



Vestlandsforskning

Boks 163, 6851 Sogndal

Tlf. 57 67 61 50

Internett: www.vestforsk.no

VF rapport 5/2003

EVALUERING AV DILL@

EN KARTLEGGING AV SPREDNING OG BRUK AV EN
OPPLÆRINGS-CD I DATA I GLOPPEN KOMMUNE

Sigrid Bøyum
Astrid Øydvin
Vestlandsforskning/
Høgskulen i Sogn og Fjordane

Februar 2003

VF Prosjektrapport

Rapport tittel Evaluering av Dill@ En kartlegging av spredning og bruk av en opplærings-cd i data i Gloppen kommune	Rapportnr. 5/2003
	Dato Februar 2003
	Gradering Open
Prosjekttittel	Tal sider 23
	Prosjektnr 5230
Forskarar Astrid Øydvin, Vestlandsforskning Sigrid Bøyum, Høgskolen i Sogn og Fjordane	Prosjektansvarleg Astrid Øydvin
Oppdragsgjevar Voksenopplæringsinstituttet	Emneord IKT-opplæring CD-rom Spredning og bruk Kvinner og bruk av IKT
Samandrag Rapporten viser at de som har prøvd Dill@ er fornøyde. Undersøkelsen gir informasjon om at de betrakter opplæringen som både så god og så nyttig at de vil bruke Dill@ videre. Om dette er reelt er for tidlig å si noe bestemt om, men informantene er klare på at de vil bruke Dill@ til å lære mer og repetere det de har lært. Dette gjelder også de informantene som har prøvd andre typer datakurs tidligere. Dill@ treffer også de som på forhånd er "helt blanke". De som tidligere har jobbet med data er mer målrettet, og går direkte på de delene av Dill@ som er aktuelle, også i forhold til disse gruppene fungerer CD-en. En viktig indikasjon på at opplæringen har fungert, er at informanter faktisk har tatt i bruk tjenester som et resultat av Dill@, nettbank er et eksempel på dette.	
Andre publikasjoner frå prosjektet	
ISBN nr ISSN: 0803-4354	Pris

Innhold

Innhold	3
1. Bakgrunn	4
2. Hva er Dilla@?	4
3. Hvordan blir Dill@ formidlet til brukerne?	5
3.1 Hvor mange fikk Dill@?	5
3.2 Opplegget på skolene	5
4. Kartleggingen	6
Målgrupper	7
Problemstilling	7
5. Metode.....	7
6. Forventinger til resultat av lanseringen av Dill@	8
7. Resultat i undersøkelsen.....	8
7.1 Kjenner målgruppa til Dilla@?	8
7.2 Hva slags forhold har kvinnene til data.....	8
7.3 Data i utdanning og arbeid	10
7.4 Dilla @ - en motivator?.....	11
8. Tre typiske kvinnelige brukere av Dill@	12
9. Hvor mange har brukt Dill@?.....	13
9.1 Internett og nettbank.....	13
9.2 Bruk av mus	15
9.3 Tekst	15
9.4 Excel.....	16
9.5 Har ikke prøvd den.....	16
10. Erfaringer	17
11. Oppsummering	18
11.1 Vil du ta fram Dill@ senere?	18
Litteratur.....	20
Vedlegg	21
Strukturert intervjuguide, kvantitativ undersøkning	21
Intervjuguide, kvalitativ undersøkning	22

1. Bakgrunn

Som et ledd i e-Norge-planen har Undervisnings- og forskningsdepartementet gitt VOX-voksenopplæringsinstituttet oppdraget med å lage en begynnerveiledning på CD-rom for voksne som ikke har tatt i bruk data.

Vestlandsforskning har tatt på seg oppdraget med å gjennomføre en kartlegging av hvordan Cd-en er lansert og hvordan den er mottatt i Gloppen kommune. Forskerne som har gjennomført arbeidet er både tilknyttet Vestlandsforskning og Høgskulen i Sogn og Fjordane.

Tall fra Norske Gallup viser at en stor del av den norske befolkningen ikke er brukere av data. Flesteparten av disse er kvinner. De samme tallene fra Norsk Gallup viser at målgruppen for en opplærings-cd utgjør ca 30% av den norske befolkningen. Hovedgruppen som kampanjen er rettet mot er fra 30 til 59 år, flest kvinner, lav utdanning og inntekt. VOX viser til forskningsresultater som sier at PC-vegring og angst er vanlige årsaker til at de ikke tar i bruk PC. Det er en viktig utfordring for samfunnet å gjøre noe med dette, å gi gode opplæringsstilbud som motiverer målgruppene i å heve kompetansen sin.

Prosjektet er en nasjonal dugnad, og startet med en kampanje den 14. oktober (uke 42) i Uka for voksnes læring.

Gloppen er en jordbrukskommune i Sogn og Fjordane, med 5777 innbyggere. Mye av industrien i kommunen er skapt på grunnlag av lokale jordbruksprodukt. Dette innebærer at mange av de potensielle brukerne i denne kommunen har sitt virke i landbruk eller offentlige tjenester.

2. Hva er Dilla@?

Dilla@ er en cd-rom som skal motivere og veilede brukeren til å ta i bruk data. Hovedtemaer er skriving, regning og Internett og e-post. CD-en er selvstartende og har stor grad av interaktivitet. Navigeringsknappene er enkle å bruke og framdriften styres av brukeren. Enkel og tydelig grafikk skal gjøre brukeren i stand til å navigere uten å stå fast eller gjøre gale valg. Tiden man bruker på cd-en var estimert til ca. 30 minutter.

Målet med dette innføringsopplegget er å:

- Forebygge skillet mellom de som har tatt i bruk og de som ikke har tatt i bruk data
- Hindre at noen blir utstengt fra informasjonssamfunnet
- Å få til en nasjonal satsing, derfor skal cd-en lages på bokmål, nynorsk og samisk

Målgruppen var:

- Personer som ikke har sett nytten av IKT
- Personer som ikke har fått mulighet til å lære data, i skole, på arbeid og hjemme
- Personer som har angst eller aversjon mot mediet.

3. Hvordan blir Dill@ formidlet til brukerne?

I Gloppen var intensjonen å få skoleelever til å levere ut cd`en og undervise voksne som ikke hadde erfaringer med data. Noen elever inviterte foreldre og besteforeldre med på skolen der de fikk opplæring. Det var satt opp datamaskiner i inngangspartiene på butikksenter i kommunen, og de voksne som kom forbi ble spurt om de ville lære mer om data.

Cd`en ble levert ut på bibliotek og butikker i hele sentrum.

