

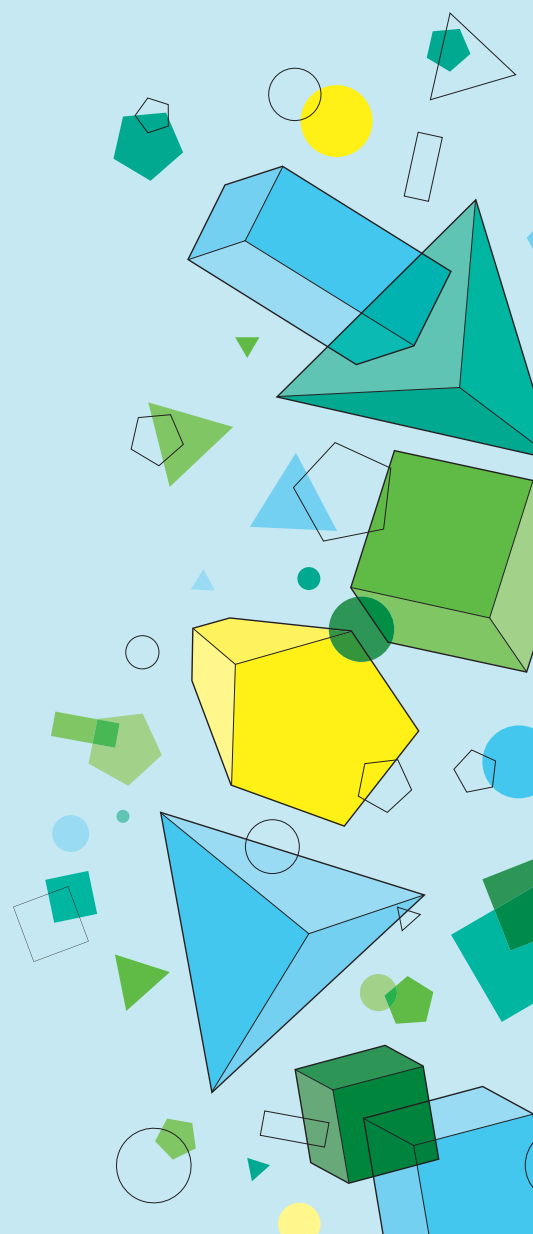
RAPPORT OKTOBER 2010

Senter for IKT i utdanningen

# Fokusgruppeundersøkelse om nettbasert utdanningsinformasjon

**SENTER  
FOR IKT I  
UTDANNINGEN**

**RAMBOLL**



Senter for IKT i utdanningen

Fokusgruppeundersøkelse  
om nettbasert  
utdanningsinformasjon

**Rambøll**

Besøksadr.: Hoffsvæien 21-23,

Postboks 427

Skøyen

0213 Oslo

T +47 2252 5903

F +47 2273 2701

[www.ramboll-management.no](http://www.ramboll-management.no)

## INNHold

<b>1.</b>	<b>Innledning</b>	<b>1</b>
1.1	Formål med undersøkelsen	1
1.2	Metodisk gjennomføring	1
1.3	Metodiske begrensninger	4
1.4	Leserveiledning	4
<b>2.</b>	<b>Sammendrag</b>	<b>5</b>
2.1	Rådgivning i skolen	5
2.2	Kanaler til utdanningsinformasjon	5
2.3	Målgruppenes behov for nettbaserte rådgivningstjenester	6
2.4	Anbefalinger for videreutvikling av utdanning.no	6
<b>3.</b>	<b>Rådgivning i skolen</b>	<b>9</b>
3.1	Regionale forskjeller	9
3.2	Organisering og gjennomføring	10
3.3	Behov	14
<b>4.</b>	<b>Nettbasert rådgivning</b>	<b>16</b>
4.1	Kjennskap og bruk	16
4.2	Behov for funksjoner og tjenester	17
4.3	Informasjonsbehov	21
4.4	Behov for rådgiver gjennom ulike kanaler	23
4.5	Markedsføring	26
<b>5.</b>	<b>Utvalgte nettbaserte rådgivningstjenester i Norden</b>	<b>28</b>
5.1	Beskrivelse av utvalgte nettsteder	28
5.2	Nettstedenes innhold	29
5.3	Muligheter for personlig rådgivning	31
5.4	Brukerinvolvering	34
<b>6.</b>	<b>Konklusjoner og anbefalinger</b>	<b>36</b>
6.1	Rådgivning i skolen	36
6.2	Nettbasert utdanningsinformasjon	36
6.3	Andre lands nettsteder	37
6.4	Videreutvikling	37

# 1. INNLEDNING

Rambøll har gjennomført fokusgruppeundersøkelse om nettbasert utdanningsinformasjon på oppdrag for Senter for IKT i utdanningen. Undersøkelsen er gjennomført fra september til november 2010. Med dette leveres sluttrapport for undersøkelsen.

Senter for IKT i utdanningen drifter den nasjonale nettportalen utdanning.no som eies av Kunnskapsdepartementet. Formålet med utdanning.no er å samle informasjon om utdanning på en plass, og dermed gi enkel tilgang til all relevant informasjon om utdanning, karriere og læring. Utdanning.no skal gjøre det enklere å velge utdanning, lettere å lære og raskere å finne frem for både elever og rådgivere<sup>1</sup>.

## 1.1 Formål med undersøkelsen

Formålet med fokusgruppeundersøkelsen har vært å få frem dybdekunnskap om ulike målgruppers behov knyttet til nettbaserte informasjons-, rådgivnings- og veiledningstjenester om valg av utdanning og karriere. Herunder har vi undersøkt ulike målgruppers vurderinger av det nettbaserte tilbudet vedrørende utdanningsinformasjon som eksisterer i dag, samt deres behov for nye tjenester. Datagrunnlaget fra undersøkelsen skal brukes for å forbedre rådgivningstilbudet i Norge, med særlig fokus på hvordan rådgivningstjenesten kan forbedres gjennom bruk av den nettbaserte tjenesten utdanning.no.

Følgende hovedtema har vært sentrale i undersøkelsen:

- Rådgivning i skolen, herunder faget utdanningsvalg i ungdomsskolen
- Rådgivning på nett
- Utdanning.no, herunder behovet for nye tjenester
- Informasjon og markedsføring

## 1.2 Metodisk gjennomføring

I dette avsnittet beskriver vi den metodiske gjennomføringen av undersøkelsen. Datamaterialet er i hovedsak fremskaffet ved bruk av fokusgruppeintervju, og består derfor av kvalitative data. I tillegg har vi samlet inn et begrenset omfang kvantitative data i tilknytning til fokusgruppeintervjuene. Videre har det blitt gjennomført en sammenligning av nettbaserte utdanningstjenester fra tre øvrige nordiske land, Danmark, Sverige og Finland.

### 1.2.1 Fokusgruppeintervju

Undersøkelsen er i hovedsak gjennomført ved bruk av fokusgruppeintervju. Fokusgruppe er en kvalitativ metode hvor en gruppe mennesker samles for å diskutere og fokusere på et gitt tema. Det er en semistrukturert gruppesamtale som ledes av en moderator. Målet med fokusgrupper er å bringe frem deltakernes oppfatninger, vurderinger, holdninger og ideer om et utvalgt tema.

Undersøkelsen har vært gjennomført i fire regioner, nord, vest, sør og øst. I hver region har vi gjennomført seks fokusgruppeintervjuer. Hvert av fokusgruppeintervjuene ble gjennomført med informanter i samme målgruppe. Følgende målgrupper deltok i fokusgruppeintervjuene i hver region:

- Elever i ungdomsskolen
- Elever i videregående skole
- Frafallselever
- Studenter
- Lærere i faget utdanningsvalg og rådgivere i ungdomsskolen
- Rådgivere i videregående skole

Målgruppene kan videre deles inn i to hovedmålgrupper når det gjelder nettbasert utdanningsinformasjon, elever og studenter på den ene siden og rådgivere på den andre siden. Elever og studenter utgjør den direkte målgruppen for utdanningsinformasjonen, og skal kunne anvende informasjonen direkte for å ta veloverveide valg om utdanningsprogram på videregående opplæring og eventuelt høyere utdanning. Rådgivere, på den andre siden, utgjør en

<sup>1</sup> [http://utdanning.no/om\\_utdanning.no/hva\\_er\\_utdanning.no](http://utdanning.no/om_utdanning.no/hva_er_utdanning.no)

indirekte målgruppe, da disse skal anvende utdanningsinformasjonen for veilede elever i sine utdanningsvalg.

Det ble utarbeidet egne intervjuguider til fokusgruppeintervjuene med hver av målgruppene basert på temaene nevnt i avsnitt 1.1. Intervjuguidene til hver av målgruppene sentrerte seg i stor grad rundt de samme temaene, med ulike vinklinger tilpasset målgruppene.

### 1.2.2 Kvantitativt spørreskjema

Som et supplement til intervjuguidene ble det utarbeidet et kortfattet spørreskjema som informantene ble bedt om å fylle ut under fokusgruppeintervjuene. Skjemaet inneholdt spørsmål som omhandlet deltakernes behov for nettbasert utdanningsinformasjon og rådgivningstjenester, fordelt på tre tema:

- Behov for tjenester på en nettside om utdanning
- Viktig utdanningsinformasjon
- Behov for utdanningsrådgiver i ulike kanaler

Skjemaene ble samlet inn og deretter kodet og analysert. Dette har gitt oss et kvantitativt datamateriale bestående av totalt 88 besvarelser fra alle målgruppene.

Utfyllingen av skjemaene ble lagt inn som en aktivitet under fokusgruppene, og utfyllingen ble gjort avslutningsvis i første del av fokusgruppeintervjuene. Etter en kort pause var så utfyllingen av skjemaene gjenstand for diskusjon. Rambøll vurderer at bruken av skjemaene fungerte svært godt i denne sammenhengen, ettersom informantene konkret måtte ta stilling til en del sentrale temaer og muligheter for en framtidig løsning, og at de utfylte skjemaene utgjorde et svært godt utgangspunkt for videre diskusjon i fokusgruppeintervjuene.

### 1.2.3 Utvalg og rekruttering av deltakere

For å få god spredning i utvalget, har vi gjennomført undersøkelsen i fire ulike deler av landet. I utgangspunktet ble det forsøkt å rekruttere 6-8 informanter for hver målgruppe i hver region. Vi har også tilstrebet variasjon med hensyn til kjønn og utdanningsvalg.

I hver av de fire regionene ble undersøkelsene gjennomført i en sentral kommune/by. Deltakere til fokusgruppene ble rekruttert fra omkringliggende, relevante institusjoner, henholdsvis ungdomsskole, videregående skole og universitet/høgskole, og fokusgruppene ble gjennomført ved et sted utenfor skolen.

Vi lyktes i størst grad med å rekruttere det ønskede antallet informanter blant elever i ungdomsskolen og elever i vgs, og til en viss grad studenter. Det viste seg utfordrende å rekruttere frafallselever, samt rådgivere i både ungdomsskolen og videregående skoler. I det videre redegjør vi for rekruttering av deltakere til de ulike målgruppene.

I fokusgruppene med *elever i ungdomskolen* deltok elever fra 10. Trinn. I hver region deltok totalt åtte elever, fire elever fra to ulike skoler. Det var jevn fordeling mellom kjønn og variasjon med hensyn til planer for videregående opplæring.

I fokusgruppene med *elever i videregående opplæring* deltok elever fra Vg2, samt en elev som gikk påbyggningsfag. I tre av regionene deltok 6 elever, mens i en region deltok 7 elever. Det var en jevn fordeling med elever på studieforberedende og yrkesfaglige utdanningsprogram. Elever fra følgende utdanningsprogram var representert:

- Studiespesialisering, Vg2 Språk, samfunn og økonomi
- Studiespesialisering, Vg2 Real FAG
- Studiespesialisering, Vg2 Formgivningsfag
- Media og kommunikasjon, Vg2 Media og kommunikasjon
- Helse og sosialfag, Vg2 Barne og ungdomsarbeiderfag
- Bygg og anleggsteknikk, Vg2 Klima, miljø og energiteknikk
- Elektrofag, Vg2 Data og elektronikk
- Vg3 Påbygging til generell studiekompetanse for yrkesfaglige utdanningsprogram

Når det gjelder *frafallselever* var det utfordrende å få nok informanter, både på grunn av frafall og på grunn av pressede institusjoner som ikke har tid til å hjelpe til. Frafallselevene har blitt kontaktet gjennom Oppfølgingstjenesten, som er den fylkeskommunale instansen med oppfølgingsansvar for rettighetselever som ikke er i opplæring eller arbeid, lokale NAV-kontorer

og karrieresentre i de tilfellene hvor karrieresentrene arbeider med frafallselever fra videregående skole. I kun én av fire regioner ble det gjennomført fokusgruppeintervju som planlagt. Her deltok fire frafallselever. I de tre andre regionene møtte ingen opp. For å fremskaffe et tilfredsstillende datamateriale fra denne målgruppen gjennomførte vi supplerende telefonintervju. Disse informantene besvarte også spørreskjemaet under intervjuet. Totalt ble det gjennomført telefonintervju med fem frafallselever. Samtlige av disse kom fra region øst.

I fokusgruppene med *studenter* deltok studenter fra byens universitet eller høyskole. Gruppene besto av mellom to og syv informanter. Vi hadde overraskende store vanskeligheter med å rekruttere nok deltakere, til tross for insentivet med et gavekort på 400,- kroner til. I utgangspunktet ble studenter forsøkt rekruttert gjennom studentorganisasjoner, men andre midler har også blitt tatt i bruk. Spesielt i region nord var det vanskelig å rekruttere informanter, til tross for svært behjelpelige personer i organisasjonene som både har sendt ut informasjon over e-post og kontaktet aktuelle deltakere direkte. Studentene har også blitt forsøkt rekruttert gjennom Karrieresentre, i tilfellene hvor disse har vært lokalisert ved studiestedene (sør og vest), uten gode resultater. Videre har det blitt forsøkt rekruttert ved hjelp av sosiale nettsider, som Facebook, og ved hjelp av personlige kontakter i de ulike byene. Bruk av personlige kontakter har vist seg å være den mest effektive rekrutteringsmetoden. Insentivet med et gavekort på 400,- kroner til studentene har vært svært nyttig, men åpenbart ikke nok. Det gir grunnlag for å stille spørsmål ved om penger i utgangspunktet ikke er nok til å få deltakerne med på en slik undersøkelse, ettersom de ofte får forespørsler om markedsundersøkelser med lignende insentiver. Samlet deltok 19 studenter i undersøkelsen. De representerte ulike studieprogram på både bachelor- og masternivå, herunder:

- Allmennlærer
- Revisjon
- Offentlig politikk og ledelse
- Samfunnsendring og kommunikasjon
- Økonomi og administrasjon
- Arbeids og velferdsforvaltning
- Kunst og design
- Arbeids- og organisasjonspsykologi
- Sosiologi
- Journalistikk

I fokusgruppeintervju med *lærere i faget utdanningsvalg og rådgivere i ungdomsskolen* deltok mellom 1 og 4 informanter. Disse ble rekruttert fra de samme to ungdomsskolene i hver region som deltok med elever. Flere steder var rådgiver også lærer i Utdanningsvalg.

I fokusgruppeintervju med *rådgivere/karriereveiledere i vgo* deltok fra 2 til 3 informanter. Disse ble, i likhet med rådgivere i ungdomsskolen, rekruttert fra de samme skolene som deltok med elever. I alle fire regionene hadde rådgiverne erfaring med å veilede både elever på studieforberedende og yrkesfaglige utdanningsprogram. I etterkant av fokusgruppeintervjuene ble det gjennomført supplerende telefonintervju med to rådgivere fra region sør og region øst.

Rådgivere, både i ungdomsskolen og videregående, har vært problematisk å få med i undersøkelsen. Mange har ikke tid til å delta eller ønsker rett og slett ikke delta. I stor grad er årsaken til manglende deltakelse blant de som kunne tenke seg å delta for stor arbeidsmengde eller et tidspunkt som ikke passer. I alle regionene har rådgiverne, og i ungdomsskolen lærere i utdanningsvalg, blitt forsøkt rekruttert gjennom kontakt med skolene. Noen skoler har vært svært behjelpelige, mens andre ikke ønsket å delta. Mange av skolene som deltok har ikke mange nok rådgivere eller lærere til at det ønskede antallet deltakere oppfylles. I samtlige regioner har det derfor vært forsøkt å rekruttere fra andre nærliggende skoler ved å kontakte rådgivere/lærere direkte. Dette har hjulpet noe, men ikke i stor nok grad til at det ønskede antallet deltakere ble oppfylt. Noen av rådgiverne/lærerne som ikke har kunnet delta på grunn av et ubeleilig tidspunkt, har sagt seg villig til eller selv ytret ønske om å delta i et telefonintervju på et senere tidspunkt. I etterkant kan det se ut til at det var ambisiøst å rekruttere 6-8 rådgivere i hver region, sett i forhold til antallet skoler og deres mulighet til å stille til intervjuer i arbeidstiden ved andre steder enn skolen.

#### 1.2.4 Gjennomgang av nettbaserte utdanningstjenester i andre land

I tillegg til fokusgruppeintervju og et kortfattet spørreskjema har vi gjennomført en komparativ studie av fire nettbaserte utdanningstjenester fra Danmark, Sverige og Finland. Formålet med denne gjennomgangen har vært å fremskaffe informasjon om hvordan nettbaserte

utdanningstjenester i andre nordiske land, som grunnlag for å videreutvikle den norske nettbaserte utdanningstjenesten utdanning.no. Følgende nordiske nettsteder har inngått i landgjennomgangen:

- Ug.dk
- Vägledningsinfo.se
- Utbildningsinfo.se
- Opintoluotsi.fi

Vi har vektlagt nettsidenes nettsidenes innhold og muligheten for å få personlig rådgivning og veiledning.

Rambøll har også gjennomført telefonintervju med en sentral person ved de fire utvalgte nettstedene, henholdsvis utbildningsinfo.se, ug.dk, opintoluotsi.fi og vagledningsinfo.se.

### 1.3 Metodiske begrensninger

Ettersom undersøkelsen har blitt gjennomført ved bruk av kvalitativ metode blant et begrenset utvalg av informanter kan ikke funnene fra undersøkelsen generaliseres til å representere de seks målgruppene i hele landet. Dette har heller ikke vært formålet med undersøkelsen. Vi vil videre gjøre oppmerksom på at kvalitative datainnsamlingsmetoder medfører at datagrunnlaget representerer de utvalgte informantenes subjektive meninger og våre fortolkninger av disse.

En annen begrensning er at spørreskjemaet som ble benyttet under fokusgruppeintervjuene ikke ble fullstendig besvart av alle informantene. Derfor har det ikke vært mulig å analysere resultater innenfor verken målgruppe eller region, og resultatene presenteres derfor samlet i rapporten.

Til tross for at vi ikke med sikkerhet kan si at funnene er generaliserbare fremkom det store likheter i perspektivene blant målgrupper på tvers av regioner. Dette gir grunnlag for å anta at funnene ville sett relativt like ut om vi hadde inkludert et større utvalg. Rambøll vurderer derfor at det er grunnlag for å anta at funnene utgjør et godt utgangspunkt for å kunne videreutvikle den nettbaserte utdanningstjenesten utdanning.no.

### 1.4 Leserveiledning

I **kapittel 2** gir vi et kort sammendrag av hovedfunnene fra undersøkelsen, herunder de ulike målgruppens behov for nettbasert utdanningsinformasjon, samt våre anbefalinger til videreutvikling av utdanning.no

I **kapittel 3** presenterer vi hvordan rådgivning i skolen gjennomføres i både ungdomsskolen og videregående skole. Vi legger vekt på organisering av tilbudet, herunder faget Utdanningsvalg i ungdomsskolen, og presenterer elevs og rådgiveres vurderinger av rådgivningen.

I **kapittel 4** presenterer vi ulike målgruppers perspektiver på nettbaserte rådgivningstjenester som eksisterer i dag, samt deres vurderinger av behov for fremtidige nettbaserte rådgivningstjenester. I dette kapittelet inngår også funnene fra spørreskjemaet i form av tabeller basert på kvantitativt datamateriale.

I **kapittel 5** gir vi en beskrivelse av nettbaserte utdanningstjenester i andre nordiske land, samt en sammenlignende gjennomgang av tjenestene med hensyn til innhold og mulighet for personlig rådgivning.

