad, om man kan håndtere dynamisk indhold fra tværmedielle nyhedskanaler.
- Heraf følger: hvor længe skal man blive ved med at undersøge den potentielle betydning af bestemte medieplatforme?

- Der må tages en beslutning om, hvorvidt en survey skal tage temperaturen på gennemsnittet af den brede, danske befolkning og dermed overlade øveblikket over grupper med særlige udfordringer til sær-undersøgelser, eller om der til dele af undersøgelsens population skal foretages en strategisk sampling for at nå særlige grupper.
- Hvordan skal undersøgelsen gennemføres (se eks. Jensen & Helles 2015)? Online, telefoninterview, assisteret digitalt for særlige grupper (hvis disse deltager)? Formen har betydning for omfang og design.

Bred kvalitativ undersøgelse

Det vil være en mulighed at oprette **et panel for kvalitative undersøgelser**, således at for eksempel halvdelen af deltagerne (altid de samme) i en bred, kvalitativ undersøgelse er gengangere over tid, og halvdelen er nye. Dette kan bidrage til god indsigt i, hvordan borgerne forholder sig til og udvikler sig med mediebrugen i hverdagslivet over tid. En positiv sideeffekt af at etablere et sådan panel er, at det faciliterer sampling af deltagere. Det er vanskeligt og tidskrævende at etablere ny kontakt med deltagere ud fra sampling strategien (se nedenfor) og under hensyn til deltageres prioritering af tid. En potentielt negativ konsekvens af at oprette et panel er, at der kan opstå "undersøgelses-fatigue" og/eller ikke-realistisk forhåndsrefleksion omkring egen mediebrug.

Den fremgangsmåde, vi har valgt for den kvalitative undersøgelse i dette afdækningsstudie, har vist sig at være meget nyttig. Vi er, som det fremgår af analysen, i adskillige tilfælde kommet bag om antagelser om, hvordan forskellige danskere lever med medier i bred forstand og hvilke muligheder og problemer, de oplever i praksis og på et kritisk-refleksivt niveau.

Designramme

Vi vil foreslå, at vores undersøgelsesdesign udvikles til fuld størrelse ud fra det forløb, vi har arbejdet ud fra i den kvalitative undersøgelse i dette afdækningsstudie:

- Udgangspunkt i landets fem regioner. I forbindelse med dette afdækningsstudie tilstræbte vi at komme vidt omkring, men vi anbefaler, at der i en fremtidig undersøgelse gøres en ekstra indsats for at komme helt ud i landets hjørner og helt ind i de tætteste bro-områder.
- Familier som udgangspunkt (herunder en-personers familier, diverse boformer)
- Valg af undersøgelsesdeltagere ud fra den bredt definerede gruppe af almindelige danskere. Det kan godt omfatte deltagere, som har særlige udfordringer, men ikke som særligt udvælgelseskriterie. Se næste afsnit om specifikke kvalitative undersøgelser.
- Et progressivt forløb i mødet med familier og individuelle undersøgelsesdeltagere (se figur 18)
- Flere udfoldede "på-tværs-af-hverdagslivet" bidrag, hvor vi også besøger de typiske sammenhænge, hvor den enkelte borger befinder sig uden for hjemmet (arbejdsplads, skole, biblioteker, borgercentre, interessegrupper)



Denne model fungerede optimalt i vores kvalitative undersøgelse. Det er imidlertid en udfordring at finde de rigtige informanter. Et panel ville kunne afhjælpe en del, dog med de ovennævnte forbehold.

Figur 18. Kategorier for udvælgelse af deltagere til en kvalitativ del af en fremtidig undersøgelse af 'Den mediekompetente borger og media literacy i en dansk kontekst'.

Design temaer – konstante og variable

Det vil som i surveyen være nødvendigt at arbejde ud fra en række konstanter og forskellige variable. Det forløb med fire dele (se figur 19), som vi har anvendt i afdækningsstudiet fungerer på et helt overordnet niveau rigtig godt som konstanter. I de første tre dele giver input i form af variable sig selv, fordi vi ser på, hvad situationen er i familien indefra. I forhold til del fire valgte vi fire temaer ud, som vi mente var aktuelle på tværs af familier, og med mulighed for at skrue op og ned for de forskellige dele i forskellige kontekster.



Figur 19. Undersøgelserforløb i en kvalitativ del af en fremtidig undersøgelse af 'Den mediekompetente borger og media literacy i en dansk kontekst'.