3.1 Hvor mange fikk Dill@?

Oversikten over hvor mange som fikk utdelt cd-en i lanseringsuken og i tiden etterpå viser at det er delt ut 950 cd-er.

Skolene:	
Fått:	450
Gått:	ca. 350
Biblioteka:	
Fått:	250
Gått:	250
Har bestilt inn flere.	
Stands og butikker (lanseringsuka):	
	ca. 250
GOS	ca. 100

Det som har gått ut til skolene er distribuert til foreldre, slekt og venner. På bibliotekene, som er godt besøkt, har en jevnlig orientert de som har vært innom om opplegget.

I lanseringsuka hadde var det stand på tre butikksentre der Dill@ ble delt ut til alle som var interesserte, omlag 250 cd-er.

I tillegg har Gloppen opplæringscenter i ettertid delt ut om lag 100 cd-er til personer de har vært i kontakt med.

3.2 Opplegget på skolene

Austrheim skule:

6. og 7.klasse tok del i veiledning på lanseringsdagen. Alle fekk utdelt CD-en. I to dager kunne foreldre, besteforeldre og venner møte opp, og til sammen møtte 8 par med foreldre. Skolen hadde rikelig med CD-er til utdeling uten at det vart registrert hvem som tok med seg og hvem som fikk.

Sandane skule:

- 6. klasse: 42 elever
- 7. klasse: 25 elever.

Det ble sendt ut informasjonsbrev til hjemmene på forhånd. 6. klassingene fikk opplæring på Gloppen opplæringscenter dagen før, omlag halvparten av disse var med på instruksjon av voksne senere. Alle elever i 6. og 7. klasse fikk med CD-en hjem for å drive opplæring av voksne. Det var tilbud om opplæring på skolen, men ingen brukte dette tilbudet. Målgruppa hjemme var foreldre og besteforeldre.

Rygg skule:

- 6. og 7. klasse var med, i alt 13 elever.

Alle elevene fant seg en person som de lærte opp. Elevene var til opplæring på Gloppen opplæringscenter dagen før.

Reed skule:

- Alle i 6. og 7. klasse var med i opplegget.

6 elever var på opplæring på Gloppen opplæringscenter dagen før. Målgruppen for opplegget var foreldre og besteforeldre. Invitasjon til disse ble sendt ut fra skolen. Mange valgte å møte opp på lanseringsdagen i næringshagen, og elevene var travelt opptatt hele dagen. Alle som hadde behov for det fikk CD-en.

I tillegg fikk ungdomsskolen tilgang på så mange CD`er de ville. Det samme gjaldt de to linjene på Firda videregående skule som var veiledere på butikkene i lanseringsveka.

4. Kartleggingen

Forskningsbehovet for å kunne se virkninger av innføringsopplegg som går i retning av endret handlingsmønster over tid er stort. Dette ligger utenfor rammene for det Vestlandsforskning kan gjennomføre i denne kartleggingen. På sikt bør en slik undersøkelse føres videre, der en går mer i dybden på om opplegget endrer holdninger i målgruppa; om de ser nytte i å bruke IKT i sin egen livssituasjon og om terskelen for å være aktiv IKT-bruker blir mindre. I et videre perspektiv vil dette handle om sjølbildet til de aktuelle kvinnene, og om økt sjøltillit vil gi de større handlingsrom i livet. Et viktig spørsmål er også om opplegget gir målgruppen opplæring i det de har behov for. For å svare på dette må en ha systematisk kunnskap om livssituasjonen til den enkelte.

I denne kartleggingen skal vi se nærmere på hva som skjer i oppstartingsperioden, både i forhold til spredning av opplærings-cden, bruk og forventninger til opplæring.

Målene for undersøkelsen var å:

- Evaluere og dokumentere de virkninger av Dill@ i Gloppen kommune.
- Registrerer hvor mange som tar i mot Dill@ i lanseringsuken.
- Foreta en evaluering med to ulike tilnærminger: En kvalitativ (spørreskjema til et representativt utvalg i kommunen) og en kvantitativ undersøkelse (intervju med om lag 10 kvinner). Begge undersøkelsene ble gjennomført parallelt og om lag en måned etter endt lansering.

Målgrupper

Kvinner bosatt i Gloppen kommune, alder 30 – 60 år

Menn bosatt i Gloppen kommune, alder 45 – 60 år

Problemstilling

Hvor mange når lanseringskampanjen i Gloppen, og hva synes målgruppene om å bruke Dill@?

5. Metode

Kartleggingen er todelt. I den kvalitative delen ble det samlet inn data om i hvor grad en når målgruppene. Vi stilte spørsmål om kjennskap til Dill@, generelt om databruk, om informantene har mottatt Dill@, eventuelt hvor, om de har brukt den og hvilke erfaringer de har med bruken.

Det representative utvalget utgjorde en gruppe på 100 personer, likt fordelt på kjønn. Det ble gjennomført telefonintervju med informantene etter et strukturert spørreskjema (se vedlegg). Målgruppen for denne undersøkelsen var kvinner og menn i alderen 30-59 år som hadde liten eller ingen kjennskap til data. Dette er personer som ikke har sett nytten av IKT, eller personer som ikke har hatt mulighet til å lære data i skole, arbeid eller hjemme.

I den kvantitative delen gjennomførte vi dybdeintervju der kvinner i kommunen mellom 30-60 år utgjorde informantgruppen, totalt 6 personer. Kvinnene vi snakket med/ intervjuet var i alderen 47 til 57.

Tema i disse intervjuene var om hvordan de har fått kjennskap til og utdelt Dill@, om informantene har brukt opplegget og hvorfor, og hvilke erfaringer de har med det. Videre stilte vi spørsmål om hva slags forhold disse kvinnene hadde til data, både i holdninger og bruk av data i jobb og fritid. Vi tok opp databruk i familien, og hvordan det påvirker motivasjon til kvinnene.

I begge undersøkelsene møtte vi mange informanter som var generelt skeptiske til undersøkelsen, men på noe ulikt grunnlag. Vi mener at reservasjonene vi møtte er viktig informasjon i et arbeid der en skal nå fram til ulike målgrupper. Holdningene vi møtte har stor betydning for hvordan en bør presentere opplegget. I den kvalitative delen var det mange som var skeptiske å svare, det var rett og slett vanskelig å nå gjennom med at dette ikke var et opplegg for å selge en vare. Det ser ut som at bruk av telefon og at tema er lansering av et data-innføringsopplegg gjør at mange informanter automatisk tror at det handler om å forplikte seg til noe. Det andre momentet som gjorde informantene skeptiske, var redselen for ikke å svare ”riktig”. Dette så vi tydelig både i den kvantitative og kvalitative undersøkelsen.