I **kapittel 6** oppsummerer vi hovedfunnene vedrørende de ulike målgruppens behov knyttet til rådgivningstjenester (kapittel 3), vurderinger av funksjoner og innhold i nettbaserte tjenester (kapittel 4), sett opp mot nettbaserte utdanningstjenester i andre nordiske land (kapittel 5). Basert på dette presenterer vi våre anbefalinger for videreutvikling av utdanning.no.

## 2. SAMMENDRAG

Rambøll har på oppdrag for Senter for IKT i utdanningen gjennomført en fokusgruppeundersøkelse om nettbasert utdanningsinformasjon blant flere målgrupper. Oppdraget skal bidra til å forbedre rådgivningstilbudet i Norge, med særlig fokus på hvordan rådgivningstjenesten kan forbedres gjennom bruk av den nettbaserte tjenesten utdanning.no. Formålet med oppdraget har vært å undersøke målgruppene behov knyttet til nettbaserte informasjons-, rådgivnings- og veiledningstjenester om valg av utdanning og karriere. Fokuset har vært rettet mot målgruppene vurderinger av de nettbaserte utdanningstjenestene som eksisterer i dag, samt deres behov for eventuelle nye tjenester.

### 2.1 Rådgivning i skolen

Det er flere likhetstrekk, men også noen vesentlige forskjeller, i hvordan rådgivning foregår i ungdomsskolen og videregående skole.

#### 2.1.1 Ungdomsskolen

I ungdomsskolen skal elevene ha faget Utdanningsvalg, som har til hensikt å gi elevene det nødvendige kunnskapsgrunnlaget for å velge utdanningsprogram i videregående opplæring. I undersøkelsen fremkom det at faget gjennomføres på ulike måter ved skolene. Ved enkelte skoler er faget lite organisert med lite konkret innhold. Ved andre skoler er det satt av faste timer til faget, med et mer konkret innhold. Det finnes ikke læremidler til faget, men flere lærere har benyttet nettsiden vilbli.no som en del av undervisningsopplegget. Organisering synes å ha sammenheng med skoleledelsens prioriteringer og den enkelte lærers engasjement, og påvirker elevens oppfatning av fagets verdi. Elevenes inntrykk er at faget ikke fungerer optimalt enda, og få elever mener å ha utbytte av faget i form av en bedre forberedelse til utdannings- og yrkesvalg.

#### 2.1.2 Videregående skole

Elever på videregående skoler har ulike behov for rådgivning avhengig av om de har valgt yrkesfaglige eller studiespesialiserende utdanningsprogram. Elever som har valgt studiespesialiserende utdanningsprogram har lite behov for rådgivning før de kommer til vårsemesteret på Vg3 og skal søke høyere utdanning. For elever på yrkesfaglige utdanningsprogram melder behovet for rådgivning seg allerede i Vg1, fordi elevene skal velge spesialisering i Vg2. På yrkesfaglige utdanningsprogram har elevene Prosjekt til fordypning, som har til hensikt å hjelpe elevene i dette valget ved at de får innblikk i hva de ulike utdanningsprogrammene og mulige fremtidige yrker innebærer.

Elever i både ungdomsskolen og videregående skole opplever størst utbytte av individuelle samtaler med rådgiver. Samtidig oppga mange at de aldri har hatt noen samtale med rådgiver. Dette kan skyldes at elevene selv må bestille time hos rådgiveren, noe kun få elever gjør. Ved de fleste skolene har rådgiverne for lite tid til rådighet til å kunne tilby alle elever dette.

### 2.2 Kanaler til utdanningsinformasjon

Elevene i ungdomsskolen benytter i liten eller i noen grad internett for å finne utdanningsinformasjon, men de fleste kjenner til vilbli.no, og mange benytter denne nettsiden i faget Utdanningsvalg. Et fåtall av elevene på både ungdomsskolen og videregående skole hadde kjennskap til utdanning.no. Rådgiverne i ungdomsskolen benytter seg aktivt av nettsider i sin rådgivning. I forbindelse med bruk av nett i faget Utdanningsvalg var det ingen spesiell nettside som utpekte seg, men pedlex, vilbli.no og vigo.no ble nevnt som gode sider. Alle hadde også kjennskap til utdanning.no.

Elevene i videregående opplæring bruker i varierende grad nettet for å finne informasjon om utdanning. De har benyttet seg av vilbli.no og fra ungdomsskolen kjenner de også til vigo. Noen har utforsket universitetenes og høyskolenes egne nettsider, og noen få har vært innom samordna opptaks nettsider. Mange benytter google for å finne svar på spørsmål i forbindelse med utdanning. Frafallelever er skeptiske til utdanningsinformasjon og rådgivning på nett, og flertallet foretrekker å snakke med en rådgiver ansikt til ansikt. Rådgiverne i videregående skole benytter seg aktivt av nettsider i sin rådgivning, men ofte anbefaler de gode sider for elevene og oppfordrer dem til å oppsøke dem på egen hånd. Denne gruppen bruker et bredere spekter av nettsider enn rådgivere i ungdomsskolen, fordi elevene har mer differensierte behov. Alle rådgiverne hadde kjennskap til utdanning.no.



Studentene bruker mange ulike nettsteder, og mange synes det er for mange sider å velge blant. Flere går hovedsakelig inn på de ulike studiestedenes sine hjemmesider for å finne informasjon. Noen har også vært inne på utdanning.no.

### 2.3 Målgruppens behov for nettbaserte rådgivningstjenester

En personlig, nettbasert rådgivningstjeneste kan være et fint supplement til tradisjonell rådgivning, men vil ikke kunne erstatte den personlige samtalen ansikt til ansikt mellom elev og rådgiver.

#### **Behov for en helhetlig tjeneste**

Rådgivere har en felles oppfatning med elever om at det er utfordrende for elevene å finne frem til god informasjon om utdanning på internett, blant annet fordi denne typen informasjon finnes på flere ulike nettsteder. Flere har påpekt behovet for en helhetlig tjeneste med all nødvendig utdanningsinformasjon, slik at det ikke er nødvendig å oppsøke mer enn en nettside.

#### **Informasjon**

Den informasjonen som det er størst behov for på en nettside om utdanning er studiets faglige innhold, skolens/studiets opptakskrav, jobbmuligheter, karakternivå, vurderinger fra andre elever/studenter og lønn i ulike yrker.

#### **Rådgivning i ulike kanaler**

I undersøkelsen fremsto rådgivning ansikt til ansikt som den desidert viktigste kanalen for rådgivning. Videre fremkom det at e-post og telefon også anses som interessante kanaler for rådgivning. SMS, chat og Facebook ble vurdert som mindre viktige kanaler for rådgivning.

### 2.4 Anbefalinger for videreutvikling av utdanning.no

Alle målgruppene var enige om at det er behov for en helhetlig nettjeneste om utdanning, hvor de kan finne all relevant informasjon som per i dag finnes på ulike nettsider. Elever på både ungdomstrinnet og videregående skole synes det er vanskelig å finne frem til utdannings- og yrkesinformasjon på nettet, og trenger enkle, oversiktelige sider.

#### 2.4.1 Tjenester

Rambøll har følgende anbefalinger for videreutviklingen av tjenester på utdanning.no:

#### **Grafisk presentasjon av utdanningssystemet**

Det bør etableres en god visuell/grafisk presentasjon av utdanningssystemet som både er oversiktlig og gir mulighet til å klikke seg nedover i lagene/nivåene slik at de som har behov for mer detaljert informasjon har tilgang til dette. Presentasjonen bør også vise ulike veier basert på valgene.

#### **Personlig rådgivning**

Personlig rådgivning bør være tilgjengelig i ulike kanaler som forum, chat, e-post, sms, telefon, slik at ulike behov blant elever og studenter dekkes. Ved chat er det viktig at tjenesten er tilgjengelig gjennom en profesjonell og seriøs nettside for utdanning. Det ønskes også bilde og navn (og annen relevant informasjon) på rådgiverne som bidrar til å gjøre en slik kanal noe mer personlig.

#### **Videoklipp av elever/studenter/yrkesutøvere**

Nettsiden bør inneholde videoklipp av elever/studenter/yrkesutøvere. Brukerne bør for eksempel bli presentert for videoen når han/hun har klikket seg frem til en skole, en retning eller et yrke. Det er viktig at videoene er objektive og presenterer et realistisk bilde av virkeligheten, gjerne utviklet i samarbeid med en objektiv tredjepart.

#### **Interesstester**

Nettsiden bør inneholde mulighet for å ta interesstest. For at disse skal oppleves som nyttige bør de være reliable og valide, og kombineres med mulighet for personlig rådgivning.

#### **Diskusjonsforum**

Nettsiden bør inneholde et diskusjonsforum hvor profesjonelle rådgivere deltar, ettersom elever og studenter har lite tiltro til en forumstjeneste med kun elever/studenter som deltakere. Det bør imidlertid også åpnes for kommunikasjon mellom elever og studenter da disse kan ha relevante erfaringer å dele.

#### 2.4.2 Informasjon

Fokusgruppene har avdekket at det er en rekke behov og ønsker når det gjelder informasjon som bør finnes på en god nettside for utdanning. Det er viktig at det finnes informasjon om følgende

- Faglig innhold
- Opptakskrav
- Jobbmarked
- Karakternivå
- vurderinger av elever/studenter
- lønnsnivå
- Kvalitetsvurderinger
- Lærlingplass

Informasjon om geografisk plassering, muligheter for å ta utdanning og/eller jobbe i utlandet vurderes som mindre viktig, mens strykprosent, antall elever i klassen og kjønnsfordeling er minst viktig.

Det bør tilstrebes å inkludere informasjon om alle disse punktene på nettsiden. Informasjonen bør vises der den er relevant for brukeren. Det bør også være forskjellige innganger til informasjonen, for eksempel gjennom søk, filtrering, interessedetester, studie-/yrkesvelgere etc. Informasjonen bør også tilpasses definerte målgrupper for nettsiden.

#### 2.4.3 Rådgivning i ulike kanaler

Et hovedfunn fra undersøkelsen er at rådgivning primært bør foregå ansikt til ansikt mellom elev og rådgiver. Likevel er det slik at rådgivere ikke alltid er tilgjengelige for personlig rådgivning ansikt til ansikt. Det bør derfor være mulig å få personlig rådgivning av høy kvalitet også i andre kanaler. Fokusgruppene har vist at mange mener e-post og telefon er en egnede kanaler, SMS er egnet til enkelte formål. Facebook og MSN ser ut til å være mindre egnet, da dette er private arenaer hvor det ikke er ønskelig å trekke inn rådgivning. Her er det imidlertid viktig å påpeke at chat via en nettside for utdanningsinformasjon kan være en mulig kanal.

Det bør være mulig å komme i kontakt med rådgivere via en rekke ulike kanaler på en god nettside for utdanning. Hvis rådgiver på egen skole er lite tilgjengelig eller at man opplever å ikke få gode nok svar bør det være mulig å ta kontakt med andre profesjonelle rådgivere – slik at man får den rådgivningen man har krav på. En mulig løsning er et sentralt servicesenter hvor det sitter en gruppe profesjonelle rådgivere som kan svar på spørsmål via e-post, telefon, forum eller chat. Når det gjelder SMS er dette en kanal som bør benyttes for påminnelser eller korte/raske avklaringer.

#### 2.4.4 Markedsføring

En nettside med utdanningsinformasjon bør markedsføres gjennom flere kanaler for å nå ut til både rådgivere, elever og studenter.

##### **Gjennom rådgivere og lærere**

Den primære markedsføringskanalen for en utdanningsnettside er gjennom rådgivere og lærere, ettersom aktiv bruk av en nettside i forbindelse rådgivning og undervisning medfører stor sannsynlighet for at elever og studenter vil bruke siden på egenhånd. Dette krever at man først og fremst må informere og markedsføre nettsiden overfor denne målgruppen gjennom informasjonsmateriell og presentasjoner av nettsiden på konferanser og for eksempel rådgiverforum.

##### **Reklamekampanjer**

For å nå elever og studenter direkte bør det gjennomføres reklamekampanjer på kino, tv, aviser/magasiner/blader og internett. Når det gjelder sistnevnte kan Facebook være et gunstig sted å kjøre reklamekampanjer, da dette er et sted hvor de fleste elever og studenter befinner seg. Også reklame på den enkelte skoles læringsstøttesystem (It's learning, Fronter etc.) er aktuelt. I tillegg bør reklame på infoskjermer på skolene vurderes.

##### **Søkeoptimalisering**

Andre tiltak som bør vurderes er søkeoptimalisering slik at man sikrer at nettsiden vil havne høyt ved søk i søkemotorer.

##### **Nyhetsbrev og Facebookgruppe**

For at bruk skal vedvare er det viktigste at nettsiden oppleves som nyttig blant målgruppene. Hvis ikke vil man fort miste brukere. Nyhetsbrev og/eller nyhetsstrømmer (RSS-feeds) er aktuelle tiltak for å holde brukerne oppdatert om nyheter og endringer. Videre kan egne grupper på Facebook med utsendelse av nyheter være aktuelt.

### 3. RÅDGIIVNING I SKOLEN

Elevers rett til rådgivning i skolen er stadfestet i Opplæringslova: *“Den enkelte eleven har rett til å få rådgiving om utdannings- og yrkesval. Ved overgangen frå grunnskole til videregående opplæring, skal det leggjast særleg vekt på rådgiving om kva de ulike studieretningane fører fram til”. Videre presiseres elevens selvstendige ansvar for å ta en veloverveid avgjørelse om utdanning: “Informasjonen og rådgivinga må leggjast opp slik at eleven gradvis kan utvikle kunnskap, sjølvinnsett og evne til sjølv å kunne ta avgjerd om vidare utdanning og framtidig yrke, utan omsyn til tradisjonelle kjønnsroller.”<sup>2</sup>*

I dette kapitlet beskriver vi hvordan rådgiving foregår på skolene som deltok i undersøkelsen, og belyser elevers og rådgiveres perspektiver på organisering og gjennomføring av rådgivningen. Vi presenterer rådgiving i ungdomsskolen og i videregående skole separat. Vi legger også vekt på hvilke informasjonskanaler elever og rådgivere på disse to utdanningsnivåene benytter seg av. Som en følge av dette avsluttes kapitlet med et avsnitt som belyser elevers og rådgiveres behov for utdanningsinformasjon.

Aller først vil vi kort presentere noen avklaringer når de gjelder muligheten for å identifisere regionale forskjeller i datamaterialet.

#### 3.1 Regionale forskjeller

Fokusgruppeintervjuene som danner datagrunnlaget for denne undersøkelsen er som nevnt gjennomført i fire regioner. Det fremkom relativt små forskjeller mellom regionene, og i rapporten presenterer vi derfor de samlede funnene og funn basert på ulike målgruppers perspektiver. I dette kapitlet vil vi belyse de regionale forskjellene som fremkom i forhold til behov, problemstillinger, og mulige løsninger.

De to regionene som skilte seg ut på noen måte var region nord og region øst. I region nord ga informantene uttrykk for at geografi var viktigere enn i de andre regionene, og dette er med på å bestemme valg av skole og fag for mange elever når de går fra ungdomsskole til videregående. Elevene som deltok i undersøkelsen fortalte at de ikke har lyst til å flytte langt unna venner og familie, og hvis skolene i nærheten av dem ikke tilbyr den linjen de ønsker seg velger mange heller å ta noe annet fremfor å flytte. Dette betyr at de har færre skoler å velge blant, og det er også begrenset med lærlingplasser i nærheten av hjemkommunen for de som går yrkesfag. For de som velger å flytte mente elevene at det er viktig å få informasjon om hybel, stipendordninger og så videre. Rådgivere på videregående fortalte at mange elever i denne regionen har foreldre som jobber i primærnæringer, og disse har lite eller ingen kunnskap om utdanning. Samtidig ga flere av elevene uttrykk for at foreldre er den viktigste informasjonskilden når det kommer til valg av utdanning.

Vi gjennomførte fokusgruppeintervjuer i et fylke i region øst som har en av de høyeste frafallsprosentene i landet, og hvor fylket derfor har lagt mye vekt på kursing av rådgivere de siste årene. En av rådgiverne i regionen fortalte at samarbeidet mellom ungdomsskolen og videregående har blitt mye bedre de siste årene, blant annet har de en ekstern rådgiver som arbeider opp mot ungdomsskolene i fylket. Videre fortalte han at de videregående skolene i fylket har beveget seg fra å være veldig markedsorienterte til å bli mer nøytrale de siste årene, det vil si at de legger vekt på at elevene skal ta riktig valg når de begynner på videregående skole, framfor at skolen sikrer seg elevtilgang.

Vi har valgt å ikke vektlegge disse regionale forskjellene videre i rapporten. Bakgrunnen for dette er at fokusgruppene ble gjennomført i en til to kommuner innen et fylke, og funnene kan derfor ikke sies å være representative for de ulike regionene som helhet. Vi har benyttet et begrenset utvalg respondenter i fokusgruppene, og det er mange mulige forklaringer på de forskjellene som fremkommer. Det kan blant annet skyldes utvalget av skoler og valg av informanter ved den enkelte skole

Elevene og rådgiverne ble rekruttert fra et fåtall skoler i regionen, og i mange fokusgrupper var det kun representanter for en skole som møtte opp. Videre har elever som går studiespesialiserende og elever som går yrkesfag ulike behov for rådgiving, fordi de står overfor ulike valg. I region nord og øst var samtlige av elevene fra videregående som deltok i undersøkelsen elever på yrkesfag, mens i region sør og vest var det en jevnere fordeling mellom elever på studiespesialisering og yrkesfag. I noen av regionene deltok lærere i utdanningsvalg,

<sup>2</sup> Opplæringslova § 22-2

mens i andre regioner var det kun rådgivere som deltok. Studentene som deltok i undersøkelsen kom fra ulike deler av landet, og er dermed ikke nødvendigvis representative for den regionen de ble intervjuet i. I tillegg erfarte vi at det var vanskelig å få frafallselever til å møte opp på fokusgruppeintervjuer, og dette førte til at vi måtte intervjuer mange fra denne målgruppen over telefon.

Vår konklusjon er at det er mer hensiktsmessig å se på forskjeller mellom ulike nivå (ungdomsskole versus videregående) og de ulike målgruppene.

### 3.2 Organisering og gjennomføring

I dette avsnittet beskriver vi hvordan rådgivning organiseres og gjennomføres både på ungdomsskolen og i videregående opplæring.

#### 3.2.1 Ungdomsskolen

I dette avsnittet beskriver vi hvordan rådgivningen organiseres og gjennomføres i ungdomsskolen. På ungdomsskolen har elevene primært to arenaer for rådgivning. Den ene omfatter individuelle veiledningssamtaler som foregår ansikt til ansikt mellom rådgiver og den enkelte elev. Den andre arenaen er faget Utdanningsvalg, hvor en stor del av rådgivningen foregår i form av organisert klasseundervisning. For noen av elevene er skolens rådgiver også lærer i faget Utdanningsvalg. I det videre beskriver vi rådgivning på disse arenaene hver for seg, og legger vekt på rådgiveres og elevers vurderinger av tilbudet.

#### **Utdanningsvalg**

Faget Utdanningsvalg er obligatorisk på 8., 9. og 10. trinn. Faget skal bidra til å gi elevene det nødvendige kunnskapsgrunnlaget for å velge utdanningsprogram i videregående opplæring, ved å gi dem erfaring med innhold, oppgaver og arbeidsmåter i ulike utdanningsprogram<sup>3</sup>. Således er formålet med faget å skape helhet og sammenheng i grunnopplæringen. Faget er tredelt og omfatter tre hovedområder, herunder Om videregående opplæring og arbeidsliv, Utprøving av utdanningsprogram og Om egne valg.

Basert på fokusgruppene i de fire regionene fremkom store variasjoner i hvordan faget Utdanningsvalg organiseres og gjennomføres på skolene. Skoleeiere har i de fleste tilfeller delegert ansvaret til den enkelte skole, og det fremkom både variasjoner mellom skoler og mellom klasser på samme skole. Dette understøttes av vage retningslinjer som gir skolene stor frihet til å organisere faget. Ifølge læreplanen skal elevene ha 113 timer på hele ungdomstrinnet, men det er ikke noen føringer på et obligatorisk antall timer per uke<sup>4</sup>. Flere rådgivere påpekte at dette blant annet medfører at faget blir nedprioritert når administrasjonen utarbeider timeplaner. Det er heller ikke laget noen læremidler som lærerne kan bruke for å dekke kompetansemålene i faget. Dette gir grunnlag for å konkludere med at skoleledelsen og læreren som har ansvar for faget i stor grad legger premisene for innhold og gjennomføring.