I dette afdækningsstudie brugte vi primært et etnografisk, observerende metode, hvor vi dokumenterede det, vi mødte, så vidt muligt. I en større undersøgelse kan dette kombineres med en mere systematisk tilgang. Vores undersøgelse viser at kombinationen af observationer i hjemmet og/eller andre hverdagslivskontekster i kombination med deltagerens egne, semistrukturerede fortællinger kan levere informationer til både en kontekstuel og en situationel forståelse af deltagerens mediekompetencer og reflektive medieforståelse.

I forhold til besøg i andre hverdagslivssituationer mener vi, at man kan anvende samme firedeling, men i tilpasset form.

Herunder beskrives forslag til temaer og indhold for en bred, kvalitativ undersøgelse ud fra det fire-delte forløb, som vises i figur 19. Temaer og indhold følger anbefalinger, der præsenteres for kategorier, områder og temaer i figur 16.

1. *Livssituation.*

- Baggrundsinformation om uddannelse, arbejde, familieliv, interesser, særlige forhold

2. *Medieprofil*

- Adgang til og brug af medier. Rundvisning i hjemmet, visning af platforme, deres placering.

3. *Hverdagsliv*

- Interview om mediebrug i løbet af en dag. Leder over til spørgsmål om valg og præferencer i forhold til information, kommunikation, underholdning
- Spørgsmål om eksempler på mediemuligheder og medieudfordringer.
- Vores undersøgelse viste, at medierepertoiret har betydning, det vil sige, hvilke medieplatforme, medietjenester og medieindhold sættes sammen i løbet af dagen
- Tilvalg og fravalg er vigtige. Der spørges ind til disse på baggrund af de foregående punkter
- Deltagerne skal vise, hvad de gør med de mest benyttede medier til information, kommunikation og underholdning.
- Interviews dokumenteres (fotos og videoptagelser), og der bedes om tilladelse til at bruge materialet til forskningsbrug og præsentationer.

4. *Refleksion*

- Første del fortsætter interviewet med dybe spørgsmål om eksempler på erfaringer, kompetencer, udfordringer
- Deltagerne gennemfører en test, som dog kaldes *scenarier*. Deltagerne skal ikke føle, at de kan bestå eller dumpe. Deltagerne præsenteres for tre til fire forskellige scenarier omkring en mediesituation, udvalgt og sammensat af interviewerens fra et katalog og på baggrund af informationer fra 1,2 og 3. Det vil være oplagt, at scenarierne omhandler informationssøgning og –omsætning; genre/indholdsforståelse; håndtering af borgertilværelse (E-boks; diverse samfundsmæssige situationer; meningstilkendegivelse. Deltageren bruger sine medier til at vise, hvordan scenarierne kan udspille sig og der tænkes højt undervejs.
- Deltageren får til opgave i løbet af en uge (/et par dage) at registrere eksempler på egen (overraskende) mediebrug, eksempler på anvendelse af kompetencer, eksempler på manglende kompetencer, eksempler på kritisk refleksion befordret af mediebrug, eksempler på brug af medier for at håndtere borger-tilværelsen. Manual og rapporteringsskema udleveres.
- Opfølgende telefoninterviews.

Pragmatisk betinget anbefaling

I vores oprindelige undersøgelsesdesign var anbefalingen, at vi for hver undersøgelsesdeltager, ud over besøget i hjemmet, skulle besøge én af de institutioner, hvor deltagerne også får erfaringer, opbygger kompetencer og får assistance: skoler, arbejdspladser, borgercentre, biblioteker, ældrecentre, fritidsinstitutioner. Vi besøgte således nogle af disse, som det fremgår af undersøgelsesdesign og analyse. Tanken var også at stille familien (uanset antal medlemmer) en refleksionsopgave og så vende tilbage til familien efter to dage

for at høre om de tanker, det første møde og opgaven havde udløst. Det var imidlertid helt umuligt at organisere en så omfattende investering blandt vores deltagere. Vi anbefaler derfor, at der foretages **besøg på relevante institutioner i hver region**, uafhængigt af undersøgelsesdeltagerne, og at der i interviewsne spørges ind til mediekompetencer og media literacy i relation til disse institutioner. Formålet er at få beskrevet institutionernes rolle i forhold til udvikling af mediekompetencer og media literacy.