Vi hadde flere kvinner som vi skulle ha dybdeintervju med som ikke var villige ”for de hadde ikke noe greie på data”. Noen hadde også brukt Dill@, men virket engstelig for å måtte forklare hvordan de hadde brukt cd-en. Men i intervjuene med kvinnene får vi mye verdifull informasjon både om holdninger til data generelt, og til bruk av Dill@. Informantene våre har hatt en positiv opplevelse av opplegget, sjøl de som i utgangspunktet var skeptiske.

I praktisk gjennomføring hadde Vestlandsforskning samarbeid med de lokale kreftene i kommunen som forestod lanseringen av Dill@ i oktober (Gloppen opplæringscenter). Dette gjaldt registrering av antall utdelte cd-rom og fordeling på de ulike utdelingsstedene.

Når vi presenterer resultatene, legger vi stor vekt på få å fram nyansene i de kvalitative intervjuene. Vi gjør dette med en utstrakt bruk av sitater. Vi presenterer også tre ulike typiske brukere som vi har møtt. Disse tre kvinnene er ikke autentiske, men er beskrevet ved hjelp av typiske utsegner hos informantene vi møtte.

6. Forventinger til resultat av lanseringen av Dill@

Målsetningene for lanseringen av Dill@ er i utgangspunktet ambisiøst. En skal nå alle i en målgruppe på et generelt grunnlag, det er for eksempel ikke knyttet til en jobbsituasjon. En baserer seg på at ren egeninteresse skal gjøre at målgruppen blir motivert til å bruke cd-en. Dette er viktig å ha klart for seg når en vurderer i hvor stor grad en når ut til innbyggere i Gloppen som tilhører målgruppa.

Dette er personer som i utgangspunktet ofte er skeptiske, og som har en høy terskel for bruk av data. Det er på dette grunnlaget vi må tolke data. Men det er også et viktig moment i forhold til videreutvikling av Dill@.

7. Resultat i undersøkelsen

I denne delen blir resultatene fra undersøkelsen presentert. Vi ser på hvilket forhold kvinnene har til data. Har informantene data i hjemmet og om Dill@ har motivert kvinnene til å prøve data. Vi finner at informantene har ulike mål og interesser for data. Vi oppsummerer dette ved å gi en presentasjon av tre ulike "kvinnetyper", kvinner som ikke er identiske med informantene i det kvalitative materialet, men som en tydeliggjøring av hvilke motiv de har for bruk av Dill@. Vi drøfter videre hva de kvantitative dataene forteller oss om bruk og kjennskap til Dill@, og ser dette i forhold til informasjonen vi får i den kvalitative delen.

7.1 Kjenner målgruppa til Dilla@?

58,1% av de spurte i kommunen svarte ja på spørsmål om de hadde hørt om Dill@. I den kvalitative undersøkelsen kom det fram at de fleste hadde hørt om cd'en før de fikk den. Noen hadde sett oppslag i sentrum, andre hadde hørt om det på jobben og noen hadde sett reklame på tv.

7.2 Hva slags forhold har kvinnene til data.

Det går fram av intervjuene at bruk av data ikke er en viktig del av livet til disse kvinnene. Nesten alle informantene har data hjemme, og for de fleste er det selvsagt å ha tilgang til data i huset. I Berg (1996) finner vi at få av hennes informanter setter spørsmålsteget til at de skaffer seg den type teknologi, selv om det bare er den ene parten som har interesse av det. Datamaskinen er flittig brukt av de andre familiemedlemmene. Det er tydelig at alle

informantene er kjent med data, men av ulike grunner vegrer de seg for å bruke maskinen. Ingen av de vi snakket med hadde brukt data i utdanning eller i arbeidslivet senere. Noen av kvinnene hadde gått på data kurs, men kurset hadde ikke betydd mye i forhold til videre bruk. En grunn til dette kan være at kvinnene ikke har tatt seg tid til å følge opp og bruke data hjemme etter at de har gjennomført kurset. Dette resulterte i at de glemte det de har lært, og terskelen ble høyere for å prøve igjen. En viktig side ved dette er at kvinnene ikke følte det var riktig å sette seg ned og bruke tid på data.

”Det går på det at det føles litt sånn.... Ja... det er liksom dette her med å ta seg tid å sette seg ned”.

Det å sitte foran en datamaskin å gjøre ”ingenting” er en terskel de ikke har klart å bryte. Mann og barn satt gjerne å surfet på Internett, men for kvinnene var det vanskelig. Effektive husmødre sløser ikke med tiden sin til ting de ikke ser direkte nytte av. Jakobsen og Jensen (1997) viser til tidsbrukstudier der det kommer fram at tid det er en stor knapphet for kvinner. Årsaken til dette hevder de i stor grad er husholds- og omsorgsarbeid. Videre sier de at kvinnenes inntreden i yrkeslivet ikke uten videre følges opp av større mannlig deltakelse i husholds- og omsorgsarbeidet. Denne knappheten på tid kan være årsaken til at mange kvinner ikke prioriterer egenopplæring i IT-bruk.

Flere av kvinnene hadde i den senere tid sett at det kanskje ikke var så lurt å velge bort å lære seg data. Noen hadde forsøkt å gjøre noe med det, mens andre var på tenkestadiet.

Andre informanter var i utgangspunktet helt imot å skulle bruke data. En informant kalte seg ”bakstreversk”. Hun hadde blitt pålagt kurs gjennom jobben, men hadde liten erfaring med å skrive på maskin og strevde med å finne de rette bokstavene.

”Jeg finner ikke bokstavene og så sier folk at det er bare å øve – og det er nesten som å kaste en rød klut foran øynene på meg å si det.”

Alle kursene hun har tatt har gitt henne lite eller ingenting. Jakobsen og Jensen (1997) finner òg noen informanter i sitt materiale som ikke mestrer tastatur. Dette blir da et problem i forhold til å lære seg data og barrieren blir vanskeligere å forsere. Vår informant kan ikke skrive på maskin, og mener det ikke er så lett å gjøre noe med det. Hun gir et eksempel. Mannen ville at hun skulle prøve å skrive en e-mail til en venninne, så kunne han hjelpe henne og sende den.

”Etter en stund så lurte han på om jeg hadde skrevet mange sider. Da han så at jeg hadde skrevet tre linjer for de hadde forsvunnet og.... det var da han mente at det hadde vært mange bortkasta penger på kurs”.