Under fokusgruppeintervjuene kom det frem eksempler fra elever som gir indikasjoner på at faget er nedprioritert ved flere skoler. Elever fra en klasse ga uttrykk for at de har faste timer som er satt av til Utdanningsvalg, men at det er lite organisert program i timene og at de i praksis kan jobbe med det de selv vil. Elevene hadde en oppfatning av at lærerne ikke anser faget som viktig. Elever fra en annen klasse ga uttrykk for tilsvarende lite organisering, og fortalte at det er avsatt 30 minutter en gang i uken til faget, hvor elevene skal jobbe selvstendig med et arbeidshefte. De har således ingen organisert undervisning, men oppga at rådgiveren av og til kom innom og fortalte om linjene i videregående opplæring. Ut ifra deres beskrivelser kan utdanningsvalg karakteriseres som et ikke eksisterende tilbud i tiende klasse.

Som en motpol til dette ga både elever og rådgivere fra andre skoler uttrykk for at skolen har et mer organisert tilbud innen faget Utdanningsvalg. Ved en skole har læreren lagt opp til arbeid med oppgaver, bøker og brosjyrer. De har også benyttet nettstedet vilbli.no i timene og gjennomført interessetester på internett. Denne gruppen av elever ga uttrykk for at lærerne anser faget som viktig, og at de selv også deler denne oppfatningen. Rådgiveren ved denne skolen beskrev følgende opplegg: I åttende klasse har elevene 12 timer i faget Utdanningsvalg det første året, og de får en liten introduksjon til faget og lærer litt om egne interesser og personlighet. Her bruker de heftet "Min fremtid" som en viktig kilde til informasjon. I niende klasse består Utdanningsvalg stort sett av bedriftsbesøk hvor elevene får prøve seg litt i praksis.

<sup>3</sup> Læreplan i utdanningsvalg, UTV1-01, <http://www.udir.no/grep/Lareplan/?laereplanid=694354&visning=1>

<sup>4</sup> Læreplan i utdanningsvalg, UTV1-01, <http://www.udir.no/grep/Lareplan/?laereplanid=694354&visning=3>

Skolen har blant annet en avtale med et sykehus i nærområdet hvor elevene får prøve seg som sykepleiere og leger. Det kom frem at fylkeskommunen er i gang med å lage en database over bedrifter som ønsker og har anledning til å ta imot besøk av ungdomsskoleelever. På tiende trinn består Utdanningsvalg i større grad av rådgivning om videregående skole og besøk fra elever fra forskjellige skoler. Dette siste året er utdanningsvalg et fag som går fra august og frem til søknadsfristen for videregående opplæring, 1.mars. Læreren i utdanningsvalg følger klassen helt fra 8. til 10. trinn.

Enkelte grunnskoler har også samarbeid med videregående skoler i nærmiljøet, hvor ungdomsskoleelevene får besøke skolen for å få en introduksjon til ulike utdanningsprogram. Både elever og rådgivere ga uttrykk for at en slik form for hospitering er veldig nyttig for elevene, men fremhevet at elevene bør få mer tid på hvert utdanningsprogram for å få et mer realistisk bilde av hvordan undervisningen foregår. Det ble også trukket frem at elevene bør få prøve seg i praksis når det gjelder yrkesfaglige utdanningsprogram, for eksempel på å snekre. Rådgivere påpekte imidlertid at et samarbeid mellom grunnskoler og videregående skoler vedrørende hospitering bør formaliseres, begrunnet med at det er vanskelig å gjennomføre på grunn av manglende finansiering av besøkene. Som en konsekvens av at grunnskolen ikke betaler for tiden som ble benyttet til å organisere dette kom det frem at noen videregående skoler har sluttet med skolebesøk.

Disse eksemplene illustrerer store variasjoner i organisering og gjennomføring av faget Utdanningsvalg, noe som kan skyldes vage retningslinjer for hvordan faget skal organiseres og manglende læremidler som kan være med på å bestemme innholdet.

De varierende vurderingene av utbyttet av faget kan også ha andre årsaker enn organisering og innhold. Rådgiverne påpekte for eksempel at mange elever ikke er interessert i faget før de går i tiende klasse, og skal velge utdanningsprogram. Dette kan indikere at elevene ikke ser ett eller to år frem i tid. Rådgiverne ga imidlertid uttrykk for at de anser det som viktig at elevene får god tid til å tenke gjennom hva som er viktig for dem og hvilke prioriteringer de ønsker å gjøre. Disse ulikhetene understreker at betydningen av å starte tidlig med faget i større grad bør tydeliggjøres for elevene. Videre fremkom det at det er store individuelle forskjeller mellom elevenes motivasjon for faget, hvor de mest ambisiøse elevene er engasjerte og stiller spørsmål, mens andre er veldig passive.

Elevene ga generelt uttrykk for at de ser verdien av å ha et fag som Utdanningsvalg. På tross av dette var det få av elevene som mener at faget vil ha noen særlig innvirkning på deres utdanningsvalg.

### **Individuell veiledning**

I tillegg til faget Utdanningsvalg foregår en stor del av rådgivningen i ungdomsskolen ansikt til ansikt, gjennom individuelle veiledningssamtaler. Elevene ga uttrykk for at individuelle veiledningssamtaler ansikt til ansikt er mest nyttig for dem, fordi de da kan stille spørsmål om det de selv lurer på. Ved alle skolene som deltok i undersøkelsen må elevene selv bestille time hos rådgiver.

På tross av at elevene foretrekker individuell veiledning, fremkom det at mange ungdomsskoleelever ikke har snakket med rådgiver i det hele tatt i løpet av ungdomsskoleårene. Det samme fremkom under intervju med elever i videregående. Noen elever ga uttrykk for at de har snakket med rådgiveren, men at de hadde en opplevelse av at rådgiver ikke hadde tid til dem. Andre la også vekt på at de ikke har hatt behov for rådgivning, enten fordi de har visst hvilket utdanningsprogram de skulle søke på, eller fordi de overhodet ikke har visst hva de ville søke på og derfor ikke har hatt noen konkrete spørsmål. Dette tyder på at elevene opplever å måtte ha noen bestemte spørsmål for å gå til rådgiveren, og at de ikke kan komme og si at de ikke vet hva de vil.

Jevnt over ga rådgivere uttrykk for at det er få ungdomsskoleelever som er sikre på hva de skal velge, og at de er lite bevisste på å gjøre selvstendige valg. Funnene våre tyder også på at de mest målrettede og ambisiøse elevene i større grad benytter seg av rådgivningen enn de mindre ambisiøse elevene. Dermed ser det ut til at de elevene som kanskje har største behov for rådgivning ikke benytter seg av tilbudet. Det kom også frem perspektiver rundt at det ved mange skoler er samme rådgiver som driver rådgivning om utdanningsvalg og spesialpedagogisk tilrettelegging eller rådgivning av mer psykososial karakter. Dette bidrar til at terskelen for å gå til rådgiver blir høy fordi elevene er redd for at andre skal lure på hvorfor man skal til rådgiveren.

Dette kan tale for at utdanningsrelatert rådgivning bør kalles noe annet enn "rådgiver", da dette assosieres med spesialpedagogiske behov. Enkelte elever fremmet et ønske om å gjøre det obligatorisk å ha en individuell samtale med rådgiver, med begrunnelse i at det ville ha presset dem til å tenke gjennom valget sitt.

Både rådgivere og elever understreket at rådgiverne har lite tid til individuell rådgivning. Basert på fokusgruppeintervjuene fremkom det at antall årsverk til rådgiverstillinger varierer mellom skolene. Ved de fleste skolene som deltok i undersøkelsen var det kun en rådgiver. Disse hadde delte stillinger, hvor de kombinerte rådgiverstillingen med faglærerstilling. Ifølge rådgiverne, medfører dette at de ikke har tid til å gjennomføre individuelle samtaler med hver enkelt elev. Noen av rådgiverne har løst den begrensede tiden til individuell rådgivning ved å gi felles informasjon til hele klasser, hvor de fokuserer på informasjon som alle har behov for. Andre har organisert dette i mindre grupper, hvor elever som har relativt like planer for videregående opplæring får rådgivning sammen. Dette kan eksempelvis dreie seg om elever som planlegger å søke studiespesialiserende utdanningsprogram.

Ved noen skoler har rådgiverne også involvert foreldrene i prosessen, for eksempel ved å ha møter med foreldrene klassevis på høsten hvor det opplyses en del om studievalg og muligheter. Enkelte rådgivere påpekte at det forekommer at foreldre har ambisjoner på vegne av barna sine som er fundert i hvordan utdanningssystemet fungerte tidligere. De understrekte derfor betydningen av at foreldrene også får informasjon om dagens system og elevenes valgmuligheter.

Rådgiverne har også delt ut noe skriftlig informasjon til elevene, og oppfordret dem til å komme innom rådgiver for å få skriftlig informasjon. Noen har også gitt elevene tips om aktuelle nettsider de kan benytte seg av for å finne informasjon om videre studier.

### 3.2.2 Videregående

Funn fra fokusgruppeintervjuene viser at rådgivning i videregående skole organiseres ulikt avhengig av om eleven går studiespesialisering eller yrkesfaglig utdanningsprogram, og rådgiverne i utvalget vårt skisserte noen vesentlige forskjeller. I dette avsnittet beskriver vi derfor rådgivning overfor elever som har valgt studiespesialiserende og yrkesfaglige utdanningsprogram hver for seg. Svært mange elever på studiespesialiserende skal inn på høyere utdanning, og bortsett fra veiledning i forbindelse med å velge programfag er det størst behov for rådgivning på Vg3. Elevene på yrkesfaglig utdanningsprogram må derimot velge spesialisering innen sitt utdanningsprogram etter Vg1, og etter Vg2 må de velge om de ønsker å gå i lære hos bedrift eller å ta Vg3 påbygging til generell studiekompetanse. Disse elevene har behov for rådgivning både på Vg1 og Vg2, og derfor har man innført faget Prosjekt til fordypning. Dette faget er en sentral arena for rådgivning som skal gi elevene erfaring med ulike yrker underveis.

#### **Studiespesialisering**

Basert på vårt datagrunnlag kan vi dele elever som har valgt studiespesialisering inn i tre grupper: Elever som er veldig bestemte på hva de skal bli, elever som har en forestilling om hva de vil bli, og elever som ikke vet hva de vil bli. Elevene som er bestemte på hva de vil er som regel godt orienterte om hvilke fag de trenger, for eksempel om de trenger spesiell studiekompetanse, og de er flinke til å orientere seg og aktivt søke etter informasjon om videre studier. Det eksisterer få utfordringer ved denne gruppen, men for de som ikke er like sikre på hva de vil, er det flere aktuelle problemstillinger. Etter å ha fullført videregående skole har elevene generell studiekompetanse, noe som betyr at de har mange valgmuligheter. Noen vil på folkehøgskole, andre vil begynne å studere, uten nødvendigvis å vite hva, noen vil "ta noe i utlandet", mens andre vil ha et friår. Kort sagt er det mange individuelle behov å ta hensyn til for rådgiverne, og det er vanskelig for dem å holde seg oppdatert og finne svar på alt elevene lurer på.

På studiespesialisering er det tre hovedarenaer for rådgivning: Klassevis, individuell og grupperådgivning. Ved de aller fleste skolene er rådgivningen organisert slik at rådgiveren kommer rundt i klassene en til to ganger, for å presentere seg og gi generell informasjon om hvilke muligheter elevene har. Herunder inngår blant annet informasjon om programfag med tanke på generell/spesiell studiekompetanse, søknadsfrister for høyere utdanning og tips om nettsteder hvor elevene kan finne informasjon om høyere utdanning. Flere av rådgiverne fortalte at de bruker nettsiden til Samordna opptak når de gir informasjon om høyere utdanning, begrunnet med at denne gir god oversikt over hvor de ulike utdanningene tilbys, med lenker til

de aktuelle studiestedene. Skolene får også tilsendt brosjyrer, for eksempel fra Samordna opptak. Disse blir brukt av rådgiverne i samtaler med elever, og elevene kan også få disse. Ellers anbefaler rådgiverne elevene mange ulike nettsider, men de erfarer ofte at mange av elevene ikke benytter seg av disse informasjonskildene. Bakgrunnen for dette kan være at elevene ikke er interessert, eller at de ikke husker nettsiden i etterkant. Rådgivning i felles fora gir veldig generell informasjon, og er i liten grad tilpasset den enkelte elevs informasjonsbehov.

Utover rådgivning i felles fora er det opp til eleven selv å ta kontakt med rådgiver for en individuell samtale eller en gruppesamtale. Rådgivere har ikke tid til å innkalle alle elevene til obligatorisk individuell samtale, ettersom de ofte har lite tid til rådighet. Dermed blir individuell- eller grupperådgivning et tilbud for de elevene som ber om det. I en individuell samtale har ofte eleven noe spesifikt han/hun ønsker å snakke om, enten fordi eleven har bestemt seg for en utdanningsvei eller fordi han/hun er usikker og vil ha råd. Ideelt sett ønsker rådgiver å ha en kartleggingssamtale og en oppfølgende samtale med hver elev: De ser for seg at man i første samtale snakker om elevens behov, og hvor rådgiver for eksempel oppfordrer eleven til å gå inn på en nettside og finne informasjon selv. Eleven går deretter hjem og søker frem informasjonen og kommer så til andre samtale, som tar utgangspunkt i den informasjonen eleven har funnet.

I realiteten har rådgiverne imidlertid ikke nok tid til å tilby alle elevene dette. Løsningen blir derfor ofte at rådgiver har én samtale med en elev, hvor hun svarer så godt hun kan, og eventuelt anbefaler en nettside. På grunn av tidsaspektet er rådgivning i gruppe tatt i bruk ved en del videregående skoler. Erfaringer så langt viser at dette er en god arena for mange elever. Mange elever opplever at det er bevisstgjørende å snakke med andre ungdommer rundt utdanning og yrkesvalg, men det forutsetter at elevene kjenner hverandre godt fra før, noe som setter begrensinger for hvem som ønsker å delta.

Det er flere problemstillinger relatert til denne ordningen. For det første er det ofte de ressurssterke og motiverte elevene som oppsøker rådgiver for individuell- eller gruppesamtale. Det er vanskeligere å fange opp de elevene som ikke er helt sikre på hva de vil bli, særlig de som ikke er motiverte for høyere utdanning. Dette er problematisk fordi dette gjerne er elever som har større behov for individuell oppfølging, og ofte er de ikke like ressurssterke som elevene som er mer motiverte. Denne elevgruppen søker ikke etter utdanningsinformasjon på egen hånd, og enkelte har problemer med å finne frem til relevant informasjon. Et annet problem er at tiden ikke strekker til på mange skoler, noe som i stor grad skyldes ujevn pågang gjennom skoleåret. Fordi det er frivillig å oppsøke rådgiver er det rundt søknadsfrist flesteparten av elevene vil ha samtale, og dette fører til at mange elever ikke får satt opp avtale innen fristene går ut. Som nevnt over er det mest ideelt å ha både en kartleggende og en oppfølgende samtale, men dette er det sjelden tid til.

### **Yrkesfaglig utdanningsprogram**

På yrkesfaglig utdanningsprogram har rådgiverne andre utfordringer. Når en elev har valgt seg inn på et yrkesfaglig utdanningsprogram har vedkommende allerede tatt et valg om hvilket område han/hun vil jobbe innen, og rådgiverens rolle er i større grad å veilede eleven inn på rett spesialisering. Mange elever møter utfordringer når det gjelder overgangen mellom Vg1 og Vg2. På Vg2 skal elevene begynne å spesialisere seg ved å velge mellom programområdene som finnes innenfor utdanningsprogrammet de har valgt på Vg1. Ofte er det mange programområder å velge mellom, og mange er usikre på hva de skal velge. Her har elevene behov for å vite noe om hva som karakteriserer de ulike yrkene, i det hele tatt ønsker de informasjon om hvilke yrker som eksisterer.

Etter Vg2 følger Vg3, hvor elevene kan velge mellom å være i lære hos bedrift eller å ta påbygging til generell studiekompetanse. I flere av fokusgruppene kom det fram at det er det mangel på lærlingplasser mange steder, noe som medfører at bedriftene går etter de beste elevene. Mange elever oppga at de ikke vet nok om hva som kreves av dem med hensyn til karakterer, fravær og holdninger til arbeid, og heller ikke hvordan de skal gå frem for å finne lærlingplass. For de elevene som ikke finner lærlingplass er påbygging til generell studiekompetanse det eneste alternativet skolen kan gi dem. Det er også en del elever som har ombestemt seg i løpet av de to første årene og vil ta påbygningsfag. Rådgiverne understreket at påbygging er krevende og at det inneholder for mye teori for mange av elevene, og mente at dette leder til at mange dropper ut av skolen. Et par av rådgiverne problematiserte også at noen elever ønsker å ta både lære hos bedrift og påbygging, for å få både fagbrev og studiekompetanse. Mange av disse elevene velger å ta påbygging før de går i lære, og dette leder til at en del dropper ut uten å ha oppnådd noe av det de ønsket.



For å hjelpe elevene i disse overgangene har man innført faget Prosjekt til fordypning i skolen. Gjennom dette faget skal elevene få prøve ut ulike lærefag innen relevante utdanningsprogram allerede på Vg1, og få erfaring med hva som karakteriserer de ulike yrkene innenfor utdanningsprogrammene. Formålet er å gjøre elevene bedre rustet til å velge riktig utdanningsprogram og yrke, og dermed hindre frafall. Skoleeier har ansvar for å utarbeide lokale læreplaner i prosjekt til fordypning, men må forholde seg til tidsrammen for Prosjekt til fordypning som er 168 årstimer på Vg1 og 253 årstimer på Vg2<sup>5</sup>.

I og med at Prosjekt til fordypning er timeplansfastlagt og obligatorisk for alle elever på yrkesfaglig har man ikke samme problematikk relatert til tidsaspektet, som skissert over for elevene på studiespesialiserende. Flere av rådgiverne på yrkesfaglig utdanningsprogram fortalte også at rådgivningen med elevene ofte skjer på uformelle arenaer, som for eksempel ute i verkstedet. For elevene på yrkesfag er det viktig å ha tett kontakt med næringslivet og få erfaringer med hva ulike yrker innebærer. Rådgiverens rolle er å gi dem informasjon om dette, og koordinere praksisplasser slik at de får prøve seg i arbeidslivet i prosjekt til fordypning.

### 3.3 Behov

En kvantitativ undersøkelse utført av Opinion for utdanning.no i 2009<sup>6</sup> viste at det var forholdsvis jevnt mellom de som var fornøyd og misfornøyd med rådgivning i skolen, men det var samtidig en del (20 %) som ikke hadde vært til rådgivning. Dette stemmer overens med våre funn om at mange av elevene og studentene ikke hadde hatt en individuell samtale med rådgiver. Basert på problemstillingene beskrevet over, vil vi i dette avsnittet skissere de ulike målgruppene behov knyttet til rådgivning.

#### 3.3.1 Elever i ungdomsskolen

En del av elevene på ungdomsskolen mente at de ikke har fått nok informasjon om videregående opplæring, og ønsket en bedre oversikt over utdanningssystemet. På den annen side var det flere av elevene som hadde bestemt seg for å ta studiespesialiserende utdanningsprogram som mente at det er viktigere med informasjon om høyere utdanning. Et gjennomgående behov i denne målgruppen var å få muligheten til å snakke med elever på videregående og høre hva slags erfaringer de hadde med skolen.

#### 3.3.2 Rådgivere i ungdomsskolen

Rådgivere i ungdomsskolen uttrykte et ønske om en nettside som fungerer som en portal og samler alt på en side, og mente at det per i dag er for mange ulike sider som elevene må forholde seg til. For egen del oppga rådgiverne behov for gode nettsider, både for å tilegne seg kunnskap selv og for å henvise elever til. De la vekt på at informasjonen må være oppdatert og kvalitetssikret. I tillegg mente informantene at en slik side må være tilpasset de ulike målgruppene, og ta hensyn til de elevene som ikke liker å lese mye tekst.