Udfordringer

- Formulering af formålet med undersøgelsen. Hvad skal resultaterne bruges til?
- Hvad er relevant? Der indsamles en meget stor mængde information om den enkelte deltager og familie. Diverse analysemetoder kan bidrage til systematisk analyse og overblik, men den etnografiske, til tider eksplorative metoder vil betyde dokumentation af information, der alene tjener som baggrundsviden.
- Systematik i undersøgelsesdesign er vigtigt, men skal gennemføres uden at ødelægge åbenhed og mulighed for observation.
- Udvikling af matrix for at bevæge fokus fra medieadgang og brug til relevant information om kompetencer og media literacy. Deltagerne har lettest ved at tale om det konkrete. Metoder til "tests" og refleksion om medier og kritisk refleksion skal udvikles videre.
- Udvikling af en anvendelig "test" af medie kompetencer og literacy niveau uden tjekliste og eksamensstemning.
- Undersøgelsesdeltagerens tid. Det er vanskeligt at få deltagerne til at sætte tid af til den optimale undersøgelse, som beskrevet ovenfor.
- Undersøgers tid. Den foreslåede undersøgelsestype er tidskrævende.

Specifikke kvalitative undersøgelser

Vores undersøgelse har påvist, at det dels er vanskeligt at kategorisere grupper af danskere, der møder særlige udfordringer i forhold til mediekompetencer og media literacy. Alle borgere er både en del af den samlede befolkning og kan grupperes i forhold til demografiske, sociale og kulturelle vilkår.

Vi identificerer som nævnt ovenfor tre grupper, der kræver forskellige undersøgelser og efterfølgende forskellige indsatser:

- Den brede gruppe på tværs af den samlede befolkning.
 - Et repræsentativt udsnit af befolkningen; den generelle temperatur på mediekompetence og media literacy. Generelle indsatser inden for uddannelse (alle niveauer), oplysning (eksempelvis Medierådet for Børn og Unge, Ældresagen, diverse styrelser)
 - Større befolkningsgrupper, der skal sikres særlige initiativer, såsom børn og unge eller ældre
- Grupper med særlige udfordringer, som samtidig fungerer "normalt". Gruppernes udfordringer og potentialer er vidt forskellige.

- Ældre med særlige udfordringer ift især digitaliseringen
 - Tosprogede / ikke-dansktalende
 - Ordblinde
 - Synshandicappede
 - Borgere med visse fysiske handicaps
 - Afasiramte
 - Udviklingshæmmede
 - Frihedsberøvede (i fængsel)
 - Flygtninge
 - Andre grupper
- Grupper af særligt udsatte, især de allersvageste.
 - Psykisk syge
 - Hjemløse
 - Socialt udsatte børn og unge
 - Voldsramte
 - Andre grupper

På tværs af grupperne i de tre kategorier er individerne vidt forskellige og har forskellige muligheder for at udnytte diverse mediers potentialer.

Den brede befolkning, altså den øverste gruppe, karakteriseres helt kort sagt af en gennemgående pragmatisk indstilling til mediebrug, ad hoc integration af medier i hverdagslivet i medieøkologiske samt divergerende frustrationer afhængig af kontekst. Helt gennemgående opfattes medier som selvfølkelige, nyttige, oftest uproblematisk, centrale og alligevel underlagt hverdagslivet. Ikke desto mindre er der selvfølgelig udfordringer og muligheder, der skal undersøges.

Objektivt set kan vi se, at der er grupper af **ældre**, der holder fast i håndtering af traditionelle medier og de logikker, de repræsenterer, men som finder det vanskeligt at håndtere digitale teknologier, ikke alene i form af kompetencer men også i form af ændrede praksisser, udtryksformer, i forhold til omsætningshastighed af information og kommunikation osv. Da de traditionelle medier også i høj grad ændrer sig i lyset af digitaliseringen og den generelle udvikling, oplever en del ældre, at de er sat af i forhold til information, kommunikation, deltagelse og muligheden for at kunne håndtere egen tilværelse. Men de ældre er samtidig lige så forskellige som befolkningen i øvrigt og det ser ud til (Jensen & Helles 2015, Kulturstyrelsen 2015), at ældre i stigende grad digitaliserer deres mediebrug og finde veje til at opnå kompetencer. Vi ved imidlertid stadig for lidt om ældres frustrationer over det ændrede mediebillede og deres udnyttelse af især digitale muligheder og håndtering af udfordringer til at kunne understøtte det arbejde, for eksempel Ældresagen allerede gør.