Denne kvinnen hadde ingen interesse av å øve på det hun hadde lært. Hun mener at vi i dag rangerer folk etter hvor flinke de er i databruk, og det provoserer henne.

Kvinnenes bruk ser ut til å være avhengig av resten av familiens bruk. Ofte er det andre familiemedlemmers bruk som vekker interessen, og de bruker familiemedlemmer som støtte i den første famlingen. Dette er i tråd med undersøkelsen til Berg (1996) om kvinner og teknologibruk. Hun fant at en ofte ser en sammenheng mellom noen familiemedlemmers bruk og den interessen det skaper hos andre familiemedlemmer. Gransmo (2002) fant og eksempler på at jenter fikk utviklet sin teknologiske interesse hvis de ble inspirert av familien. Men det

er ikke noen automatikk i at andres bruk i familien skaper interesse hos disse kvinnene. Som i eksempelet ovenfor kan samspeilet like ofte bekrefte et lavt sjølbilde hos kvinnene.

En av informantenes mann var i utgangspunktet imot data og den nye teknologien. Etter at han tok videreutdanning har han sett nytten av å bruke data, og er nå en tilhenger av dette mediet. Det at han har skriftet mening er ikke nok til at informanten gjør det. I ”familiebedriften” har en arbeidsdeling, og disse ”arbeidsoppgavene” overlates til andre familiemedlemmer.

”Det er ikkje noko sånn voldsam grunn til at eg ikkje bruker data – det har no berre vorte sånn. Heilt i starten meinte eg det der kunne være noko som ungane mine ropa på far for”.

Informantene var omgitt av familiemedlemmer som brukte data til dagen både på jobb, skole og hjemme, men var selv imot å bli kjent med maskinen. Noen mener de ikke har hatt bruk for det, mens andre mente at dette var noe mennene kunne ta seg av. Berg (1996) finner også i sin undersøkelse at noen kvinner ikke hadde interesse av data, og syntes det var vanskelig og kjedelig. De fant en sterk tendens blant informantene til å definere data som en ”manneting”.

7.3 Data i utdanning og arbeid

Ingen av informantene har hatt bruk for data i utdanningen sin. Grunnen har delvis med alder å gjøre, det var ikke var samme tilgang til data da som nå. Ingen av informantene har til nå hatt bruk for data i jobben. En av informantene bør bruke data på jobben, mens for de resterende har det ingen betydning for jobben om de kan data eller ikke. Informanten som har bruk for data i jobben har vegring mot å bli en bruker, og har til nå fått kolleger til å hjelpe seg eller byttet på det slik at hun lager planer og kollegene legger den på data.

”Jeg har to mannlige kolleger. Vi har funnet ut at viss jeg lager planen, så synes ikke han der ene at det gjør noe å plote den inn fordi det gjør han på en, to, tre – kanskje tre minutter så har han satt den opp. Det tar lengre tid å planlegge”.

Her er det igjen tidsargumentet som blir brukt. Men det ikke bare det som hindrer henne, og som provoserer. I det senere har det blitt bestemt at hun på jobben må bruke data. Dette er noe som har forårsaket frustrasjon og irritasjon.

”Har de virkelig ikke bruk for det andre jeg kan? Er det data som skal gjøre sitt til at jeg er ubrukelig? Jeg synes jo det er litt brutalt – er du datakyndig okei så er du god!!! Jeg blir litt frustrert og litt sånn fandenivolsk for hadde jeg vært god i data, så hadde alt vært bra”.

For de som til nå har hatt liten eller ingen bruk for data virker det urettferdig at det blir lagt så stor vekt på datakunnskap. Det å føle at de seiler akterut i forhold til data er ingen god følelse. For denne kvinnen handler det om at hennes kompetanse. Det hun føler hun er god til i jobben blir nedvurdert fordi hun ikke behersker data som hjelpemiddel. Spørsmål som hvem er jeg og hva duger jeg til i systemet blir påtrengende og skaper frustrasjon. Informanten føler også at pengebruken forteller noe om hvordan systemet prioriterer å bruke penger på data, og det skaper irritasjon.

7.4 Dilla @ - en motivator?

For de fleste av informantene vil data være noe de bruker på fritiden og ut fra egen interesse. Vårt materiale viser at flere av kvinnene har hatt lyst til å prøve data. Noen informantene sier at tid og interesse er grunner til at de ikke har prøvd tidligere. Andre har ikke hatt mot til å sette seg ned alene foran datamaskinen. Den tredje gruppen kunne litt, og var klar for å ta utfordringen med å lære nye bruksområder. Det kan vise seg at kvinner trenger hjelp til å komme over terskelen og bli motivert til å prøve. Vi fant at Dill@ hadde motivert og engasjert flere av informantene til å prøve data.

”Internett har eg tenkt på lenge. (...) No tør eg meir sjølv om eg ikkje sit å surfar så forferdelig mykje i gongen, så brukar eg det aktivt kan du seie”.

Etter Dill@ har informanten tatt i bruk Internett og karakteriserer seg som aktiv bruker av Internett. Det er viktig for kvinnene i utvalget å få fram at de i dag bruker data, men at tiden de bruker på data er begrenset. De føler seg nok litt ”rampete” når de bruker tid foran datamaskinen istedenfor på mer nyttigere ting. Jakobsen og Jensen (1997) sier i sin undersøkelse at langt færre kvinner enn menn karakteriserer seg som personlige brukere.

Flere av kvinnene har hatt lyst å lære seg å sende e-mail. Dill@ presenterte e-mail på en slik måte at kvinnene turte å prøve på egenhånd. Det å kommunisere pr. e-mail både innenlands og utenlands er noe kvinnene ser nytten av. Noen hadde venner i utlandet andre hadde barn som var på reise, og de så etter hvert at det å kunne kommunisere med e-mail gjorde det lettere å holde kontakt. Kontakten barn og ektefelle hadde med omverden gjennom e-mail fikk kvinnene til å se at dette var noe som kunne være nyttig.

”E-post det går fint. Hadde vært litt inne på e-post, men no tør eg litt meir. Du tør å sende ein e-post om det ikkje er til ein av dine nærmaste fordi du veit du får det til.”

Denne informanten kunne litt om e-mail, men var usikker på om mailene kom fram. Etter at hun hadde brukt Dill@ fikk hun bedre sjøltillit, og tør nå sende mailer til både kjente og mer perifere. Ikke alle har like lett for å forstå de ulike funksjonene på en datamaskin. For en som bruker data i hverdagen virker sammenhengene logiske, mens for en som bare bruker det av og til blir det vanskelig å se logikken mente noen av våre informanter.