#### 3.3.3 Elever i videregående skole

Flertallet av elevene på videregående, studiespesialiserende retning, ga uttrykk for at de ønsker seg mer helhetlig informasjon om yrker og utdanning. Flere mente at det er lett å finne ut hva de ulike studiene eller yrkene innebærer, men det er ofte vanskelig å finne ut hvilke studier som leder til et yrke, eller hvilke muligheter man har etter å ha tatt en utdanning. Videre ga mange uttrykk for at de ikke kjenner forskjellene mellom høyskole og universitet. Flere oppga også et ønske om lettere tilgang til informasjon om studier i utlandet.

Gjennom fokusgruppene kom det frem at elevene på yrkesfag synes det er vanskelig å finne informasjon om lærlingplasser. De mente at det er et behov for en side på nettet hvor man kan søke etter ledige lærlingplasser, sortert etter fylke/kommune. Noen elever foreslo at dette kan være en portal hvor bedrifter kan legge ut stillingsannonser, men også et sted hvor de selv kan legge inn søknader. Ingen av informantene visste om en slik side allerede eksisterer. I tillegg var det noen som ønsket mer informasjon om overgangen fra Vg1 til Vg2, og om muligheter for å ta påbygging til generell studiekompetanse.

#### 3.3.4 Frafallslever

Gjennom intervjuene med frafallslever ble det tydelig at de aller fleste har behov for individuell oppfølging i form av personlige samtaler. Noen få ville gjerne hatt mulighet til å finne mer

<sup>5</sup> Læreplan Prosjekt til fordypning for videregående trinn 1 og 2 yrkesfaglige utdanningsprogram, Utdanningsdirektoratet

<sup>6</sup> Opinion, Ungdomsundersøkelse: Utdannelses- og yrkesvalg (2010), [https://bak.utdanning.no/wiki/images/1/1f/Opinionen\\_2010.pdf](https://bak.utdanning.no/wiki/images/1/1f/Opinionen_2010.pdf)

informasjon om hvilke rettigheter og muligheter de har på nettet. Flere av rådgiverne i videregående mente at man ikke bør ha ambisjoner om å fange opp denne gruppen via nettet, fordi de ofte har sammensatte problemer og behov for mer sosialpedagogisk rådgivning.

Felles for elevene på ungdomsskolen og videregående var at de syntes rådgivere og nettsider ofte bruker for mange vanskelige ord, og la vekt på at det kun er et fåtall elever som kjenner disse begrepene. Flere av elevene hadde erfaringer med at de selv eller klassekamerater faller av når de ikke forstår, og mente at informasjon om utdanning bør kunne presenteres på en mer lettfattelig måte.

### 3.3.5 Rådgivere i videregående skole

Rådgivere i på videregående var i stor grad enige med rådgivere i ungdomsskolen om at det eksisterer et behov for en helhetlig portal for utdanningsinformasjon på nettet. De la vekt på at et hovedkriterium for en slik portal er at informasjonen er oppdatert og av høy kvalitet. Flere påpekte at det er viktig at linkene på en nettside om utdanning også er kvalitetssikret. Hvis man anbefaler en elev å gå inn på en nettside skal man være sikre på at denne får riktig informasjon. I verste fall kan feilinformasjon lede til at eleven tar feil utdanningsvalg med de konsekvenser det får.

### 3.3.6 Studenter

Mange av studentene som deltok i undersøkelsen fortalte at det er vanskelig å finne informasjon om videreutdanning på nettet, og de mente også at det er lite informasjon om valgfag. For eksempel er det en del masterstudier som krever en viss fagkombinasjon, og dette er vanskelig å finne ut av på egen hånd. Flere ønsket seg bedre informasjon om arbeidsmuligheter, for eksempel fortalte en av studentene at da han begynte på lærerutdanningen trodde han at han kun kunne bli lærer, men underveis har han funnet ut at han har mange flere arbeidsmuligheter når han er ferdig med utdanningen.

## 4. NETTBASERT RÅDGIVNING

I dette kapittelet retter vi fokus mot den nettbaserte rådgivningen basert på funn fra fokusgruppene. Det omfatter bruk av rådgivningstjenester på nett, vurdering av behov og videre utvikling av løsninger og tjenester.

### 4.1 Kjennskap og bruk

Opinion sin undersøkelse fra 2009<sup>7</sup> viste at internett var informasjonskilde nummer én for informasjon om yrke og karriere, og google og skolenes/universitetenes hjemmesider scoret høyest. 4 av 10 av respondentene i denne undersøkelsen hadde benyttet utdanning.no, etterfulgt av vilbli.no og vigo.no. 31 % av respondentene kjente til tjenesten for yrkes/karriereinformasjon på nettsiden til utdanning.no. Kjennskapen til siden var høyest blant aldersgruppen 15-19 år, og blant de som kjente til tjenesten hadde 75 % benyttet seg av den.

I dette kapittelet presenteres de ulike målgruppenes kjennskap til og bruk av nettbaserte rådgivningstjenester, basert på funn fra fokusgruppeintervjuene.

#### 4.1.1 Elever i ungdomsskolen

Elevene i ungdomsskolen ga inntrykk av at de benytter rådgivningstjenester på nett generelt i liten eller i noen grad. De fleste informantene fortalte at de kjenner best til vilbli.no, og mange benytter denne nettsiden i faget utdanningsvalg. Noen fortalte at de ikke har brukt siden selv, men kun har blitt vist siden av lærer og/eller rådgiver. Utover vilbli.no kjente de fleste elevene ikke til andre sider. Noen av elevene fortalte at de har gått direkte inn på nettsidene til de enkelte videregående skolene de har lyst til å begynne på. Kun et fåtall av elevene hadde hørt om utdanning.no.

En del av elevene ga uttrykk for at de ser på interessetester som en god pekepinn på hva man ønsker å gjøre, men også disse elevene påpekte at dette ikke utgjør noen fasit. Det var derimot et fåtall av elevene som faktisk har gjennomført slike tester.

#### 4.1.2 Rådgivere og lærere i ungdomsskolen

Rådgiverne i ungdomsskolen fortalte at de benytter seg aktivt av nettsider i sin rådgivning. I forbindelse med bruk av nett i faget Utdanningsvalg var det ingen spesiell nettside som utpekte seg, noen fortalte at de bruker pedlex, andre vilbli.no og vigo.no. I region nord fortalte lærerne at det er problematisk å basere for mye av undervisningen i faget på nettbasert informasjon, fordi de ikke har tilgang til datamaskin i klasserommet, og det er få datarom tilgjengelig på skolen.

Det kom frem at mange av rådgivere og lærerne som deltok i undersøkelsen hovedsakelig bruker vilbli.no når elevene skal velge videregående på 10.trinn, det er denne siden som er innarbeidet på mange av skolene og informasjonen er veldig konkret. Vigo brukes også når elevene søker på videregående skole. Flertallet av informantene hadde kjennskap til utdanning.no, men et fåtall benyttet denne siden på ungdomstrinnet.

Flere av rådgiverne og lærerne i ungdomsskolen fortalte at de har benyttet seg av interessetester, og dette ble omtalt som et godt hjelpemiddel for å bevisstgjøre elevene og kartlegge hvilke interesser de har. Rådgiverne i ungdomsskolen oppga at skoletest.no er fin, fordi man får ut en profil, og NAV har også tester de har brukt. Rådgiverne mente nettet kan bidra til å styrke kvalitet på rådgivning, men det forutsetter at kvaliteten på siden er god og at det er lett for elevene å finne frem. En av rådgiverne mente jobbfeber.no er et godt eksempel på en side som er veldig konkret og grei for elevene å bruke.

#### 4.1.3 Elever i videregående skole

Nesten alle elevene i videregående skole fortalte at de har benyttet seg av vilbli.no og vigo, hovedsakelig mens de gikk på ungdomsskolen. Flere hadde i tillegg utforsket universitetenes og høyskolenes egne nettsider, og noen hadde også vært innom samordna opptaks nettsider. Et fåtall av elevene hadde hørt om utdanning.no, og ingen av informantene kjente godt til siden. Jevnt over var elevene mest vant med å benytte google når de lurte på noe angående fag og videre utdanning. En stor andel av elevene var positive til å bruke en annen søkemotor, men da på en side som de vet har oppdatert og riktig informasjon om utdanning.

<sup>7</sup> Opinion, Ungdomsundersøkelse: Utdannelses- og yrkesvalg (2010), [https://bak.utdanning.no/wiki/images/1/1f/Opinionen\\_2010.pdf](https://bak.utdanning.no/wiki/images/1/1f/Opinionen_2010.pdf)

Noen av elevene på videregående oppga at de har brukt nettet svært lite, og kjente kun litt til vilbli.no eller vigo.no fra ungdomsskolen. Det kan skyldes at disse ikke planlegger å ta høyere utdanning, og derfor ikke har hatt behov for den type informasjon etter at de hadde valgt videregående skole.

#### 4.1.4 Frafallselever

Gjennom fokusgruppe og telefonintervjuer ga denne målgruppen inntrykk av at de har liten kjennskap til nettsider om utdanning, og et fåtall av de som deltok i undersøkelsen var positive til å tilegne seg kunnskap om utdanning på denne måten. De fortalte at de vil ha informasjon de kan stole på, og da er det lettere å snakke med en person. Noen få kjente til vilbli og vigo, men da kun i liten grad.

#### 4.1.5 Rådgivere i videregående skole

Gjennom fokusgruppene kom det frem at rådgiverne i videregående skole benytter seg aktivt av nettsider i sin rådgivning, men ofte anbefaler de gode sider for elevene og oppfordrer dem til å oppsøke dem på egen hånd. Nettet blir på denne måten hovedsakelig benyttet som en støttende informasjonskilde hvor rådgiverne viser elevene hvor de finner informasjon om studier og studiesteder. Flere av rådgivere i videregående skole var positive til interessetester, men påpekte at det er viktig å forstå hvordan slike tester fungerer og at de ikke må benyttes som en fasit, men heller som en støtte i en personlig rådgivning. De vektla at tester ikke nødvendigvis er et godt verktøy i seg selv, men kan være veldig nyttig i tillegg til personlige samtaler. Uansett gir testene bare en liten pekepinn på hvilke områder elevenes ferdigheter og interesser ligger i. Rådgiverne på videregående har benyttet NAV sin interessetest, men flere ga uttrykk for at den er for lang og bedre tilpasset voksne, og at den kanskje er litt for bred/generell. Noen mente at de testene som eksisterer i dag ikke er særlig gode, men NAV sin er noe bedre enn skoletest.no.

Rådgivere på videregående fortalte at de også bruker vilbli.no, fordi den er lettfattelig og grei å bruke, særlig i forhold til elever på yrkesfaglig studieprogram. Enkelte rådgivere oppga at de bruker utdanning.no en del, men en av dem pekte på at dette ikke er en god side med hensyn til å gi informasjon til foreldre. Hun ønsket seg en tjeneste som er lettere for foresatte å bruke. Rådgiverne var enige om at nettet kan bidra til å styrke kvalitet på rådgivning, men det forutsetter at kvaliteten på siden er god og at det er lett for elevene å finne frem. Flere av rådgiverne mente at utdanning.no ikke skiller seg ut på noen måte, men er en "helt grei" side for å finne informasjon.

På spørsmål om å bruke nettet som et virkemiddel for å hjelpe elever som står i fare for å falle ut av skolen, stilte rådgiverne på videregående seg mer tvilende. De elevene som faller ut av skolen har ofte behov for tett oppfølging og mange vil ha konkret informasjon. Dette stemmer med det mange av frafallselevne svarte selv: De mener at veldig mye av den informasjonen man kan finne på nettet sier ulike ting, og de liker bedre å snakke med noen.

#### 4.1.6 Studenter

Studentene som deltok i undersøkelsen fortalte at de har benyttet mange ulike nettsteder for å finne informasjon om utdanning. Universitetenes og høyskolenes egne nettsider ble nevnt som viktige informasjonskilder, og noen nevnte også utdanning.no. Noen av studentene hadde i tillegg sett på informasjonsfilmer på youtube.com. Flere av studentene var opptatt av at det er for mange nettsider å velge blant, og de mente at det kan være vanskelig å finne relevant informasjon, så for å snevre inn er det bedre å snakke med en rådgiver. Alle studentene hadde gjennomført interessetester, men flere mente at slike tester ikke har bidratt spesielt mye i forhold til deres utdanningsvalg. De hadde ulike synspunkter på denne typen tester, noen syntes de fungerer greit, andre mente at de bidrar til å forvirre enda mer, og at man har mer nytte av å lese på skolens hjemmesider.

## 4.2 Behov for funksjoner og tjenester

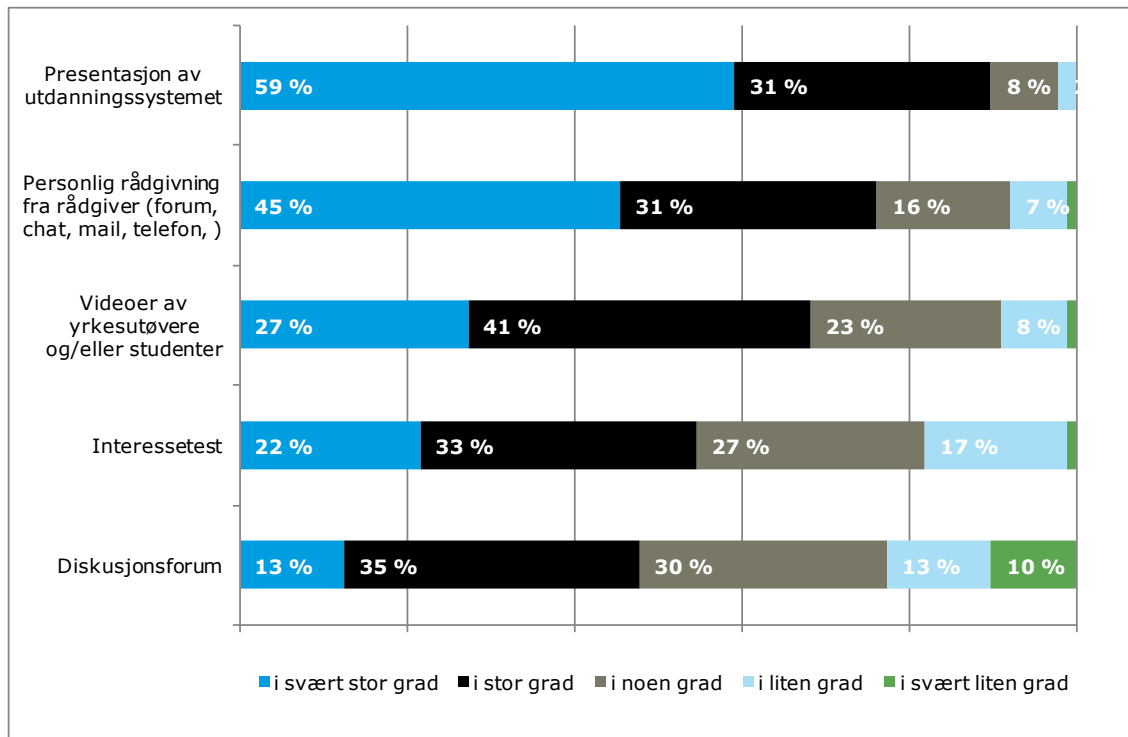
I dette avsnittet presenteres målgruppenes behov for funksjoner og tjenester på en nettside om utdanning. Dette baseres primært på gjennomførte fokusgruppeintervjuer, men suppleres også med resultater fra et kortfattet spørreskjema som ble benyttet under fokusgruppeintervjuene. Spørreskjemaet er utfyllt av alle målgrupper, men på grunn av varierende kvalitet på målgruppeavkryssing fra informantenes side har det ikke vært mulig å analysere resultater innenfor verken målgruppe eller region.

Innledningsvis presenteres og kommenteres resultatene fra spørreskjemaene. Videre presenteres behovene fordelt på målgrupper. Dette er da basert på grunnlaget fra fokusgruppene. Vi gjør

oppmerksom på at resultatene ikke kan generaliseres, men at de snarere beskriver de utvalgte informantenes perspektiver.

Når det gjelder tjenester på en nettside om utdanning viser resultatene størst behov for en presentasjon av utdanningssystemet. Videre vurderes også behovet for en personlig rådgiver tilgjengelig via en nettside som høy. I den andre enden finner vi diskusjonsforum og interestetester.

**Figur 4.1: I hvilken grad ser du behov for følgende tjenester på en nettside om utdanning?**



#### 4.2.1 Elever i ungdomsskolen

Når det gjelder **interestetester** var oppfatningen rundt behovet for dette delt. Noen elever mente en god nettside for utdanning bør tilby interestetester, men at det er viktig med høy kvalitet på disse. Andre mente det ikke er så viktig og at slike tester ikke er godt nok laget, og at man dermed kan komme på feil spor. Elevene hadde en oppfatning av at testene ofte baseres for mye på hobby- og fritidsinteresser, og var opptatt av at det er mange andre faktorer enn interesser som bestemmer hva man vil jobbe med. Dette betyr at det er viktig at interestetester kan skille mellom det som er jobbrelevant og interesser. Videre fremkom det at testene oppfattes som mest nyttige for de som er usikre. Det ble pekt på at de kan bidra til å utelukke andre muligheter hvis man stoler blindt på testen, mens andre nevnte at en slik test også kan gi nye ideer om muligheter man ikke hadde tenkt på, og dermed bidra til å reflektere over hva man har lyst til. Det er viktig å være klar over at interestetester ikke gir et fasitsvar.

Det ble diskutert forskjellige former for **diskusjonsforum**. Både et rent forum for elever og et forum for både elever og profesjonelle rådgivere. Noen ungdomsskoleelever mente at de ikke ville benytte et slikt diskusjonsforum selv om det var kvalitetssikkert av rådgiver. Andre mente de hadde hatt større nytte av det hvis det var en rådgiver på forumet enn uten. Dette fordi de stoler mer på en fagperson. Mange av elevene var negative til et forum for bare elever fordi det er stor sannsynlighet for at de som benytter det ikke vet noe mer enn en selv. Andre mente at det hadde vært nyttig med et diskusjonsforum med deltakere fra videregående skole fordi disse kan fortelle om hvordan det er å gå på et fag og en skole – noe ikke en rådgiver kan fortelle dem. Samtidig hadde de problemer med å se hvorfor elever fra videregående selv skulle hatt interesse av å delta i forumet.

Det var også delte meninger når det gjelder **chat** på en nettside for utdanning. Noen sa at de i liten grad ville benytte seg av et slikt tilbud. Andre elever mente det kan være aktuelt med personlig rådgivning på nett, i form av e-post eller chat, men at det da er en forutsetning at man vet hvem som sitter på andre siden. For eksempel ved at man kan se et bilde av personen eller lese mer om personens bakgrunn.

Når det gjelder **presentasjon av utdanningssystemet** var alle enige om at en presentasjon av utdanningssystemet er det viktigste for en nettside om utdanning. Elevene påpekte at denne informasjonen må presenteres enkelt og at det ikke må være for mye tekst. De uttrykte at de ønsker detaljert informasjonen, men gjerne presentert i mindre deler. Andre elever mente en slik presentasjon bør utformes grafisk slik at blir lettere å få oversikt. Flere ønsket seg en funksjon hvor man kan klikke seg videre slik at man kan se muligheter etter hvert.

Når det gjelder **video av elever/student/yrkesutøvere** mente elevene at dette kan være interessant hvis videoene er av elever og studenter fra de ulike utdanningsinstitusjonene som presenterer både gode og dårlige sider ved utdanningen, som eksempelvis det faglige innholdet og hvordan skoledagen utarter seg i praksis. Det ble imidlertid understreket at slike videoer bør utarbeides av andre aktører enn skolene selv, for å unngå at videoene blir en del av utdanningsinstitusjoners markedsføring. Videre ble det også gitt uttrykk for at videoer som omhandler ulike yrker er interessant, både yrker som kan oppnås ved fagbrev og for yrker som krever høyere utdanning. Et viktig argument som ble brukt for å underbygge nytten av videoklipp var at informasjonen blir mer tilgjengelig både for elever med lese- og skrivevansker og språklige minoritets elever.

#### 4.2.2 Rådgivere og lærere i ungdomsskolen

Rådgivere og lærere mente **interessetester** er viktige fordi de fører til bevisstgjøring, men at mange av dem i dag er for omfattende. Testene kan med fordel være mer visuelle, og muligens utvikles som et spill. Rådgiveren ga uttrykk for en oppfatning av at dagens interessetester er populære blant elevene, og at de er bedre enn de var før. Testene gir ikke fasitsvar, og rådgiverne var skeptiske til ukritisk bruk av slike tester. Derfor understreket de viktigheten av at testene bør benyttes som supplement til personlig rådgivning – ikke alene.