En gruppe, vi trods mange undersøgelser, stadig ved for lidt om, er de såkaldte digitale indfødte (et begreb, vi i øvrigt forholder os kritisk til). **Børn og unge** i det digitale medielandskab håndterer de digitale teknologier ud fra deres umiddelbare behov for kommunikation og information i hverdagslivet. Men i kraft af en diskurs omkring børn og unge som særligt digitalt kompetente, efterlades denne store gruppe til en form for digital selvopdragelse. Dog viser såvel vores kvalitative undersøgelse som andre undersøgelser (Masceroni 2014, Stald 2015) at skolerne i stigende grad gør en bred indsats i forhold til at anvende digitale medier

i undervisningen samt lære børn og unge om digitalt indhold, digitale medier og sociale praksisser, privatlivsbeskyttelse med mere. Samme undersøgelser viser også, at (nogle) forældre i stigende grad er bevidste om at tale med deres børn om digitale normer, sociale spilleregler og beskyttelse mod uønsket indhold. Men de samme forældre udtrykker også frustration over, hvor vanskeligt det er at håndtere den digitale mediebrug i det travle hverdagsliv. Også på dette område vil målrettede undersøgelser være ønskelige.

En del unge har som en gruppe af deres ældre medborgere vanskeligt ved at håndtere **administrationen af deres liv som borgere**. Det kan se ud, som om en del af årsagen er, at systemer og tjenester til administration på alle niveauer (fra skole til skat) betjener sig af digitale systemer, men de underliggende logikker fører tilbage til / er baseret på traditionelle måder at håndtere borgernes administration af deres tilværelse på. Og med den udfordring, at borgerne forventes at være langt mere selvkørende end tidligere. Vores undersøgelse viser, at mange af deltagerne er meget kompetente i forhold til for eksempel at bruge E-boks, men også til at håndtere andre områder digitalt, lige fra ansættelsesforhold til kommunikation med børnehaver og skoler til håndtering af skilsmisser. Men undersøgelsen viser også, at mange af deltagerne, som er i stand til at bruge diverse tjenester, ikke kan gennemskue systemerne og de bagvedliggende logikker og dermed handler på ren tillid til systemerne. Vi mangler i høj grad målrettede undersøgelser af hvordan digitaliseringen af offentlige institutioner, systemer og tjenester håndteres af befolkningen.

Som vores analyse viste, handler det at være udfordret i forhold til mediekompetencer og media literacy ikke (alene) om at mangle mediekompetencer og mediedannelse, men ofte om et krydsfelt mellem mediers funktioner som ressourcer til at afhjælpe forhindringer og til at understøtte borgerskab og deltagelse.

I vores undersøgelse mødte vi forskellige mennesker, der ligger inden for gruppe to. Det gælder den tosprogede familie, hvor manden, der ikke taler dansk, foretrak fædrelandsmedier og dermed i høj grad lukkede af for information, der er relevant for at leve i Danmark; den ordblinde midaldrende kvinde, vi besøgte, hvis liv i høj grad er blevet lettere gennem hendes adgang til digitale læse- og skrivehjælpeværktøjer, men som samtidig oplever omgivelsernes manglende forståelse; den afasi-ramte kvinde, som ikke kan udnytte potentialerne i det store medieudbud, men må forenkle og tilpasse brug af få medier til bestemte kontekster. Vi kan se, at der især blandt borgere med forskellige handicaps, som vanskeliggør brugen af medier, ofte i form af adgang men også ofte, som følge heraf, i form af mulighed for at kunne deltage i forskellige sociale, kulturelle og samfundsmæssige sammenhænge. Dette gælder såvel de traditionelle medier som de digitale.

Imidlertid har mange af de danskere, vi har mødt i undersøgelsen, også de, der har særlige udfordringer, i høj grad glæde af digitale medier, som på mange måder gør livet lettere for dem. Det gælder både teknologier som hjælpemidler og som fleksible, mulige kanaler for information og kommunikation.

Det er som nævnt vanskeligt at komme i kontakt med individer fra den tredje gruppe med mindre man har særlige forbindelser via interesseorganisationer. Der er særlige etiske overvejelser forbundet med at undersøge disse grupper, og det overlades bedst til folk med særligt kendskab til gruppen, potentielt i samarbejde med forskere.