”Jeg har prøvd å sende mail etter Dill@, men jeg ser det at jeg måtte gjøre det veldig ofte for en glemmer fort”.

For å kunne lære og få til å bruke de ulike elementene i Dill@ må en bruke det jevnlig, ellers glemmer en hvordan en gjorde det. Tradisjonelle kurs fungerer ofte slik at du husker det der og da, men når du skal prøve hjemme får du det ikke til. Med Dill@ kan du gå tilbake og repetere det du ikke husker så godt. De fleste kvinnene trekker fram muligheten Dill@ gir for repetisjon som en fordel. De kan jobbe med den i ro og fred.

En av informantene mente at Dill@ ikke hadde noen påvirkning på henne i forhold til om hun ville velge å lære mer. Skulle hun lære mer var det ut fra at det følte at hun hadde bruk for det, og ikke fordi hun hadde prøvd Dill@.

”Det måtte vere ut frå det at eg burde ha kunna meir enn det eg gjer, men ikkje ut frå den der Dill@ på data – det var ikkje sånn boing dette vil eg lære meg meir om.”

Hun hadde jobbet seg gjennom hele programmet uten at det hadde oppstått noen problemer. Hun syntes Dill@ var godt laget, men den store motivasjonen hadde hun ikke fått. Hun, i lag med flere andre informanter, la vekt på at det var et språk som var enkelt å forstå. Informantene var fornøyd med at de kunne velge presentasjonen på nynorsk.

”... ja so var det på nynorsk.”

Noen av kvinnene kjente igjen stemmene til de som snakket på cd`en, og syntes det var positivt. Gjennom disse personene fikk de et forhold til cd`en . Også det at cd`en var på nynorsk og lett tilgjengelig var klare faktorer for at kvinnene lot seg motivere til å prøve mer. Kjente ord og uttrykk ser ut til å minske risikoen for misforståelser, og stoffet blir lettere tilgjengelig. Flere kvinner hadde lagt merke til at mannen som var stemmen på cd`en og var med på lanseringen av Dill@.

”Eg kjende att han som hadde med lanseringa her ned – han pratar på cd`en”

Vi vil videre i rapporten se at motivasjon er et stikkord for informantene både i forkant av Dill@ og i etterkant.

8. Tre typiske kvinnelige brukere av Dill@

Kvinnene vi intervjuet hadde ulike utgangspunkt i forhold til data. Vi hadde kvinner som var målrettet i valgene sine, kvinner med vegring og kvinner som begynte å føle at de var stilt utenfor. Vi vil i det følgende gi en samlebeskrivelse av noen typiske kvinner vi kom i kontakt med. De er ikke autentiske informanter, men sett sammen av noen typiske trekk av det vi mener er viktig for motivasjon og bruk.

Lise: ”Den målretta” Hun er en kvinne i slutten av 40 årene som hadde litt erfaring med data. Hennes interesse for lokalhistorie hadde gjort sitt til at hun hadde lært seg å bruke tekstbehandlingsprogram. Mye av det stoffet hun samlet inn måtte skrives ned og lagres og da var datamaskinen et godt medium. Lise synes det å bruke data har blitt kjekkere og kjekkere etter hvert som hun har turt å prøve mer. Hun hadde og sett at e-mail gjorde arbeidet med å samle inn data lettere og ville bli tryggere på det. Hovedgrunnen til at Lise var med på Dill@ var at hun hadde lyst til å lære seg nettbank og, som hun selv sa, bli tøffere på Internett. Hun var målretta, og visste hva hun ville lære seg. Hun gikk rett på det hun ville lære, og hoppet over øvelser og det hun kunne fra før av. Etter at hun hadde vært med på Dill@ og prøvd litt selv har hun opprettet nettbank og er strålende fornøyd. Hun gir Dill@ all kredit for at hun har fått seg nettbank.

Frida: ”Motstanderen” Hun er en kvinne som er sterkt i mot å skulle bruke data, og føler seg pressa. Hun har muligheten til å bruke data på jobben. Hun er i begynnelsen av 50 årene og hennes aversjon mot data går både på nyttevurdering og motstand mot samfunnets syn på kompetanse på data. Hun opplever seg vurdert som mindre kompetent, fordi hun ikke er operativ på data i jobben. I studietiden brukte hun penn og papir noe som gjør at hun ikke har noe erfaring med å skrive på maskin. Hun har i forbindelse med jobben gått på flere kurs for å lære data. Kursene er ikke frivillige, men en del av jobben. Det er noen år siden hun var på det første kurset og hun er av den oppfatning at kursene var helt feil lagt opp. I stedetfor å

motivere deltakerne til å lære å bruke og skrive på maskinen fikk de en innføring i maskinen sin oppbygning. Frida som var skeptisk til data i utgangspunktet fikk gjennom disse kursene det hun trengte for å opprettholde sin skepsis. Hun føler at om en ikke kan data er en ikke noe verd. Hennes utførelse av yrket blir god eller dårlig ut fra om hun kan data eller ikke. Dette provoserer henne. Dill@ så hun på som nok et forsøk på å få henne interessert og hun prøvde den med lunket følelse. Etter at hun hadde gått igjennom cd-rommet en gang hadde hun fått et litt annet syn på data. Denne cd-en viste henne at hun kunne klare det. Den var funksjonell, lærerik og hun fikk ro og fred til å gjøre og repetere øvelsene.

Pauline: ”Den uerfarne men nysgjerrige” er i slutten av 40 årene og har liten erfaring med data. Det er egentlig ingen spesiell grunn til at hun ikke har engasjert seg i data. I begynnelsen tenkte hun som så at dette kunne være noe ungene ropte på far for når de trengte hjelp. Det var et prinsipp for henne at dette var noe far tok seg av, mens mor tok seg av andre ting. Etter å ha tatt det standpunktet har hun ikke brydd seg om å lære mer. Hun har i den senere tid sett at datamaskinen er et felles samlingspunkt for de andre familiemedlemmene. De kan surfe på nettet å se etter reisemål og priser på for eksempel ferier. Følelsen av ikke å være en del av dette fellesskapet har ført til av Pauline vil lære seg mer om data og da spesielt det som går på tekstbehandling og Internett. Pauline er i utgangspunktet usikker på datamaskinen og er redd for å bruke den når de andre i familien ikke er tilstede. Hun trenger å bli mer sikker på seg selv og datamaskinen. Pauline likte Dill@ og mener den har inspirert henne til å lære mer om dette media.

9. Hvor mange har brukt Dill@?

28% av de spurte i et representativt utvalg hadde fått Dill@, mens 11,8% av de har brukt den. 65,6% av de spurte brukte data jevnlig.