**Diskusjonsforum** mente lærere og rådgivere at kan være nyttig for mange da det ikke alltid er lett å finne de negative sidene ved fag eller skoler gjennom tradisjonelle kanaler. Andre var uenige og mente det ikke er en god ide fordi det er stor sannsynlighet for at de som skriver på forumet ikke vet noe mer enn en selv. Det var enighet om at forumet må være kvalitetssikret av noen med rådgiverkompetanse. Flere mente at en slik tjeneste også vil kunne fungere som en kvalitetssikrer av rådgivningsarbeidet i Norge. Dette fordi elever som har en dårlig veileder ved sin skole fortsatt vil ha et tilbud og en mulighet til å dobbeltsjekke rådene som ble gitt. Det ble også foreslått at en "ofte stilte spørsmål"-tjeneste kunne være en like god eller bedre idé.

Når det gjelder **chat** mente rådgivere og lærere at det kan være svært nyttig. De pekte på at en slik tjeneste ikke bør belastes de allerede eksisterende rådgiverne i skolen, fordi de allerede har for liten tid til disposisjon. En slik tjeneste bør driftes sentralt med rådgivere som ikke er tilknyttet skoler. Noen sier det er lurt med en chat, men er bekymret for en chat fører til "raske svar av varierende kvalitet".

Det var enighet om at **presentasjon av utdanningssystemet** er det viktigste, og en selvfølge, for en nettside om utdanning – spesielt på ungdomsskolen. Rådgiverne og lærerne i ungdomsskolen mente i tillegg at det er viktig at informasjonen presenteres enkelt og at den er så visuell/grafisk som mulig. Det er ikke alle elever som er like glad i mye tekst. En mulighet er å presentere det veldig enkelt først, og at man derfra kan trykke seg videre på det man er interessert i. Enkelte elever har også problemer med fremmedord og begreper som benyttes i skolesystemet. I den anledning ble det foreslått at en slik nettside bør ha en begrepsliste hvor de kan slå opp hvis det er noe de ikke forstår. Det ble også påpekt at informasjonen bør finnes på flere språk enn norsk. Det er mange fremmedspråklige som sliter med å forstå informasjonen, det er derfor et stort behov for å ha informasjon om utdanningssystemet på andre språk.

Når det gjelder **video** av elever/student/yrkesutøvere fortalte rådgivere og lærere i ungdomsskolen at de benytter seg noe av slike videoer i undervisningen/rådgivningen, men de pekte også på at det er viktig at disse videoene ikke får formen av reklame for ulike studiesteder. De må være realistiske og fremstille virkeligheten. Uansett mente rådgiverne at det er bedre å få studenter til å komme til skolen og fortelle om sitt studievalg. Men de sier ja takk til begge deler - både videoer på nett og besøk. Andre pekte på at video er viktig, nettopp fordi det er mange elever som ikke vil lese så mye.

#### 4.2.3 Elever i videregående skole

Når det gjelder **interessetester** mente noen elever at de er nyttige, men ikke avgjørende for at de skal bruke en nettside om utdanning. Noen mente viktigheten av en interessetest avhenger av om det er utdanning eller jobb som er i fokus, men at det uansett kan være greit å benytte seg av slike tester hvis man er usikker. Det ble pekt på at slike tester bør brukes i tilknytning til personlig rådgivning. De gir ikke et fasitsvar, og man er skeptisk til ukritisk bruk av slike tester. De mente en god test bør inneholde mange spørsmål, gå i dybden, ikke gi konkrete yrker som resultat, men antyde en retning med et mangfold av yrker. Elever som går på yrkesfag mente at for mange av spørsmålene omhandler allmennfag.

Elevene var opptatt av at de ikke alltid kan stole på de svarene man får i et **forum**, men at de ville stolt mer på svar på en fagperson. Hvis forumet kun er for elever er det ikke en god ide fordi det er stor sannsynlighet for at de som svarer ikke vet noe mer enn en selv. Da ønsker elevene heller å ha mulighet til å kontakte rådgiver direkte, for eksempel gjennom e-post.

Flere av elevene mente **chat** er et godt forslag fordi man kan få svar med en gang man lurte på noe. Noen mente likevel at e-post er tilstrekkelig til å dekke dette behovet, mens andre kanskje ville ha brukt chat hvis de var veldig usikre. Andre påpekte at det er aktuelt med personlig rådgivning på nett (enten i form av e-post eller chat), men at en forutsetning for at det skal fungere er at man vet hvem som sitter på andre siden. For eksempel at man kan se et bilde av personen eller lese mer om personens bakgrunn.

Også blant elevene på videregående var det enighet om at **presentasjon av utdanningssystemet** er viktig. De har behov for å kunne fylle inn hvilke fag de har fra før for så å bli presentert for hvilke muligheter de har på bakgrunn av dette. De ønsket også konkrete steg med en oversikt over hva som kommer til å skje de ulike årene.

Elevene på videregående mente videoer kan være et godt tilbud. Videoer er nyttig for å vite hvordan det er å studere og hvilke erfaringer studentene har ved sitt fagområde. Også elevene på videregående påpekte viktigheten av at filmen er saklig. De vil helst at videoene blir produsert av noen andre enn de enkelte universitetene eller høyskolene, fordi disse "kun er ute etter å markedsføre seg selv". De mente at videoene bør lages av en mer "objektiv" tredjepart som presenterer både negative og positive sider ved studiestedet og fagretningene.

#### 4.2.4 Frafalls elever

Frafalls elever ga uttrykk for at det kan være krevende å lese mye tekst på en nettside. Av den grunn kom de med forslag om en funksjon hvor man kan få opplest teksten som står ved å trykke på en høyttalerknapp. Dette ble ansett som spesielt nyttig for elever med dysleksi eller andre lesevansker.

#### 4.2.5 Rådgivere i videregående skole

Rådgivere i videregående skole mente **interessetester** kan være nyttige, men at testene som er tilgjengelig i dag fokuserer for lite på personlighet. Gode tester må knyttes opp mot både personlighet og yrker. Også denne målgruppen pekte på at interessetester ikke gir fasitsvar, og at de er skeptiske til ukritisk bruk av slike tester

Rådgiverne mente at **forum** ikke er en god ide fordi det er stor sannsynlighet for at de som svarer der ikke vet noe mer enn en selv. Et forum må i det minste være kvalitetssikret av noen med rådgiverkompetanse.

Når det gjelder **chat** mente rådgiverne at det kan være en risiko for at rådgivere svarer for raskt og kort, og ikke tar seg tid til grundig å sjekke ut svarene som gis. Men i utgangspunktet var de positive til en slik tjeneste.

Også rådgiverne i videregående skole mente **presentasjon av utdanningssystemet** er det viktigste på en nettside om utdanning. Det er viktig å gjøre presentasjonen så visuell som mulig.

**Video** av elever/student/yrkesutøvere var rådgiverne positive til. De ga uttrykk for at det kan være et godt alternativ til "åpen skole" og praksis gjennom bedriftsbesøk, men så langt hadde flere av rådgiverne bare middels erfaringer med videoer. Det ble også påpekt viktigheten av at informasjonen som presenteres er reell.

#### 4.2.6 Studenter

Studentene mente en god nettside for utdanning bør tilby **interessetester**, men at det er viktig med høy kvalitet på disse. De mente at testene har noe begrenset nytte, samtidig som de pekte på at testene kan få folk til å stille seg selv noen spørsmål om eget yrkes- eller studievalg. De mente testene er av større betydning for valg av videregående enn ved valg av høyere utdanning, fordi man er mer reflektert over egne interesser og ønsker når man har gått ut av videregående. Også studentene var opptatt at testene ikke gir fasitsvar, og de var skeptiske til ukritisk bruk av slike tester

Studentene mente **diskusjonsforum** kan være nyttig for noen, da dette er en fin mulighet til å diskutere valgmuligheter og få mer informasjon. Det er ofte studenter har like mye kunnskap som rådgivere. De ga uttrykk for at det kunne vært greit å se andres spørsmål og svar, og mente man klarer å filtrere hva som er sant og ikke. Det negative er at det fort kan bli useriøst. De ville stolt mer på en fagperson, og dermed foretrukket et forum med profesjonelle rådgivere. Noen påpekte at det er nyttig å høre andres erfaringer om et studie, men de stilte seg tvilende til at det vil være mulig å få studenter til å delta i et slikt forum. Det ble også påpekt at forum er en eldre teknologisk løsning som i mindre og mindre grad benyttes av studenter. Andre igjen mente at et forum kun må være et supplement til personlig rådgivning

Studentene tenkte at personlig rådgivning over internett er en god løsning – deriblant **chat** men dette forutsetter at det er lett for brukerne å ta kontakt, da de helst vil slippe å lete gjennom et forum eller sende en e-post for å få svar på spørsmål. En av studentene foreslo at en chat-funksjon bør være integrert med en interessetest slik at rådgiveren kan gi relevante og rimelige anbefalinger. Andre studenter var uenige i dette og mente at en chat-funksjon er bedre til konkrete spørsmål om utdanning, studiesteder, men at dette ikke bør eller kan erstatte personlig rådgivning. Andre påpekte verdien av å få svar der og da, men at en chat kan bli vanskelig hvis det blir for stor etterspørsel. Andre studenter var mer negative til å chatte med en rådgiver hvis de ikke vet hvem som sitter i andre enden, fordi det blir for upersonlig.

Også studentene var enige i at en god nettside for utdanning må inneholde en **presentasjon av utdanningssystemet**. De mente denne presentasjonen er det viktigste fordi det er starten på hele utdanningen. Studentene mente videre at **video av elever/studenter/yrkesutøvere** er en god idé så lenge videoene kommer i tillegg til god informasjon og ikke erstatter det. Samtidig uttrykte de at verdien av dette kommer det an på kreativitet og kvalitet på videoene. De fortalte at det finnes noen videoer som er veldig bra, og felles for disse er at de styrer unna reklame. Skolene vil jo presentere seg på en best mulig måte, og det er vanskelig å være helt ærlig i en video, men det bør være mer fokus på studiet, ikke på skolen.

### 4.3 Informasjonsbehov

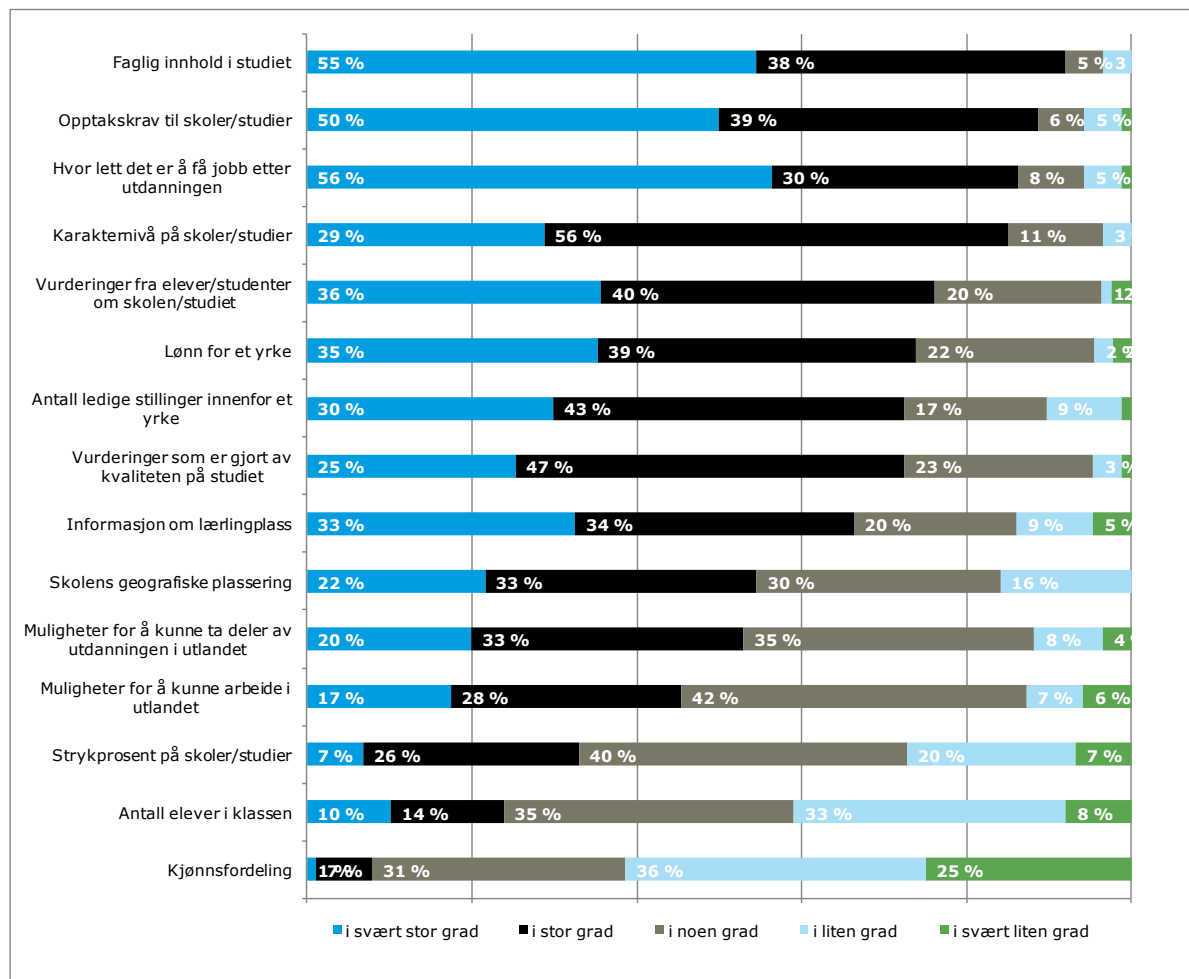
I dette avsnittet presenteres målgruppens informasjonsbehov på en nettside om utdanning. Dette baseres primært på gjennomførte fokusgruppeintervjuer, men suppleres også med resultater fra et kortfattet spørreskjema som ble benyttet under fokusgruppeintervjuene. Spørreskjemaet er utfyllt av alle målgrupper, men grunnet mangelfull utfylling har det ikke vært mulig å analysere resultater innenfor verken målgruppe eller region.

Innledningsvis i avsnittet presenteres og kommenteres resultatene fra spørreskjemaene. Videre presenteres behovene fordelt på målgrupper. Dette er da basert på grunnlaget fra fokusgruppene. Vi gjør oppmerksom på at resultatene ikke kan generaliseres, men at de snarere beskriver de utvalgte informantenes perspektiver.

Ser vi nærmere på informasjonsbehovet peker flest på viktigheten av at en utdanningsnettside har informasjon om faglig innhold i studiene, opptakskrav til skoler/studier og hvor lett det er å få jobb etter utdanningen. Mange vektlegger informasjon om karakternivå, vurderinger fra elever/studenter, lønn, antall ledige stillinger, kvalitetsvurderinger av studiet, informasjon om lærlingplass. Noe færre vektlegger informasjon om geografisk plassering og muligheter for å ta deler av utdanningen i utlandet eller jobbe i utlandet. Færrest vektlegger informasjon om kjønnsfordeling, antall elever i klassen og strykpersent på skoler/studier.



Figur 4.2: I hvilken grad er følgende informasjon viktig når du søker utdanningsinformasjon?



#### 4.3.1 Elever i ungdomsskolen

Elever i ungdomsskolen mente at vurderinger som er gjort av kvaliteten av studiene og vurderinger om skolen/studiet er viktig informasjon. Elevene var opptatt av informasjon om hvor mange ledige stillinger det er innenfor et yrke og hvor lett det er å få seg jobb etter utdanningen. Dette var noe mindre viktig for denne gruppen enn for elevene i videregående, men det ble fortsatt beskrevet som betydningsfull informasjon. Blant ungdomsskoleelevene kom det frem at informasjon om karakternivå og opptakskrav er svært viktig. Det var derimot stor uenighet blant ungdomsskoleelevene om hvor viktig informasjon om strykprosent er. Det fremkom at faglig innhold er viktig for elevene, de har behov for å vite hva de begir seg ut på. Vurderinger fra andre kan også hjelpe på veien. Lønn var i delt grad viktig informasjon for ungdomsskoleelevene – noen påpekte at det er av grunnen til at man velger et yrke, mens andre ikke anså det som avgjørende, og var mer opptatt av å få en jobb de trives i. Informasjon om lærlingplass er relevant informasjon for de som ønsker å velge yrkesfaglig studieretning. Informasjon om antall elever i klassen eller kjønnsfordeling er ikke viktig.

#### 4.3.2 Rådgivere og lærere i ungdomsskolen

Rådgiver og lærere på ungdomsskolen fortalte at elevene spør veldig om karakterer, og at mange er opptatt av geografi. De er også veldig bevisste på lønn, og hvor lett det er å få jobb etter utdanning. I følge rådgiverne er antall elever i klassen er ikke så viktig, og kvalitet på studiet er for de spesielt interesserte, men en slik post vil sette et krav til videregående skole om å ha en viss kvalitet, noe rådgiverne omtalte som positivt. Faglig innhold er viktig for de av elevene som trenger spesifikke fag for å komme dit de vil. Mange elever er bevisst på å ta noe i utlandet, men de må være klar over hvordan det passer inn i løpet. Det ble pekt på at det er en trend å ta deler av utdanningen i utlandet, og at det burde være mer informasjon tilgjengelig. Elevene burde kunne dele erfaringer rundt dette - for noen er det veldig vellykket, for andre er det absolutt ikke som forventet. Rådgiverne mente også at lærlingplass bør få mer fokus, og en god nettside om utdanning må ha informasjon om dette.

#### 4.3.3 Elever i videregående skole

Elever i videregående skole mente at vurderinger som er gjort av kvaliteten av studiene og vurderinger av andre er viktig informasjon. Faglig innhold er viktig for samtlige av elevene, de vil gjerne ha mer informasjon om fagene på nettet. Elevene var også opptatt av opptakskrav, om man i det hele tatt har mulighet til å komme inn på skolen. Noen elever mente karakternivå og strykp prosent kan være interessant for å få inntrykk av hvor strengt det er på skolen og hvor høyt eller lavt nivået er. Andre oppga at det ikke er viktig med strykp prosent eller karakternivå, fordi det ikke har noe med hvordan man selv kommer til å gjøre det. De som sa dette var mer opptatt av opptakskrav, fordi man må vite om man har mulighet til å komme inn. Det var delte meninger om hvorvidt informasjon om studier i utlandet er viktig eller ei. Noen elever mente det er viktig med informasjon om muligheter for å ta deler av videregående eller høyere utdanning i utlandet, mens andre ikke anså det som relevant. Lønn ble vurdert som relevant informasjon, men ikke vesentlig for deres studievalg. For samtlige elever var informasjon om antall elever i klassen eller kjønnsfordeling ikke viktig. Når det gjelder lærlingplass ble dette ansett som viktig for elever på yrkesfaglige utdanningsprogram, ettersom det er disse elevene denne informasjonen er aktuell for. Informasjon om lærlingplass var naturligvis mindre viktig for elever på studiespesialiserende utdanningsprogram. Dette kan tyde på at behovet for informasjon om lærlingplass er viktigere enn hva som fremkommer i vår totalvurdering, hvor elever på studiespesialiserende utdanningsprogram også er inkludert. Elevene var opptatt av hvor mange ledige stillinger det er innenfor et yrke og hvor lett det er å få seg jobb etter utdanningen.

#### 4.3.4 Frafalls elever

Frafalls elevene mente det burde stå mye mer om lærlingplasser. De pekte på at de ikke får så mye hjelp på skolen, og må begynne å titte tidlig etter hvor man kan få jobb/lærlingplass

#### 4.3.5 Rådgivere i videregående skole

Rådgivere på videregående mente at geografisk plassering er viktig når elevene søker videregående skole. Videre fortalte det at opptakskrav og faglig innhold noe som er viktig for elevene. Info om lærlingplass er meget viktig fordi elevene trenger å forstå at fraværet deres på videregående danner grunnlag for hvor de kan få lærlingplass, og de trenger derfor mer informasjon om kravene som stilles til lærlinger. Det som er mindre viktig er strykp prosent og karakternivåer, antall elever og kjønnsfordeling. Rådgiverne var enige om at vurderinger fra andre elever er mindre viktig for elevene enn faglig innhold, men samtidig sa de at vurderinger fra andre elever har mye større betydning enn foreldre og rådgivere. Noen rådgivere nevnte at mange elever ønsker informasjon om høyere utdanning i utlandet.