Som det vil fremgå af ovenstående ganske få eksempler, baseret på vores undersøgelse, er det ganske forskellige udfordringer, som forskellige grupper og delgrupper i befolkningen møder i forhold til at kunne bruge diverse medier i praksis og kritisk-refleksivt på forskellige niveauer. Derfor anbefaler vi, at man med

udgangspunkt i den brede undersøgelse og med inddragelse af faggrupper, ekspertgrupper og interessegrupper inden for specifikke områder, **definerer hvilke grupper og undergrupper, der skal undersøges nærmere**. Det vil i denne sammenhæng give rigtig god mening at inddrage online debatfora i og på tværs af de forskellige grupper, der er involveret i såvel undersøgelser som udvikling af indsatsområder og konkrete initiativer.

Indsatsområder

I oplægget til dette afdækningsstudie beskriver opdragsgiverne, Kulturstyrelsen og Medierådet for Børn og Unge, forskellige afsæt for ønsket om at gennemføre et forstudie til en mulig større undersøgelse. Det er klart beskrevet i oplægget, hvorfor en sådan undersøgelse er vigtig og det er velbeskrevet, at dette afdækningsstudie skal munde ud i anbefalinger ift en mulig fremtidig undersøgelse. Det er imidlertid vagt beskrevet, hvad en sådan undersøgelse konkret skal bruges til og af hvem (Kulturstyrelsens projektbeskrivelse s.2).

Det overordnede formål er at skabe ”grundlag for en dialog om udfordringer og behov med udgangspunkt i erfaringer vedrørende mediebrugen, læring, kommunikations- og udtryksformer samt borgernes deltagelse i samfundet”. Spørgsmålet er, hvem, der skal være i dialog og om hvad? Dialog betyder en kommunikation mellem to eller flere parter og vi forestiller os, at det vurderes ud fra forskellige former for interesser og ansvarlighed, hvilke instanser, der kan siges at have interesse i samt kan påtage sig ansvar for en sådan dialog. Det bør på den ene side set være borgerne selv, som bliver hørt og bidrager til dialogen. På den anden side bør det være grupper og samfundsinstitutioner, som på forskellig vis har påtaget sig et ansvar for forskellige samfundsmæssige områder, så som uddannelse, kulturformidling, forskning og politik.

Det formulerede målsætning er, at det fremadrettet skal blive muligt ”at vurdere, om media literacy-niveauet i den danske befolkning er tilstrækkeligt højt, eller om der er behov for en indsats for at højne niveauet”. Det understreges endvidere, at ”en eventuel indsats kan være generel eller rettet mod udvalgte befolkningsgrupper, hvor der bliver registreret særligt behov”.

Opfyldelsen af disse to punkter forudsætter rent faktisk, at der bliver opstillet normative mål for, hvad et tilstrækkeligt højt niveau er. Vores undersøgelse indikerer, at der ikke nødvendigvis er overensstemmelse mellem borgerens og individets måde at tænke literacy og literacy-niveauer på, og den måde, man fra et samfundsperspektiv vurderer det på. Vores anbefaling er, at mål for et højt literacy niveau må opstilles på tværs af befolkningen henholdsvis for diverse grupper med særlige udfordringer. Vores matrix for anbefalinger til prioriteringer af områder og temaer kan oversættes til mål for literacy som en konstellation af mediekompetencer og mediedannelse. Mål bør defineres ud fra et møde mellem samfundets behov for at systemet fungerer samt borgernes egne erfaringer og holdninger, sådan som vi har gjort det i dette afdækningsstudie.

Det skal være muligt ”dels at afdække de udfordringer – men bestemt også muligheder – de forskellige målgrupper står over for, og på sigt give baggrundsviden til at kunne udvikle tilbud og indsatsområder til relevante målgrupper, så alle gives lige muligheder for at blive demokratisk kompetente, deltagende og inkluderende borgere”.

Som nævnt vil en 'full scale' undersøgelse i langt højere grad end dette afdækningsstudie kunne bidrage til identifikation og prioritering af områder, hvor der kræves en særlig indsats. Det er ikke som sådan forskningens opgave at pege på konkrete indsatsområder og initiativer, der skal til for at løse konkrete udfordringer, men på baggrund af vores undersøgelse, herunder dialogen med forskellige stakeholders, træder en række forhold frem, som befordrer identifikationen af indsatsområder og initiativer. Disse indsatsområder svarer til de tre kategorier, der blev beskrevet under "Specifikke kvalitative undersøgelser" ovenfor.