Informantenes bruk av de ulike elementene i Dill@:

- 8,9% brukt musedelen
- 7,9% brukt tekstdelen
- 8,9% brukt exeldelen
- 10,9% brukt bankdelen
- 9,9% brukt e-postdelen
- 7,9% brukt Internettdelen

9.1 Internett og nettbank

Av de som har brukt Dill@ hadde 7,9 % av de spurte søkt på **Internett** og 10,9 prøvd **bankdelen** av Dill@.

I den kvantitative delen av undersøkelsen ser vi at de fleste som har prøvd Dill@ har gått igjennom hele programmet. Ut fra svarene vi fikk da vi intervjuet kvinnene vet vi at noen av de som har fått Dill@ har vært borti tekstbehandling tidligere. Det som går på Internett, bank og e-post kan virke vanskelig. Flere av kvinnene hadde hatt lyst til å prøve, men terskelen for å prøve på egenhånd har vært høy. Ved å bruke Dill@ har de fått en mulighet til å lære seg

både bank og e-post. Dill@ viser på en fin måte hvordan det kan gjøres og da blir motivasjonen til å prøve på egenhånd større. Den kvalitative undersøkelsen understreker dette.

”Ja, spesielt dette med den der nettbanksaken fordi det virka litt avskrekkende i utgangspunktet – alt skjer so fort du lurar på om du har kontrollen.”

Ved å bruke Dill@ fikk hun den tiden hun trengte til å øve og bli kjent med programmet og dermed bygge opp selvtilliten. Andre kunne litt, men manglet noe kunnskap.

”Grunnen til at eg gjekk på Dill@ saken var jo det at eg hadde lyst til å bli tøffare på Internett og likeins å få denne her nettbanksaken fordi det har eg ikkje tørt.... Så når eg blei spurt så tenkte eg okei så kan eg få litt innføring på den delen og...så no har eg fått meg nettbank etter at eg brukte Dill@”.

Denne informanten hadde noe kunnskap om data og var en bruker av tekstbehandlingsprogram på data. Hun viste hva hun ville lære mer om, og med Dill@ fikk hun den muligheten hun hadde ventet på. Andre var mer opptatt av reising og mulighetene til å bestille billetter på nettet var forlokkende.

”Jeg er veldig interessert i å reise, så jeg syntes det var interessant dette med å bestille billetter”.

Gjennom Dill@ har hun sett at hun kan bruke Internett til å bestille billetter og dette motiverer henne til å prøve mer siden reising er noe hun har interesse for. Noen familier hadde brukt Internett til å bestille reiser. Da var det mann og barn som hadde sittet foran datamaskinen for å finne reisemål og priser. Kvinnene følte seg da litt utenfor og hadde et ønske om å lære å bruke Internett slik at de kunne ta del i denne hobbyen.

”Vi har nettopp bestilt ei langtur gjennom Internett, men det var det mannen min og jentene som ordna - det er jo ein ting som familien kan gjer saman.”

Savnet etter å kunne delta med de andre familiemedlemmene når det gjelder for eksempel å bestille reiser, gjør at denne kvinnen vil lære mer om nettet og hvordan en tar seg fram der.

Som vi ser av det første eksemplet var nettbank et mål med å være med på Dill@, men for andre er det en av de tingene de ikke kan tenke seg å lære noe mer om.

”Jeg liker ikke nettbank. Jeg er en person som liker å snakke med folk i banken. Jeg synes det er greit å kunne spørre om noe”.

Ikke alle mener alle funksjoner er like interessante med data. Det å miste den personlige kontakten med for eksempel bankfolkene er en terskel som kan virke høy. Det vil og variere i forhold til hva de kunne på forhånd – det kan bli mye å lære på en gang, og da er det ofte lettere å konsentrere seg om det som virker mest kjent. Dette viser at målene med å lære og hva de vil lære varierer fra person til person. Informantene var ikke kommet like langt i bruk av data, og det kan muligens påvirke hva de mener er interessant eller ikke.

9.2 Bruk av mus

Dill@-programmet starter med en øvelse med musbruk. 8,9% av de spurte hadde prøvd musdelen på Dill@. Av de vi intervjuet hadde noen få av informantene så liten kjennskap til data at de hadde prøvd øvingene med musa.

”Jeg ser at jeg er blitt flinkere med den der musa. I første så klarte jeg jo ikke å få den der den skulle i det hele tatt, men det klarer jeg nå veldig enkelt.”

Informantene som prøvde museøvelsene var fornøyd med hvordan det var lagt opp på Dill@. De fikk ta den tiden de trengte og de kunne gå tilbake og repetere når de hadde vært igjennom øvelsen.

En av informantene som var bruker av tekstbehandling ville gjerne at mannen skulle lære litt om data. Hun fikk mannen sin til å prøve Dill@. Øvingene med musa hadde han hatt stor nytte av.

Noen hadde mer erfaring med data og hoppet over punktene og øvingene med musbruk.

”Eg gjekk meir på det eg var interessert i. Eg gjorde ikkje øvingane med musa og alt det der”.

Det er viktig at Dill@ er bygd opp slik at du uten problem kan hoppe over de elementene i opplæringen som en allerede har kontroll på.

9.3 Tekst

7,9% av de spurte hadde prøvd tekstprogrammet til Dill@.

De som kunne litt om tekstbehandling før de kom i kontakt med Dill@ hadde allikevel et godt utbytte av cd-en. Det å bli trygg på maskinen og finne ut at det ikke er så lett å ”miste ting” var viktig – læring gir trygghet.

”..eg får ikkje so panikk om noko forsvinner – det forsvinner jo ikkje det er berre det at eg har gjort noko feil.”

Denne informanten hadde brukt tekstbehandling før, så hennes interesse gikk på å lære seg konkrete ting. Hun hoppet over museøvelsene som hun følte hun hadde kontroll på. For denne informanten var det viktig å bli trygg på maskinen og lære mer om tekstbehandling og hvordan en klipper og limer tekster siden skriving er en av hennes hobbyer. Etter å ha lært mer om tekstbehandling har arbeidet med å klippe og lime tekster blitt mye lettere.

”Det å kunne flytte filer og ta imot stoff frå andre og legge inn på vår maskin – det er ei heilt anna verd når du først mestrar det.”

De som kunne bruke tekstbehandling hadde enten lært det på egenhånd eller gått på kurs. Noen hadde gått på kurs, men hadde ikke praktisert etterpå noe som førte til at de ikke hadde hatt det store utbytte av kurset. Dette gjorde at de var skeptiske til data og interessen var lik null.