#### 4.3.6 Studenter

Studentene mente at vurderinger som er gjort av kvaliteten av studiene og vurderinger av skole/studie fra andre er viktig informasjon. Studentene ga uttrykk for at de vil ha mer informasjon om opptakskrav, fagkombinasjoner, hvordan man skal søke jobb, og hva som forventes når man er ferdig. Når studiet ikke er så spesifikke på hva man blir trenger man informasjon om hva som skjer etterpå. Informasjon om antall elever i klassen eller kjønnsfordeling ble ansett som mindre viktig.

### 4.4 Behov for rådgiver gjennom ulike kanaler

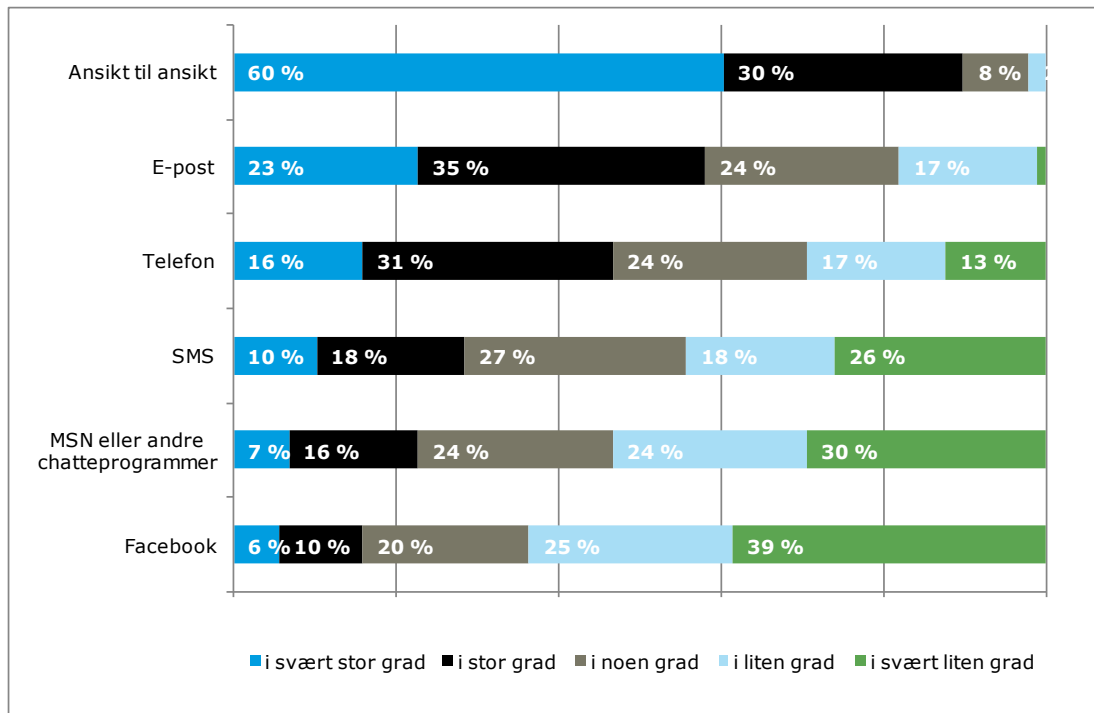
I dette avsnittet presenteres målgruppenes behov for å ha rådgiver tilgjengelig gjennom ulike kanaler. I undersøkelsen Opinion gjennomførte for utdanning.no i 2009 ble respondentene spurt om hvor sannsynlig det var at de ville benytte seg av en tjeneste på Internett der man kunne stille spørsmål om yrke og utdanning og få gratis svar fra eksperter/rådgivere. 60 % mente det var svært eller ganske sannsynlig at de ville benytte seg av dette, mens kun 16 % mente det var usannsynlig. Videre var det 80 % som etterspurte en mulighet for å stille spørsmål via e-post, nesten halvparten var positive til diskusjonsforum og 32 % mente en nettside burde ha live chat med ekspert/rådgiver.

Følgende diskusjon baseres primært på gjennomførte fokusgruppeintervjuer, men suppleres også med resultater fra det kortfattede spørreskjemaet som ble benyttet under fokusgruppeintervjuene. Innledningsvis i avsnittet presenteres og kommenteres resultatene fra spørreskjemaene. Videre presenteres behovene fordelt på målgrupper. Dette er da basert på grunnlaget fra fokusgruppene. Vi gjør oppmerksom på at resultatene ikke kan generaliseres, men at de snarere beskriver de utvalgte informantenes perspektiver.

Fokusgruppedeltakerne ble også bedt om å vurdere behovet for å ha rådgiver tilgjengelig i ulike typer kanaler. Det er helt tydelig at det viktigste er rådgivning ansikt til ansikt. I fokusgruppene

kom det frem at dette må være den primære kanalen for rådgivning, men de fleste var likevel positive til å benytte andre kanaler som supplement. Resultatene fra spørreskjemaet viser at e-post og telefon vurderes som viktig, mens Facebook og MSN er kanaler det er lite behov for å ha rådgivere tilgjengelig.

**Figur 4.3: I hvilken grad er det behov for å ha utdanningsrådgiver tilgjengelig i følgende kanaler?**



#### 4.4.1 Elever i ungdomsskolen

Det kom frem at ungdomsskoleelevene ønsker å møte veileder **ansikt til ansikt**, fremfor å benytte seg av for eksempel e-post, selv ved korte oppfølgingsspørsmål. De fleste betraktet ikke **e-post** eller **telefon** som viktige kanaler. Noen mente likevel at e-post kan være en alternativ løsning dersom rådgiver ikke er tilgjengelig. Fordelene med e-post er at det er privat og man kan få lange og ordentlige svar, i tillegg til at rådgiver kan legge ved gode linker. Det negative med e-post er at det ofte tar lang tid å få svar. Noen mente også at telefon kan være en ganske bra måte, hvis man må få tak i rådgiver raskt, og en eventuell hjelpetelefon er bedre enn en chat (jf. under) fordi det går forttere enn å skrive og man får sagt mer. Det er også bedre enn e-post fordi man slipper å vente på svar. **SMS** ble av en stor del ansett som mindre gunstig på grunn av den begrensede lengden på meldingene, men derimot mener de at påminnelser om for eksempel søknadsfrister kan være nyttig å få på SMS. Noen var veldig positive og pekte på at dagens ungdom bruker utrolig mye mobil, og at man alltid har den med. Det kunne derfor vært greit å bruke SMS til små ting som man trenger å få svar på kjapt.

Når det gjelder **Facebook** var de fleste elevene klare på at dette er en kanal de ikke ønsker å benytte for å komme i kontakt med en rådgiver. Enkelte mente at det kan være en idé å opprette en gruppe på Facebook-gruppe hvor man kan gå inn og lese, og eventuelt spørre om ting. Da får man vite det med en gang siden er oppdatert. **MSN** er i følge elevene heller ikke egnet, men en chat på en nettside ble omtalt som mer nyttig. Samtidig pekte de på at chatten må være "trygg", i form av at elevene må vite hvem de snakker med (navn og bakgrunn på rådgiver). De uttrykte også et ønske om å kunne være anonyme selv. En ulempe de pekte på var at de tror det kan bli veldig vanskelig for rådgiver å svare ordentlig til alle.

#### 4.4.2 Rådgivere og lærere i ungdomsskolen

Rådgiverne mente at **ansikt til ansikt** er kjernen, mens det andre er et supplement. **E-post** ble ansett for å være en viktig kanal blant rådgiverne. **SMS** kan være viktig for å få tak i elevene, for eksempel i forbindelse med en rådgivningstime. Også rådgiverne mente at **Facebook** og **MSN** ikke er en gunstig kanal for å komme i kontakt med elever. Enkelte påpekte likevel at Facebook kanskje kan benyttes til å spre kontakinformasjon om rådgiverne og opprette gruppe med informasjon og mulighet til å stille spørsmål. Det ble vektlagt at det er der elevene er, og at det

kunne vært lurt å teste ut. En egen chat på en nettside om utdanning ble av flere rådgivere omtalt som gunstig.

#### 4.4.3 Elever i videregående skole

Når det gjelder **e-post** var elevene videregående av samme oppfatning som ungdomsskoleelevene; de mente at e-post ikke er spesielt viktig, men at det kan være alternativ løsning dersom rådgiver ikke er tilgjengelig. De var opptatt av at det kan ta lang tid å få svar på e-post. Også når det gjelder **telefon** tenkte elevene på videregående likt som ungdomsskoleelevene; noen mente telefon kan være en ganske bra måte å kontakte rådgiver, spesielt når elevene trenger svar raskt, og de mente det er bedre enn å vente på en e-post.

Når det gjelder **SMS** mente de dette kan være nyttig for mindre avklaringer og påminnelser om for eksempel søknadsfrister. Elevene mente **Facebook** og **MSN** ikke er egnede kanaler for å komme i kontakt med en rådgiver. Det er "private" kanaler som i større grad handler om fritid og det sosiale. De var negative til å bli venn med en rådgiver på Facebook, men de mente det kan være nyttig med en gruppe med informasjon og mulighet til å stille spørsmål til en rådgiver. De mente videre at en chat på en nettside kan være gunstig.

#### 4.4.4 Frafallslever

Frafallslevne var generelt skeptiske til å snakke med rådgivere gjennom andre kanaler enn ansikt til ansikt. Noen begrunnet dette med at man ikke kan stole på at informasjonen man får er korrekt.

#### 4.4.5 Rådgivere i videregående skole

**Ansikt til ansikt** ble vurdert som den beste formen for rådgivning. Det ble blant annet påpekt at det å gå rundt i gangene er den beste måten å komme i kontakt med elevene. Rådgiverne anså ellers **e-post** for å være en viktig kanal, men det ble uttalt at e-post er utdatert, for det er ingen elever som har tid til å vente på svar. De mente **telefon** kan være aktuelt, men det må være gratis. Det samme gjelder **SMS**. Også rådgiverne mente at **Facebook** og **MSN** ikke er en gunstig kanal for å komme i kontakt med elever. En av rådgiverne påpekte likevel at Facebook kanskje kan benyttes til å opprette en gruppe og å spre kontaktinformasjon om rådgiverne.

#### 4.4.6 Studenter

Studentene anså **e-post** for å være en viktig kanal. Noen mente at et tilbud om hjelpetelefon er veldig viktig, hvis man sitter fast er det greit å kunne ringe noen. De var opptatt av at en slik tjeneste bør ha lang åpningstid, og det bør ikke være lange køer. Tjenesten bør være gratis eller i hvert fall ha vanlig takst. Når det gjelder **SMS** trakk studentene frem at det ofte er vanskeligere å ta en telefon enn å sende en SMS, og at det derfor kan være en idé å tilby det. Det ble foreslått en SMS-tjeneste hvor man kan sende et navn på et yrke til et nummer (for eksempel Fotograf til 2020) og få info om hvordan man kan bli det. Ellers ble det også påpekt blant studentene at SMS er mindre gunstig på grunn av den begrensede lengden på meldingene, men at kortere påminnelser kan være nyttig.

De fleste studentene mente **Facebook** ikke er en kanal de ønsker å benytte for å komme i kontakt med en rådgiver. De pekte samtidig på at det er to sider ved Facebook; på den siden er Facebook useriøst og bør være privat, men på den andre siden er det mange som bruker det og der man kan treffe elever og studenter. De mente det beste vil være å lage en gruppe hvor man kan bli medlem. Det ble også nevnt at det kunne vært en god idé om utdanning.no kunne ha vært tilgjengelig på Facebook-chatten, det ville gjort det veldig tilgjengelig. Ellers ville en egen chat på en nettside (for eksempel utdanning.no) være gunstig i følge studentene. De mente at en chat kan ha et bilde og navn av rådgiver, så man kan klikke seg inn på personen og se hva den jobber med. De mente det er lavere terskel for å chat enn å ta en telefon.

## 4.5 Markedsføring

I dette avsnittet presenterer vi de ulike målgruppernes perspektiver på hvordan en nettside om utdanning bør markedsføres overfor elever og studenter. Samlet sett ble flere markedsføringskanaler foreslått, blant annet kinoreklame, reklame på TV og i aviser, via SMS, eller i form av annonsebilag i ungdomsmagasiner som eksempelvis Topp.

Det var enighet mellom elever i ungdomsskolen, elever i videregående og studenter om at den beste kanalen for markedsføring av en nettside om utdanning er gjennom rådgivere og lærere. Elevene i videregående mente at det beste hadde vært at rådgiverne viste dem siden og hvordan man bruker den. Slik vil det bli lettere å bruke den selv og gå inn på den i ettertid. Studentene var opptatt av at en slik side blir tatt mer seriøst dersom informasjonen kommer gjennom skolen. Rådgiverne i både ungdomsskolen og videregående var enige i dette, og rådgiverne i videregående tenkte også at tv- og kinoreklame vil gi mindre effekt enn å gå gjennom rådgiverne. Samtidig kan den type reklame treffe noen målgrupper som man ikke vil nå gjennom rådgiverne, og de påpekte derfor at det er viktig å benytte mange kanaler.

Det var en del diskusjon rundt det å reklamere på facebook, men de aller fleste informantene var positive til å bruke denne kanalen, med argumentet "alle er jo der". En rådgiver på videregående sa for eksempel *"De er jo mest på de sosiale mediene. Tror det er en nøkkel her. Når jeg ser hvor lite de bruker skolemailen sin, som de egentlig er forpliktet til å bruke, så er det kanskje ikke overraskende at de ikke får med seg våre tips til nettsider heller."* Alle la vekt på at det er viktig at reklamen ikke er for pågående og at den leder inn på en god side.

Flere av rådgiverne, frafallselevne, elevene på ungdomsskolen/videregående og studentene mente at det hadde vært bra om en representant for utdanning.no kunne reise rundt på skolene og presentere siden. Men allikevel, som nevnt tidligere, var både elevene på ungdomsskolen og på videregående opptatt av at lærerne må informere om siden dersom de skal bruke den.

Under presenteres de ulike målgruppernes synspunkter på markedsføring av utdanning.no.

### 4.5.1 Elever i ungdomsskolen

Elevene i ungdomsskolen mente tv-reklame kan være en god markedsføringskanal. En del elever var kritiske til reklame på kino, og mente den type reklame ikke vil nå frem til dem fordi de ikke er oppmerksomme på den type informasjon i den situasjonen. Ungdomsskoleelevne mente at reklame på Facebook kan være en god idé, men de var usikre på hvor stor betydning det vil ha. I tillegg mente elevene at informasjon på skolens læringsplattform kan være en god kanal, men mente da at linken ikke bør ligge på hovedsiden, men heller sammen med ukeplaner og annen informasjon fra lærerne.

### 4.5.2 Rådgivere og lærere i ungdomsskolen

Rådgiverne og lærerne i ungdomsskolen var enige om at den beste måten å nå rådgivere og lærere på er gjennom e-post, slik at de kan ta seg tid til å se på det når de måtte ønske. Samtidig mente de at det kan være lurt å sende ut informasjon til skolene, og eventuelt samle de ansatte og gi dem en introduksjon, uten å gi opplæring i detalj. I slike tilfeller var de opptatt av at det er viktig at representanter for utdanning.no drar ut til skolene og ikke krever at folk skal møte opp andre steder. Annonser i fagblader anså de for ikke å være spesielt viktig, begrunnet med at det ikke er så mange som leser dem.

### 4.5.3 Elever i videregående skole

Elevene i videregående mente at den beste måten å nå ut til dem på, vil være at rådgiverne viser dem siden og hvordan man bruker den. Dette vil gjøre det lettere for dem å bruke den selv og besøke den i ettertid. Elevene i videregående mente at tv- og kinoreklame i stor grad vil bli oversett, samtidig som alle var enige i at de kanskje vil kjenne igjen sidene senere selv om de ikke får med seg selve reklamen. Flere av elevene på videregående la vekt på at dersom utdanning.no havner høyt oppe på trefflisten på google, vil det være mye høyere sannsynlighet for at de går inn på siden. Mange fortalte at det kan være vanskelig å sette seg inn ting på egen hånd, og at de ofte ikke hører på hva rådgiver/lærer sier uansett.

### 4.5.4 Frafallselever

Et flertall av frafallselevne var positive til reklame på Facebook, og mente det kan være en godkanal for å nå dem som gruppe, ettersom de fleste bruker Facebook og legger merke til reklame der. Videre nevnte flere at det kan være vanskelig å sette seg inn i ting alene, noe som uttrykker et behov for å få undervisning i hvordan man skal bruke siden.

#### 4.5.5 Rådgivere i videregående skole

Rådgiverne i videregående skole ga også uttrykk for at tv- og kinoreklame vil være en mindre effektiv markedsføringskanal enn å gå gjennom rådgiverne. Samtidig påpekte de at den type reklame kan treffe noen grupper som man ikke vil nå gjennom rådgiverne, og understreket derfor at det er viktig å benytte flere kanaler. Et par rådgivere på videregående mente det ville vært bra om representanter fra utdanning.no hadde stands på skolen, for eksempel en gang i året, hvor de delte ut ting og hadde ulike konkurranser.

Rådgiverne i videregående mente at den beste måte å nå ut til rådgivere på er ved å delta på ulike konferanser for rådgivere, for eksempel ved å holde et innlegg om bruk av nettsidene. På den måten vil en nå ut til mange rådgivere. De mente også at det burde være en lenke til siden på samordna opptaks nettsider og en reklame i søkerhåndboka. I motsetning til rådgiverne i ungdomsskolen, mente flere av rådgiverne i denne gruppen at fagblader kan være en nyttig markedsføringskanal. Tilsendt informasjon kan også fungere, under forutsetning at det fremkommer at nettsiden er kvalitetssikret og er en offentlig tjeneste.

#### 4.5.6 Studenter

Studentene var opptatt av at en side om utdanning blir tatt mer seriøst dersom informasjonen kommer gjennom skolen. Flere av studentene mente at hvis: "utdanning.no er bra nok, så holder det at den markedsføres gjennom lærere på en tavle, for hvis man finner det man trenger der, er det ikke behov for å lete etter informasjon andre steder." Betydningen av dette er at dersom informasjonen på siden er god og man får tilstrekkelige svar på sine spørsmål, ved kun å gå inn på en side, vil det ikke være noe behov for utstrakt markedsføring. Relatert til markedsføring var det noen av studentene som mente at rådgiver med fordel kunne ha fått en annen yrkestittel, begrunnet med at det er upopulært å gå til "rådgiver." De mente det ville vært bedre å kalle stillingen for karriereveileder eller liknende.

## 5. UTVALGTE NETTBASERTE RÅDGIVNINGSTJENESTER I NORDEN

Dette kapittelet har til hensikt å skape en oversikt over funksjonaliteten for noen utvalgte informasjons-, rådgivnings- og veiledningstjenester i Norge, Sverige, Danmark og Finland. En slik oversikt kan, som et supplement til resultatene fra fokusgruppene, være et bidrag til å se hvilke muligheter som finnes for videreutviklingen av en norsk tjeneste. Kapittelet består av en kort presentasjon av nettsidene, før det gjøres en gjennomgang og sammenligning av tjenestene sett i forhold til nettsidenes innhold, og muligheten for å få personlig rådgivning og veiledning. Kapittelet baserer seg på en innholdsanalyse av det enkelte nettstedet, og på kvalitative intervjuer med personer som er sentrale i driften og utviklingen av de utvalgte nettstedene. Dette innebærer at kapittelet representerer en beskrivelse av utvalgte nettsteder, og at vi dermed ikke har til ambisjon å gjøre rede for helhetssituasjonen når det gjelder nettbaserte rådgivningstjenester i de nordiske landene.

### 5.1 Beskrivelse av utvalgte nettsteder

I det følgende er fem nettsteder valgt ut til en nærmere gjennomgang, herunder den norske *utdanning.no*, den danske *ug.dk*, de to svenske nettstedene *vägledningsinfo.se* og *utbildningsinfo.se*, samt finske *opintoluotsi.fi*.