Udfordringer i forhold indsatsområder

Vi har i afdækningsstudiet været i berøring med deltagere inden for de to første af de tre kategorier. Vi havde ikke tilstrækkeligt med forbindelser, ressourcer og erfaring med grupper inden for den tredje gruppe til at kunne inddrage den i undersøgelsen. Der er imidlertid ikke tvivl om, at det er særskilt vigtigt at få de svageste i samfundet i tale i forhold til at forstå medier som ressourcer eller som problemer. Vores konklusion omkring indsats er

- Ethiske hensyn i mødet med grupper særlige udfordringer og særligt udsatte
- Kontakt til særligt udsatte grupper kan være den største udfordring. Det er ikke disse grupper, der åbner døren for undersøgeren.
- Som nævnt tidligere kommer det sociale som oftest før medierne. Det vil sige, at en indsats, der skal befordre et individs private tilværelse og tilværelse som samfundsborger gennem udvikling af mediekompetencer og mediedannelse, sandsynligvis vil skulle køre integreret med en social indsats.

Overordnede udfordringer

Det samlede afdækningsstudie og denne rapport repræsenterer på sin vis de udfordringer, vi som samfund, kulturinstitutioner, politiske institutioner, forskere og borgere står over for, når der skal tænkes og handles strategisk omkring vurdering og udvikling af befolkningens mediekompetencer og media literacy niveau. Først og fremmest er udfordringen at få ram på et problemfelt i stadig bevægelse på alle niveauer. Hvilke spørgsmål skal vi stille til hvem, hvorfor og hvordan? Det afdækningsstudie vi har gennemført samt rapporten her kommer med et første bud på dette. Vi tilbyder en løsning på, hvordan vi kan fastholde fokus og spørgsmålskategorier over tid så komparative studier over tid bliver mulige, men også sideløbende kan undersøge de til stadighed foranderlige mediekontekster, som vi som individer og borgere må forholde os til i vores hverdagsliv. Ud over disse konkrete problemstillinger er række andre udfordringer i forhold til nationale undersøgelser, såvel i forhold til landsdækkende undersøgelser som i forhold til delundersøgelser:

- Hvordan sikrer man metoder, der kan rumme hele befolkningen jf. alder, baggrund, bopæl mm? F.eks. dækker Gallups undersøgelsespaneler og Danmarks statistik ikke de yngste og de ældste i befolkningen.
- Hvem ejer og kan bruge data på nationalt plan og over tid? Hvordan sikres kontinuitet og anvendelighed?
- Hvordan opbevares datasæt?
- Hvordan koordineres diverse undersøgelser, såvel akademisk forskning som anvendelsesorienteret?

- Hvordan får man forskellige stakeholders (eks. forskning, politiske institutioner, professionelle fagmiljøer, interessegruppe) til at samarbejde om strategi, fremgangsmåde, proces og indsatser?
- Hvem betaler for hvilke dele af diverse undersøgelser – og hvem har adgang til at bruge data?
- Hvem skal tage ansvaret for undersøgelser og initiativer i forhold til grupper med særlige vilkår?
- Hvordan prioriteres mellem diverse gruppers ønsker om og behov for særlige undersøgelser?
- Hvordan sikrer man, at der tages etiske hensyn, især i forhold til mennesker med særlige vilkår eller særligt udsatte?
- Hvordan balanceres forventninger til undersøgelser og datasæt på europæisk hhv videre Internationale kontekster med særlige danske interesser?

Afsluttende kommentar

Vi mener, at man nødvendigvis må anlægge et dobbelt perspektiv på formålet med undersøgelser af mediekompetencer og media literacy: det individuelle niveau og samfundsniveau. På det individuelle niveau kan formålet defineres som en undersøgelse af borgernes egne erfaringer med og oplevelser af, hvordan de håndterer deres mediebrug på diverse niveauer, hvordan de bruger forskellige medier og med hvilke formål, hvordan deres livssituation, sociale status, familiemæssige status og kulturelle baggrund indvirker på brug og betydning af medier. Kort sagt handler det for borgeren om, hvordan man lever et godt liv i det hele taget og med medier. På samfundsniveau er interessen, uanset hvilken institution og hvilket niveau, vi befinder os på, at sikre et velfungerende, demokratisk samfund med velfungerende, tilfredse borgere, der deltager aktivt i samfundet og som udnytter diverse mediers potentialer og forholder sig kritisk til problematiske sider ved medierne. Vi ser i vores undersøgelse, at der ikke nødvendigvis er overensstemmelse mellem et samfundsmæssigt normativt perspektiv og et individuelt, kvalitativt perspektiv. Det kræver flere dybdegående undersøgelser og grundige analyser og diskussioner at finde frem til en strategi for, hvordan indsatsområder kan afgrænses og udvikles. Kulturstyrelsens samlede projekt ”Medieudviklingen i Danmark” er et godt udgangspunkt for dette.