En informant satt igjen med dette inntrykket etter et kurs:

”Vitsen med data, jo du kunne finne hvor mange koteletter du hadde i frysen – det var liksom slik idiotiske argument så....”

Flere av de som hadde vært på kurs hadde hatt kursene for noen år siden. Eksemplet ovenfor vider en kvinne som ikke fikk sett nytten av data – det ble bare enda et argument for at dette ville hun ikke lære mer om. Flere opplevde òg at vekten av kursene ble lagt på maskinens oppbygging og lite på funksjon og skrivetrening. Andre hadde gått på kurs der de skulle lære å bruke de funksjonene, men det forutsatte at en kunne skrive på maskin.

”Du måtte jo skrive noe først før du kunne begynne og flytte og lime og herje med teksten og jeg satt der og ikke kom av gårde”.

Denne informanten opplevde at de andre kunne skrive på maskin noe hun hadde problem med. For å kunne begynne og jobbe med teksten måtte hun skrive den først og det var hennes problem – hun kunne ikke skrive på maskin. Da de andre hadde skrevet en tekst hadde hun bare skrevet en linje.

”... og da var det sånn at jeg plutselig bare begynte å trykke vilt på tastene ... vitsen var jo bare å få det til å flytte seg ... så det var det samme om det sto en masse tull eller om det sto en tekst og det kunne de kanskje ha sagt...”

Denne informanten hadde aversjon mot data helt fra begynnelsen av. Hun mente det ble lagt for mye vekt på data kunnskap og for lite på personlige egenskaper. Jakobsen og Jensen (1997) sier at hva en har igjen etter et kurs er varierende. Tempo og progresjon er ofte et problem når en deltar på kurs. Tempoet er høyt og deltakerne med liten kunnskap detter fort av og får lite igjen av kurset.

9.4 Excel

8,9% av informantene hadde prøvd Excel. Av kvinnene som ble intervjuet hadde nesten alle prøvd Excel-delen av cd`en. Denne delen av cd`en var den kvinnene meldte tilbake var vanskelig.

”den økonomiske delen var ikkje så enkel å komme igjennom – det tykte eg var vanskeleg”.

”På regneark der gikk det litt fort og jeg skjønnte ikke med en gang, men så var det bare å trykke repeat og så fikk jeg det til.”

De andre hadde ikke prøvd denne delen av Dill@ enten fordi de ikke hadde komt så langt under opplæring eller at de ikke hadde interesse for det som gikk på økonomidelen.

”Har ikkje hatt mykje bruk for det”. ”Rakk ikkje so langt i opplæringa”.

9.5 Har ikke prøvd den

16,2% av de som har fått Dill@ har ikke prøvd den. Når vi spør om hva som er grunnen til at de ikke har prøvd Dill@ finner vi at tilgang ikke er noe problem – alle mener å ha tilgang til

datamaskin. Informantene oppgir to grunner til at de ikke har prøvd Dill@ – disse er interesse og tid.

10,8 % oppgir interesse som grunn for ikke å ha prøvd Dill@, og her er det ingen forskjell mellom menn og kvinner.

6,5 % oppgir tid som grunn. Ser vi på forskjellen mellom menn og kvinner i forhold til tid finner vi en signifikant forskjell. Av mennene var det 2,1% som svarte tid, mens tilsvarende prosent hos kvinnene er 10,9%. Dette stemmer med det vi fant i den kvalitative datainnsamlingen. Tid er noe som begrenser kvinnene i bruk av data. Flere føler at å bruke tid på data er noe som ikke er helt passende. Denne knappheten på tid kan være årsaken til at mange kvinner ikke prioriterer egenopplæring i IT-bruk. (Jakobsen og Jensen 1997)

10. Erfaringer

I datamaterialet viser det seg at interesse er et stikkord i forhold til databruk.

Målene og motivasjonen til informantene var ulik fra informant til informant. Noen av informantene var målrette og ville lære seg dette med banktjenester, mens andre var mer interessert i å 'lære seg maskinen'. Noen var ikke interessert i data i det hele tatt, og var med på Dill@ fordi barna var involvert.

Den ene informanten forklarer sin mangel på interesse slik:

”Det skulle være sånn halleluja med data og da syntes jeg Det var litt sånn keiserens nye klær”.

Informanten måtte igjennom jobben sin ta flere kurs i data, men kursene var etter hennes mening ”lagt helt feil opp – vi skulle nesten lære innmaten på maskinen”. Det skulle veldig lite til for at vi fikk feil i maskinen, for eksempel glemte vi et punktum fikk vi feil i tilbakemeldingen. Dette punktet hadde ingenting med faget å gjøre ”og jeg tenkte at dette er ikke noe fremskritt for faget”.

For denne informanten var Dill@ i utgangspunktet enda et forsøk fra andre til å få henne til å interessere seg for data. Dette hadde hun i utgangspunktet ingen sans for, men lot seg overtale til å prøve. Reaksjonen er klar:

”Jeg har kjørt gjennom Dill@ og det er det beste jeg har sett for sånn som meg som er helt imot. Jeg synes den er veldig godt laga fordi den er enkel/ lett vint om du vil høre opp igjen så trykker du bare på en sånn repeat og sånn – ja det er faktisk det beste jeg har sett av kurs”.

Nesten alle informantene mente at Dill@ var motiverende og at de etter å ha prøvd den har fått en større interesse for data. Gjennom bruk av Dill@ har de sett og erfart at dette ikke var så vanskelig som de trodde i utgangspunktet.

11. Oppsummering

Gjennom intervjuene ser vi at tid og interesse er hovedårsakene til at disse kvinner bruker lite data. Ingen av kvinnene vi intervjuet hadde brukt data i utdanning eller i jobbsammenheng. En informant burde bruke data i jobben, men hadde til nå klart å unngå det. Flere hadde gått på kurs tidligere, men vegret seg for å bruke det de hadde lært. Kursene ble framstilt som lite bruksrettet og dermed lite motiverende.

Et av målene for Dill@ er at bruk av cd-romen skal motivere og veilede brukeren til å ta i bruk data. Dette målet er i stor grad oppnådd hos de informantene vi intervjuet. Vi ser det både gjennom at brukerne av Dill@ har blitt motivert til å prøve mer, og at flere av informantene er blitt brukere av data. Barrierer som kvinnene hadde før de prøvde Dill@ er borte, og de er fornøyd med at de har fått en ny innsikt i hva data er. Målene og motivasjonen hos kvinnene har vært ulike, men alle har fått utbytte av bruken på sine egne premisser.