#### 5.1.1 Utdanning.no

Utdanning.no er en informasjonstjeneste om utdanning, yrke og læring i Norge. Tjenesten eies av Kunnskapsdepartementet, og har siden 1.1.2010 vært drevet av Senter for IKT i utdanningen. Målgruppen for tjenesten er utdanningsøkende på alle nivå og i alle livssituasjoner, men med hovedfokus på elever i ungdomsskole og videregående opplæring. Tjenesten har beskrivelser av rundt 500 yrker, samt tekstbeskrivelse av utdanningssystemet, med lenker til nyttige nettsteder og andre kilder til informasjon. Utdanning.no har egen redaksjon, datainnsamlingsavdeling og teknisk avdeling, men driver ikke rådgivning. Utdanning.no innhenter selv data om utdanninger i Norge, enten via dataleveranse fra utdanningsinstitusjonene, eller ved reproduksjon av studietilbudene ved norske utdanningsinstitusjoner.

#### 5.1.2 Ug.dk

Ug.dk, eller Uddannelsesguiden, er en informasjonstjeneste om utdanning, voksen- og etterutdanning, samt jobb og arbeidsmarkedsforhold i Danmark. Nettstedet er ment å være en helhetlig side for utdanningsinformasjon i Danmark og retter seg inn mot barn og unge som skal søke skole, ungdom og voksne som skal søke høyere utdanning, voksne som søker kurs og etterutdanning, samt veiledere og andre med interesse for utdanningsforhold. Tjenesten ble åpnet i 2004. Det danske Uddannelsesministeriet har en svært aktiv rolle i utviklingen og videreutviklingen av tjenesten. Skolene er lovpålagt å levere informasjonen. Teknisk og redaksjonell drift er outsorset. Privat leverandør står for vedlikeholdet av siden og leverer det redaksjonelle innholdet som består av rundt 3500 artikler om yrkes- og utdanningsvalg. I tillegg til artiklene består siden av informasjon om alle de ordinære utdanningsmulighetene og skolene i Danmark. Innholdet på sidene eies av Undervisningsministeriet.

#### 5.1.3 Vägledningsinfo.se

Vägledningsinfo.se var en gratis tjeneste for studieveiledning over telefon, e-post og chat. Tjenesten ble åpnet for første gang i mai 2007 av Myndigheten för nätverk och samarbete inom högre utbildning (NSHU), men virksomheten ble stoppet da NSHU ble lagt ned ved årsskiftet 2008/2009. I slutten av april 2009 ble tjenesten gjenåpnet gjennom et samarbeid mellom Nitus (Nätverket för kommunale lärcentra) og flere regionforbund, blant annet Värmland, Kalmar og kommunförbundet Skåne. Driften ble opprettholdt frem til juni 2010 da tjenesten igjen ble stengt, grunnet uenigheter om finansiering. Tjenesten henvendte seg i første rekke til personer som søkte høyere utdanning, men var også åpen for alle som ønsket kontakt med en studieveileder. Intensjonen med tjenesten var å være et supplement til kommunenes og høyskolene ordinære studieveiledningstilbud.

#### 5.1.4 Utbildningsinfo.se

Utbildningsinfo.se er en informasjonstjeneste om utdanning i Sverige. Målgruppen for tjenesten er elever som skal velge grunnskole, videregående skole og høyere utdanning. Tjenesten ble åpnet høsten 2005 og eies og driftes av det svenske Skolverket. Formålet er å skape en tjeneste der brukerne kan søke frem informasjon om utdanning uten å måtte besøke mange forskjellige nettsteder, men tjenesten tilbyr ikke personlig rådgivning eller informasjon om yrker.

Søketjenesten bygger på informasjon fra en rekke kilder, blant annet fra Statistiska Centralbyrå (SCB), alle svenske skoler, høyskoler, folkehøyskoler og yrkesfaglige opplæringssteder. Informasjonen samordnes i en sentral informasjonsdatabase (national hub) som er satt opp for å samle inn og distribuere informasjon fra alle kurs og programmer i Sverige. Dette er mulig ettersom modellen EMIL (Education Information Markup Language)<sup>8</sup> er utviklet for å kunne innhente informasjon fra alle deler av utdanningssystemet i en felles mal som kommer til uttrykk gjennom et xml-skjema. Databasen samler således informasjon fra blant annet videregående skoler, høyskoler og universitet, og yrkesopplæring, og gjør denne tilgjengelig for ulike sluttbrukertjenester, deriblant utbildningsinfo.se, som så kan formidle informasjonen tilpasset sine målgrupper. Informasjonsinnhentingen er således ikke en aktivitet som gjennomføres av selve nettstedet, men er en del av en overordnet og helhetlig informasjonsinnhentingprosess. På sikt er det et ønske at all innsamling av informasjon skal gå automatisk, noe som vil besørge at all informasjon alltid er oppdatert.

#### 5.1.5 Opintoluotsi.fi

Opintoluotsi.fi er en finsk informasjonstjeneste om utdanning for alle som søker informasjon om utdanning. Formålet med nettstedet er å tilby nøyaktig og oppdatert informasjon om utdanningsmuligheter etter grunnskolen og gi informasjon om relevante yrker, samt tilby personlig rådgivning. Nettstedet retter seg i hovedsak mot unge som skal velge videregående skole og høyere utdanning og voksne som søker informasjon i ulike livssituasjoner, men også mot veiledere og rådgivere som benytter slik informasjon i sitt arbeid. Tjenesten ble opprettet av det finske Undervisningsministeriet som et EU-prosjekt i år 2000 og har blitt finansiert av European Social Fund (ESF) frem til 2008. Undervisningsministeriet og Helsingfors universitets og utbildnings- og utveklingscenter, Palmenia, var ansvarlig for utviklingen og driften av tjenesten. Nettstedet har kun linker til informasjon om utdanninger. Nettstedet vil bli vedlikeholdt frem til 2012 og intensjonen er at man deretter avløser denne løsningen med en ny helhetlig tjeneste.

## 5.2 Nettstedenes innhold

Nettstedenes innhold har stor betydning for hvilket bruk tjenesten legger opp til, og også hvilke målgrupper som benytter den. Som vi har sett av resultatene fra fokusgruppene er det flere av målgruppene som ønsker seg en mer helhetlig tjeneste som innebærer at de ikke behøver å benytte flere ulike sider for å hente inn informasjon. En viktig del av en gjennomgang av utvalgte nordiske nettsteder bør derfor være å se på hvilket innhold de ulike sidene tilbyr, og i hvilken grad siden kan karakteriseres som en helhetlig tjeneste. En slik oversikt gir oss innsikt i hvilke innholdsmessige prioriteringer andre nordiske nettsteder har gjort, og kan også gi en indikasjon på hvilken informasjon en norsk nettside bør inneholde.

Når det gjelder nettstedenes innhold har Rambøll vurdert det som særskilt interessant å undersøke:

- I hvilken grad nettstedet har informasjon om skoler/studiesteder (ungdomsskoler, videregående skoler, høyere utdanningsinstitusjoner)?
- I hvilken grad har nettstedet informasjon om yrker, hva arbeidet innebærer og hvilke valg en må gjøre for senere å kunne arbeide innen yrket?
- I hvilken grad nettstedet har en presentasjon av utdanningssystemets oppbygning?
- I hvilken grad nettstedet tilbyr brukeren personliggjort informasjon i form av intervjuer eller lignende med personer innen ulike yrker og studieretninger.
- Om nettsiden har interessedetester eller lignende verktøy beregnet på å rettlede brukeren i sitt studie-/yrkesvalg?
- I hvilken grad er det mulig for brukeren å filtrere informasjonen ut i fra den enkeltes tilegnede kompetanse, bakgrunn og interesser?
- Om informasjonen er tilgjengelig på flere språk?

<sup>8</sup> For en innføring i den svenske informasjonsmodellen EMIL Se for eksempel: [www.elframework.org/projects/xcri/EMIL\\_PM%20v.../download](http://www.elframework.org/projects/xcri/EMIL_PM%20v.../download)






- I hvilken grad nettstedet tilbyr en integrert løsning med informasjon og personliggjort innhold. Med andre ord, presenteres informasjonen om skoler/yrkesmuligheter i tilknytning til personliggjort informasjon, som for eksempel intervjuer?
- I hvilken grad henvender nettstedet seg til flere målgrupper, som for eksempel ungdomsskoleelever, videregående elever, veiledere/rådgivere og/eller foreldre?







































### 5.2.1 Vurderinger

Rambøll har benyttet fargekoder for å vurdere nettsidenes innhold. Disse er beskrevet i tabell 6.1. Våre vurderinger av de seks nettsidenes funksjoner fremkommer i tabell 6.2 og blir videre utdypet nedenfor.

**Tabell 6.1 - Fargekoder for vurdering av nettsidenes innhold**

Symbol	Beskrivelse
	Nettstedet inneholder i stor grad informasjon det spørres etter
	Nettstedet inneholder i middels grad informasjonen det spørres etter
	Nettstedet inneholder i liten grad informasjonen det spørres etter

**Tabell 6.2 - Vurderinger av nettsidenes innhold**

	Utdanning. no	ug.dk	Utbildningsi nfo.se	opintoluotsi.fi	Vaglednings info.se
Informasjon om skoler					
Informasjon om yrker					
Personalisert Informasjon					
Presentasjon av utdannings-systemet					
Interesstester					
Filtrering av Innhold					
Språk					
Integrert løsning					
Målgrupper					

Rambøll gjør oppmerksom på at Vagledningsinfo.se skiller seg fra de andre nettstedene ved at siden ikke var en informasjonstjeneste, men kun en rådgivningstjeneste hvor brukerne kunne kontakte rådgivere/veiledere. Nettstedet er derfor utelatt fra en del av vurderingen.

#### **Informasjon om skoler**

Alle nettstedene har informasjon om ungdomsskoler, videregående skoler og høyere utdanningsinstitusjoner. Opintoluotsi.fi har begrenset med informasjon om skolene i sin database og henvender brukeren til skolenes egen nettside, og blir derfor vurdert noe lavere enn de andre.

#### **Informasjon om yrker**

Utdanning.no og ug.dk har informasjon om ulike yrker, hva arbeidet innebærer og hvilke utdanningsvalg en må gjøre for å kunne arbeide innen yrket. Utbildningsinfo.se har nesten ingen informasjon om yrker med unntak av informasjon om yrkesretninger i videregående skole. Opintoluotsi.fi benytter seg igjen av eksterne linker og i noen tilfeller inneholder de eksterne linkene mangelfull informasjon i forhold til de andre nettstedene som er vurdert.

#### **Personifisert informasjon**

Både utdanning.no og ug.dk har svært mange intervjuer med personer innen ulike yrker og utdannelser. Ug.dk har i tillegg til en interaktiv tjeneste som gjør intervjuene svært lett tilgjengelig og ikke minst plasserer yrket i en større samfunnsmessig kontekst. Ug.dk anses derfor som overlegen i forhold til personliggjort informasjon. Utbildningsinfo.se har noe mindre

personliggjort informasjon. Den har kun 5 intervjuer med studenter og 9 intervjuer med videregående elever. Disse to er derfor vurdert noe lavere enn de andre. Opintoluotsi.fi benytter også i dette tilfellet eksterne linker for intervjuer og har i tillegg et svært begrenset antall. Opintoluotsi.fi stiller derfor svakest i denne kategorien.

### **Presentasjon av utdanningssystemet**

Alle nettsidene har en presentasjon av utdanningssystemet. Ug.dk, Opintoluotsi.fi og utbildningsinfo.se har i tillegg interaktive presentasjoner av utdanningssystemet, hvor brukeren kan klikke seg rundt og enkelt se sammenhengen mellom de ulike utdanningsinstitusjonene og valgene som gjøres underveis. Utdanning.no har ikke en grafisk presentasjon av utdanningssystemet, men har tekstlige beskrivelser.

### **Interesstester**

Når det gjelder interesstester har ug.dk flere ulike tester og guider som er ment å rettlede brukeren i sitt utdannings- og yrkesvalg. Utbildningsinfo.se har kun en test og blir derfor vurdert noe lavere. Opintoluotsi.fi har ingen interesstester. Utdanning.no har linker til interesstester på andre nettsider som vilbli.no og nav.no, men har ingen egne interesstester.

### **Filtrering av innhold**

I forhold til filtrering av innholdet på sidene vurderes nok en gang ug.dk til å være best, i tillegg til å gi brukeren muligheten til filtrere informasjon ut i fra brukerens behov, filtreres også kontaktinformasjonen til veilederne slik at brukeren kommer i kontakt med riktig instans for veiledning. Utbildningsinfo.se har også mulighet for å filtrere informasjon ut i fra brukerens behov, men da kun som et menyvalg tidlig på sidene. Opintoluotsi.fi har ingen filtrering av informasjon ut i fra målgruppens samlede behov, men presenterer heller informasjonen ut i fra temaområde.

### **Språk**

Kun et av nettstedene har informasjon på flere språk. Opintoluotsi.fi ser ut til å ha all informasjon både på finsk og svensk. Ingen av sidene har fullstendige engelskspråklige sider. Ug.dk har begrenset med informasjon om studiemuligheter på engelsk. Utbildningsinfo.se har kun informasjon om nettstedet på engelsk. Utdanning.no har kun en infoside på engelsk og enkelte artikler på nynorsk.

### **Integrerte løsninger for informasjonsformidling**

Med *integret løsning* menes her hvorvidt nettsidenes informasjon om for eksempel ulike skoler, yrker og utdanningsretninger er satt i sammenheng med interaktive tjenester på nettsidene. Med en integrert løsning vil altså nyttig informasjon tilgjengeliggjøres for brukeren på andre måter enn søk etter informasjon og "ordinær" navigasjon på nettsidene.

Ug.dk framstår som best i vurderingen av denne formen for informasjonsformidling. Ug.dk har blant annet en interaktiv tjeneste hvor man først kan velge sine interesser, for deretter å få opp tilpasset informasjon om ulike studier fra databasen. Ug.dk referer til disse verktøyene som "inspirasjonsverktøy" (herunder jobkompasset, jobcity, interesstestene, etc). De tre andre nettsidene har ikke integrerte løsninger hvor informasjonen i databasen tilgjengeliggjøres etter disse prinsippene.

Ug.dk har en interaktiv tjeneste hvor man kan velge sine interesser og deretter få opp informasjon om ulike studier fra databasen. De tre andre nettstedene har ikke en interaktiv løsning.

### **Målgrupper**

Alle nettstedene henvender seg til flere målgrupper, i hovedsak ungdomsskoleelever, videregående elever og andre som skal søke høyere utdanning. Noen av sidene har også sider for veildere/rådgivere. Alle nettstedene har i stor grad informasjon til flere målgrupper og blir derfor vurdert like høyt, på tross av noen mindre forskjeller. Ingen av nettstedene har informasjon rettet mot foreldre.

## **5.3 Muligheter for personlig rådgivning**

I tillegg til nettstedenes funksjoner, tilgjengelighet og innhold har Rambøll undersøkt hvorvidt de utvalgte informasjons-, rådgivnings- og veiledningstjenestene tilbyr nettbasert personlig rådgivning. Det er rimelig å anta at en bruker av et nettsted i kan ha spørsmål hun ønsker å få besvart, men som hun ikke finner svar på ved hjelp av tilgjengelig informasjon. I slike tilfeller

kan det være aktuelt for brukeren å ta kontakt med en rådgiver som kan svare på spørsmål, eller rettledende brukeren frem til den riktige informasjonen.

Dette framstår som spesielt relevant når brukeren søker informasjon om utdannings- og yrkesvalg. En slik bruker sitter ofte med spørsmål av typen "hva skal jeg bli?", men også spørsmål av mer praktisk og konkret karakter, som for eksempel "hvor finner jeg informasjon om dette yrket?", "hvordan bruker jeg tjenestene som finnes på denne nettsiden?". Et tilbud om veiledning eller rådgivning vil ofte være til nytte, og i tilfeller hvor slike spørsmål dukker opp i forbindelse med det som står skrevet på nettsidene, kan det være gunstig for brukeren at kontaktinformasjon til rådgiverne er lett tilgjengelig uansett hvor på sidene en befinner seg.

Med dette utgangspunktet anser Rambøll det som interessant å undersøke hvorvidt nettstedene har lett tilgjengelig kontaktinformasjon til rådgiver/veileder som kan svare på spørsmål. Rambøll har derfor vurdert hvilke kanaler nettstedene tilbyr personlig rådgivning gjennom.




Listet opp ses det nærmere på om nettstedet tilbyr personlig rådgivning via:

- E-post
- Telefon
- Elektronisk spørreskjema/kontakt skjema
- "Ofte stilte spørsmål"
- Chat-funksjon
- Forum































#### 5.3.1 Vurderinger

Rambøll har i det følgende benyttet fargekoder for å vurdere nettsidenes muligheter for personlig rådgivning. Disse er beskrevet i tabell 6.5. Våre vurderinger av de seks nettsidenes funksjoner fremkommer i tabell 6.6 og blir videre utdypet nedenfor.

Tabell 6.5 - Fargekoder for vurdering av nettsidenes muligheter for personlig rådgivning

Symbol	Beskrivelse
	Nettstedet oppfyller kriteriet / tilbyr personlig rådgivning gjennom denne kanalen
	Nettstedet oppfyller delvis kriteriet / tilbyr i noen grad personlig rådgivning gjennom denne kanalen
	Nettstedet oppfyller ikke kriteriet / tilbyr ikke personlig rådgivning gjennom denne kanalen

Tabell 6.6 - Vurderinger av nettsidenes muligheter for personlig rådgivning

	Utdanning.no	Ug.dk	Utbildningsinf o.se	opintoluotsi .fi	Vaglednings info.se
E-post					
Telefonnummer for veiledning					
Elektronisk spørreskjema					
Ofte stilte spørsmål					
Chat-funksjon					
Forum					

Opintoluotsi.fi og vagledningsinfo.se har mulighet for veiledning over e-post og telefon. Det har ikke de tre andre tjenestene.

Kun Opintoluotsi.fi tilbyr kontakt med rådgiver gjennom elektronisk kontaktskjema.

Utdanning.no, ug.dk og opintoluotsi.fi har alle en "ofte stilte spørsmål"-mulighet. Utdanning.no og Opintoluotsi.fi tilbyr ikke kontakt med rådgiver gjennom denne løsningen, men leder heller videre inn på informasjonssidene for å gi svar på spørsmålene. Dette vurderes som en noe dårligere løsning.

Når det gjelder om veiledningen tilbys gjennom en chat-funksjon hadde vägledningsinfo.se chat-funksjon, mens ingen av de andre nettstedene tilbyr en slik løsning.

Ingen av nettstedene har forum som en mulighet for rådgivning eller svar på spørsmål.

Oppsummert ser vi at med unntak av ug.dk, som dekker fire av de seks vurderte områdene, tilbyr de utvalgte nettstedene kun i liten grad personlig rådgivning som inviterer til toveiskommunikasjon med veiledere eller rådgivere. En ambisjon om å tilby dette må altså i stor grad finne fram til egnete løsninger gjennom egen utvikling, heller enn å benytte seg av allerede eksisterende kunnskap og erfaring.

## 5.4 Brukerinvolvering

Avslutningsvis gjøres det kort rede for hvordan de utvalgte nettstedene involverer sine målgrupper i forbindelse med egen videreutvikling og kvalitetssikring.

### Utdanning.no

Målgruppen for utdanning.no er i utgangspunktet alle utdanningssøkende, med særlig fokus på ungdomsskoleelever og elever i videregående opplæring som skal velge vei videre.

Utdanning.no gjennomfører en kvantitativ undersøkelse hvert år. I tillegg gjennomføres fokusgruppeundersøkelser og brukertester, særlig i forbindelse med lansering av nye tjenester eller ved endringer i eksisterende tjenester. Det er blitt arrangert årlige konferanser med utdanning og yrke som tema, der ulike brukergrupper er invitert til å delta. Nettjenesten utdanning.no er nå en del av Senter for IKT i utdanningen som har en klar målsetning om å jobbe tett med målgruppene til senteret.

### Ug.dk

Målgruppen til ug.dk er alle elever som skal søke ungdomsskole eller videregående skole og alle voksne som skal søke høyere utdanning. Dette utgjør en meget stor målgruppe. Foreldre er også en del av målgruppen og det lanseres 1. januar 2011 et eget område for disse. Det er i stor grad politiske insentiver som førte til utviklingen av tjenesten, men også deler av videreutviklingen skjer etter politiske ønsker. Når det kommer til mindre endringer i videreutviklingen, som for eksempel utvikling av veiledningsverktøy, skjer dette ofte på grunnlag av ønsker fra veiledere eller andre grupper som etterspør forbedringer. I intervjuet med kontaktperson i ug.dk fremgår det at man i liten grad har skriftlige publikasjoner eller dokumentasjon på tilbakemeldinger. En generell tilbakemelding er at ug.dk blir mye brukt av målgruppene, og beskrives av dem som et godt nettsted.