Referencer

- Bakardjieva, M. (2009). "Subactivism: Lifeworld and Politics in the Age of the Internet", *The Information Society*, 25:2, 91-104
- Buckingham, D., Banaji, S., Carr, D., Cranmer, S., & Willett, R. (2005). *The media literacy of children and young people: A review of the research literature on behalf of Ofcom*. Ofcom.
- Buckingham, D. (2009). "The future of media literacy in the digital age: Some challenges for policy and practice". In *Media literacy in Europe: Controversies, challenges and perspectives*, ed. EuroMeduc, 13-24. Brussels European Union.
- Bulger, M. E. (2012). "Measuring Media Literacy in a National Context: Challenges of Definition, Method and Implementation". *Medijske studije*, 3(6), 83-103.
- Bundsgaard, J., M. Pettersson & M.R. Puck (2013). *Digitale kompetencer - it i danske skoler i et internationalt perspektiv*. Aarhus: Aarhus Universitetsforlag.
- Celot, P. & Pérez Tornero, J.M. (2010). "Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels". Brussels: European Association for the Viewers' Interests.
- Clark, L., K. Lundby (2008). "Mediatization: Concept, Changes, Consequences". New York: Peter Lang, 83-98
- Danmarks Radio (2014): *Medieudviklingen 2014. DR Medieforsknings årlige rapport om udviklingen i danskernes brug af elektroniske medier*. http://www.dr.dk/Om_DR/Fakta+om+DR/Artikler/Publikationer+-+oversigt/26124730.htm
- Danmarks Statistik (2014): *It-anvendelse i befolkningen 2014* <http://www.dst.dk/da/Statistik/Publikationer/VisPub?cid=18686>
- Drotner, K., & Erstad, O. (2014). "Inclusive Media Literacies: Interlacing Media Studies and Education Studies". *International Journal of Learning and Media*, 4(2), 19-34
- Drotner, K. (2010). "Democratic digital literacies. Three obstacles in search of a solution". In *Children and Youth in the digital media culture: From a Nordic horizon*, ed. U. Carlsson, 25-33, Gothenburg: Nordicom.
- Dunås, J. (2013). *Media and Information Literacy in the Nordic Countries*. Overview. Nordic Expert Meeting. Media and Information Literacy – a key to Democracy and Freedom of Expression. Swedish Media Council and NORDICOM for the Swedish Presidency of the Nordic Council of Ministers 2013.
- EAVI (2009). *Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels. A comprehensive view of the concept of media literacy and an understanding of how media literacy in Europe should be assessed*. For the European Commission; Directorate General Information Society & Media; Media literacy unit. Brussels.
- EAVI - Europaparlamentets og Rådets direktiv 2010/13/EU af 10. marts 2010 om samordning af visse love og administrative bestemmelser i medlemsstaterne om udbud af audiovisuelle medietjenester (direktiv om audiovisuelle medietjenester), betragtning 47, L95/6