Uttalelser som:

”Dette er til og med noe for en bakstrevske som meg”

”Dill@ er det første som har vært vettugt av de kursene jeg har hatt og sett og det var veldig enkelt og nyttig”

bekrefter dette i stor grad.

Hovedtemaer er skriving, regning, e-post og Internett. Ideen bak CD`en om å være sjølstartende og ha stor grad av interaktivitet, at navigeringsknappene skal være enkle å bruke, at framdriften styres av brukeren, alt dette er poenger som ser ut til å fungere.

Noen av informantene og en av de som var med på evalueringen hadde startproblemer med cd-rommet. De kom ikke inn på programmet og måtte prøve noen ganger før de lyktes. Informantene ga ikke opp, og når de først kom inn på cd`en var det ingen problemer å gjennomføre opplegget. Samtlige informanter var fornøyd med cd`en sin oppbygging. De var og fornøyd med at dette var noe de kunne jobbe med i eget tempo og det var lett å gå tilbake om det var noe de ikke fikk til eller noe de ikke forsto.

”det var bare å bruke den der repeat knappen og så kunne du prøve en gang til”

Tiden som var estimert til gjennomgang av Dill@ var satt til 30 minutter, og på skolene en klassesstime (45 minutt). Noe av informantene hadde ikke vært borti data før, og da blir 45 minutter som skolen hadde satt av litt for lite.

Selv om de ikke kom igjennom hele cd`en fikk de et innblikk i hva dette er og kunne ta med seg cd`en hjem og prøve mer på egenhånd. En av informantene mente at etter å ha prøvd Dill@ var veien for å skaffe seg maskin hjemme blitt enda kortere.

11.1 Vil du ta fram Dill@ senere?

På dette spørsmålet svarte nesten alle informantene at det ville de. De hadde hatt et så godt utbytte av CD-rommet at de var topp motivert til å prøve igjen. En informant sa det slik:

”Jeg har kjørt igjennom Dill@ og det er faktisk det beste jeg har sett av kurs.”

Denne informanten har tidligere prøvd flere kurs uten å fått den store aha opplevelsen. Etter å ha brukt Dill@ er hun motivert til å lære seg mer om data og målsetningen med at ingen brukere vil kunne mislykkes er oppnådd.

Vi finner altså lite som tyder på at angst er en årsak til at målgruppen ikke bruker data, men at det er knyttet til tid og interesse.

Oppsummert forteller undersøkelsene oss at mange (58,1%) i Gloppen kommune kjenner til Dill@, at 28% hadde fått Dill@, mens 11,8% har brukt den. Informantene oppgir to grunner til at de ikke har prøvd Dill@ – interesse og tid.

Når de først er i gang med Dill@, ser det ut til at de prøver hele opplegget. Det er bankdelen (10,9%) og e-postdelen (9,9%) som er mest brukt.

De som har prøvd Dill@ er fornøyde. Undersøkelsen gir oss informasjon om at de betrakter opplæringen som både så god og så nyttig at de vil bruke Dill@ videre. Om dette er reelt er for tidlig å si noe bestemt om, men informantene er klare på at de vil bruke Dill@ til å lære mer og repetere det de har lært. Dette gjelder også de informantene som har prøvd andre typer datakurs tidligere. Dill@ treffer også de som på forhånd er ”helt blanke”. De som tidligere har jobbet med data er mer målrettet, og går direkte på de delene av Dill@ som er aktuelle, også i forhold til disse gruppene fungerer CD-en. En viktig indikasjon på at opplæringen har fungert, er at informanter faktisk har tatt i bruk tjenester som et resultat av Dill@, nettbank er et eksempel på dette.

Litteratur

Berg, A. J. (1996): *Digital feminism*. Rapport nr. 28/19 Trondheim: Senter for teknologi og samfunn.

Gransmo, H. J. (2002): Samfunnsproblemet, jenter og data. I *Kvinneforskning* 2/2002

Jakobsen, M. og Jensen, M. (1997): "Pappa kan hjelpe deg frøken" – holdninger til informasjonsteknologi blant kvinnelige lærere over 45 år. Forskningsrapport 10/97. Kjeller: Telenor forskning og utvikling.

Vedlegg

Strukturert intervjuguide, kvantitativ undersøkning

SPØRSMÅL TIL UNDERSØKELSE OM "DILLA", KVANTITATIV DEL

1. Alder
2. Bruker du data? JA NEI
3. Har du hørt om "DILLA"? JA NEI
4. Har du fått DILLA@ cd`en? JA NEI
5. Har du brukt den? JA NEI

Hvis ja: Kva deler?

- Tekstbehandling.....
- Excel.....
- Bank.....
- Mail.....
- Anna.....

Hvis nei: Hvorfor ikke?

- ikke tilgang til datamaskin.....
- ikke tid.....
- ikke interesse.....
- anna.....

6. Hvordan fungerer det?

- Bra
- Ok
- Dårlig

Intervjuguide, kvalitativ undersøkning

SPØRSMÅL/TEMA TIL INTERVJU, KVALITATIV DEL

1. Hvilken utdanning har du?
2. Brukte du data i utdanningen din?
 - Ja: på hvilken måte?
 - Hvilke type program brukte du?
3. Hvilken yrkeserfaring har du?
4. Hva jobber du med nå?
 - Bruker du data i jobben?
 - Ja: hvilke program bruker du?
5. Har du datamaskin hjemme?
6. Hvordan bruker familien datamaskinen?
 - barn
 - mann
 - du
 - hvem hjelper hvem
7. Hva synes du om å bruke data?
 - er det avskrekkende?
 - Er fortrolig med datamaskinen og tør å prøve meg fram
8. Hva bruker du datamaskinen til?
 - bank
 - e-mail
 - tekstbehandling
 - rekneark
9. Du har mottatt Dill@ cd`en?
 - Hvor fikk du cd`en
 - Fikk den av skolebarn – har du fått noe instruksjon fra barnet?
10. Har du prøvd den?

11. Hva synes du om den?
 - hva har fungert bra?
 - hva har fungert dårlig?
 -
12. Hvor mange ganger cirka har du brukt den? 1,2,3....
13. Når brukte du den?
 - rett etter utdeling?
 - bruker den enda
14. Har du brukt den i det siste?
 - hvorfor
 - hvorfor ikke
15. Har cd`en motivert deg til å prøve ut ting du ikke har brukt før?
16. Er det noe du kunne ha brukt for i jobben som du etter å ha prøvd cd`en har lært?
17. Har andre i familien brukt Dilla?
18. Har dere like/ ulike erfaringer?
19. Alder