### Utbildningsinfo.se

Målgruppen for utbildningsinfo.se er elever som skal velge grunnskole, videregående skole og høyere utdanning. Tjenesten ble som tidligere nevnt åpnet høsten 2005 og driftes av det svenske Skolverket. Under utviklingen av siden ble det arbeidet på flere måter for å utvikle nettstedet i forhold til målgruppene behov. I første omgang ble det arbeidet med å utvikle såkalte "personas". På grunnlag av 10- 20 intervjuer med elever i barneskolen, ungdomsskolen og videregående ble det laget noen fiktive personer, eller personas, som ble benyttet i utprøvingen av utviklingsideene. Slik sett ble nettstedet utviklet i samarbeid med målgruppene.

I tillegg ble det benyttet en referansegruppe av rådgivere og veiledere. Dette beskrives som et mulig feiltrinn, da de heller burde hatt en referansegruppe bestående av personer "innenfor" utdanningssystemet. Selv om tekstene og nettstedet ble forsøkt gjort mest mulig tilgjengelig og enkle, viser det seg også at mange av tekstene er for vanskelige og oppleves som utilgjengelige, spesielt for de yngste målgruppene. Under oppstarten i 2005 ble det også gjort besøk ved ulike skoler hvor elevene fikk presentert sidene og de fikk tilbakemeldinger.

I senere tid har utbildningsinfo.se gjennomført fokusgrupper med ungdomsskoleelever, videregående elever og noen studenter. Tilbakemeldingen fra disse fokusgruppene er at de færreste kjente til nettstedet, men at de var fornøyde med siden når den ble presentert for dem.

### Vagledningsinfo.se

Vagledningsinfo.se var en nettbasert personlig rådgivningstjeneste uten annet innhold. Målgruppen for nettstedet var voksne med ambisjoner om å studere videre, og som av en eller annen grunn ikke kunne komme i kontakt med rådgivere i hverdagen. Ettersom elever og studenter ved studiestedene hadde tilgang til rådgivere og veiledere, var tjenesten etablert for de som ikke hadde denne muligheten. Tjenesten var likevel åpen for alle og ble i stor grad benyttet av personer i hele Sverige. Det er i liten grad mulig å si noe om brukermedvirkning for nettstedet da det i liten grad finnes oversikt over tilbakemeldinger fra brukerne av tjenesten.

### Opintoluotsi.fi

Målgruppen til opintoluotsi.fi er i utgangspunktet alle som søker informasjon om utdanning med et hovedfokus på unge som skal velge videregående og høyere utdanning, samt veiledere og rådgivere som ønsker å benytte nettstedet i sitt arbeid. Hensikten bak siden er å kunne tilby nøyaktig og oppdatert informasjon om utdanningsmuligheter etter grunnskolen, samt gi informasjon om relevante yrker. Siden tilbyr i tillegg personlig veiledning over e-post og elektroniske skjema.

Helt fra starten av fokuserte Opintoluotsi.fi på å bygge et brukerorientert nettsted, og de har derfor utviklet sidene i samarbeid med målgruppene på forskjellige måter. Fra starten av forsøkte man å undersøke hvordan og hvor de ulike målgruppene finner informasjon om utdanning. Senere har det systematisk blitt innhentet tilbakemeldinger fra brukerne. Dette har hovedsakelig skjedd gjennom individuelle tilbakemeldinger fra brukere, gjennom brukerundersøkelser, ved å opprette et eget brukerpanel, og gjennom månedlige målinger av webtrafikk.

## 6. KONKLUSJONER OG ANBEFALINGER

I dette kapittelet oppsummerer vi funnene fra rapportens kapitler om rådgivning i skolen og de ulike målgruppenes perspektiver på nettbasert rådgivning. Dette danner grunnlaget for å komme med anbefalinger til videre utvikling av nettbaserte rådgivningstjenester, herunder utdanning.no, for å imøtekomme målgruppenes behov. Våre anbefalinger presenteres i siste del av kapittelet.

### 6.1 Rådgivning i skolen

Når det gjelder rådgivningstilbudet på skolene er det også likhetstrekk mellom ungdomsskolen og videregående skoler.

Ved alle ungdomsskolene foregår rådgivning på to ulike arenaer

- individuelle samtaler mellom rådgiver og den enkelte elev
- felles for klassen i faget Utdanningsvalg

Enkelte rådgivere gir også rådgivning til grupper av elever som har relativt like informasjonsbehov og spørsmål. Elevenes opplevde utbytte av faget Utdanningsvalg varierer mellom klasser, og ser ut til å ha sammenheng med skolens måte å organisere faget på og lærers prioritering av faget. Elevene opplever størst utbytte av individuelle veiledningssamtaler med rådgiver.

I videregående skole foregår rådgivning på ulike måter på studiespesialiserende og yrkesfaglige utdanningsprogram:

- På studiespesialisering foregår rådgivningen enten klassevis, ved at rådgiver gir informasjon til hele klassen. Rådgivningssamtaler mellom rådgiver og elev foregår også individuelt og i grupper med elever med like informasjonsbehov.
- På yrkesfaglige utdanningsprogram foregår rådgivningen individuelt og i form av faget prosjekt til fordypning.

Både i ungdomsskolen og videregående skole har rådgiverne ved de fleste skolene ikke tid til personlige samtaler med alle elevene. Elevene må derfor selv ta initiativ til samtale. Det fremkom imidlertid at få elever har benyttet seg av rådgivning. Dette kan sees som en konsekvens av at elevene selv må be om en samtale. Videre fremkom det at tilbudet i størst grad benyttes av de mer ressurssterke elevene. Flere påpekte imidlertid at de har planer om å oppsøke rådgiver når søknadsfrist til videregående skole og høyere utdanning nærmer seg. Dette medfører at etterspørselen etter rådgivning varierer i løpet av skoleåret.

Et hovedfunnsom er felles for elever i både ungdomsskolen og videregående skole er at de anser personlig rådgivning ansikt til ansikt som mest verdifullt. Hovedutfordringene synes å være knyttet til både ujevn etterspørsel mellom elever, hvor det ser ut som om de med størst behov for rådgivning i mindre grad etterspør det, og i løpet av skoleåret, med en økende etterspørsel i forbindelse med søknadsfrister. Videre er rådgivernes tilgjengelighet en utfordring.

### 6.2 Nettbasert utdanningsinformasjon

Når det kommer til nettbasert rådgivning har vi undersøkt de ulike målgruppenes behov for ulike tjenester på en nettside om utdanning, hvilken informasjon de anser som viktigst, samt hvilke kanaler de vil være interessert i å benytte seg av rådgivning. Angående tjenester og funksjoner fremkom det ulike meninger mellom målgruppene.

I undersøkelsen kom det frem at internett brukes i varierende grad blant målgruppene for å finne informasjon om utdanning.

*Elevene i ungdomsskolen* benytter i liten eller i noen grad internett for å finne utdanningsinformasjon, men de fleste kjenner til Vilbli.no, og mange benytter denne nettsiden i faget Utdanningsvalg.

*Rådgiverne i ungdomsskolen* benytter seg aktivt av nettsider i sin rådgivning. I forbindelse med bruk av nett i faget Utdanningsvalg var det ingen spesiell nettside som utpekte seg, men Pedlex, Vilbli.no og Vigo.no ble nevnt som gode sider.

*Elevene i videregående opplæring* bruker i varierende grad nettet for å finne informasjon om utdanning. Flertallet har benyttet seg av Vilbli.no og Vigo, noen har utforsket universitetenes og høyskolenes egne nettsider, og noen få har vært innom Samordna opptaks nettsider. Mange benytter Google for å finne svar på spørsmål i forbindelse med utdanning.

*Frafallselever* er skeptiske til utdanningsinformasjon og rådgivning på nett, og flertallet foretrekker å snakke med en rådgiver ansikt til ansikt.

*Rådgiverne i videregående skole* benytter seg aktivt av nettsider i sin rådgivning, men ofte anbefaler de gode sider for elevene og oppfordrer dem til å oppsøke dem på egen hånd. Denne gruppen bruker et bredere spekter av nettsider enn rådgivere i videregående, fordi elevene har mer differensierte behov.

*Studentene* bruker mange ulike nettsteder, og mange synes det er for mange sider å velge blant. Flere går hovedsakelig inn på de ulike studiestedenes sine hjemmesider for å finne informasjon.

Det at elever på ungdomsskolen og i videregående skole i mindre grad enn studenter og rådgivere bruker internett til å finne utdanningsinformasjon betyr at disse målgruppene i mindre grad oppsøker utdanningsinformasjon, ikke at internett er en lite brukt kanal. Samlet vurderer Rambøll at internett er en svært viktig kanal for utdanningsinformasjon til alle målgruppene.

### 6.3 Andre lands nettsteder

Som et sammenligningsgrunnlag for videreutvikling av den norske nettbaserte rådgivningstjenesten utdanning.no har vi innhentet informasjon om tilsvarende tjenester fra Danmark, Sverige og Finland. Generelt er nettbasert rådgivning lite utbredt, men både den finske og den danske portalen har startet prosjekter på dette. Dette fantes også på den svenske nettsiden vägledningsinfo.se, som i tillegg tilbydde rådgivning via chat. Nettstedenes ressursbruk varierer, men en viktig faktor med hensyn til finansiering er hvorvidt nettstedene selv innhenter informasjon om ulike utdanninger.

### 6.4 Videreutvikling

I dette avsnittet presenteres forslag til videre utvikling av nettbasert utdanningsinformasjon og rådgivning, herunder utdanning.no, basert på de identifiserte behovene som fremkom i undersøkelsen. Innledningsvis vil vi presisere at alle målgruppene ønsker en helhetlig tjeneste og kun én nettside med all nødvendig utdanningsinformasjon. I dag finnes det flere ulike sider som i varierende grad brukes av både rådgivere og elever/studenter, noe som oppleves som uoversiktlig. Dette taler for å etablere tettere sammenheng og samordning mellom eksisterende utdanningsnettsider. Dette krever utstrakt samhandling med aktører som eier og/eller er ansvarlig for andre tilgrensende utdanningsnettsider. Et relevant eksempel er Vilbli.no som er delvis overlappende med Utdanning.no. Det bør avklares hvilke tjenester/funksjonalitet og informasjon som skal tilgjengiggjøres hvor.

#### 6.4.1 Funksjoner og tjenester

Rambøll vil anbefale at følgende tjenester og funksjoner vurderes:

**Grafisk presentasjon av utdanningssystemet** - Det bør etableres en god visuell/grafisk presentasjon av utdanningssystemet. Denne bør bestå av flere lag/nivåer slik at man brukeren blir presentert et oversiktlig og enkelt øverste nivå, men samtidig har mulighet til å klikke seg nedover i lagene/nivåene slik at de som har behov for mer detaljert informasjon har tilgang til dette. En slik presentasjon bør også vise ulike veier basert på valgene, dvs. hvis man velger en type videregående utdanning vises ikke de videre veiene som ikke er mulige ved dette valget.

**Personlig rådgivning gjennom forum, chat, e-post, sms og telefon** - Personlig rådgivning bør være tilgjengelig i ulike kanaler (forum, chat, e-post, sms, telefon) slik at ulike behov blant elever og studenter dekkes. Noen ønsker å ta kontakt skriftlig via chat, forum eller e-post, mens vil gjerne ta kontakt muntlig via telefon eller personlig oppmøte. Egnetheten ved de ulike kanalene avhenger også hvilken situasjon man er i og hvilke spørsmål man ønsker svar på. Ved chat er det viktig at dette er en tjeneste som er tilgjengelig gjennom en profesjonell og seriøs nettside for utdanning. Det ønskes også bilde og navn (og annen relevant informasjon) på rådgiverne som bidrar til å gjøre en slik kanal noe mer personlig.

**Diskusjonsforum med profesjonelle rådgivere** - Når det gjelder diskusjonsforum bør dette være, som nevnt over, et diskusjonsforum hvor profesjonelle rådgivere deltar. Elever og studenter har lite tiltro til en forumtjeneste med kun elever/studenter som deltakere.

**Videoklipp av elever/studenter/yrkesutøvere** - Det bør finnes videoklipp av elever/studenter/yrkesutøvere på en god nettside for utdanning. Videoene bør være tilgjengelig



der de er mest relevante for brukeren. Brukerne bør for eksempel bli presentert for videoen når han/hun har klikket seg frem til en skole, en retning eller et yrke. Det er viktig at videoene er objektive og presenterer et realistisk bilde av virkeligheten – det må ikke være reklame. I praksis betyr dette at det bør involveres objektiv tredjepart i utviklingen av videoene.

**Interesseverktøy**- Interesseverktøy bør finnes på en god nettside for utdanning. Det er delte meninger om nytten av slike tester. De fleste påpekte at interessetester er et verktøy som må brukes i kombinasjon med personlig rådgivning. Mange påpekte også at interessetester er nyttige hvis man er usikker på valg av utdanningsvei. Det er viktig at testene er av høy kvalitet.

#### 6.4.2 Informasjon

Fokusgruppene har avdekket at det er en rekke behov og ønsker når det gjelder informasjon som bør finnes på en god nettside for utdanning. Rambøll vil anbefale:

Informasjon

- Innhold
- Opptakskrav
- Karakternivå
- Vurderinger av andre elever/studententer
- Jobbmarked
- Lønnsnivå
- Kvalitetsnivå
- Lærlingplass

Som det fremkommer av figuren er vår samlede vurdering basert på fokusgruppeintervjuene at det bør finnes informasjon om utdanningens faglig innhold, opptakskrav, karakternivå, vurderinger av elever/studententer, jobbmarked for ulike yrker/utdanninger, samt lønnsnivå. Kvalitetsvurderinger fremkom også som viktig, spesielt ble det påpekt et poeng med at dette legger press på den enkelte utdanningsinstitusjon til å utvikle seg. Informasjon om lærlingplass er også viktig, spesielt for elever som ønsker å velge yrkesutdanning og elever og rådgivere på videregående som studerer og underviser yrkesfag.

Informasjon om utdanningsstedets geografisk plassering og muligheter for å ta utdanning og/eller jobbe i utlandet ble vurdert som mindre viktig, mens strykprosent, antall elever i klassen og kjønnsfordeling ble vurdert som minst viktig.

Samlet sett er det Rambølls vurdering at mye informasjon bør være tilgjengelig på en god nettside om utdanning. Et viktig poeng er hvordan denne informasjonen presenteres på nettsiden. Informasjonen bør være:

**Enkel og lettlest** - Informasjonen bør presenteres på en enkel og oversiktlig måte. Mengden tekst på en side bør være begrenset. Samtidig bør det være mulighet for å velge utdypende informasjon på samme side. Teksten bør også være lettlest.

**Relevant** - Det bør være slik at informasjonen vises der den er relevant for brukeren.

**Tilpasset** - Informasjonen bør også tilpasses definerte målgrupper for nettsiden (for eksempel vil ikke elever på videregående som skal velge høyere utdanning ha behov for informasjon om lærlingplasser). Her vises det til den danske utdanningsnettsiden Uddannelsesguiden.dk<sup>9</sup> for god inspirasjon.

**Ulike innganger** - Samtidig bør man ha forskjellige innganger til informasjonen, for eksempel gjennom søk, filtrering, interessetester, studie-/yrkesvelgere etc.

#### 6.4.3 Kanaler for nettbasert rådgivning

Det er helt tydelig at rådgivning primært bør skje ansikt til ansikt. Likevel er det slik at rådgivere ikke har tilstrekkelig tid til denne formen for rådgivning. Det bør derfor være mulig å få personlig rådgivning av høy kvalitet også i andre kanaler. I fokusgruppene fremkom det at *e-post* og

<sup>9</sup> <http://www.ug.dk/>

telefon er egnede kanaler, SMS er egnet til enkelte formål, mens Facebook<sup>10</sup> og MSN<sup>11</sup> er mindre egnet. For å bevisstgjøre elevene om de nettbaserte rådgivningstjenestene vil det være formålstjenlig at rådgivere på skolen introduserer tjenestene for elevene, enten samlet for klassen for eksempel i faget Utdanningsvalg, eller i første samtale med enkeltelever.

Det bør være mulig å komme i kontakt med rådgivere via en rekke ulike kanaler på en god nettside for utdanning. Hvis rådgiver på egen skole er lite tilgjengelig eller elever opplever å ikke få gode nok svar bør det være mulig å ta kontakt med andre profesjonelle rådgivere, slik at elevene får den rådgivningen de har krav på.

**Sentralt servicesenter med profesjonelle rådgivere** - En mulig løsning er et sentralt servicesenter hvor det sitter en gruppe profesjonelle rådgivere som kan svar på spørsmål via e-post, telefon, forum eller chat. Når det gjelder SMS er dette en kanal som bør benyttes for påminnelser eller korte/raske avklaringer.

#### 6.4.4 Markedsføring

En nettside om utdanning bør markedsføres gjennom flere ulike kanaler. Flertallet av informantene på tvers av målgrupper mente at markedsføring av utdanning.no hovedsakelig bør skje gjennom skolen, via rådgivere og lærere. Hvis man får rådgivere og lærere til å bruke og vise nettsiden aktivt i rådgivning og undervisning er det også stor sannsynlighet for at dette er siden elever og studenter vil bruke. I tillegg bør andre kanaler vurderes.

#### Markedsføring

- **Innlegg på konferanser og samlinger, informasjon via rådgiverforum** - for å nå ut til rådgivere i ungdomsskolen og i videregående skole vil informasjon om nettsiden ved innlegg på konferanser og samlinger, inkludert rådgiverforum være viktige markedsføringskanaler.
- **E-post til skolene** - for å nå ut til rådgivere er e-post til skolene også en viktig kanal. Da vil man i tillegg nå ut til de som ikke deltar på konferanser og samlinger.
- **Skolebesøk** - For å nå ut til elever bør representanter fra utdanning.no besøke skolene og informere om siden, og eventuelt holde innlegg i klasser eller stå på stand i fellesarealer.
- **Reklame på skolenes informasjonsskjermer** - Reklame på informasjonsskjermer som henger i skolenes fellesarealer kan være en god kanal for å bli lagt merke til av både elever og rådgivere.
- **Reklame på skolenes læringsplattform** - De aller fleste skoler, både ungdomsskoler og videregående skoler, har en læringsplattform. Reklame med link til nettsiden på læringsplattformene kan være aktuelt for å bli lagt merke til og gir mulighet for å besøke siden.
- **Reklamekampanjer** - For å nå ut til alle målgruppene, inkludert frafallselever, er det viktig å bruke kanaler utenfor skolen. De ulike målgruppene mener Facebook er den kanalen som er best egnet for å nå ut til alle. Det bør også vurderes reklamekampanjer på kino, tv, aviser/magasiner/blader og internett.
- **Søkeoptimalisering** - Mange elever og studenter bruker google til å søke informasjon, inkludert utdanningsinformasjon. Derfor bør man sørge for at siden kommer høyt opp på trefflisten.
- **Nyhetsbrev og Facebookgruppe** - For at bruk skal vedvare er det viktigste at nettsiden oppleves som nyttig blant målgruppene. Hvis ikke vil man fort miste brukere. Nyhetsbrev og/eller nyhetsstrømmer (RSS-feeds) er aktuelle tiltak for å holde brukerne oppdatert om nyheter og endringer. Videre kan egne grupper på Facebook med utsendelse av nyheter være aktuelt.

<sup>10</sup> Det er tydelig at elever og studenter ikke ønsker at privatliv og kontakt med rådgivere skal sammenblandes. Samtidig er det vist interesse rundt å opprette gruppe på Facebook hvor man kan stille spørsmål og ta kontakt med rådgiver.

<sup>11</sup> MSN er et privat chatte-verktøy hvor det ikke er interessant å møte rådgivere. Derimot var det interesse for chat med rådgiver med en eget dedikert chatte-tjeneste på en profesjonell og seriøs nettside for utdanning.

**SENTER  
FOR IKT I  
UTDANNINGEN**

[www.iktsenteret.no](http://www.iktsenteret.no)  
post@iktsenteret.no

**RAMBOLL**

[www.ramboll.no](http://www.ramboll.no)