- EAVI (2011). *Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe. Final Report*. Commissioned by the European Commission Directorate-General for Information Society and Media, Media Literacy Unit.
- Erkman, M. (2015). *Grundbog i digitale kompetencer*. København: Samfundslitteratur.
- Fuller, M. (2005). *Media Ecologies: Materialist Energies in Art and Technoculture*, MIT Press.
- Geertz, C. (1973). "Thick Description. Toward an Interpretive Theory of Culture". Pp 3-30 in Clifford Geertz *The interpretation of cultures: selected essays*. New York: Basic Books.
- Herholdt, L., H.R. Lund, K. Korsgaard (ansv.)(eds.)(2012). *Viden om Læsning* Temanummer om literacy. nr. 12, september 2012.
- Hjarvard, S. (2009). "Samfundets medialisering". En teori om mediernes forandring af samfund og Kultur", *Nordicom-Information* 31 (2009) 1-2, pp.5-35.
- Hobbs, R. (2008). "Debates and Challenges Facing New Literacies in the 21st Century". In Drotner K. & Livingstone S. (eds.): *The International Handbook of Children, Media and Culture*. London: Sage.
- Ingulfsen, L. & Ø, Gilje (2014). Mediekompetanse 2014. En systematisk oversigt over studier av mediekompetence i befolkningen. Medietilsynet. http://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/2015/mediekompetanserapporten_2014.pdf
- Jensen, T.A. (1993). "Medieetnografi og receptionsanalyse". Pp 23-33 in *Mediekultur* Vol 9, No 21.
- Jensen, K.B. (2012, 2.ed.)(ed.) *A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies*. London: Routledge.
- Jensen, K.B. & R. Helles (2015): *Specialrapport. Danskernes mediebrug 2014 – hverdag og demokrati*.
- Kristiansen, S. & H.K. Krogstrup (2015 2.ed., opr. 1999). *Deltagende Observation*. København: Hans Reitzels.
- Kulturstyrelsen (2014): *Resume af afrapportering om mediernes udvikling i Danmark*. <http://www.kulturstyrelsen.dk/mediernes-udvikling-2014/resume/>
- Kulturstyrelsen (2015): *Resume af afrapportering om mediernes udvikling i Danmark*. <http://www.kulturstyrelsen.dk/mediernes-udvikling-2015/resume/>
- Livingstone, S. (2004). "Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies". *The Communication Review*, 1, 3-14.
- Livingstone, S., Van Couvering, E. & Thumim, N. (2005). *Adult media literacy: a review of the research literature*. Department of Media and Communications, London School of Economics and Political Science, London, UK.
- Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., & Ólafsson, K (2011). Risks and safety on the internet: The perspective of European children. Full findings. <http://eprints.lse.ac.uk/33731/>
- Livingstone, S., Kirwil, L., Ponte, C., & Staksrud, E. (2013). *In their own words: what bothers children online?*. <http://eprints.lse.ac.uk/48357/>
- Luque, S.G. et al. (2014). *MIL Competences: from theory to practice. Measuring citizens' competences on Media and Information Literacy*. eLearning Papers no 38, May 2014.

- Lunt, P., & Livingstone, S. (2011). *Media regulation: Governance and the interests of citizens and consumers*. London: Sage.
- Masceroni, G. (2014): *Net Children Go Mobile Final Report* (with country fact sheets) <http://netchildren-gomobile.eu/reports/> . Inklusive Danmark.
- Medierådet for Børn og unge et al. (2014): *Børns og unges digitale kultur og trivsel*. Afsluttende projektrapport 1. maj 2012 til 31. oktober 2014. <file:///fs4.itu.local/redirection/stald/Downloads/Final%20project%20report%202012-2014.pdf>
- Meyrowitz, J. (1998). "Multiple media literacies". *Journal of communication*, 48(1), 96-108.
- Mihailidis P. (2014). *Media Literacy and the Emerging Citizen: Youth, Engagement and Participation in Digital Culture*. New York et al: Peter Lang Publishing.
- Nansen, B. et al (2012). "Digital Literacies and the National Broadband Network: Competency, Legibility, Context". *Media International Australia*, vol. 125, pp. 64-74.
- Normann, D.A. (1998). "Drop Everything You're Doing". In D.A. Norman *The invisible computer*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Nyboe, I.: *Digital dannelse. Børn og unges mediebrug og -læring inden for og uden for institutionerne*. København: Frydenlund. 2009
- Ofcom. <http://www.ofcom.org.uk/>
- Ofcom (2014). *Children and Parents: Media Use and Attitudes*. Report.
- Ofcom (2011). *Media Lives. Research Overview 2005-2010*
- Ofcom. <http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/other/media-literacy/>
- O'Neill, B. and I. Hagen (2009) "Media literacy. Kids online: Opportunities and risks for children". Sonia Livingstone and L. Haddon (eds.). Bristol, Policy Press: 229-239.
- Potter, W.J. (2013, 7. udg.). *Media Literacy*. London: Sage Publications.
- Qvortrup, L. (2000). *Det hyperkomplekse samfund*. Copenhagen, Denmark: Gyldendal.
- Stald, Gitte (2015): *Danske børn på nettet. Danske resultater fra EU Kids Online og Net Children Go Mobile*. Rapport. Forthcoming.
- Tække, J. og Paulsen, M. (2015). *Digital dannelse – Udfordringer, erfaringer og perspektiver fra Randers HF og VUC*. København: Unge Pædagoger.
- Tække, J & Paulsen, M. (2013). *Sociale medier i gymnasiet - mellem forbud og ligegyldighed*. København: Forlaget Unge Pædagoger.
- Van Deursen, A.J.A.M., Helsper, E.J. & Eynon, R. (2014). *Measuring Digital Skills. From Digital Skills to Tangible Outcomes*. Project report. Available at: www.oii.ox.ac.uk/research/projects/?id=112
<http://www.openeducationeuropa.eu/da/node/141501>

